



Vlaanderen
is economie, wetenschap
& innovatie

Duurzaamheidsbarometer

Duurzaam ondernemerschap bij Vlaamse kmo's
situatie 2023

ecoom
EXPERTISECENTRUM O&O MONITORING

DEPARTEMENT
ECONOMIE
WETENSCHAP &
INNOVATIE

Duurzaamheidsbarometer

Duurzaam ondernemerschap bij Vlaamse kmo's

situatie 2023

Colofon

Duurzaamheidsbarometer – Duurzaam ondernemerschap bij Vlaamse kmo's – situatie 2023 (Rapport ECOOM-STORE 23-023) is een publicatie in opdracht van het Departement Economie, Wetenschap en Innovatie (EWI) van de Vlaamse overheid uitgevoerd door ECOOM-STORE, UGent.

Verantwoordelijke uitgever

Johan Hanssens, Secretaris-generaal

Vlaamse overheid, Departement Economie, Wetenschap en Innovatie (EWI)

Koning Albert II-laan 35, bus 10

1030 Brussel

Info.ewi@vlaanderen.be

Tel.: 02 553 59 80

Auteurs

Thomas Standaert, Cathy Lecocq, Petra Andries (ECOOM-STORE, UGent)

Datum van uitgave

mei 2024

Depotnummer

D/2024/3241/182

Overname is alleen toegestaan met bronvermelding.

Het Departement EWI aanvaardt geen aansprakelijkheid voor het gebruik van de in dit rapport opgenomen informatie.

Inhoudstafel

Colofon	2
Lijst van figuren.....	5
Lijst van tabellen.....	5
Samenvatting.....	6
1. Inleiding.....	10
2. Methodologie	11
2.1 Meetinstrument.....	11
2.2 Populatie, steekproeftrekking en contactinformatie.....	12
2.3 Respons, imputatie en weging.....	15
3. Resultaten.....	18
3.1 Perceptie	19
3.2 Kennis.....	23
3.2.1 Voorkennis.....	23
3.2.2 Druk of steun, en informatie vanuit de bedrijfsomgeving.....	26
3.3 Overheidsinstrumentarium	29
3.3.1 Overheidsinitiatieven.....	30
3.3.2 Kenmerken van ontvangen informatie	32
3.4 Doelen en gedrag.....	34
3.4.1 Doelen.....	34
3.4.2 Duurzaam gedrag.....	37
3.5 Implementatie.....	40
3.5.1 Strategisch en responsief duurzaam gedrag.....	40
3.5.2 Uitgaven.....	42
3.5.2 Mate van professionalisering.....	45
3.6 Impact.....	46
3.6.1 Ecologische impact.....	46
3.6.2 Maatschappelijke impact.....	49

3.6.3 Kosten en andere economische impact.....	51
4. Conclusies	56
Appendix	60
Geselecteerde sectoren.....	60

Lijst van figuren

Figuur 1: Perceptie van duurzaam ondernemen (n=1.580).....	22
Figuur 2: Voorkennis (n=1.580).....	25
Figuur 3: Druk / steun en informatie vanuit de bedrijfsomgeving (n=1.580).....	28
Figuur 4: Overheidsinstrumentarium voor projecten duurzaamheid (n=1.580).....	31
Figuur 5: Kenmerken van informatie (n=1. 580).....	33
Figuur 6: (Duurzame) doelen (n=1. 580).....	36
Figuur 7: (Duurzaam) gedrag (n=1. 580).....	39
Figuur 8: Strategisch versus responsief duurzaam gedrag, per grootteklasse (n=1.518).....	41
Figuur 9: Strategisch versus responsief duurzaam gedrag per sector (n=1.518).....	41
Figuur 10: Uitgaven voor duurzame activiteiten, in percentage van de omzet (n=1.518).....	42
Figuur 11: Uitgaven voor duurzame activiteiten per sector, in percentage van de omzet (n=1.518).....	44
Figuur 12: Mate van professionalisering (n=1.518).....	46
Figuur 13: Ecologische impact (n=1.518).....	48
Figuur 14: Maatschappelijke impact (n=1.518).....	50
Figuur 15: Kostenimpact (n=1. 518).....	53
Figuur 16: Andere economische impact (n=1.518).....	55

Lijst van tabellen

Tabel 1: Populatie- en steekproefaantallen per stratum (steekproefaantallen schuin gedrukt).....	14
Tabel 2: Respons per stratum.....	17

Samenvatting

De duurzaamheidsbarometer is opgesteld en uitgevoerd in opdracht van het Departement Economie, Wetenschap en Innovatie (EWI) van de Vlaamse Overheid, en brengt duurzaam ondernemerschap bij Vlaamse kmo's in kaart. Ze is gebaseerd op gevalideerde duurzaamheidsmetingen uit de wetenschappelijke literatuur en bouwt voort op de antwoorden van een grootschalige, aselecte steekproef die representatief is voor de populatie van Vlaamse kmo's volgens bedrijfsgrootte en sector van activiteit. Bijgevolg schetst de duurzaamheidsbarometer een wetenschappelijk onderbouwd beeld van duurzaam ondernemerschap bij Vlaamse kmo's.

De dataverzameling van deze tweede editie van de duurzaamheidsbarometer liep van midden juni tot midden oktober 2023 en was gericht op Vlaamse zelfstandige ondernemingen met 5 tot 250 werknemers, actief in de productiesector (inclusief nutsvoorzieningen en bouw), de sector van de commerciële dienstverlening of de zorgsector. De analyses in de duurzaamheidsbarometer zijn gebaseerd op de antwoorden van 1.580 kmo's die de bevraging invulden en zelfstandige ondernemingen zijn. Het rapport presenteert gewogen cijfers, die representatief zijn voor de volledige populatie kmo's in Vlaanderen.

Deze tweede duurzaamheidsbarometer brengt de drijfveren en barrières van duurzaam ondernemen, duurzame doelen en gedrag, alsook de implementatie en impact van duurzaam gedrag bij Vlaamse kmo's in kaart. Duurzaam ondernemen is een manier van bedrijfsvoeren waarin naast economische doelen ook ecologische en maatschappelijke doelen de nodige aandacht krijgen. Ondernemingen die duurzaam ondernemen, kunnen op deze manier hun steentje bijdragen aan de transitie naar een duurzamere samenleving. De vergelijking van de resultaten van deze duurzaamheidsbarometer met de eerste duurzaamheidsbarometer in 2022, laat toe om de evolutie van duurzaam gedrag bij Vlaamse kmo's op te volgen.

De belangrijkste bevindingen van de bevraging zijn de volgende:

- **Bedrijfsleiders van Vlaamse kmo's zijn van mening dat duurzaam ondernemen het imago van ondernemingen verbetert en leidt tot een hogere waardering van de onderneming door klanten.** 6 op de 10 respondenten geloven ook dat duurzaam ondernemen ondernemingen in hun context en sector helpt om waardevolle relaties met de

gemeenschap op te bouwen en dat het ondernemingen in zijn sector een competitief voordeel geeft. Voor nagenoeg twee derde van de middelgrote ondernemingen is duurzaam ondernemen ook belangrijk om nieuwe werknemers te rekruteren en om werknemers te behouden. **Tegelijkertijd geven 6 op de 10 respondenten ook aan dat duurzaam ondernemen in hun sector en/of context leidt tot hogere kosten en gepaard gaat met een hogere complexiteit bij het nemen van beslissingen.** Vooral respondenten van ondernemingen uit de sector vervoer en opslag verwijzen naar deze nadelen van duurzaam ondernemen.

- **Bij een kwart tot een derde van ondernemingen is veel kennis en informatie over duurzaam ondernemen aanwezig binnen de onderneming.** Bij micro- en kleine bedrijven is deze kennis omtrent duurzaam ondernemen minder aanwezig dan bij middelgrote ondernemingen. Bij ondernemingen in de zorgsector ontbreekt de kennis over duurzaam ondernemen meer dan in andere sectoren. De aanwezigheid van kennis en informatie over duurzaam ondernemen binnen de onderneming is dezelfde gebleven als in de bevraging van 2022.
- **De helft van de Vlaamse kmo's werd de voorbije 12 maanden door overheidsinstanties aangespoord om duurzaam te ondernemen.** Daarnaast ondervinden kmo's vooral druk / steun van sectorfederaties en -verenigingen om duurzaam te ondernemen en ontvangen ze informatie over duurzaam ondernemen vooral van de overheid, van sectorfederaties en -verenigingen, en van leveranciers. Kmo's uit de nutssector en de financiële sector ondervinden meer druk / steun en ontvangen meer informatie over duurzaam ondernemen dan ondernemingen in andere sectoren. Middelgrote ondernemingen ondervinden meer druk / steun en ontvangen meer informatie dan hun kleinere tegenhangers. Zowel de druk / steun om duurzaam te ondernemen als de informatie over duurzaam ondernemen vanuit de bedrijfsomgeving zijn toegenomen tegenover vorig jaar.
- **Van diverse beleidsinitiatieven om duurzaam ondernemen bij kmo's te promoten en te ondersteunen, zijn Vlaamse kmo's het meest vertrouwd met de kmo-portefeuille van VLAIO, en vervolgens met de fiscale voordelen voor investeringen in verband met duurzaamheid.** De overige beleidsinitiatieven die duurzaam ondernemen bij kmo's willen promoten en ondersteunen, zijn veel minder gebruikt en/of bekend bij Vlaamse kmo's. In de industrie, de sector van nutsvoorzieningen en de sector vervoer en opslag, zijn kmo's het meest vertrouwd met de diverse overheidsinitiatieven inzake duurzaamheid. **4 op de 10 kmo's**

stelt dat de informatie ontvangen binnen overheidsinitiatieven relevant en kwaliteitsvol is. Echter, bijna de helft van de Vlaamse kmo's geeft ook aan dat de ontvangen informatie complex is.

- **Het welzijn van de eigen werknemers vormt de hoogste prioriteit bij nagenoeg 9 van de 10 Vlaamse kmo's, gevolgd door economische doelen met name kosten verlagen, omzet en winstmarges verhogen, en marktaandeel verbeteren.** Vlaamse kmo's hechten een groter belang aan hun ecologische voetafdruk ten opzichte van de vorige bevraging: in 2023 geeft 65% van de ondernemingen aan dat het verminderen van de ecologische voetafdruk van middelgroot tot groot belang is voor de onderneming. Daarnaast wil bijna de helft van de kmo's iets terugdoen voor de maatschappij of de lokale gemeenschap en/of oplossingen bieden voor uitdagingen op het gebied van gezondheid en/of vergrijzing en op die manier bijdragen aan maatschappelijke doelen.
- **Bijna alle Vlaamse kmo's stelden in de voorbije 12 maanden ecologisch en/of maatschappelijk duurzaam gedrag.** Zo stellen we, in lijn met de doelen van ondernemingen, vast dat bijna 9 op de 10 kmo's rekening houden met de belangen en het welzijn van de eigen werknemers. 60% van de kmo's heeft de voorbije 12 maanden in energiebesparingen (inclusief overschakelen naar het gebruik van hernieuwbare energie) geïnvesteerd, tegenover 52% in de vorige bevraging; bijna een kwart van de ondernemingen plant komende jaar te investeren in energiebesparingen. Meer dan 4 op de 10 kmo's hebben de voorbije 12 maanden maatregelen genomen om de uitstoot van schadelijke stoffen te verminderen, om het verbruik van materiaal en/of grondstoffen te verminderen, en/of om het gebruik van schadelijke stoffen te verminderen. Bijna de helft van de Vlaamse kmo's steunt culturele en sportieve activiteiten, 46% van de bedrijven neemt maatregelen om leveranciers en hun werknemers respectvol en eerlijk te behandelen.
- **Voor twee derde van de kmo's, ongeacht de bedrijfsgrootte, is de keuze voor duurzame activiteiten strategisch gestuurd:** duurzame activiteiten worden gekozen om de kernactiviteiten van de onderneming te versterken. Ze zijn bijgevolg niet alleen waardevol voor het milieu en/of de maatschappij maar leveren de onderneming ook een strategisch / concurrentieel voordeel op. Voor 3 op de 10 bedrijven bedragen de uitgaven en /of investeringen voor duurzaam gedrag meer dan 5% van de omzet. Uitgaven voor duurzame activiteiten in verhouding tot de omzet, wegen meer door bij micro-ondernemingen dan bij grotere kmo's.

- Er zijn aanzienlijke verschillen inzake professionalisering tussen middelgrote, kleine en micro-ondernemingen wat betreft het ontwikkelen van een actieplan en het communiceren over duurzame activiteiten. Middelgrote ondernemingen beschrijven hun duurzame praktijken ook vaker in hun jaarverslag, in een afzonderlijk duurzaamheidsrapport en/of op de website dan kleine en micro-ondernemingen. We zien echter in geen enkel van deze dimensies significante veranderingen ten opzichte van de bevraging van 2022.
- Vlaamse kmo's die de voorbije 12 maanden duurzaam gedrag gesteld hebben realiseerden de afgelopen 12 maanden vooral een impact op verminderd energieverbruik. Bijna 1 op 2 kmo's zegt het voorbije jaar in grote tot zeer grote mate een verminderd energieverbruik gerealiseerd te hebben, ten opzichte van 1 op 3 kmo's in 2022. Ook op het vlak van naleving van de milieunormen en vermindering van de uitstootgassen boekten heel wat kmo's, en in het bijzonder de middelgrote ondernemingen, aanzienlijke resultaten. **Een kwart van de kmo's realiseerde het voorbije jaar een grote tot zeer grote impact op een verbeterde gezondheid en veiligheid van de eigen werknemers.** Een vierde van de middelgrote ondernemingen realiseerde ook een aanzienlijke impact op het algemeen welzijn van zijn belanghebbenden.
- Duurzaam gedrag van kmo's heeft de afgelopen 12 maanden geleid tot een daling van kosten voor energieverbruik. Andere kosten, en in het bijzonder de kosten voor afvalverwerking en de kosten voor de aankoop van materialen en grondstoffen, zijn veeleer gestegen dan gedaald ten gevolge van duurzaam gedrag. **3 op de 10 kmo's geven dan ook aan dat hun winstmarges gedaald zijn ten gevolge van duurzaam gedrag.** Vooral de kmo's in de sector vervoer en opslag rapporteren meer dan andere sectoren een stijging van de kosten.

1. Inleiding

In opdracht van het Departement Economie, Wetenschap en Innovatie (EWI) van de Vlaamse overheid werd in 2022 een duurzaamheidsbarometer ontwikkeld om duurzaam ondernemen bij Vlaamse kmo's in kaart te brengen. Op basis van een uitgebreide literatuurstudie werd toen een bevraging opgesteld en een eerste bevraging bij Vlaamse kmo's gelanceerd om duurzame doelen en gedrag, implementatie en impact van duurzaam gedrag, alsook veelvoorkomende barrières en drijfveren van duurzaam ondernemen te meten.

De eerste duurzaamheidsbarometer (situatie 2022)¹ gaf aan dat bedrijfsleiders binnen Vlaamse kmo's zich bewust waren van de grote ecologische en maatschappelijke uitdagingen waar onze maatschappij voor staat in de transitie naar een meer duurzame samenleving. Veel kmo's die in 2022 duurzame activiteiten ontwikkelden, gaven echter ook aan dat hun kosten gestegen waren ten gevolge van duurzaam gedrag en dat duurzaam ondernemen leidde tot een hogere complexiteit bij het nemen van beslissingen. We concludeerden uit de eerste duurzaamheidsbevraging dat de overheid verder diende in te zetten op het verduurzamen van het Vlaamse kmo-landschap met als belangrijk aandachtspunt de toegang tot de nodige kennis / informatie en ondersteuning om duurzame activiteiten te ontwikkelen en te laten sporen met de economische doelstellingen van de onderneming.

De nieuwe bevraging van ondernemingen in de zomer van 2023 vormt de basis voor de tweede duurzaamheidsbarometer en wordt in detail besproken in dit rapport. De vragen in de bevraging zijn grotendeels dezelfde als in 2022. De nieuwe bevraging van kmo's laat bijgevolg toe om een update te geven van duurzaam ondernemerschap bij Vlaamse kmo's, alsook om belangrijke evoluties ten opzichte van 2022 in kaart te brengen, en om drijfveren en barrières voor duurzaam ondernemen die geïdentificeerd werden in de vorige duurzaamheidsbarometer, verder op te volgen.

¹ Andries, P., Berckmoes, J., Lecocq, C., Standaert, T. (2023). Duurzaamheidsbarometer. Duurzaam ondernemerschap bij Vlaamse kmo's. Situatie 2022. Beleidsrapport STORE-22-021, Steunpunt Economie en Ondernemen. https://www.ewi-vlaanderen.be/sites/default/files/2023-06/Duurzaamheidsbarometer%202023_0.pdf

2. Methodologie

2.1 Meetinstrument

De vragenlijst van de duurzaamheidsbarometer werd in 2022 samengesteld op basis van een uitgebreide literatuurstudie over duurzaam ondernemen (Berckmoes en Andries, 2020²). Daarbij werden mogelijke definities, types en het proces van duurzaam ondernemen, barrières en drijfveren en mogelijke metingen in (inter)nationale barometers en in de wetenschappelijke literatuur onderzocht. Uit een grote verscheidenheid van gangbare definities van duurzaam ondernemen, opteerden we voor de *triple bottom line* (3BL) (Elkington 1994; 1997³), een definitie waarbij de onderneming gelijktijdig economische, ecologische en maatschappelijke doelen nastreeft. We kozen voor gevalideerde duurzaamheidsmetingen uit de wetenschappelijke literatuur om duurzame doelen en gedrag, implementatie en impact van duurzaam gedrag, alsook veelvoorkomende barrières en drijfveren van duurzaam ondernemen te meten.

Voor de bevraging van 2023 werd gebruikt gemaakt van dezelfde vragenlijst als in 2022, met een aantal kleine aanpassingen. In de vragen rond perceptie rond duurzaam ondernemen, duurzame doelen en duurzaam gedrag werd een item toegevoegd dat peilt naar de relaties van kmo's met ngo's en andere non-profit organisaties, en/of de mogelijkheid voor werknemers om zich tijdens de werkuren in te zetten voor een non-profit en/of goed doel door vrijwilligerswerk uit te oefenen. In de vraag rond de druk of steun, en informatie vanuit de bedrijfsomgeving werd in de bevraging van 2023 ook gevraagd naar de rol van werknemers, van ngo's en andere non-profit organisaties, en van de lokale gemeenschap.

De vraag rond het overheidsinstrumentarium om duurzaam ondernemen bij kmo's te promoten en te ondersteunen werd aangepast en uitgebreid met nieuwe overheidsinitiatieven rond duurzaam ondernemen. De vraag rond de kenmerken van ontvangen informatie over duurzaamheid en duurzaam ondernemerschap is in de bevraging 2023 specifiek gericht op deze overheidsinitiatieven, terwijl de vraag in 2022 nog algemeen (voor alle ontvangen informatie uit de bedrijfsomgeving) gesteld werd. Deze aanpassingen laten toe om een verfijnder beeld te maken van de rol van de overheid en de diverse overheidsinitiatieven om duurzaam ondernemen bij kmo's te promoten en ondersteunen.

² Berckmoes, J. en Andries, P. (2022). Duurzaam ondernemerschap bij kmo's: een literatuurstudie. Beleidsrapport STORE-21-020, Steunpunt Economie en Ondernemen. <https://www.ugent.be/eb/mio/cer/en/publications/2023literatuurstudie>

³ Elkington, J. (1994). Towards the Sustainable Corporation: Win-Win-Win Business Strategies for Sustainable Development. *California Management Review*, 36(2), 90–100. <https://doi.org/10.2307/41165746>
Elkington, J. (1997). *Cannibals with forks: The triple bottom line of 21st century*. Capstone Publishing Ltd.

Aan de ondernemingen die de afgelopen 12 maanden duurzaam gedrag gesteld hebben voor het behouden of verbeteren van het milieu en/of het creëren van voordelen voor individuen of maatschappelijke groepen, werd in 2023 ook gepeild naar het belang van de investeringen en/of uitgaven voor deze duurzame activiteiten als percentage van hun omzet. Tot slot werd de vraag naar de duurzame waarden van de bedrijfsleider (persoonlijke mening) in 2023 weggelaten.

De duurzaamheidsbarometer is een instrument dat, aan de hand van een (jaarlijkse) bevraging van bedrijfsleiders, toelaat om duurzaam ondernemen bij kmo's in kaart te brengen en op te volgen doorheen de tijd. Hiertoe baseert de duurzaamheidsbarometer zich op het principe van representativiteit: er wordt gebruik gemaakt van een grootschalige, aselechte steekproef die representatief is voor de populatie van Vlaamse kmo's volgens bedrijfsgrootte en sector van activiteit.

2.2 Populatie, steekproeftrekking en contactinformatie

Voor dit onderzoek definiëren wij de populatie van Vlaamse kmo's op basis van locatie, economische sector, werknemersaantallen en het zelfstandigheids criterium.

We namen de Bel-first databank van Bureau van Dijk als vertrekpunt om de populatie van kmo's vast te leggen. In deze databank selecteerden we alle bedrijven met maatschappelijke zetel in Vlaanderen aangevuld met alle bedrijven met maatschappelijke zetel in Brussel en minstens één vestiging in Vlaanderen. Economische sectoren en grootteklassen werden vastgelegd in samenspraak met de opdrachtgever. De appendix geeft een gedetailleerd overzicht van alle economische sectoren en bijhorende NACE-codes die opgenomen zijn in de studie. Het gaat om alle productiesectoren inclusief nutsvoorzieningen en bouw, alle diensten uit de tertiaire sector en de zorgsector.

Omdat informatie over aantal werknemers vaak ontbreekt in Bel-first, koppelden we deze ondernemingen vervolgens met werknemersaantallen uit de RSZ-databank⁴ om ondernemingen te kunnen onderverdelen in grootteklassen. Het onderzoek omvat kmo's met een ondergrens van minstens 5 werknemers. We maken het onderscheid tussen micro-, kleine en middelgrote ondernemingen op basis van werknemersaantallen. Tabel 1 geeft de populatie-aantallen, gestratificeerd naar sector en grootteklasse, voor alle Vlaamse ondernemingen met minder dan 250 werknemers. Er wordt geen rekening gehouden met jaaronzet en balanstotaal aangezien deze vaak niet beschikbaar zijn voor kmo's.

⁴ We gebruikten hiervoor de cijfers (werknemersaantallen) van de maand februari 2023..

Om te voldoen aan de kmo-definitie, moeten bedrijven zelfstandige ondernemingen zijn. De Belfirst datadank bevat niet de nodige informatie om voor al de bedrijven uit de populatie na te gaan of ze voldoen aan het zelfstandigheid criterium van de kmo-definitie. Daarom werd in de bevraging een extra vraag opgenomen om na te gaan of het bedrijf een onafhankelijke onderneming is.

Om het aantal aan te schrijven bedrijven te bepalen, gingen we uit van een algemene responsgraad van 25%. Daarnaast maakten we de assumptie dat één op de drie aangeschreven bedrijven niet zelfstandig zou zijn, waardoor we de steekproefaantallen verder moesten verhogen. Rekening houdend met de verdeling over de verschillende sectoren, werden in totaal 8.437 bedrijven geselecteerd voor de bevraging, of 23% van de populatie. Tabel 1 geeft de steekproefaantallen weer volgens sector en grootteklasse.

Voor elk bedrijf uit de steekproef werd vervolgens een contactpersoon en bijhorend e-mailadres opgezocht. Dit gebeurde in de eerste plaats aan hand van contactgegevens die verzameld werden tijdens de vorige bevraging, aangevuld met contactgegevens uit Trends Top en manuele opzoeken op internet. We gaven hierbij steeds de voorkeur aan persoonlijke contactdata, en gaven prioriteit aan contactgegevens van personen met de functie zaakvoerder, bedrijfsleider, CEO, en dergelijke. Voor micro- en kleine ondernemingen mocht het contact ook een algemeen emailadres zijn ter attentie van de zaakvoerder indien geen persoonlijk e-mailadres gevonden werd. Middelgrote ondernemingen waarvoor wel een contactpersoon maar geen persoonlijk e-mailadres gevonden werd, werden per brief gecontacteerd.

Tabel 1: Populatie- en steekproefaantallen per stratum (steekproefaantallen schuin gedrukt)

Grootte	NACE 10-33	NACE 35-39	NACE 41-43	NACE 45-47	NACE 49-53	NACE 55-56	NACE 58-63	NACE 64-66	NACE 68-75	NACE 77-82;95.1	NACE 86-88	Totaal
Micro	1.565	76	2.625	4.379	992	1.645	662	754	2.150	930	512	16.290
(5-9 werknemers)	<i>356</i>	<i>17</i>	<i>596</i>	<i>996</i>	<i>226</i>	<i>376</i>	<i>151</i>	<i>171</i>	<i>489</i>	<i>215</i>	<i>118</i>	<i>3.711</i>
Klein	2.451	159	2.395	4.667	1.446	907	842	438	1.756	1.038	764	16.863
(10-49 werknemers)	<i>556</i>	<i>36</i>	<i>544</i>	<i>1.059</i>	<i>330</i>	<i>213</i>	<i>192</i>	<i>99</i>	<i>406</i>	<i>236</i>	<i>178</i>	<i>3.849</i>
Middelgroot	837	43	336	692	343	56	192	84	302	411	581	3.877
(50-249 werknemers)	<i>190</i>	<i>11</i>	<i>76</i>	<i>157</i>	<i>79</i>	<i>13</i>	<i>44</i>	<i>19</i>	<i>69</i>	<i>92</i>	<i>127</i>	<i>877</i>
Totaal	4.853	278	5.356	9.738	2.781	2.608	1.696	1.276	4.208	2.379	1.857	37.030
	<i>1.102</i>	<i>64</i>	<i>1.216</i>	<i>2.212</i>	<i>635</i>	<i>602</i>	<i>387</i>	<i>289</i>	<i>964</i>	<i>543</i>	<i>423</i>	<i>8.437</i>

2.3 Respons, imputatie en weging

De dataverzameling liep van midden juni tot midden oktober 2023. Van de 8.437 bedrijven die we midden juni via een eerste mailing contacteerden, konden 821 e-mails niet worden afgeleverd. Voor deze bedrijven werd nieuwe contactinformatie opgezocht en een nieuwe e-mail uitnodiging uitgestuurd. Voor de e-mails die hiervan niet toekwamen, werd opnieuw een nieuwe mailing gedaan (80 bedrijven) of een uitnodiging per brief (42 bedrijven) verstuurd. Midden juni verstuurd we ook uitnodigingen per brief voor de 51 bedrijven waarvoor we geen e-mailadres konden vinden. Van al de verzonden brieven konden 3 brieven niet worden afgeleverd.

Vanaf eind juni tot en met midden september, volgde een doorgedreven telefonische opvolging van alle geselecteerde bedrijven. Bedrijven die een uitnodiging per brief ontvingen, werden prioritair opgebeld door het call center. Via het call center konden we ook 128 bedrijven bereiken waarvan de mails niet konden worden afgeleverd. We verzamelden via het call center ook (nieuwe) contactinformatie voor 1.127 bedrijven. Alle bedrijven die via het call center gecontacteerd werden, kregen nadien ook een mail met de persoonlijke link naar de bevraging toegestuurd.

Uiteindelijk hebben 8.097 bedrijven via e-mail en/of brief een uitnodiging ontvangen voor de bevraging. We stuurden eveneens vier e-mailherinneringen naar de bedrijven. Half oktober hadden we antwoord ontvangen van in totaal 2.313 bedrijven. Dit impliceert een responsgraad van 28,6% ($2.313/8.097$).

Van deze 2.313 bedrijven waren 1.580 antwoorden bruikbaar voor verdere analyses. 267 bedrijven vielen uit de responsgroep omdat ze niet onafhankelijk waren en dus niet voldoen aan het zelfstandigheids criterium van kmo's. Deze bedrijven kregen geen verdere vragen met betrekking tot duurzaamheid. Daarnaast lieten 76 bedrijven via mail of via het callcenter weten dat het bedrijf niet langer actief is (wegens stopzetting of overname), en dat het bijgevolg niet relevant is om de bevraging in te vullen. 387 andere responsen vielen uit de responsgroep omdat geen enkele vraag betreffende duurzaamheid werd beantwoord. Bij één bedrijf werd de vragenlijst ingevuld voor een ander ondernemingsnummer dan gevraagd, bij een ander bedrijf kregen we voor eenzelfde bedrijf twee antwoorden, en één bedrijf konden we niet identificeren. Tabel 2 geeft de uiteindelijke respons weer per sector en grootteklasse.

De vragen in de bevraging waren niet verplicht. Ontbrekende gegevens waren echter beperkt en werden geïmputeerd volgens de hotdeck-imputatiemethode. Elk antwoord in de bevraging kreeg tot slot ook nog een gewicht toegekend in functie van de grootte van de respons per sector en bedrijfsgrootte ten opzichte van de populatie-aantallen. Dit rapport presenteert dan ook gewogen

cijfers, die - omwille van deze weging - representatief zijn voor de volledige populatie kmo's in Vlaanderen.

Tabel 2: Respons per stratum

Grootte	NACE 10-33	NACE 35-39	NACE 41-43	NACE 45-47	NACE 49-53	NACE 55-56	NACE 58-63	NACE 64-66	NACE 68-75	NACE 77-82;95.1	NACE 86-88	Totaal
Micro (5-9 werknemers)	60	2	92	160	28	54	26	27	88	37	29	603
Klein (10-49 werknemers)	139	10	89	187	56	24	41	21	79	37	56	739
Middelgroot (50-249 werknemers)	57	8	24	25	17	3	9	3	18	22	52	238
Totaal	256	20	205	372	101	81	76	51	185	96	137	1580

3. Resultaten

Duurzaam ondernemen is een manier van bedrijfsvoeren waarin naast economische doelen ook ecologische en maatschappelijke doelen aandacht krijgen.

Onder het nastreven van **ecologische doelen** valt het behouden of verbeteren van het milieu, bijvoorbeeld:

- zuiniger omgaan met energie, grondstoffen of materialen;
- inzetten op vermindering, recycling of hergebruik van afval;
- producten of diensten op de markt brengen met een langere levensduur, betere herbruikbaarheid/recycleerbaarheid, of lagere ecologische impact dan traditionele producten/diensten;
- het gebruik of de uitstoot van schadelijke stoffen verminderen.

Onder **maatschappelijke doelen** valt het creëren van voordelen voor individuen of maatschappelijke groepen, bijvoorbeeld:

- bijdragen aan de oplossing van maatschappelijke uitdagingen, zoals armoede en vergrijzing;
- de lokale gemeenschap helpen ontwikkelen;
- leveranciers en hun werknemers (lokaal of in ontwikkelingslanden) respectvol en eerlijk behandelen;
- bijdragen aan het welzijn van de werknemers (bv. de mentale en fysieke gezondheid of de veiligheid van werknemers verbeteren).

Niet alle ondernemingen vinden duurzaamheid even relevant of belangrijk. De bedrijfsbevraging duurzaam ondernemen bevaart kmo's in Vlaanderen, ook de ondernemingen die momenteel niet actief bezig zijn met duurzaamheid of die weinig afweten van duurzaam ondernemen. Enkel op die manier krijgen we immers een representatief beeld van het kmo-landschap in Vlaanderen.

We presenteren eerst de resultaten van de duurzaamheidsbevraging 2023 voor alle kmo's samen. Vervolgens kijken we naar verschillen tussen middelgrote, kleine en micro-ondernemingen, en naar verschillen tussen sectoren. We rapporteren enkel significante verschillen (<1% significantieniveau). Tot slot, vergelijken we de resultaten van de huidige duurzaamheidsbevraging met de duurzaamheidsbevraging van 2022 en rapporteren ook hier significante verschillen (<1% significantieniveau).

3.1 Perceptie

We polsten naar de perceptie van de respondenten in verband met de voor- en nadelen van duurzaam ondernemen voor ondernemingen in hun context en sector. Eerder onderzoek toont aan dat de verwachting dat duurzaam ondernemen de bedrijfsprestaties zal verbeteren (respectievelijk verslechteren) een belangrijke drijfveer (respectievelijk barrière) vormt voor duurzaam ondernemerschap.

Figuur 1 geeft aan dat de grote meerderheid van de respondenten (88%) van mening is dat duurzaam ondernemen het imago van ondernemingen verbetert. Verder geven ook 3 op de 4 bedrijfsleiders van Vlaamse kmo's aan dat duurzaam ondernemen leidt tot een hogere waardering van ondernemingen door haar klanten. Ongeveer 60% van de respondenten is ook van mening dat duurzaam ondernemen ondernemingen in zijn context en sector helpt om waardevolle relaties met de gemeenschap op te bouwen en dat het ondernemingen een competitief voordeel oplevert. Tegelijkertijd geeft zo'n 60% van de respondenten aan dat duurzaam ondernemen leidt tot hogere kosten en gepaard gaat met een hogere complexiteit bij het nemen van beslissingen.

Verder is de helft van de respondenten van mening dat duurzaam ondernemen ondernemingen helpt om waardevolle relaties met ngo's en andere non-profit organisaties op te bouwen. Ongeveer 1 op de 2 respondenten gelooft ook dat duurzaam ondernemen een positieve impact heeft op de verkoop: duurzaam ondernemen beïnvloedt de aankoopbeslissingen van klanten op een positieve manier (53% van de respondenten), helpt de onderneming om haar producten en/of diensten te verkopen (53% van de respondenten) en om nieuwe klanten aan te trekken (49% van de respondenten). Verder is 54% van de respondenten van mening dat duurzaam ondernemen ondernemingen helpt om kosten in het productieproces te besparen.

Daarnaast is minder dan de helft van de Vlaamse bedrijfsleiders overtuigd dat duurzaam ondernemen ook helpt om waardevolle relaties met leveranciers op te bouwen (42% van de respondenten), en om werknemers te rekruteren en te behouden (respectievelijk 44% en 40% van de respondenten). Volgens 42% van de respondenten helpt duurzaam ondernemen om financiering te krijgen en één derde van de respondenten geeft aan dat duurzaam ondernemen helpt om te internationaliseren. Een vierde van de bedrijfsleiders is van mening dat duurzaam ondernemen ondernemingen afleidt van haar kerntaken.

Middelgrote ondernemingen hebben een positievere perceptie van de voordelen van duurzaam ondernemen dan kleine en micro-ondernemingen: 75% van de bedrijfsleiders van middelgrote ondernemingen zegt dat duurzaam ondernemen bedrijven in hun context en sector een competitief voordeel oplevert, tegenover 60% van de bedrijfsleiders van kleine ondernemingen en

52% van de bedrijfsleiders van micro-ondernemingen. Middelgrote ondernemingen vinden duurzaam ondernemen ook relevanter om nieuwe werknemers te rekruteren (68% van de respondenten) en om werknemers te behouden (59% van de respondenten). Daarnaast zijn middelgrote ondernemingen ook minder dan kleine en micro-ondernemingen van mening dat duurzaam ondernemen leidt tot hogere kosten (49% van de respondenten van middelgrote ondernemingen) en dat het afleidt van de kerntaken van de onderneming (14% van de respondenten van middelgrote ondernemingen).

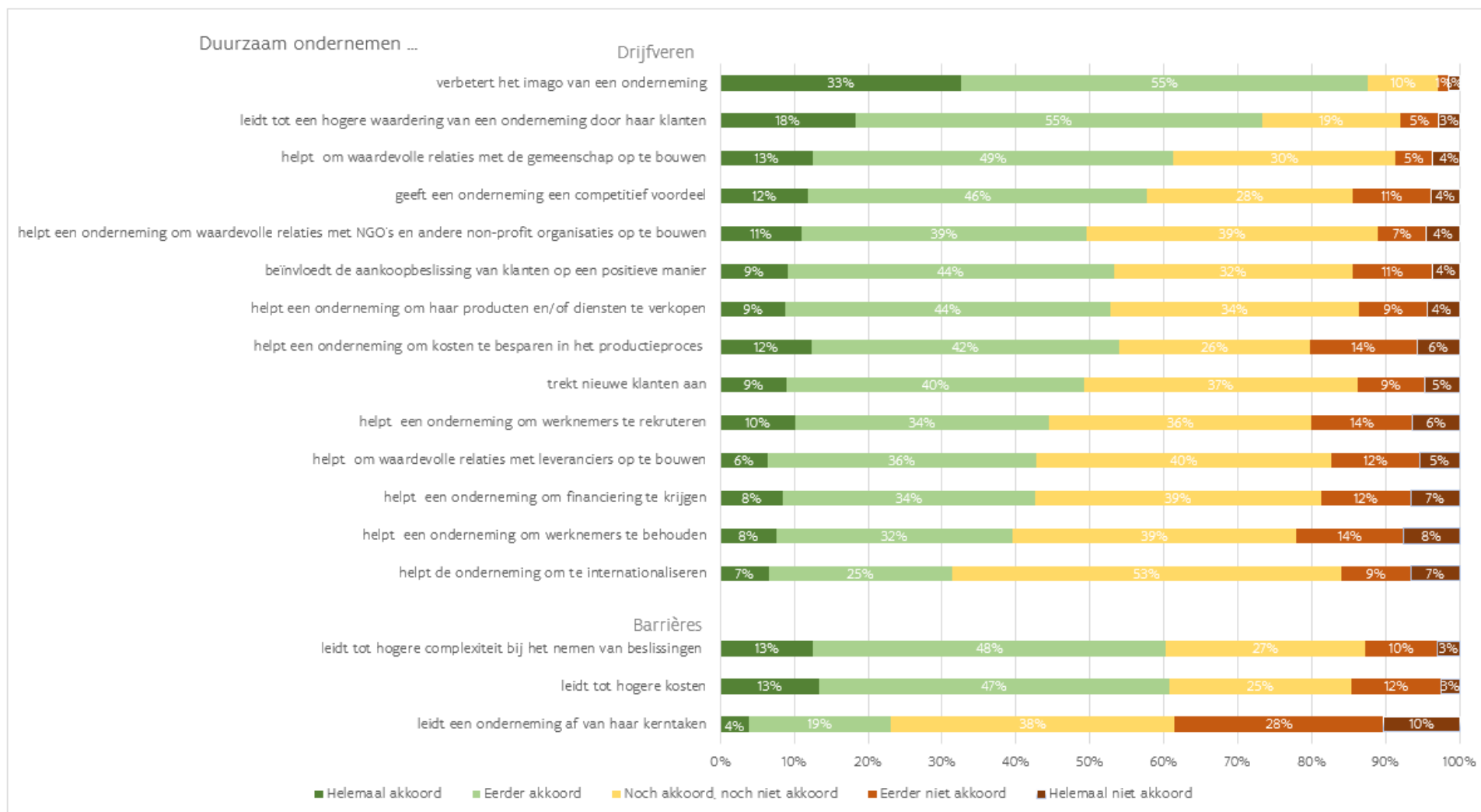
Ook tussen sectoren zien we belangrijke verschillen in de perceptie van de effecten van duurzaam ondernemen. De sector nutsvoorzieningen (NACE 35-39) toont zich het meest positief met betrekking tot de voordelen van duurzaam ondernemen: nagenoeg alle bedrijven in de sector zijn van mening dat duurzaam ondernemen in hun context en sector leidt tot een hogere waardering van ondernemingen door hun klanten (87% van de respondenten). 83% van de respondenten in de sector nutsvoorzieningen zegt dat duurzaam ondernemen in hun sector ook helpt om waardevolle relaties met de gemeenschap op te bouwen en slechts één derde van de bedrijfsleiders uit deze sector is van mening dat duurzaam ondernemen leidt tot hogere kosten. Ook de respondenten uit de financiële sector (NACE 64-66) en de sector vastgoed, professionele, wetenschappelijk en technische diensten (NACE 68-75) tonen zich erg positief over de effecten van duurzaam ondernemen in hun sector en context. Met name over de voordelen die duurzaam ondernemen biedt voor het rekruteren van de werknemers (61% respondenten van de financiële sector) en voor internationalisatie (41% respondenten van de sector vastgoed, professionele, wetenschappelijk en technische diensten) laten respondenten in deze sectoren zich meer positief uit dan respondenten in andere sectoren.

De sectoren bouw (NACE 41-43), handel (NACE 45-47) en vervoer en opslag (NACE 49-53) hebben de minst positieve perceptie van duurzaam ondernemen. In deze sectoren helpt duurzaam ondernemen slechts zeer beperkt om werknemers te rekruteren en te behouden. Respondenten uit de sector vervoer en opslag (NACE 49-53) geven ook veel meer dan respondenten in andere sectoren aan dat duurzaam ondernemen leidt tot hogere kosten en tot een hogere complexiteit bij het nemen van de beslissingen (respectievelijk 73 en 72% van de respondenten van de vervoer en opslagsector).

We zien ook een aantal veranderingen in de perceptie van de effecten van duurzaam ondernemen ten opzichte van opzichte van de bevraging van 2022. Zo geven respondenten in 2023 significant vaker aan dat duurzaam ondernemen helpt om financiering te krijgen (42% van de respondenten in 2023 tegenover 37% in de 2022) en om te internationaliseren (31% van de respondenten in 2023 tegenover 28% in de 2022). Daarnaast geven respondenten in de meest recente bevraging

significant minder aan dat duurzaam ondernemen helpt om waardevolle relatie met de lokale gemeenschap op te bouwen (61% van de respondenten in 2023 tegenover 69% in de 2022). In de huidige bevraging zijn respondenten meer van mening dat duurzaam ondernemen afleidt van hun kerntaken (23% van de respondenten in 2023 tegenover 20% in de 2022).

Figuur 1: Perceptie van duurzaam ondernemen (n=1.580)



3.2 Kennis

We vroegen respondenten in welke mate kennis inzake duurzaam ondernemen de voorbije 12 maanden aanwezig was binnen de onderneming. Vervolgens polsten we ook naar de steun/druk en informatie die kmo's het voorbije jaar vanuit hun omgeving ontvingen om duurzaam te ondernemen. Deze kunnen immers ook belangrijke drijfveren zijn voor duurzaam gedrag.

3.2.1 Voorkennis

We peilden naar de aanwezigheid van kennis en informatie van de volgende aspecten van duurzaam ondernemen binnen de onderneming:

- de **manier waarop** duurzame innovaties kunnen worden toegepast in de onderneming, dit omvat onder meer aanpassingen aan het huidige productieproces, ontwikkeling van nieuwe producten/diensten;
- de werking van **markten** waarin duurzame innovaties kunnen worden geëxploiteerd, bijvoorbeeld hoe er wordt samengewerkt met leveranciers, welke specifieke salestechnieken gebruikt worden, benodigd kapitaal;
- de **problemen die klanten ondervinden**, en waarvoor duurzame producten en/of diensten een oplossing kunnen bieden; en
- nieuwe, duurzame **business modellen**.

Figuur 2 geeft aan dat slechts een derde van de respondenten helemaal akkoord of eerder akkoord is dat er de voorbije 12 maanden veel kennis en informatie binnen de onderneming aanwezig was omtrent de problemen die klanten ondervinden en waarvoor duurzame producten en/of diensten een oplossing kunnen bieden. Eveneens een derde van de respondenten is akkoord dat de onderneming veel kennis en informatie heeft omtrent de manier waarop duurzame innovaties kunnen worden toegepast in de onderneming. Daarnaast is er bij slechts een vierde van de Vlaamse kmo's veel kennis en informatie aanwezig over nieuwe, duurzame business modellen. Een kwart van de respondenten geeft aan dat er de afgelopen 12 maanden veel kennis en informatie was binnen de onderneming over de werking van markten waarin duurzame innovaties kunnen worden geëxploiteerd.

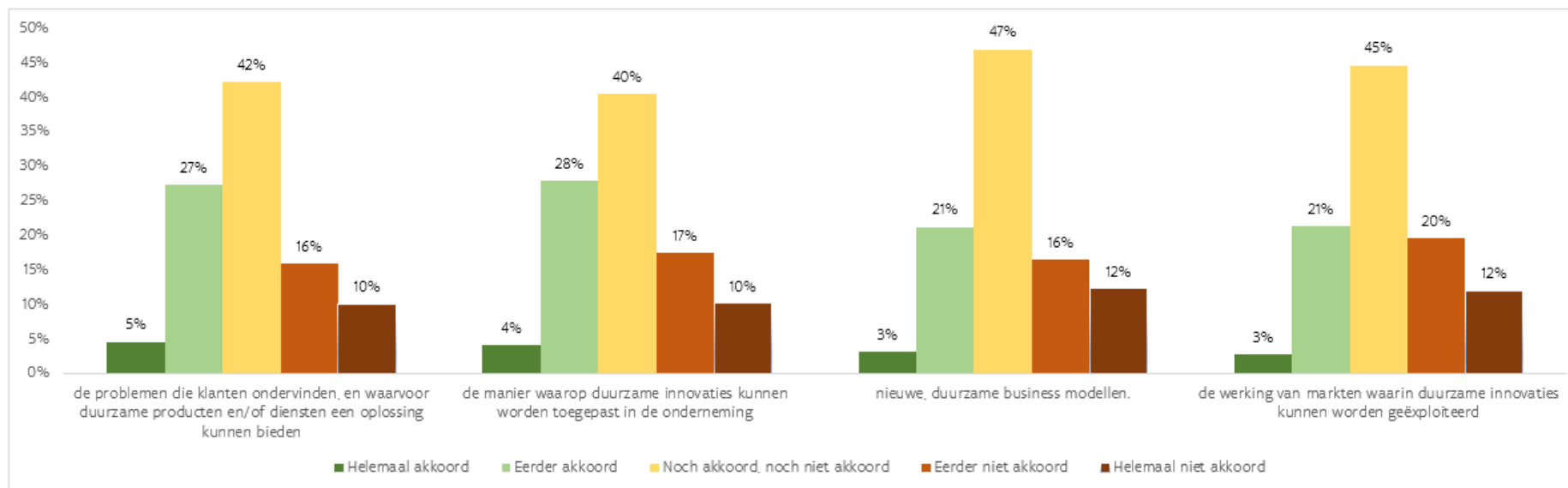
Kennis en informatie over duurzaam ondernemen is vaker aanwezig bij middelgrote bedrijven (gemiddeld 39% over de vier types kennis) dan bij kleine bedrijven en micro-ondernemingen (respectievelijk 27% en 26% over de vier types kennis). Vooral kennis over duurzame producten en/of diensten die een oplossing kunnen bieden voor problemen van klanten en kennis over de

manier waarop duurzame innovaties kunnen worden toegepast in de onderneming is beduidend meer aanwezig in middelgrote ondernemingen dan in kleine en micro-ondernemingen.

In de sector nutsvoorzieningen (NACE 35-39) en de financiële sector (NACE 64-66) zeggen respondenten het vaakst over veel interne kennis en informatie te beschikken over duurzaam ondernemen (respectievelijk gemiddeld 47% en 44% over de vier types kennis). De zorgsector (NACE 86-88) scoort beduidend lager dan andere sectoren op interne kennis en informatie over duurzaam ondernemen. Slechts bij 14% van de respondenten is deze kennis aanwezig (gemiddeld over de vier types kennis).

De aanwezigheid van kennis en informatie over duurzaam ondernemen binnen de onderneming over de voorbije 12 maanden is dezelfde in 2023 ten opzichte van de bevraging van 2022.

Figuur 2: Voorkennis (n=1.580)



3.2.2 Druk of steun, en informatie vanuit de bedrijfsomgeving

Verschillende partijen in de omgeving van het bedrijf kunnen druk of steun uitoefenen om duurzaam te ondernemen. We maken het onderscheid tussen financiers, klanten, leveranciers, sectorgenoten/concurrenten, consultants, sectorfederaties en -verenigingen, overheidsinstanties, universiteiten en onderzoeksinstituten, werknemers, ngo's en andere non-profit organisaties, en de lokale gemeenschap. We gaan na of deze partijen ondernemingen de voorbije 12 maanden hebben aangespoord tot duurzaam ondernemen. We bekijken ook of ondernemingen in het afgelopen jaar informatie over duurzaamheid hebben ontvangen van deze partijen.

Figuur 3 toont aan dat de helft van de Vlaamse kmo's de voorbije 12 maanden druk of steun ontving van overheidsinstanties om duurzaam te ondernemen. Verder zijn het vooral sectorfederaties en -verenigingen (36%) en klanten (36%) die kmo's aansporen tot duurzaam ondernemen. Informatie over duurzaam ondernemen ontvangen kmo's voornamelijk van overheidsinstanties (42%) en van sectorfederaties en -verenigingen (39%), maar ook leveranciers (31%) zijn belangrijke bronnen van informatie over duurzaam ondernemen.

Waar leveranciers vooral een bron van informatie van duurzaam ondernemen vormen (voor 31% van de kmo's) en minder een factor van druk om duurzaam te ondernemen (bij 20% van de kmo's), zien we bij klanten en bij werknemers van Vlaamse kmo's, het omgekeerde fenomeen: 36% van de ondernemingen geeft aan door klanten aangespoord te worden om duurzaam te ondernemen, 20% van de kmo's zegt van deze klanten ook informatie te ontvangen over duurzaam ondernemen; 28% van de ondernemingen wordt door de eigen werknemers aangespoord om duurzaam te ondernemen, 17% van de kmo's ontvangt informatie over duurzaam ondernemen van werknemers.

Ook andere partijen binnen de bedrijfsomgeving spelen een belangrijke rol bij het aanzetten tot duurzaam ondernemen en als bron van informatie tot duurzaam ondernemen: ongeveer 1 op 5 Vlaamse kmo's zegt druk/steun en/of informatie te ontvangen van sectorgenoten/concurrenten, universiteiten en onderzoeksinstituten, financiers, consultants en de lokale gemeenschap. Iets meer dan 10% van de kmo's zegt ook vanwege ngo's en andere non-profit organisaties aangesproken te worden en informatie te ontvangen over duurzaam ondernemen.

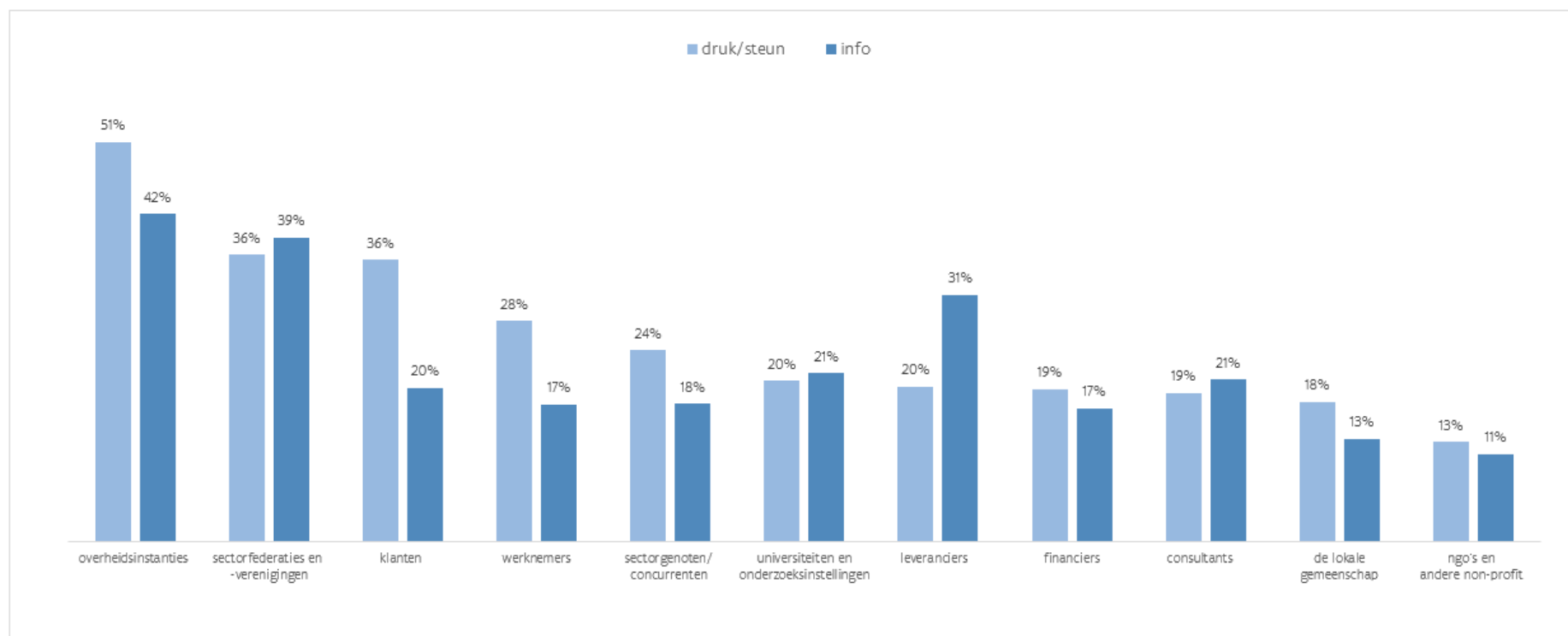
Middelgrote ondernemingen ondervinden meer druk/steun en ontvangen meer informatie om duurzaam te ondernemen van overheidsinstanties, sectorfederaties en -verenigingen en van klanten, maar ook van de eigen werknemers, van sectorgenoten en concurrenten, van financiers en consultants. Ze ontvangen ook meer informatie van universiteiten en onderzoeksinstituten dan kleine en micro-ondernemingen. De druk/steun en informatie van leveranciers is gelijkaardig

voor ondernemingen van verschillende grootteklassen. Dit geldt eveneens voor de druk/steun en informatie vanwege de lokale gemeenschap en van ngo's en andere non-profit organisaties.

Kmo's uit de sector van nutsvoorzieningen (NACE 35-39) en de financiële sector (NACE 64-66) geven meer dan andere sectoren aan druk/steun en informatie over duurzaam ondernemen te ontvangen van hun bedrijfsomgeving.

Ten opzichte van de vorige bevraging, is zowel de druk/steun om duurzaam te ondernemen als de informatie over duurzaam ondernemen vanuit de bedrijfsomgeving significant toegenomen, met name vanuit overheidsinstanties, van investeerders en van sectorfederaties en -verenigingen, alsook vanuit klanten.

Figuur 3: Druk / steun en informatie vanuit de bedrijfsomgeving (n=1.580)



Aandeel van de kmo's dat stelt "helemaal" of "eerder akkoord" te gaan

3.3 Overheidsinstrumentarium

De Vlaamse overheid heeft verscheidene beleidsinitiatieven⁵ die duurzaam ondernemen bij kmo's willen promoten en ondersteunen door ondernemingen te inspireren, sensibiliseren, adviseren en informeren en ondernemers op te leiden inzake duurzaam ondernemen. We polsen in welke mate Vlaamse kmo's vertrouwd zijn met deze beleidsinitiatieven, en bevragen kmo's vervolgens over de informatie die ontvangen werd binnen deze overheidsinitiatieven.

Volgende beleidsinitiatieven inzake duurzaam ondernemen werden opgenomen in de bevraging:

- Steun via de **kmo-portefeuille van VLAIO** (advies en opleiding) m.b.t. circulair en duurzaam ondernemen
- Steun via de **kmo-groeisubsidie van VLAIO** m.b.t. circulair en duurzaam ondernemen
- Steun via de **Ecologiepremie+ van VLAIO**
- Steun via de **strategische ecologiesteun (STRES) van VLAIO**
- Steun van **VLAIO** voor projecten rond **waterbesparing en droogtebestrijding**
- Steun van **VLAIO** voor **ecologisch en veilig transport**
- Steun via **GREEN** van **VLAIO** voor groener en efficiënter energiegebruik
- Steun via **VLAIO** voor een **innovatieproject** inzake duurzaamheid (onderzoeksproject, ontwikkelingsproject, ICON, Baekeland; innovatiemandaat; speerpuntclusterproject; living labs circulaire economie; ...)
- **Financiering** (leningen, kapitaal en waarborgen vanuit **PMV** of **LRM**) voor projecten/investeringen inzake duurzaamheid
- **Fiscale voordelen** voor **investeringen** in verband met duurzaamheid
- Begeleiding door **VLAIO bedrijfsadviseurs**
- Ondersteuning via **MVO Vlaanderen** (de Sustatool, de MVO-scan, Koploper Live en de website)
- **Adviesverlening en ondersteuning** inzake duurzaamheid vanuit kennisinstellingen; onderzoeksorganisaties; speerpuntclusterproject ...

⁵ Volgende websites bevatten meer informatie over deze beleidsinitiatieven rond duurzaam ondernemen:
<https://www.vlaio.be/nl/begeleiding-advies/duurzaam-ondernemen>
<https://www.vlaio.be/nl/subsidies-financiering/subsidi databank/zoek?thema=29>
<https://www.mvovlaanderen.be/>

3.3.1 Overheidsinitiatieven

Voor elk van bovengenoemde overheidsinitiatieven gaven ondernemingen aan of ze (a) het initiatief kennen en er al aan deelgenomen / gebruik van gemaakt hebben, (b) het initiatief kennen maar er (nog) niet aan deelgenomen / gebruik van gemaakt hebben, (c) het initiatief niet kennen.

Figuur 4 toont dat de kmo-portefeuille van VLAIO het meest gebruikte en het best gekende beleidsinstrument inzake duurzaamheid is bij Vlaamse kmo's: 24% van de kmo's heeft reeds gebruik gemaakt van de kmo-portefeuille, 42% van kmo's kent het initiatief maar heeft er nog geen gebruik van gemaakt, de overige 34% van de kmo's is niet vertrouwd met de kmo-portefeuille van VLAIO. Ten opzichte van de bevraging van 2022, is het gebruik en de bekendheid van de kmo-portefeuille verder toegenomen. Toen gaf 19% van de kmo's aan reeds gebruikt gemaakt te hebben van de kmo-portefeuille, 40% van de kmo's kende het initiatief in 2022 niet.

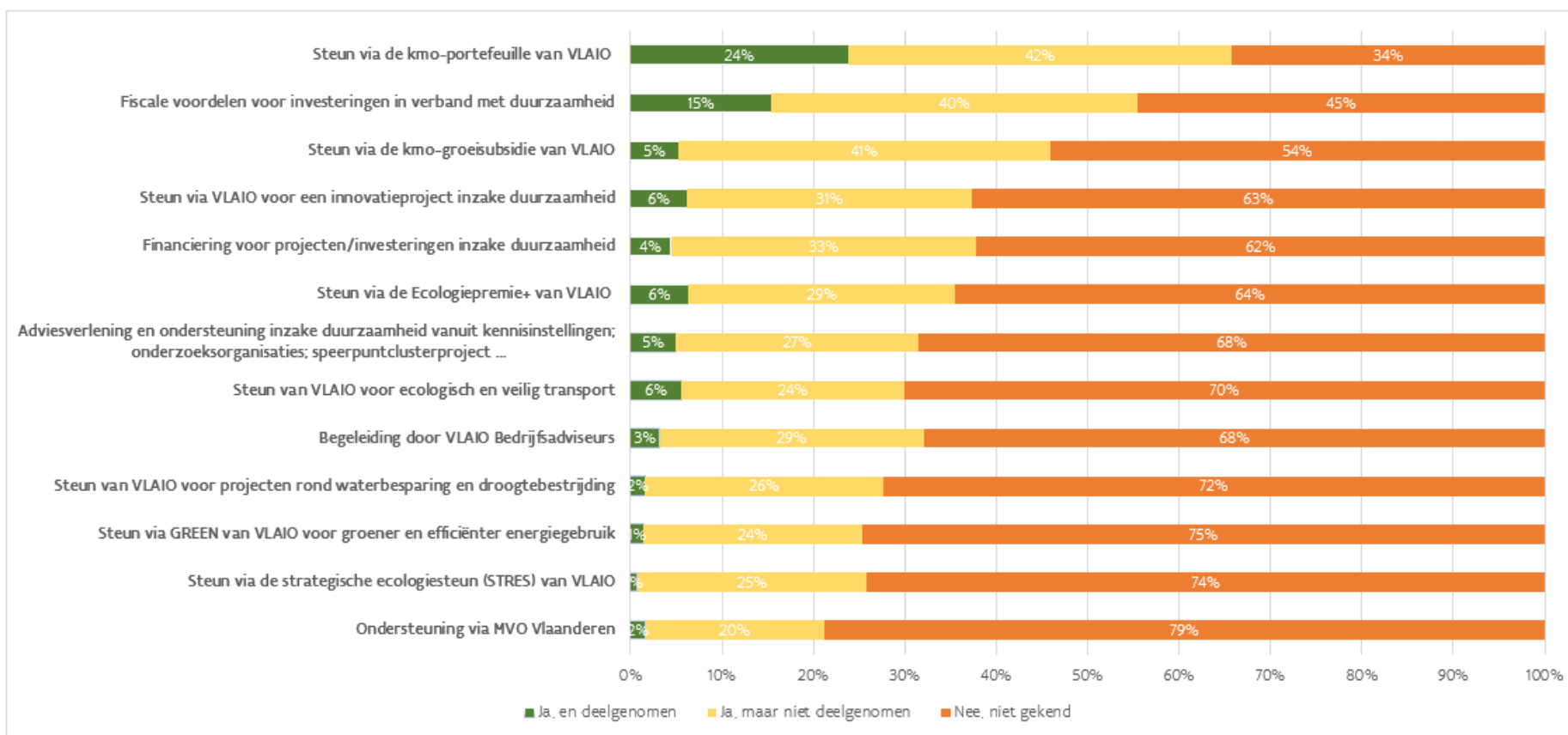
Verder heeft 15% van de kmo's in 2023 reeds gebruik gemaakt van de fiscale voordelen voor investeringen in verband met duurzaamheid. Voor de overige beleidsinitiatieven bedraagt de deelname door Vlaamse kmo's maximaal 6% en zijn meer dan de helft tot bijna 80% van de kmo's ook niet vertrouwd met de betreffende beleidsinitiatieven rond duurzaamheid.

Micro-ondernemingen zijn minder vertrouwd met de diverse beleidsinstrumenten inzake duurzaamheid dan kleine en middelgrote ondernemingen. Dit geldt niet voor de kmo-portefeuille en voor de financiering voor projecten/investeringen inzake duurzaamheid, maar wel voor andere beleidsinitiatieven zoals de fiscale voordelen voor investeringen in verband met duurzaamheid, de kmo-groeisubsidie, de steun voor innovatieprojecten inzake duurzaamheid, de Ecologiepremie+, de adviesverlening en ondersteuning vanuit kennisinstellingen en onderzoeksorganisaties, en de begeleiding door bedrijfsadviseurs.

Voor de steun van VLAIO voor innovatieprojecten en de ondersteuning via MVO Vlaanderen zien we dat middelgrote ondernemingen beter bekend zijn met of meer gebruik hebben gemaakt van deze initiatieven ten opzichte van kleine en micro-ondernemingen.

Vlaamse kmo's uit de industrie (NACE 10-33), de sector van nutsvoorzieningen (NACE 35-39) en de sector vervoer en opslag (NACE 49-53) zijn het meest vertrouwd met de diverse overheidsinitiatieven inzake duurzaamheid. Ondernemingen uit de zorgsector (NACE 86-88) zijn het minst vertrouwd met deze beleidsinitiatieven.

Figuur 4: Overheidsinstrumentarium voor projecten duurzaamheid (n=1.580)



3.3.2 Kenmerken van ontvangen informatie

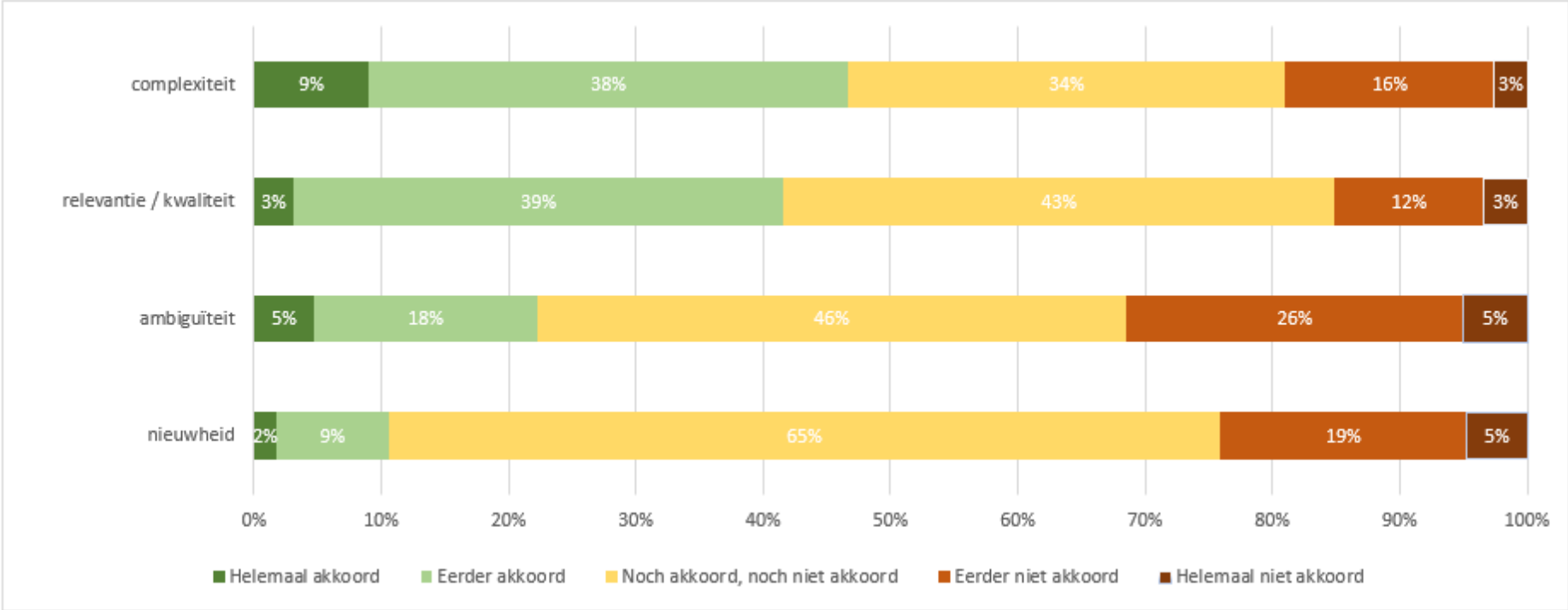
Bij de kmo's die deelnamen of gebruik maakten van één of meerdere overheidsinitiatieven inzake duurzaam ondernemen, werd ook gepeild naar de kenmerken van de informatie over duurzaamheid en duurzaam ondernemerschap die ze binnen deze initiatieven ontvingen. De respondenten kregen hiervoor acht beweringen waarbij ze telkens moesten aangeven in welke mate ze met deze beweringen "helemaal niet akkoord" tot "helemaal akkoord" gaan op een schaal van 1 tot en met 5. Op basis van de antwoorden van kmo's, brengen we vervolgens volgende vier aspecten van de ontvangen informatie in kaart :

- Nieuwheid: "de ontvangen informatie is verrassend" en/of "de ontvangen informatie is zeldzaam en uitzonderlijk",
- Ambigüiteit "de ontvangen informatie is onduidelijk" en/of "de ontvangen informatie is tegenstrijdig",
- Relevantie / kwaliteit: "de ontvangen informatie is bruikbaar" en/of "de ontvangen informatie komt tegemoet aan mijn noden"),
- Complexiteit "de ontvangen informatie is complex" en/of "de ontvangen informatie is onoverzichtelijk".

Figuur 5 toont aan dat bijna de helft van de kmo's (47%) van mening is dat de informatie die ze via deze overheidsinitiatieven ontvangen, complex is. Diezelfde informatie wordt echter wel door 42% van de kmo's als relevant en kwaliteitsvol beschouwd. 23% van de kmo's stelt dat de informatie ontvangen binnen beleidsinitiatieven rond duurzaamheid en duurzaam ondernemerschap ambigu is. Slechts 11% van de kmo's stelt dat de ontvangen informatie nieuw is. Middelgrote kmo's beschouwen de ontvangen informatie meer als relevant / kwaliteitsvol dan kleine en micro-ondernemingen.

We zien dat de industrie (NACE 10-33) de ontvangen informatie binnen beleidsinitiatieven rond duurzaamheid als meer relevant / kwaliteitsvol en als minder complex ervaart dan de andere sectoren.

Figuur 5: Kenmerken van informatie (n=1.580)



3.4 Doelen en gedrag

We peilden vervolgens naar het belang van diverse duurzame doelen voor de onderneming en naar het duurzame gedrag van de onderneming in de voorbije 12 maanden. We onderscheidden hierbij ecologische, maatschappelijke en economische doelen en bevroegen zowel ecologisch als maatschappelijk duurzaam gedrag.

3.4.1 Doelen

We vroegen Vlaamse kmo's hoe belangrijk ecologische, maatschappelijke en economische doelen voor de onderneming waren in de afgelopen 12 maanden.

Figuur 6 toont dat het welzijn van de eigen werknemers de hoogste prioriteit vormt bij Vlaamse kmo's: 88% van de kmo's geeft aan dat dit in de voorbije 12 maanden van (middelgroot tot groot) belang was voor hun onderneming. Verder zijn vooral de economische doelstellingen - kosten verlagen, omzet verhogen, winstmarges verhogen alsook marktaandeel verhogen - van (middelgroot tot groot) belang voor de grote meerderheid (69 tot 80%) van Vlaamse kmo's.

Daarnaast geeft 65% van de kmo's aan belang te hechten aan de ecologische voetafdruk van de onderneming, de helft van de ondernemingen wenst oplossingen aan te bieden voor milieuproblemen. Bijna de helft van de kmo's wil iets terugdoen voor de maatschappij of de lokale gemeenschap en/of oplossingen bieden voor uitdagingen op het gebied van gezondheid en/of vergrijzing. 36% van de kmo's zet zich in voor het bestrijden van economische en/of sociale uitsluiting en armoede.

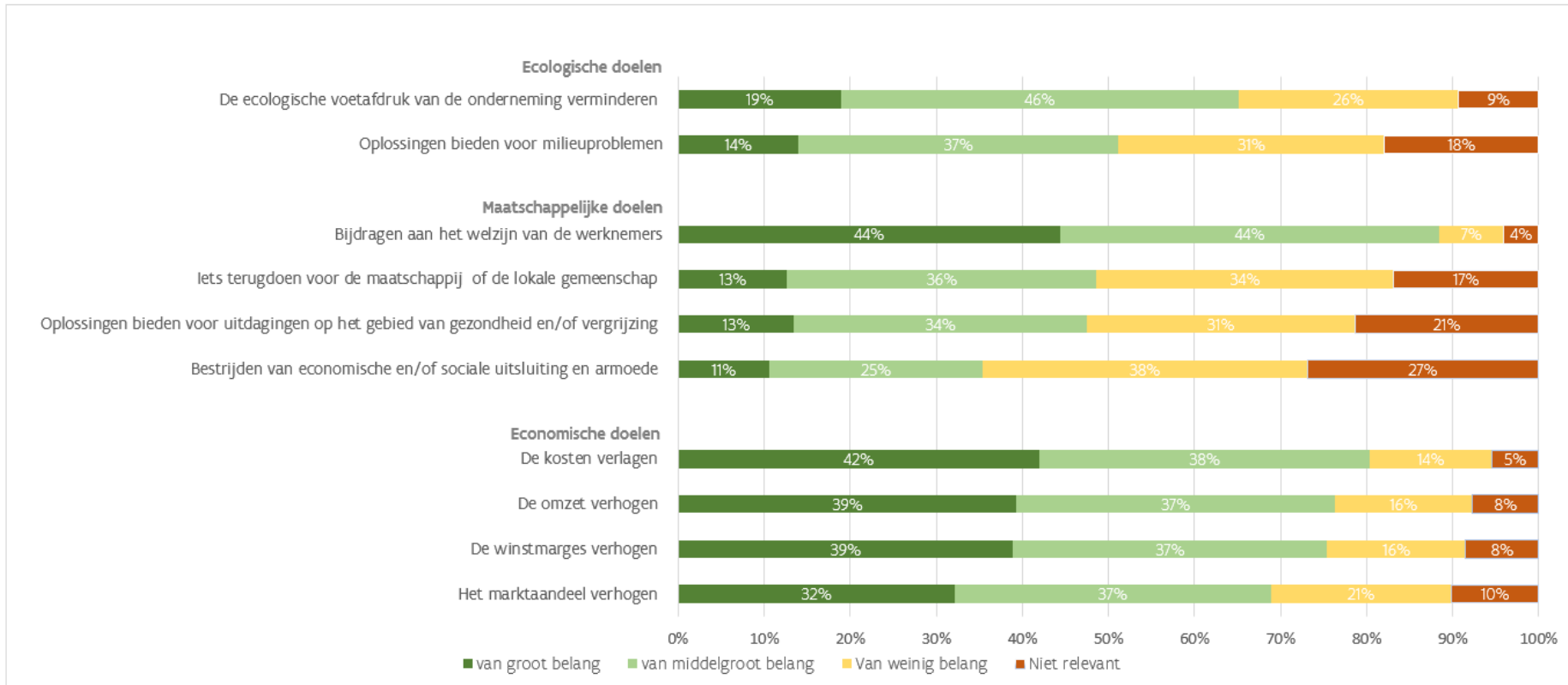
Als we kijken naar bedrijfsgrootte, zien we dat middelgrote ondernemingen in de afgelopen 12 maanden nog een iets groter belang hechtten aan het welzijn van hun werknemers dan kleine en micro-ondernemingen. Verder zien we dat het belang van ecologische en maatschappelijke doelen voor een onderneming verder toeneemt met de grootteklasse van de onderneming. Bij de economische doelen zien we weinig verschil tussen ondernemingen van verschillende grootteklassen.

De zorgsector (NACE 86-88) en de vastgoedsector en de professionele, wetenschappelijk en technische diensten (NACE 68-75) hechten meer belang aan het welzijn van hun werknemers dan andere sectoren. Wat betreft ecologische doelstellingen zien we dat de industrie (NACE 10-33), sector van nutsvoorzieningen (NACE 35-39) en de horeca (NACE 55-56) gemiddeld hoger scoren dan andere sectoren, terwijl de ICT-sector (NACE 58-63) en de sector van vastgoed, de professionele, wetenschappelijk en technische diensten (NACE 68-75) net minder belang hechten aan ecologische doelen dan de overige sectoren. Voor de maatschappelijke doelen (exclusief het welzijn van

werknemers) stellen we vast dat de zorgsector (NACE 86-88) hier meer belang aan hecht dan de andere sectoren en dat de ICT-sector (NACE 58-63) hier net minder belang aan hecht. De sector handel (NACE 45-47) hecht meer belang aan economische doelstellingen en de zorgsector (NACE 86-88) hecht hier minder belang aan dan de overige sectoren.

Ten opzichte van de bevraging van 2022, hechten Vlaamse kmo's in 2023 een significant groter belang aan het verminderen van hun ecologische voetafdruk.

Figuur 6: (Duurzame) doelen (n=1.580)



3.4.2 Duurzaam gedrag

We presenteerden de respondenten een aantal duurzame gedragingen die ondernemingen kunnen stellen voor het behouden of verbeteren van het milieu (ecologisch duurzaam gedrag) en een aantal duurzame gedragingen die voordelen creëren voor bepaalde maatschappelijke groepen of individuen (maatschappelijk duurzaam gedrag). Voor elk van deze duurzame gedragingen gaven respondenten als volgt aan of de onderneming in de voorbije 12 maanden dit gedrag stelde: (a) ja (b) nee, maar we hebben wel plannen om dit in het komende jaar te doen; (c) nee, en we hebben ook geen plannen om dit het komende jaar te doen.

Van de 1.580 ondervraagde kmo's stelde in totaal 1.518 ondernemingen (96%) de voorbije 12 maanden duurzaam gedrag. Dit wil zeggen dat ze minstens één van de in de bevraging opgenomen ecologische en/of maatschappelijk duurzame activiteiten hebben ondernomen in de loop van het voorbije jaar (zie Figuur 7).

Het meest voorkomende ecologische gedrag betreft investeringen in energiebesparingen, inclusief het overschakelen naar hernieuwbare energie. 60% van de Vlaamse kmo's heeft de voorbije 12 maanden in energiebesparingen geïnvesteerd; een bijkomende 23% plant dit in het komende jaar te doen. Verder heeft meer dan 40% van de kmo's de voorbije 12 maanden maatregelen genomen om de uitstoot van schadelijke stoffen te verminderen, om het verbruik van materiaal en/of grondstoffen te verminderen, en/of om het gebruik van schadelijke stoffen te verminderen. Zo'n 20% van de ondernemingen heeft plannen om dergelijke maatregelen in het komende jaar te doen.

Iets meer dan één derde van de kmo's hergebruikt oude producten of afval als grondstof, één derde van de ondernemingen past waterbesparende programma's toe, nog één derde van de bedrijven ontwerpt producten en verpakkingen die kunnen worden hergebruikt, gerepareerd en gerecycleerd, en één derde van de kmo's ontwikkelt of verkoopt ecologische producten/diensten.

1 op de 5 Vlaamse kmo's voert milieuaudits/controles uit om de impact van de onderneming op het milieu te evalueren, en minder dan een vijfde van de bedrijven hanteert vrijwillig strengere milieunormen dan de wettelijk geldende milieunormen.

In lijn met hun maatschappelijke doelen, zien we dat bijna 90% van de Vlaamse kmo's het voorbije jaar ook effectief rekening gehouden heeft met de belangen en het welzijn van de eigen werknemers. Verder steunt bijna de helft van de Vlaamse kmo's culturele en sportieve activiteiten, en 46% van de bedrijven neemt maatregelen om leveranciers en hun werknemers respectvol en eerlijk te behandelen.

Eén derde van de Vlaamse kmo's houdt rekening met de ontwikkeling van de lokale gemeenschap, 1 op 3 kmo's neemt de belangen van de lokale gemeenschap mee in beslissingen. Iets minder dan

15% van de ondernemingen biedt haar werknemers de mogelijkheid aan om vrijwilligerswerk uit te oefenen tijdens de werkuren en/of voert ontwikkelingsprogramma's uit voor achtergestelde/kwetsbare groepen.

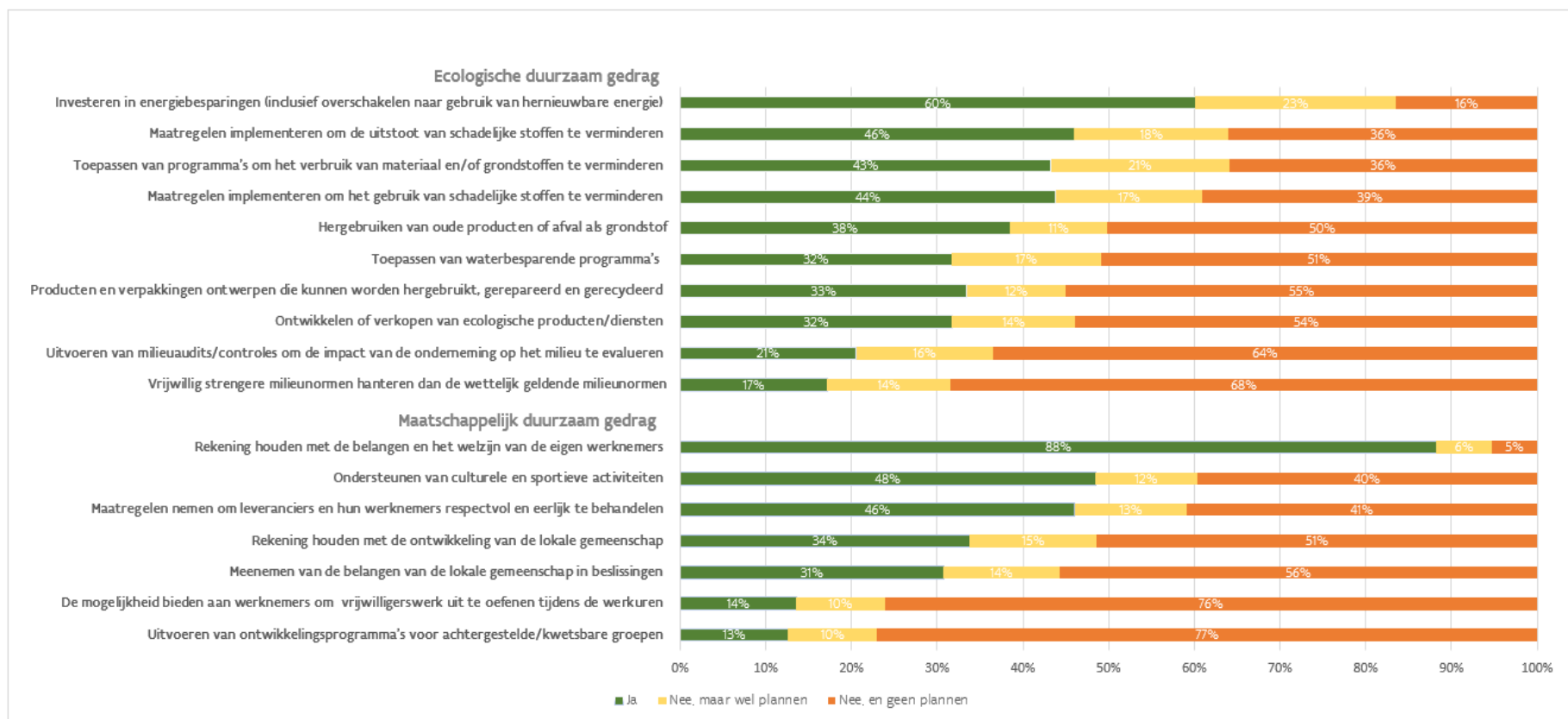
Middelgrote ondernemingen stellen meer duurzaam ecologisch gedrag en/of zijn meer van plan om dit het komende jaar te doen dan kleine ondernemingen, die op hun beurt meer duurzaam ecologisch actief zijn en/of van plan zijn om dit het komende jaar te zijn dan micro-ondernemingen. Op het vlak van maatschappelijk duurzaam ondernemen, zien we eveneens dat middelgrote ondernemingen hoger scoren dan kleine ondernemingen, die op hun beurt meer duurzaam maatschappelijk gedrag stellen dan micro-ondernemingen.

We zien ook verschillen tussen sectoren wat betreft duurzaam gedrag. Bedrijven uit de industrie (NACE 10-33), de sector van nutsvoorzieningen (NACE 35-39) en de handel (NACE 45-47) stellen meer dan andere sectoren duurzaam ecologisch gedrag en/of plannen dit het komende jaar te doen, terwijl de sector vervoer en opslag (NACE 49-53), de ICT-sector (NACE 58-63), de vastgoedsector en de professionele, wetenschappelijk en technische diensten (NACE 68-75) en de zorgsector (NACE 86-88) juist minder ecologisch duurzaam gedrag stellen en/of plannen.

De sector van nutsvoorzieningen (NACE 35-39) en de zorgsector (NACE 86-88) stellen vaker maatschappelijk duurzaam gedrag (exclusief het rekening houden met de belangen van de eigen werknemers) en/of plannen dit het komende jaar te doen, dan de overige sectoren. De sector vervoer en opslag (NACE 49-53) is minder actief in maatschappelijk duurzaam gedrag dan de overige sectoren. In termen van rekening houden met de belangen van hun werknemers, scoort de sector van nutsvoorzieningen (NACE 35-39) het best.

Ten opzichte van de bevraging 2022, scoren Vlaamse kmo's in 2023 beter op investeringen in energiebesparingen (inclusief het overschakelen naar hernieuwbare energie).

Figuur 7: (Duurzaam) gedrag (n=1.580)



3.5 Implementatie

Bij de 1.518 kmo's die in de voorbije 12 maanden duurzaam gedrag gesteld hebben, peilden we verder naar de aanpak van deze activiteiten. We gingen na of duurzaam gedrag eerder strategisch dan wel responsief was. We brachten ook de mate van professionalisering van duurzame praktijken in kaart en vroegen naar de omvang van investeringen en/of uitgaven voor duurzame activiteiten als percentage van de omzet.

3.5.1 Strategisch en responsief duurzaam gedrag

Eerst vroegen we op welke manier kmo's hun duurzame activiteiten kozen. Daarbij hadden de respondenten de keuze tussen 2 omschrijvingen:

“Wij besloten gaandeweg om duurzame activiteiten uit te voeren om te beantwoorden aan vragen en/of druk van buitenaf. Deze activiteiten maken geen deel uit van onze kernactiviteit en leveren vaak een extra kost op. Ze kunnen echter de reputatie van of de media-aandacht voor onze onderneming verbeteren.

“De keuze voor duurzame activiteiten is voornamelijk intern gestuurd: we gingen eerst na welke duurzame activiteiten de kernactiviteit van onze onderneming zouden versterken. De gekozen duurzame activiteiten zijn bijgevolg waardevol voor het milieu/de maatschappij én leveren onze onderneming ook een strategisch/concurrentieel voordeel op.”

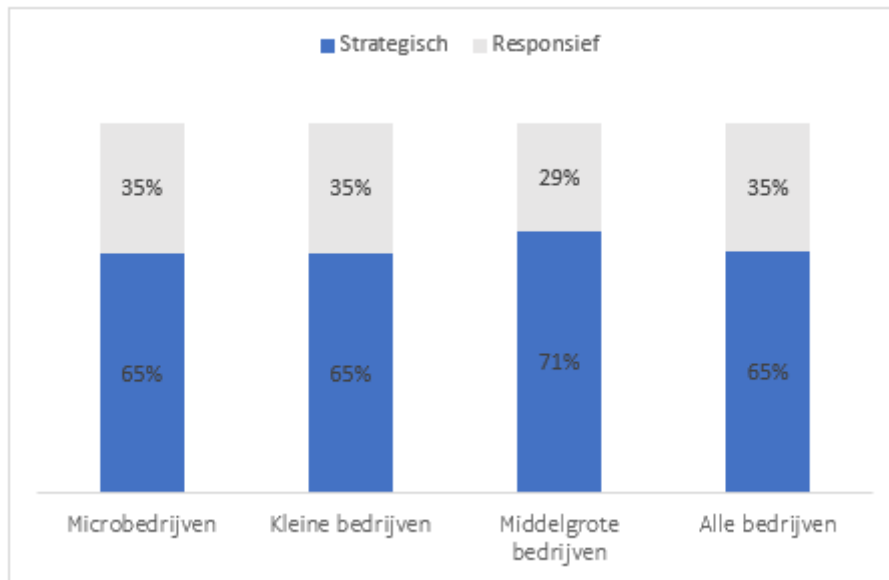
De eerste omschrijving komt overeen met **responsief** duurzaam gedrag (Porter en Kramer, 2006)⁶: de keuze om duurzame activiteiten te ontwikkelen komt in eerste instantie als een reactie op druk van buiten de onderneming. De tweede omschrijving betreft **strategisch** duurzaam gedrag (Porter en Kramer, 2006): hierbij wordt de keuze voor duurzame activiteiten proactief en eerder intern gestuurd met als doel de kernactiviteiten van de onderneming te versterken.

Van alle Vlaamse kmo's die de voorbije 12 maanden duurzame activiteiten hebben ondernomen, kan bij één derde van de kmo's (35%) het duurzaam gedrag als *responsief* gedrag beschouwd worden (zie Figuur 8). Twee derde van de kmo's (65%) kiest voor duurzame activiteiten die de bedrijfsactiviteiten verder versterken, en stellen dus *strategisch* duurzaam gedrag. Deze cijfers verschillen niet substantieel tussen de verschillende grootteklassen van ondernemingen. In de sector vervoer en opslag (NACE 49-53) is het aandeel van bedrijven dat *strategisch* duurzaam gedrag stelt (49% van de kmo's), lager dan in de overige sectoren (zie Figuur 9).

⁶ Porter, M., & Kramer, M. (2006). Strategy and Society: The Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility. Harvard Business Review, 84(12), 78–92.

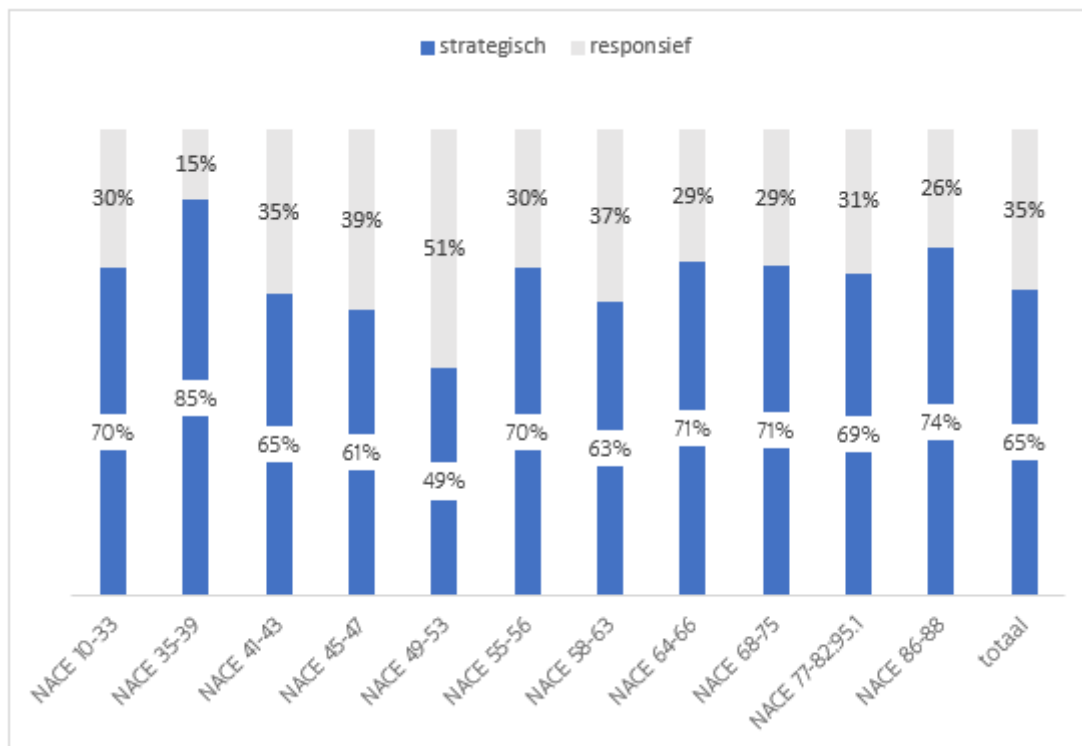
Ten opzichte van de bevraging van 2022, is het aandeel van kmo's dat strategisch duurzaam gedrag stelt, gelijk gebleven.

Figuur 8: Strategisch versus responsief duurzaam gedrag, per grootteklasse (n=1.518)



Nota: deze figuur betreft enkel kmo's die de voorbije 12 maanden duurzaam gedrag gesteld hebben.

Figuur 9: Strategisch versus responsief duurzaam gedrag per sector (n=1.518)



De figuur omdat volgende sectoren: industrie (NACE 10-33), nutsvoorzieningen (NACE 35-39), bouw (NACE 41-43), handel (NACE 45-47), vervoer en opslag (NACE 49-53), horeca (NACE 55-56), ICT (NACE 58-63), financiële sector (NACE 64-66),

vastgoed en professionele, wetenschappelijk en technische diensten (NACE 68-75), administratieve en ondersteunende diensten (NACE 77-82;95.1), zorg (NACE 86-88).

Nota: deze figuur betreft enkel kmo's die de voorbije 12 maanden duurzaam gedrag gesteld hebben.

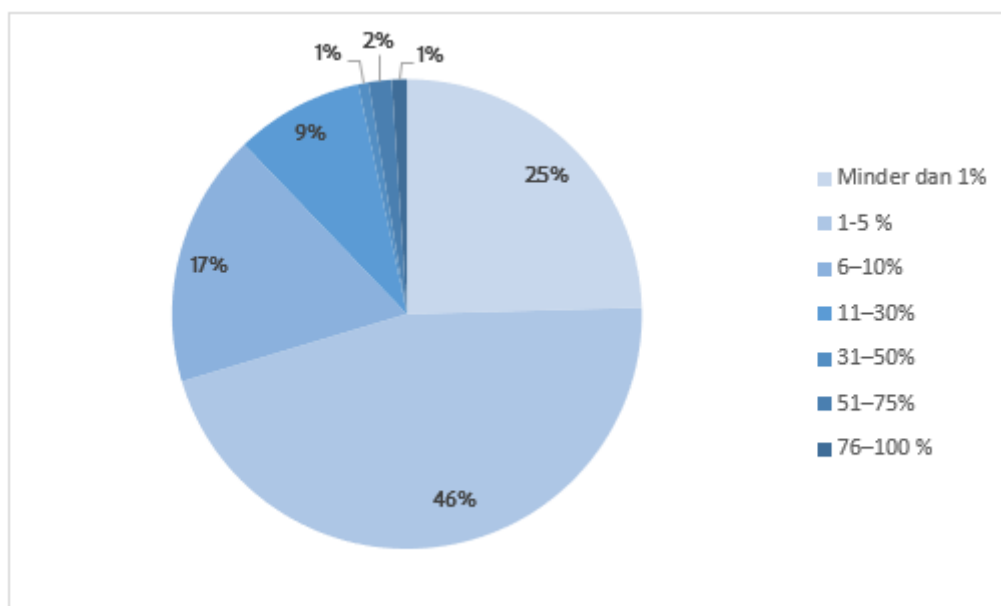
3.5.2 Uitgaven

Aan de kmo's die in de afgelopen 12 maanden duurzaam gedrag gesteld hebben (voor het behouden of verbeteren van het milieu en/of het creëren van voordelen voor individuen of maatschappelijke groepen), vroegen we naar hun investeringen en/of uitgaven voor deze duurzame activiteiten, uitgedrukt als percentage van de omzet (7 antwoordcategorieën, zie Figuur 10).

Bijna de helft van de Vlaamse kmo's die het voorbije jaar duurzaam gedrag gesteld heeft (46%), geeft aan dat de uitgaven voor duurzame activiteiten 1 tot 5% van de omzet bedraagt (zie Figuur 10). Voor een kwart van de kmo's is dit minder dan 1% van hun omzet. Voor de overige 30% van de Vlaamse kmo's die duurzaam actief zijn, bedragen de uitgaven en /of investeringen voor duurzaam gedrag meer dan 5% van hun omzet. 13% van de bedrijven investeren meer dan 10% van hun omzet aan duurzame activiteiten.

Bij micro-bedrijven is het percentage kmo's dat aangeeft dat de investeringen en/of uitgaven voor duurzame activiteiten meer dan 5% van de omzet bedraagt (36%), hoger dan bij kleine en middelgrote ondernemingen (respectievelijk 24% en 27%). Uitgaven voor duurzame activiteiten wegen dus meer door bij de micro-ondernemingen dan bij grotere kmo's.

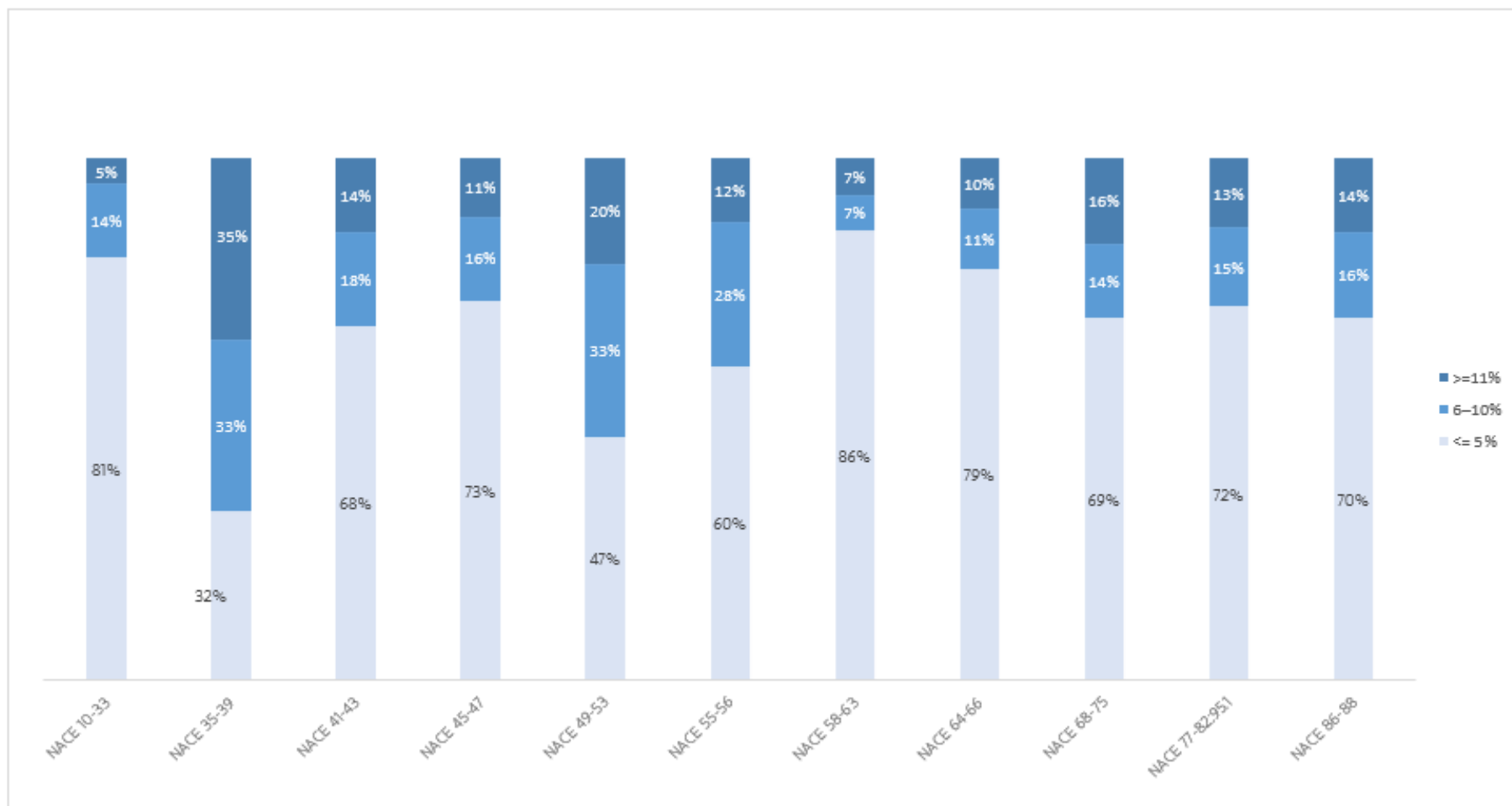
Figuur 10: Uitgaven voor duurzame activiteiten, in percentage van de omzet (n=1.518)



Nota: deze figuur betreft enkel kmo's die de voorbije 12 maanden duurzaam gedrag gesteld hebben.

Figuur 11 toont dat de investeringen en/of uitgaven voor duurzaamheid als percentage van de omzet het laagst zijn in de industrie (NACE 10-33) en de ICT-sector (NACE 58-63): voor respectievelijk 81% en 86% van de kmo's in deze sectoren ligt dit percentage op maximaal 5%. In de sector vervoer en opslag (NACE 49-53) en de sector van nutsvoorzieningen (NACE 35-39) wegen de uitgaven voor duurzaamheid het meest door: voor minder dan de helft van de bedrijven (47%) in de sector vervoer en opslag en voor slechts één derde van de bedrijven (32%) in de nutssector bedraagt het aandeel van deze uitgaven 5% of minder van de omzet. Bij een derde van de bedrijven in deze sectoren bedraagt het aandeel van investeringen voor duurzaamheid 6 tot 10% van de omzet. 20% van de kmo's in de sector vervoer en opslag en 35% van de kmo's in de sector nutsvoorzieningen geeft aan dat de uitgaven of investeringen voor duurzaamheid meer dan 10% van hun omzet uitmaken.

Figuur 11: Uitgaven voor duurzame activiteiten per sector, in percentage van de omzet (n=1.518)



De figuur omvat volgende sectoren: industrie (NACE 10-33), nutsvoorzieningen (NACE 35-39), bouw (NACE 41-43), handel (NACE 45-47), vervoer en opslag (NACE 49-53), horeca (NACE 55-56), ICT (NACE 58-63), financiële sector (NACE 64-66), vastgoed en professionele, wetenschappelijk en technische diensten (NACE 68-75), administratieve en ondersteunende diensten (NACE 77-82;95.1), zorg (NACE 86-88).

Nota: deze figuur betreft enkel kmo's die de voorbije 12 maanden duurzaam gedrag gesteld hebben.

3.5.2 Mate van professionalisering

Aan de Vlaamse kmo's die de voorbije 12 maanden duurzame activiteiten ondernamen, vroegen we vervolgens of ze al dan niet verslag uitbrengen van hun duurzame activiteiten, een actieplan hebben rond duurzaam ondernemen opstellen, communiceren omtrent hun duurzame activiteiten en/of de belangen van hun stakeholders in kaart brengen. Op basis hiervan brengen we de professionalisering van duurzame activiteiten bij Vlaamse kmo's in kaart.

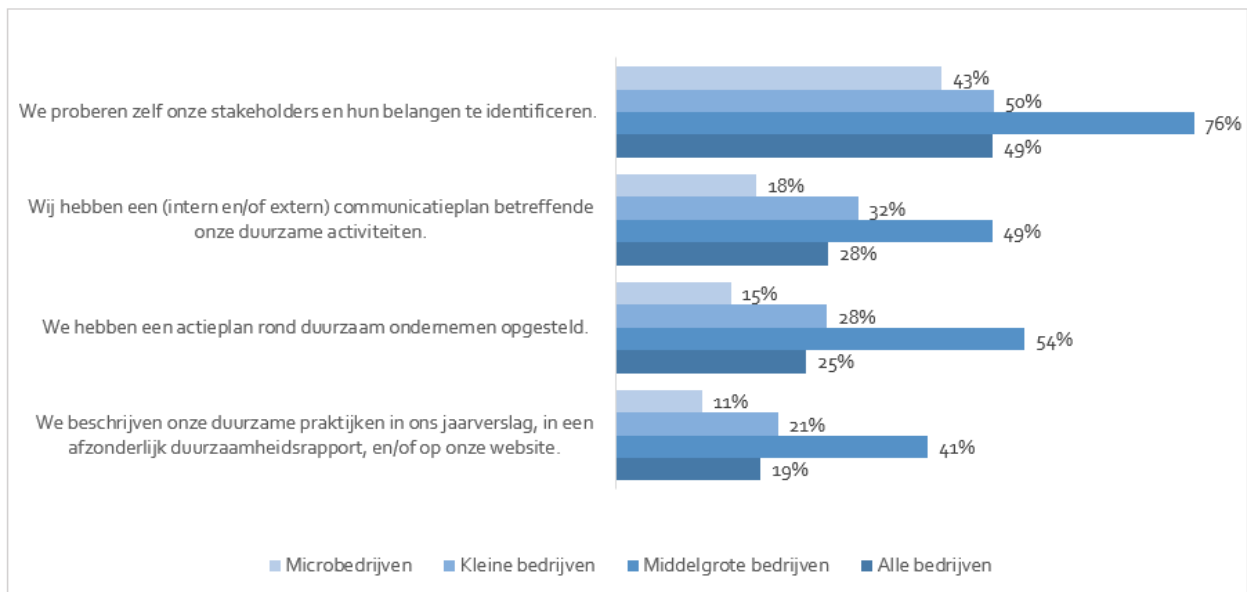
De helft van de Vlaamse kmo's geeft aan dat ze voor de ontwikkeling van duurzame activiteiten (de belangen van) hun stakeholders proberen te identificeren (zie Figuur 12). Stakeholders omvatten groepen en individuen die de onderneming beïnvloeden en erdoor beïnvloed worden zoals werknemers, klanten, leveranciers, aandeelhouders, de lokale regio, overheden, sectorfederaties en andere belangengroepen. Een vierde van de kmo's heeft een intern en/of extern communicatieplan betreffende duurzame activiteiten en een kwart van de bedrijven heeft een actieplan rond duurzaam ondernemen opgesteld. 1 op de 5 bedrijven beschrijft zijn duurzame praktijken in zijn jaarverslag, in een afzonderlijk duurzaamheidsrapport, en/of op de website.

We zien verschillen in professionalisering tussen de verschillende grootteklassen. Zo probeert 76% van de middelgrote bedrijven haar stakeholders en hun belangen te identificeren, tegenover de helft van de kleine ondernemingen en 43% van de micro-ondernemingen. De helft van de middelgrote bedrijven heeft een actieplan en/of een communicatieplan rond duurzaam ondernemen, tegenover één derde van de kleine ondernemingen en minder dan een kwart van de micro-ondernemingen. Verder beschrijft 4 op de 10 middelgrote ondernemingen zijn duurzame praktijken in haar jaarverslag, in een afzonderlijk duurzaamheidsrapport en/of op de website, tegenover 2 op de 10 kleine ondernemingen en 1 op de 10 micro-ondernemingen.

De sector van nutsvoorzieningen (NACE 35-39) en de sector van administratieve en ondersteunende diensten (NACE 77-82;95.1) scoren aanzienlijk hoger dan andere sectoren op het vlak van professionalisering van duurzame activiteiten. De bouwsector (NACE 41-43) is hier minder dan andere sectoren mee bezig.

De professionalisering van duurzame activiteiten in 2023 is dezelfde gebleven ten opzichte van de bevraging van 2022.

Figuur 12: Mate van professionalisering (n=1.518)



Nota: deze figuur betreft enkel kmo's die de voorbije 12 maanden duurzaam gedrag gesteld hebben.

3.6 Impact

Tot slot gingen we na in welke mate de kmo's die de voorbije 12 maanden duurzaam gedrag gesteld hebben, ook een duurzame impact gerealiseerd hebben op ecologisch en / of maatschappelijk vlak, en wat de gevolgen van hun duurzaam gedrag waren op de kosten en andere economische aspecten van de onderneming.

3.6.1 Ecologische impact

Aan alle kmo's die het voorbije jaar duurzaam actief waren, werd gevraagd in welke mate ze de voorbije 12 maanden ecologische resultaten hebben gerealiseerd, en dit op zeven verschillende dimensies gaande van een betere naleving van de milieunormen tot een verminderde voetafdruk in termen van verbruik van materiaal en grondstoffen, water en energie, schadelijke stoffen en vermindering van uitstootgassen (zie Figuur 13). Voor elk van deze items geeft de helft tot 85% van de kmo's aan minstens enigszins een impact gerealiseerd te hebben.

Vlaamse kmo's realiseerden de voorbije 12 maanden vooral een verminderd energieverbruik: bijna de helft van de bedrijven heeft dit in grote tot zeer grote mate gerealiseerd. Ook op het vlak van een betere naleving van de milieunormen zegt bijna 40% van de kmo's dit in grote tot zeer grote mate gerealiseerd te hebben. Verder boekte een derde van de bedrijven in belangrijke mate resultaat op het vlak van een vermindering van de uitstootgassen. Een kwart van de bedrijven rapporteerde een substantiële impact op het vlak van het verbruik van materiaal en grondstoffen,

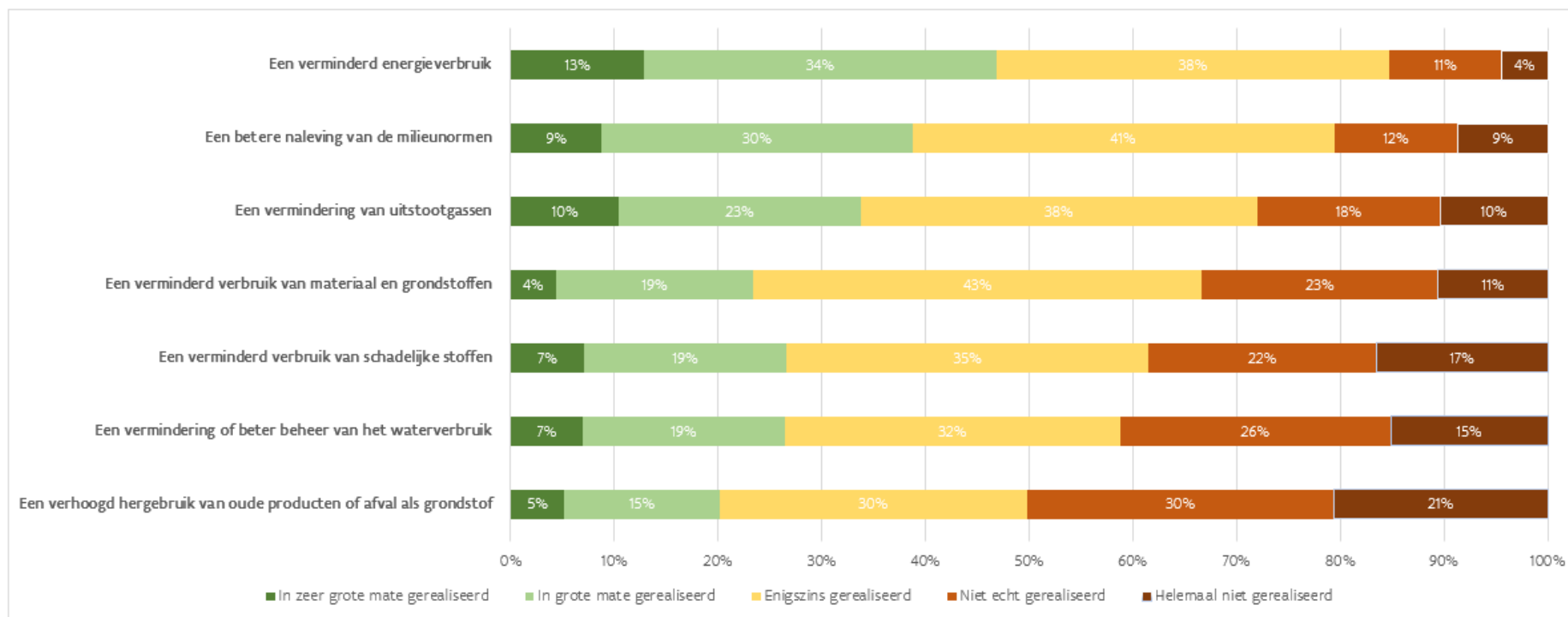
het verbruik van schadelijke stoffen, en het verbruik of beheer van water. 1 op de 5 kmo's rapporteert in grote tot zeer grote mate een impact inzake hergebruik van oude producten of afval als grondstof.

Op het vlak van een betere naleving van de milieunormen en een vermindering van uitstootgassen zien we verschillen tussen middelgrote, kleine en micro-ondernemingen waarbij middelgrote ondernemingen een grotere impact rapporteren dan kleine en micro-ondernemingen.

Kmo's uit de industrie (NACE 10-33), de sector van nutsvoorzieningen (NACE 35-39) en de handel (NACE 45-47) rapporteren gemiddeld (over de 7 dimensies) een grotere ecologische impact dan de overige sectoren. De ICT-sector (NACE 58-63), de vastgoedsector en de professionele, wetenschappelijk en technische diensten (NACE 68-75), alsook de zorgsector (NACE 86-88) zeggen minder dan de andere sectoren een ecologische impact te hebben gerealiseerd.

Ten opzichte van de bevraging 2022, rapporteren kmo's in 2023 een significant grotere ecologische impact op het vlak van energieverbruik, uitstootgassen, en materiaal en grondstoffen.

Figuur 13: Ecologische impact (n=1.518)



Nota: deze figuur betreft enkel kmo's die de voorbije 12 maanden duurzaam gedrag gesteld hebben.

3.6.2 Maatschappelijke impact

Vervolgens werd aan alle kmo's die het voorbije jaar duurzaam actief waren, gevraagd in welke mate ze de voorbije 12 maanden een impact maakten op maatschappelijk vlak. Het betreft hier zowel de eigen werknemers, de lokale gemeenschap, als internationale belanghebbenden zoals bijvoorbeeld leveranciers en hun werknemers in het buitenland.

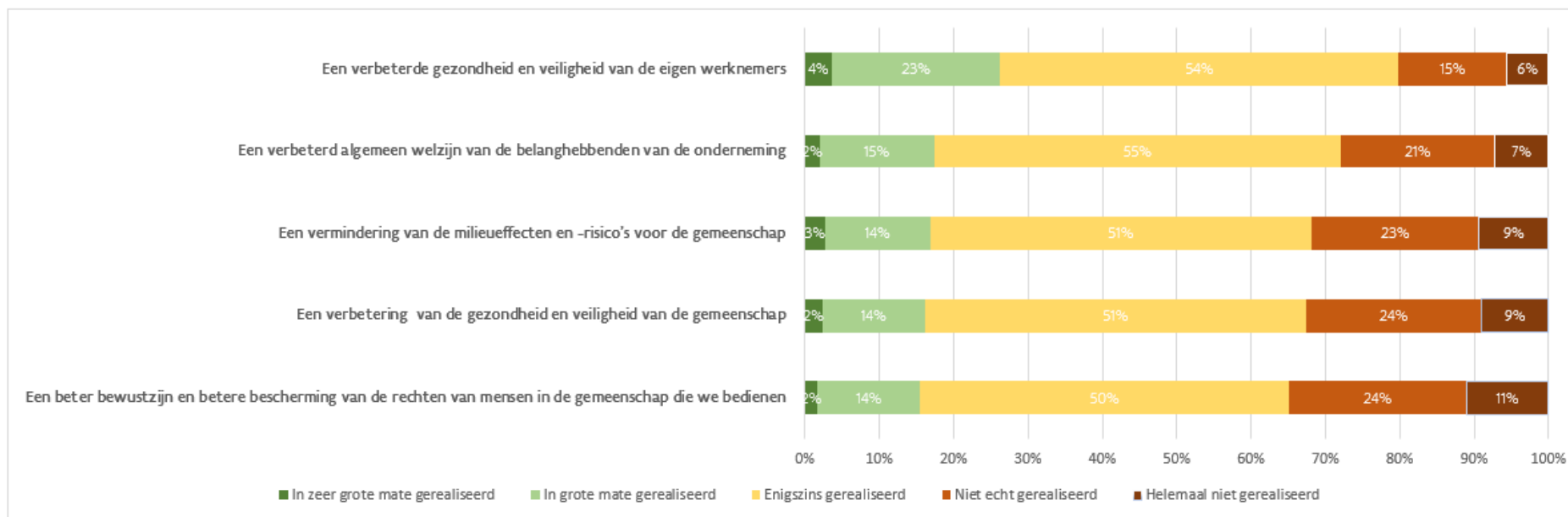
4 op de 5 kmo's die het voorbije jaar duurzaam gedrag stelden, geeft aan minstens enigszins een impact gerealiseerd te hebben op de gezondheid en veiligheid van de eigen werknemers (zie Figuur 14). Meer dan een kwart van de ondernemingen (27%) stelt dit in grote tot zeer grote mate gerealiseerd te hebben. 17% van de kmo's geeft aan een grote tot zeer grote impact gerealiseerd te hebben op het algemeen welzijn van de belanghebbenden van de onderneming. Zo'n 17% van de ondernemingen realiseerde een grote tot zeer grote vermindering van de milieueffecten en -risico's voor de gemeenschap, een verbetering van de gezondheid en veiligheid van de gemeenschap, en/of een beter bewustzijn en een betere bescherming van mensen in de gemeenschap die ze bedienen.

In termen van bedrijfsgrootte, zien we een verschil op het vlak van gerealiseerde impact op het algemeen welzijn van de belanghebbenden van de ondernemingen: 27% van de middelgrote ondernemingen zegt hier een grote tot zeer grote impact gerealiseerd te hebben tegenover 16-17% van de kleine en micro-ondernemingen.

Er is geen uitgesproken verschil tussen sectoren in termen van gerealiseerde maatschappelijke impact, gemiddeld gezien over de vijf bevroagde items, in de afgelopen 12 maanden.

Er is ook geen verschil ten opzichte van de bevraging van 2022 in termen van gerealiseerde maatschappelijke impact, gemiddeld en individueel over de vijf bevroagde items, van Vlaamse kmo's.

Figuur 14: Maatschappelijke impact (n=1.518)



Nota: deze figuur betreft enkel kmo's die de voorbije 12 maanden duurzaam gedrag gesteld hebben.

3.6.3 Kosten en andere economische impact

Duurzaam gedrag kan ook een impact hebben op de kosten die ondernemingen moeten maken, alsook op andere economische en financiële aspecten van de onderneming. We vroegen alle ondernemingen die het voorbije jaar duurzame activiteiten ontwikkeld hebben naar de kosten en andere economische gevolgen van duurzaam gedrag.

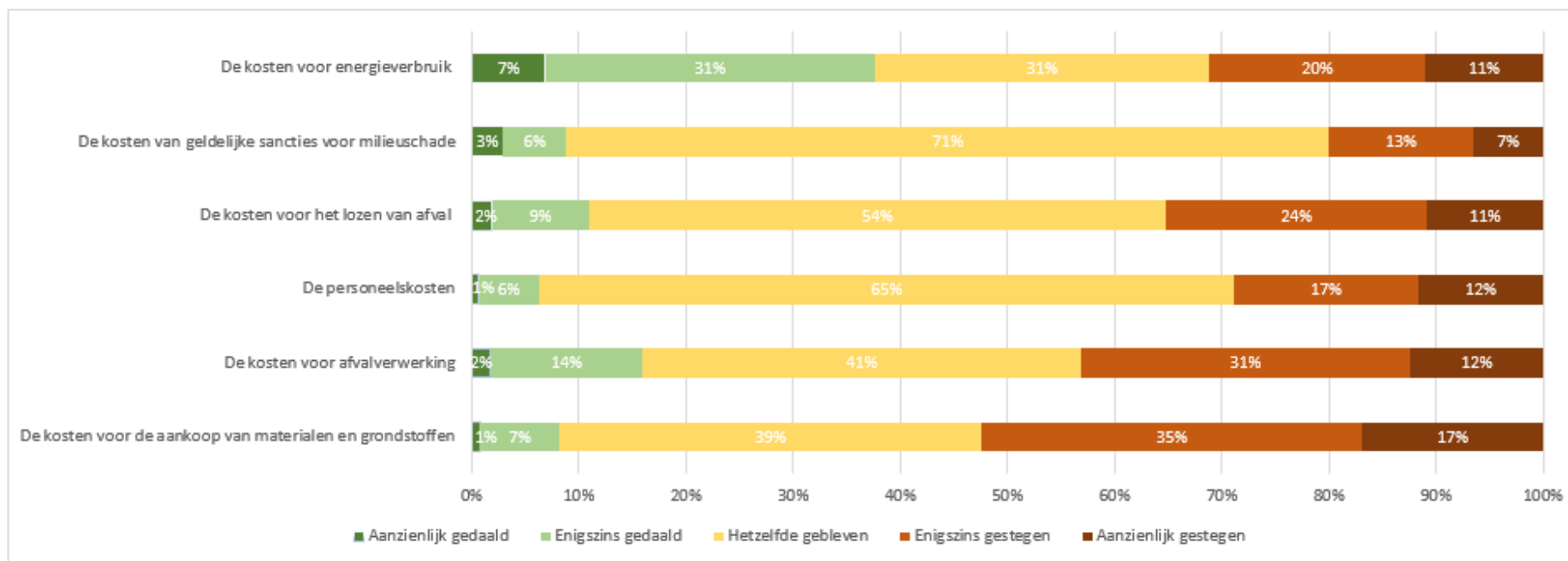
Duurzaam gedrag kan een impact hebben op kosten voor de aankoop van materialen en grondstoffen, energieverbruik, afvalverwerking, en het lozen van afval. Daarnaast kan duurzaam gedrag ook een impact hebben op de (geldelijke) sancties voor milieuschade en kosten van personeel. Deze veranderende personeelskosten ten gevolge van duurzaam gedrag kunnen het gevolg zijn van wijzigingen in absentieïsme, verloof, rekruteringskosten, motivatie, en productiviteit van werknemers.

Figuur 15 toont dat duurzaam gedrag in de laatste 12 maanden het vaakst een impact had op de kosten voor energieverbruik: 38% van de Vlaamse kmo's geeft aan dat de kosten gerelateerd aan energieverbruik het voorbije jaar enigszins tot aanzienlijk gedaald zijn ten gevolge van duurzaam gedrag, voor een derde van de bedrijven (31%) zijn de energiekosten gelijk gebleven, bij een derde van de bedrijven (31%) zijn de kosten gerelateerd aan energieverbruik enigszins of aanzienlijk gestegen. De kosten van geldelijke sancties voor milieuschade is voor de meeste bedrijven (71%) gelijk gebleven, bij 20% van de bedrijven zijn deze kosten echter toegenomen ten gevolge van duurzaam gedrag. Ook wat betreft de personeelskosten, zien we bij de meerderheid van de bedrijven (65%) geen veranderingen ten gevolge van duurzaam gedrag, maar rapporteert 29% van de kmo's toch een lichte tot aanzienlijke toename van de kosten. Voor de kosten voor afvalverwerking alsook de kosten voor de aankoop van materialen en grondstoffen zien we dat kmo's vaker een toename van de kosten aangeven: respectievelijk 43% en 52% van de Vlaamse kmo's geeft aan dat deze kosten het voorbije jaar gestegen zijn ten gevolge van duurzaam gedrag. Middelgrote ondernemingen rapporteren minder vaak gestegen kosten van geldelijke sancties voor milieuschade, gestegen kosten voor het lozen van afval en gestegen personeelskosten ten gevolge van duurzaam gedrag, dan kleine en micro-ondernemingen.

Kmo's in de sector vervoer en opslag (NACE 49-53) rapporteren meer dan andere sectoren een stijging van de kosten (gemiddeld over de zes bevraagde kostensoorten), terwijl de ICT-sector (NACE 58-63) en de vastgoedsector en de professionele, wetenschappelijk en technische diensten (NACE 68-75) juist minder dan andere sectoren een stijging van de kosten zien ten gevolge van duurzaam gedrag.

Ten opzichte van de bevraging van 2022, zien we dat kmo's in 2023 significant minder vaak een stijging van de kosten voor energieverbruik en de kosten voor de aankoop van materialen en grondstoffen rapporteren ten gevolge van duurzaam gedrag.

Figuur 15: Kostenimpact (n=1.518)



Nota: deze figuur betreft enkel kmo's die de voorbije 12 maanden duurzaam gedrag gesteld hebben.

Duurzaam gedrag kan niet alleen een financiële impact hebben op de kosten, maar ook op de omzet, het marktaandeel en de winstmarges van de onderneming. Daarnaast kan duurzaam gedrag ook een impact hebben op andere economische aspecten van de onderneming zoals de kwaliteit van de samenwerking met leveranciers, de klantentevredenheid, en de opgehaalde financiering.

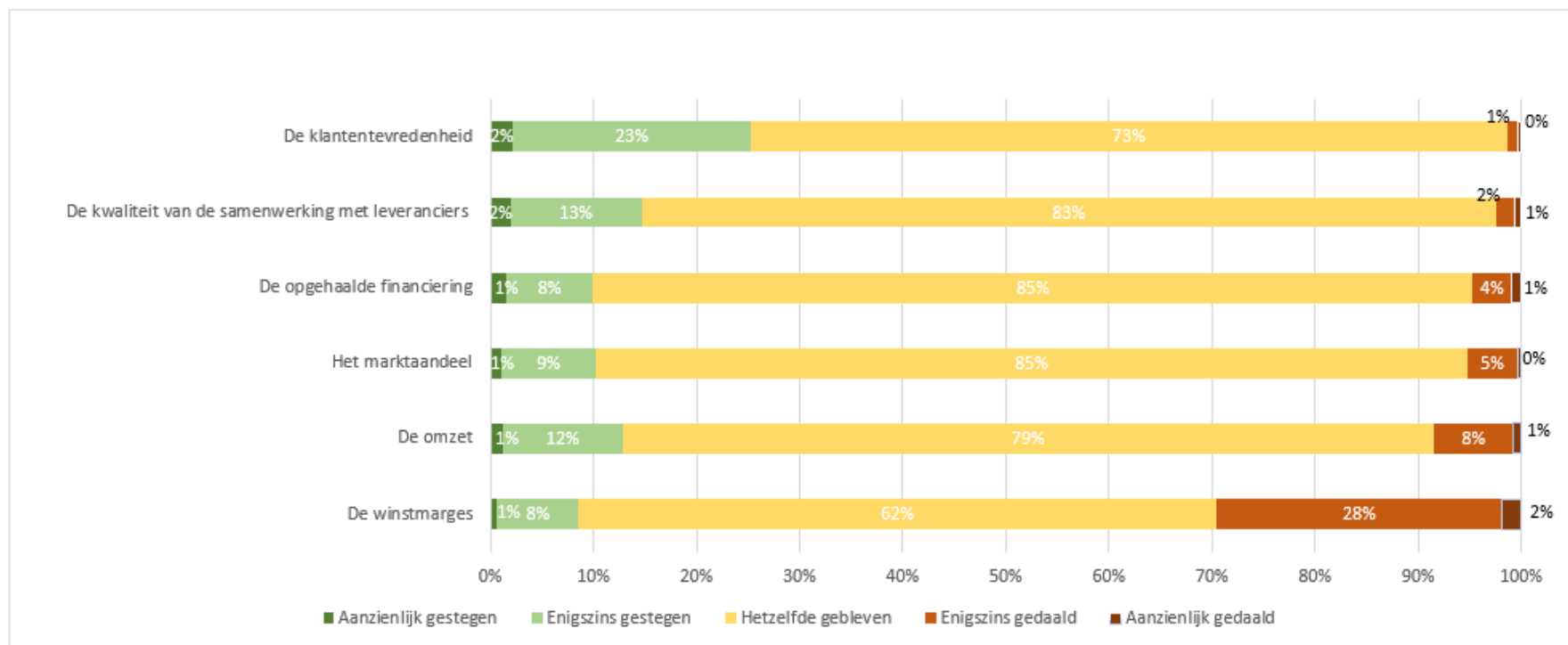
Figuur 16 geeft aan dat kmo's vooral een impact zien van duurzaam gedrag op de winstmarges: 28% van de bedrijven geeft aan dat de winstmarges enigszins gedaald zijn ten gevolge van duurzaam gedrag, voor 2% van de bedrijven zijn de winstmarges zelfs aanzienlijk gedaald. 62% van de bedrijven rapporteert echter geen verandering in de winstmarges, en 9% van de bedrijven geeft aan dat de winstmarges enigszins tot aanzienlijk gestegen zijn ten gevolge van duurzaam gedrag. Ongeveer 80 tot 85% van de kmo's rapporteert geen impact van duurzaam gedrag op de omzet, het marktaandeel, de opgehaalde financiering en de samenwerking met leveranciers. 1 op de 4 kmo's stelt wel een positieve impact van duurzaam gedrag vast op klantentevredenheid.

Middelgrote ondernemingen rapporteren vaker een positieve economische impact van duurzaam gedrag dan kleine en micro-ondernemingen. Zo spreken ze vaker van een toegenomen klantentevredenheid en marktaandeel ten gevolge van duurzaam gedrag.

Tussen sectoren zijn er geen aanzienlijke verschillen in termen van gepercipieerde economische impact (gemiddelde over de zes verschillende items heen) ten gevolge van duurzaam gedrag. Wel zien we dat in termen van winstmarges, de sector vervoer en opslag (NACE 49-53) een hogere negatieve druk op de winstmarges voelt ten opzichte van de andere sectoren. In de ICT-sector heeft duurzaam gedrag minder dan in andere sectoren een negatieve druk op de winstmarges.

Ten opzichte van de bevraging van 2022, zien we dat kmo's zich iets minder positief uitspreken over de economische impact van duurzaam gedrag op hun omzet en op hun marktaandeel.

Figuur 16: Andere economische impact (n=1.518)



Nota: deze figuur betreft enkel kmo's die de voorbije 12 maanden duurzaam gedrag gesteld hebben.

4. Conclusies

De tweede duurzaamheidsbarometer brengt de drijfveren en barrières van duurzaam ondernemen, duurzame doelen en gedrag, alsook de implementatie en impact van duurzaam gedrag bij Vlaamse kmo's in kaart. De vergelijking met de eerste duurzaamheidsbarometer in 2022 laat toe om de evolutie van duurzaam gedrag op te volgen. Door naast economische, ook ecologische en maatschappelijke doelen na te streven, kunnen Vlaamse kmo's hun steentje bijdragen aan de transitie naar een meer duurzame samenleving.

Vlaamse kmo-managers zijn van mening dat duurzaam ondernemen kan bijdragen tot een beter imago en een hogere waardering van de onderneming door haar klanten. Ze geloven ook dat duurzame praktijken helpen om waardevolle relaties met de gemeenschap op te bouwen. Veel middelgrote ondernemingen zien duurzaam ondernemen ook als een troef om nieuwe werknemers te rekruteren en om werknemers te behouden. Ten opzichte van 2022 zien we dat het belang van duurzaam ondernemen toeneemt voor het verkrijgen van financiering en om te internationaliseren. Echter, net als vorig jaar, geven veel respondenten aan dat duurzaam ondernemen gepaard gaat met hogere bedrijfskosten en een hogere complexiteit bij het nemen van beslissingen. Een kwart van de respondenten is van mening dat duurzaam ondernemen afleidt van de kerntaken van de onderneming.

Kennis over duurzaam ondernemen, zoals de problemen die klanten ondervinden en waarvoor duurzame producten en/of diensten een oplossing kunnen bieden, alsook de manier waarop duurzame innovaties kunnen worden toegepast in de onderneming, zijn meer aanwezig binnen middelgrote ondernemingen dan bij kleine en micro-ondernemingen. We zien geen verandering in de aanwezigheid van kennis en informatie over duurzaam ondernemen binnen ondernemingen ten opzichte van de bevraging van vorig jaar. Wel zien we dat de druk / steun en informatie over duurzaam ondernemen vanuit de bedrijfsomgeving over het algemeen is toegenomen in het voorbije jaar. Vooral middelgrote ondernemingen en bedrijven uit de nutssector en de financiële sector worden meer dan kleinere kmo's en/of bedrijven uit andere sectoren aangespoord door hun omgeving om duurzaam te ondernemen. Bij middelgrote ondernemingen komt deze druk / steun en informatie niet enkel van de overheid, sectorfederaties en -verenigingen, en klanten, maar ook in belangrijke mate van de eigen werknemers, van sectorgenoten en concurrenten, van financiers en consultants.

Beleidsinitiatieven die duurzaam ondernemen bij kmo's promoten en ondersteunen door ondernemers te informeren, te adviseren en financieel te ondersteunen, blijven daarom erg belangrijk, in het bijzonder voor de kleinere kmo's. De informatie die binnen beleidsinitiatieven

gegeven wordt, moet bovendien erg toegankelijk zijn: kmo's geven immers aan dat de ontvangen informatie binnen overheidsinitiatieven relevant en kwaliteitsvol is, maar vaak ook complex. De kmo-portefeuille van VLAIO, die kmo's advies en opleiding geeft met betrekking tot circulair en duurzaam ondernemen, slaagt er goed in om ook de kleinere kmo's te bereiken. Een kwart van de kmo's in de bevraging heeft reeds gebruik gemaakt van de kmo-portefeuille, dat is een significante toename ten opzichte van vorig jaar; en ook aanzienlijk meer dan andere beleidsinitiatieven die duurzaam ondernemen promoten.

Wanneer we vragen naar de (ecologische, maatschappelijke en economische) doelen, is en blijft het welzijn van de eigen werknemers de hoogste prioriteit van Vlaamse kmo's, gevolgd door het verlagen van de kosten, het verhogen van de omzet en de winstmarges, en het verbeteren van het marktaandeel van de onderneming. Ten opzichte van de bevraging van 2022, hechten Vlaamse kmo's in 2023 een groter belang aan het verminderen van de ecologische voetafdruk van de onderneming. Voor 65% van de bedrijfsleiders is dit van middelgroot tot groot belang voor de onderneming (ten opzichte van 59% in 2022). Verder wil zowat de helft van de kmo's ook iets terugdoen voor de maatschappij of de lokale gemeenschap en/of oplossingen bieden voor uitdagingen op het gebied van gezondheid en/of vergrijzing.

In lijn met die maatschappelijke doelen, stellen we vast dat bijna 9 op de 10 kmo's het voorbije jaar ook effectief rekening gehouden heeft met de belangen en het welzijn van de eigen werknemers. Daarnaast neemt bijna de helft van de bedrijven ook maatregelen om leveranciers en hun werknemers respectvol en eerlijk te behandelen, en steunt bijna 1 op de 2 kmo's culturele en sportieve activiteiten. In termen van duurzaam ecologisch gedrag, zien we de voorbije 12 maanden een significante toename van het aantal kmo's dat heeft geïnvesteerd in energiebesparingen inclusief overschakelen naar het gebruik van hernieuwbare energie (60% van de kmo's tegenover 52% in de vorige bevraging). Bijna een kwart van de Vlaamse kmo's plant om komend jaar te investeren in energiebesparingen. Daarnaast heeft meer dan 4 op de 10 kmo's de voorbije 12 maanden maatregelen genomen om de uitstoot van schadelijke stoffen te verminderen, om het verbruik van materiaal en/of grondstoffen te verminderen, en/of om het gebruik van schadelijke stoffen te verminderen. Een derde van de bedrijven was het voorbije jaar actief in circulair ondernemen via duurzame praktijken als het hergebruik van oude producten of afval als grondstof en/of het ontwerpen van producten en verpakkingen die kunnen worden hergebruikt, gerepareerd en gerecycleerd. We stellen meer duurzaam gedrag vast bij middelgrote ondernemingen dan bij kleine en micro-ondernemingen.

Net als vorig jaar, zien we dat de keuze voor duurzame activiteiten in belangrijke mate strategisch gestuurd is: bij twee derde van de kmo's worden duurzame activiteiten gekozen om de

kernactiviteiten van de onderneming te versterken. Duurzame activiteiten van kmo's leveren dus niet alleen een voordeel voor het milieu en/of de maatschappij maar vaak worden ze ook bewust gekozen om een strategisch / concurrentieel voordeel voor de onderneming te bekomen. Voor de meerderheid van de bedrijven die het voorbije jaar duurzaam gedrag stelden, bedragen de investeringen en/of uitgaven voor deze activiteiten tot 5% van de omzet. Over het algemeen wegen deze uitgaven voor duurzame activiteiten relatief zwaarder door bij de kleinste bedrijven, en bij de bedrijven in de nutssector en de vervoer en opslagsector.

Micro-ondernemingen, maar ook kleine ondernemingen zijn minder dan middelgrote ondernemingen bezig met het ontwikkelen van een actieplan en het communiceren van hun duurzaamheidspraktijken. Het aandeel kmo's dat over zijn duurzaamheidsactiviteiten rapporteert in zijn jaarverslag, in een afzonderlijk duurzaamheidsrapport en/of op de website, is ongewijzigd ten opzichte van vorig jaar en blijft beperkt. We zien hier, ook bij de middelgrote ondernemingen, nog geen effect van de Europese Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) die, hoewel niet direct van toepassing op kmo's, niettemin de komende jaren onrechtstreeks een invloed kan hebben op de duurzaamheidsrapportering van kmo's via de waardeketen van grote bedrijven waarin ze opereren.

Ten gevolge van duurzaam ecologisch gedrag, konden kmo's het voorbije jaar vooral een impact creëren op het vlak van energieverbruik, maar ze reduceerden ook hun uitstootgassen (op beide aspecten scoren kmo's ook beter dan in 2022), en realiseerden een betere naleving van de milieunormen. Eén op de vijf kmo's zegt ook een aanzienlijke impact te hebben gerealiseerd op het vlak van hergebruik van oude producten of afval als grondstof. Op maatschappelijk vlak realiseerden Vlaamse kmo's vooral een impact op de gezondheid en veiligheid van de eigen werknemers. Een kwart van de middelgrote ondernemingen rapporteerde ook een aanzienlijke impact op het algemeen welzijn van de stakeholders van de ondernemingen. Ten opzichte van de bevraging van 2022, die in volle energiecrisis en een periode van hoge inflatie viel, vermelden kmo's in 2023 minder vaak een stijging van kosten van energieverbruik en van de kosten voor aankoop van materialen en grondstoffen ten gevolge van duurzaam gedrag. Ten opzichte van 2022, spreken kmo's zich in 2023 iets minder positief uit over de impact van duurzaam gedrag op hun omzet en marktaandeel. Ook in 2023 blijft duurzaam gedrag van Vlaamse kmo's veelal gepaard gaan met stijgende bedrijfskosten en lagere winstmarges.

We concluderen uit de tweede duurzaamheidsbarometer dat Vlaamse kmo's veel belang hechten aan het welzijn van de eigen werknemers. Daarnaast investeerden ook heel wat kmo's het afgelopen jaar in maatregelen voor een verminderd energieverbruik, een vermindering van de uitstootgassen, en/of een verminderd gebruik van materiaal en grondstoffen en dragen ze zo hun

steentje bij aan een lagere ecologisch voetafdruk. Duurzaam gedrag is voor ondernemingen ook van toenemend belang om te groeien (en financiering te krijgen) en te internationaliseren. Daarnaast kan duurzaam ondernemen ook, vooral bij de middelgrote ondernemingen, een troef zijn om werknemers te behouden en nieuwe werknemers te rekruteren. Het afgelopen jaar is de druk/steun en de informatie over duurzaam ondernemen vanuit de bedrijfsomgeving verder toegenomen. De aanwezigheid van kennis en informatie over duurzaam ondernemen binnen ondernemingen, alsook de professionalisering van duurzame praktijken (bv. interne/externe communicatie en rapportering) is echter dezelfde gebleven, en ontbreekt vaker bij kleinere bedrijven. Overheidsinitiatieven die expliciet gericht zijn op kmo's, zoals de kmo-portefeuille, en informatie over duurzaam ondernemen op een toegankelijke manier tot bij de kleinere kmo's brengen, blijven dan ook van belang om het Vlaamse kmo-landschap verder te verduurzamen.

Appendix

Geselecteerde sectoren

NACE-codes	Omschrijving
NACE 10-33	Industrie
NACE 35-39	Productie en distributie van elektriciteit, gas, stoom en gekoelde lucht; distributie van water; afval- en afvalwaterbeheer en sanering
NACE 41-43	Bouwnijverheid
NACE 45-47	Groot- en detailhandel; reparatie van auto's en motorfietsen
NACE 49-53	Vervoer en opslag
NACE 55-56	Verschaffen van accommodatie en maaltijden
NACE 58-63	Informatie en communicatie
NACE 64-66	Financiële activiteiten en verzekeringen
NACE 68-75	Exploitatie van en handel in onroerend goed, vrije beroepen, wetenschappelijk en technische diensten
NACE 77-82;95.1	Administratieve en ondersteunende diensten; Reparatie van computers en communicatieapparatuur
NACE 86-88	Menselijke gezondheidszorg en maatschappelijke dienstverlening

Vlaamse overheid
Departement Economie
Wetenschap en Innovatie
Koning Albert II-laan 35
1030 Brussel
info.ewi@vlaanderen.be

www.ewi-vlaanderen.be