

Bijlage B: Referentiematrix

Nr.	Vraag	Antwoord op de vraag	Bron
MVO-principes			
1	<p>Onze organisatie legt rekenschap af van onze effecten op de maatschappij, de economie en het milieu.</p> <p>Welke activiteiten onderneemt uw organisatie om invulling aan dit principe te geven?</p> <p>Wij leggen rekenschap af van:</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> de effecten van onze bedrijfsvoering op de maatschappij, het milieu en de economie en in het bijzonder van de eventuele negatieve effecten; <input type="checkbox"/> de maatregelen die we hebben genomen om herhaling van die negatieve effecten te voorkomen; <input type="checkbox"/> anders, namelijk..... <p>Toelichting/voorbeelden:</p>	<p>ECOdrive legt rekenschap af door het effect van het product op people, planet en profit structureel mee te nemen in de overwegingen. Het product dat ECOdrive verhandelt, grijpt direct in op het rijgedrag van bestuurders, oftewel verantwoordelijkheid voor veilig rijgedrag staat binnen ECOdrive bovenaan op de agenda. De filosofie van ECOdrive is dat de elektronica altijd moet werken en nooit mag uitvallen. Dit heeft een cruciale invloed gehad op de productontwikkeling. De veiligheid van bestuurders en overige weggebruikers mag immers nooit in het geding komen. Dit leidt ertoe dat producten jarenlang meegaan zonder problemen. Mocht de ECOdrive alsnog stukgaan, dan wordt automatisch de instelling aangenomen waarmee het voertuig zonder invloed van ECOdrive verder kan rijden. Oftewel het voertuig valt terug in de oude, niet afgestelde instellingen. Het kan dus niet voorkomen dat een voertuig stopt, niet meer kan rijden etc. Mede door een uitgebreide productontwikkeling wordt getracht zo veel mogelijk potentiële problemen voorafgaand aan de introductie te verhelpen. Mochten klanten na het inbouwen van het product alsnog problemen ondervinden, dan worden deze direct verholpen, en bij eventuele structurele problemen worden er maatregelen genomen om herhaling te voorkomen. ECOdrive is ontwikkeld vanuit de gedachte dat het een toegevoegde waarde moet zijn op drie hoofdaspecten: veiliger, beter voor het milieu, kostenbesparend. ECOdrive legt dus rekenschap af van het effect van de eigen bedrijfsvoering op de maatschappij, het milieu, de economie en de imagoverbetering op MVO-gebied bij klanten.</p> <p>ECOdrive legt rekenschap af door:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Maatregelen te nemen om herhaling van negatieve effecten te voorkomen; - Het analyseren van het effect van de eigen bedrijfsvoering op de maatschappij, het milieu en de economie; - Deel te nemen aan maatschappelijke discussies en daarin bij te dragen aan de beeldvorming van duurzaamheid, veiligheid en mobiliteit; - De MVO resultaten van klanten monitoren en bijsturen en ondersteunen op aanvraag van de klant; - Structureel innoveren om daarmee de gewenste effecten te kunnen blijven waarborgen; - Duurzaamheidsadvisering op mobiliteitsgebied en kennisdeling met diverse 	<p>http://www.ecodrive.eu/nl/mvo/mvo-en-ecodrive</p> <p>Zelfverklaring ISO26000 ECOdrive, p. 14</p>

Nr.	Vraag	Antwoord op de vraag	Bron												
MVO-principes															
		partners.													
2	<p>Onze organisatie is transparant over besluiten en activiteiten die een effect hebben op de omgeving.</p> <p>Welke activiteiten onderneemt uw organisatie om invulling aan dit principe te geven?</p> <p>Wij zijn transparant over:</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> het doel, de aard en de plaats van onze activiteiten; <input type="checkbox"/> wie het meerderheidsbelang in onze organisatie heeft; <input type="checkbox"/> de manier waarop besluiten tot stand komen; <input type="checkbox"/> welke verantwoordelijkheden en bevoegdheden bij die functies horen in het kader van de besluitvorming; <input type="checkbox"/> wie welke functie binnen onze organisatie heeft in het kader van de besluitvorming; <input type="checkbox"/> hoe onze MVO-prestaties worden geëvalueerd; <input type="checkbox"/> onze MVO-prestaties op significante onderwerpen; <input type="checkbox"/> onze financiële prestaties; <input type="checkbox"/> waar onze financiële middelen vandaan komen; <input type="checkbox"/> de gevolgen van ons beleid en onze organisatiebeslissingen en -activiteiten op de omgeving (belanghebbenden, de maatschappij, het milieu enz.); <input type="checkbox"/> wie wij als onze stakeholders beschouwen; <input type="checkbox"/> de manier waarop deze stakeholders zijn geselecteerd; <input type="checkbox"/> hoe deze stakeholders worden betrokken bij de organisatie; <input type="checkbox"/> anders, namelijk..... <p>Deze informatie is:</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Openbaar en gemakkelijk beschikbaar. <input type="checkbox"/> Begrijpelijk voor onze stakeholders. <input type="checkbox"/> Tijdig, feitelijk juist, duidelijk en objectief. <p>Waar is deze informatie te vinden?</p> <p>.....</p> <p>Toelichting/voorbeelden:</p>	<p>ECOdrive is transparant over de toepassingen van het product. De wijze waarop de productontwikkeling heeft plaatsgevonden, wordt beschouwd als concurrentiegevoelig en wordt dus niet gedeeld met externe partijen. Echter, de functionaliteit, de toepassing, de werkzaamheid en nieuwe ontwikkelingen worden al voorafgaand aan de daadwerkelijke ontwikkeling gecommuniceerd met de verschillende stakeholders. Deze stakeholdersdialog en uitgebreide politieke testtrajecten zorgen er immers voor dat we een betere productontwikkeling kunnen nastreven en dat er beter in de afnemersbehoeften wordt voorzien, dat ECOdrive meer naamsbekendheid geniet onder fleetowners en dat ECOdrive meer kennis tot zich kan nemen die het bedrijf intern niet ter beschikking heeft. De bijdrage van ECOdrive en zijn klanten aan maatschappelijk verantwoord ondernemen wordt uitgebreid gecommuniceerd. Mede om klanten te ondersteunen in het bereiken van een hogere status op de CO₂-Prestatieladder en om voor ECOdrive aantoonbaar te maken wat het directe effect is op de brandstofbesparing, de CO₂-reductie en de uitstoot van overige schadelijke stoffen. De MVO-prestaties van ECOdrive en zijn partners wordt gecommuniceerd middels het strategische MVO-model en de negen deelgebieden. Aan de hand van deze deelgebieden wordt gecommuniceerd op welke wijze ECOdrive maatschappelijk verantwoord onderneemt en op welke wijze de verschillende stakeholders daar invloed op uitoefenen.</p> <p><u>Deelgebieden:</u></p> <table border="0"> <tr> <td>People</td> <td>Planet</td> <td>Profit</td> </tr> <tr> <td><i>Ethics</i></td> <td><i>Production</i></td> <td><i>Continuity</i></td> </tr> <tr> <td><i>Safety</i></td> <td><i>Energy</i></td> <td><i>Innovation</i></td> </tr> <tr> <td><i>Employability</i></td> <td><i>Air</i></td> <td><i>Image</i></td> </tr> </table> <p>Deze deelgebieden zijn verder onderverdeeld naar verschillende factoren die voor ECOdrive van toepassing zijn. Alle informatie is op de website beschikbaar en in eventuele naslagwerken.</p>	People	Planet	Profit	<i>Ethics</i>	<i>Production</i>	<i>Continuity</i>	<i>Safety</i>	<i>Energy</i>	<i>Innovation</i>	<i>Employability</i>	<i>Air</i>	<i>Image</i>	<p>http://www.ecodrive.eu/nl/mvo/mvo-en-ecodrive</p> <p>Zelfverklaring ISO26000 ECOdrive, p. 14</p>
People	Planet	Profit													
<i>Ethics</i>	<i>Production</i>	<i>Continuity</i>													
<i>Safety</i>	<i>Energy</i>	<i>Innovation</i>													
<i>Employability</i>	<i>Air</i>	<i>Image</i>													

Nr.	Vraag	Antwoord op de vraag	Bron
MVO-principes			
		
3	<p>Onze organisatie gedraagt zich ethisch.</p> <p>Welke activiteiten onderneemt uw organisatie om invulling aan dit principe te geven?</p> <p>Wij:</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> maken onze kernwaarden en principes bekend; <input type="checkbox"/> richten onze bestuursstructuren op een manier in die ethisch gedrag bevordert (bijvoorbeeld door het voorkomen van belangenverstremgeling); <input type="checkbox"/> benoemen en passen normen voor ethisch gedrag toe, die aansluiten bij onze eigen doelstellingen en activiteiten en bij NEN-ISO 26000; <input type="checkbox"/> moedigen het naleven van deze normen aan; <input type="checkbox"/> maken de gedragsnormen bekend die worden verwacht van verschillende mensen in en om de organisatie (bijvoorbeeld bestuur, medewerkers, leveranciers, contractanten, eigenaren en managers); <input type="checkbox"/> voorkomen belangenconflicten die zouden kunnen leiden tot onethisch gedrag of lossen deze op in de hele organisatie; <input type="checkbox"/> stellen toezicht- en beheersingsmechanismen in om ethisch gedrag te monitoren, te ondersteunen en te versterken; <input type="checkbox"/> stellen mensen binnen en buiten onze organisatie in staat onethisch gedrag te melden, zonder angst voor represailles; <input type="checkbox"/> herkennen en pakken situaties waarin lokale wet- en regelgeving niet bestaan, of conflicteren met ethisch gedrag aan; <input type="checkbox"/> leven internationaal erkende normen van ethisch gedrag bij medisch onderzoek na; <input type="checkbox"/> respecteren het welzijn van dieren; <input type="checkbox"/> anders, namelijk..... <p>Hoe is dit ethische gedrag geformaliseerd?</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Gedragscode, namelijk..... <input type="checkbox"/> Klokkenluidersregeling, namelijk..... 	<p>Ethisch, rechtvaardig en integer handelen is voor ECOdrive van groot belang. Immers, een goede relatie die goed onderhouden wordt, blijft voor het leven in het perspectief van ECOdrive. ECOdrive streeft naar een situatie waar gewin plaatsvindt voor alle partijen in de keten. Door eerlijk, open en transparant te handelen wordt getracht een ethische en integere organisatie in de markt te zetten. ECOdrive werkt volgens vaste principes en kernwaarden die diep verankerd zijn binnen de onderneming. ECOdrive werkt volgens de vastgestelde en openlijk gecommuniceerde normen en waarden, neemt morele verantwoordelijkheid, handelt integer en managet risico's effectief. De normen zoals genoemd in het rapport "Nederlandse norm NEN-ISO 26000, richtlijn voor maatschappelijke verantwoordelijkheid van organisaties" worden gehanteerd om een eenduidige MVO-werkwijze uit te stralen. De vastgestelde normen ziet men terug in de beoordeling van personeelsleden en relaties (dealers). De reden dat daarop aangestuurd wordt, is om conflicten te voorkomen en het ethische gedrag te kunnen monitoren door beheermechanismen in te bouwen in de werkwijze. ECOdrive tracht alleen met leveranciers te werken die arbeidsregels, richtlijnen, wetgeving en politieke regelgeving volgens de wereldwijd aanvaarde normen in acht nemen. Ethisch gedrag van ECOdrive is geformaliseerd in het beleid van de distributeur en het beleid van de producent die gezamenlijk de markt bewerken. ECOdrive voelt zich moreel verantwoordelijk voor alle activiteiten die plaatsvinden binnen de keten met betrekking tot het geleverde product. Dit houdt in dat eventuele ontstane conflicten met dealers en eindafnemers te allen tijde snel, netjes en adequaat opgelost worden, in eerste instantie door de desbetreffende dealer en anders door ECOdrive zelf. De serviceverlening van ECOdrive is daarom ook gericht op totaalvoorziening.</p>	<p>http://www.ecodrive.eu/nl/mvo/mvo-en-ecodrive</p> <p>Zelfverklaring ISO26000 ECOdrive, p. 14</p>

Nr.	Vraag	Antwoord op de vraag	Bron
MVO-principes			
	<input type="checkbox"/> Beleid of standaard voor ethisch gedrag, namelijk..... <input type="checkbox"/> Anders, namelijk Toelichting/voorbeelden:		
4	<p>Onze organisatie respecteert de belangen van stakeholders en speelt hierop in.</p> <p>Welke activiteiten onderneemt uw organisatie om invulling aan dit principe te geven?</p> <p>Wij:</p> <input type="checkbox"/> weten wie onze stakeholders zijn; <input type="checkbox"/> erkennen en waarderen stakeholders en we reageren op bezorgdheid van stakeholders; <input type="checkbox"/> onderkennen dat stakeholders de activiteiten van onze organisatie kunnen beïnvloeden; <input type="checkbox"/> hebben vastgesteld of stakeholders in staat zijn met ons in contact te treden om invloed uit te oefenen en wij houden hier rekening mee; <input type="checkbox"/> wegen de belangen van onze stakeholders in het licht van bredere maatschappelijke verwachtingen; <input type="checkbox"/> houden rekening met de belangen van stakeholders waarmee we geen formele relatie hebben; <input type="checkbox"/> anders, namelijk..... Toelichting/voorbeelden:	<p>De verschillende betrokkenen (stakeholders) zijn van invloed op het succes van ECOdrive. ECOdrive heeft zijn stakeholders in kaart gebracht en bepaald op welke wijze zij invloed uitoefenen. De stakeholders zijn onderverdeeld in interne, externe, en interface stakeholders. Dit wordt tevens toegelicht in het strategische MVO-model dat ECOdrive hanteert. Daarnaast is bepaald in welke mate die invloed uitgeoefend wordt per stakeholdergroep. ECOdrive erkent de invloed van stakeholders en bewerkt deze groepering actief om hen mee in beweging te krijgen en een gezamenlijk doel na te streven, namelijk een succesvolle exploitatie van het product. Door middel van stakeholderdialogen op basis van een jaarlijks wagenparkbeheerders- en gebruikersonderzoek tracht ECOdrive de directe behoefte onder wagenparkbeheerders en gebruikers te onderzoeken. Door actief te luisteren naar de doelgroep wordt getracht te komen tot nieuwe productontwikkelingen of producttoepassingen die bijdragen aan een groter draagvlak onder alle betrokken partijen. Dat houdt tevens in dat bepaalde concessies gedaan moeten worden en dat deze op transparante wijze ook extern worden gecommuniceerd. ECOdrive stelt zich open voor de communicatie van de toekomst en zal door middel van verschillende communicatieve uitingen een tweezijdige communicatie met stakeholders proberen op te zetten. De reden daarvoor is dat het product sterk inspeelt op de emoties en het gevoel van vrijheid bij gebruikers. ECOdrive is van mening dat een product waar niet alle partijen voordeel in zien geen structurele levensvatbaarheid heeft. Oftewel, ECOdrive probeert naast de economische en ecologische doelstellingen van het product ook de gebruikers tevreden te stellen die met het product beperkt worden in het dagelijkse rijgedrag. Bewustwording van invloed op veiligheid, veilig weggedrag en imago van de onderneming staat daarin centraal om voertuigbestuurders erbij te betrekken en positief in beweging te krijgen.</p>	<p>http://www.ecodrive.eu/nl/mvo/mvo-en-ecodrive</p> <p>Zelfverklaring ISO26000 ECOdrive, p. 15</p>
5	<p>Onze organisatie respecteert de geldende wet- en regelgeving.</p> <p>Welke activiteiten onderneemt uw organisatie om invulling aan dit principe te geven?</p> <p>Wij:</p>	<p>ECOdrive is op de hoogte van de wet en regelgeving voor de landen waarin de organisatie actief is. ECOdrive voldoet aan de wettelijke normen en regelgeving. Indien dat niet het geval is, wordt daaraan voldaan door maatregelen te nemen.</p>	<p>http://www.ecodrive.eu/nl/mvo/mvo-en-ecodrive</p> <p>Zelfverklaring ISO26000</p>

Nr.	Vraag	Antwoord op de vraag	Bron
MVO-principes			
	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> stellen ons op de hoogte van de toepasselijke wet- en regelgeving; <input type="checkbox"/> leven wetgeving na in alle landen waar wij actief zijn, ook als handhaving vanuit de overheid gebrekkig is; <input type="checkbox"/> treffen maatregelen om ervoor te zorgen dat onze relaties en activiteiten in overeenstemming met wet- en regelgeving zijn; <input type="checkbox"/> informeren medewerkers over recente en relevante wet- en regelgeving en hoe zij deze kunnen naleven; <input type="checkbox"/> beoordelen periodiek of de organisatie nog voldoet aan wet- en regelgeving; <input type="checkbox"/> anders, namelijk..... <p>Toelichting/voorbeelden:</p>		<p>ECOdrive, p. 15</p>
6	<p>Onze organisatie respecteert de internationale gedragsnormen.</p> <p>Welke activiteiten onderneemt uw organisatie om invulling aan dit principe te geven?</p> <p>Wij:</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> respecteren minimaal de internationale gedragsnormen in landen waar wetgeving het milieu of de maatschappij onvoldoende beschermt of conflicteert met internationale gedragsnormen; <input type="checkbox"/> heroverwegen onze relaties en activiteiten in gebieden wanneer de internationale gedragsnormen niet worden nageleefd; <input type="checkbox"/> proberen relevante organisaties en autoriteiten te overtuigen conflictering van wet- en regelgeving met internationale gedragsnormen op te lossen; <input type="checkbox"/> voorkomen dat we medeplichtig zijn aan het schenden van de internationale gedragsnormen door andere organisaties; <input type="checkbox"/> anders, namelijk..... <p>Toelichting/voorbeelden:</p>	<p>ECOdrive respecteert de internationale gedragsnormen en zal in het geval van onvoldoende bescherming door wet- en regelgeving zelf trachten door ethisch en verantwoord handelen invulling te geven aan de internationale gedragsnormen. Een onderdeel daarvan is in de ogen van ECOdrive respect voor de gewoonten en cultuur van het handelsland. ECOdrive zal zich zo veel mogelijk proberen aan te passen om een structurele integratie mogelijk te maken. ECOdrive voorkomt dat de organisatie zich schuldig zou kunnen maken aan het schenden van internationale gedragsnormen en tracht met een juiste leveranciersselectie te voorkomen dat eventuele handelspartners niet conform internationale wet- en regelgeving/gedragsnormen te werk gaan. ECOdrive zal niet opereren in landen waar ECOdrive zelf als organisatie niet kan voldoen aan de internationale gedragsnormen of in landen waarin algemeen geaccepteerde gedragsnormen niet in acht worden genomen.</p>	<p>http://www.ecodrive.eu/nl/mvo/mvo-en-ecodrive</p> <p>Zelfverklaring ISO26000 ECOdrive, p. 15</p>

Nr.	Vraag	Antwoord op de vraag	Bron
MVO-principes			
7	<p>Onze organisatie respecteert en erkent de universele mensenrechten.</p> <p>Welke activiteiten onderneemt uw organisatie om invulling aan dit principe te geven?</p> <p>Wij:</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> respecteren deze rechten in alle landen, culturen en situaties; <input type="checkbox"/> ondernemen stappen in situaties waarin de mensenrechten worden geschonden in het kader van onze bedrijfsvoering, de waardeketen en/of onze invloedssfeer; <input type="checkbox"/> maken geen misbruik van of halen geen voordeel uit situaties waarin de mensenrechten onvoldoende zijn beschermd; <input type="checkbox"/> respecteren de internationale gedragsnormen;"; <input type="checkbox"/> anders, namelijk..... <p>Toelichting/voorbeelden:</p> <p>.....</p>	<p>ECOdrive erkent, respecteert en bevordert “de Universele Verklaring van de Rechten van de Mens”. Dit doet ECOdrive door alleen samen te werken met leveranciers die aannemelijk kunnen maken geen misbruik te maken van medewerkers en het geldende arbeidsrecht. Het productieproces van alle componenten geschiedt volautomatisch en er komt geen handwerk of ongeschoold werk aan te pas. Hierdoor komt inbreuk op “de Universele Verklaring van de Rechten van de Mens” niet voor bij ECOdrive, Pardoel Automotive of één van de leveranciers. De productie van het product zelf geschiedt in Nederland door Pardoel Automotive (Producent). Pardoel Automotive heeft R&D en persoonlijke ontwikkeling hoog in het vaandel staan en richt zich daarbij ook sterk op eerlijke beloning en employability. ECOdrive wenst geen zaken te doen met partners die niet aan deze voorwaarden voldoen. Mocht het voorkomen dat een (in)directe partij toch inbreuk doet op de rechten van de mens, dan zal direct de samenwerking beëindigd worden. Dit kan afhankelijk van het soort inbreuk tot gevolg hebben dat er verdere stappen worden ondernomen in de vorm van rechtsvervolging of het benaderen van de media als de organisatie na het verzoek te stoppen toch doorgaat met de bedrijfsactiviteiten.</p>	<p>http://www.ecodrive.eu/nl/mvo/mvo-en-ecodrive</p> <p>Zelfverklaring ISO26000 ECOdrive, p. 15</p>
8	<p>Hoe heeft uw organisatie haar stakeholders geïdentificeerd (wie zijn daarbij in wat voor vorm geraadpleegd)?</p> <p>.....</p>	<p>ECOdrive is qua opzet een relatief klein bedrijf maar heeft een groot aantal betrokken stakeholders. De producten van ECOdrive hebben een grote invloed op bedrijven, wat als gevolg heeft dat verschillende betrokken partijen invloed uitoefenen. Omdat ECOdrive zich sterk bewust is van de rol die deze stakeholders vervullen, worden ze ingedeeld in interne, externe en latente stakeholders. Tevens maakt ECOdrive gebruik van het stakeholder mapping model van Mitchell, Agle en Wood (1997, 1999). Met behulp van dit model wordt het gedrag van de verschillende stakeholders in kaart gebracht. Dit model brengt stakeholders in kaart aan de hand van drie onderdelen: macht, rechtmatigheid en urgentie. De stakeholders die op meerdere vlakken of alle vlakken invloed uitoefenen, worden beschouwd als de stakeholders met de hoogste prioriteit die het actiefst bewerkt moeten worden. ECOdrive is zich ook bewust van de krachtsverhoudingen tussen de klanten en de wet van grote getallen, oftewel, weinig invloedrijke stakeholders (gebruikers) die hun krachten bundelen, hebben een dusdanige invloed dat zij het gehele beslissingsproces kunnen maken of breken. Het bepalen van het belang per stakeholder en de invloed die zij uitoefenen, is cruciaal voor een juiste bewerking. ECOdrive dient dus in beschouwing te nemen welke verplichtingen men heeft</p>	<p>http://www.ecodrive.eu/nl/mvo/mvo-en-ecodrive</p> <p>Zelfverklaring ISO26000 ECOdrive, p. 17</p>

Nr.	Vraag	Antwoord op de vraag	Bron																					
MVO-principes																								
		<p>richting welke partijen, welke stakeholders een eventuele succesvolle implementatie kracht bij kunnen zetten en welke partijen bezwaren hebben bij het in gebruik nemen van het product.</p>																						
9	<p>Wie zijn de stakeholders van uw organisatie?</p>	<p>De verschillende stakeholders van de organisatie zijn:</p> <table border="0"> <tr> <td>Internal</td> <td>External</td> <td>Interface</td> </tr> <tr> <td><i>Medewerkers</i></td> <td><i>Klanten</i></td> <td><i>Wet- en regelgevers</i></td> </tr> <tr> <td><i>Aandeelhouders</i></td> <td><i>Media</i></td> <td><i>Regulerende instanties</i></td> </tr> <tr> <td><i>Pardoel Automotive B.V.</i></td> <td><i>Brancheverenigingen</i></td> <td><i>Subsidiegevers</i></td> </tr> <tr> <td><i>Prof Save Europe B.V.</i></td> <td><i>Leveranciers</i></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td><i>Maatschappij</i></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td><i>Dealers</i></td> <td></td> </tr> </table> <p>Voorbeelden Interace stakeholders ECOdrive:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Agentschapnl: EIA subsidie - Syntens: innovatieondersteuning en internationalisatie subsidie - RDW: voertuigeisen, wetten en verplichtingen - Diverse gecertificeerde keuringsinstanties: E-keur <p>Voorbeelden External stakeholders</p> <ul style="list-style-type: none"> - Opleidingsinstituten en universiteiten: Intelligent Speed Adeptment research - Brancheverenigingen zoals de KNV (Koninklijk Nederlands Vervoer) - Diverse media, (radio en televisie): Opinievorming projecten met een maatschappelijke invloed zoals ISA <p>Welke algemene rol interne stakeholders, dealers, leveranciers en klanten op een organisatie uitoefenen moge voor iedereen duidelijk zijn.</p>	Internal	External	Interface	<i>Medewerkers</i>	<i>Klanten</i>	<i>Wet- en regelgevers</i>	<i>Aandeelhouders</i>	<i>Media</i>	<i>Regulerende instanties</i>	<i>Pardoel Automotive B.V.</i>	<i>Brancheverenigingen</i>	<i>Subsidiegevers</i>	<i>Prof Save Europe B.V.</i>	<i>Leveranciers</i>			<i>Maatschappij</i>			<i>Dealers</i>		<p>http://www.ecodrive.eu/nl/mvo/mvo-en-ecodrive</p> <p>Zelfverklaring ISO26000 ECOdrive, p. 17</p>
Internal	External	Interface																						
<i>Medewerkers</i>	<i>Klanten</i>	<i>Wet- en regelgevers</i>																						
<i>Aandeelhouders</i>	<i>Media</i>	<i>Regulerende instanties</i>																						
<i>Pardoel Automotive B.V.</i>	<i>Brancheverenigingen</i>	<i>Subsidiegevers</i>																						
<i>Prof Save Europe B.V.</i>	<i>Leveranciers</i>																							
	<i>Maatschappij</i>																							
	<i>Dealers</i>																							
10	<p>Waarom en waarbij betreft uw organisatie haar stakeholders (geef voorbeelden van de manier waarop uw organisatie dat heeft gedaan)?</p> <p>Wij betrekken onze stakeholders erbij om:</p> <p><input type="checkbox"/> inzicht te krijgen in de impact van onze besluiten en activiteiten op specifieke stakeholders;</p> <p><input type="checkbox"/> erachter te komen of onze positieve impact op de omgeving kan worden vergroot en negatieve impact kan worden verkleind;</p>	<p>Stakeholderbetrokkenheid laat ECOdrive plaatsvinden door actief aan te sturen op tweezijdige communicatie. Testtrajecten onder een deelpopulatie van de doelgroep worden ingezet om inzicht te krijgen in de effecten van nieuwe ontwikkelingen en de opinie van de verschillende betrokkenen. De dialoog wordt aangegaan middels vergaderingen, interviews en trainingen. Naast deze testtrajectgerichte communicatie stimuleert ECOdrive zijn stakeholders betrokkenheid te tonen. Er wordt een omgeving geboden waarin jaarlijks een dealer-, wagenparkbeheerder- en gebruikersonderzoek plaatsvindt om alle schakels in de keten te kunnen analyseren om eventuele bedrijfskundige of productinhoudelijke verbeteringen te realiseren. Social media zijn steeds toegankelijker voor meerdere partijen. ECOdrive tracht een</p>	<p>http://www.ecodrive.eu/nl/mvo/mvo-en-ecodrive</p> <p>Zelfverklaring ISO26000 ECOdrive, p. 17</p>																					

Nr.	Vraag	Antwoord op de vraag	Bron
MVO-principes			
	<p>.....</p> <p><input type="checkbox"/> erachter te komen of onze claims met betrekking tot maatschappelijke verantwoordelijkheid geloofwaardig worden gevonden;</p> <p>.....</p> <p><input type="checkbox"/> onze MVO-prestaties te beoordelen;</p> <p>.....</p> <p><input type="checkbox"/> mogelijke conflicten tussen onze eigen belangen, die van onze stakeholders en de algemene maatschappelijke verwachtingen te bespreken en zo mogelijk op te lossen;</p> <p>.....</p> <p><input type="checkbox"/> aan bepaalde wettelijke verplichtingen die we ten opzichte van stakeholders hebben te voldoen;</p> <p>.....</p> <p><input type="checkbox"/> transparant te zijn in wat we doen (onze activiteiten en besluiten);</p> <p>.....</p> <p><input type="checkbox"/> waar mogelijk partnerschappen te vormen die voor ons en onze stakeholders voordelen bieden;</p> <p>.....</p> <p><input type="checkbox"/> anders, namelijk.....</p>	<p>toegankelijke organisatie te zijn waar mensen hun mening kwijt kunnen en gezamenlijk bij kunnen dragen aan duurzame innovaties. Stakeholders worden erbij betrokken om duurzame innovaties mogelijk te maken, een groter draagvlak te creëren voor het product, eventuele obstakels weg te nemen, MVO-prestaties te beoordelen en transparantie te tonen. ECOdrive is ervan overtuigd dat open communicatie leidt tot sterke partnerships met key stakeholders. Deze partnerships dragen bij aan concurrentiekracht, imago-versterking en verbeterde productontwikkeling.</p>	
11	<p>Geef aan of u bij het bepalen van relevante onderwerpen hebt gekeken naar:</p> <p><input type="checkbox"/> De eigen activiteiten en besluiten.</p> <p><input type="checkbox"/> Activiteiten en besluiten van organisaties in de waardeketen en invloedssfeer van uw organisatie.</p> <p><input type="checkbox"/> Dagelijkse activiteiten en bijzondere situaties.</p>	<p>MVO dient als grondslag bij de opbouw van het product ECOdrive. Voorafgaand aan de productie van de eerste ECOdrive werd de constatering gedaan dat bij een aanzienlijk aantal bedrijven zakelijke voertuigbestuurders rijgedrag vertoonden dat de veiligheid, het brandstofgebruik, het onderhoud en de schade van de voertuigen en het imago van het desbetreffende bedrijf niet ten goede kwam. Een logisch gevolg van een afname van het brandstofverbruik is uiteraard de milieuontlasting door een verminderde uitstoot van schadelijke stoffen. Vanuit deze constatering is Pardoel Automotive gekomen tot de ontwikkeling van het product ECOdrive dat aanstuurt op duurzaam rijden onder de noemer van "Het nieuwe rijden". Wanneer dit vergeleken wordt met de relevantie, kijkt ECOdrive naar alle stakeholders die invloed kunnen uitoefenen in het primaire proces. Namelijk het proces van productie naar levering tot klanttevredenheid. Binnen deze fase zijn er een groot aantal factoren die dit proces zowel in positieve als in negatieve zin kunnen beïnvloeden. Niet alle aspecten van maatschappelijk verantwoord ondernemen zijn direct van toepassing op ECOdrive door het soort product dat geleverd wordt en de omstandigheden</p>	<p>http://www.ecodrive.eu/nl/mvo/mvo-en-ecodrive</p> <p>Zelfverklaring ISO26000 ECOdrive, p. 18</p> <p>Zelfverklaring ISO26000 ECOdrive, p. 55</p>

Nr.	Vraag	Antwoord op de vraag	Bron
MVO-principes			
		<p>waarin het product geleverd kon worden. Van de zeven MVO-principes wordt aangegeven in welke mate ze relevant zijn voor ECOdrive.</p> <p>Bij het bepalen van de relevante onderwerpen is gekeken naar:</p> <ul style="list-style-type: none"> - De eigen bedrijfsactiviteiten - De invloed op de besluiten - De invloed die het uitoefent op de diverse stakeholders - Lange termijn continuïteit van de onderneming - Duurzaamheidsperceptie bij stakeholders - Veiligheid van bestuurders - De invloed die het uitoefent op het milieu - Afweging financiële kosten t.o.v. kwaliteit <p>Om een duidelijk inzicht te hebben in de relevantie van de 37 MVO onderwerpen verwijs ik u naar bijlage 3: voorbeeldtabel voor het vaststellen van relevantie, significantie en prioriteit van MVO-onderwerpen. Zelfverklaring ISO26000 ECOdrive, p. 55</p>	
12	<p>Welke onderwerpen zijn relevant?</p>	<p><u>Accountability</u>: Zeer relevant: ECOdrive voelt zich moreel verantwoordelijk voor het effect dat het product heeft op mens, maatschappij, milieu en bedrijfsleven.</p> <p><u>Transparantie</u>: Zeer relevant: ECOdrive stelt zich transparant op door openlijk een tweezijdige communicatie met stakeholders aan te gaan om te komen tot duurzame ontwikkelingen en bedrijfsvoering.</p> <p><u>Ethisch gedrag</u>: Relevant: ECOdrive opereert vanuit de in de organisatie verankerde normen en waarden en tracht te allen tijde ethisch en integer te handelen.</p> <p><u>Respect voor stakeholderbelangen</u>: Zeer relevant: ECOdrive is erg afhankelijk van de opinie van de stakeholders. Effectief stakeholdermanagement behoort dus tot de kernactiviteiten van het bedrijf. Zonder effectief stakeholdermanagement en strategische afhankelijkheid zijn er weinig partijen die zaken willen doen met ECOdrive vanuit de weerstand die het product oproept onder voertuigbestuurders.</p> <p><u>Respect voor wet- en regelgeving</u>: Relevant: Het product ECOdrive voldoet aan alle gestelde voorwaarden betreffende wet- en regelgeving. Indien er niet aan voorwaarden wordt voldaan, dan wordt alles op alles</p>	<p>http://www.ecodrive.eu/nl/mvo/mvo-en-ecodrive</p> <p>Zelfverklaring ISO26000 ECOdrive, p. 18</p> <p>Zelfverklaring ISO26000 ECOdrive, p. 55</p>

Nr.	Vraag	Antwoord op de vraag	Bron
MVO-principes			
		<p>gezet om daar alsnog aan te voldoen.</p> <p><u>Respect voor internationale gedragsnormen:</u> Niet relevant: ECOdrive opereert niet internationaal. Dit wordt gedaan door partners in de desbetreffende landen die zicht hebben op de geldende gedragsnormen in het desbetreffende land. De verantwoordelijkheid is verlegd naar deze partners, maar ECOdrive neemt wel de morele verantwoordelijkheid door effectief in te grijpen indien wordt geconstateerd dat een internationale partner geen gehoor geeft aan de desbetreffende wet- en regelgeving en gedragsnormen.</p> <p><u>Respect voor mensenrechten:</u> Niet relevant: In het productieproces van de componenten vindt geen menselijke arbeid plaats. De productie van de componenten geschiedt volautomatisch. De assemblage van de ECOdrive vindt plaats in Nederland bij Pardoel Automotive. Pardoel Automotive wordt gedreven door het bieden van goed werkgeverschap en zal dus nooit ofte nimmer mensenrechten schaden. Bij een eventuele constatering van het schenden van mensenrechten door één van de partners of leveranciers wordt direct gestopt met de samenwerking en worden afhankelijk van de schending (inter)nationale rechtsinstanties ingeschakeld.</p> <p>Relevantie van MVO-kernthema's: <u>Bestuur van de organisatie:</u> Relevant: Juist doordat ECOdrive in samenwerking met Pardoel Automotive een kleine organisatie is, is de organisatie erg flexibel en kan eenvoudig en adequaat ingespeeld worden op veranderingen in de markt, behoeften en wet- en regelgeving.</p> <p><u>Mensenrechten:</u> Niet relevant: Zoals hierboven beschreven vindt er geen schending van mensenrechten plaats doordat de bedrijfsactiviteiten daar niet naar zijn.</p> <p><u>Arbeidsomstandigheden:</u> Relevant: De arbeidsomstandigheden en bijbehorende voorzieningen zijn conform de Nederlandse CAO. Goed werkgeverschap wordt gestimuleerd en de organisatie is sterk gericht op persoonlijke ontwikkeling vanuit de gedachte dat als men zich persoonlijk ontwikkelt dat bijdraagt aan de kwaliteit van het product.</p> <p><u>Milieu:</u> Zeer relevant: Het product draagt sterk bij aan milieuentlasting en kan bij grootschalige productie een grote impact hebben op de landelijke uitstoot van schadelijke stoffen zoals CO₂, NO_x, SO₂ en fijnstof.</p> <p><u>Eerlijk zakendoen:</u> Relevant:</p>	

Nr.	Vraag	Antwoord op de vraag	Bron
MVO-principes			
		<p>Eerlijk zakendoen is een belangrijk fundament voor een duurzame toekomst. Alle betrokkenen in de keten moeten gewin halen met het product. Dat is mogelijk door samenwerking en duidelijke onderlinge afspraken.</p> <p><u>Consumentenaangelegenheden:</u> Zeer relevant: Consumenten/voertuigbestuurders worden betrokken binnen de organisatie om de algemene opinie te proeven en te testen welk effect het product heeft op het rijgedrag van de bestuurder. Tevens tracht ECOdrive bewustwording van het eigen rijgedrag van de bestuurder te creëren en inzicht in het rijgedrag van overige weggebruikers.</p> <p><u>Betrokken bij de ontwikkeling van de gemeenschap:</u> Zeer relevant: Het product heeft een grote invloed op maatschappelijke ontwikkelingen binnen de gemeenschap. Rustig rijgedrag draagt immers altijd bij aan het vergroten van de veiligheid. Overheidsinstanties en instellingen doen onderzoek naar het effect van bepaalde innovaties op de maatschappelijke acceptatie. ECOdrive stimuleert deze activiteiten en participeert actief om vooruitstrevend te kunnen zijn in de nieuwste productontwikkelingen op automotive gebied. Een voorbeeld daarvan is het implementeren van ISA (Intelligent Speed Adaption) binnen de producten. ECOdrive heeft gemeten wat het effect is van automatische snelheidsaanpassing op het brandstofgebruik, de veiligheid en het milieu. Automatische snelheidsaanpassing houdt in dat het voertuig de snelheid automatisch aanpast aan de geldende snelheidslimiet op de desbetreffende locatie door gebruik te maken van GPS-localisering. Tevens is onderzocht hoe de populatie dacht over het product en het effect op de maatschappij. Naast het ontwikkelen van de toepassing tracht ECOdrive tevens gesprekspartner te worden om de dialoog aan te gaan over het gebruik van dergelijke functionaliteiten en het effect op de emotie en het gevoel van bestuurders om daarmee te komen tot concessies die voor elke partij acceptabel zijn.</p> <p>Om een duidelijk inzicht te hebben in de relevantie van de 37 MVO onderwerpen verwijs ik u naar bijlage 3: voorbeeldtabel voor het vaststellen van relevantie, significantie en prioriteit van MVO-onderwerpen. Zelfverklaring ISO26000 ECOdrive,, p. 55</p>	
13	<p>Welke criteria hebt u gebruikt bij het bepalen van de significante onderwerpen?</p> <p><input type="checkbox"/> De mate waarin het onderwerp effect heeft op uw stakeholders en duurzame ontwikkeling.</p> <p><input type="checkbox"/> Het effect van het wel of niet nemen van extra actie(s) op dit</p>	<p>De significantie van de onderwerpen is afhankelijk van de impact die ze hebben op de organisatie. Oftewel, hoe belangrijk zijn de desbetreffende kernthema's en in hoeverre kan de invulling van deze thema's bepalend zijn voor de continuïteit van de onderneming. De criteria die gebruikt zijn om te komen tot de meest significante onderwerpen zijn:</p>	<p>http://www.ecodrive.eu/nl/mvo/mvo-en-ecodrive</p> <p>Zelfverklaring</p>

Nr.	Vraag	Antwoord op de vraag	Bron
MVO-principes			
	onderwerp. <input type="checkbox"/> De mate van bezorgdheid van uw stakeholders over het onderwerp. <input type="checkbox"/> De maatschappelijke verwachtingen van wat verantwoord gedrag is met betrekking tot deze effecten op dit onderwerp. <input type="checkbox"/> Andere criteria, namelijk.....	<ul style="list-style-type: none"> • Het effect op duurzame ontwikkeling • Het effect op stakeholdertevredenheid • Het effect dat wet- en regelgeving uitoefent op verkeersgedrag en milieunormen • Emotionele bezwaren vanuit de maatschappij met betrekking tot het product • Maatschappelijke opinie met betrekking tot bewustwording op MVO-gebied 	ISO26000 Ecodrive , p. 19
14	Welke onderwerpen zijn significant?	De meest significante onderwerpen in volgorde van grootste impact zijn: <ul style="list-style-type: none"> • Consumentenaangelegenheden • Milieu • Betrokken bij de ontwikkeling van de gemeenschap Om een duidelijk inzicht te hebben in de significantie van de 37 MVO onderwerpen verwijs ik u naar bijlage 3: voorbeeldtabel voor het vaststellen van relevantie, significantie en prioriteit van MVO-onderwerpen. Zelfverklaring ISO26000 Ecodrive , p. 55	http://www.ecodrive.eu/nl/mvo/mvo-en-ecodrive Zelfverklaring ISO26000 Ecodrive , p. 19 Zelfverklaring ISO26000 Ecodrive , p. 55
15	Welke criteria hebt u gebruikt bij het bepalen van de prioritaire onderwerpen? <input type="checkbox"/> Uw prestaties afgezet tegen wet- en regelgeving en internationale (gedrags)normen. <input type="checkbox"/> Uw prestaties afgezet tegen de 'state of the art' en 'best practices'. <input type="checkbox"/> De mate waarin het onderwerp bijdraagt aan of afbreuk doet aan uw doelstellingen. <input type="checkbox"/> De kosten versus de baten van het ondernemen van actie op het onderwerp. <input type="checkbox"/> De tijd die het kost om de gewenste resultaten te bereiken. <input type="checkbox"/> De kostenimplicaties wanneer het onderwerp niet snel wordt aangepakt. <input type="checkbox"/> Het gemak en de snelheid waarmee acties kunnen worden uitgevoerd – de 'quick wins' <input type="checkbox"/> Andere criteria, namelijk.....	Bij het prioriteren van de MVO-onderwerpen is gekeken naar: <ul style="list-style-type: none"> • De actuele marktontwikkelingen • Prestaties Ecodrive op MVO-factoren • Kansen en risico's met betrekking tot Ecodrive • Strategische positionering • Kosten-batenanalyse 	http://www.ecodrive.eu/nl/mvo/mvo-en-ecodrive Zelfverklaring ISO26000 Ecodrive , p. 19
16	Welke onderwerpen hebben prioriteit?	Op kort termijn heeft de kosten-batenanalyse de hoogste prioriteit, namelijk het	http://www.ecodrive.eu/nl/mvo/mvo-en-ecodrive

Nr.	Vraag	Antwoord op de vraag	Bron
MVO-principes			
	<p>vinden van een balans in de prijsafstemming in de keten waaruit alle schakels voldoende waarde halen. Op de langere termijn heeft de strategische MVO-positionering de hoogste prioriteit omdat daar de meeste kansen liggen bij zakelijke fleetowners.</p> <p>Om een duidelijk inzicht te hebben in de prioriteit van de 37 MVO onderwerpen verwijs ik u naar bijlage 3: voorbeeldtabel voor het vaststellen van relevantie, significantie en prioriteit van MVO-onderwerpen. Zelfverklaring ISO26000 Ecodrive, p. 55</p>	<p>e.eu/nl/mvo/mvo-en-ecodrive</p> <p>Zelfverklaring ISO26000 Ecodrive, p. 19</p> <p>Zelfverklaring ISO26000 Ecodrive, p. 55</p>
17	Tot welke acties heeft dit geleid of welke acties gaat u nemen?	<p>Deze acties hebben geleid tot een aanpassing van de dealerstructuur met een verhoogde focus op directe distributie. Indirecte distributie wordt alleen aangegaan met partners met een grootschalig netwerk binnen de toonaangevende Fleetowners en een smal productenpakket waardoor de focus op Ecodrive hoger is. Ecodrive dient corebusiness te zijn voor partners in plaats van een goede mogelijkheid tot cross-selling. De wijze waarop de dealerstructuur in het verleden opgezet is, is niet kostendekkend waardoor een passende prijsaanpassing gedaan wordt om vanuit structurele continuïteit zaken te kunnen doen. Daarnaast is de focus verlegd van besparing op financieel aspect naar milieuontlasting, verhoogde veiligheid en imago. De besparingscomponent is randvoorwaardelijk en er alleen op gericht om de snelle terugverdiendtijd te kunnen aantonen.</p> <p>Om een duidelijk inzicht te hebben in de relevantie, significantie en prioriteit van de 37 MVO onderwerpen en tot welke acties dit geleid heeft of gaat leiden verwijs ik u naar bijlage 3: voorbeeldtabel voor het vaststellen van relevantie, significantie en prioriteit van MVO-onderwerpen. Zelfverklaring ISO26000 Ecodrive, p. 55</p>	<p>http://www.ecodrive.eu/nl/mvo/mvo-en-ecodrive</p> <p>Zelfverklaring ISO26000 Ecodrive, p. 20</p> <p>Zelfverklaring ISO26000 Ecodrive, p. 55</p>
18	Toelichting op prioriteitsstelling (leg ook uit waarom bepaalde onderwerpen wel en niet zijn meegenomen):	<p>Om deze strategische ommekeer mogelijk te maken is een volledige MVO-strategie ontwikkeld. Deze MVO-strategie dient de handvatten te bieden voor een duurzame toekomst waarin het behalen van duurzaamheidsdoelstellingen van klanten en Ecodrive gezamenlijk mogelijk gemaakt wordt. Duurzaamheid dient in een breed perspectief gezien te worden waarin alle aspecten, people, planet en profit, belicht worden. Ecodrive ziet in duurzaamheid waardetoevoeging op alle drie aspecten, people, planet en profit, waarin een goede balans gehandhaafd wordt.</p> <p>De prioriteitstelling is bepaald aan de hand van de invloed die het uitoefent op</p>	<p>http://www.ecodrive.eu/nl/mvo/mvo-en-ecodrive</p> <p>Zelfverklaring ISO26000 Ecodrive, p. 20</p> <p>Zelfverklaring</p>

Nr.	Vraag	Antwoord op de vraag	Bron
MVO-principes			
		<p>ECOdrive en de wijze waarop wij invloed op het onderwerp kunnen uitoefenen. Hoe lager de invloed die het uitoefent op ECOdrive hoe lager de prioriteit. Niet alle onderwerpen zijn van toepassing op ECOdrive, deze hebben uiteraard een lage of geen prioriteit gekregen.</p> <p>Om een duidelijk inzicht te hebben in de prioriteitstelling van de 37 MVO onderwerpen en tot welke acties dit geleid heeft of gaat leiden verwijs ik u naar bijlage 3: voorbeeldtabel voor het vaststellen van relevantie, significantie en prioriteit van MVO-onderwerpen. Zelfverklaring ISO26000 ECOdrive, p. 55</p>	<p>ISO26000 ECOdrive, p. 55</p>
19	<p>Geef aan welke stakeholders - en op welke wijze – u hebt betrokken bij het identificeren van relevante, significante en prioritaire onderwerpen:</p> <p>.....</p>	<p>De eerder genoemde financiële beleidsdoelstelling is tot stand gekomen door druk van interne stakeholders in de vorm van de holding waaronder ECOdrive valt. Na grondig onderzoek is geconstateerd dat structurele prijsaanpassingen gedaan moesten worden doordat er een discrepantie ontstaan is tussen de dealerprijs en de inkoopprijs van het product. De oorspronkelijke dealerprijsstelling is tot stand gekomen in de veronderstelling dat het massaproductie zou zijn terwijl dit in de werkelijkheid niet het geval is. Daarnaast functioneert de dealerstructuur niet naar behoren met als gevolg dat ECOdrive zelf klanten binnenhaalt maar door het weggeven van de order niet de verkoopmarge ontvangt en dus een scheve kostenstructuur heeft. De huidige dealers die niet actief bijdragen aan de verkoop van het product, zullen gebruikt worden als service- en inbouworganisatie van ECOdrive mits de kwaliteit van een hoog niveau is.</p> <p>De MVO-doelstelling wordt gezien als een vernieuwde strategische werkwijze om qua marketing en interne bedrijfsvoering aan te sluiten op de doelgroep en zodoende een bredere dienstverlening te kunnen bieden vanwege de toevoeging in de vorm van imagoverbetering door de uitgebreide MVO-aspecten waar het product invulling aan geeft. Communicatie van prestaties is van wezenlijk belang om hier succesvol op in te kunnen spelen. De MVO-strategie is bepaald aan de hand van de vraag vanuit de markt en intern stakeholderoverleg.</p>	<p>http://www.ecodrive.eu/nl/mvo/mvo-en-ecodrive</p> <p>Zelfverklaring ISO26000 ECOdrive, p. 20</p>
20	<p>Welke (typen) organisaties bevinden zich in uw invloedssfeer en hoe verhouden die zich tot uw organisatie?</p> <p>.....</p>	<p>Tot de invloedssfeer van ECOdrive behoren HTC International en de fabrikant Pardoel Automotive. Daarnaast vertegenwoordigt ECOdrive een plaats in de invloedssfeer van zijn dealers. Niet elke dealer is echter economisch afhankelijk aangezien ECOdrive naast met kleine dealers ook samenwerkt met grote gerenommeerde partijen als PON en Mercedes Nederland. ECOdrive heeft het exclusieve recht om het product wereldwijd te distribueren. Oftewel ECOdrive en Pardoel Automotive zijn volledig afhankelijk van elkaar doordat de verkoop direct invloed uitoefent op beide partijen. MVO wordt gedragen door zowel de holding,</p>	<p>http://www.ecodrive.eu/nl/mvo/mvo-en-ecodrive</p> <p>Zelfverklaring ISO26000 ECOdrive, p. 21</p>

Nr.	Vraag	Antwoord op de vraag	Bron
MVO-principes			
		ECODrive als Pardoel Automotive. ECODrive is steeds meer gericht op het aangaan van belangrijke partnerships met grote partijen (o.a. Heijmans, TNT, Connexion en Albert) met een sterke (inter)nationale naamsbekendheid om vanuit deze referenties de publieke opinie te beïnvloeden en een sterke marktpositie te verschaffen.	
21	<p>Op welke manier stimuleert uw organisatie maatschappelijke verantwoordelijkheid bij andere organisaties? Geef voorbeelden.</p> <p><input type="checkbox"/> Door maatschappelijke criteria mee te nemen in contractuele voorwaarden.</p> <p>.....</p> <p><input type="checkbox"/> Door een openbare verklaring over maatschappelijke verantwoordelijkheid af te leggen.</p> <p>.....</p> <p><input type="checkbox"/> Door het betrekken van de gemeenschap, politieke leiders en andere stakeholders.</p> <p>.....</p> <p><input type="checkbox"/> Door bij het nemen van investeringsbeslissingen maatschappelijke criteria te hanteren.</p> <p>.....</p> <p><input type="checkbox"/> Door kennis over maatschappelijke issues met stakeholders te delen, en hiermee het bewustzijn te vergroten.</p> <p>.....</p> <p><input type="checkbox"/> Door het opstarten van een lobby en het gebruik van relaties met media.</p> <p>.....</p> <p><input type="checkbox"/> Door het promoten van goede voorbeelden.</p> <p>.....</p> <p><input type="checkbox"/> Door samen met leveranciers, klanten en branchegeenoten aan duurzaamheidsprojecten te werken.</p> <p>.....</p> <p><input type="checkbox"/> Anders, namelijk.....</p>	<p>ECODrive stimuleert maatschappelijke verantwoordelijkheid bij andere organisaties door maatschappelijke criteria mee te nemen in verkoopgesprekken en schriftelijke verklaringen. Daarnaast worden de verschillende stakeholders erbij betrokken om tweezijdig over MVO te communiceren. Tevens tracht ECODrive klanten te ondersteunen met MVO-communicatiemateriaal en het vormen van een MVO-keurmerk gericht op veilige en milieubewuste mobiliteit. Deze communicatieve uitingen kunnen klanten gebruiken om zich MVO te profileren of invulling te geven aan een breed scala aan MVO-initiatieven waaraan de organisatie deelneemt. Door zelf MVO te werken wordt druk gelegd op leveranciers omdat ECODrive erop gericht is zo veel mogelijk duurzaam in te kopen. Oftewel leveranciers die afhankelijk zijn van de verkoop van ECODrive worden gestimuleerd duurzaam te produceren en maatschappelijk verantwoord te gaan denken.</p>	<p>http://www.ecodrive.eu/nl/mvo/mvo-en-ecodrive</p> <p>Zelfverklaring ISO26000 ECODrive, p. 21</p>
22	<p>Op welke manier beoordeelt uw organisatie (potentiële) negatieve effecten van de eigen activiteiten en besluiten op de maatschappij, het milieu en de economie?</p> <p>.....</p>	<p>Voorafgaand aan het nemen van beslissingen wordt eerst nagedacht over het effect van de te maken keuzes op de volledige keten en de verschillende stakeholders. Oftewel er wordt grondig geanalyseerd welk effect een keuze heeft op de maatschappij, het milieu en de economie.</p>	<p>http://www.ecodrive.eu/nl/mvo/mvo-en-ecodrive</p> <p>Zelfverklaring</p>

Nr.	Vraag	Antwoord op de vraag	Bron
MVO-principes			
			ISO26000 ECOdrive , p. 21
23	<p>Op welke manier beoordeelt uw organisatie (potentiële) negatieve effecten van de activiteiten en besluiten van organisaties in uw invloedssfeer op de maatschappij, het milieu en de economie?</p> <p>.....</p>	<p>De te nemen beslissingen worden vooraf besproken met verschillende stakeholders om er zeker van te zijn dat de effecten zo min mogelijk negatief zijn en eventuele risico's van tevoren beperkt kunnen worden. De keuzes die ECOdrive maakt, leiden nooit tot volledige tevredenheid onder alle stakeholders omdat het product nu eenmaal een snelheidsbegrenzer is. De verschillende belangen van de stakeholders worden afgewogen om van daaruit een gegronde keuze te kunnen maken. Het product is dusdanig ingericht dat schadelijke productfouten in principe niet voorkomen. Mocht er onverhoopt toch iets gebeuren, dan treedt ECOdrive adequaat op om imagoschade te voorkomen en de impact te beperken.</p>	http://www.ecodrive.eu/nl/mvo/mvo-en-ecodrive Zelfverklaring ISO26000 ECOdrive , p. 21
24	<p>Hoe wordt gepaste zorgvuldigheid uitgeoefend of geïmplementeerd in uw organisatie (en geef voorbeelden van de invulling):</p> <p><input type="checkbox"/> Richtlijnen over hoe aan de organisatie verbonden personen gepaste zorgvuldigheid in acht kunnen nemen.</p> <p>.....</p> <p><input type="checkbox"/> Instrumenten om de impact van geplande en bestaande activiteiten in kaart te brengen.</p> <p>.....</p> <p><input type="checkbox"/> Instrumenten om de MVO-kernthema's in uw hele organisatie te integreren.</p> <p>.....</p> <p><input type="checkbox"/> Instrumenten om uw prestaties te volgen en aanpassingen te doen in prioriteit en benadering.</p> <p>.....</p> <p><input type="checkbox"/> Instrumenten om eventuele negatieve effecten aan te pakken.</p> <p>.....</p> <p><input type="checkbox"/> Anders, namelijk.....</p>	<p>Gepaste zorgvuldigheid is geïmplementeerd in de controle-instrumenten. Deze controle-instrumenten worden gebruikt voor het testen van het product. Deze zorgvuldigheid blijkt ook uit de gerichte leveranciersselectie en het jaarlijks in kaart brengen van de verschillende bedrijfsactiviteiten en het effect op people, planet en profit.</p>	http://www.ecodrive.eu/nl/mvo/mvo-en-ecodrive Zelfverklaring ISO26000 ECOdrive , p. 21
25	<p>Welke (potentiële) negatieve effecten op maatschappij, milieu en economie heeft uw organisatie geïdentificeerd?</p> <p>.....</p>	<p>ECOdrive heeft tijdens de testfase met ISA¹ ondervonden dat rijden met ISA en ECOdrive niet leidt tot hogere brandstofbesparing en milieuontlasting dan het rijden met alleen het product ECOdrive zonder de toevoeging van ISA. Oftewel de gemaakte claims over bijdrage aan milieuontlasting en brandstofbesparing betreffende ISA zouden komen te vervallen. Echter is in hetzelfde onderzoek aangetoond waar het probleem zit zodat de ECOdrives anders ingesteld kunnen</p>	http://www.ecodrive.eu/nl/mvo/mvo-en-ecodrive Zelfverklaring

¹ ISA: Intelligente snelheidsadaptie.

Nr.	Vraag	Antwoord op de vraag	Bron
MVO-principes			
		<p>worden waardoor de beoogde besparingsdoelstellingen wel ruim gehaald worden in combinatie met de ISA-functionaliteit. Een potentieel negatief effect is dat verondersteld wordt dat als een bestuurder met een ingebouwde ECOdrive rijdt dat hij/zij altijd veilig rijdt. Dat is echter niet het geval. De ECOdrive is ingesteld op eerder overschakelen om “Het nieuwe rijden” te stimuleren. Dat voorkomt niet dat iemand met 130 km/h binnen de bebouwde kom kan rijden. Het verhaal omtrent ISA zou er direct aan kunnen bijdragen dat de maximale snelheid niet overschreden kan worden. Echter is veiligheid dan nog steeds niet gewaarborgd omdat veiligheid direct verbonden is met de oplettendheid en de voertuigbeheersing van de bestuurder. Om eventuele misvattingen te voorkomen wordt de verantwoordelijkheid verlegd naar de bestuurder. Middels communicatieve uitingen wordt het signaal gegeven dat veiligheid toch voornamelijk bij jezelf ligt en niet bij het voertuig of het product ECOdrive.</p>	<p>ISO26000 ECOdrive, p. 21</p>
26	<p>Onze organisatie heeft richting gegeven aan haar maatschappelijke verantwoordelijkheid:</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Door de rol van maatschappelijke verantwoordelijkheid op te nemen in onze visie en missie. <input type="checkbox"/> Door belangrijke principes en onderwerpen van maatschappelijke verantwoordelijkheid op te nemen in ons beleid en in onze strategie. <input type="checkbox"/> Door een gedragscode of ethische code aan te nemen waarin de principes en waarden van maatschappelijke verantwoordelijkheid zijn vertaald naar richtlijnen voor passend gedrag. <input type="checkbox"/> Door prioriteiten voor actie op kernthema's door te vertalen in doelstellingen (SMART). <input type="checkbox"/> Door het opstellen van een actieprogramma (met verantwoordelijkheden, tijdlijn, budget, enz.). <input type="checkbox"/> Anders namelijk..... 	<p>ECOdrive geeft richting aan zijn maatschappelijke verantwoordelijkheid door MVO te integreren in de visie, missie en strategie van het bedrijf. Samen met de normen en waarden van de onderneming wordt het diep verankerd en geborgd in de werkwijze en procedures. Na een succesvolle implementatie van MVO zullen jaarlijks de MVO-doelstellingen bepaald worden om meer diepgang in het duurzaam ondernemen van ECOdrive te kunnen creëren. MVO zal geïntegreerd worden in de resultaatbeoordeling en persoonlijke beoordelingen van medewerkers. Tevens worden medewerkers actief gestimuleerd om met initiatiefvoorstellen betreffende MVO naar voren te komen om in teamverband steeds meer zakelijke aspecten volgens de filosofie van duurzaam ondernemen vorm te geven. Dit is echter geen kwestie van bedenken en doorvoeren. Om werkzaamheden te verankeren in het bedrijf dient het gekoppeld te worden in het primaire proces. Structureel sturen en beoordelen op deze factoren is dus van belang om structureel geïntegreerd te kunnen worden binnen de dagelijkse werkprocessen. ECOdrive is zich hier bewust van en zal sociale controle stimuleren zodat medewerkers elkaar ondersteunen om het gezamenlijke doel te realiseren.</p> <p>Visie Maatschappelijk verantwoord ondernemen is voor veel bedrijven een veel besproken onderwerp waar steeds meer partijen invulling aan willen geven. Naast de ideologische opinie is maatschappelijk verantwoord ondernemen een structurele duurzame bedrijfsvoering waarin de doelgroep in haar behoeften wordt voorzien. ECOdrive gelooft dat milieuontlasting, veiligheid, stakeholdertevredenheid en lagere</p>	<p>http://www.ecodrive.eu/nl/mvo/mvo-en-ecodrive</p> <p>Zelfverklaring ISO26000 ECOdrive, p. 21</p>

Nr.	Vraag	Antwoord op de vraag	Bron
MVO-principes			
		<p>kosten synchroon kunnen lopen zonder een negatieve invloed op elkaar uit te oefenen. Onder de noemer van deze filosofie is het product ECOdrive ontstaan. Het product ECOdrive is geschikt voor elke voertuigbestuurder die niet volgens de begrippen van “Het nieuwe rijden” het voertuig bestuurt.</p> <p>ECOdrive is ervan overtuigd een aanzienlijke bijdrage te kunnen leveren aan de gebruiksreductie van fossiele brandstoffen en een verlaging van de CO₂-uitstoot. ECOdrive streeft naar een veiliger weggedrag, maar ook naar een structurele bijdrage van 3% reductie op de totale Nederlandse CO₂-uitstoot².</p> <p>Missie ECOdrive tracht voor fleetowners waardecreatie in drie dimensies, people, planet en profit, te realiseren, door een doorzichtige dialoog en samenwerking aan te gaan met de verschillende belanghebbenden. Dit resulteert in duurzame innovatieve oplossingen met betrekking tot veiligheid, milieuontlasting en kostenreductie.</p> <p><u>Kortetermijnstrategie:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Herstructureren van de dealerstructuur. Focus op directe distributie vanwege de hoge mate van benodigde betrokkenheid door de fabrikant en de complexiteit van het product. Directe distributie moet bijdragen aan margeverhoging op de korte termijn en leidt tot een beter servicelevel in vergelijking met het huidige dealernetwerk door gebruik te maken van Key Installers. • Maatschappelijk verantwoord ondernemen verwerken in de gehele bedrijfsvoering en alle commerciële uitingen, de markt op het gebied van duurzaam fleetmanagement bewerken en zorg dragen voor een structurele marktontwikkeling. <p><u>Langetermijnstrategie:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Door samenwerkingsrelaties en partnerships aan te gaan binnen de belangrijkste brancheverenigingen de naamsbekendheid, het bereik en het imago verbeteren. • Focus op gemengde distributie. Directe distributie voor grote accounts en indirecte distributie via een landelijk dekkend dealernetwerk met een gering aantal betrouwbare dealers met een hoog kwaliteitsgehalte die zelf actief acquisitie plegen. 	

² Berekend aan de hand van actuele cijfers (2011) van het Centraal Bureau voor de Statistiek betreffende landelijke CO₂-uitstoot en het aandeel CO₂-uitstoot van het wegverkeer.

Nr.	Vraag	Antwoord op de vraag	Bron
MVO-principes			
		<ul style="list-style-type: none"> • Dealers die geen acquisitie plegen maar wel een hoog kwaliteitsgehalte hebben, gebruiken als inbouwer en serviceverlener om de landelijke dekking en servicegraad te verhogen. • MVO voelen, zijn, doen, communiceren en stakeholders op MVO-gebied erbij betrekken. <p>Doelstellingen worden middels het SMART-principe opgesteld:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Specifiek; De doelstelling moet eenduidig zijn • Meetbaar; Onder welke (meetbare/observeerbare) voorwaarden/in welke vorm is het doel bereikt • Accceptabel; Is deze acceptabel genoeg voor de doelgroep en/of het management • Realistisch; De doelstelling moet haalbaar zijn • Tijdgebonden; Wanneer (in de tijd) moet het doel bereikt zijn 	
27	<p>Op welke manier creëert uw organisatie draagvlak voor maatschappelijke verantwoordelijkheid – binnen én buiten de organisatie?.....</p> <p>Geef aan of u hierbij aandacht hebt besteed aan:</p> <p><input type="checkbox"/> het vergroten van kennis van de principes, MVO-kernthema's en -onderwerpen.</p> <p><input type="checkbox"/> de betrokkenheid van de top van de organisatie bij het nemen van haar maatschappelijke verantwoordelijkheid.</p> <p><input type="checkbox"/> het creëren van een cultuur van maatschappelijke verantwoordelijkheid.</p> <p><input type="checkbox"/> anders, namelijk.....</p>	<p>MVO is alleen succesvol als het geïntegreerd wordt binnen alle werkprocessen, dat omvat dus ook alle werknemers van de organisatie. MVO is bij ECOdrive geïntegreerd in alle bedrijfsprocessen en de resultaatbeoordeling. Zowel intern als extern wordt bijgedragen aan kennisvergroting op MVO gebied.</p>	<p>http://www.ecodrive.eu/nl/mvo/mvo-en-ecodrive</p> <p>Zelfverklaring ISO26000 ECOdrive, p. 22</p>
28	<p>Op welke manier ontwikkelt uw organisatie de benodigde competenties voor het nemen van maatschappelijke verantwoordelijkheid – binnen en eventueel buiten de organisatie?.....</p>	<p>MVO wordt binnen ECOdrive gedragen, echter aangezien het een nieuw onderwerp betreft, zal het kennisniveau verbeterd moeten worden. Om dit te doen zal ECOdrive de werknemers stimuleren zich te verdiepen in maatschappelijk verantwoord ondernemen. ECOdrive zal tevens lid worden van MVO Nederland. Alle werknemers dienen de meest toonaangevende informatieve bijeenkomsten op MVO-gebied bij te wonen om enerzijds het MVO-kennisniveau op niveau te krijgen en anderzijds een groot MVO-netwerk op te bouwen. ECOdrive stimuleert kennisvergroting actief en neemt de MVO-kennisontwikkeling ook mee in de beoordelingsgesprekken met de medewerkers.</p>	<p>http://www.ecodrive.eu/nl/mvo/mvo-en-ecodrive</p> <p>Zelfverklaring ISO26000 ECOdrive, p. 23</p>
29	<p>Op welke manier heeft uw organisatie haar maatschappelijke verantwoordelijkheid geïntegreerd in haar besturingsprocessen,</p>	<p>MVO is verankerd binnen ECOdrive door MVO structureel te verbinden aan het primaire proces en bijbehorende ondersteunende processen. Maatschappelijk</p>	<p>http://www.ecodrive.eu/nl/mvo/mvo-</p>

Nr.	Vraag	Antwoord op de vraag	Bron
MVO-principes			
	<p>systemen en procedures?</p> <p>Onze organisatie heeft dit geïntegreerd:</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Door de effecten van onze eigen activiteiten op maatschappij, milieu en economie zorgvuldig te monitoren en te managen. <input type="checkbox"/> Door de effecten van organisaties in onze invloedssfeer te monitoren. <input type="checkbox"/> Door rekening te houden met effecten van besluiten, bijvoorbeeld over nieuwe activiteiten. <input type="checkbox"/> Door ervoor te zorgen dat de principes van maatschappelijke verantwoordelijkheid in onze besturingsprocessen worden toegepast en worden weerspiegeld in onze structuur en cultuur. <input type="checkbox"/> Door periodiek te beoordelen of wij in onze procedures en processen voldoende rekening houden met maatschappelijke verantwoordelijkheid. <input type="checkbox"/> Door anders, namelijk..... <p>Toelichting:</p>	<p>verantwoord ondernemen is geïntegreerd in besturingsprocessen, systemen en procedures. Tevens wordt door middel van controle-instrumenten en beoordelingsinstrumenten gemeten in welke mate men invulling geeft aan de integratie van MVO binnen de dagelijkse werkprocessen. Jaarlijks worden de huidige procedures en processen tegen het licht gehouden om te beoordelen of de maatschappelijke verantwoordelijkheid nog van toepassing is. Bij eventueel benodigde aanpassingen zal directe bijsturing plaatsvinden. Zoals al eerder aangegeven wordt voorafgaand aan belangrijke interne besluiten en R&D-ontwikkelingen geanalyseerd wat de impact is van de beslissingen op people, planet en profit. De effecten van het product en de bedrijfsactiviteiten worden structureel gemonitord en gemanaged. Periodiek worden de resultaten geanalyseerd en gecommuniceerd met de diverse stakeholders binnen de invloedssfeer.</p>	<p>en-ecodrive</p> <p>Zelfverklaring ISO26000 ECOdrive, p. 23</p>
30	<p>Houdt uw organisatie bij haar communicatie over maatschappelijke verantwoordelijkheid rekening met de volgende criteria?</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Compleet: in de informatie komen alle belangrijke activiteiten en de maatschappelijke effecten daarvan aan de orde. <input type="checkbox"/> Begrijpelijk: de informatie is voor de doelgroep goed te begrijpen. Het gaat hierbij zowel om het gebruik van de taal van de doelgroep als om de manier waarop de informatie wordt gepresenteerd. <input type="checkbox"/> Responsief: in de informatie wordt ingegaan op de belangen van stakeholders. <input type="checkbox"/> Nauwkeurig: de informatie is feitelijk juist en bevat voldoende diepgang. <input type="checkbox"/> Evenwichtig: de informatie is evenwichtig en eerlijk. De organisatie brengt niet alleen goed nieuws naar buiten, maar geeft ook informatie over eventuele negatieve maatschappelijke 	<p>Naar aanleiding van het ISO26000 rapport gaat ECOdrive gebruikmaken van de ezelsbrug "CABRENT" om zijn communicatie over maatschappelijk verantwoord ondernemen intern en extern te communiceren.</p> <p>"CABRENT" staat voor:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Compleet: het communiceren van volledige informatie over de belangrijke bedrijfsactiviteiten en de effecten op people, planet en profit. - Actueel: Het communiceren van informatie die actueel is en inspeelt op de hedendaagse bedrijfsactiviteiten. Het dient te allen tijde duidelijk te zijn op welke periode de informatie betrekking heeft. - Begrijpelijk: De informatie dient op een dusdanige wijze gepresenteerd te worden dat hij altijd begrijpelijk is voor de doelgroep. - Responsief: Stakeholderbelangen worden met voldoende diepgang toegelicht in de communicatie. - Evenwichtig: De communicatie is evenwichtig en eerlijk. De organisatie zorgt voor interne/ externe totaalcommunicatie, oftewel zowel de positieve als de negatieve maatschappelijke effecten worden gecommuniceerd. Uiteraard 	<p>http://www.ecodrive.eu/nl/mvo/mvo-en-ecodrive</p> <p>Zelfverklaring ISO26000 ECOdrive, p. 23</p>

Nr.	Vraag	Antwoord op de vraag	Bron
MVO-principes			
	<p>effecten.</p> <p><input type="checkbox"/> Actueel: het behoort daarom altijd duidelijk te zijn op welke periode de informatie betrekking heeft.</p> <p><input type="checkbox"/> Toegankelijk: de informatie is beschikbaar voor alle stakeholders.</p> <p><input type="checkbox"/> Andere criteria, namelijk.....</p> <p>Toelichting:</p>	<p>dient bij negatieve maatschappelijke effecten aangegeven te worden op welke wijze deze effecten opgelost gaan worden.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nauwkeurig: Zorg dragen voor feitelijk juiste communicatie met voldoende diepgang. - Toegankelijk: De algemene maatschappelijke effecten van de bedrijfsactiviteiten zijn toegankelijk voor alle stakeholders. Bepaalde stakeholders zullen diepgaander inzicht krijgen in de bedrijfspresentaties dan andere stakeholders. Dit vanwege de invloed die zij kunnen uitoefenen op de onderneming. Bijvoorbeeld interne bedrijfsgegevens zijn wel beschikbaar voor de holding maar worden niet openlijk extern gecommuniceerd vanwege de gevoeligheid van de informatie. 	
31	<p>Op welke manier communiceert uw organisatie over haar maatschappelijke verantwoordelijkheid? (geef voorbeelden)</p> <p><input type="checkbox"/> In vergaderingen en gesprekken met stakeholders.</p> <p><input type="checkbox"/> Door over specifieke onderwerpen of projecten met stakeholders te communiceren</p> <p><input type="checkbox"/> Interne communicatie tussen management en medewerkers of leden van de organisatie.</p> <p><input type="checkbox"/> Interne teamactiviteiten met als doel maatschappelijke verantwoordelijkheid te integreren in de hele organisatie.</p> <p><input type="checkbox"/> Communicatie over de prestaties op het gebied van MVO.</p> <p><input type="checkbox"/> Communicatie met leveranciers over MVO in de inkooppeisen.</p> <p><input type="checkbox"/> Publiekscommunicatie over noodgevallen, zowel vooraf als tijdens een noodgeval.</p> <p><input type="checkbox"/> Consumenteninformatie via producten.</p> <p><input type="checkbox"/> Artikelen over MVO in tijdschriften of nieuwsbrieven.</p> <p><input type="checkbox"/> Advertenties of andere openbare verklaringen om MVO te</p>	<p>Op welke wijze uit ECOdrive MVO?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nieuwsitems op de website • Jaarlijkse aanwezigheid op diverse beurzen: Fleetmanagement expo, Taxi expo, sustainability congres • Communicatie met leveranciers over duurzame inkoopcondities • Jaarlijks stakeholdersonderzoek • Consumenteninformatie op producten en ondersteunend promotioneel materiaal • Advertenties en advertorials • Website: algemene informatie voor stakeholders • Dealerdomeinwebsite • Eigen keurmerk voor bedrijven die een ECOdrive ingebouwd hebben • MVO-communicatiemodel: ECOdrive • ECOdrive keurmerk duurzame mobiliteit 	<p>http://www.ecodrive.eu/nl/mvo/mvo-en-ecodrive</p> <p>Zelfverklaring ISO26000 ECOdrive, p. 23</p>

Nr.	Vraag	Antwoord op de vraag	Bron
MVO-principes			
	<p>promoten.</p> <p>.....</p> <p><input type="checkbox"/> Ter beschikking stellen van informatie voor publieke doelen.</p> <p>.....</p> <p><input type="checkbox"/> Openbare maatschappelijke verslagen.</p> <p>.....</p> <p><input type="checkbox"/> Anders, namelijk.....</p>		
32	<p>Rapporteert uw organisatie over MVO via een maatschappelijk verslag (al dan niet als losstaand verslag)?</p> <p><input type="checkbox"/> Ja</p> <p><input type="checkbox"/> Nee (ga door naar vraag 33a)</p> <p>Geef aan of in uw maatschappelijke verslag informatie staat over:</p> <p><input type="checkbox"/> Doelstellingen t.a.v. onderwerpen en kernthema's.</p> <p><input type="checkbox"/> Prestaties t.a.v. onderwerpen en kernthema's.</p> <p><input type="checkbox"/> Hoe en wanneer stakeholders zijn betrokken bij de rapportage.</p> <p><input type="checkbox"/> Successen en tekortkomingen en manieren waarop tekortkomingen worden aangepakt.</p> <p><input type="checkbox"/> Anders, namelijk.....</p> <p>Hebt u bij het opstellen van uw maatschappelijke verslag rekening gehouden met de volgende overwegingen?</p> <p><input type="checkbox"/> De omvang, het onderwerp en het toepassingsgebied passen bij de grootte en aard van onze organisatie. (Kleine organisaties verstrekken doorgaans minder informatie, bespreken minder onderwerpen en hebben een kleiner toepassingsgebied dan grote organisaties.)</p> <p><input type="checkbox"/> Het detailniveau weerspiegelt de mate van ervaring die we hebben met rapporteren. (Het is de verwachting dat organisaties die meer ervaring hebben met rapporteren, in staat zullen zijn meer in detail te rapporteren dan organisaties die hiermee pas net starten.)</p>	<p>Binnen de nieuwsitems word informatie gedeeld omtrent MVO. Klanten worden geïnformeerd over de laatste ontwikkelingen. Tevens staan diverse documten ter beschikking welke gebruikt kunnen worden om CO2 reductie inzichtelijk te maken.</p>	<p>http://www.ecodrive.eu/nl/mvo/mvo-en-ecodrive</p> <p>Zelfverklaring ISO26000 Ecodrive, p. 24</p> <p>Management Review 2016</p>
33	<p>Zijn er conflicten of meningsverschillen (geweest) met stakeholders?</p>	<p>De meningsverschillen met stakeholders vanuit het verleden hadden voornamelijk te maken met een discrepantie tussen het beoogde resultaat en het werkelijke</p>	<p>http://www.ecodrive.eu/nl/mvo/mvo-</p>

Nr.	Vraag	Antwoord op de vraag	Bron
MVO-principes			
	<input type="checkbox"/> Ja, namelijk..... <input type="checkbox"/> Nee Welke methoden hebt u om (eventuele) conflicten op te lossen? <input type="checkbox"/> Rechtstreekse discussies met stakeholders met wie een conflict of meningsverschil is ontstaan. <input type="checkbox"/> Het verstrekken van schriftelijke informatie om verkeerde interpretaties te voorkomen. <input type="checkbox"/> Fora waarop stakeholders en de organisatie standpunten kunnen weergeven en oplossingen kunnen zoeken. <input type="checkbox"/> Formele procedures voor klachtenbehandeling. <input type="checkbox"/> Bemiddelings- en arbitrageprocedures. <input type="checkbox"/> Systemen om overtredingen te rapporteren zonder angst voor represailles. <input type="checkbox"/> Andere procedures om klachten op te lossen, namelijk.....	<p>resultaat. Deze discrepantie is ontstaan door een matige begeleiding tijdens testtrajecten en het niet fraudeproof kunnen inrichten van het product waardoor vertekende testresultaten behaald werden die leidden tot het niet aanschaffen van het product. Wat heeft ECOdrive daarvan geleerd? Allereerst is het product zo goed mogelijk fraudeproof doorontwikkeld waardoor voertuigbestuurders het apparaat niet gemakkelijk kunnen saboteren. Tevens is er promotioneel materiaal ontwikkeld om wagenparkbeheerders te ondersteunen in het traject en worden voertuigbestuurders voorafgaand aan de inbouw goed geïnformeerd over wat de effecten van het product zijn op de doelstellingen van het bedrijf en de situatie van de bestuurder. Negatieve ervaringen hebben dus geleid tot een verdere professionalisering van het bedrijf door het beter inrichten van de verschillende bedrijfsprocessen. De geschillen zijn voornamelijk persoonlijk opgelost door de dialoog aan te gaan met de desbetreffende stakeholder.</p>	<p>en-ecodrive Zelfverklaring ISO26000 ECOdrive, p. 24</p>
34	<p>Op welke manier monitort uw organisatie haar activiteiten die effect hebben op relevante thema's en onderwerpen?</p> <input type="checkbox"/> Feedback van stakeholders. <input type="checkbox"/> Uitvoeren van benchmarks. <input type="checkbox"/> Meten met behulp van indicatoren, namelijk..... <input type="checkbox"/> Anders, namelijk..... Geef aan of voor deze monitoring de volgende punten gelden: <input type="checkbox"/> De omvang van de monitoring is in lijn met de omvang en het belang van de activiteiten. <input type="checkbox"/> De monitoring geeft resultaten die betrouwbaar, tijdig beschikbaar en gemakkelijk te begrijpen zijn. <input type="checkbox"/> De monitoring is afgestemd op de behoefte van de stakeholders. <input type="checkbox"/> Anders, namelijk.....	<p>ECOdrive monitort zijn bijdragen aan MVO zowel kwantitatief als kwalitatief.</p> <p><u>Kwantitatief:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - CO₂-besparing in megaton (Mton) - Brandstofbesparing in kiloliters (m³) - Kostenbesparing brandstof (€) - Besparing op ROB (€) <p><u>Kwalitatief:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Stakeholdertevredenheid - Veiligheidsvergroting - Interne MVO-doelstellingen inzake MVO besturen van ECOdrive - Aandeel ECOdrive in zaken als CO₂-prestatieladder en (inter)nationale aanbestedingen <p>Het meten van dergelijke resultaten ligt in lijn met het communiceren van MVO en tevens de toegevoegde waarde van het bedrijf. ECOdrive meet en publiceert deze gegevens naast de MVO- richtlijn echter ook als indicatie voor klanten zodat zij zicht hebben op wat het effect is van het product op de bedrijfsvoering en de resultaten van de klant. Naast de harde cijfers is ECOdrive geïnteresseerd in de zachte kant van het product en toont de organisatie sterke interesse richting stakeholders om tevens de emotionele aspecten die het product teweegbrengt te kunnen meten.</p>	<p>http://www.ecodrive.eu/nl/mvo/mvo-en-ecodrive Zelfverklaring ISO26000 ECOdrive, p. 24</p>

Nr.	Vraag	Antwoord op de vraag	Bron
MVO-principes			
35	<p>Hoe heeft uw organisatie haar prestaties op relevante thema's en onderwerpen beoordeeld?</p> <p>.....</p> <p>Hebt u zich daarbij de volgende vragen gesteld:</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Zijn de beoogde doelen behaald? <input type="checkbox"/> Waren het, achteraf gezien, de juiste doelen? <input type="checkbox"/> Hadden we de juiste strategieën en processen voor de te behalen doelen? <input type="checkbox"/> Wat werkte goed, en waarom? Wat werkte niet goed, en waarom? <input type="checkbox"/> Wat hadden we beter anders kunnen doen? <input type="checkbox"/> Zijn alle relevante personen erbij betrokken? 	<p>Deze resultaten kunnen als fundament beschouwd worden om de emotionele aspecten te beïnvloeden en daarmee direct het draagvlak te vergroten.</p> <p>Jaarlijks worden de resultaten vergeleken met het voorgaande jaar om eventuele trends of ontwikkelingen te constateren die kunnen leiden tot duurzame bedrijfsverbetering. Op bovenstaande genoemde onderwerpen zal ECOdrive beoordeeld worden.</p> <p>Wat dient jaarlijks onderzocht te worden?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Zijn de beoogde doelstellingen behaald? - Zijn de juiste doelen gesteld? - Is er op de juiste manier invulling gegeven om de doelstellingen te behalen? - Onder welke omstandigheden zijn de doelstellingen behaald? - Wat ging goed? Wat ging niet goed? Wat kan de volgende keer beter? - Zijn alle activiteiten MVO geschied? - Zijn alle relevante stakeholders erbij betrokken? - Is alle geleverde informatie en communicatie volledig? - Welke verbeteringen of successen heeft ECOdrive bereikt? - Welke doelen zijn nog niet bereikt waar invulling aan gegeven moet worden? 	<p>http://www.ecodrive.eu/nl/mvo/mvo-en-ecodrive</p> <p>Zelfverklaring ISO26000 ECOdrive, p. 24</p>
36	<p>Hebt u stakeholders erbij betrokken, zo ja welke?</p> <p>.....</p>	<p>In het verleden zijn er structurele productverbeteringen doorgevoerd juist door de betrokkenheid van stakeholders. Dit viel toentertijd echter niet onder de noemer van MVO. ECOdrive was al werkzaam op het vlak van stakeholderbetrokkenheid en ontwikkelen van duurzame toepassingen. Dit heeft plaatsgevonden in overleg met Pardoel Automotive, ECOdrive, overheidsinstanties en de wagenparkbeheerders.</p>	<p>http://www.ecodrive.eu/nl/mvo/mvo-en-ecodrive</p> <p>Zelfverklaring ISO26000 ECOdrive, p. 25</p>
37	<p>Welke verbeteringen of successen heeft uw organisatie bereikt?</p> <p>.....</p> <p>Welke doelen zijn nog niet bereikt?</p> <p>.....</p>	<p>ECOdrive is in staat geweest het rijcomfort te verbeteren door gericht te luisteren naar de ervaringen van bestuurders. De overgang van gas geven naar de begrenzing gaat steeds soepeler. Het implementeren van ISA binnen het product. ECOdrive is nog steeds niet in staat 100% betrouwbare brandstofgegevens van de CAN-bus af te lezen. Dit is van cruciaal belang om het brandstofverbruik te meten en eventueel misbruik aan te tonen. Deze functionaliteit dient ingezet te worden in testtrajecten om daarmee aan te tonen welke besparingen ECOdrive realiseert.</p>	<p>http://www.ecodrive.eu/nl/mvo/mvo-en-ecodrive</p> <p>Zelfverklaring ISO26000 ECOdrive, p. 25</p>
38	<p>Aan welke MVO-initiatieven en eventuele bijbehorende instrumenten neemt uw organisatie deel?</p> <p>.....</p>	<p>ECOdrive neemt deel aan de initiatieven van NEN-ISO 26000, de participatie binnen MVO Nederland en het FSC-keurmerk. ECOdrive zou graag de volgende keurmerken willen bemachtigen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • CO₂ bewust 	<p>http://www.ecodrive.eu/nl/mvo/mvo-en-ecodrive</p>

Nr.	Vraag	Antwoord op de vraag	Bron
MVO-principes			
		<ul style="list-style-type: none"> • Veilige mobiliteit Daarnaast is ECOdrive bezig met de generieke goedkeuring voor energiesubsidiëring van het EIA.	Zelfverklaring ISO26000 ECOdrive , p. 25
39	<p>Welke van de onderstaande punten hebt u overwogen bij de keuze voor dit initiatief?</p> <p><input type="checkbox"/> Ondersteunt de principes NEN-ISO 26000.</p> <p><input type="checkbox"/> Geeft praktische richtlijnen om met MVO aan de slag te gaan.</p> <p><input type="checkbox"/> Is ontworpen voor uw type organisatie of haar interessegebieden.</p> <p><input type="checkbox"/> Is ontwikkeld om door verschillende organisaties te worden toegepast.</p> <p><input type="checkbox"/> Helpt de organisatie om specifieke stakeholdergroepen te bereiken.</p> <p><input type="checkbox"/> Wordt beheerd door een niet-commerciële organisatie.</p> <p><input type="checkbox"/> Heeft een goede reputatie als het gaat om geloofwaardigheid en integriteit.</p> <p><input type="checkbox"/> Is tot stand gekomen op een open en transparante wijze.</p> <p><input type="checkbox"/> Is ontwikkeld met verschillende stakeholders, afkomstig uit ontwikkelde en ontwikkelingslanden.</p> <p><input type="checkbox"/> Is goed toegankelijk.</p> <p><input type="checkbox"/> Andere, namelijk.....</p>	<p>MVO Nederland ondersteunt de wereldwijde principes van NEN-ISO 26000. Deze richtlijn wordt door verschillende (inter)nationale organisaties toegepast en wordt beschouwd als de algemeen geaccepteerde richtlijn op kwaliteitsgebied gericht op MVO. De richtlijn helpt bij het verhogen van de betrouwbaarheid en het aantoonbaar maken van integriteit. Tevens wil ECOdrive door deze richtlijn te volgen een open en transparante communicatie uitstralen en vertrouwen wekken door in eerlijke en actuele informatie te voorzien. Deze richtlijn verschaft ECOdrive tevens een betere toegang bij klanten uit de doelgroep, aangezien zij steeds duurzamer ondernemen. Zij trachten een bepaalde CO₂-Prestatieladder te behalen en duurzaam in te kopen. ECOdrive helpt hen om deze doelstellingen te verwezenlijken.</p>	<p>http://www.ecodrive.eu/nl/mvo/mvo-en-ecodrive</p> <p>Zelfverklaring ISO26000 ECOdrive, p. 25</p>
40	<p>Welke concrete acties worden uitgevoerd in verband met het MVO-initiatief?</p> <p>.....</p>	<p>Aan de hand van dit MVO-initiatief zullen de volgende concrete acties uitgevoerd worden:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Inrichten organisatie naar MVO-richtlijnen • MVO openlijk en transparant communiceren • MVO integreren in de productontwikkeling • Meten, monitoren en beoordelen van MVO-prestaties • Opzetten stakeholderdialoog • Ontwikkelen MVO-keurmerk met betrekking tot maatschappelijk verantwoorde mobiliteit 	<p>http://www.ecodrive.eu/nl/mvo/mvo-en-ecodrive</p> <p>Zelfverklaring ISO26000 ECOdrive, p. 25</p>