



De Graafstroom Doet vanuit het Hart



**Workshop:
Waarom zouden medewerkers
willen verduurzamen?**

08 oktober 2015



ZUIVELFABRIEK
DE **GRAAF**
1908 **STROOM**
KAAS UIT HET HART



ZUIVELFABRIEK
DE 1908 GRAAF
STROOM
KAAS UIT HET HART

Van grote multinational naar kleine zelfstandige kaasproducent

- Door fusie Friesland Campina verzelfstandiging locatie Bleskensgraaf
- Eigendom van de melkveehouders verenigd in de **coöperatie Deltamilk**
- 150 aangesloten melkveehouders
- Een van de meest efficiënte Goudse kaasfabrieken in Nederland
- Verwerking van 420 mio liter melk > ca. 42.000 ton natuurgerijpte kaas
- 2^e speler in natuurkaas
- 68 enthousiaste medewerkers



Productenpallet....

- Huidig:
 - Gouda rond 48+ 12,5 kg
 - Gouda rechthoek 48+ 15,5 kg
 - Gouda laag vet 30+ (rh) 15,5 kg
 - Gouda laag vet 30+ (rond) 12,5 kg
 - Maasdam 45+ rond 12,9 kg
 - Gouda 48+ lager zout 12,5 kg
 - Proosdij 45+ 12,5 kg
 - Klant specifieke recepturen



Wat is Duurzaamheid/MVO?

- Permanent zoeken naar balans tussen People, Planet en Profit(3P's)
- Combinatie van ethiek en economie
- Continue bewustwording-, verbeter- en innovatieproces
- Transparantie en verantwoording
- Altijd maatwerk
- Een reis en geen bestemming



De kernthema's van MVO

- Organisatie ontwikkeling (overkoepelend)
- Mensenrechten
- Arbeidspraktijk
- Milieu
- Eerlijk zaken doen
- Consumenten belangen
- Betrokkenheid bij ontwikkeling van de gemeenschap



De kernthema's van Duurzaamheid

- Zorg voor ons milieu
- Dierenwelzijn
- Verlaging energie verbruik
- Efficiënter produceren
- Gebruik van duurzame grondstoffen



Implementatie MVO in praktijk

September 2011.



- project “horizon” = Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen
- 0-punt d.m.v. enquête onder de medewerkers
- Na inventarisatie werden 5 doelen benoemd
- Duurzaamheid speelt in het project een belangrijke rol
- Het project geeft richting aan het MVO beleid



ZUIVELFABRIEK
DE 1908 GRAAF
STROOM
KAAS UIT HET HART

Resultaten enquête onder de medewerkers bij aanvang MVO traject

- **44 (van 68) medewerkers hebben enquête ingevuld, = 64%** en voor dit soort enquêtes redelijk hoog
- **Men geeft aan nog weinig te merken van een MVO structuur, beleid en doelen.** Dit sluit aan bij begin stadium van project.
- **Weinig concrete voorbeelden die ingaan op eigen acties gerelateerd aan MVO.** Men is dus nog weinig met MVO bezig
- **Goed nieuws: Zowel op individueel niveau als op collectief niveau geeft men aan dat zij het belang inzien van MVO en er ook aan hechten dat De Graafstroom hier meer invulling aan geeft.** Dit is een belangrijk resultaat omdat het een brede voedingsbodem aangeeft om met werkgroepen concrete slagen te gaan maken.



Eerste valkuilen!

- Medewerkers bleken onvoldoende over MVO geïnformeerd, waardoor er onvoldoende commitment aanwezig was
- Te brede start door met meerdere projectgroepen tegelijk te willen starten
- Geen visie en doelstellingen vastgelegd, dus er was verwarring



Oplossing 1

Medewerkers beter over MVO geïnformeerd

Introductie van een eigen MVO character die onze medewerkers in stripvorm gaat vertellen waar we op gebied van MVO mee bezig zijn.

Kennis maken met...



Oplossing 2

Te brede start met meerdere projectgroepen

Kick Off met één werkgroep “communicatie MVO”

Opdracht 1:

Wat zijn MVO activiteiten die de Graafstroom in het verleden al heeft uitgevoerd en wat is hierover in het verleden wel/ niet gecommuniceerd?

De kickoff...



Oplossing 2

Te brede start met meerdere projectgroepen

Opdracht 2:

Welke stakeholders zouden wat moeten weten over de reeds ondernomen MVO activiteiten ?

Eindresultaat:

Er werd een volledig ingevulde MVO communicatie matrix opgeleverd.

Er is al veel te vertellen...

De projectgroep MVO Communicatie werkt met veel enthousiasme aan de inventarisatie van MVO activiteiten



De MVO-activiteiten worden in een aantal categorieën ingedeeld



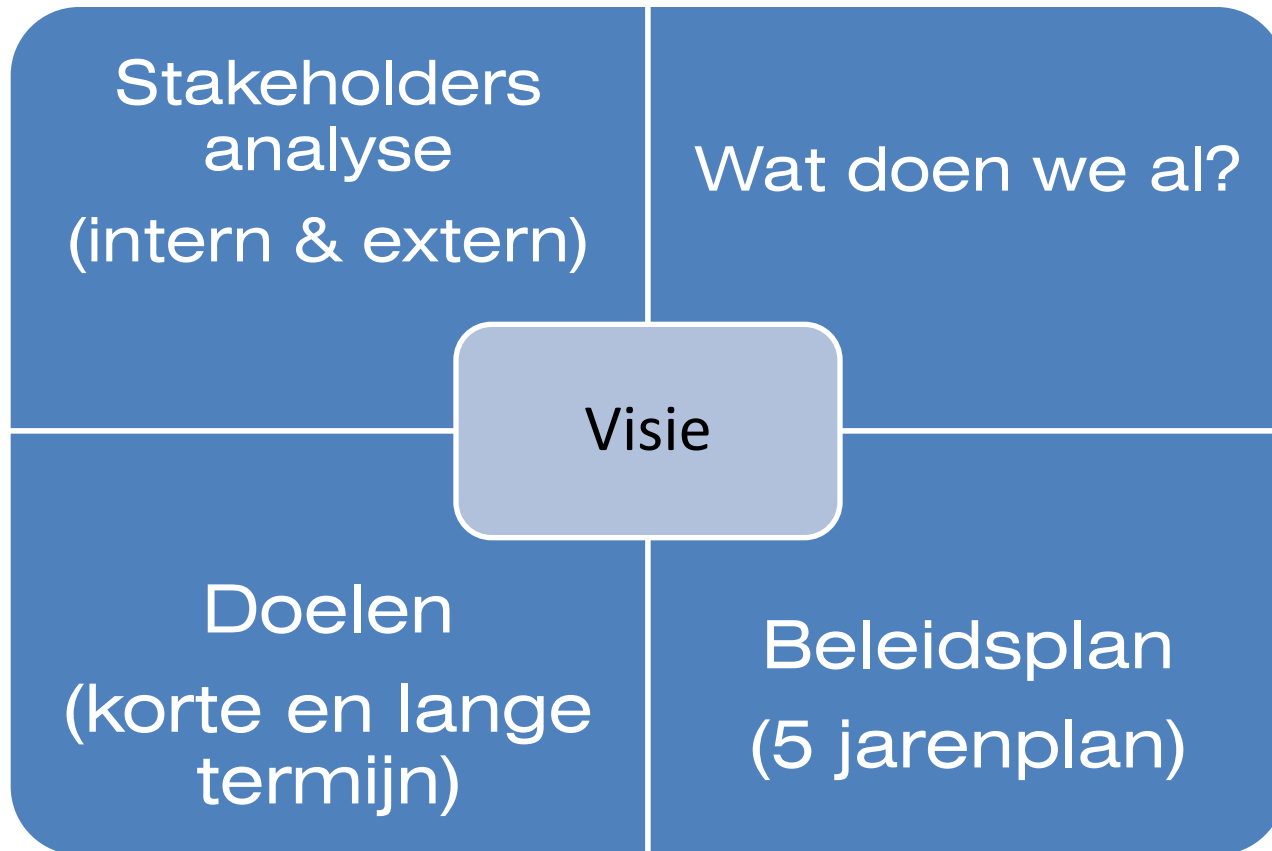
De projectgroep MVO-Communicatie wil weten wat de resultaten zijn van deze activiteiten



De projectgroep gaat verder met haar werk. En brengt in kaart wie geïnformeerd wordt over deze resultaten en hoe zij dat het beste kan doen.



MVO beleid vastgelegd en door MT goedgekeurd



Projecten



People

- Communicatie; Blessie, website, facebook
- Gezonde medewerkers; gezondheid check, Kantine fruit, fietsenplan, voorlichting, etc.
- ***Stichting De Graafstroom Doet vanuit het hart***



Planet

- Milieustraat; afvalscheiding, bewustwording
- Waterzuivering: VE's verlagen, slipontwatering
- Verlaging CO2 uitstoot per ton kaas



Profit

- Nieuwe procesinstallaties; energie zuinig, waterbesparing
- Waterzuivering; beter rendement, energie terugwinning, vermindering bron van vervuiling(zoveel mogelijk melk in de kaas!)

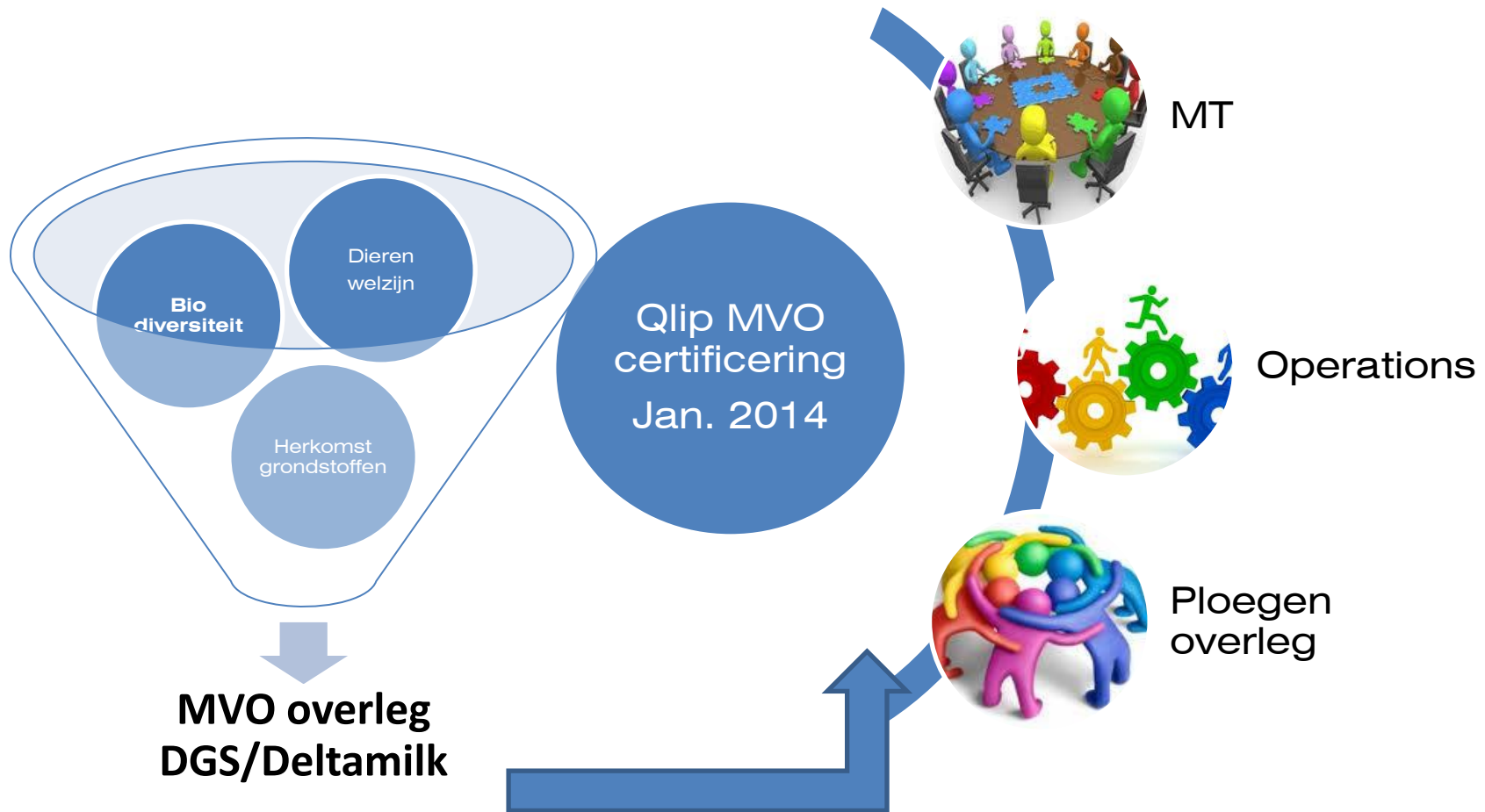


Resultaten enquête onder de medewerkers einde project

- 66 % van de medewerkers hebben enquête ingevuld(**was bij 1^e 64%**)
- Men heeft de afgelopen twee jaar duidelijk meer gemerkt van structuur, beleid en doelen op het gebied van MVO (**van -13 naar +16**)
- de score m.b.t. eigen beleving/gedrag op gebied van MVO is duidelijk verbeterd (**van -4 naar +32**). Men is dus meer met MVO bezig.
- op individueel en collectief niveau geven medewerkers aan dat zij het belang inzien van MVO en er ook aan hechten dat De Graafstroom hier meer invulling aan geeft. Dit is een belangrijk resultaat omdat het een brede voedingsbodem aangeeft om met werkgroepen verder concrete slagen te gaan maken.
- De communicatie rondom MVO krijgt een 7,3 als cijfer en is dus een dikke voldoende. Kan hier en daar nog wat beter!
- bijna alle afdelingen(10 van de 14) hebben MVO als vast punt op de agenda van het afdelingsoverleg staan.



MVO als onderdeel van de organisatie



Levert MVO/ Duurzaamheid ook nog wat op?

Jazeker!



Omdat.....

- Bewustwording medewerkers meer “oplevert”
 - Meer arbeidsvreugde/ beter gemotiveerd
 - Eigen waarde vergrooten door deelname projectgroepen
 - Lager ziekteverzuim
- Alle investeringen gekoppeld zijn aan MVO doelstellingen
- Afnemers steeds meer gaan kiezen voor bedrijven die actief bezig zijn met MVO
- We in staat zijn door nieuwe processen onderscheidende producten te maken waarmee we klanten (langer) kunnen binden
- Consumenten steeds kritischer worden over foodproducten en dus eerder voor ons kiest als het hele verhaal ook klopt.



Doelstelling om CO2 Footprint in 2014 te verlagen

De volgende verlagingen zijn in 2014 zo goed als gerealiseerd.

uitgedrukt in % van de jaar last.

- verlaging elektriciteitsverbruik met circa 10 %
- verlaging gasverbruik met circa 5 %
- verlaging transport km Wei concentraat met 7,5 % (=26000 km/ jaar)
- verlaging hoeveelheid afvalwater met 20 % (circa 100.000 m³/ jaar)
- verlaging totaal hoeveelheid VE`s per m³ effluent met 20%
- verlaging hoeveelheid restafval via milieustraat met 5 %
- verlaging leidingwatergebruik met 85 % (=110.000 m³/ jaar); *is nog niet helemaal gerealiseerd omdat eerst nog verder wordt getest met hergebruik als proces en product water.*





DE GRAAFSTROOM DOET,
VANUIT HET HART!

“DE GRAAFSTROOM DOET, VANUIT HET HART” wil zich vanuit duurzame, vrijwillige betrokkenheid, ten dienste stellen van de samenleving.

Dit kan bijvoorbeeld in de vorm van:

- een geldschenking, (periodieke toelage of eenmalige storting).
- een gift in natura, (producten, materiële of technische middelen, ter beschikking stellen van middelen).
- het overbrengen van kennis.
- aanbieden van diensten.
- organiseren van activiteiten/evenementen waar de werknemers van de onderneming bij betrokken worden (mobiliserende hulp, vrijwilligerswerk).





DE GRAAFSTROOM DOET,
VANUIT HET HART!

VOOR WIE OF WAT IS “DE GRAAFSTROOM DOET, VANUIT HET HART”?

- Activiteiten/evenementen van of voor directe relaties van De Graafstroom.
- Organisaties of verenigingen afkomstig uit de regio.
- incidenteel ook landelijke activiteiten/evenementen (Bijvoorbeeld van een landelijk organisatie als NL.DOET).





DE GRAAFSTROOM DOET,
VANUIT HET HART!



Dorpsdiner



Donatie pot stichting
Ouwehands dierenpark



Dakterras

NL doet opruim
actie



Verwendag Graafzicht



ZUIVELFABRIEK
DE 1908 GRAAF
STROOM
KAAS UIT HET HART

Tips...

Heldere criteria

- – Wat voor projecten wil je ondersteunen?
- – Aan welke eisen moeten projecten voldoen?

Open en eerlijk

- – Leg verantwoording af
- – Vertel over de projecten

Bestuur / werkgroep:

- – Juiste mix
- – Coördinerende rol

Zoek ambassadeurs onder de medewerkers!



Wat is de bijdrage die wij vanuit van onze coöperatie krijgen?

- Actieve samenwerking m.b.t. de uitvoering van ons MVO beleid
- Streven naar hoog % deelnemers aan het duurzaamheidsprogramma
- Deelname “open-dagen” activiteiten vanuit de leden
- Actieve bijdrage leden aan DGS merkconcept ondersteuning op de winkelvloer



ZUIVELFABRIEK
DE **GRAAF**
1908 **STROOM**
KAAS UIT HET HART

Kortom De Graafstroom gaat...
voor duurzaam en
Maatschappelijk Verantwoord
Ondernemen!
en..
met Deltamilk samen op reis
naar een gezamenlijk betere
toekomst.



DANK VOOR UW AANDACHT

