



Coalitiebijeenkomst Grensverleggers in de Maritieme Sector

Blijdorp Rotterdam, Haaienzaal
22-03-2016, 12:00u - 15:00u

Aanwezig:

| | |
|----------------------------------|----------------------|
| Martine Holtkamp | Royal IHC |
| Henk Volmerink | Theunissen |
| Bart Otto | Flinter |
| Ewald Vonk | Berenzina |
| Eelco Leemans | LMC |
| Rob Pander Maat | Bosch Rexroth |
| Ludo van Well | Van Well Design |
| Sibrand Hassing | HAL |
| Arjan Timmer / Bart Mensink | Shipcon |
| Jarl Schoemaker | HbR |
| Joop Hessels | ABNAMRO |
| Stefan Spaas | Blueco Benelux |
| Simone Mooij | Smooij Advies |
| Bopp van Dessel | ProSea |
| Mark Spetter | Globalance |
| Rob van Hoorn / Heinz van Gelder | NTA Maritime |
| Rob Gerritse | Econosto/ERIKS |
| Bram van Cann | FMD Consultancy |
| Stephan van der Ruit | Damen Shipyards |
| Pieter Jan Lukas | DBH Dieselservice BV |
| Arjen Uytendaal | NML |

1. Future proof community: Voor een toekomstbestendige business case

Presentatie door Iris Carolina de Gruijter, Community Manager bij MVO Nederland

Mensen werken met elkaar samen in projecten, netwerken en coalities. Deze offline beweging kan worden voortgezet in een online community waarin verhalen, kennis en contacten kunnen worden gedeeld. Een eigen platform (online community) is goed voor je branding en je zichtbaarheid. Het geeft je een exclusieve plek om unieke content op te delen. Sociale media zoals LinkedIn en Twitter zijn de kanalen waarop je content plaatst en waarmee je gebruikers naar jouw platform trekt.





Voor het succes van een online community is de offline beweging net zo belangrijk. De online community vormt de tool. Offline via het netwerk en de coalitie is waar de beweging vandaan moet komen en van waaruit de content moet worden getapt. Een online community vergt een stevige redactie die de content beoordeelt op de kwaliteit en checkt of het bij de doelgroep past.

Twee voorbeelden van succesvolle online communities:

- www.circulairondernemen.nl
- www.klimaatcoalitie.nl

Enkele opmerkingen vanuit de maritieme sector:

“Er zijn tweedimensionale denkers en driedimensionale denkers. Op een community komen voornamelijk tweedimensionale denkers. Problemen in de maritieme sector zijn driedimensionaal. Het gaat over techniek. Technische problemen passen daarom niet goed op zo’n website. Je moet het in een modelvorm gieten.”

“Zo’n community is vrij complex en niet iedereen zal problemen willen delen. Beter geschikt voor de nieuwe (digitale) generatie jongeren.”

“Het zou goed zijn om aan de verschillende gebruikers en experts competentieprofielen te hangen met een bepaald kennis label. Zo kun je herkennen wie de specialisten zijn en kun je er bij een bepaalde reactie van uitgaan dat deze persoon verstand van zaken heeft.”

2. Post-2016 strategie: mogelijke opties

Welke rol kunnen NML en/of MVONL spelen bij het ondersteunen van MVO in de maritieme sector?

“Het uitwisselen van netwerk kennis en netwerk ambassadeurs. Kruisbestuiving.”

“Een rol bij het neerzetten van de ambitie voor de komende decennia.”

“Een publicitaire rol, PR en communicatie.”

“De maritieme sector heeft een imago probleem. De buitenwereld heeft een heel ander beeld dan hoe wij het voelen. Op gebied van PR zouden we ons meer moeten profileren. Niet alleen door mooie stukjes te schrijven, maar ook via ambassadeurs, het delen van best practices en deze integraal uit te wisselen. Met elkaar delen wat we doen. Want op dit moment delen we niks met elkaar.”

“Level playing field creëren. In hoeverre loopt het maritieme echt voorop op MVO of loopt het achter. MVO Nederland kan maritieme sector benchmarken op het gebied van MVO. En dan per MVO- onderwerp specificeren.”

“Het ontwikkelen van MVO-standaarden ontwikkelen die voor iedereen toepasbaar zijn.”

“Bij MVO worstelen de rederijen met de hoeveelheden aan onderwerpen en de snelheid waarmee ontwikkelingen plaatsvinden. Dus bij het faciliteren van kennis kan MVONL een rol spelen.”

Wat zijn de belangrijkste obstakels voor de voortgang van het MVO Maritieme Netwerk?

“Het budget en de organisatie er om heen”

“Conjunctuur / recessie. MVO is belangrijk maar we hebben nu als bedrijf andere zorgen. Zodra het elkaar gaat bijten, wordt het gevaarlijk. Tegengestelde belangen.”



“Het gevaar van een te diverse sector. Per maritieme deelsector wordt MVO op een andere manier ingevuld.”

“Tegenstrijdige verwachtingen. Vooraf goed realiseren wat de verwachtingen zijn. Die kunnen erg divers zijn.”

“Vrijblijvendheid en het gebrek aan commitment.”

“Starheid, oude denken (‘schip is een oude, stalen bak’)”

“Duurzaamheid wordt ook al actief opgepakt binnen de innovatie commissie van NMT. We moeten goed met elkaar blijven communiceren zodat we niet in elkaars vaarwater terecht komen.”

“Politieke ontwikkelingen: een kabinet dat duurzaamheid niet tot speerpunt bestempeld.”

3. Post-2016 strategie: doemdenken en ophemelen

Doemdenken

Tegenstrijdige verwachtingen

“MVO hoeft geen geld te kosten. Maar MVO wordt wel een concurrentie issue met name op internationaal vlak. Wanneer MVO zich niet transformeert van geitewollen sokken fenomeen tot klinkende euro's, dan blijft het business as usual.”

Star denken

“De mate van starheid zien we sterk toenemen en alleen maar groter worden. Zie je wel dat al die initiatieven alleen maar zeepbellen zijn. Werkt niet. Probleem van de internationale verhoudingen en het toenemend protectionisme zal alleen maar groeien. Innovatieve landen botsen op een muur van landen die dat willen voorkomen. Daardoor wordt de focus op MVO steeds zwakker.”

“Door de overnames van China, en het Midden-Oosten van innovatieve bedrijven lekt kennis weg. Dat wat aan bedrijven in Nederland overblijft, zijn de starre bedrijven.”

Conjunctuur/recessie

“Door de recessie ontstaat er overcapaciteit. Er is minder vraag naar schepen en platforms. Steeds meer gesegmenteerde nationale overheden die geld pompen in de productiemiddelen om de werkgelegenheid in eigen landen te bewaken. De nieuwe leiders van de wereld: Putin en Trump stimuleren MVO niet. Daardoor is MVO niet langer relevant en worden innovatieve initiatieven om zeep geholpen.”

Overlap met NMT en andere initiatieven

“We hebben al 5 initiatieven, maar dat is veel te weinig. Er gebeuren allerlei events om dezelfde onderwerpen zonder dat ze het van elkaar weten. We stellen voor dat er veel meer belangenverenigingen komen die onderverdeeld worden in visserij, containers, cruise etc. Al die belangenverenigingen krijgen statuten van 60 pagina's met verschillende dingen en een ego als voorzitter. Techniek gaan we niet meer delen en afstemmen wordt strafbaar.”

Geopolitieke ontwikkelingen

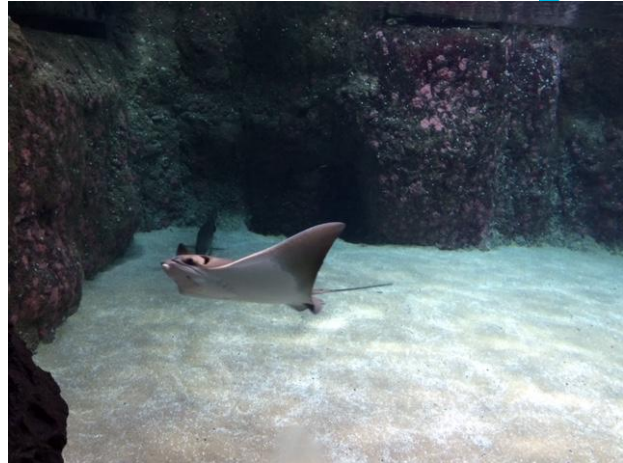
“Oliemaatschappijen krijgen lobby's in het zadel en old boys netwerken van de industrie krijgen de macht. Grexit en Brexit.”



Ophemelen

Conjunctuur / recessie

“Nederland krijgt de kans om mee voorop te lopen in open internationale samenwerking. Juist door internationaal samen te werken kun je protectionisme doorbreken. Meer op EU verband samenwerken want daar zien we meeste mogelijkheden.”



Star denken

“Platform dat succesverhalen uitdraagt en de nieuwe generatie enthousiasmeert. Publieke opinie beïnvloeden. Starre denkers losweken en voelen dat het de goede kant op gaat. Misschien ben ik te star geweest. Focus op win-win innovaties: innovaties met terugverdiendtijd.”

Overlap met NMT en andere initiatieven

“Gemeenschappelijk MVO-koepel op basis wat ons bindt om een vuist te maken, ook over de grens. Onder die gemeenschappelijke koepel is differentiatie mogelijk en daarbinnen kunnen verschillende organisaties een rol spelen.”

Geopolitieke ontwikkelingen

Binnen elke politieke stroming is maritiem relevant op het gebied van werkgelegenheid, techniek, innovatie, voordeel voor je regio.

4. Post-2016 strategie: Financiële middelen & budget

De volgende huiswerkopdracht wordt aan de coalitie meegegeven.

Als voorbeeld:

MVO Nederland hanteert bij sectornetwerken de volgende opzet:

- Ieder bedrijf/organisatie is partner van MVO Nederland. Tarieven hangen af van de grootte van het bedrijf en het soort partnerschap. Zie ook: <http://mvonederland.nl/partners-netwerken>
- Om je aan te sluiten bij een sectornetwerk betaalt je als partner een additionele fee voor het in stand houden van de sectororganisatie. Denk daarbij aan kosten voor het personeel, organisatie van maritieme events, PR, projectondersteuning, nieuwsbrieven, online community.

Voor 2016 zijn de volgende bedragen begroot voor het IMVO Netwerk Maritiem. Let wel, dit was de subsidie ihkv het IMVO traject. Mogelijk is in volgende jaren bijvoorbeeld geen financiële ondersteuning meer te geven aan projecten, minder bijeenkomsten organiseren enz.



| IMVO Sectortransitie Maritiem 2016 | | |
|---------------------------------------|---------|-----------|
| | | |
| Totaal inkomsten (subsidie BuZa) | | € 243.820 |
| | | |
| Personeelskosten | 1,1 FTE | € 148.820 |
| | | |
| Out-of-pocket kosten | | € 95.000 |

Jullie hebben als coalitie de noodzaak voor een zelfstandig MVO-platform voor de maritieme sector benoemd om MVO breder onder de aandacht te brengen en te stimuleren in de maritieme sector. Dit zou zelfs op Europees niveau moeten gebeuren. Maar voor een oprichting van een dergelijk platform, dan wel het voortbestaan van het huidige IMVO Netwerk Maritiem is funding nodig.

De huiswerkopdracht luidt daarom: Hoe en door wie gaat dit platform worden gefinancierd?

Mail je reacties naar m.bakker@mvonederland.nl voor eind april. Je input zal worden gebruikt om een businessplan te ontwikkelen. Het is natuurlijk jammer als het netwerk wegvalt, als niemand MVO meer actief promoot, als MVO daardoor weer vertraagd wordt. Twee jaar sector Maritiem IMVO hebben de toegevoegde waarde van dit netwerk benadrukt.

