



1	STARTFASE : BEPAAL WAAR JE STAAT • Houd een nulmeting waarbij je precies opschrijft bij welke organisatieaspecten – klein en groot – al duurzaam gewerkt wordt. Maak daarbij gebruik van een checklist en houdt 3 P's (people, planet en profit) in je achterhoofd. • Betrek alle afdelingen bij dit vooronderzoek. • Check of de gemeente wil meehelpen, bijvoorbeeld door ambassadeurschap. Er zijn zgn. Millenniumgemeenten die zich officieel inzetten om de Millenniumdoelstellingen 2015 te halen. Ook het Cittaslow-keurmerk voor gemeenten kan een reden zijn om als duurzaamheidsambassadeur op te treden. • Door dit lijstje op te stellen krijg je inzicht op welke punten je al goed bezig bent, waar de <i>quick wins</i> zitten en waar bijvoorbeeld nog een flinke investering nodig is om echt duurzaam te kunnen ondernemen. • Breng de eigen omgeving in kaart. Welke bedrijven en andere organisaties doen als iets met MVO?	TIPS • Organiseer een teamdag om je medewerkers te motiveren en bewust te maken van de voordelen van duurzaamheid; • Laat directie/bestuur een actieve rol spelen; Leer van elkaar: • Zoek voorbeelden van vergelijkbare organisaties die al met MVO bezig zijn. Wat goed werkt kan overgenomen worden! • Zoek als instelling naar een collega-organisatie die ook wil starten met MVO en trek als 'maatjes' samen op in het proces. • Benader bedrijven in de buurt die ook bezig zijn met MVO en kijk waar je elkaar kunt versterken. Een mooie binnenkomer zou kunnen zijn dat je met hen een gesprek aangaat om te leren van hun ervaringen op dit gebied. Wie weet komt daar ook een mooie samenwerking uit.
2	BEPAAL JE MISSIE EN VISIE Hoe maatschappelijk verantwoord moet jouw organisatie worden? En wat levert het op? Pas als je die vraag hebt beantwoord, kun je gericht op zoek gaan naar duurzame	TIPS • Kijk ook naar de missie/visie van de 'voorbeeld'organisaties. Soms kun je deze heel makkelijk overnemen.



	oplossingen binnen en buiten jouw organisatie. Antwoord op die vraag vind je door jezelf de volgende dingen af te vragen: • Wat levert het op voor jouw organisatie als je met MVO aan de slag gaat? Denk daarbij niet alleen aan de ideële motivatie, maar aan alle voordelen die het biedt (bestaansrecht, versteviging van reputatie, saamhorigheid onder medewerkers, betere aansluiting bij stakeholders, groter (kosten)bewustzijn bij publiek en medewerkers). • Wat is je motivatie om voor MVO te gaan? (kosten, milieu, druk van buitenaf) • Welke rol in de maatschappij wil je met jouw organisatie vervullen? (Denk daarbij aan milieu, medewerkers, bezoekers, leveranciers en klanten en andere stakeholders). • Hoever wil je gaan met MVO? (basisprincipes, quickwins of het totale pakket) • Wat is je budget? (niets, beperkt of zoveel als nodig is om de switch volledig te kunnen maken). • Als de missie bepaald is, integreer deze dan in je beleidsplan.	• Bekijk het vooral zakelijk en laat je niet teveel leiden door ideële overwegingen. Investering vergt een zakelijke blik op het verwachte resultaat. Hoe duidelijker dat omschreven is, des te beter de opbrengsten in kaart kunnen worden gebracht. • ACTIE: link naar MISSIES VAN musea
3	STEL SPECIFIEKE DOELEN Nu je een globaal beeld hebt van de mogelijkheden en beperkingen om over te stappen op duurzaam ondernemen, is het tijd om de specifieke doelen te bepalen. • Maak onderscheid tussen de korte, middellange en lange termijn. • Natuurlijk zijn de doelen SMART geformuleerd! • Probeer zo concreet mogelijk te zijn. Er zijn wat voorbeelden te vinden van algemene initiatieven die je kunt ontplooiën, maar uiteindelijk zijn er oneindig veel mogelijkheden waar je jouw eigen invulling aan kunt geven. • Maak vooral gebruik van de bestaande kennis. Ook hier: informeer bij instanties en bedrijven die al verder zijn met MVO. (<i>Aanvullen met actieplannen voortrekkers</i>).	TIP • Organiseer een brainstorm met je medewerkers, Raad van Advies, en andere relevante stakeholders. Het voordeel hiervan is draagvlak, en uiteindelijk een zo volledig mogelijk plan. Ieder heeft weer een eigen visie en ideeën.



4 MAAK EEN ACTIEPLAN

De volgende stap om je organisatie te verduurzamen is door de in stap 3 opgestelde doelen om te zetten in doelstellingen die je verwerkt in het actieplan.

- Geef per doelstelling aan
 - wie het gaan oppakken en uitvoeren,
 - wat ervoor nodig is (materiaal en kennis) en
 - wanneer het voltooid moet zijn.
- Maak onderscheid tussen projecten (tijdelijk) en het ongoing proces.
- Stel een voortrekkersteam samen.
- Stel middelen (en menskracht) ter beschikking.
- Communiceer je actieplan intern en houdt het levend.

TIPS

- Maak een GO-Kit waarmee mensen aan de slag kunnen. *(voorbeeld.. aanvullen)*
- Bespreek het actieplan op elk regulier intern overleg om het onder de aandacht te houden.
- Kijk eens naar hergebruik van materialen: musea hebben sokkels, tafels, vitrinekasten in depots. [Museumplaats](#) biedt een oplossing door als digitale marktplaats vraag en aanbod bij elkaar te brengen.
- Hoe zit het met het energiegebruik? Kijk eens op de website www.energiecentrum.nl voor tips over energie besparen, subsidies, energiezorg en energie inkopen.



5	CREËER DRAAGVLAK Draagvlak is een belangrijk element om iets succesvol door te voeren in een organisatie. Zo ook bij duurzaam ondernemen. Je creëert voldoende draagvlak door: • Werknemers voortdurend op de hoogte te houden van de nieuwste ontwikkelingen. Iedereen moet zich verantwoordelijk voelen! • Medewerkers actief te laten meedenken en met de input ook daadwerkelijk aan de slag te gaan. Denk ook aan organen als de Ondernemingsraad. • Tips te (laten) geven hoe iedere werknemer bij kan dragen aan het duurzaam ondernemen (al is het maar dubbelzijdig printen of het licht uitdoen). Dit kan heel laagdrempelig door een flap op een centraal punt te hangen waar collega's hun ideeën kunnen aangeven.	TIPS • Laat je medewerkers een commitment statuut ondertekenen. • Distilleer de 10 'gouden tips' en beloon deze. • Communiceer voortdurend intern in alle media die beschikbaar zijn (intranet, nieuwsbrief). Wat zijn de mooie voorbeelden? • Zet het medewerkeruitje ook in het teken van maatschappelijke betrokkenheid. Samen iets doen schept een band. • Houdt het levend : 'frappez toujours'.
6	MEET EN EVALUEER • Welke doelstellingen zijn op tijd behaald en welke niet? • Heeft iedere doelstelling het gewenste effect bereikt? • Wat is er eventueel mis gegaan en waardoor komt dat? • Kijk waar er bijgestuurd moet worden en of het actieplan moet worden aangepast. • Communiceer de uitkomst van deze evaluatie binnen de organisatie en vraag of werknemers en andere betrokkenen willen meedenken om het proces van duurzaam ondernemen nog verder te verbeteren. • Vertel tot slot ook zeker over de successen en positieve resultaten en reacties van de omgeving. Dat motiveert iedereen om ermee door te gaan.	TIP • Plaats een meetlat met resultaten op een centrale plek bv. in de hal zodat medewerkers en bezoekers het kunnen zien.



7 COMMUNICEER JE MVO-ACTIVITEITEN AAN DE BUITENWERELD

- Wanneer je actieplan zo goed als voltooid is, is het tijd om aan de buitenwereld bekend te maken dat jouw organisatie voor duurzaamheid gaat.
- Wees niet te bescheiden, en maak duidelijk aan (nieuwe) klanten (strategische) contactpersonen en andere stakeholders en bezoekers dat jouw organisatie tegenwoordig bewust nadenkt over de toekomst en het milieu.
- Kijk of je kunt aansluiten bij vergelijkbare organisaties om ervaringen uit te wisselen. Je vergroot dan tevens je netwerk.

TIPS:

- Sluit je aan bij een MVO-keurmerk en neem het logo op in al je communicatiemiddelen.
- Geef je op voor duurzaamheidwedstrijden en andere MVO-stimuleringsprijzen
- Breng je verhaal over het bewustwordingsproces en de manier van aanpak aan de man bij media.
- Plaats je MVO missie prominent op je website, en communiceer ook de resultaten ('walk your talk').
- Maak een vaste rubriek in bv je nieuwsbrief of magazine en laat medewerkers aan het woord.