

# Keurmerken voor ondernemingen met impact

B Corp, Code Sociale Ondernemingen,  
MVO Prestatieladder, Prestatieladder Socialer Ondernemen.

**ALEXANDER**  
IMPACTWETENSCHAPPERS



## Voorwoord

Wil je meer weten over keurmerken voor ondernemingen met impact, maar weet je niet waar je moet beginnen? Geen zorgen, je bent niet de enige. Daarom hebben wij vanuit Alexander Impact deze whitepaper geschreven. Zodat je nu wel weet waar je moet beginnen, en vooral ook hoe jij uiteindelijk een passend keurmerk voor jouw onderneming kan verdienen.

### **Waarom deze vier keurmerken**

We behandelen deze keurmerken omdat we merken dat deze mix van vier keurmerken voor iedere ondernemer met impact iets biedt; of je nou een impact-ondernemer pur sang bent, een bedrijf met integrale focus op maatschappelijk verantwoord ondernemen, of een MVO-bedrijf met speciale aandacht voor arbeidsparticipatie. Bovendien komen we deze keurmerken regelmatig tegen in de wereld van impactondernemen en krijgen we er regelmatig vragen over. Andere keurmerken zijn niet per definitie minder betrouwbaar of minder relevant.

We wensen je veel leesplezier en wijsheid toe!



# Inhoudsopgave

<b>Waarom deze whitepaper</b>	<b>3</b>
<b>Allereerst: dit is ondernemen met impact</b>	<b>4</b>
<b>De meerwaarde van keurmerken voor ondernemingen met impact</b>	<b>5</b>
<b>Keurmerken quickscan</b>	<b>7</b>
<b>B Corp</b>	<b>9</b>
<b>Code Sociale Ondernemingen</b>	<b>11</b>
<b>MVO Prestatieladder</b>	<b>13</b>
<b>Prestatieladder Socialer Ondernemen</b>	<b>16</b>



## Waarom deze whitepaper

Er ontstaat momenteel een bijzondere tegenstelling in de wereld van keurmerken: waar elk individueel keurmerk moet zorgen voor duidelijkheid, zorgt de wildgroei aan keurmerken vooral voor onduidelijkheid<sup>1</sup>.

Een keurmerk zorgt voor duidelijkheid, omdat de houder ervan naar het keurmerk kan verwijzen als samenvatting van de eisen die worden gesteld aan bijvoorbeeld de kwaliteit van zijn product of dienstverlening. De consument kan dan opzoeken welke eisen dat zijn, en deze krijgt zo een compleet beeld van de kwaliteit van een product. Maar gezamenlijk kunnen keurmerken tot onduidelijkheid leiden, als consumenten en andere gebruikers door de bomen het bos niet meer zien: een wildgroei dus.



Ook bij keurmerken voor ondernemers met impact is een toename te zien. Daarom zetten we in deze whitepaper vier toonaangevende keurmerken voor impactondernemen op een rij: B Corp, Code Sociale Ondernemingen (CSO), de MVO Prestatieladder en de Prestatieladder Socialer Ondernemen (PSO).

Na het lezen van deze whitepaper weet jij wat de voordelen van een keurmerk zijn en waar de keurmerken voor staan. Maar belangrijker nog: jij weet welk keurmerk bij jouw onderneming past.



*“Welk keurmerk bij jouw onderneming past?  
Na het lezen van deze whitepaper weet je het.”*

<sup>1</sup> [https://www.acm.nl/sites/default/files/old\\_publication/publicaties/15163\\_onderzoek-acm-keurmerken-januari-2016.pdf](https://www.acm.nl/sites/default/files/old_publication/publicaties/15163_onderzoek-acm-keurmerken-januari-2016.pdf)



## Allereerst: dit is ondernemen met impact

Binnen de 'ondernemers met impact' onderscheiden we twee categorieën: impactondernemingen en maatschappelijk verantwoorde ondernemingen (MVO).

### ***Impactondernemen***

Impactondernemingen hebben een maatschappelijk doel. Dit doel staat centraal in alles wat de impactonderneming doet: 'impact first'.

'Impact' - Omdat de ondernemer een maatschappelijk probleem probeert op te lossen, zoals plasticvervuiling in de oceaan of het buitensluiten van bepaalde groepen mensen op de arbeidsmarkt, maakt de ondernemer maatschappelijke impact. Met zo'n **impactmissie** verschilt de impactonderneming van traditionele en MVO-bedrijven.

'First' - Dit is niet alleen omdat de impact voorop staat, maar ook omdat er een secundair doel is; **financieel gezond en economisch onafhankelijk** zijn. De impactondernemingen halen hun opbrengsten (grotendeels) uit de markt en zijn niet afhankelijk van donaties of subsidies. Daarmee onderscheidt een impactonderneming zich van een stichting.

Als gevolg van bovenstaande kenmerken streven impactondernemers wel winst na, maar **geen winstmaximalisatie**. Een impactonderneming mag beperkt winst uitkeren (immers, de impactondernemer moet ook ergens van leven), maar de winst wordt bij voorkeur geherinvesteerd om zo de impactmissie nog verder te brengen.

### ***Maatschappelijk verantwoord ondernemen***

Anders dan bij impactondernemers staat impact niet voorop bij MVO-bedrijven. MVO-bedrijven streven in de kern nog steeds naar het behalen van financieel rendement. Toch verschillen MVO-bedrijven van traditionele ondernemingen, omdat MVO-bedrijven rekening houden met de maatschappelijke en ecologische kaders waarbinnen ze opereren. Maatschappelijke thema's komen daarom expliciet terug in de processen en activiteiten van een MVO-bedrijf. Bijvoorbeeld door het CO<sub>2</sub>-verbruik in de productie zoveel mogelijk terug te dringen. Of te streven naar diversiteit in het bestuur. Impact staat niet voorop, maar is een goede tweede.



## De meerwaarde van keurmerken voor ondernemingen met impact

Keurmerken voor ondernemingen met impact, zowel impactondernemingen als MVO-bedrijven, hebben meerdere voordelen:

- **Helder kader** - Keurmerken kunnen een duidelijk kader vastleggen van wat we moeten verstaan onder impactondernemen of maatschappelijk verantwoord ondernemen. Mits ze begrijpelijk en betrouwbaar zijn;
- **Waardering** - Het is een waardering van de inspanningen die je doet om positieve impact te maken. Ook al weet je van jezelf ongetwijfeld dat je goed bezig bent, een onafhankelijke bevestiging daarvan is een mooie steun in de rug;
- **Communicatie richting stakeholders** - Vervolgens kun je deze onafhankelijke en betrouwbare waardering ook gebruiken om je ambities over te brengen op je klanten, medewerkers, ketenpartners en andere stakeholders. Waar het zonder keurmerk voor hun nog moeilijk was om te beoordelen wat je doet, wat je bereikt en waar je voor staat, wordt het met een keurmerk ineens een stuk duidelijker; aan de hand van het keurmerk kun je op een transparante manier jouw verhaal vertellen. Of je nou een impactondernemer bent of juist een MVO-bedrijf.
- **Bijdrage nieuwe economie** - Met een keurmerk kun je jouw steentje bijdragen om de impacteconomie verder te helpen. Als jij aan de hand van het keurmerk je verhaal kan vertellen, heeft dat niet alleen voordelen voor jou, maar draag je ook bij aan bewustwording van een nieuwe manier om de economie in te richten.
- **Onderscheidend vermogen** - Als ondernemer ben je constant op zoek naar hoe je je onderscheidt van andere ondernemers. Heb jij een keurmerk dat anderen niet hebben? Dan kan dat een reden zijn voor consumenten om voor jouw onderneming te kiezen, en niet die van de concurrent. Immers, als een keurmerk eenmaal betrouwbaar wordt gevonden, dan zal het merendeel van de mensen eerder jouw product of dienst aanschaffen dan die van de concurrent (ACM, 2016).
- **Grotere kans bij aanbestedingen** - Niet alleen de consument kiest jou eerder als je een betrouwbaar keurmerk hebt; ook bij aanbestedingen heb je een voordeel. Omdat er bij (semi-)overheden steeds meer aandacht komt voor maatschappelijk verantwoord inkopen, sta jij met je keurmerk vooraan in de rij en vergroot je je kansen.



Deze meerwaarde van keurmerken voor impactondernemen geldt voor alle keurmerken die we hier behandelen: B Corp, Code Sociale Ondernemen (CSO), de MVO Prestatieladder en de Prestatieladder Socialer Ondernemen (PSO). Toch zijn ze allemaal verschillend.

Daarom nemen we je hieronder mee door de details van de keurmerken. Zo is het belangrijk om rekening te houden met de vereisten van een keurmerk en het proces dat je moet doorlopen om het keurmerk te behalen. Maar bovenal wat de voor- en nadelen zijn ten opzichte van andere keurmerken; want het keurmerk moet natuurlijk zo goed mogelijk bij jouw impactonderneming passen.

### **Infobox 1: Het verschil tussen keurmerken, certificaten en accreditaties**

De termen keurmerk, certificaat en accreditatie worden nog wel eens door elkaar gebruikt. Toch betekenen ze allemaal wat anders.

**Certificaat.** Bij een certificaat moet je denken aan een schriftelijk document. Dit document is een verklaring dat de ontvanger van het certificaat aan bepaalde eisen voldoet, bijvoorbeeld rondom de kwaliteit van zijn product, proces of dienstverlening.

**Keurmerk.** Een keurmerk lijkt veel op een certificaat, omdat het ook een verklaring is dat de ontvanger van het keurmerk voldoet aan de gestelde eisen. Maar het verschil is dat de ontvanger van een keurmerk een beeldmerk ontvangt in plaats van een schriftelijk document. De ontvanger mag dit beeldmerk zichtbaar voeren op bijvoorbeeld zijn product of website, om zo uit te dragen dat hij aan bepaalde kwaliteitseisen voldoet.

**Accreditatie.** In principe kan iedereen certificaten en keurmerken afgeven. Maar als je wil dat dit door een betrouwbare partij gebeurt, benader je een geaccrediteerde partij. Deze partij noemen we de certificerende instelling (CI). De CI is door de Nederlandse Raad van Accreditatie (RvA) geaccrediteerd, wat een bewijs is dat de CI op een onafhankelijke en deskundige manier certificaten en keurmerken kan afgeven. Ook al kan iedereen certificaten en keurmerken afgeven, meestal is het verplicht dat een CI geaccrediteerd is.

Wil je weten of jouw CI geaccrediteerd is? Check dan deze website van de RvA:

<https://www.rva.nl/geaccrediteerde-organisaties/alle-geaccrediteerden>



## Keurmerken quickscan

Om je een eerste indruk te geven, hebben we een quickscan van de keurmerken gemaakt. Benieuwd hoe deze tot stand is gekomen? Check dan Infobox 2.

	Impactfocus	Integraliteit	Bekendheid	Geschatte kosten
<b>B Corp</b>	vv	vvv	vvv	vv
<b>Code Sociale Ondernemingen</b>	vvv	vvv	v	v
<b>MVO Prestatieladder</b>	vv	vvv	vv	vvv
<b>Prestatieladder Socialer Ondernemen</b>	vv	v	vvv	vv







## Infobox 2: Keurmerken quickscan

Naast een gedetailleerde uitleg over elk keurmerk, bieden we ook een snel overzicht van elk keurmerk aan de hand van een aantal indicatoren waar een keurmerk een tot drie punten op kan scoren:

<b>Impactfocus</b>	<p><b>v</b> - alleen MVO-bedrijven</p> <p><b>vv</b> - impactondernemingen en MVO-bedrijven</p> <p><b>vvv</b> - alleen impactondernemingen</p>
<b>Integraliteit</b>	<p><b>v</b> - 1 impactthema binnen 1 impactgebied (van 2: <i>people</i> en <i>planet</i>)</p> <p><b>vv</b> - &gt;1 impactthema's binnen 1 impactgebied (van 2: <i>people</i> en <i>planet</i>)</p> <p><b>vvv</b> - &gt;2 impactthema's binnen 2 impactgebieden (van 2: <i>people</i> en <i>planet</i>)</p>
<b>Bekendheid</b>	<p><b>v</b> - &lt;100 keurmerkhouders</p> <p><b>vv</b> - 100 - 999 keurmerkhouders</p> <p><b>vvv</b> - 1000+ keurmerkhouders</p>
<b>Geschatte kosten*</b>	<p><b>v</b> - &lt;€1.000</p>
<p>* o.b.v. laagst mogelijke kosten zoals te vinden op de websites van de keurmerken. Kosten vallen soms hoger uit door grotere omvang van de onderneming.</p>	<p><b>vv</b> - €1.000 - €4.999</p> <p><b>vvv</b> - €5.000</p>

Ongetwijfeld mis je hier een aantal indicatoren die voor jouw onderneming van belang zijn. Denk bijvoorbeeld aan de tijdsinvestering die het vergt om een keurmerk te bemachtigen, de moeilijkheidsgraad van de eisen van het keurmerk, of in hoeverre het keurmerk je helpt om aanbestedingen te winnen. Deze indicatoren hangen heel erg samen met de specifieke kenmerken van jouw onderneming. Voor een advies op maat, neem contact op met Alexander Impact.



## B Corp

<b>Impactfocus</b>	<b>vv</b>
<b>Integraliteit</b>	<b>vvv</b>
<b>Bekendheid</b>	<b>vvv</b>
<b>Geschatte kosten</b>	<b>vv</b>



B Corp is een keurmerk van B Lab, een non-profit organisatie uit de Verenigde Staten. Opgericht in 2006 dragen inmiddels meer dan 3.500 bedrijven<sup>2</sup> het B Corp keurmerk. Daarmee is het wereldwijd een van de bekendste keurmerken voor ondernemers met impact.

**Impactthema's:** bestuur, medewerkers, maatschappij, milieu, klanten, transparantie.

**Beschikbaar voor:** Eenmanszaken tot en met multinationals, omdat de eisen verschillen afhankelijk van de omvang van je organisatie. Wel moet je minimaal één jaar bestaan, omdat B Lab o.a. je impactprestaties over het afgelopen jaar uitvraagt (zie proces).

### **PROCES EN EISEN**

Allereerst vul je als bedrijf de gratis B Impact Assessment (BIA) in. Aan de hand van zo'n 200 vragen die specifiek gericht zijn op de omvang van je onderneming en je sector, beoordeelt de BIA je impact op je medewerkers, de maatschappij, je klanten en het milieu. Het gaat hierbij zowel om *wat* je doet als ook *hoe* je het doet. Op alle thema's scoor je punten. Als je er minimaal 80 haalt, kom je in aanmerking voor het B Corp-keurmerk. Maar dan begint het proces pas echt.

Zo betaal je direct €250,- als je de BIA op wil sturen naar B Lab. Vervolgens neemt B Lab contact met je op, en vragen ze je om ondersteunend bewijs voor je score op te leveren. Heb je bijvoorbeeld ergens ingevuld dat je beleid hebt om stakeholders te betrekken, dan kunnen ze je vragen om dit beleidsdocument op te sturen. Gemiddeld doen ze dit voor 6 tot 15 van de 200 vragen.

<sup>2</sup> <https://bcorporation.eu/about-b-corps> geraadpleegd 9 augustus 2021



Als de B Lab Evaluation Analyst je documenten heeft doorgenomen, word je verder onder de loep genomen in een interview van 60 tot 90 minuten: hierin vraagt de Evaluation Analyst zaken uit die nog onduidelijk zijn, of waar hij zijn twijfels over heeft op basis van je opgestuurde documenten. Daarnaast doen medewerkers van B Lab een *background check* over je bedrijf.

Normaal gesproken zijn er na het gesprek en de background check nog steeds vragen bij B Lab, en zul je nog een paar keer documenten op moeten sturen. Als na dit hele proces je score nog steeds boven de 80 punten is, dan ben je officieel een B Corp. Gefeliciteerd!

Om het keurmerk te behouden, moet je elke drie jaar opnieuw de BIA invullen en minstens 80 punten scoren. Bovendien voert B Lab steekproeven uit bij 10% van de hercertificerende bedrijven. Deze duren tussen de 6 en 10 uur. Tot slot ben je als B Corp verplicht om je B Impact Report met je score te publiceren op je website. Wel zo transparant. Aanvullende kosten: je wordt gevraagd om jaarlijks nog even tussen de €1.000 (omzet <€150.000 per jaar) en €50.000 (omzet >€750.000.000 per jaar) te betalen aan B Lab, om het keurmerk en de processen in stand te houden en 'om te bouwen aan een wereldwijde beweging'.

Voor nog meer informatie: kijk op de website <https://bcorporation.net/> of [download](#) dit stappenplan van B Lab voor het mkb.

### **GESCHIKT / NIET GESCHIKT**

Ben je op zoek naar een keurmerk dat (bijna) iedereen kent, en waarmee je zeker weten een goede indruk maakt bij je klanten, medewerkers en andere stakeholders? Dan is het B Corp-keurmerk geschikt voor jou. Bovendien draag je ermee bij aan een wereldwijde beweging naar de impacteconomie, zoals B Lab zelf zegt. De criteria zijn niet eenvoudig, dus als je het keurmerk mag ontvangen heb je het echt verdiend.



## Code Sociale Ondernemingen

<b>Impactfocus</b>	<b>v v v</b>
<b>Integraliteit</b>	<b>v v v</b>
<b>Bekendheid</b>	<b>v</b>
<b>Geschatte kosten</b>	<b>v</b>



Code Sociale Ondernemingen (CSO) is een keurmerk van de Nederlandse Stichting Code Sociale Ondernemingen. De stichting is opgericht in 2018 en heeft inmiddels 34 aangesloten bedrijven<sup>3</sup> die het CSO-keurmerk mogen dragen. Ondanks dat CSO pas net is ontwikkeld en nog relatief weinig bedrijven het keurmerk voeren, wint het keurmerk snel aan bekendheid bij Nederlandse impactondernemers.

**Impactthema's:** verhogen van arbeidsparticipatie van een kwetsbare doelgroep, verbeteren van de zorg, verhogen sociale cohesie in wijken en buurten, circulaire en duurzame productie, energietransitie, voedseltransitie, internationale ontwikkeling en fair chain.

**Beschikbaar voor:** BV's, NV's, stichtingen en coöperaties. Eenmanszaken en VoF's zijn uitgesloten. Ook moet je minimaal 50% van je omzet uit marktkomsten halen door het leveren van goederen en/of diensten.

### **PROCES EN EISEN**

Om in aanmerking te komen voor de CSO, vul je een vragenlijst in en lever je daarbij een aantal documenten aan. Deze gaan over de toelatingscriteria van CSO, die gebaseerd zijn op vijf principes:

**Principe 1: Missie - geborgd en meetbaar:** Allereerst toon je aan dat jouw impactmissie is vastgelegd in de statuten. Ook beschrijf je jouw missie, visie, en impactstrategie (met behulp van een Theory of Change), en zorg je ervoor dat je jaarlijks een impactrapportage publiceert.

<sup>3</sup> [https://www.codesocialeondernemingen.nl/over-het-register/zoek-deelnemers?ccm\\_paging\\_p\\_b2013=1&ccm\\_order\\_by\\_b2013=cv.DatePublic&ccm\\_order\\_by\\_direction\\_b2013=desc](https://www.codesocialeondernemingen.nl/over-het-register/zoek-deelnemers?ccm_paging_p_b2013=1&ccm_order_by_b2013=cv.DatePublic&ccm_order_by_direction_b2013=desc) geraadpleegd 9 augustus 2021



**Principe 2: Stakeholders - bepaling en dialoog:** Voor een impactondernemer zijn stakeholders van cruciaal belang. Daarom breng je je stakeholders in kaart met een stakeholderbepaling (die je jaarlijks herijkt). Ook geef je aan hoe je je stakeholders betreft bij je strategie en impact.

**Principe 3: Financiën - in overleg en zorgvuldig afgewogen:** Je hebt een afgekaard financieel beleid, met vastgelegde maximale winstuitkeringen en een gematigd beloningsbeleid, die je in overleg met stakeholders hebt vastgesteld.

**Principe 4: Implementatie - registreren en reflecteren:** Je bent bereid om actief mee te doen met CSO. Dit houdt o.a. in dat je actief meehelpt aan de (her)beoordeling van je bedrijf, en dat je als peer reviewer optreedt om collega's te helpen om toe te treden tot de Code.

**Principe 5: Transparantie - actief en toegankelijk:** Dit komt er grofweg op neer dat alle bovenstaande informatie te allen tijde op je website toegankelijk is. Zo zorg je ervoor dat je transparant bent.

Als je de vragenlijst en gevraagde documenten hebt aangeleverd en je (bijna) in aanmerking komt, dan neemt een Beoordelaar van de Stichting contact met je op. Met de Beoordelaar voer je een gesprek, waarna de Beoordelaar verslag uitbrengt aan de Review Board. Deze beslist vervolgens over je aanvraag. Bij een positieve beslissing en na betaling van €100,- inschrijfkosten word je opgenomen in de Code Sociale Ondernemingen, en mag je het keurmerk dragen. Gefeliciteerd!

Om het keurmerk te behouden, moet je je eenmaal per twee jaar verantwoorden of je nog aan de principes van de Code Sociale Ondernemingen voldoet. Ook betaal je jaarlijks €250,-.

Voor nog meer informatie: kijk op de website <https://www.codesocialeondernemingen.nl/> of [download](#) de toelatingscriteria voor de Code Sociale Ondernemingen.

## **GESCHIKT / NIET GESCHIKT**

Dit is het ultieme keurmerk voor impactondernemingen. De Stichting Code Sociale Ondernemingen profileert het keurmerk als de voorloper op de maatschappelijke BV (BVm), waarmee impactondernemingen zich voor de wet kunnen onderscheiden van andere (traditionele én MVO-) bedrijven. Wil je als innovatieve impactondernemer wetgeving voor zijn? Dan is dit een geschikt keurmerk voor jouw onderneming.



## MVO Prestatieladder

<b>Impactfocus</b>	<b>vv</b>
<b>Integraliteit</b>	<b>vvv</b>
<b>Bekendheid</b>	<b>vv</b>
<b>Geschatte kosten</b>	<b>vvv</b>



De MVO Prestatieladder is een keurmerk van Foundation Sustained Responsibility (FSR). Het is in 2010 opgericht in Nederland en sinds 2015 ook internationaal erkend. Inmiddels beschikken ruim 200 ondernemingen<sup>4</sup> over een MVO Prestatieladder-keurmerk.

**Impactthema's:** 31 MVO-thema's binnen 7 kernthema's: behoorlijk bestuur, goed werkgeverschap, mensenrechten, eerlijk zaken doen, consumenten-aangelegenheden, circulaire economie en klimaatverandering, betrokkenheid bij en ontwikkeling van de samenleving.

**Beschikbaar voor:** elke onderneming, zolang je maar kan beschrijven hoe je je, vanuit jouw mogelijkheden en ambitie, inzet voor maatschappelijk verantwoord ondernemen.

### **PROCES EN EISEN**

Om een MVO Prestatieladder-keurmerk te ontvangen, is het nodig dat je een **MVO-managementsysteem** hebt dat aan de eisen van de MVO Prestatieladder voldoet. Dit is een beleidsdocument waarin je de processen rondom MVO vastlegt.

Om het iets ingewikkelder te maken: de eisen voor het MVO-managementsysteem zijn er op vijf (1 t/m 5) verschillende, in veeleisendheid oplopende niveaus. Om het gelijk ook weer makkelijker te maken: niemand is gecertificeerd op niveau 1 of 5, en bijna 80% is gecertificeerd op niveau 3. Grote kans dus dat niveau 3 voor jou een realistisch niveau is.

<sup>4</sup> <https://www.mvoprestatieladder.nl/> geraadpleegd 9 augustus 2021



Het MVO-managementsysteem dat je moet ontwikkelen heeft dezelfde structuur als ISO 9001 (kwaliteitsmanagementsysteem) en ISO 14001 (milieumanagementsysteem) en is geïnspireerd door de richtlijnen van ISO 26000 (Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen). In grote lijnen is de structuur dan ook als volgt:

**Context:** welke thema's en stakeholders zijn relevant voor de onderneming, aan welke compliance-verplichtingen moet de onderneming voldoen, en wat is het toepassingsgebied van het MVO-managementsysteem?;

**Leiderschap:** hoe zijn de rollen binnen de organisatie verdeeld en hoe toont de directie leiderschap m.b.t. het MVO-managementsysteem?;

**Planning:** welke acties voer je uit, en welke doelen bereik je daarmee (incl. kengedaten)?;

**Ondersteuning:** wat heb je nodig voor de planning? Denk aan middelen, competenties, bewustzijn, communicatie met stakeholders, een MVO-verslag, en documentatie van informatie;

**Uitvoering:** hoe plan en beheers je de uitvoering van je MVO-acties en welke MVO-eisen stel je aan je inkoop en leveranciers?;

**Evaluatie van MVO-prestaties:** hoe meet, monitor, analyseer en evalueer je? Hoe voer je interne audits en een directiebeoordeling uit?;

**Verbetering:** wanneer en hoe neem je maatregelen om je steeds te blijven ontwikkelen op MVO-gebied?

Kortom: het gaat om een behoorlijk uitgebreid document, waarin je een hoger niveau kan bereiken hoe meer verdieping je biedt. Overigens zijn er gewoon richtlijnen per niveau voor de verdieping die je moet bieden, dus je kan gericht naar een niveau toe schrijven.

Als je het MVO-managementsysteem hebt opgesteld, schakel je een door de MVO-prestatieladder erkende certificatie-instelling in. Deze controleert je MVO-managementsysteem en bezoekt ook je onderneming om te controleren of je organisatie daadwerkelijk de processen en beschrijvingen uit het MVO-managementsysteem opvolgt.



De tijdsduur van deze audit is vastgelegd in een zogeheten 'auditdagentabel'. Daaruit blijkt dat een audit minimaal 2,5 tot 3,5 dag (bij 1-5 medewerkers) en maximaal 11 tot 29 dagen (bij meer dan 8.500 medewerkers) duurt. Hiervoor betaal je de certificatie-instelling een marktconform bedrag. Als je de audit haalt (op een bepaald niveau) en belooft jaarlijks €460 af te dragen aan FSR, dan ben jij gecertificeerd op de MVO Prestatieladder. Gefeliciteerd!

Dit certificaat is 2 jaar (niveau 1 en 2) of 3 jaar (niveau 3 t/m 5) geldig. Naast de jaarlijkse afdracht word je elk jaar gecontroleerd (waarbij de tijdsduur de helft is van de initiële audit). Wil je hercertificeren op hetzelfde niveau? Dan word je gecontroleerd gedurende 2/3 van de initiële tijdsduur uit de auditdagentabel. Wil je je op een hoger niveau laten certificeren? Dan start het proces van voor af aan.

Voor meer informatie: kijk op de website <https://www.mvoprestatieladder.nl/> of [download](#) de eisen van de MVO Prestatieladder.

### **GESCHIKT / NIET GESCHIKT**

Ben je een grote organisatie die maatschappelijk verantwoord onderneemt en die procesmatig denkt? En heb je dat al eerder vastgelegd in bijvoorbeeld een ISO 9001-handboek? Dan is dit keurmerk een waardevolle aanvulling. Door je MVO-processen vast te leggen in het MVO-managementsysteem, toon je betrokkenheid bij de maatschappij en weet je hoe je je bijdrage kan optimaliseren.





## Prestatieladder Socialer Ondernemen

<b>Impactfocus</b>	<b>vv</b>
<b>Integraliteit</b>	<b>v</b>
<b>Bekendheid</b>	<b>vvv</b>
<b>Geschatte kosten</b>	<b>vv</b>



Het Prestatieladder Socialer Ondernemen (PSO)-keurmerk is eigendom van TNO. Sinds 2010 wordt het keurmerk afgegeven, inmiddels al aan ruim 1.150 organisaties<sup>5</sup>, van eenmanszaken tot grote banken.

**Impactthema's:** arbeidsparticipatie van kwetsbare groepen op de arbeidsmarkt.

**Beschikbaar voor:** elke onderneming, zo lang je maar impact maakt op mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt.

### PROCES EN EISEN

Om het PSO-keurmerk te kunnen ontvangen, moet je een geldige aanvraag doen. Allereerst maak je een account aan in MijnPSO. In dit account doorloop je vervolgens zes stappen om tot een aanvraag te komen:

1. **Vaststellen scope:** hierin bepaal je wat de scope van je onderneming is. Dit is vooral van belang voor grotere organisaties die bestaan uit meerdere juridische entiteiten.
2. **Aanmaken rekentools:** met de rekentools kun je onderstaande kwantitatieve gegevens meten.
3. **Invoeren kwantitatieve gegevens:** in deze stap vul je de volgende zaken in:
  - het aantal fte in je organisatie;
  - je bedrijfsomvang;
  - je directe sociale bijdrage: het aantal medewerkers uit de PSO-doelgroep en het type contract en aantal fte dat zij hebben. De PSO-doelgroep bestaat o.a. uit mensen met de volgende uitgangspunten: WAJONG, SW-geïndiceerd, WW, BBL/BOL, etc.

<sup>5</sup> <https://www.pso-nederland.nl/gecertificeerde-organisaties-2/online-marktplaats> geraadpleegd 9 augustus 2021



- je indirecte sociale bijdrage: inkoop bij andere PSO-organisaties en sociaal werkbedrijven.
4. **Inzicht in PSO-score:** op basis van je ingevulde gegevens krijg je je voorlopige score te zien, en je trede op de PSO-ladder (zie kader).

**PSO-ladder.** De PSO-ladder bestaat uit vier oplopende treden: Aspirant, Trede 1, Trede 2 en Trede 3. Daarbij is je trede afhankelijk van controleerbare kwantitatieve gegevens. Als je tot de 10% best presterende bedrijven (van jouw omvang) op sociaal ondernemen hoort, dan zit je in Trede 3. Zit je bij de beste 25%, dan zit je in Trede 2. De beste 35% zit in Trede 1. Kom je nog niet in aanmerking voor Trede 1, maar heb je wel de intentie om binnen 2 jaar door te groeien naar Trede 1? Dan ben je Aspirant.

5. **Kwalitatieve checklist:** afhankelijk van je voorlopige score (en trede) krijg je een checklist. In deze checklist lever je bewijzen aan voor hoe je je inzet voor de volgende aspecten:
- Hoe je zorgt voor passend werk voor de PSO-doelgroep;
  - Hoe je ervoor zorgt dat de PSO-doelgroep integreert in je organisatie;
  - Hoe je bezig bent met het functioneren en de ontwikkeling van de PSO-doelgroep;
  - Hoe je de begeleiding van de PSO-doelgroep vormgeeft.
6. **Indienen aanvraag:** als je alles volledig en juist hebt ingevuld, dien je een auditverzoek in bij één van de vier certificerende instellingen.

De certificerende instelling controleert je ingevoerde gegevens en voert een werkplekbezoek uit. Ook hiervoor wordt, net als bij de MVO Prestatieladder, een auditdagen-tabel gebruikt. Wel is de tijdsduur een stuk korter: tussen de 0,75 en 2 mandagen. Hiervoor betaal je de certificerende instelling een marktconform bedrag. Ook betaal je jaarlijks tussen de €500 en €5.950 aan TNO voor het keurmerk. Doe je dat en heb je de audit gehaald? Dan mag jij het PSO-keurmerk voeren. Gefeliciteerd!

Je keurmerk is twee jaar geldig. Na die twee jaar kun je je laten hercertificeren door een nieuwe aanvraag in te dienen in MijnPSO o.b.v. de dan geldende eisen. Het proces volgt dan dezelfde stappen als hierboven beschreven.



Voor meer informatie: kijk op de website <https://www.pso-nederland.nl/> of download de PSO-handleiding.

### ***GESCHIKT / NIET GESCHIKT***

De Prestatieladder Socialer Ondernemen onderscheidt zich van de andere keurmerken doordat de focus op arbeidsparticipatie ligt. Wil je dus aantonen dat jouw onderneming zich inzet voor mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt, dan is dit een geschikt keurmerk. Bovendien is de kans groot dat naar dit keurmerk gevraagd wordt in aanbestedingen. Wil je daarop voorbereid zijn, dan is dit keurmerk ook zeer de moeite waard.





# Meer weten?

Neem gerust contact met ons op.

“Wil je aan de slag met het behalen van een keurmerk voor  
jouw impactonderneming? We begeleiden je graag.”

050 211 00 51

[rients@alexanderimpact.nl](mailto:rients@alexanderimpact.nl)



Rients Verschoor  
Impactstrateeg