



Aan de slag met ESG-doelen  
in het mkb



Deze Praatplaat dient ter ondersteuning tijdens gesprekken met uw mkb-klanten over concrete ESG-stappen in hun organisatie. Aan de hand van dit hulpmiddel doorloopt u samen met uw klanten vier stappen: oriëntatie, plan, uitvoering en advies. Hierna geven we per onderdeel een toelichting, tips en enkele voorbeelden.

## Oriëntatie

### Welke SDG's van de VN spreken u aan?

Voor ondernemers begint het met ambities, in welke vorm dan ook. Ambities zetten iets in beweging, ook als het gaat om urgente uitdagingen als duurzaamheid. Wat is er mooier om die dan te koppelen aan een helder en breed gedragen kader dat echt iets in gang zet voor een duurzamere samenleving?

De Sustainable Development Goals (SDG's) van de Verenigde Naties zijn 17 ambitieuze doelen (en daaraan gelinkt 169 subdoelen die de SDG nog concreter maken) om van de wereld in 2030 gezamenlijk een betere plek te maken. Dit gaat veel verder dan het klimaat alleen, want de SDG's combineren de drie factoren van ESG: milieu, maatschappij en governance. We kunnen de SDG's ruwweg indelen in vijf categorieën: People, Planet, Prosperity, Peace en Partnerships.

[Lees meer over de SDG's van de Verenigde Naties.](#)

### Checklist/vragen voor uw klant

- Welke SDG's kan uw klant op basis hiervan vertalen naar de eigen organisatie en processen?
- Begin hierbij klein en dicht bij huis – kijk eerst naar de eigen organisatie van uw klant. Wat speelt daar en welke SDG's sluiten daarbij aan?
- Bepaal twee tot vier SDG's waaraan uw klant vanuit zijn of haar corebusiness denkt de belangrijkste bijdrage te kunnen leveren.
- Is uw klant afhankelijk van aanbestedingen? Dan is dit een extra argument om aandacht te besteden aan SDG's, want aanbestedingen zijn gekoppeld aan social return on investment (SROI) en steeds vaker ook aan green return on investment (GROI).

### Voorbeeld

Stel uw klant is een transportondernemer die relatief veel medewerkers heeft die krap bij kas zitten. Dan kan SDG 1 (afname van armoede in al haar vormen) een goede ambitie zijn. Een transportbedrijf zou ook kunnen inzetten op SDG 3 (goede gezondheid, welzijn) of SDG 4 (kwaliteitsonderwijs) door zijn chauffeurs bijvoorbeeld gezonder te laten eten of meer te laten leren over veiligheid op de weg. Begin klein, in dit voorbeeld bij de eigen chauffeurs. Daarna zou de ondernemer zijn ambities breder kunnen trekken, bijvoorbeeld door bij te dragen aan SDG's voor de hele (toekomstige) beroepsgroep van chauffeurs of in samenwerking met andere transportondernemingen.

### Wat zijn de belangrijkste stakeholders van uw bedrijf?

Om als onderneming waarde te kunnen toevoegen aan de SDG's, moeten de belangrijkste stakeholders aangeven wat zij materiële SDG-thema's vinden voor de organisatie. Kunnen bijvoorbeeld klanten, toeleveranciers, financiers en (toekomstige) eigenaren zich vinden in de thema's die uw klant vanuit de SDG's als belangrijk heeft bestempeld? Voer een keten- en een stakeholderanalyse uit en leg de dubbele materialiteit vast: evalueer de impact van de activiteiten van uw klant op milieu-, sociaal en governance-vlak en de financiële gevolgen van ESG-factoren voor uw klant zelf.

[Ga naar de SRA-Praktijkhandreiking ESG Transparantie.](#)



### **Checklist/vragen voor uw klant**

- In welke keten bent u actief?
- Wie zijn uw belangrijkste stakeholders en waar in de keten bevinden zij zich?
- Welke SDG-thema's vinden zij belangrijk voor uw organisatie?
- Welke invloed hebben zij op uw organisatie en op uw uitdagingen/ambities op het gebied van de SDG's?
- Wat zijn de SDG-ambities van uw stakeholders zelf (en om welke informatie kunnen zij u dus gaan vragen)?

### **Voorbeeld**

Een fabrikant van afbakbroodjes levert aan Albert Heijn, die vragen over onder meer mensenrechten, duurzaamheid, de CO<sub>2</sub>-voetafdruk, afval en personeelsbeleid door de keten drukt. Het bedrijf moet hierover ieder jaar aan AH rapporteren en op zijn beurt dus vragen stellen aan zijn leveranciers. Is er bijvoorbeeld sprake van een leefbaar loon in het land waaruit het bedrijf zijn graan betreft?

### **Welke regels beïnvloeden uw duurzame doelen?**

Niet alleen de eigen ambities en (die van) stakeholders van uw klant zijn van belang voor SGD-keuzes, maar ook de wet- en regelgeving. Ondernemers zien zich geconfronteerd met een woud aan plannen en regels die van invloed zijn op hun strategische keuzes. Denk aan emissievrije zones in de steden of de ESRS, de verplichte duurzaamheidsrapportage voor bedrijven, die de druk om te verduurzamen in de keten verder opvoert.

De SRA Urgentietijdlijn duurzaamheid is een handig instrument om uw klant hierbij te ondersteunen. Deze tijdlijn geeft een actueel overzicht van de belangrijkste wettelijke verplichtingen en plannen op het gebied van milieu en klimaat – vanuit de Europese Commissie en nationaal en tot en met 2050 – voor de negen branches uit Branche in Zicht.

**Bekijk de klimaatregels per branche in de [SRA-Urgentietijdlijn duurzaamheid](#).**

## **Plan**

### **Missiedocument, veranderstrategie**

Als u met uw klant in kaart heeft gebracht aan welke specifieke SDG's hij of zij een bijdrage wil gaan leveren, is de volgende stap de integratie van de gekozen SDG's in zijn of haar missie.

Hiervoor is het van belang om terug te gaan naar de kern: wat is het bestaansrecht van het bedrijf? Dit is een vraag die, gezien de ontwikkelingen op de arbeidsmarkt, alleen nog maar aan belang heeft gewonnen. Heel veel zaken spelen een rol, zoals circulair werken, het verkleinen van de CO<sub>2</sub>-voetafdruk, vermindering van het grondstoffenverbruik en afval, inclusie, gelijkheid, medewerkerstevredenheid, laag verzuim en een goede besteding van de winst.

### **Checklist/vragen voor uw klant**

- Waar staat u voor als ondernemer, wat voor bedrijf wilt u zijn?
- Wat is uw doel, waar bent u op gericht en wat zijn uw perspectieven voor de lange(re) termijn?
- Op welke SDG's maakt u de meeste impact, zowel positief als negatief?
- Wat gaat u in uw organisatie anders doen om de positieve impact te maximaliseren?
- En om de negatieve impact zo klein mogelijk te maken?

### **Ter inspiratie**

- [KvK-mvo](#)
- [MVO Nederland](#)
- [The Economy for the Common Good \(ECG\)](#)



## Uitvoering

### Welke veranderingen gaat u doorvoeren? En wanneer?

Het missiedocument en de veranderstrategie vertalen zich in concrete acties en activiteiten. Het is van belang om in kaart te brengen welke veranderingen uw klant wil realiseren, wanneer welke informatie daarvoor nodig is en waar en hoe het de interne organisatie zal beïnvloeden.

**Ga naar de [SRA-Praktijkhandreiking ESG Transparantie](#).**

**Bekijk de [ESRS-video's](#) (Engelstalig).**

### Checklist/vragen voor uw klant

- Welke concrete veranderingen gaat u doorvoeren?
- Wanneer wilt u de beoogde verandering realiseren?
- Welke data heeft u daarvoor nodig?
- Waar raken de veranderingen die u wilt doorvoeren uw interne organisatie (IT-processen, menselijk kapitaal, structuur)?
- Welke andere randvoorwaarden zijn van belang? (denk aan: heeft uw klant ESG-software in gebruik? Is er een ESG-boekhouding gekoppeld aan bijvoorbeeld de rittenadministratie of het afvalregistratiesysteem?)

### Voorbeeld

Een projectinrichter heeft als concreet veranderdoel meer circulair en sociaal werken. Het bedrijf wil oude bureaus ophalen, laten beschilderen door mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt en als refurbished kantoormeubilair verkopen in zijn tweede productstroom. De informatie die nodig is, is bijvoorbeeld waar het bedrijf de gebruikte bureaus vandaan kan halen, hoeveel dat er zijn, hoeveel mensen er nodig zijn om ze te demonteren en te schilderen, wat het kost en oplevert (businesscase) en wie het gaat doen (aparte afdeling, aparte bv?).

### Tip

Ga na welke certificaten uw klant (nieuw) nodig heeft. Bij een aanbesteding kan bijvoorbeeld de PSO – Prestatieladder Sociaal Ondernemen – als criterium gelden. Uw rol als accountant bij de naleving van certificaten is van belang, want niet naleven raakt direct de continuïteit van de onderneming.



## Advies

### Wat is er nodig/van belang?

SDG's verbinden aan de strategie betekent ook dat uw klant deze moet integreren in de organisatie. Wat is daarvoor nodig? Belangrijke input voor dit gedeelte van het adviesgesprek komt onder meer uit de stappen Oriëntatie (omgevingsanalyse) en Uitvoering (randvoorwaarden) van deze Praatplaat.

#### Mogelijke adviesvragen

- Heeft uw klant de juiste mensen in huis om de strategische veranderplannen te verwezenlijken? Is er extra kennis/opleiding nodig (bijvoorbeeld om volgens de nieuwe certificaten te kunnen werken)?
- Zijn de bedrijfsprocessen en de IT-infrastructuur toereikend?
- Stimuleert uw klant intern duurzame doelen, zoals duurzaam rijden (dit raakt onder meer de arbeidscontracten) en beperking van het energieverbruik?
- Wat is er nodig qua investeringen en financiering, ook in lijn met de Urgentietijdlijn?
- Is er samenwerking in het netwerk van uw klant nodig of wellicht uitbreiding of afstoting van een onderdeel?
- Wat is er nodig op het gebied van fiscaliteit en subsidies?

*Doe inspiratie op bij de [Kring Duurzaam Ondernemen](#).*

*Vind adviestips voor uw klant in de [SRA-Nieuwsbank](#) (alleen voor abonnees).*

*Ga naar onze [praktijkhandreiking](#) voor meer informatie over het [investeren in zonnepanelen](#).*

*Bekijk de [Advieswijzer Energielabel C](#).*

### Transparantie en besturing

Hoe stuur je op een SDG-gedreven strategisch veranderingsproces? Hoe kan uw klant zijn bedrijf duurzaam besturen en transparant maken waar het staat? Er zijn verschillende instrumenten om een bedrijf op transparant en duurzaam bestuur te toetsen, zoals een B Corp-certificering en het Economy for the Common Good-model (ECG). Beide tools werken met een puntensysteem en wegingen, resulterend in scores voor alle processen van het bedrijf met alle ESG-elementen.

*Voldoet u aan de regels? Lees het [whitepaper over de CSRD-vereisten van de NBA](#).*

### Wat doet u met ESG-rapportage/mvo-verslag?

De SDG's verbinden aan je strategie betekent uiteindelijk ook dat je moet meten en rapporteren. Uw klant heeft als bedrijf zelf wellicht geen concrete rapportageverplichting, maar zal als toeleverancier in de keten/voor stakeholders verantwoording moeten kunnen afleggen. We zien ook dat overheden zeer alert zijn op het meten en leveren van ESG- en mvo-informatie. De verwachting is dat er op dit terrein meer fiscale prikkels zullen komen. Uiteraard zijn er ook bedrijven die intrinsiek gemotiveerd zijn om aan deze verslaglegging (inclusief een accountantsverklaring) te doen, omdat dit past bij hun missie en doelen.

De verslaggevingsstandaard in Europa is de European Sustainability Reporting Standards (ESRS).

*Check enkele mooie [voorbeelden](#), waaronder [Alfa accountants](#), [HEMA](#), [Philips](#), [Tony's Chocolonely](#) en [Zeeman](#).*