

## **PERSBERICHT**

**Hasselt, 16 april 2010**

***Bevraging VKW Limburg en UNIZO-Limburg:  
Hoe 'duurzaam' zijn de Limburgse bedrijven?***

### **Limburg onderneemt groen**

**Maar Limburgse bedrijven pakken er te weinig mee uit**

**Milieubewustzijn wordt steeds belangrijker in bedrijven**

**Hoe groter de onderneming, hoe actiever bezig met milieu**

**Kleinere bedrijven laten zich evenmin onbetuigd**

**Subsidies en premies bereiken de milieubewuste ondernemer te weinig**

UNIZO-Limburg en VKW Limburg ondervroegen meer dan 450 Limburgse ondernemers over het belang van milieubewustzijn en duurzaamheid in hun onderneming. Opvallendste tendens in de bevraging is dat de grootte van het bedrijf een ernstige impact heeft op het milieubewustzijn. De kleinere KMO's hollen echter zeker niet allemaal achterna. Een groot aantal ondernemers kiest heel bewust voor een 'groene' koers. Imago en marketing spelen daarbij maar een beperkte rol. Limburgse bedrijven mogen dus best meer communiceren over hun 'groene' inspanningen.

#### **Zijn Limburgse ondernemers 'groen' bezig?**

Eerste opvallende conclusie: slechts één Limburgse ondernemer op tien beperkt zich tot het absolute wettelijke minimum als het gaat over milieubewust ondernemen. Negen op tien van zijn collega's zijn actief bezig met milieu in hun onderneming, gaande van 56% die het belangrijk vinden, over 33% die er eerder beperkt aan werken.

Als we de cijfers opsplitsen naar de grootte van de onderneming stellen we meteen een algemene tendens vast: het belang van milieu is recht evenredig met de grootte van de onderneming, zonder dat de 'kleintjes' echt uit de boot vallen. Ook voor ondernemers met minder dan vijf personeelsleden is voor 42% 'milieu' een belangrijk item in hun bedrijf en is nog eens 39% er eerder beperkt mee bezig. Slechts 19% beperkt zich tot 'het wettelijke minimum'. Vanaf vijf personeelsleden rondt we al de kaap van 50% 'groene' ondernemers. Bij de grote ondernemingen boven de 250 en 500 personeelsleden loopt dit respectievelijk zelfs op tot 72% en zelfs 95%.

### **Meer dan mooie woorden**

Hoe gaan deze milieubewuste ondernemers hier in de praktijk mee om? UNIZO-Limburg en VKW Limburg polsten naar de meest gebruikte technieken. Afgetekend op een eerste plaats staat het **terugschroeven van het energieverbruik door zuiniger om te gaan met energie**. Bijna drie bedrijven op vier maken hier gebruik van. Op de tweede plaats komt het **terugdringen van afval**, zowel in de **bedrijfswerking** (62%) als in de **productie** (33%). Het rijtje wordt aangevuld met groene energie (aankoop of eigen investering), beperking van CO<sub>2</sub>-uitstoot en innovatie. Opvallend is het **belang van innovatie** bij de productiebedrijven, maar liefst één bedrijf op drie geeft te kennen door middel van innovatie zijn productieproces of producten milieuvriendelijker te maken, bijvoorbeeld door toepassing van het cradle-to-cradle principe. Ook opvallend bij de productiebedrijven is het belang van het terugdringen van de afvalstromen, vaak een aanzienlijke kostenpost.

### **Motivatie en communicatie**

**Kostenbesparing** blijkt slechts voor de helft van de Limburgse ondernemers de voornaamste reden te zijn om milieubewust te werken. Maar liefst 35% geeft aan dat ze hun bedrijf milieubewust runnen om **hun steentje bij te dragen aan een lagere impact op ons milieu**. **Imago en inspelen op de markttrends** zijn voor maar 17% van de ondernemers een motivatie.

Dat blijkt ook uit de manier waarop de ondernemers **communiceren** over hun groene maatregelen. Drie ondernemers op tien communiceren er helemaal niet over en slechts één ondernemer op vijf gebruikt het als een argument in zijn externe communicatie naar omwonenden, leveranciers of klanten. Binnen het bedrijf communiceert wel meer dan 60% van de ondernemers zijn maatregelen en ingrepen naar collega's en personeelsleden. In de sectoranalyse van deze statistieken valt op dat in de meest commerciële sectoren zoals bouw, groothandel en detailhandel net het minst gecommuniceerd wordt rond het groene imago van het bedrijf. **Besluit: Limburgse bedrijven investeren sterk in het milieu, maar mogen er best wat meer mee uitpakken!**

### **Premies en subsidies weinig gebruikt**

Het gebruik van de door de overheid aangeboden premies en subsidies staat in schril contrast met de milieumaatregelen van bedrijven. Gemiddeld maakt slechts één bedrijf op vijf gebruik van de maatregelen die de overheid aanbiedt om 'groene economie' te promoten. Hier valt op dat ook bij de grote bedrijven slechts 25% (vanaf 250 werknemers) tot 40% (plus 500 werknemers) gebruik maken van de maatregelen, terwijl de bevraging in die categorieën net aangeeft dat respectievelijk 75% en 95% in het bedrijf sterk werken aan het milieu.

Concreet polsten UNIZO-Limburg en VKW Limburg naar de meest gebruikte maatregelen bij de Limburgse ondernemers. Van alle bedrijven die beroep doen op premies en subsidies gebruikt maar liefst 65% de **verhoogde intrestaftrek voor energiebesparende investeringen**, 49% maakt gebruik van **groenestroomcertificaten** en toch nog 38% gaat voor een **ecologiepremie**. Slechts 18% maakt gebruik van de **subsidies van Val-i-Pac voor het selectief sorteren** van afval. Ook hier weer een schril contrast met het belang van afvalvermindering in productie en bedrijfsvoering.

### **Verleden en toekomst**

Ongeveer drie bedrijven op vier geven toe dat ze momenteel meer met milieubewustheid bezig zijn dan vijf jaar geleden. Enkel bij de ondernemingen kleiner dan vijf werknemers merkt slechts één op twee een evolutie in milieubewustzijn. Vanaf vijf werknemers zitten we al op het gemiddelde van 75%.

Twee derde van de Limburgse bedrijven verwacht dat het milieu in hun onderneming nog aan belang zal toenemen in de komende vijf jaar en willen hun milieuinspanningen dus nog opdrijven.

## **Conclusies**

Heel wat Limburgse ondernemers werken rond milieubewustzijn in hun onderneming, maar communiceren er te weinig over. Hoe groter het bedrijf hoe meer actief met het milieu aan de slag gaat. Premies en subsidies bereiken echter minder dan de helft van de betrokken ondernemers, bij kleinere bedrijven zelfs minder dan één derde. Het belang van milieubewustzijn is de afgelopen jaren zeer sterk toegenomen. Het valt op dat vele ondernemers 'uit principe' werken aan een duurzaam en zuinig bedrijf. Minder dan twintig procent gebruikt echter hun groen imago als commercieel verkoopsargument.

---

*Voor meer informatie over dit bericht kan u contact opnemen met:*

*Johan Schildermans  
manager belangenverdediging  
VKW Limburg  
tel. 0476-31 60 58  
johan.schildermans@vkwlimburg.be*

*Nele Schoofs  
communicatieverantwoordelijke  
UNIZO-Limburg  
tel. 0476-58.60.11  
nele.schoofs@unizo-lim.be*