



Rabobank



Rabobank Cijfers & Trends

Thema-update: Automotive

Duurzaamheid: de reddingsboei voor autobedrijven

De consument wil in de basis duurzaam bezig zijn

Het autobedrijf van de toekomst zal serieus werk moeten maken van duurzaamheid, wil het de klant van morgen aan zich blijven binden. Ruim 6 op de 10 consumenten geeft aan dat hun aandacht voor duurzame aspecten bij aankopen de komende twee jaar verder zal toenemen.

Steeds meer particulieren en bedrijven vinden duurzame producten en diensten belangrijk. Op dit moment vindt één derde van de Nederlanders duurzaamheid zelfs een belangrijk aankoopcriterium. Tegelijkertijd daalde het aantal zogenaamde "duurzaamheidscynici" afgelopen jaar van 20% naar 17%.

Ruim driekwart van de consumenten kiest nog altijd voor de beste prijs, ondanks het feit dat zij duurzaamheid belangrijk vinden. Als deze consument al bereid is om voor duurzaamheid extra te betalen, dan alleen op voorwaarde dat er inzicht wordt gegeven in de 'meerprijs'.

Ondanks de haperende economie is er een duidelijk opgaande lijn wat betreft de aandacht voor MVO en Duurzaamheid: de waarden zijn bijna terug op het niveau van 2008, voordat de financiële crisis begon. De aandacht voor duurzaamheid wordt minder conjunctuurgevoelig en zet echt door. "MVO en Duurzaamheid wordt zowel in de B-to-B als in de B-to-C-markt



Dossier Duurzaam

Dossier Duurzaam is een initiatief van Intomart GfK, DDB° en b-open. Het onderzoek meet sinds 2008 de ontwikkeling in houding en perceptie van consumenten ten aanzien van duurzaamheid/MVO en het imago van merken op dit gebied. In 2010 is een *drivermodel* ontwikkeld waarmee per sector kan worden vastgesteld welke dimensies de consument écht relevant vindt en dus bijdragen aan een duurzamer merk-imago. Hiermee levert Dossier Duurzaam sturingsinformatie aan merken voor het ontwikkelen en aanscherpen van beleid, activatie en communicatie rond MVO/duurzaamheid. In 2011 zijn 23 sectoren en 260 merken meegenomen in het onderzoek.

Bron: DossierDuurzaam.nl

een randvoorwaarde om zaken te doen. Welke Automotive ondernemer houdt zich al bezig met deze ontwikkeling? Wie speelt in op deze trend en zet dit om in kansen?

MVO en Duurzaamheid in de sector Automotive

Dossier Duurzaam (zie kader) laat zien dat het belang om te werken aan een duurzaam imago per sector verschilt. Consumenten vinden duurzaam ondernemen het meest belangrijk in de sectoren die de grootste milieu-impact hebben, zoals energiebedrijven, luchtvaart en mobiliteit. Men verwacht tegelijkertijd ook dat er binnen deze sectoren het meest aan duurzaam ondernemen wordt gedaan. Hier liggen dus kansen voor autobedrijven om zich te onderscheiden.

Bij veel autobedrijven zien we reeds een ruim aanbod aan 'groene labels' wat betreft merken en modellen. Dit zijn echter voorbeelden vanuit de fabrikanten waar het lokaal autobedrijf geen invloed opheeft. Maar welk autobedrijf heeft duurzaamheid al in het bedrijfs-DNA opgenomen? Op dit moment zien we vooral techniek gedreven initiatieven van de fabrikant die de consument beïnvloeden om milieuvriendelijker te rijden. De overheid heeft dit consumentengedrag met fiscale maatregelen gestimuleerd.



De Rabobank en Duurzame mobiliteit

Het is algemeen bekend dat de Rabobank Groep MVO & Duurzaamheid belangrijk vindt. Concrete voorbeelden zijn bijvoorbeeld initiatieven als de Rabobank Foundation, de Herman Wijffels Innovatieprijs en het Dutch Greentech Fund. Maar ook de auto-leaseregeling van de Rabobank is 'groen'. Diverse Rabobanken hebben inmiddels de eerste elektrische auto's rondrijden. Athlon Car Lease (100% dochter van de Rabobank) biedt haar berijders een leaseprogramma aan waar duurzame mobiliteit de basis vormt. Verder neemt de Rabobank met Athlon Car Lease als hoofdsponsor deel aan het project 'Drie keer groener > de duurzame elektrische snelweg A15'. Als bank van en voor mensen wil de Rabobank verstandig omgaan met het leefmilieu. Duurzame Mobiliteit is hierbij ons uitgangspunt. Onze verplaatsingen moeten efficiënter, effectiever en minder milieubelastend worden. Alleen denken in duurzaamheid is dan niet genoeg. Het gaat erom wat je er actief mee doet. Elke dag weer. Pak je de fiets of stap je in de auto? Neem je de trein of kun je misschien ook thuiswerken? De Rabobank stimuleert duurzaam omgaan met mobiliteit. Bijvoorbeeld door vergoedingen voor het openbaar vervoer aan te bieden, door fietsen te stimuleren of door te kiezen voor minder vervuilende leaseauto's. Maar ook door deel te nemen aan het Platform Nederland Bereikbaar. En natuurlijk levert het nieuwe werken een belangrijke bijdrage. Deze nieuwe manier van werken scheelt naar schatting 8 miljoen zakelijke Rabobank kilometers op jaarbasis.

De Rabobank vindt dat aan duurzaam ondernemen in de Automotive veel meer inhoud gegeven kan worden door te kijken naar zaken die binnen de invloedssfeer van het autobedrijf zelf liggen. Materiële MVO kwesties in de Automotive zijn onder andere:

- 1 Bedrijfsvoering in de werkplaats:** het actief werken met maatregelen die het milieu ontzien, zoals vloeistofdichte vloeren, energiebesparende verlichting en duurzame afvalverwerking. Veel zaken zijn grotendeels al geregeld bij wet, verordening of vergunning.
- 2 Communicatie:** maak gebruik van netwerken van MVO-ondernemers, sponsoring van lokale sportverenigingen en goede doelen; creëer lokale duurzame betekenisvolle relaties. Ook transparant communiceren is een concreet voorbeeld van duurzaamheid.
- 3 Financiën:** maak een financiële MVO-strategie. Formuleer een helder prijsbeleid, weet met wie je zaken doet. Neem deel in CO₂-compensatie-projecten.
- 4 Inkoop:** bewust kiezen voor de juiste toeleveranciers, beoordelen op MVO en milieubewust ondernemen, gebruik van duurzame en milieuvriendelijke materialen in en rond het bedrijfspand.
- 5 Personeel:** investeren in de medewerkers, ook op het gebied van duurzaamheid. Een cursus duurzaam verkopen voor de commerciële medewerkers. HR-beleid met oog voor Arbo, diversiteit en behoud goede vakmensen.
- 6 Verkoop:** in de verkoopgesprekken komen de thema's als 'Het Nieuwe Rijden' en alternatieve brandstoffen ter sprake, ook worden klanten hierover pro-actief geïnformeerd, de CO₂-prestatieladder (zie kader) als vast onderwerp bij zakelijke klanten. Periodieke low cost check op afstelling, bandenspanning en slijtage.
- 7 Certificering:** het hebben van een certificaat (bijvoorbeeld Erkend Duurzaam van de BOVAG) draagt ertoe bij om aan te tonen dat je goed bezig bent, door derden gecontroleerd!

Een voorbeeld van een duurzame oplossing met kostenbesparing in de Automotive

Duurzaam ondernemen wordt vaak geassocieerd met meer kosten maken. Het tegendeel is het geval, bijvoorbeeld door meer grip op je afvalstromen te krijgen. Dit resulteert in vele milieu- én financiële voordelen. Duurzaam ondernemen kan hierdoor juist een inkomstenbron worden en kansen bieden voor de toekomst.

Een andere kijk is nodig

Autobedrijven organiseren de verwerking van hun afvalstoffen nu zo goed en verantwoordelijk mogelijk. Dit wordt sterk gestuurd door de afvalwetgeving. Door anders naar het afval te kijken wat een autobedrijf afvoert, ontstaat er kans op minder verspilling. Minder verspilling van geld, maar ook minder verspilling van eindige grondstoffen. Uiteindelijk gaan we naar een situatie waar we willen voorkomen, beperken, recyclen en eventueel compenseren.

Als we de ontwikkeling willen stimuleren om een transitie te maken naar duurzaamheid zal het van belang worden om de grondstoffen die niet hernieuwbaar zijn in de gaten te houden: waar ontstaat het afval, wanneer, waarom en hoe?

Juist door als Automotive ondernemer volledige controle te hebben over de afvalstromen ontstaat inzicht waar grondstoffen worden verspild. Betrek hier ook zeker de werknemers bij! De kosten van afval(verwerking) zullen de komende jaren toenemen en zorgen voor een verdere druk op de marge in de Automotive. De hoogste tijd om nu actie te ondernemen en geen rendement meer te verspillen.

De volgende stap

Om als Automotive ondernemer antwoord te kunnen geven op de toenemende vraag naar duurzaamheid zal het onder andere van belang zijn om grip te krijgen op de diverse afvalstromen binnen het autobedrijf. Grip door meetbaar te maken welke

Afvalverwerking, waar komen we vandaan? → Afval = grondstof?

Georganiseerde afvalverwijdering dateert van meer dan 5000 jaar geleden. Toen al werd erkend dat afval een hygiëneprobleem met zich meebrengt. Nu is dat niet anders. Er is echter wel een verschil in wat wij afval vinden en hoe we ermee omgaan. Daar waar in het verleden afval iets was waar niets anders mee kon, voedsel en grondstoffen waren tenslotte niet zo voorhanden als nu dus was men zuinig, vinden we het tegenwoordig normaal dat we afval hebben. Zeker in de westerse wereld zijn we op dit moment gewend aan een oneindig aanbod aan grondstoffen en voedsel.

Dit lijkt tegenstrijdig met de noodzaak voor een grondstoffenrotonde zoals een aantal politieke partijen momenteel voorstelt. De wetenschap toont aan dat sommige grondstoffen eindig zijn. Eindig in de zin dat de aarde ze niet kan aanmaken in het tempo waarin wij ze verbruiken. In de Automotive industrie worden veel grondstoffen gebruikt die niet oneindig beschikbaar zijn. Alleen al in Nederland wordt jaarlijks 70 miljoen kilo aan afvalstoffen in de dealermarkt geproduceerd. Een groot gedeelte hiervan, ruim 30 miljoen kilo, bestaat uit kunststoffen, olie en metalen. Deze 30 miljoen kilo aan afvalstoffen wordt gemaakt uit eindige grondstoffen, die van vitaal belang zijn voor onze mobiliteit.



grondstoffen er naar de grondstoffenrotonde (zie kader) worden gestuurd en welke niet, maar vooral een goede reden waarom dit zo gaat.

De Rabobank helpt Automotive ondernemers op weg om duurzaam te worden. Sterker nog, wij geloven in een toekomst waarbij consumenten hun vertrouwen leggen bij duurzame bedrijven. In samenwerking met Milgro uit Rotterdam hebben we een stappenplan ontwikkeld om dit te kunnen bereiken, zodat autobedrijven competitief worden op het gebied van duurzaamheid en zich daarmee onderscheiden bij de klant.

Referentiekader van de consument verandert

Voor een gemiddelde Nederlander wordt er jaarlijks per persoon een gewicht vergelijkbaar met 80 personenauto's aan grondstoffen gebruikt om ons leven en onze welvaart te faciliteren. De statistieken spreken voor zich. Zou wereldwijd hetzelfde grondstoffengebruik per persoon gerealiseerd worden, dan zouden we tenminste twee aardbollen nodig hebben om de mensheid van grondstoffen te voorzien.

Dit doemscenario wordt door overheden en instellingen gebruikt om gedragsveranderingen te bewerkstelligen die noodzakelijk zijn om als mens niet in de problemen te komen. Voor ons is dit juist een kans. Niet een verandering om niet in de problemen te komen maar een verandering om te groeien in welvaart voor iedereen. Niet de overheden maar juist het bedrijfsleven krijgt een unieke kans aangeboden om met deze actuele thematiek een rol van betekenis te vervullen.

Mobiliteit is, evenals afval, een thema dat al sinds de oudheid van invloed is geweest op het welzijn van de mens. De uitvinding van het wiel, het domesticeren van paarden en de uitvinding van de verbrandingsmotor zijn maar een paar voorbeelden van uitvindingen die de mensheid in één klap een stuk vooruit bracht. Momenteel staan we, met een steeds beter begrip van de natuur en hoe deze in te zetten als onuitputtelijke energiebron, weer aan de vooravond van een grote stap. Als energie oneindig beschikbaar is, wordt mobiliteit een gemeenschappelijk bezit, een recht. Dit recht heeft een keerzijde: beschikbaarheid van grondstoffen en milieubelasting. Consumenten zijn zich steeds vaker bewust van dit feit en een permanent schuldgevoel ligt voor de hand. Wie helpt de consument om antwoord te geven op dit schuldgevoel?

De markt in beweging

Afval en beschikbaarheid van grondstoffen zijn onderwerpen die steeds meer in de schijnwerpers staan bij politiek en overheid. Gevoed door onder andere exportbeperkingen van zeldzame aardmetalen uit China en het besef dat fossiele grondstoffen eindig zijn. Enkele politieke partijen maken zich hard voor het creëren van een zogenaamde grondstoffenrotonde (zie kader). Een gedachte waarin afval- en grondstoffen binnen Europa verhandeld en hergebruikt kunnen worden om aanvoer van grondstoffen te garanderen. Een aantal autofabrikanten is hier al mee bezig door bij de productie van een auto na te denken te over het hergebruik van de gebruikte materialen en grondstoffen ('cradle to cradle').

Drie-stappen-plan:

- 1 Eerst weten.** Welke grondstoffen verspil je? Kostenbesparing en milieudrukvermindering wordt gerapporteerd. De benchmark die Milgro kan leveren helpt ondernemers hierbij op weg. Een kostenbesparing van +/- 25% is snel gerealiseerd;
- 2 Dan meten.** Continu meten welk restafval wordt weggedaan, zodat de effecten van verbetering snel inzichtelijk worden;
- 3 Dan vertellen.** Weet wat te doen en hoe te meten. Nu is het tijd om aan de klant te vertellen wat je als autobedrijf aan duurzaamheid doet. Laat zien waarom de klant voor jouw bedrijf moet kiezen.

CO₂ prestatieladder

Wist u dat veel van uw zakelijke klanten te maken hebben of te maken krijgen met een zogeheten CO₂-prestatieladder of een variant hierop? Als onderdeel van het CO₂-reductieprogramma willen overheden, semi-overheden en grotere bedrijven haar leveranciers stimuleren om duurzame producten te leveren en een duurzame bedrijfsvoering te voeren. In dit kader heeft bijvoorbeeld ProRail de CO₂-prestatieladder geïntroduceerd. Dit instrument is ontwikkeld om de bedrijven die deelnemen aan aanbestedingen uit te dagen en te stimuleren hun eigen CO₂-productie te kennen en te verminderen. Concreet geldt: hoe meer een bedrijf zich inspant om CO₂ te reduceren, hoe meer kans op gunning. Er is nog geen uniformiteit op dit gebied, maar steeds meer bedrijven gaan over tot een soortgelijk systeem. Uniformiteit is hierbij wenselijk.

Tip: Een Automotive ondernemer die MVO & Duurzaamheid als kans ziet, helpt de klant met een duurzaam wagenpark, pro-actieve advisering in modellen en motorenaanbod. Hierdoor wordt de Automotive ondernemer een duurzame en strategische partner van de klant.

CO₂-prestatieladder

CO ₂ bewust Certificaat niveau	Gunning voordeel
5	10%
4	7%
3	4%
2	2%
1	1%
0	0%

De grondstoffenrotonde

In Nederland wordt 80% van het afval gerecycled. De overheid wil dit verhogen naar 83% in 2015. Dat gebeurt onder meer door meer huishoudelijk afval beter te scheiden, zodat er meer kan worden gerecycled. Recycling van afval is niet alleen goed voor het milieu, het biedt ook kansen voor Nederlandse bedrijven. In mobiele telefoons zit bijvoorbeeld voor 32 cent aan goud verwerkt. Afval wordt hierdoor dus feitelijk een grondstof en de overheid stimuleert daarom het opzetten van zogeheten grondstoffenrotondes. Een grondstoffenrotonde is het beste voor te stellen als een rotonde zoals bij het wegverkeer: er 'rijden' afvalstoffen de rotonde op die vervolgens verwerkt worden en als grondstof de rotonde weer verlaten. Dit kan bijvoorbeeld met het recyclen van autowrakken. Onlangs is in Tiel een bedrijf geopend waar met behulp van de nieuwste techniek autowrakken worden gerecycled. Doel is om in 2015 95% van de materialen en stoffen uit de wrakken opnieuw te gebruiken.

Be good and tell it!

Kunt u met een duurzame bedrijfsvoering van uw onderneming naast minder kosten ook meer omzet halen? Het antwoord is volmondig: ja! Steeds meer consumenten geven aan dat zij duurzaam ondernemen meenemen in hun aankoopbeslissing. Dit percentage is intussen gestegen naar 32% en stijgt verder. Maar hier tegenover staat dat diezelfde consument veelal geen concessies wil doen aan de verhouding prijs/kwaliteit en service: men wil er dus niet extra voor betalen. Een goed autobedrijf kan zich met duurzaamheid onderscheiden van zijn concurrenten, maar kan dit niet doorberekenen. De eerder genoemde kostenbesparing is derhalve de interne financieringsbron voor het autobedrijf nieuwe stijl.

De Rabobank ziet dat Automotive ondernemers die een actief beleid voeren op het gebied van MVO & Duurzaamheid veelal ook beter 'in control' zijn met de andere operationele bedrijfsprocessen. Het rendement van deze Automotive bedrijven is veelal hoger, omdat interne 'lekken' al in een vroegtijdig stadium geconstateerd worden. Interne abnormaliteitencontroles zorgen voor een continue monitoring. De Rabobank weegt dit belangrijke onderwerp mee bij de beoordeling van nieuwe financieringsaanvragen. Een Automotive ondernemer die MVO & Duurzaamheid als kans ziet en ermee aan de slag gaat, maakt meer kans op goedkeuring voor een financiering van zijn bedrijf.

Tip: Adviseer klanten over duurzaamheid en wees bewust van de voorbeeldfunctie in de nieuwe 'op maat mobiliteit'. Help de zakelijke klanten mee om een CO₂-reductie te realiseren > CO₂-prestatieladder (zie kader).

Kortom, behoor tot de kopgroep die MVO & Duurzaamheid doorvertaalt naar concrete actie en dit ziet als een kans om klanten voor langere tijd aan het autobedrijf te binden.

Alexander Heijkamp	Sectormanager Automotive Rabobank Nederland
Richard Jeurissen AA	Sectormanager Automotive Rabobank Nederland
Hans Groenhuijsen	Senior Industry Analyst Rabobank International
Lizethe Kluijtmans	Senior Programmamanager MVO Rabobank Nederland
Alexander Lange	Manager Kennis & Innovatie Milgro B.V.
Robert Jansen	Manager Preventie & Recycling Milgro B.V.