



MAATSCHAPPELIJK VERANTWOORD PRODUCEREN 'PROBEREN DE FOOTPRINT TE BEPERKEN'

In de vorige editie van AV & Entertainment Magazine viel te lezen over het groene karakter dat steeds belangrijker wordt bij tijdelijke energievoorzieningen bij festivals en concerten. Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen (MVO) bleek steeds belangrijker te worden. Bij technisch producenten blijkt dat al net zo te zijn, zo blijkt uit de verhalen van Livetime Productions en MY Productions, al blijft ook enige scepsis aanwezig.

Net als bij veel leveranciers van voorzieningen voor tijdelijke energie, is MVO ook bij de technisch producenten in Nederland een punt van aandacht. "Bij ons is het in ieder geval heel belangrijk", vertelt Yvonne Pos van MY Productions. "Niet alleen omdat opdrachtgevers er steeds meer naar vragen, maar ook omdat we de overtuiging hebben dat we met elkaar moeten zorgen dat de wereld beter bewoonbaar blijft en wordt. Ons bedrijf vindt zijn oorsprong

in buitenevenementen en daar is het altijd al wel zo geweest dat je respect voor de omgeving hebt. Dat vind je nog altijd terug in alle projecten waar we mee bezig zijn."

Bewust

Bij MY Productions is onlangs een nulmeting gedaan en daaruit bleek dat het bedrijf al redelijk veel doet aan Maatschappelijk Verantwoord en Maatschappelijk Bewust Ondernemen. Pos:

"Zo kwam er uit deze meting dat we bij een groot deel van onze leveranciers bewuste keuzes maken. Ook proberen we bewust met onze mobiliteit om te gaan en kijken we naar mogelijkheden om intern op allerlei fronten te 'bezuinigen' (minder stroom, minder papier gebruiken, bewust met materialen omgaan, scheiden van afval, kijken naar hergebruik). Daarnaast worden onze medewerkers in de mogelijkheid gesteld vrijwilligerswerk te doen (zelfs op evenementen)



en zetten we onze expertise in voor een maatschappelijke organisatie in onze omgeving.”

Onwennig

Bij MY Productions merken ze dat ook opdrachtgevers het steeds belangrijker vinden om maatschappelijk verantwoord te ondernemen. “Hoewel we wel het idee hebben dat opdrachtgevers er vaak nog zoekende in zijn. Ze willen graag en bij sommige instanties moeten ze ook, zoals bij de diverse overheidsinstanties. Toch proef je ook hier nog altijd een soort onwennigheid, waarbij ze het eigen stuk wel goed onder controle hebben, maar ze nog niet zo goed weten wat ze aan ons als producent kunnen vragen”, vertelt Pos. Het hangt volgens haar mede samen met het gebrek aan uitgekristalliseerde regelgeving: “Ook de overheden zijn namelijk nog zoekende, met name op gemeentelijk niveau. Wij kunnen binnen de huidige regelgeving in ieder geval goed produceren en zien een maatschappelijk verantwoorde toekomst met belangstelling tegemoet.”

Leuk

Het is volgens Pos een goede ontwikkeling dat veel organisaties tegenwoordig bezig zijn om duurzaam en maatschappelijk verantwoord ondernemen onder de aandacht te brengen. “Er is veel informatie, maar als je niet uitkijkt dan verdrikt je in de hoeveelheid aan informatie die beschikbaar is. Wat wij hebben geleerd is om

binnen het duurzame ondernemen vooral te blijven doen waar we goed in zijn en met die expertise te kijken wat we voor de omgeving kunnen betekenen. Het is van belang dat je keuzes maakt, bij je kracht blijft en van daaruit verder kijkt naar de mogelijkheden en ontwikkelingen die zich voordoen, die meerwaarde voor jou, je directe omgeving en de wereld in het algemeen hebben. Voor ons is het ook van belang dat het geen papieren tijger wordt, zoals je toch bij verschillende keurmerken tegenkomt. Realiseer je vooral ook dat maatschappelijk verantwoord ondernemen erg leuk is, dat is misschien nog wel het belangrijkste.”

Verskil maken

“Wij zijn actief betrokken bij de VVEM en de daaruit voortkomende Werkgroep Duurzaamheid, waar we onderzoek doen naar de mogelijkheden tot verduurzamen van evenementen”, gaat Pos verder. “Dit doen we in samenwerking met leveranciers, die door innovatie het verschil kunnen maken. Ondertussen worden de kreten duurzaamheid en MVO vaak door elkaar gegooid, maar is er wel degelijk onderscheid. Omdat wij als technisch producent geen producten leveren, maar partijen bij elkaar brengen, moeten we onze verantwoordelijkheid anders oppakken. Daarom kijken wij meer naar maatschappelijke verantwoordelijkheid dan naar daadwerkelijke duurzaamheid, hier kunnen wij het verschil maken.”

Onderzoek

Iemand die druk bezig is met MVO is Silvester Schoemaker, student Media & Entertainment Management aan de Hogeschool InHolland. Tijdens een minor Evenementen Producties kwam hij na een boeiend gastcollege van Olivier Monod de Froideville in contact met Livetime Productions. “Ik was op dat moment op zoek naar een geschikt bedrijf waar ik mijn afstudeeronderzoek voor kon doen. Ik heb Livetime benaderd en daar stonden ze wel open voor. Ik heb uit eigen initiatief het onderwerp Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen (MVO) gekozen, omdat ik graag wilde onderzoeken wat MVO op dit moment betekent voor een onderneming als Livetime Productions. In mijn onderzoek probeer ik een basiskennis te ontwikkelen op het gebied van MVO. Ik kijk naar de ontwikkelingen in de evenementenbranche op het gebied van MVO en duurzaamheid en probeer er aan de hand van een kleinschalig onderzoek onder de leveranciers van Livetime achter te komen in hoeverre zij daarin afhankelijk zijn van anderen.”

Lange termijn

Livetime Productions is een snel groeiende, jonge onderneming die de ontwikkelingen in de markt scherp in de gaten houdt. “Zo zijn we de afgelopen jaren ook veelvuldig de termen Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen en duurzaamheid tegengekomen”, vertelt Olivier Monod de Froideville, van Livetime. “We zijn

aangesloten bij de VVEM en zien ook dat er steeds meer aandacht is voor MVO en misschien wel in meerdere mate voor de term duurzaamheid. Op dit moment is Silvester Schoemaker inderdaad voor ons een onderzoek aan het doen om te zien wat MVO voor ons zou betekenen en in hoeverre we hierin afhankelijk zijn van onze leveranciers. We willen en kunnen dus nog niet zeggen dat MVO volledig in onze bedrijfsvoering is verweven. De evenementenbranche is gericht op tijdelijk iets neerzetten en tijdelijk is bijna nooit maatschappelijk verantwoord. Duurzaamheid en MVO is lange termijn. We houden in onze interne bedrijfsvoering zoveel mogelijk rekening met het milieu, de mens en de maatschappij. Wij vinden alleen nog niet dat wij onszelf het stempel MVO mogen geven, doordat we bijvoorbeeld spaarlampen gebruiken op kantoor. Het past absoluut bij onze bedrijfsvoering, alleen kunnen we daar momenteel nog maar weinig punten mee scoren. Wij geloven er meer in dat MVO vanuit beneden gestuurd moet worden. Hiermee bedoelen we dat leveranciers hun producten of diensten die drukken op het milieu moeten aanpassen. Dan pas kunnen wij als productiekantoor een bewuste keuze maken om met bepaalde leveranciers te werken. Vervolgens kunnen wij weer klanten trekken doordat we technisch gezien een groene productie kunnen neerzetten en dan pas vinden we dat onze klant kan zeggen dat ze er bewust mee bezig zijn. We realiseren ons dus wel dat we als branche hier iets mee moeten, maar vooralsnog vinden we het moeilijk voor een bedrijf dat zich niet kan richten op duurzaamheid. Wel vinden we het belangrijk en zijn we bereid om op alle gebieden mee te denken over dit thema, maar we staan ook voor kwaliteit en willen pas groene producten of diensten implementeren in onze bedrijfsvoering zodra deze ook echt van toegevoegde waarde en praktisch zijn. Daarnaast is MVO in onze ogen pas reëel als het ook daadwerkelijk controleerbaar is.”

Sceptisch

“Ondanks het feit dat wij als onderneming een beetje sceptisch tegenover MVO in de evenementenbranche staan, denk ik dat we onbewust al heel erg veel punten van MVO in onze bedrijfsvoering hebben doorgevoerd”, gaat

Monod de Froideville verder. “Zo proberen we op een goede, eerlijke, open en transparante manier mooie dingen te maken. Als dat niet mogelijk is, dan doen we het liever niet. We zijn ervan overtuigd dat als je op een respectvolle manier met je freelancers, leveranciers en klanten omgaat dat je dan vanzelf een winstgevende onderneming wordt. Livetime zou sociaalethisch gezien als onderneming, wat betreft MVO, redelijk wat punten scoren.” Wat betreft het milieu zijn de mensen achter Livetime zich er van bewust dat ze bij outdoor evenementen een footprint achterlaten. Monod de Froideville: “We proberen dan ook om deze footprint zoveel mogelijk te beperken. Zo ontwikkelen we steeds betere audio plannen die meer rekening houden met de omgeving en worden we steeds beter in het zo min mogelijk belasten van het terrein.”

Dance4Life

Om wat terug te geven aan de maatschappij is Livetime Productions partner geworden van het goede doel Dance4Life. “Wij hebben Dance4Life o.a. geholpen door ze aan een goede relatie van ons bij de NOS te koppelen”, legt Monod de Froideville uit. “NOS Actueel is daardoor ingestapt door bij het Schoolevent een toegewijde uitzending te koppelen aan Dance4Life en het Event. Het Schoolevent is een bedankje voor ruim 10.000 scholieren die zich met verschillende acties hebben ingezet voor Dance4Life. Het vond afgelopen jaar plaats in Ahoy. Door de uitzending van de NOS is de aandacht en het bereik van het Event enorm toegenomen, waardoor hopelijk nog meer geld wordt ingezameld voor het goede doel. We hebben nu diverse jaren de technische productie van het Dance4Life Schoolevent mogen verzorgen waarbij wij een groot deel van onze inzet sponsoren. Tevens enthousiasmeren we onze leveranciers om daar in mee te gaan. Het zijn fantastische projecten om aan mee te werken en het zorgt voor veel positieve energie binnen Livetime. Wat betreft onze interne bedrijfsvoering kunnen we zeggen dat we op een aantal plekken op kantoor wel wat spaarlampen en led verlichting gebruiken, maar op een aantal plekken ook nog niet. Het alternatief dat nu wordt geboden weegt nog niet echt op tegen het verschil. De sfeer in ons kantoor is heel belangrijk voor wat we doen

en wie we zijn. En MVO is nu nog niet een van onze speerpunten of een unieke selling point ten opzichte van de concurrentie. Nu is onze belasting nog zo klein dat we daar nog niet echt mee bezig zijn. We proberen verder ook bijvoorbeeld zo min mogelijk te printen en veel van onze medewerkers maken tegenwoordig gebruik van een iPad, zodat ze op locatie niet met papieren draaiboeken en tekeningen hoeven te werken.”

Leveranciers

Livetime Productions is heel erg alert op de ontwikkelingen van haar leveranciers. “We werken bijvoorbeeld heel erg bewust met een bepaalde leverancier op het gebied van stroom en bijvoorbeeld transport, omdat die gewoon z'n roetfilters en dergelijke goed voor elkaar heeft. Het moet alleen wel een praktisch product zijn en niet een blok aan je been. Tijdens een evenement heb je te maken met een hele grote druk en als je dan bijvoorbeeld een elektrische gator drie keer per dag aan een stekker moet leggen, dan ben je gewoon niet praktisch bezig en verloochen je je eigen vak. Maar op het moment dat je kan kiezen voor een alternatief dat hetzelfde resultaat kan bieden en dat niet drukt op de logistiek, dan kan je heel bewust die keuze maken.” Monod de Froideville ziet het als de taak van Livetime om heel erg op de hoogte te zijn van welke leveranciers bezig zijn op een kwalitatief goede en praktische manier hun producten te verduurzamen. “Wij werken al jaren met een zeer betrouwbaar netwerk van leveranciers (diverse leveranciers per discipline). Gezien onze onafhankelijkheid in de markt, wat wij erg belangrijk vinden, zijn wij echter nooit op enige manier gebonden aan onze leveranciers en staan we best open voor nieuwe leveranciers als blijkt dat we bij een andere leverancier betere producten - ook met MVO in het achterhoofd - kunnen krijgen. We verwachten echter niet dat dit op korte termijn zal gebeuren.”

Al met al merkt Monod de Froideville dat het bij klanten wel een hot item is. “Ze proberen erop in te spelen, alleen kunnen wij daar als technisch producent gewoon nog niet echt onderdeel van zijn. Maar we hebben nog nooit de vraag gehad van een klant of wij groene oplossingen hebben voor bepaalde dingen.”