

# "Iedereen in een Prius en aan de rietsuiker waarschijnlijk..."



**Berto G. Fijn van Draat**

Question & Answer

COLUMN

Waarschijnlijk staat u er niet dagelijks bij stil, maar volgens berekeningen van TLN, EVO en TNO kosten files het Nederlandse bedrijfsleven in 2009 circa 800 miljoen tot 1,2 miljard euro. De directe schade door tijdverlies en brandstofverbruik bedroeg 378 miljoen euro. Voor 2010 en de komende jaren zal dit waarschijnlijk niet veel minder zijn. Waarschijnlijk zelfs hoger door stijgende brandstofprijzen. Slaapt u 1 minuut minder na het lezen van deze cijfers? Waarschijnlijk niet.

Heeft u echter wel eens stil gestaan bij de kosten die u binnen uw organisatie kwijt bent aan files? Bijvoorbeeld door tijdverlies van uw werknemers? Weet u bij benadering hoeveel arbeidsproductiviteit er bij u verloren gaat door het staan in de file? Waarschijnlijk ook niet.

En waarom niet? Waarschijnlijk omdat u er niet bij stil staat. Het gaat zoals het gaat. We doen ons dagelijks ding en dat gaat op zich prima. Files zijn niet leuk, maar een gegeven. Waarschijnlijk kunt u daar toch niets aan doen? Hoe waarschijnlijk is het dat files of slechte bereikbaarheid u geld kosten?

Waarschijnlijker dan u denkt. Maar soms moet je er even op gewezen worden. Neem nu eens de bereikbaarheid. Waarschijnlijk staan nog steeds veel MKB-ondernemers niet stil bij bereikbaarheid. Zelfs niet als het gaat om de vraag hoe goed bereikbaar ze zijn voor hun klanten.

Zo sprak ik een ondernemer met een supermarkt. Het gesprek ging over het opkomen van 'het maatschappelijk verantwoord ondernemen'. Ik vroeg hem naar zijn mening daarover. Is het een hype? Een marketing tool? Een toverwoord dat goed staat in je jaarverslag? Hoe waarschijnlijk is het dat je er als ondernemer op wordt afgerekend door de steeds meer bewust wordende klant? Een klant die vindt dat bijvoorbeeld je CO2-footprint een doorslaggevende rol speelt bij het al dan niet aanschaffen van diensten of pro-

ducten bij een bedrijf? Diezelfde klant overigens, die nog steeds het liefst met de auto naast de kassa wenst te parkeren...

Anders gezegd: Gaat het om (de mening van) de klant of komt de MVO-gedachte voort uit het zelf willen bijdragen aan 'een betere wereld'? Of is de opkomst van MVO een trigger om te kijken naar de bedrijfsvoering in het algemeen en te zien of MVO ook daadwerkelijk een toegevoegde waarde heeft binnen én voor de onderneming?

"Tja", zei de goede man. "Daar vraag je me wat... We hebben het fenomeen MVO al wel eens kort bij de kop gehad, maar weten nog niet precies hoe we daar invulling aan moeten geven." Lachend voegde hij eraan toe: "Iedereen in een Prius en aan de rietsuiker waarschijnlijk..." En hoe zit het met de bereikbaarheid?, vroeg ik. "Bereikbaarheid? Oh, die is prima! Het personeel kan 's morgens de auto gewoon voor de deur parkeren...."

Waarschijnlijk realiseert de goede man zich niet dat het beperkt aantal parkeerplaatsen rond zijn winkel nu niet beschikbaar is voor klanten. Klanten die, zoals gezegd, het liefst naast de kassa parkeren en waarschijnlijk naar een beter bereikbaar alternatief zoeken. Waarschijnlijk levert het op afstand parkeren van het personeel meer omzet op. En waarschijnlijk is er minder verzuim wanneer het personeel eens met de fiets zou komen.

Bovenstaande is waarschijnlijk niet op u van toepassing. U heeft waarschijnlijk de zaken rond mobiliteit en bereikbaarheid en MVO al lang voor elkaar. Mocht dit nu niet zo zijn... AgentschapNL is een MKB-mobiliteitssubsidieprogramma gestart, waarbij u tot € 6000,00 subsidie krijgt om maatregelen door te voeren die u niet alleen besparingen opleveren, maar ook een leuke paragraaf in uw jaarverslag. En als u die subsidie aanvraagt dan sta ik waarschijnlijk bij u voor de deur en geef ik antwoord op uw vragen. ■