

Ministerie van VROM

De implementatie van PMZ in
Nederland
februari 2003

Inhoudsopgave

1	Inleiding	11
1.1	Leeswijzer	12
2	Projectaanpak en onderzoeksopzet	13
2.1	Projectaanpak	13
2.2	Onderzoeksopzet in de breedte en in de diepte	13
2.3	Op welke doelgroep is dit onderzoek gericht?	14
2.4	Het PMZ-fasemodel; een leerproces van bedrijven	16
2.5	Het effect van PMZ op de vermindering van milieubelasting van producten	17
2.6	Toetsingskader versus toekomstbeeld	17
3	Conclusies en resultaten	19
3.1	Definitie: Onderscheid tussen PMZ-systeem en PMZ-activiteiten	19
3.2	De implementatie van PMZ systemen in de doelgroep is op grote schaal aan de gang.	21
3.3	Bedrijven hebben een positieve houding ten aanzien van PMZ-systemen, maar geen voorkeur voor borging in het bestaande milieuzorgsysteem.	27
3.4	Een PMZ-systeem heeft een positief effect op vermindering van milieubelasting van producten en dit effect is beperkt.	29
3.5	Er zijn weinig prikkels vanuit de context om PMZ-activiteiten te ondernemen en de invloed ervan is beperkt.	31
4	Aanbevelingen	35
4.1	Blijf het middel PMZ stimuleren en faciliteren	35
4.2	Bevorder de implementatie en de effectiviteit van PMZ via de context	38
A	Bijlage: De doelgroep in dit onderzoek	41
B	Bijlage: Criteria en verdeelsleutel voor indeling in faseverdeling/context	42
C	Bijlage: Aandachtspuntenlijst voor de interviews	46
D	Bijlage: De geïnterviewden	49
E	Bijlage: Inventarisatie internationale trends rond PMZ	50

Samenvatting

Achtergrond

Eind 1995 werd tussen het bedrijfsleven en overheid, de ministeries van VROM en EZ afgesproken om productverbetering via de systematiek van milieuzorg gestalte te geven. Het is de verantwoordelijkheid van het bedrijfsleven om zelf aan PMZ invulling te geven en productverbetering te realiseren. De overheid bewaakt of het bedrijfsleven voldoende voortgang boekt met productverbetering, en stimuleert en faciliteert partijen bij het inhoud geven aan zijn verantwoordelijkheid. Ter stimulering heeft de overheid sinds 1996 het subsidieprogramma "stimulering PMZ " in gang gezet, dat in 2000 als programma ook is geëvalueerd.

Met het oog op de vraag of, en zo ja hoe aan het PMZ beleid vervolg moet worden gegeven, was een breder beeld over de invulling van PMZ door het gehele bedrijfsleven noodzakelijk, aangevuld met het kwalitatieve beeld van wat PMZ oplevert in de zin van vermindering van de milieubelasting van producten. Dit project heeft als doel dat 'breder beeld' te schetsen. De implementatiegraad van PMZ in dit onderzoek is statistisch verantwoord onderzocht, de effecten van PMZ op milieuverbetering van producten is kwalitatief in beeld gebracht. Het onderzoek kan dus geen *kwantitatieve* resultaten presenteren over de effecten van PMZ op de milieuverbetering van producten.

Dit project is uitgevoerd voor het ministerie van VROM, en is tijdens de uitvoering geadviseerd door een adviescommissie waar de volgende partijen deel van uitmaakten: VNO-NCW, MKB-Nederland, Stichting Natuur en Milieu, het ministerie van VROM en de uitvoerders van het project KPMG Sustainability en NIPO. Dit onderzoek levert het "breder beeld" dat gewenst is en een antwoord op de vraag of en zo ja hoe aan PMZ vervolg kan worden gegeven. Daarnaast zijn aanbevelingen opgesteld hoe de implementatie van PMZ verder te verbeteren. De aanbevelingen in deze eindrapportage zijn de aanbevelingen van de onderzoekers, die niet noodzakelijkerwijs door de gehele adviescommissie worden gedragen.

Onderzoeksopzet en uitvoering

851 bedrijven, verdeeld over 8 sectoren en 3 grootteklassen hebben tientallen vragen beantwoord in de telefonische enquêtes. Deze resultaten zijn geanalyseerd en in 19 interviews verder kwalitatief onderbouwd en verklaard. Hiermee levert dit onderzoek een schat aan onderzoeksinformatie, die in het bijbehorende tabellenrapport is weergegeven. In dit hoofdrapport beperken we ons tot de beantwoording van de twee kernvragen in dit onderzoek:

- In hoeverre en hoe geeft het bedrijfsleven zelf invulling aan zijn verantwoordelijkheid voor PMZ?
- Wat levert PMZ bij de bedrijven op in de zin van vermindering van de milieubelasting van producten?

Deze vragen zijn uitgezet bij een *selecte* doelgroep van het Nederlandse bedrijfsleven. Het onderzoek richt zich op de bedrijven waar PMZ ‘potentie’ heeft, te weten de grotere industriële bedrijven die in enige mate producten specificeren. Hiervoor zijn de volgende criteria toegepast:

- De bedrijfsgrootte is groter dan twintig werknemers (KWP > 20);
- De bedrijfsactiviteiten zijn gericht op materiële producten (dus geen bedrijven in dienstverlening)
- Het bedrijf heeft minstens in beperkte mate invloed op de specificaties en totstandkoming van het product (dus geen bedrijven in groothandel of detailhandel).

De doelgroep blijkt *uiteindelijk* 11.270 bedrijven (ongeveer 2% van de 600.000 bedrijven in het gehele bedrijfsleven, gebaseerd op de KvK bestanden) te omvatten.

Het PMZ-fasemodel

De implementatie van PMZ door het Nederlands bedrijfsleven wordt beschreven aan de hand van het PMZ-fasemodel. Hiermee kan het Nederlandse bedrijfsleven worden ingedeeld aan de hand van hun vorderingen in dit model. Wij zien de volgende fasen als relevant:

- Non-interesse (bedrijven die niet geïnteresseerd zijn in het onderwerp PMZ);
- Interesse (bedrijven die geïnteresseerd zijn maar nog geen actie hebben ondernomen omdat ze bijvoorbeeld het belang niet/onvoldoende zien (terecht of onterecht);
- Initiatie (bedrijven die experimenteren met elementen van PMZ);
- Implementatie (bedrijven die PMZ in delen van de organisatie integreren);
- Routine (bedrijven die erin geslaagd zijn PMZ volledig in de organisatie te integreren).

Het beoordelen of het huidige niveau van implementatie van PMZ voldoende is (in het licht van de in 1995 gemaakte afspraken) valt buiten het kader van dit onderzoek. Doordat indertijd geen goed meetbare doelstelling is gedefinieerd, is de beoordeling hiervan dan ook niet mogelijk. In het project is wel door de adviescommissie een toekomstbeeld ontwikkeld van de gewenste implementatiegraad van PMZ (namelijk 80% van de bedrijven in de doelgroep in de routinefase in 2015). Dit toekomstbeeld moest SMART¹ zijn gedefinieerd zodat in de toekomst concrete ambitieniveaus kunnen worden afgesproken. Het afspraken maken over dergelijke ambitieniveaus valt echter buiten dit project. In dit project moest uitsluitend de ‘taal’ worden ontwikkeld waarin die afspraken te maken zijn.

Ook is in het model de betrokkenheid van de verschillende *functies* van de organisatie van belang; inkoop, marketing en verkoop, research en development, logistieke processen en natuurlijk het management zelf. Een implementatie bedrijf kan bijvoorbeeld in één functie bezig zijn PMZ te integreren, terwijl een routine bedrijf dit in alle relevante bedrijfsfuncties van de organisatie zal doen.

¹ SMART staat voor: Specifiek, Meetbaar, Acceptabel, Realistisch en Tijdgebonden

Verder zijn de respondenten in het onderzoek gevraagd naar hun mening over de relatie tussen het implementeren van PMZ en de effecten op de vermindering van de milieubelasting door producten. In de interviews tijdens het kwalitatieve onderzoek is dit beeld getoetst, door de respondenten te vragen productvoorbeelden aan te dragen. De vermindering van de milieubelasting van deze producten zijn globaal en kwalitatief beoordeeld.

Daarnaast is in het onderzoek ook nadrukkelijk de *context* van de bedrijven betrokken. Dit is gedaan door te inventariseren of er bijvoorbeeld uit de *keten* veel vragen zijn over milieuaspecten van producten, hoe hoog de externe druk is, in hoeverre relevante wetgeving met betrekking tot de producten in een sector een rol speelt.

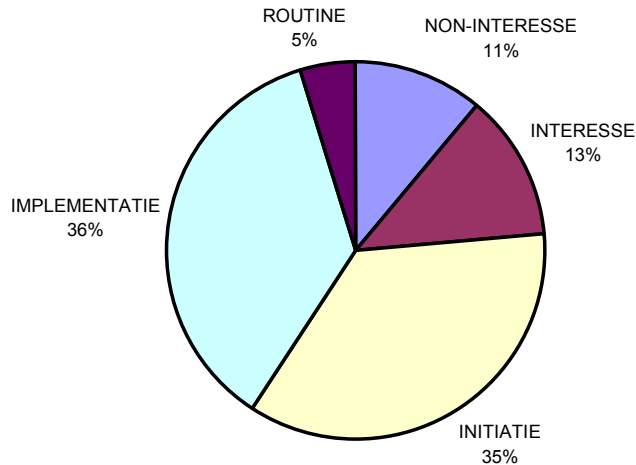
Conclusies en resultaten

Definitie: onderscheid tussen PMZ-systemen en PMZ-activiteiten

Uit het onderzoek blijkt het verhelderend te werken, om een onderscheid te maken tussen *productgerichte milieuzorgsystemen* en *productgerichte milieuzorgactiviteiten*. Het onderscheid is ook van belang bij de interpretatie van de resultaten uit dit onderzoek. In de conclusies van het onderzoek gebruiken we deze beide begrippen naast elkaar. In het hier gehanteerde PMZ fasemodel hebben we bij de bedrijven in de doelgroep gemeten hoe ver ze zijn met het implementeren van *PMZ-systemen*, dus de implementatiegraad van het *management instrument PMZ*.

De implementatie van PMZ systemen in de doelgroep is op grote schaal aan de gang.

In het onderzoek hebben we bij de bedrijven in de doelgroep gemeten hoe ver ze zijn met het implementeren van *PMZ-systemen*, dus de implementatiegraad van het *management instrument PMZ*. Op basis van de percentages van bedrijven die ver zijn gevorderd in dit fasemodel kunnen we concluderen dat de implementatie van PMZ-systemen in de doelgroep op grote schaal aan de gang is. 41% van de bedrijven in de doelgroep (routine en implementatie) is bezig met het systematisch borgen van milieuaspecten in één of meer bedrijfsfuncties. In de figuur is de faseverdeling van de bedrijven uit de doelgroep weergegeven.



Figuur: faseverdeling van de bedrijven uit de doelgroep voor PMZ

Ten opzichte van het huidige PMZ implementatie niveau, lijkt het ontwikkelde toekomstbeeld realistisch.

Zonder een uitspraak te kunnen en willen doen over de vraag of het huidige PMZ-implémentatieniveau *op dit moment* voldoende is, is het interessant te bekijken hoe het huidige niveau zich verhoudt tot het ontwikkelde toekomstbeeld (80% van de bedrijven in 2015 in de routinefase). Daar we met deze implementatiemeting in feite voor de eerste keer een kwantitatieve meting uitvoeren, hebben we nog geen zicht op de snelheid waarmee de implementatie van PMZ verloopt. Uit de monitoring van de implementatie van (reguliere bedrijfsinterne) milieuzorg bij bedrijven² en de monitoring van Schoner Producterenmaatregelen bij het MKB³, hebben we wel de beschikking over enige referenties aan de snelheid waarmee in de doelgroep van bedrijven dergelijke ontwikkelingen plaatsvinden. Door verschillen tussen PMZ, milieuzorg en preventiemaatregelen, kunnen we aan deze gegevens geen harde conclusies verbinden, maar het toekomstbeeld lijkt realistisch.

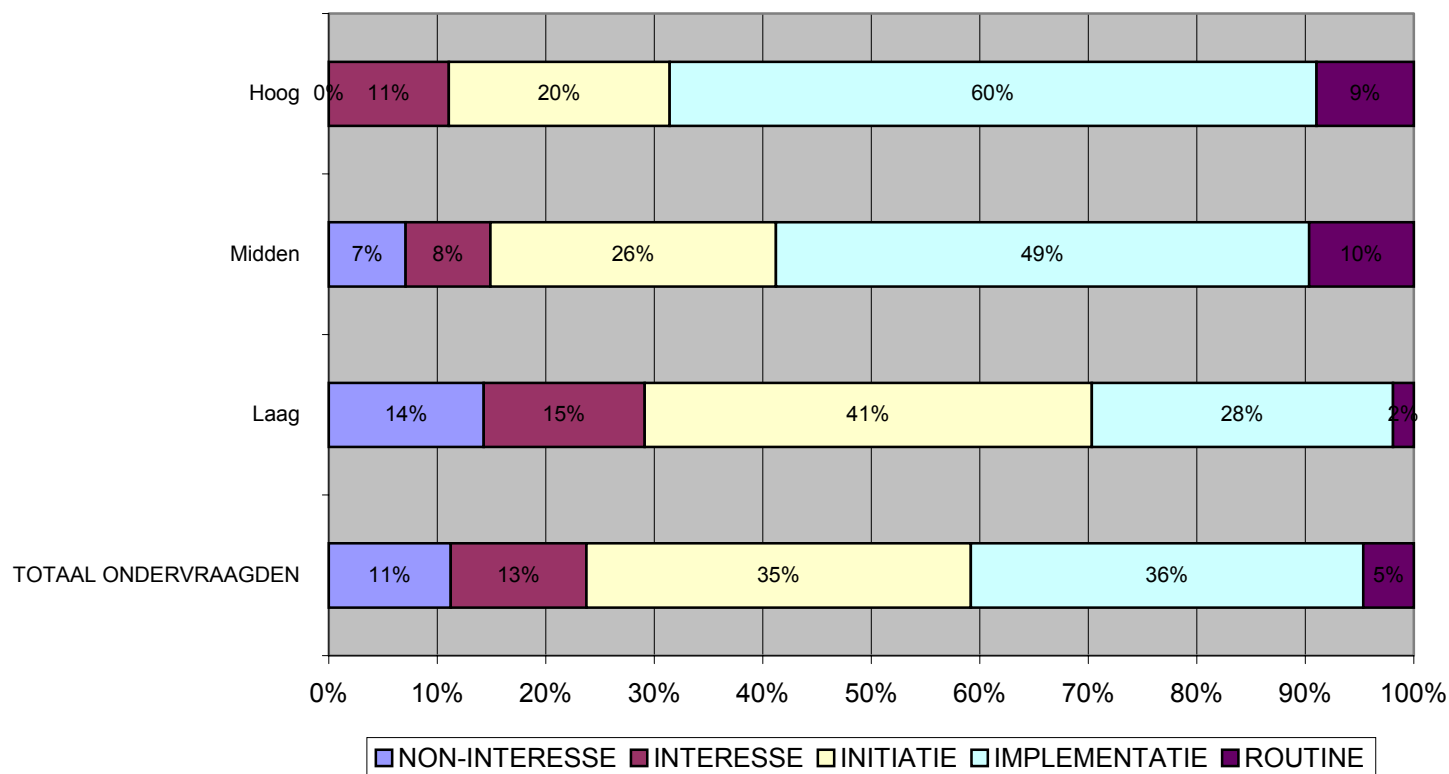
In hoeverre bedrijven PMZ implementeren is sterk afhankelijk van de context.

Naast de vraag in hoeverre bedrijven PMZ implementeren, is ook de context van het bedrijf onderzocht. De context bestaat uit de prikkels die in de omgeving van de bedrijven (latent) aanwezig zijn en bedrijven er toe doen besluiten PMZ activiteiten te ondernemen of om PMZ systemen te implementeren. Prikkels zijn bijvoorbeeld: vragen uit de markt, wetgeving ten aanzien van de producten of signalen/interventies van maatschappelijke groeperingen. Onderstaande figuur laat duidelijk zien dat er een duidelijk verband bestaat tussen de context van het bedrijf en het stadium waarin bedrijven zich bevinden met de implementatie van PMZ. Daarnaast is het zo dat de er maar zelden sprake is van een hoge score op de context (6% van de bedrijven). De meeste bedrijven scoren laag (64%) of midden (30%)

² BIM 1996

³ SP monitoring 1995 97 99 2001

Uit de interviews bleek dat een bedrijf of het management van een bedrijf pas behoefte heeft aan een (management)stelsel als er voldoende activiteiten ontstaan die 'gemanaged' moeten worden.



Figuur: de mate waarin de implementatie van PMZ afhangt van de context

Uit het onderzoek blijkt dat er nauwelijks verschillen zijn in implementatie snelheid tussen de verschillende sectoren (en als die er zijn, zijn deze te verklaren door verschillen in de context van een sector, of door oververtegenwoordiging van kleinere bedrijven in een sector). Daarnaast blijkt namelijk dat grotere bedrijven sneller PMZ implementeren dan kleinere bedrijven, iets dat ook eerder ten aanzien van de implementatie van milieuzorgsystemen of preventie maatregelen in andere onderzoeken is geconstateerd.

Bedrijven hebben een positieve houding ten aanzien van PMZ-systemen, maar geen voorkeur voor borging in het bestaande milieuzorgstelsel.

De focus van PMZ op producten heeft een duidelijke samenhang met innovatie. Op innovatie gerichte bedrijven vinden hierin aanleiding om PMZ te waarderen als een voor hen passend instrument.

Aan de bedrijven is per bedrijfsfunctie specifiek gevraagd of de aandacht van milieuaspecten systematisch is geborgd, en zo ja, op welke wijze. In de interviews zijn voorbeelden van procedures hiervoor opgevraagd en bestudeerd.

Uit de antwoorden blijkt dat het systematisch borgen *vooral* plaatsvindt binnen de systemen en procedures van één bedrijfsfunctie (inkoop, productontwikkeling, verkoop, logistiek) en *minder vaak* in milieuzorgsystemen (al of niet ISO 14.000) en kwaliteitszorgsystemen (al of niet ISO 9000). Milieuaspecten bij productontwikkeling bijvoorbeeld borgen in de procedures voor productontwikkeling, en milieuaspecten bij inkoop borgen in de toeleveranciers-beoordelingen.

Wat levert PMZ bij de bedrijven op in de zin van vermindering van de milieubelasting van producten?

De bedrijven die volgens het ontwikkelde fasemodel verder zijn met implementatie van PMZ (routine- en implementatiefase) geven significant vaker een positief antwoord op de vraag of de milieubelasting van producten in de keten is verminderd als gevolg van de aandacht voor milieuaspecten in een bepaalde bedrijfsfunctie. Door de onderzoeksopzet zijn we niet in staat in kwantitatieve zin uitspraken te doen over de effecten op milieuverbetering van producten.

Bedrijven realiseren veel milieuverbeteringen, en altijd integraal met andere verbeteringen in het zakelijk belang.

De bedrijven is gevraagd in hoeverre zijzelf zien dat het meenemen van milieuaspecten in de verschillende bedrijfsfuncties heeft geleid tot een lagere milieubelasting van de producten. Afhankelijk van de bedrijfsfunctie liggen deze percentages tussen de 41% en de 72% van de bedrijven. In de figuur is ook aangegeven welk percentage van de bedrijven milieuverbeteringen ziet, naar aanleiding van aandacht voor milieuaspecten in een bepaalde bedrijfsfunctie. Daarnaast is in de figuur aangegeven welke concrete wijzigingen in de producten dit betrof.

Vraag	Inkoop	Product ontwikkeling	Logistiek	Verkoop Marketing
Is de milieubelasting verminderd? Ja.	(645) 65%	(334) 72%	(355) 57%	(451) 41%
Hoe heeft dat geleid tot vermindering?	(428)	(244)	(205)	(185)
Andere grondstoffen, geen milieuvriendelijke materialen	46%	44%		26%
Minder grondstoffen, minder materiaalverbruik	18%	44%		
Andere leveranciers	11%			
Minder verpakkingen/retourverpakking	5%	7%	48%	23%
Minder transportbewegingen			43%	
Minder afval	15%			15%

Figuur: percentage bedrijven dat milieuverbeteringen ziet, en welke verbeteringen dat zijn. Het getal tussen haakjes geeft het aantal bedrijven weer dat positief heeft geantwoord (in totaal betrof het 851 bedrijven). Waar niets staat is door de bedrijven dit alternatief niet genoemd.

In de interviews bij een aantal bedrijven zijn reducties van milieubelasting door producten kwalitatief beoordeeld. Uit deze analyse blijkt dat als bedrijven dat aangaven er *daadwerkelijk* milieuverbeteringen waren gerealiseerd. Daarnaast bleek dat bedrijven altijd milieuaspecten *integraal* meenemen in wijzigingen van producten. Naast een verbetering van milieubelasting, zijn er andere redenen voor het bedrijf om de productwijziging te realiseren (kostenbesparing, kwaliteitsverbetering, efficiencyverbetering). Het initiatief om een bepaalde verandering in de keten door te voeren, kan de milieudoelstelling zijn, maar ook een van de andere doelstellingen.

Bedrijven hebben beperkte speelruimte om milieudoelstellingen te behalen

De bedrijven geven in de interviews aan maar beperkte speelruimte te hebben om milieudoelstellingen te realiseren binnen hun aanpak. Deze speelruimte wordt bepaald door de context waarin de onderneming verkeert. Als de markt waar een bedrijf aan levert gevoelig is voor milieu argumenten, en het bedrijf zich op milieu kan onderscheiden, geeft dit meer ruimte voor de onderneming om milieuverbeteringen door te voeren. Deze ruimte ervaren de geïnterviewde bedrijven momenteel niet of nauwelijks.

Door beperkte kennis van milieuaspecten in de keten blijven mogelijkheden onbenut.

Uit het onderzoek leiden we af dat een groot aantal bedrijven denkt het inzicht in de milieuaspecten te hebben, terwijl in werkelijkheid dit inzicht niet volledig is. Zij baseren zich vooral op de 'eigen ervaring', die vaak beperkt is tot de milieuaspecten waar zij in hun eigen bedrijfsvoering mee in aanraking komen. Een gevolg hiervan kan zijn dat binnen de integrale aanpak van bedrijven, mogelijkheden tot vermindering van de milieubelasting blijven liggen omdat de kennis van milieuaspecten in de keten beperkt is.

Er zijn weinig prikkels vanuit de context om PMZ-activiteiten te ondernemen en de invloed ervan is beperkt.

64 % van de bedrijven scoort "laag" op de context, wat wil zeggen dat hun antwoorden op de vragen naar de 5 elementen uit de context vaak "zelden" of "nooit" zijn. 30% van de bedrijven scoort "midden" terwijl slechts 6% "hoog" scoort op de context. De verschillen tussen de sectoren zijn klein. Beperkte verschillen zijn zichtbaar tussen de sector 'delfstof en procesindustrie' (significant hogere context) en de sector 'machine en elektro' (significant lagere context). Vanuit de context zijn er dus *heel weinig* redenen voor bedrijven om PMZ activiteiten te ontplooiën, dan wel om PMZ systemen te implementeren.

Het meest voorkomende element in de context is wetgeving, het minst de invloed van maatschappelijke groeperingen.

73% van de bedrijven geeft aan vaak (36%) of soms (37%) geconfronteerd te worden met wetgeving gericht op hun producten. 22% van de bedrijven ervaart vaak (6%) of soms (16%) invloed van maatschappelijke groeperingen. Het feit dat wetgeving gericht op producten relatief vaak voorkomt en er belang aan wordt gehecht door de bedrijven, impliceert dat wetgeving op dit moment de invloedrijkste factor is in de context van de bedrijven.

Klanten (ook de overheid als klant) vragen beperkt over milieuaspecten.

39% van de bedrijven geeft aan vaak (14%) of soms (25%) vragen van klanten te krijgen over de milieuaspecten van hun producten. De bedrijven geven echter aan dat er wel groot belang wordt gehecht aan vragen van klanten, ook over milieuaspecten. Zelfs bij een beperkt *aantal* vragen, kan hier toch een belangrijke sturing vanuit gaan.

Als aan de bedrijven, die aangeven vragen uit de markt te ontvangen, wordt gevraagd van welke partijen die vraag komt, blijkt dat in de business-to-business markt de meeste vragen voorkomen (58%), gevolgd door vragen uit de overheid (40%) en consumenten (31%). De voortrekkersrol van de overheid in het genereren van marktvraag naar milieuvriendelijke producten, zou op dit punt versterkt kunnen worden.

Aanbevelingen

De eerste groep aanbevelingen is gericht op het verder verhogen van de implementatie graad van PMZ, door het instrument te differentiëren, het richter in te zetten (beperkte doelgroep) en de monitoring van dit proces "SMART" in te richten. In dit project is de taal ontwikkeld waarmee heldere doelstellingen, afspraken en monitoring daarvan kan plaatsvinden. De tweede groep aanbevelingen is daarnaast gericht op het verhogen van de effectiviteit van PMZ. Dit kan door te sturen via de "context" van de bedrijven, door milieu in de prijzen te brengen, de transparantie van markten te bevorderen, als overheid zelf duurzaam in te kopen en selectief door het bedrijfsleven gedragen productwetgeving te ontwikkelen. Sturen via de context leidt ertoe dat het milieubeleid van de overheid en het productenbeleid van de bedrijven meer overlap gaat vertonen. De beperkingen die bedrijven momenteel ervaren bij het realiseren van een lagere milieubelasting van producten zullen hierdoor worden verminderd.

Blijf het middel PMZ stimuleren en faciliteren

Wij adviseren overheid, brancheverenigingen en intermediairs het instrument PMZ te blijven stimuleren als onderdeel van het productenbeleid. Door de aandacht voor milieu in diverse bedrijfsfuncties te integreren kan op korte termijn de milieubelasting van producten worden verminderd.

In dit onderzoek worden de volgende aanbevelingen uitgewerkt:

- Baken de doelgroep af en differentieer het begrip PMZ;
- Positioneer PMZ in het kader van duurzaam ondernemen/maatschappelijk verantwoord ondernemen
- Stimuleer de kennis van milieu-aspecten in de keten;
- Interdepartementale afstemming;
- Stel in overleg met branche specifieke doelen vast, en monitor de voortgang.

Met het PMZ-fasemodel en het toekomstbeeld hebben we een taal ontwikkeld, waarin procesdoelen SMART kunnen worden gesteld, en betrouwbaar worden gevolgd. In overleg met branches kan deze taal worden gebruikt om (naast andere doelstellingen, bijvoorbeeld doelstellingen ten aanzien van emissiereductie resultaten) procesgerichte doelstellingen af te spreken en deze te monitoren. Dit past in het instrument van convenanten of meerjaren afspraken.

Bevorder de implementatie en de effectiviteit van PMZ via de context

Het doel van het productgerichte milieubeleid van de overheid (waar PMZ een onderdeel van is) is de milieubelasting van producten te verlagen. Het onderzoek maakt duidelijk dat de bedrijven de milieubelasting van hun producten verminderen, indien zij hier voldoende redenen toe zien en indien de door te voeren veranderingen samenvallen met andere voordelen voor het bedrijf zelf. In termen van het onderzoek is dit als de context hoog genoeg is. De meest effectieve wijze om bedrijven te stimuleren hun milieubelasting te verminderen, bij voorkeur op een systematische wijze (middels een PMZ systeem) is *via* de context. Voor de overheid worden in dit onderzoek de volgende 4 sporen aanbevolen:

- Milieu in de prijzen;
- Stimuleer bedrijven door zelf duurzaam in te kopen;
- Bevorder de transparantie van markten;
- Creëer een Level Playing Field.

1 Inleiding

Eind 1995 werd tussen het bedrijfsleven en overheid, de ministeries van VROM en EZ afgesproken om productverbetering via de systematiek van milieuzorg gestalte te geven. Eén van de belangrijkste elementen uit deze afspraak is zelfregulering: het is de verantwoordelijkheid van het bedrijfsleven om zelf aan PMZ invulling te geven en productverbetering te realiseren. De overheid bewaakt of het bedrijfsleven voldoende voortgang boekt met productverbetering, en stimuleert en faciliteert partijen bij het inhoud geven aan zijn verantwoordelijkheid. Indien vrijwilligheid te weinig oplevert, zullen dwingende maatregelen van overheidswege worden overwogen.

Ter stimulering heeft de overheid sinds 1996 het subsidieprogramma "stimulering PMZ " in gang gezet. Vanuit de verantwoordelijkheid om de voortgang te bewaken is deze stimuleringsregeling in 2000 door VROM geëvalueerd en zijn 55 PMZ-subsidieprojecten bekeken. Hierdoor bestaat er zicht op PMZ zoals dat binnen de PMZ-stimuleringsregeling is opgepakt, maar niet daarbuiten. Met het oog op de vraag of, en zo ja hoe aan het PMZ beleid vervolg moet worden gegeven, was een breder beeld over de invulling van PMZ door het gehele bedrijfsleven noodzakelijk, aangevuld met het kwalitatieve beeld van wat PMZ oplevert in de zin van vermindering van de milieubelasting van producten. Dit onderzoek geeft antwoord op deze 2 kernvragen:

- In hoeverre en hoe geeft het bedrijfsleven zelf (vrijwillig en buiten de PMZ stimuleringsregeling om) invulling aan zijn verantwoordelijkheid voor PMZ? Met het oog op eventuele aanknopingspunten is het gewenst hierbij onderscheid te kunnen maken naar verschillende branches/sectoren en de context waarbinnen zij opereren;
- Wat levert PMZ bij de bedrijven op in de zin van vermindering van de milieubelasting van producten? Hierbij is een kwalitatieve beoordeling gewenst in de sfeer van reductie van de milieubelasting.

Op basis van de uitkomsten van het onderzoek zal door VROM (KVI) worden beoordeeld of de implementatiegraad van PMZ bij het bedrijfsleven voldoende is. Deze beoordeling zelf maakt *geen* deel uit van het onderzoek. Met het oog op die beoordeling is gevraagd een toetsingskader voor de onderzoeksresultaten te ontwikkelen, omdat voorafgaand aan het PMZ beleid geen ambitieniveau is gedefinieerd.

In dit project is deze vraag opgepakt, *niet* door een *toetsingskader* te ontwikkelen, maar door te streven naar een gedragen *toekomstbeeld* van de gewenste implementatiegraad van PMZ. Dit toekomstbeeld moet SMART⁴ zijn gedefinieerd zodat in de toekomst concrete ambitieniveaus kunnen worden afgesproken. Overigens valt het afspraken maken over dergelijke ambitieniveaus buiten dit project. In dit project willen we uitsluitend de 'taal' ontwikkelen waarin die afspraken te maken zijn.

⁴ SMART staat voor: Specifiek, Meetbaar, Acceptabel, Realistisch en Tijdgebonden

Concreter geformuleerd de doelstellingen zoals die in dit project zijn gerealiseerd:

Terugkijkend naar wat er de afgelopen jaren heeft plaatsgevonden, het verkrijgen van inzicht in:

- wat de implementatiegraad van PMZ in de relevante sectoren van het bedrijfsleven is;
- hoe het proces om tot deze implementatiegraad te komen is verlopen;
- waarom de implementatiegraad in het bedrijfsleven (of in een sector daarvan) is zoals uit het onderzoek blijkt, verklaard vanuit de context;
- wat deze implementatie in milieutermen heeft opgeleverd.

Vooruitkijkend naar wat er de komende jaren kan plaatsvinden, het bespreken en verkrijgen van een gemeenschappelijk beeld van:

- wat er zonodig nog moet gebeuren om de implementatie van PMZ te vervolmaken;
- hoe dat (op basis van de onderzoeksresultaten) het beste gestalte kan worden gegeven.

1.1 Leeswijzer

Dit rapport is het hoofd rapport waarin het onderzoek naar de implementatie van PMZ wordt beschreven. In hoofdstuk 2 is de projectaanpak en de onderzoeksopzet uiteengezet. In hoofdstuk 3 worden de conclusies en de belangrijkste resultaten op basis van het uitgevoerde onderzoek gepresenteerd. In hoofdstuk 4 zijn tenslotte de aanbevelingen opgenomen.

Bij dit hoofd rapport hoort een tabellenrapport. In dit tabellenrapport zijn alle antwoorden van de 850 bedrijven die zijn benaderd in de telefonische enquête weergegeven. Dit rapport omvat meer informatie dan in dit hoofd rapport kon worden weergegeven en kan voor andere onderzoeksvragen nog een schat aan informatie opleveren.

In dit hoofd rapport zijn verschillende bijlagen opgenomen met achtergrondinformatie, terwijl in het tabellenrapport bijlagen zijn opgenomen waaronder de in de telefonische enquête gehanteerde vragenlijst en informatie over de respons.

2 Projectaanpak en onderzoeksopzet

2.1 Projectaanpak

Het project is uitgevoerd voor het ministerie van VROM, en is tijdens de uitvoering geadviseerd door een adviescommissie waar de volgende partijen deel van uitmaakten: VNO-NCW, MKB-Nederland, Stichting Natuur en Milieu, het ministerie van VROM en de uitvoerders van het project KPMG Sustainability en NIPO. In een viertal adviescommissievergaderingen heeft deze adviescommissie bijgedragen aan de totstandkoming van de verschillende elementen die in het onderzoek benodigd waren:

- Het PMZ-fasenmodel, criteria en sleutel;
- het toekomstbeeld PMZ;
- vragenlijst voor de telefonische enquêtes;
- aandachtspuntenlijst voor de interviews;
- eindrapportage met aanbevelingen.

Niet in alle gevallen kon in de adviescommissie tot overeenstemming worden gekomen.

KPMG heeft in het onderzoek de adviezen uit de commissie gehoord, en het onderzoek als onafhankelijk adviesbureau uitgevoerd. De aanbevelingen in deze eindrapportage zijn de aanbevelingen van de onderzoekers, die niet noodzakelijkerwijs door de gehele adviescommissie wordt gedragen.

2.2 Onderzoeksopzet in de breedte en in de diepte

De vraag wat de implementatiegraad van PMZ is binnen het Nederlands bedrijfsleven, is beantwoord door een breed *kwantitatief* onderzoek te doen onder 851 bedrijven binnen de verschillende branches en sectoren waar PMZ relevant is. Vanwege de doelen waar de uitkomsten van het onderzoek voor gebruikt gaan worden, moesten er eisen worden gesteld aan de betrouwbaarheid van de meting die in de verschillende branches en sectoren wordt uitgevoerd. Dit kwantitatieve deel van het onderzoek is door middel van telefonische enquêtes uitgevoerd, en is zo breed opgezet dat per sector of grootteklasse statistisch significante uitspraken kunnen worden gedaan over de implementatiegraad. Een dergelijke gedegen onderzoeksopzet is belangrijk, mocht in de toekomst de behoefte bestaan aan vervolgmetingen. Trendanalyse kan alleen dan plaatsvinden als dit eerste onderzoek⁵ naar de normen van de statistiek wordt uitgevoerd.

De vragen naar hoe de implementatie is verlopen en waarom de situatie zo is als gemeten zijn veel lastiger via telefonische enquêtes te achterhalen.

⁵ Deze eerste grootschalige meting naar PMZ kan worden gezien als nulmeting.

Daarom heeft dit onderzoek ook een *aanvullend kwalitatief* deel, bestaande uit 19 interviews met bedrijven, brancheverenigingen en intermediairs. In een langer interview met het bedrijf is de interviewer beter in staat te achterhalen waarom bedrijven op een bepaalde manier met PMZ omgaan, en is ook een beter zicht op de interne organisatie te vormen. Dit kwalitatieve onderzoek is ook benut om:

- Documenten op te vragen waaruit de systematische beheersing van milieuaspecten in milieuzorgsystemen en procedures blijkt, en deze documenten te bestuderen;
- Nadere kwalitatieve informatie te achterhalen over het effect van PMZ op het verminderen van de milieubelasting van de producten.

Samenvattend is dit onderzoek een combinatie van kwantitatief en kwalitatief onderzoek, waarbij het kwantitatieve onderzoek als eerste werd uitgevoerd. Op basis van de resultaten van het kwantitatieve onderzoek kon de vraagstelling en de scope van het kwalitatieve onderzoek worden verfijnd, zodat die elementen konden worden verduidelijkt die op basis van het bredere (kwantitatieve) onderzoek waren geïdentificeerd.

2.3 Op welke doelgroep is dit onderzoek gericht?

2.3.1 Gericht op (specificerende) industriële sectoren

PMZ als management instrument is in principe geschikt voor het gehele bedrijfsleven, toch wordt het concept met name geschikt geacht voor de producerende bedrijven. Uit de deelnemers aan de PMZ subsidieregeling blijkt dat ook dienstverleners het concept PMZ hebben opgepakt. Hoewel we de inspanningen van de dienstverlenende branches met betrekking tot PMZ signaleren, is dit onderzoek naar de implementatie van PMZ gericht op de *producerende* bedrijven (de branches in de industriële en de bouwsector). Daarnaast is van belang dat het onderzoek zich richt op bedrijven die (minimaal beperkte) invloed kunnen uitoefenen op de specificaties en totstandkoming van het (materiële) product. Groot- en detailhandel vallen daarmee buiten de scope.

Daar het inzicht in de specifieke situatie in verschillende sectoren relevant kan zijn voor aanknopingspunten voor de toekomst, is in deze doelgroep onderscheid gemaakt in de volgende sectoren:

- 1. Voedings en genotmiddelen;
- 2. Delfstofwinning en procesindustrie;
- 3. Hout en meubel;
- 4. Papier en grafisch;
- 5. Basismetaal en metaalproducten;
- 6. Machine, elektronisch en transportmiddelen;
- 7. Overige industrie;
- 8. Bouw en GWW.

Elk van deze sectoren is weer onderverdeeld in een aantal branches, die aan de hand van de SBI codes zijn weergegeven in Bijlage A. Hierin zijn ook de verkorte namen van de sectoren weergegeven, zoals die in de grafieken in dit rapport worden gehanteerd.

2.3.2 Gericht op de grotere (>20 werknemers) bedrijven

Wat bedrijfsgrootte betreft is gekozen alleen de “grotere” (> 20 werknemers) bedrijven in het onderzoek te betrekken. Het concept PMZ als *management instrument* stelt eisen aan de organisatie zelf. Bij een eenmansbedrijf, of een bedrijf met slechts enkele werknemers zullen managementsystemen niet worden gehanteerd, en dus ook niet voor milieu. Het vastleggen van taken, verantwoordelijkheden en bevoegdheden met betrekking tot milieu-aspecten van producten lijken in een dergelijke bedrijfscontext minder relevant. De meerwaarde van PMZ voor de kleinere bedrijven is beperkter, terwijl het concept minder goed past in dergelijke typen bedrijven.

Om inzicht te krijgen in samenhang tussen klassengrootte en de mogelijkheden van PMZ wordt onderscheid gemaakt naar 3 klassengroottes (20-49 werknemers, 50-100 werknemers en > 100 werknemers), en de bedrijven van 1-20 werknemers te laten vervallen. Hoewel er zeker geen lineair verband is tussen de milieurelevantie van de producten en de grootte van het bedrijf, kan gesteld worden dat we met de (middel)grotere bedrijven het grootste deel van de relevante milieubelasting van producten binnen het onderzoek te hebben.

2.3.3 Criteria voor keuze doelgroep

Voor de doelgroep waar we het onderzoek op richten zijn derhalve de volgende criteria toegepast:

- De bedrijfsgrootte is groter dan twintig werknemers (KWP > 20);
- De bedrijfsactiviteiten zijn gericht op materiële producten (dus geen bedrijven in dienstverlening);
- Het bedrijf heeft minstens in beperkte mate invloed op de specificaties en totstandkoming van het product (dus geen bedrijven in groothandel of detailhandel);

In Bijlage A is een tabel opgenomen waarin is te zien welke doelgroep ontstaat als de criteria worden gehanteerd. In de doelgroep van het onderzoek blijven 11.270 bedrijven over. Hierin zijn de bedrijven met 20-49 werknemers relatief veel vertegenwoordigd, alsmede de sector ‘bouw en GWW’.

Deze 11.270 bedrijven in de doelgroep voor PMZ maken ongeveer 2% uit van het gehele Nederlandse bedrijfsleven (600.000 bedrijven gebaseerd op KvK bestanden).

2.4 Het PMZ-fasemodel; een leerproces van bedrijven

Organisaties doen op allerlei terreinen kennis op, en gebruiken deze kennis in het veranderen van hun processen en hun gedrag. Dit "leerproces" is de beschrijving volgens een generiek patroon, waar verschillende fasen te onderscheiden zijn.

Allereerst zal een organisatie, die nog niet bekend is met het onderwerp, hier kennis van moeten nemen. Als de kennis aanwezig is, zal het enige tijd vragen voordat er een aanleiding ontstaat waardoor een organisatie hier mee gaat "experimenteren". Als het experimenteren met het nieuwe gedrag een positief effect heeft, zal een organisatie dit nieuwe gedrag door de hele organisatie geïmplementeerd willen zien en dit borgen. In de laatste fase is de organisatie hier ook in geslaagd. Een organisatie moet in het doorlopen van dit veranderingstraject een welbegrepen eigenbelang hebben. Er moet een voordeel (de wortel) worden gezien, of nadelen (de stok) moeten worden vermeden om te kunnen/willen veranderen.

De implementatie van PMZ door het Nederlands bedrijfsleven kan goed worden beschreven aan de hand van dit leerproces. In dit PMZ-fasemodel, waarin 5 fasen te onderscheiden zijn, kan het Nederlandse bedrijfsleven worden ingedeeld aan de hand van hun vorderingen in het leerproces, zoals hierboven omschreven. Wij zien de volgende fasen als relevant:

- Non-interesse (bedrijven die niet geïnteresseerd zijn in het onderwerp PMZ);
- Interesse (bedrijven die geïnteresseerd zijn maar nog geen actie hebben ondernomen omdat ze bijvoorbeeld het belang niet/onvoldoende zien (terecht of onterecht));
- Initiatie (bedrijven die experimenteren met elementen van PMZ);
- Implementatie (bedrijven die PMZ in delen van de organisatie integreren);
- Routine (bedrijven die erin geslaagd zijn PMZ volledig in de organisatie te integreren).

Het PMZ-fasemodel beschrijft in welke fase een bedrijf zich bevindt ten aanzien van de implementatie van PMZ. Een belangrijke onderzoeksdimensie is de betrokkenheid van de verschillende *functies* van de organisatie; inkoop, marketing en verkoop, research en development, logistieke processen en natuurlijk het management zelf. Een implementatie bedrijf kan bijvoorbeeld in één functie bezig zijn PMZ te integreren, terwijl routine bedrijven dit in alle relevante bedrijfsfuncties van de organisatie zullen doen

In de adviescommissie zijn in de beginfase van het project de exacte criteria ontwikkeld waar bedrijven aan moeten voldoen voor indeling in 1 van de 5 bovenstaande fasen. Deze criteria zijn opgenomen in bijlage B, waarin ook is opgenomen de 'sleutel' op basis waarvan de beoordeling in 1 van de 5 fase plaatsvindt. Hierin hebben ook andere concrete *elementen* uit PMZ (zoals bijvoorbeeld het hebben van inzicht in de milieubelasting van producten via een LCA) een plaats gekregen.

Daarnaast is in het onderzoek ook nadrukkelijk de *context* van de bedrijven betrokken. Dit is gedaan door te inventariseren of er bijvoorbeeld uit de *keten* veel vragen zijn over milieuaspecten van producten, hoe hoog de externe druk is, in hoeverre relevante wetgeving met betrekking tot de producten in een sector een rol spelen. De dimensie ‘context’ speelt een belangrijke rol in het verklaren waarom bepaalde sectoren zich in een bepaalde fase bevinden, en andere sectoren in een andere. De formulering van de contextvragen, en de wijze waarop een score voor een hoge, midden of lage context tot stand komt is weergegeven in bijlage B.

Samengevat zijn de volgende elementen in het kwantitatieve deel onderzocht:

- de implementatiefase;
- de betrokkenheid van organisatieonderdelen;
- toepassing van concrete elementen van PMZ (zoals LCA’s, Ecodesign);
- de context (binnen de keten).

Een dergelijke onderzoeksaanpak sluit aan bij de modellen die eerder door KPMG/NIPO voor VROM zijn ontwikkeld voor gebruik bij de evaluatie van Bedrijf Interne Milieuzorgsystemen en de monitoring van het Schoner Producteren programma.

2.5 Het effect van PMZ op de vermindering van milieubelasting van producten

In het kwantitatieve onderzoek zijn de respondenten gevraagd naar hun mening over de relatie tussen het implementeren van PMZ en de effecten op de vermindering van de milieubelasting door producten. In de interviews tijdens het kwalitatieve onderzoek is dit beeld getoetst, door de respondenten te vragen productvoorbeelden aan te dragen. De vermindering van de milieubelasting van deze producten zijn globaal beoordeeld. Bij deze kwalitatieve beoordeling is de diepgang zeer beperkt gehouden, maar zijn wel de milieueffecten in de *gehele* levenscyclus van het product in overweging genomen.

2.6 Toetsingskader versus toekomstbeeld

In 1995 is afgesproken dat PMZ de verantwoordelijkheid van het bedrijfsleven is, en dat de overheid de voortgang bewaakt, stimuleert en faciliteert. Bij aanvang van dit project ontbrak een beeld bij wat de mate van implementatie van PMZ door het bedrijfsleven is. Daarnaast zijn indertijd geen concrete resultaatsdoelstellingen voor productgerichte milieuzorg vastgesteld in termen van ambitieniveaus. Hierdoor is voor VROM moeilijk te beoordelen of het bedrijfsleven zijn verantwoordelijkheid voldoende heeft opgepakt.

In dit project is deze problematiek opgepakt door te streven naar een gedragen *toekomstbeeld* van de gewenste implementatiegraad van PMZ. Dit toekomstbeeld moest SMART⁶ zijn gedefinieerd zodat in de toekomst concrete ambitieniveaus kunnen worden afgesproken. Het afspraken maken over dergelijke ambitieniveaus valt echter buiten dit project. In dit project moest uitsluitend de ‘taal’ worden ontwikkeld waarin die afspraken te maken zijn.

⁶ SMART staat voor: Specifiek, Meetbaar, Acceptabel, Realistisch en Tijdgebonden

3 Conclusies en resultaten

In dit hoofdstuk worden de conclusies van het onderzoek gepresenteerd, gebaseerd op de resultaten van de grootschalige telefonische enquête, en de daaropvolgende interviews. De begrippen PMZ-systeem en PMZ-activiteiten die in de conclusies worden gebruikt, worden allereerst gedefinieerd, omdat in het onderzoek bleek dat als wordt gesproken over PMZ, hier verwarring over kan ontstaan (3.1).

De eerste twee conclusies (3.2 en 3.3) zijn gericht op de implementatie van PMZ systemen in de doelgroep, die op grote schaal aan de gang is. Geanalyseerd wordt waar de implementatiegraad van afhangt, hoe dit te verklaren is en op welke wijze bedrijven dit vormgeven. De laatste twee conclusies (3.4 en 3.5) zijn gericht op het effect dat PMZ-systemen hebben op de verbetering van milieuprestaties van producten. Aangetoond wordt dat deze effecten er zijn en dat ze beperkt zijn. Vanuit de context van de bedrijven worden deze beperkingen verklaard.

3.1 Definitie: Onderscheid tussen PMZ-systeem en PMZ-activiteiten

In de literatuur⁷ uit dit project, en zeker in de gesprekken met de bedrijven, blijkt dat er van PMZ veel verschillende interpretaties bestaan die vaak afwijken van de formele definitie van PMZ, die aan de basis van dit onderzoek staat. De grote pluriformiteit, dynamiek en complexiteit van de doelgroep van PMZ (het producerende bedrijfsleven), de abstracte definitie van het PMZ, de veelzijdigheid en de uiteenlopende wijze waarop PMZ vorm krijgt, lijken de verklaring voor deze verschillende interpretaties.

Uit het onderzoek blijkt het verhelderend te werken, om een onderscheid te maken tussen *productgerichte milieuzorgsystemen* en *productgerichte milieuzorgactiviteiten*. Het onderscheid is ook van belang bij de interpretatie van de resultaten uit dit onderzoek. In de conclusies van het onderzoek gebruiken we deze beide begrippen naast elkaar:

- Een *PMZ-systeem* is een managementinstrument en wel volgens de definitie van PMZ⁸:
PMZ is een hulpmiddel in de bedrijfsvoering (managementinstrument). Door middel van een beheerssysteem worden alle inspanningen en activiteiten binnen een bedrijf zodanig gestructureerd, dat milieubelasting van producten of diensten in de keten continu kan worden beheerst, beperkt en waar mogelijk voorkomen.
- *PMZ-activiteiten* zijn de activiteiten en inspanningen die het gevolg zijn van de werking van een PMZ-systeem. Een PMZ systeem zelf leidt niet direct tot een lagere milieubelasting van producten, de activiteiten die het gevolg zijn van de werking van zo'n systeem doen dat wel.

PMZ systemen zijn op hoofdlijnen goed vergelijkbaar, maar PMZ activiteiten kennen een enorme diversiteit. In dit onderzoek gehanteerde PMZ fasemodel hebben we bij de bedrijven in de doelgroep gemeten hoe ver ze zijn met het implementeren van *PMZ-systemen*, dus de implementatiegraad van het *management instrument PMZ*.

⁷ Onderzoeksrapporten, PMZ-projecten van PMZ-regeling en artikelen,

⁸ Handreiking Productgerichte Milieuzorg, april 1999, VROM/VNO-NVW

3.1.1.1 *PMZ systemen zijn op hoofdlijnen goed vergelijkbaar.*

Managementsystemen zoals bijvoorbeeld ISO14001 en ISO9000 zijn gebaseerd op de Deming Circle: Plan-Do-Check-Act-cyclus⁹, Hoewel managementsystemen zeer specifiek zijn voor de betreffende organisatie, en er daardoor grote verschillen zullen bestaan tussen PMZ systemen van verschillende bedrijven, is de essentie van dergelijke systemen op hoofdlijnen vergelijkbaar doordat de elementen van de Deming Circle aanwezig zijn.

3.1.1.2 *PMZ activiteiten kennen een enorme diversiteit*

PMZ activiteiten zijn concreet van aard, worden veelal uitgevoerd op operationeel niveau en kennen een enorme diversiteit. Deze diversiteit is een belangrijke oorzaak voor de verschillende interpretaties die gegeven worden aan PMZ. Deze verschillen in communicatie belemmeren de communicatie over PMZ.

In het kader hieronder een selectie uit de antwoorden van de bedrijven op de vraag wat ze onder PMZ verstaan, om een beeld geven van deze diversiteit.

Wat verstaat u onder productgerichte milieuzorg?

- *Productstewardship, de milieueffecten die het product kan hebben zo goed mogelijk beheersen en de negatieve effecten ook beheersen. Tevens nazorg geven aan de gebruiker van het product en juiste adviezen geven om daar mee om te gaan.*
- *Milieuvriendelijk produceren van onze producten.*
- *Milieuaspecten per productgroep worden bekeken*
- *Bekijken per machine of het milieu minder belast kan worden*
- *De manier waarop het product op de meest milieuvriendelijke manier te verwerken.*
- *De producten in goede materialen verwerken.*
- *In de grafische industrie gebruiken we minder milieubelastende materialen. Dat is ook aan regels gebonden.*
- *Dat wij zelf een milieubedrijfsplan hebben, bestaande uit verschillende elementen*
- *Op de juiste manier zorgdragen voor het afvoeren van bepaalde producten*
- *Milieuspecificaties in de producten*
- *Het verpakken van een product en dan letten op recycling*
- *Als je een product ontwerpt of maakt dat je dan kijkt naar de milieu aspecten*
- *Dat je met je materialen rekening houdt met eventuele hergebruik*
- *Kijken wat voor effecten het product heeft op het milieu*
- *Dat we met het produceren van onze producten rekening houden met het milieu*
- *Per productgroep zorgvuldig omgaan met aan- en afvoer van stoffen en milieu*

Overigens worden in deze antwoorden PMZ-systemen (bijvoorbeeld Product Stewardship) en PMZ-activiteiten (bijvoorbeeld milieuvriendelijkere materialen in producten verwerken, de recycling van verpakkingen verbeteren) door elkaar genoemd.

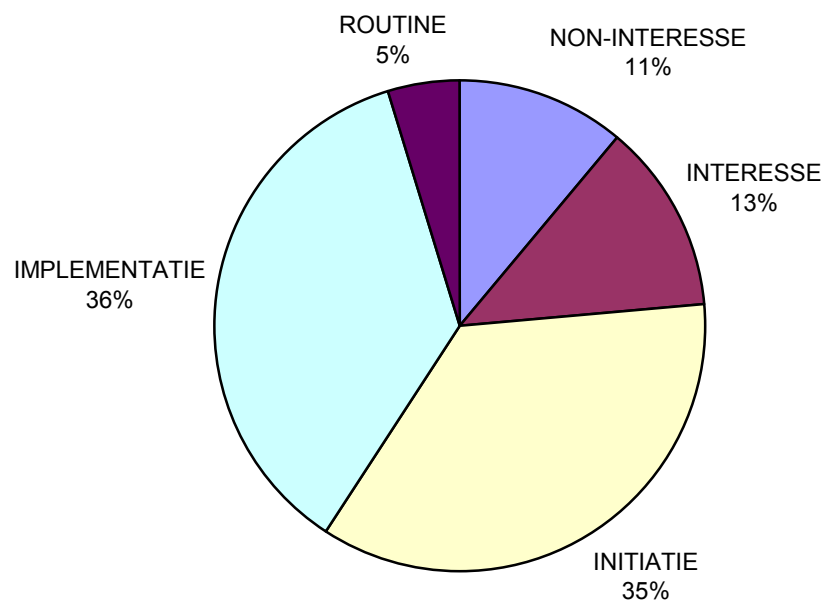
PMZ activiteiten kunnen geïnitieerd worden vanuit een PMZ systeem, maar kunnen ook plaatsvinden bij bedrijven die geen PMZ systeem hebben geïmplementeerd. De PMZ activiteiten leiden tot een lagere milieubelasting van producten, naast andere doelen (kostenbesparing, kwaliteitsverbetering) die met de activiteiten worden beoogd.

⁹ Plan – we define a strategy, Do – we deploy this strategy, Check – we monitor our performance en Act – we review our performance

3.2 De implementatie van PMZ systemen in de doelgroep is op grote schaal aan de gang.

In het onderzoek hebben we bij de bedrijven in de doelgroep gemeten hoe ver ze zijn met het implementeren van *PMZ-systemen*, dus de implementatiegraad van het *management instrument PMZ*. De bedrijven zijn beoordeeld op basis van de ontwikkelde criteria en geassocieerd in het ontwikkelde fasemodel. De bedrijven worden in fasen ingedeeld op basis van de hoogste score die ze halen op de criteria die voor deze fase zijn vastgesteld (zie bijlage B). Daarnaast zijn er een aantal 'harde' criteria waar een bedrijf aan *moet* voldoen om in een fase te worden ingedeeld. Voldoet een bedrijf niet aan de 'harde' voorwaarde, dan volgt indeling in een fase lager.

Op basis van de percentages bedrijven die ver zijn gevorderd in dit fasemodel kunnen we concluderen dat de implementatie van PMZ-systemen in de doelgroep op grote schaal aan de gang is. 41% van de bedrijven in de doelgroep (routine- en implementatiefase) is bezig met het systematisch borgen van milieuaspecten in één of meer bedrijfsfuncties. In figuur 1 is de faseverdeling van de bedrijven uit de doelgroep weergegeven.



Figuur 1: faseverdeling van de bedrijven uit de doelgroep

3.2.1 Ten opzichte van het huidige PMZ implementatie niveau, lijkt het ontwikkelde toekomstbeeld realistisch.

Het beoordelen of het huidige niveau van implementatie van PMZ voldoende is (in het licht van de in 1995 gemaakte afspraken) valt buiten het kader van dit onderzoek. Doordat indertijd geen goed meetbare doelstelling is gedefinieerd, is de beoordeling hiervan dan ook niet mogelijk. In het project is wel door de adviescommissie een toekomstbeeld ontwikkeld van de gewenste implementatiegraad van PMZ.

Het toekomstbeeld, dat verwoord is in het onderstaande kader, wordt niet door alle leden van adviescommissie onderschreven.

De adviescommissie heeft getracht tot een, door de commissie gedragen, toekomstbeeld tav PMZ te komen, gedurende de eerste 2 bijeenkomsten:

- Het betreft hier een toekomstbeeld of visie waar het in de toekomst met PMZ heen moet.
- Het betreft dus géén afrekenbare doelstelling of convenant.
- Toekomstbeeld, fasemodel en de uitkomsten van het onderzoek maken het mogelijk dat heldere afspraken en doelstellingen worden geformuleerd, op termijn/buiten dit project. In dit project wordt alleen de taal ontwikkeld waarin later afspraken te maken zijn.

Ondanks de gewaardeerde inzet van de leden van de adviescommissie is daar niet volledig in geslaagd:

- MKB-Nederland en VROM onderschrijven het toekomstbeeld, Stichting Natuur en Milieu onderschrijft het niet volledig, en VNO-NCW onderschrijft het toekomstbeeld niet.

VROM kiest daarom als opdrachtgever als toekomstbeeld voor het voorstel van de 2e adviescommissievergadering, dat door KPMG op basis van de 1e adviescommissie is ontwikkeld:

- 80% van de bedrijven uit de doelgroep (11.270 bedrijven oftewel zo'n 2 % van Nederlands bedrijfsleven) in de routinefase in 2015, volgens het ontwikkelde fasemodel.
- Hierbij zijn we ons bewust dat het formuleren van resultaatdoelen (terugdringen milieudruk door producten) in plaats van procesdoelen feitelijk belangrijker is, maar dat het op dit moment (en in dit project) niet mogelijk is deze te benoemen.

Zonder een uitspraak te kunnen en willen doen over de vraag of het huidige PMZ-implementatieniveau op dit moment voldoende is, is het interessant te bekijken hoe het huidige niveau zich verhoudt tot het ontwikkelde toekomstbeeld. Daar we met deze implementatiemeting in feite een eerste kwantitatieve meting uitvoeren, hebben we nog geen zicht op de snelheid waarmee de implementatie van PMZ verloopt. Uit de monitoring van de implementatie van (reguliere bedrijfsinterne) milieuzorg bij bedrijven¹⁰ en de monitoring van Schoner Producteren- maatregelen bij het MKB¹¹, hebben we wel de beschikking over enige referenties aan de snelheid waarmee in de doelgroep van bedrijven dergelijke ontwikkelingen plaatsvinden. Door verschillen tussen PMZ, milieuzorg en preventiemaatregelen, kunnen we aan deze gegevens geen harde conclusies verbinden, maar het toekomstbeeld lijkt realistisch.

¹⁰ BIM 1996

¹¹ SP monitoring 1995 97 99 2001

3.2.1.1 **De concrete betekenis van het toekomstbeeld**

Wat betekent het toekomstbeeld nu concreet: Dat betekent dat vrijwel alle (>80%) bedrijven waarvoor PMZ systemen zinvol zijn (ruim 11.000 in Nederland), in 2015 systematisch milieubelasting van hun producten *beheersen, beperken en waar mogelijk voorkomen* in de organisatie. In de organisatie wil zeggen in bedrijfsfuncties inkoop, management, verkoop, logistiek en productontwikkeling (de laatste twee voor zover een bedrijf die functies heeft). Deze bedrijven zijn dan volwaardig georganiseerd op dit onderwerp en *beheersen* de milieuaspecten van hun producten(en bevinden zich daarmee in de routinefase).

Het toekomstbeeld betekent dus *niet* dat al deze bedrijven in 2015 uitsluitend milieuvriendelijke producten op de markt brengen, of jaarlijks een grote reductie van de milieubelasting van hun producten realiseren. Bedrijven zijn volledig *'in control'* en kunnen, als zij daarvoor kiezen, de milieubelasting reduceren (*daar waar mogelijk verminderen*). De beperkingen in *'daar waar mogelijk'* zit in de *context* waarin het bedrijf opereert, waarover meer in conclusie 3.4.

3.2.2 **47% van de bedrijven is bekend met de term PMZ, maar de interpretaties zijn verschillend en meestal te beperkt.**

Iets meer dan de helft van de bedrijven kent het begrip productgerichte milieuzorg (PMZ). Als wordt doorgevraagd bij de bedrijven wat zij onder dit begrip verstaan, blijkt er grote diversiteit in interpretatie te bestaan. Na analyse van de (open) antwoorden achteraf, ontstaat het volgende beeld:

- 16% van de bedrijven geeft antwoorden die gericht zijn op het beheersen van de milieubelasting van producten in de gehele keten;
- 25% van de bedrijven geeft antwoorden die gericht zijn op milieuaspecten van de productie (en niet op de voor PMZ-relevante bedrijfsfuncties inkoop, logistiek, productontwikkeling en marketing/verkoop en het management zelf);
- 22% van de bedrijven geeft antwoorden gericht op milieuaspecten bij productontwikkeling (en niet op de andere voor PMZ relevante bedrijfsfuncties);
- 16% van de bedrijven geeft antwoorden gericht op het beheersen van milieuaspecten in de afvalfase (en niet op de andere delen van de productketen);
- 21% overig.

In de antwoorden wordt er naar PMZ-systemen en naar PMZ-activiteiten verwezen. Het grootste deel van de bedrijven heeft, vergeleken met de in het onderzoek gehanteerde definitie, een te beperkt beeld van PMZ. 16% geeft antwoorden die in hoge mate overeenkomen met de gehanteerde definitie, 63% geeft antwoorden die slechts een deel van de reikwijdte van PMZ raken (bijvoorbeeld refereren aan alleen de productie en niet de producten, productontwikkeling en geen andere bedrijfsfuncties, uitsluitend afvalfase en niet de rest van de productketen).

In de *beoordeling* van het PMZ-fasemodel baseren we ons *niet* op de beschrijvingen en interpretaties van PMZ die de bedrijven zelf geven. De beoordeling van in het fasemodel is gebaseerd op de definitie van PMZ. Ongeacht het (incomplete) beeld dat een bedrijf heeft van PMZ, wordt dit bedrijf beoordeeld op basis van de mate waarin milieuaspecten worden beheerst, en in hoeverre dit is geborgd in de 5 onderzochte bedrijfsfuncties.

3.2.3 Bedrijven ondernemen PMZ activiteiten, zonder de term PMZ te kennen

Het percentage bedrijven dat PMZ activiteiten onderneemt (72%), al of niet gestructureerd, is hoger dan het percentage bedrijven dat de term PMZ (47%) kent. De verklaring hiervoor is waarschijnlijk dat bedrijven PMZ activiteiten ondernemen als ze hier redenen toe zien (zie de volgende paragraaf) en niet of nauwelijks omdat het concept PMZ is geïntroduceerd door overheid en het georganiseerde bedrijfsleven.

Met name bij de bedrijfsfunctie inkoop ligt het voor de hand dat het begrip PMZ niet bekend hoeft te zijn, en er toch systematisch milieu-aspecten bij de inkoop worden meegenomen door bijvoorbeeld de beoordeling van toeleveranciers of het uitsluiten van bepaalde stoffen. Dit zijn immers ook activiteiten die in reguliere milieuzorgsystemen voorkomen en als eis in de ISO14001-norm¹² gesteld worden.

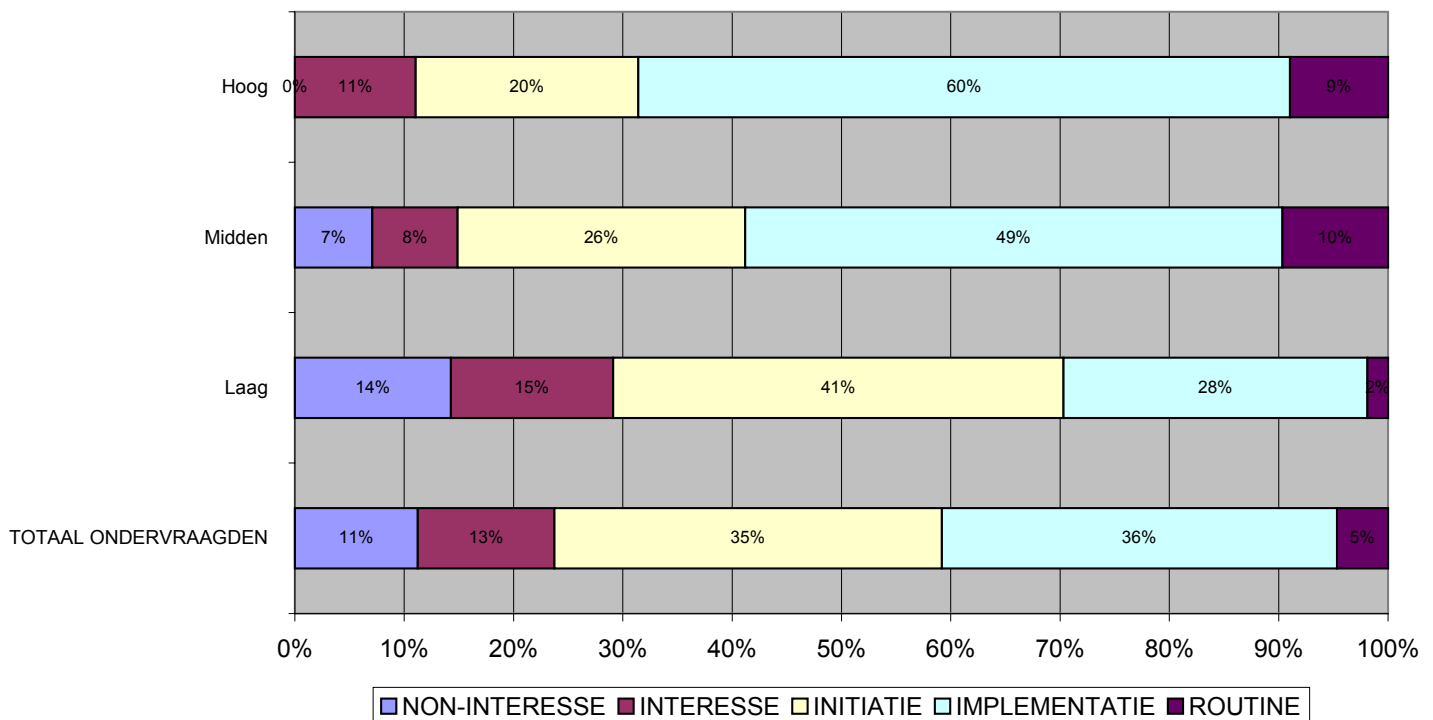
Voor het bereiken van het einddoel (het verminderen van de milieudruk door producten) is het voor alle duidelijkheid minder van belang of bedrijven de term PMZ kennen. PMZ blijft een middel en geen doel op zich.

3.2.4 In hoeverre bedrijven PMZ implementeren is sterk afhankelijk van de context.

Naast de vraag in hoeverre bedrijven PMZ implementeren, is ook de context van het bedrijf onderzocht. De context bestaat uit de prikkels die in de omgeving van de bedrijven (latent) aanwezig zijn en bedrijven er toe doen besluiten PMZ activiteiten te ondernemen of om PMZ systemen te implementeren.

Prikkels zijn bijvoorbeeld: vragen uit de markt, wetgeving ten aanzien van de producten of signalen/interventies van maatschappelijke groeperingen. Figuur 2 laat duidelijk zien dat er een significant verband bestaat tussen de context van het bedrijf en het stadium waarin bedrijven zich bevinden met de implementatie van PMZ.

¹² ISO14001 norm, zie paragraaf 4.4.6c



Figuur 2: De mate waarin de implementatie van PMZ afhangt van de context

3.2.4.1 *Behoeftte aan een managementsysteem ontstaat pas als er iets te managen valt.*

De logica van de relatie tussen de hoogte van de context en de snelheid van PMZ kan op verschillende manieren worden aangeduid. In de diepte-interviews kwam naar boven dat een beperkte mate van invloed uit de omgeving geen directe aanleiding geeft tot het implementeren van een managementsysteem. In eerste instantie reageert een bedrijf ad hoc. Een bedrijf of het management van een bedrijf heeft pas behoefte aan een (management)systeem als er voldoende activiteiten ontstaan die ‘gemanaged’ moeten worden.

3.2.5 **De snelheid waarmee bedrijven PMZ implementeren is afhankelijk van de grootte van de onderneming.**

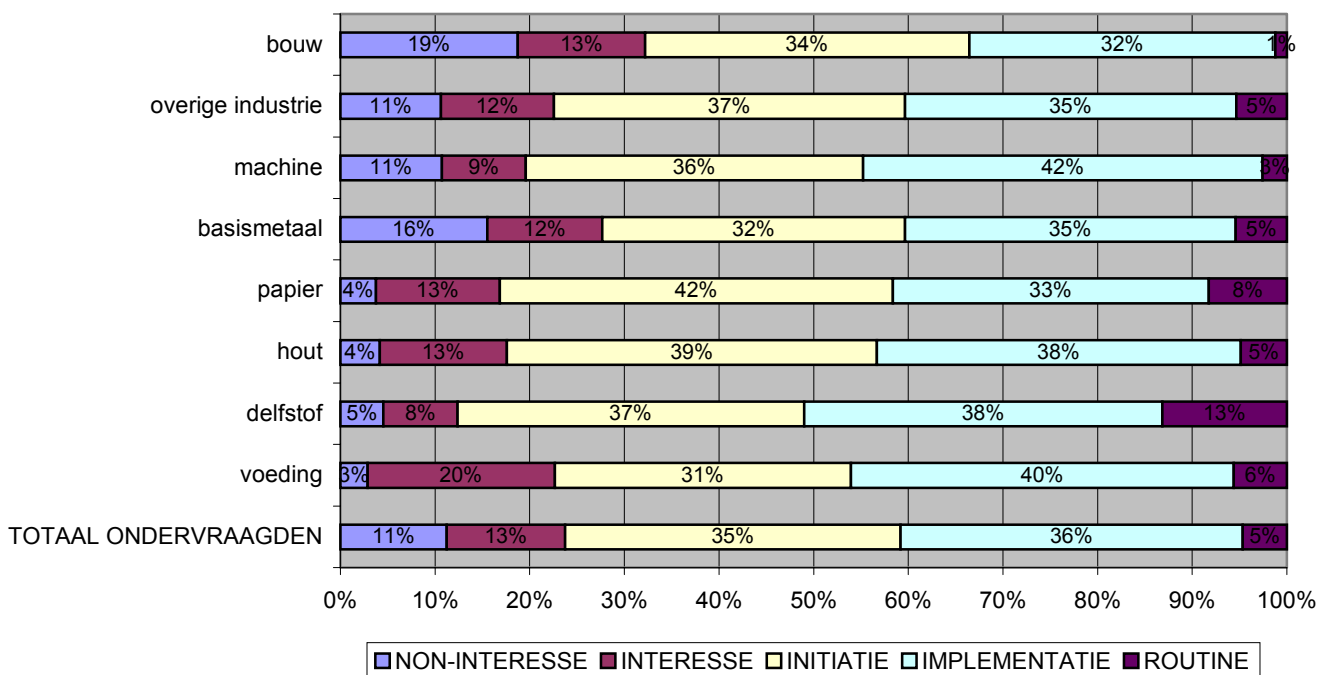
Grote bedrijven zijn op dit moment verder met het implementeren van PMZ dan de kleinere bedrijven; een verschijnsel dat ook bekend is met implementatie van reguliere milieuzorg en uit het al of niet nemen van preventie maatregelen (SP programma). De oorzaak hiervoor is gelegen in het feit dat vooral bij de kleinere bedrijven (20-49 werknemers) er een groot percentage bedrijven is, waar de dagelijkse gang van zaken in het geheel niet wordt geregeld via procedures of managementsystemen. Bij deze bedrijfsgrootte blijkt dat ook niet nodig te zijn. Het borgen van het meenemen van milieu-aspecten hierin is dan ook niet mogelijk.

In de scope van het onderzoek is mede om deze reden besloten de ondergrens voor bedrijfsgrootte op 20 te stellen. Daar er ook bedrijven zijn in de klassengrootte (20-49) die wel met procedures en managementsystemen werken en dus ook op deze wijze PMZ vorm kunnen geven, is de ondergrens van 20 terecht. Wel is dit aspect bij de interpretatie van de resultaten van deze groep bedrijven van belang.

Andere oorzaken zijn dat de kleine bedrijven doorgaans veel meer gericht zijn op het primaire proces, en voor milieuzaken waarschijnlijk geen staffunctionaris hebben. De grote bedrijven hebben deze mogelijkheden doorgaans wel.

3.2.6 De mate waarin bedrijven PMZ implementeren is nauwelijks afhankelijk van de verschillende sectoren.

In het onderzoek zijn acht verschillende sectoren gedefinieerd, vanuit de verwachting dat de situatie in verschillende sectoren zou kunnen verschillen. In deze meting vinden we beperkte verschillen in de mate waarin bedrijven PMZ hebben geïmplementeerd, zie figuur 3. Alleen de sector "bouw" is significant minder ver, terwijl de sector "delfstoffen en procesindustrie", waaronder de chemie significant verder is dan de andere sectoren. De voorsprong voor de sector "delfstoffen en procesindustrie" is te verklaren doordat in deze sector de score op context relatief 'hoog' is. De achterblijvende positie van de sector bouw is te verklaren doordat er in deze sector relatief veel kleinere bedrijven zijn.



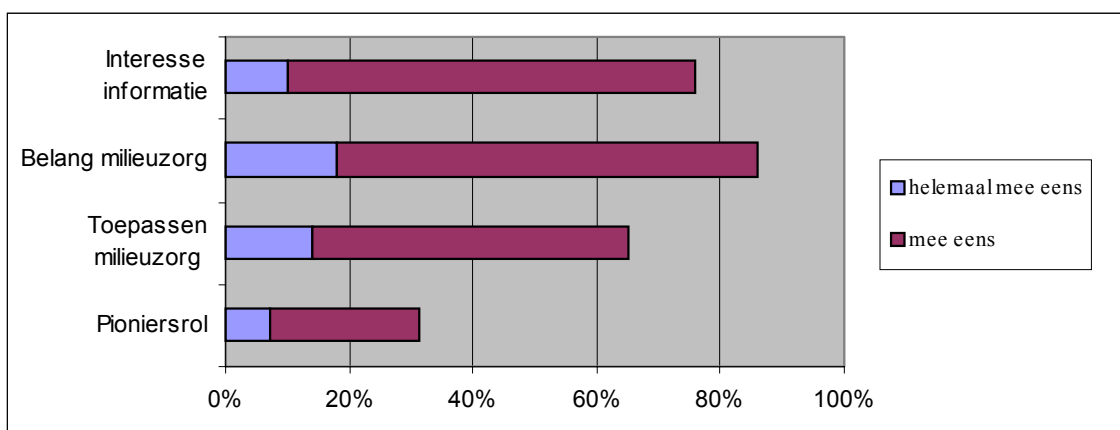
Figuur 3: de mate waarin de implementatie van PMZ afhangt van de sector

Bekeken op het niveau van een PMZ managementsysteem zijn er dus nauwelijks verschillen tussen sectoren. Ook in het aantal PMZ activiteiten blijken de verschillen tussen sectoren klein te zijn. Als er verschillen zijn in PMZ activiteiten tussen sectoren, vertonen deze duidelijke samenhang met de hoogte van de context in die sectoren.

3.3 Bedrijven hebben een positieve houding ten aanzien van PMZ- systemen, maar geen voorkeur voor borging in het bestaande milieuzorgsysteem.

In het onderzoek is aan de bedrijven een aantal stellingen voorgelegd, waarop zij konden reageren. Hiermee ontstaat een beeld van de attitude van de bedrijven ten aanzien van PMZ.

Het beeld dat hieruit naar voren komt, is dat bedrijven zeer positief zijn over PMZ: men is geïnteresseerd in informatie hierover, men hecht er belang aan en men ziet voordelen in het toepassen van PMZ. 31% van de bedrijven is het (helemaal) eens met de stelling dat het bedrijf voorop wil lopen op het gebied van PMZ. In figuur 4 zijn de reacties van de bedrijven weergegeven. In interviews met de bedrijven is getracht te achterhalen waarom bedrijven zo'n positieve attitude hebben ten aanzien van PMZ. Dit is te verklaren door de samenhang die bedrijven zien met innovatie en imago.



1. Ik ben geïnteresseerd in informatie over mogelijkheden van productgerichte milieuzorg.
2. Ik hecht belang aan productgerichte milieuzorg
3. Ik zie voordelen in het toepassen van productgerichte milieuzorg.
4. Deze vestiging wil voorop lopen op het gebied van PMZ.

Figuur 4: de attitude van bedrijven tav PMZ op basis van de stellingen

3.3.1 Bedrijven zien relatie tussen innovatie en imago enerzijds en PMZ anderzijds

In interviews geven bedrijven aan dat men voorop wil lopen met PMZ, omdat men een verband ziet tussen productgerichte milieuzorg en het imago van de onderneming. Argument dat daarbij wordt gehanteerd is dat als een bedrijf wil uitblinken met zijn product, ze ook moeten uitblinken in hun organisatie. Het meenemen van milieu-aspecten in de bedrijfsvoering, wordt gezien als bijdrage aan het imago van de onderneming.

De focus van PMZ op producten heeft een duidelijke samenhang met *innovatie*. Op innovatie gerichte bedrijven vinden hierin aanleiding om PMZ te waarderen als een voor hen passend instrument.

3.3.2 Borging van milieu-aspecten van producten niet noodzakelijkerwijs in het (productgerichte) milieuzorgsysteem.

Aan de bedrijven is per bedrijfsfunctie specifiek gevraagd of de aandacht van milieuaspecten systematisch is geborgd, en zo ja, op welke wijze. In de interviews zijn voorbeelden van procedures hiervoor opgevraagd en bestudeerd. Uit de antwoorden blijkt dat het systematisch borgen *vooral* plaatsvindt binnen de systemen en procedures van één bedrijfsfunctie (inkoop, productontwikkeling, verkoop, logistiek) en *minder vaak* in milieuzorgsystemen (al of niet ISO 14.000) en kwaliteitszorgsystemen (al of niet ISO 9000). Milieuaspecten bij productontwikkeling bijvoorbeeld borgen in de procedures voor productontwikkeling, en milieuaspecten bij inkoop borgen in de toeleveranciers-beoordelingen.

In figuur 5 is per bedrijfsfunctie aangegeven hoe de borging door de bedrijven is gerealiseerd. Hierin worden alleen bedrijven weergegeven, die hebben aangegeven de aandacht van milieu-aspecten te hebben geborgd.

Geborgd in het...	Inkoop	Product ontwikkeling	Logistiek	Verkoop Marketing
Milieuzorgsysteem	16%	22%	18%	9%
Kwaliteitszorgsysteem	24%	19%	15%	18%
Zorgsysteem (waaronder ook ISO)	8%	5%	3%	8%
Procedures (binnen bedrijfsfunctie)	34%	42%	46%	44%
Beleid (van bedrijfsfunctie)	8%	6%	19%	10%
Leveranciersbeoordeling/audits	10%	-	-	-
Anders namelijk...	9%	10%	10%	14%
Weet niet	3%	3%	1%	4%

Figuur 5: hoe is borging gerealiseerd per bedrijfsfunctie

Navraag in de interviews levert het beeld dat bedrijven geen duidelijke voorkeur hebben hoe de borging te realiseren, maar hiervoor de meest effectieve/slimste weg kiezen. Dit kan voor ieder bedrijf anders worden geïmplementeerd en is vaak maatwerk. Een verklaring waarom bedrijven niet vaker (of uitsluitend) borgen in milieuzorgsystemen zou kunnen zijn dat deze systemen vaak georiënteerd zijn op productie, en dat het niet voor de hand ligt dat systematische borging van andere bedrijfsfuncties hier in plaats zal vinden.

In de interviews zijn de door bedrijven genoemde procedures ook opgevraagd en geanalyseerd. Hieruit is gebleken dat de integratie van milieuaspecten op deze wijze logisch een plaats krijgen en dat een bedrijf de beheersing van milieuaspecten daar inderdaad mee kan realiseren.

3.4 Een PMZ-systeem heeft een positief effect op vermindering van milieubelasting van producten en dit effect is beperkt.

In de grootschalige telefonische enquête is de bedrijven gevraagd of het meenemen van milieuaspecten bij inkoop, verkoop/marketing, productontwikkeling en logistiek heeft geleid tot verminderen van de milieubelasting van producten in de keten. Daarnaast is in de diepte-interviews bij de bedrijven die aangaven verbeteringen te hebben doorgevoerd, informatie opgevraagd op basis waarvan de gerealiseerde productwijziging kwalitatief is beoordeeld op milieuverbetering.

3.4.1 Bedrijven die verder zijn met PMZ (routine en implementatie) zien vaker de milieubelasting van producten verminderen.

De bedrijven die volgens het ontwikkelde fasemodel verder zijn met implementatie van PMZ (routine- en implementatiefase) geven significant vaker een positief antwoord op de vraag of de milieubelasting van producten in de keten is verminderd door de aandacht voor milieuaspecten in een bepaalde bedrijfsfunctie. Dit zou op meerdere manieren te verklaren zijn. Enerzijds doordat bedrijven die consequent milieuaspecten meenemen vaker in staat zijn milieuverbeteringen door te voeren dan bedrijven die dit niet consequent doen. Anderzijds doordat de routine en implementatie bedrijven zich meer bewust zijn van de (positieve) milieueffecten die veranderingen aan producten teweegbrengen.

3.4.2 Bedrijven realiseren veel milieuverbeteringen en altijd integraal met andere verbeteringen in het zakelijk belang.

De bedrijven zijn gevraagd in hoeverre zijzelf zien dat het meenemen van milieuaspecten in de verschillende bedrijfsfuncties heeft geleid tot een lagere milieubelasting van de producten. Afhankelijk van de bedrijfsfunctie liggen deze percentages tussen de 41% en de 72% van de bedrijven. In figuur 7 is weergegeven welk percentage van de bedrijven milieuverbeteringen ziet, naar aanleiding van aandacht voor milieuaspecten in een bepaalde bedrijfsfunctie. Daarnaast is in de figuur aangegeven welke concrete wijzigingen in de producten dit betrof.

In de interviews bij een aantal bedrijven zijn dergelijke productwijzigingen beoordeeld. Uit deze analyse blijkt dat als bedrijven dat aangaven er *daadwerkelijk* milieuverbeteringen waren gerealiseerd. Daarnaast bleek dat bedrijven altijd milieuaspecten *integraal* meenemen in wijzigingen aan producten. Naast een verbetering ten aanzien van milieubelasting, zijn er andere redenen voor het bedrijf om de productwijziging te realiseren (kostenbesparing, kwaliteitsverbetering, efficiencyverbetering). Het initiatief om een bepaalde verandering in de keten door te voeren, kan de milieudoelstelling zijn, maar ook een van de andere doelstellingen.

Vraag	Inkoop	Product ontwikkeling	Logistiek	Verkoop Marketing
Is de milieubelasting verminderd? Ja.	(645) 65%	(334) 72%	(355) 57%	(451) 41%
Hoe heeft dat geleid tot vermindering?	(428)	(244)	(205)	(185)
Anderen grondstoffen, geen milieuvriendelijke materialen	46%	44%		26%
Minder grondstoffen, minder materiaalverbruik	18%	44%		
Anderen leveranciers	11%			
Minder verpakkingen/retourverpakking	5%	7%	48%	23%
Minder transportbewegingen			43%	
Minder afval	15%			15%

Figuur 6: percentage bedrijven dat milieuverbeteringen ziet en welke verbeteringen dat zijn. Het getal tussen haakjes geeft het aantal bedrijven weer dat positief heeft geantwoord (in totaal betrof het 851 bedrijven).

3.4.3 Bedrijven hebben beperkte speelruimte om milieudoelstellingen te behalen

De bedrijven geven in de interviews aan maar beperkte speelruimte te hebben om milieudoelstellingen te realiseren binnen hun aanpak. Deze speelruimte wordt bepaald door de context waarin de onderneming verkeert. Als de markt waar een bedrijf aan levert gevoelig is voor milieuargumenten, en het bedrijf zich op milieu kan onderscheiden, geeft dit meer ruimte voor de onderneming om milieuverbeteringen door te voeren. Deze ruimte ervaren de geïnterviewde bedrijven momenteel niet of nauwelijks.

- Een bedrijf dat zelf initiatief had genomen een milieuvriendelijker materiaal in hun product in te zetten, ondervindt dat de (iets) hogere kosten een grote belemmering zijn voor de afzetmarkt. Zolang de seriegrootte van het product niet stijgt, zal dit prijsverschil blijven bestaan. Hiermee is verdere groei van dit initiatief moeizaam, terwijl technisch, kwalitatief en (uiteindelijk, bij grotere aantallen) ook prijsaspecten van dit product kunnen voldoen aan de marktverwachting.

3.4.4 Door beperkte kennis van milieu-aspecten in de keten blijven mogelijkheden onbenut.

De bedrijven is gevraagd naar hun inzicht in de milieuaspecten van hun producten in de keten. Hierop geeft 67% van de bedrijven te kennen dit inzicht in redelijke mate te hebben (de antwoorden "veel" of "niet veel, maar ook niet weinig"). Bij doorvragen naar hoe men dat inzicht in de milieuaspecten heeft verkregen, blijkt dat 3% van de bedrijven hiervoor een levenscyclus analyse (LCA) of ketenanalyse heeft gemaakt, terwijl 54% aangeeft dit uit eigen ervaring te weten. Bij de diepte-interviews is dit bij een beperkt aantal bedrijven verder onderzocht, en is gebleken dat bedrijven zich vaak moeilijk een voorstelling kunnen maken van de milieubelasting bij processen of activiteiten in de keten, buiten hun eigen productieproces. In een geval was een bedrijf niet op de hoogte van de belangrijkste milieuaspecten die in de levenscyclus van haar product aan de orde waren, terwijl wel (om heel andere redenen) verbeteringen waren doorgevoerd die een positief effect hadden op die milieuaspecten.

Hieruit leiden we af dat een groot aantal bedrijven denkt het inzicht in de milieuaspecten te hebben, terwijl in werkelijkheid dit inzicht niet volledig is. Een gevolg hiervan kan zijn dat binnen de integrale aanpak van bedrijven, mogelijkheden tot vermindering van de milieubelasting blijven liggen omdat de kennis van milieuaspecten in de keten beperkt is.

3.5 Er zijn weinig prikkels vanuit de context om PMZ-activiteiten te ondernemen en de invloed ervan is beperkt.

In de telefonische enquête is aan alle bedrijven gevraagd in hoeverre zij invloeden ervaren uit de omgeving van hun bedrijf. In het onderzoek wordt dit de context genoemd. In dit onderzoek kan de context bestaan uit:

- wetgeving die gericht is op milieuaspecten van producten;
- vragen uit de markt over milieuaspecten van producten;
- invloed van maatschappelijke groeperingen op milieuaspecten van producten;
- mogelijkheden voor "groene producten" op de afzetmarkt van producten;
- toeleveranciers die zich onderscheiden op milieuaspecten van producten/grondstoffen.

De score voor context wordt als hoog, midden of laag beoordeeld op basis van de antwoorden van bedrijven die vaak, soms, zelden of nooit met een van deze 5 elementen uit de context te maken hebben.

3.5.1 De score voor context is laag.

64 % van de bedrijven scoort "laag" op de context, wat wil zeggen dat hun antwoorden op de vragen naar de 5 elementen uit de context vaak "zelden" of "nooit" zijn. 30% van de bedrijven scoort "midden" terwijl slechts 6% "hoog" scoort op de context. De verschillen tussen de sectoren zijn klein. Beperkte verschillen zijn zichtbaar tussen de sector delfstof en procesindustrie (significant hogere context) en de sector machine en elektro (significant lagere context). Vanuit de context zijn er dus *heel weinig* redenen voor bedrijven om PMZ activiteiten te ontplooiën, dan wel om PMZ systemen te implementeren.

3.5.2 Vragen van de klant en wetgeving sturen het sterkst.

De score voor context is uitsluitend gebaseerd op het aantal keren dat een invloed zich voordoet. Een uitspraak van een bedrijf dat vragen uit de markt vaak of zelden voorkomen, zegt nog niets over het belang dat door het bedrijf aan vragen uit de markt wordt gehecht. In de interviews is daarom gevraagd welke elementen uit de context als meest belangrijk worden ervaren. Bedrijven geven aan de vragen van de klant het belangrijkste te vinden. Daarnaast kennen de bedrijven ook een groot belang toe aan wetgeving, gericht op milieuaspecten van producten.

3.5.3 Het meest voorkomende element in de context is wetgeving, het minst de invloed van maatschappelijke groeperingen.

73% van de bedrijven geeft aan vaak (36%) of soms (37%) geconfronteerd te worden met wetgeving gericht op hun producten. 22% van de bedrijven ervaart vaak (6%) of soms (16%) invloed van maatschappelijke groeperingen. Het feit dat wetgeving gericht op producten relatief vaak voorkomt en er belang aan wordt gehecht door de bedrijven, impliceert dat wetgeving op dit moment de invloedrijkste factor is in de context van de bedrijven.

3.5.4 Klanten (ook de overheid als klant) vragen beperkt over milieu-aspecten.

39% van de bedrijven geeft aan vaak (14%) of soms (25%) vragen van klanten te krijgen over de milieu-aspecten van hun producten. De bedrijven geven echter aan dat er wel groot belang wordt gehecht aan vragen van klanten, ook over milieu-aspecten. Zelfs bij een beperkt *aantal* vragen, kan hier toch een belangrijke sturing vanuit gaan. Uit de diepte interviews komt daarnaast het beeld naar boven dat de vragen van klanten beperkte invloed hebben op het verlagen van de milieubelasting van producten. Dit is te verklaren doordat de vragen van klanten over milieu-aspecten niet altijd gaan over het verminderen van de milieubelasting. Hierover meer in de volgende paragraaf bij de mogelijkheden voor bedrijven zich te onderscheiden op milieu-aspecten van producten.

Als aan de bedrijven, die aangeven vragen uit de markt te ontvangen, wordt gevraagd van welke partijen die vraag komt, blijkt dat in de business-to-business-markt de meeste vragen voorkomen (58%), gevolgd door vragen uit de overheid (40%) en consumenten (31%). Naar de mening van de geïnterviewde bedrijven lijkt de overheid derhalve geen voortrekkersrol te vervullen in het genereren van markt vraag naar milieuvriendelijke producten.

- In interviews met de bedrijfstak wegebouw¹³, was het beeld van de overheid als de partij die naar milieuvriendelijke producten vraagt, geheel afwezig. Invloed van de overheid op milieu-aspecten van producten werd in die bedrijfstakken uitsluitend ervaren door de wet- en regelgeving. Dit beeld heeft specifiek betrekking op een sector uit de doelgroep, en niet op de algehele situatie.

3.5.5 Mogelijkheden tot onderscheid op milieu-aspecten van producten in de markt is beperkt.

32% van de bedrijven geeft aan mogelijkheden te zien om zich te onderscheiden van concurrenten (10% vaak / 22% soms) met de milieuaspecten van hun producten. Ondanks de technische mogelijkheden die een bedrijf kan hebben productverbeteringen door te voeren, zijn de mogelijkheden dit product ook te vermarkten veel beperkter. De markt kan bijvoorbeeld bij geringe kostenstijging al snel afhaken. De mogelijkheden voor een bedrijf zich te profileren met milieuverbeterde producten, wordt veel lager beoordeeld dan de hoeveelheid vragen van klanten naar milieuaspecten die bedrijven krijgen. Klanten vragen dus wel naar milieuaspecten, maar in veel mindere mate uit zich dit in hun koopgedrag. Niet in de mate dat bedrijven vaak mogelijkheden zien zich met 'groene' producten te profileren.

¹³ In dit onderzoek deel van de sector bouw en GWW

3.5.6 De klantvraag en de beantwoording daarvan kent verschillende vormen.

In de interviews zijn verschillende signalen uit de markt over milieu-aspecten van producten beoordeeld, en ook verschillende reacties van bedrijven daarop. Bij deze reacties geven bedrijven aan altijd het milieubelang en het bedrijfsbelang gezamenlijk te dienen. Voorbeelden hiervan zijn:

- Bij het kiezen van een nieuw marktsegment voor een bestaand product, blijkt dat deze klanten hogere eisen stellen aan recycling dan de bestaande klanten. Dit leidt direct tot ontwikkeling van activiteiten (voor alle marktsegmenten) om de recycling van producten te verbeteren;
- Een bedrijf levert service aan haar klanten door de geleverde producten terug te nemen omdat recycling loont. Op het moment dat de klanten ook door wetgeving worden gedwongen terugname te regelen, leidt dit tot contractuele wijzigingen tussen bedrijf en klant ten aanzien van aansprakelijkheid voor de afvalfase van het product.

3.5.7 Veel signalen uit omgeving van het bedrijf zijn te weinig concreet; het bedrijf moet de vertaalslag maken.

In de interviews is ter sprake gekomen dat bedrijven zich wel degelijk bewust zijn van hun maatschappelijke verantwoordelijkheid, en het gevoel hebben iets te moeten. In dit verband wordt de term 'duurzaam ondernemen' of 'maatschappelijk verantwoord ondernemen' eerder genoemd dan PMZ. De overheid zendt signalen uit dat bedrijven duurzaam moeten ondernemen. Daarnaast hebben maatschappelijke groeperingen, de media en ook consumenten hun (impliciete) verwachtingen.

Het probleem waar bedrijven concreet mee te maken krijgen, is dat al deze signalen weinig concreet zijn en vaak heel generiek. Het bedrijf moet dus zelf de gehele vertaalslag maken van: Welke eisen en wensen komen uit de markt? → Wat betekent dat voor ons product? → Welk organisatieonderdeel moet en kan hier initiatief nemen? Daar deze vertaalslag niet eenvoudig is te maken, kan dit leiden tot de situatie waarin de top van het bedrijf een duidelijk gevoel heeft dat er iets moet, maar het desondanks lang kan duren voordat dat op de werkvloer tot veranderingen in activiteiten leidt.

4 Aanbevelingen

Op basis van de conclusies en resultaten zijn aanbevelingen opgesteld gericht op het verhogen van de implementatiegraad en het verhogen van de effectiviteit. Deze aanbevelingen zijn gebaseerd op de conclusies en resultaten uit dit onderzoek en op conclusies en resultaten uit aanverwant onderzoek, waar naar wordt verwezen.

De eerste groep aanbevelingen zijn gericht op het verder verhogen van de implementatiegraad van PMZ, door het instrument verder te verfijnen, het gericht in te zetten (beperkte doelgroep) en de monitoring van dit proces "SMART" in te richten. In dit project is de taal ontwikkeld waarmee heldere doelstellingen, afspraken en monitoring daarvan kan plaatsvinden. De tweede groep aanbevelingen is daarnaast gericht op het verhogen van de effectiviteit van PMZ. Dit kan door te sturen via de "context" van de bedrijven, door milieu in de prijzen te brengen, de transparantie van markten te bevorderen, als overheid zelf duurzaam in te kopen en selectief door het bedrijfsleven gedragen productwetgeving te ontwikkelen. Sturen via de context leidt ertoe dat het milieubeleid van de overheid en het productenbeleid van de bedrijven meer overlap gaat vertonen. De beperkingen die bedrijven momenteel ervaren bij het realiseren van een lagere milieubelasting van producten zullen hierdoor worden verminderd.

4.1 Blijf het middel PMZ stimuleren en faciliteren

Binnen de bestaande structuren van overheidsbeleid en instrumenten (handreiking, subsidieregeling PMZ) en de rol die een aantal brancheverenigingen vervuld ten aanzien van PMZ is een aantal verbeteringen mogelijk. Mogelijkheden zien wij in het differentiëren van het begrip PMZ, het positioneren van PMZ in het kader van duurzaam ondernemen, het vergroten van de aandacht van bedrijven voor kennis van milieuaspecten in de keten en in interdepartementale afstemming/samenwerking.

Op basis van het ontwikkelde toekomstbeeld voor 2015 concluderen we bij deze meting in 2003 dat de gewenste implementatiegraad nog niet is behaald. Daarom adviseren wij de overheid, brancheverenigingen en intermediairs het instrument PMZ te blijven stimuleren als onderdeel van het productenbeleid. Op basis van de correlatie die in het onderzoek is gevonden tussen de mate van implementatie en milieuverbeteringen van producten (paragraaf 3.4.2.), zien wij ook een direct belang voor het nationale milieubeleid. Met verhoging van de implementatiegraad is op korte termijn milieuverbetering te bereiken, door de bedrijven die nog niet systematisch milieuaspecten in hun bedrijfsvoering beheersen, hiermee te helpen.

4.1.1 Baken de doelgroep af en differentieer het begrip PMZ.

Bij de opzet van dit onderzoek is ervoor gekozen de implementatie van PMZ slechts in een beperkt aantal sectoren (alleen de producerende industrie) en in een beperkt aantal klassegrootten (alleen bedrijven > 20 werknemers) te onderzoeken. Voor deze doelgroep is PMZ passend (want kleinere bedrijven werken doorgaans niet via managementsystemen), en is er veel potentie voor productverbeteringen. Deze 20/80 benadering resulteert in zo'n 11.200 bedrijven als doelgroep voor PMZ (te vergelijken met zo'n 600.000 bedrijven als deze randvoorwaarden niet worden gesteld).

Het is aan te bevelen deze afbakening in communicatie over PMZ, bij eventuele vervolgsafspraken dan wel beleidsmonitoring aan te houden.

Over PMZ is beter te communiceren door een onderscheid maken tussen PMZ systemen en PMZ activiteiten. Geconstateerd is dat de enorme verscheidenheid in interpretaties van PMZ belemmerend werkt in de communicatie (paragraaf 3.1). Zeker in het licht van (eventueel) te maken afspraken tussen overheid en bedrijfsleven, is het belangrijk aan het begrip PMZ dezelfde inhoud toe te kennen.

Deze verscheidenheid heeft uitsluitend betrekking op de *PMZ-activiteiten*, die per sector of productgroep geheel verschillend kunnen zijn. De *PMZ-systemen* zijn op hoofdlijnen goed vergelijkbaar, en daarover kan wel generiek worden gecommuniceerd.

Daarnaast maakt het *differentiëren* van het begrip PMZ in de verschillende bedrijfsfuncties de communicatie veel concreter en daarom beter geschikt voor communicatie met de bedrijven. Uit het onderzoek volgt (zie paragraaf 3.3.2) dat bedrijven geen duidelijke voorkeur hebben hoe de borging te realiseren, maar hiervoor de meest effectieve/slimste weg kiezen. In de praktijk blijkt dit vaak binnen een specifieke bedrijfsfunctie te zijn. Een andere verklaring waarom bedrijven niet vaker borgen in milieuzorgsystemen is dat deze systemen vaak georiënteerd zijn op productie, en dat het niet voor de hand ligt dat systematische borging van andere bedrijfsfuncties hier in plaats zal vinden.

In het PMZ- beleid, de communicatie daarover en in de instrumenten kan de verdeling naar *bedrijfsfuncties* (inkopen, productontwikkeling, marketing, logistiek en management) worden toegevoegd. Hierbij kan direct worden aangetekend dat voor een aantal functies de instrumenten al bestaan, bijvoorbeeld bij Duurzaam Inkopen en Milieu Gerichte Productontwikkeling (EcoDesign). In die gevallen kunnen de onderlinge relaties tussen de instrumenten beter worden aangegeven, terwijl in enkele gevallen er wellicht aanvullend instrumentarium nodig is (bijvoorbeeld voor de bedrijfsfunctie marketing).

Interdepartementale afstemming

Uit het zelfspecificerende bedrijfsleven is aangegeven dat meer afstemming tussen verschillende departementen nodig is bij de beïnvloeding van productontwikkeling. Het ministerie van VROM wil met PMZ *milieuvriendelijke* productontwikkeling ontwikkelen, het ministerie van EZ bevordert *energiezuinige* productontwikkeling (EZP, en belooft dit ook in de MJA's) en het ministerie van Verkeer en Waterstaat wil *transportbesparing* bereiken via beïnvloeding van productontwikkeling.

Aanbevolen wordt om met deze drie departementen af te stemmen en indien er mogelijkheden zijn samenwerking te zoeken in het beïnvloeden van productontwikkeling bij bedrijven.

4.1.2 Positioneer PMZ in het kader van duurzaam ondernemen/maatschappelijk verantwoord ondernemen

De bedrijven geven in de interviews aan vanuit een maatschappelijke verantwoordelijkheid na te denken over 'duurzaam ondernemen' of 'maatschappelijk verantwoord' ondernemen. Daarnaast geven zij aan stappen in die richting te willen ondernemen, maar nog niet altijd heel concreet te weten welke stappen mogelijk en wenselijk zijn (zie paragraaf 3.5.7). PMZ is niet het eerste waar bedrijven aan denken bij het uitzetten van stappen in de richting van Duurzaam ondernemen.

Omdat PMZ in dat denken geen duidelijke plaats heeft, kan het door bedrijven ook worden gezien als een geheel andere richting. Door PMZ te positioneren als onderdeel van Duurzaam Ondernemen¹⁴, kan de overheid de communicatie over het te voeren product- en milieubeleid versterken. Hiermee kan de bedrijven beter worden uitgelegd, wat de verwachtingen ten aanzien van de bedrijven vanuit het milieubeleid zijn.

4.1.3 Stimuleer de kennis van milieu-aspecten in de keten.

Bedrijven baseren hun beeld van relevante milieu-aspecten van producten nog teveel op eigen ervaring, die vaak is gebaseerd op eigen activiteiten (zie paragraaf 3.4.4.) en niet op breder beschikbare kennis. De kennis van milieu-aspecten verder in de keten kan worden verbeterd door bestaande instrumenten als levenscyclus analyse (LCA) of andere wijze van ketenanalyse nadrukkelijker in te brengen in de overheidscommunicatie rond PMZ en in de bestaande instrumenten (subsidieregeling PMZ t/m 2003). Overwogen kan worden of en in hoeverre branches een sterke initiërende rol kunnen spelen, doordat de branche:

- binnen de branche ketenanalyse ontwikkelt en informatie verspreidt op productgroepniveau;
- bedrijven stimuleert ketenanalyse in de praktijk te brengen.

Door bepaalde branches is hiermee al eerder ervaring opgedaan (de meubelbranche).

4.1.4 Stel in overleg met branche specifieke doelen vast, en monitor de voortgang.

Met het PMZ-fasemodel en het toekomstbeeld is taal ontwikkeld, waarin procesdoelen SMART kunnen worden gesteld, en betrouwbaar worden gevolgd. Door de overheid kan in overleg met branches deze taal worden gebruikt om (naast andere doelstellingen, bijvoorbeeld doelstellingen ten aanzien van emissiereductie resultaten) procesgerichte doelstellingen af te spreken en deze te monitoren. Dit past in het instrument van convenanten of meerjaren afspraken.

¹⁴ PreDO, met Preventie naar Duurzaam Ondernemen

Voorbeelden hiervan vinden we bij de VNCI en bij de zuivelbranche.

- In het milieu covenant is de VNCI een inspanningverplichting aangegaan voor Product Stewardship (PMZ), waarin vier jaar tijd 90% van de bedrijven Product Stewardship zullen hebben geïmplementeerd. Gezien de overeenkomsten tussen Product Stewardship en PMZ kunnen we stellen dat de chemische bedrijven in het kader van het in dit project ontwikkelde toekomstbeeld (80% PMZ geïmplementeerd in 2015) een koploperspositie innemen. Dit is overigens goed verklaarbaar door het gegeven dat de context in de Chemie sector aanleiding geeft dit onderwerp sneller op te pakken dan andere sectoren.
- In de zuivel wordt gewerkt aan doelstellingen in het kader van convenanten waarbij procesdoelstellingen en resultaat doelstellingen gecombineerd gaan worden. Dit traject is momenteel nog in ontwikkeling.
- *Hypothetisch* voorbeeld met daarin het PMZ fasemodel verwerkt, waarin per sector afspraken zouden kunnen worden gemaakt over:
 - Het percentage bedrijven zijn in de non-interesse en interesse fase, dat lager moet zijn dan lager dan x % in jaar y (procesafpraak);
 - Iedere vijf jaar z % reductie in bijvoorbeeld energie- of materiaalverbruik van de producten (resultaat afspraak).

4.2 Bevorder de implementatie en de effectiviteit van PMZ via de context

Het doel van het productgerichte milieubeleid van de overheid (waar PMZ een onderdeel van is) is de milieubelasting van producten te verlagen. Het onderzoek maakt duidelijk dat de bedrijven de milieubelasting van hun producten verminderen, indien zij hier voldoende redenen toe zien en indien de door te voeren veranderingen samenvallen met andere voordelen voor het bedrijf zelf. In termen van het onderzoek is dit als de context hoog genoeg is. De meest effectieve wijze om bedrijven te stimuleren hun milieubelasting te verminderen, bij voorkeur op een systematische wijze (middels een PMZ systeem) is *via* de context.

Partijen in de maatschappij kunnen dusdanige omstandigheden creëren die ertoe leiden dat bedrijven een steeds grotere behoefte aan PMZ ontwikkelen. Sturen via de context garandeert dat bedrijven kunnen profiteren van hun inspanningen op het gebied van PMZ. Hiermee zal het implementeren van PMZ-systemen én het uitvoeren van PMZ activiteiten nog meer samenvallen met het *eigenbelang* van de onderneming dan nu het geval is.

Wij beschrijven hieronder op grond van het onderzoek een aantal mogelijke oplossingsrichtingen waarlangs de partijen de implementatie van PMZ bij bedrijven via de context kunnen doen toenemen. De nadere uitwerking van de oplossingsrichtingen valt buiten de scope van dit project. Wel verwijzen we, voor zover ons bekend, naar relevant onderzoek, bestaande beleidslijnen en opgedane ervaringen.

Deze aanbevelingen richten zich op het milieubeleid als geheel, en *niet* alleen op het PMZ beleid.

- **Milieu in de prijzen.** De Rijksoverheid kan door het verschuiven van lasten bedrijven de kans geven om milieuvriendelijkere producten (die bijvoorbeeld door nog beperkte schaalgroottes te duur zijn) op de markt te brengen. Door fiscale maatregelen kan worden bewerkstelligd dat de milieukosten die nu op de maatschappij worden afgewenteld, in de marktprijzen van de producten die deze milieukosten veroorzaken, worden doorberekend. Dit zal de bereidheid om 'groene producten' te kopen vergroten en de belemmering van eventueel hogere kosten van milieuvriendelijke alternatieven kunnen wegnemen (zie paragraaf 3.4.3).
- **Stimuleer bedrijven door zelf duurzaam in te kopen.** De gezamenlijke overheden hebben grote "Buying Power" van € 30 miljard per jaar. Juist via deze inkoop functie kan de overheid heel direct invloed uitoefenen op de bedrijven. Hiertoe zijn door de overheid inmiddels ook initiatieven ontplooid¹⁵. Dit vergroot de marktvraag naar "groene producten" en levert bedrijven die PMZ activiteiten ontplooiën of hebben ontplooid direct voordeel en stimulans voor andere bedrijven om ook deze stappen te gaan zetten (zie paragraaf 3.5.4).
- **Bevorder de transparantie van markten.** Een aantal maatschappelijke organisaties in Nederland (maar ook internationaal) draagt bij aan de transparantie van milieu-informatie van producten en ketens door verschillende zaken te agenderen. De bedrijven uit dit onderzoek ervaren slechts beperkt prikkels uit deze richting (zie paragraaf 3.5). De invloed vanuit de maatschappelijke organisaties kan worden versterkt door als overheid deze in hun activiteiten te ondersteunen. Daarnaast is in aanverwant PMZ-onderzoek¹⁶ ten aanzien van de transparantie in ketens geconcludeerd dat er vaak concurrentiele en commerciële belangen zijn die de communicatie belemmeren. Het ministerie van VROM kan het maken van keuzes door bedrijven/consumenten stimuleren, door het openbaar maken van milieugegevens van producten in ketens te faciliteren. Het op deze wijze openbaar maken van milieu-informatie in ketens wordt ook door maatschappelijke organisaties bepleit, bijvoorbeeld in de WOK¹⁷.

¹⁵ Programma Duurzaam Inkopen, PIA (professioneel inkopen en aanbesteden), PreDO (met preventie naar duurzaam ondernemen) en de ISO 14.000 certificering door verschillende ministeries)

¹⁶ Naar een effectieve communicatie en samenwerking op milieugebied in de productketen Chemie, Verf, Metalektro

¹⁷ WOK voorstel voor een wet op openbaarheid van milieu informatie producten en ketens, initiatief van de Consumentenbond.

- **Creër een Level Playing Field.** Wetgeving gericht op milieuaspecten van producten, wordt door de bedrijven gezien als belangrijk sturend element in de context (70% van de bedrijven geeft aan hiermee te maken te hebben, en na klantvragen wordt dit als belangrijkste sturing ervaren, zie paragraaf 3.5). De Rijksoverheid kan door het bedrijfsleven gedragen productwetgeving ontwikkelen (of bestaande verbeteren). Dit komt tegemoet aan de wens van bedrijven op gelijke kansen oftewel een ‘level playing field’. Ook willen zij tijdig weten wat in de toekomst van hen gevraagd gaat worden, zodat daar in de productontwikkeling rekening mee kan worden gehouden.

Opstellen van dergelijke wetgeving moet selectief worden toegepast (alleen bepaalde product-groepen/sectoren), daar waar bij de branche draagvlak bestaat voor dergelijke wetgeving, en altijd binnen de kaders van de Europese wetgeving hieromtrent¹⁸.

¹⁸ Met het principe van prioriteren (selecte productgroepen) en differentiëren (wetgeving is slechts één van de mogelijkheden) past deze aanbeveling binnen de kaders van het nog in ontwikkeling zijnde IPP (zie bijlage E).

A Bijlage: De doelgroep in dit onderzoek

NIPO-sector	BIK-code	Branche	Verkorte naam in grafieken in dit rapport:
INDUSTRIE (7 Sectoren in PMZ onderzoek)			
11	151-157, 158101, 1582-1589, 159, 16	voedings en genotmiddelen	Voedings en genotmiddelen ind.
12	17-19	textiel, kleding, leder (samengevoegd met overige ivm kleine aantal bedrijven >20 KWP)	Overige industrie
18	2232, 26, 33, 362-365, 3661, 3663, 372, 74813	Overige	
13	10, 11, 14, 23-25, 2682	delfstofwinning, procesindustrie	Delfstof en procesind.
14	20, 361, 3662	hout en meubel	Hout- en meubelind.
15	21, 22	papier en grafisch	Papier en grafische ind.
16	27, 28, 2960, 2972, 371	basismetaal, metaalproducten	Basismetaal
17	2214, 2231, 2830, 29-32, 34, 35	machine, elektrotechnisch, transportmiddelen	Machine en elektro
BOUW (1 sector in PMZ onderzoek)			
21	45111, 45211, 4522, 4525, 455	burgerlijke en utiliteitsbouw (samengevoegd met GWW)	Bouw en GWW
22	45112, 4512, 45212, 45213, 4523, 4524	grond-, water- en wegenbouw	

Hoe ziet de doelgroep van dit onderzoek er uit?

Branche / KWP	20-49		50-99		100+		TOTAAL	
Voedings en genotmiddelen ind.	500	4,4%	260	2,3%	320	2,8%	1080	9,6%
Delfstof en procesind.	360	3,2%	270	2,4%	340	3,0%	970	8,6%
Hout- en meubelind.	420	3,7%	100	0,9%	85	0,8%	605	5,4%
Papier en grafische ind.	700	6,2%	180	1,6%	230	2,0%	1110	9,8%
Basismetaal	700	6,2%	190	1,7%	300	2,7%	1190	10,6%
Machine en elektro	1000	8,9%	430	3,8%	370	3,3%	1800	16,0%
Overige industrie	690	6,1%	300	2,7%	235	2,1%	1225	10,9%
Bouw en GWW	2070	18,4%	720	6,4%	500	4,4%	3290	29,2%
TOTAAL ONDERVRAAGDEN	6440	57,1%	2450	21,7%	2380	21,1%	11270	100,0%
ONGEWOGEN BASIS		391		226		234		851

Dit is ongeveer **2 %** van het gehele Nederlandse bedrijfsleven.
De sectoren Bouw (29,2%) en KWP 20-49 (57,1%) zijn relatief veel vertegenwoordigd.

B Bijlage: Criteria en verdeelsleutel voor indeling in faseverdeling/context

Kenmerken van bedrijven in de Non-interesse fase

- **Er bestaat geen interesse in productgerichte milieuzorg, men hecht weinig tot geen belang aan productgerichte milieuzorg**
- Men heeft weinig drijfveren en ziet weinig voordelen voor productgerichte milieuzorg
- Men heeft weinig kennis van de milieu-aspecten van producten en oriënteert zich daar ook niet op
- Men heeft weinig kennis van beleid en wetgeving rond milieu-aspecten van producten en oriënteert zich daar ook niet op
- Men heeft weinig tot geen concrete maatregelen getroffen om milieu-aspecten van producten te beheersen of te voorkomen

De vetgedrukte kenmerken zijn een noodzakelijke voorwaarde voor indeling in deze fase. De overigen dragen daar alleen in bij (allen met dezelfde weegfactor)

Kenmerken van bedrijven in de Interesse fase

- **Er bestaat interesse in productgerichte milieuzorg, en hecht enigszins belang aan productgerichte milieuzorg**
- Men onderkent enige drijfveren en verwacht enkele voordelen voor productgerichte milieuzorg
- Men heeft globaal kennis van de milieu-aspecten van producten en oriënteert zich daar ook op
- Men heeft globaal kennis van beleid en wetgeving rond milieu-aspecten van producten en oriënteert zich daar ook op
- Men heeft weinig tot geen concrete maatregelen getroffen om milieu-aspecten van producten te beheersen of te voorkomen, hoogstens plannen voor in de toekomst

Kenmerken van bedrijven in de Initiatie fase

- Men is geïnteresseerd in productgerichte milieuzorg, en heeft een duidelijk beeld welk belang aan productgerichte milieuzorg kan worden toegekend
- Men heeft drijfveren en verwacht voordelen voor productgerichte milieuzorg
- Men heeft kennis van de milieu-aspecten van producten en oriënteert zich op concrete maatregelen
- Men heeft kennis van beleid en wetgeving rond milieu-aspecten van producten en oriënteert zich daar ook op
- **Men heeft enkele concrete maatregelen getroffen om milieu-aspecten van producten te beheersen of te voorkomen, en beschikt wellicht over plannen voor in de toekomst**
- Men heeft nog geen systematische borging van maatregelen om milieu-aspecten van producten te beheersen gerealiseerd

Kenmerken van bedrijven in de Implementatie fase

- Men is geïnteresseerd in productgerichte milieuzorg, en heeft een duidelijk beeld welk belang aan productgerichte milieuzorg kan worden toegekend
- Men heeft drijfveren en verwacht voordelen voor productgerichte milieuzorg voor specifieke bedrijfsfuncties
- Men heeft in verschillende bedrijfsfuncties uitgebreide kennis van de milieu-aspecten van producten, de concrete maatregelen om deze te beheersen en oriënteert zich daar systematisch op
- Men heeft in verschillende bedrijfsfuncties uitgebreide kennis van beleid en wetgeving rond milieu-aspecten van producten en oriënteert zich daar systematisch op
- Men heeft verschillende concrete maatregelen getroffen om milieu-aspecten van producten te beheersen/ voorkomen, en beschikt over plannen voor de toekomst
- **De maatregelen om milieu-aspecten van producten te beheersen is in minstens 1 bedrijfsfunctie systematisch geborgd**
- Maatregelen in minstens 1 bedrijfsfunctie hebben aantoonbaar geleid tot een lagere milieubelasting van het product in de keten.

Kenmerken van bedrijven in de Routine fase

- Men is geïnteresseerd in productgerichte milieuzorg, en heeft een duidelijk beeld welk belang aan productgerichte milieuzorg kan worden toegekend
- Men heeft drijfveren en verwacht voordelen voor productgerichte milieuzorg voor vrijwel alle relevante bedrijfsfuncties
- Men heeft in vrijwel alle relevante bedrijfsfuncties uitgebreide kennis van de milieu-aspecten van producten, de concrete maatregelen om deze te beheersen en oriënteert zich daar systematisch op
- Men heeft in vrijwel alle relevante bedrijfsfuncties uitgebreide kennis van beleid en wetgeving rond milieu-aspecten van producten en oriënteert zich daar systematisch op
- Men heeft in vrijwel alle relevante bedrijfsfuncties verschillende concrete maatregelen getroffen om milieu-aspecten van producten te beheersen/ voorkomen, en beschikt over concrete plannen voor de toekomst
- **De maatregelen om milieu-aspecten van producten te beheersen is in vrijwel alle relevante bedrijfsfuncties systematisch geborgd**
- Maatregelen in vrijwel alle relevante bedrijfsfuncties hebben aantoonbaar geleid tot een lagere milieubelasting van het product in de keten.

De schaalverdeling van de "PMZ-thermometer"

Vraagnr:	Non-interesse	Interesse	Initiatie	Implementatie	Routine
2	Nee, weet niet	Ja	Ja	Ja	Ja
3	Geen, weet niet	Weinig/niet veel maar ook niet weinig	Weinig/niet veel maar ook niet weinig	Veel	Veel
4	Geen, weet niet	Weinig/niet veel maar ook niet weinig	Weinig/niet veel maar ook niet weinig	Veel	Veel
5	Nee, weet niet	Nee, weet niet	Ja	Ja	Ja
5a	N.v.t.	N.v.t.	Ja in 1 of meerdere	Ja in 1 of meerdere	Ja in meerdere
6	Nee, weet niet	Ja	Ja	Ja	Ja
7	neutraal, (helemaal) mee oneens, weet niet	(helemaal) mee eens	(helemaal) mee eens	(helemaal) mee eens	(helemaal) mee eens
8	(helemaal) mee oneens, weet niet	Neutraal, (helemaal) mee eens	(helemaal) mee eens	(helemaal) mee eens	helemaal mee eens
9	neutraal, (helemaal) mee oneens, weet niet	(helemaal) mee eens	(helemaal) mee eens	(helemaal) mee eens	helemaal mee eens
11-13*-15*-16 ()	Nee/weet niet	Nee/weet niet	Min 1 x ja	Min 1 x ja	Max 1 x nee
11-13*-15*-16 (a)	Nee/weet niet	Nee/weet niet	Nee/weet niet	Min 1 x ja	Max 1 x nee
11-13*-15*-16 (d)	Nee/weet niet	Nee/weet niet	Nee/weet niet	Min 1 x ja	Max 1 x nee
17a	Nee, weet niet	Nee, weet niet	ja	ja	ja
17 b,c,d,e	0 x ja	0 x ja	0 x ja	Min 1 x ja	Min 2 x ja

De vetgedrukte antwoorden zijn de noodzakelijke voorwaarde voor indeling in deze fase. De overige vragen dragen daar alleen in bij (allen met dezelfde weegfactor=1)

De score voor de context van de bedrijven van de “PMZ-thermometer”

Vraag:	Hoog (10 t/m 7 punten)	Gemiddeld (6 t/m 4 punten)	Laag (3 t/m 0 punten)
Wordt u geconfronteerd met wetgeving m.b.t. de milieu-aspecten van uw producten?	Vaak (2 punten)	Soms (1 punt)	Nooit/weet niet (0 punten)
Ervaart u invloed van maatschappelijke groeperingen (bijvoorbeeld de milieubeweging) gericht op de milieu-aspecten van uw producten?	Vaak (2 punten)	Soms (1 punt)	Nooit/weet niet (0 punten)
Bereiken u vragen uit de markt over de milieu-aspecten van uw producten?	Vaak (2 punten)	Soms (1 punt)	Nooit/weet niet (0 punten)
Zijn er mogelijkheden voor "groene producten" op de afzetmarkt van uw producten?	Vaak (2 punten)	Soms (1 punt)	Nooit/weet niet (0 punten)
Onderscheiden uw toeleveranciers zich op milieu-aspecten van de producten / grondstoffen die zij u leveren?	Vaak (2 punten)	Soms (1 punt)	Nooit/weet niet (0 punten)

C Bijlage: Aandachtspuntenlijst voor de interviews

Aandachtspunten voor certificerende instellingen

- Zien certificeerders dat het omgaan met milieu-aspecten van **producten**, geborgd wordt in ISO 14.000 of ISO 9000?
- Welke bedrijfsfuncties zijn dan betrokken in de borging in ISO 14000/9000? (Productie altijd, inkoop vaak, maar wat omtrent de overige functies?)
- Wat zijn hun ervaringen daarmee?
- Zien zij in de praktijk wijzigingen in producten die de milieubelasting in de keten verlagen?
- Kennen zij het begrip PMZ?
- Wat is hun visie op de verandering in de ISO 14.000 norm (PMZ bijlage, Nederlandse inbreng)?
- Wat is hun visie op de integratie van milieu-aspecten van producten?

© 2002 KPMG Sustainability. All rights reserved.

Aandachtspunten voor interviews met onderzoeksinstelling/beroepsgroep

Gericht op 1 specifieke bedrijfsfunctie inkoop, productontwikkeling, verkoop, management, logistiek

- Hoe bekend is de onderzoeksinstelling/beroepsgroep met het begrip PMZ?
 - Welke verwante onderwerpen/begrippen bestaan binnen de bedrijfsfunctie... ?
 - Hoe is de relatie hiervan met PMZ?
- Welke visie heeft onderzoeksinstelling/beroepsgroep op de integratie van milieuaspecten in de bedrijfsfunctie?
- Welke houding heeft onderzoeksinstelling/beroepsgroep tav PMZ
 - Welk beeld heeft de onderzoeksinstelling/beroepsgroep van de houding van de bedrijven in deze bedrijfsfunctie?

© 2002 KPMG Sustainability. All rights reserved.

Aandachtspunten voor interviews met onderzoeksinstelling/beroepsgroep

- Welke barrières/drijfveren spelen een rol in deze bedrijfsfunctie?
- Welke elementen uit de context¹ tav milieuaspecten is relevant voor deze bedrijfsfunctie en waarom?
- Wat werkt wel in stimulering en wat niet?
 - Zijn er ervaringen in stimulering PMZ/aanverwante onderwerpen
 - Welke effecten kent men toe aan wetgeving op producten?
- Welke mogelijkheden/netwerk benut de beroepsgroep kan de beroepsgroep benutten voor stimulering van PMZ?
- Welke mogelijkheden zie men voor PMZ specifiek voor de bedrijfsfuncties productontwikkeling, inkoop, verkoop en/of logistiek?

- *1: Context = of er voor een bedrijf vaak of soms sprake is van vragen uit de markt, wetgeving overheid, acties maatschappelijke groeperingen, mogelijkheid tot onderscheid in de markt, onderscheid in toeleveranciers. Context kan hoog, midden of laag zijn)*

Aandachtspunten voor interviews met branches/ intermediairs

- Hoe bekend is de branchevereniging/intermediar met het begrip PMZ?
 - Welke verwante onderwerpen bestaan binnen de branche?
 - Hoe is de relatie hiervan met PMZ?
 - Welke activiteiten onderneemt de branche rond PMZ?
- Welke visie heeft branchevereniging op de integratie van milieuaspecten in de bedrijfsvoering in deze branche?
- Welke houding heeft branchevereniging tav PMZ
 - Welk beeld heeft de branchevereniging van de houding van de bedrijven in de branche?
 - Welk beeld bestaat bij de branchevereniging over de aandacht van het management van de bedrijven voor PMZ?

Aandachtspunten voor interviews met branches/intermediairs

- Welke barrières/drijfveren spelen een rol in deze branche?
- In welke context¹ tav milieuaspecten bevindt zich deze branche?
 - Waaruit bestaat context branche vooral, en waarom zijn deze elementen belangrijk?
- Wat werkt wel in stimulering en wat niet?
 - Zijn er ervaring in stimulering PMZ/aanverwante onderwerpen
 - Welke effecten kent men toe aan wetgeving op producten?
- Welke mogelijkheden/netwerk benut de branche/ kan de branche benutten voor stimulering van PMZ?
- Welke mogelijkheden zie men voor PMZ specifiek voor de bedrijfsfuncties productontwikkeling, inkoop, verkoop en/of logistiek in deze branche?
- *1: Context = of er voor een bedrijf vaak of soms sprake is van vragen uit de markt, wetgeving overheid, acties maatschappelijke groeperingen, mogelijkheid tot onderscheid in de markt, onderscheid in toeleveranciers. Context kan hoog, midden of laag zijn)*

D Bijlage: De geïnterviewden

Intermediairs/adviseurs

- Jaap Petraeus, KWA bedrijfsadviseurs
- Jan Iepsma, Novem

Branchevereniging/beroepsgroep

- Dhr. De Ruiter, NRK (Nederlandse Rubber en Kunststofindustrie)
- Niels van Amstel, Vianed (Vereniging Infrastructuur Aannemers Nederland)
- Christina Rocha, promovendus TU Delft, Design for Sustainability / Ineti
- Jan van Kessels, NEVI (Nederlandse vereniging voor inkoopmanagement)
- Bert de Vries, VNSI (Vereniging Nederlandse Scheepsbouw Industrie)

Bedrijven

- Marc Broere / Alexander Knijff, Snoeks Vehicle Conversions (automotive)
- Dhr. Rainger, Quint Nooren (Vloeistofdichte bestrating)
- Martin Grefte, Kadee (Ringbanden)
- R. Henskens, Trespa (Plaatmateriaal)
- Henk Portegies Zwart, Rosengrens Martens (beveiliging, brandkasten, elektronica)
- Roy Brown, Martin de Buck, Ronald van Veluw, Isover (Isolatie)
- Pieter Hoogendam, HME/Boliden (koperen buizen voor gas/water)
- Joop Simons, Plastics Recycling Simons
- Erik Schipper, Schipper Kozijnen BV

Certificerende instellingen

- Peter Slagter, Lloyd's Register
- Candida Dekker, Kiwa
- Frans Markesteijn, KPMG Certification

E Bijlage: Inventarisatie internationale trends rond PMZ

Trend (headline)	Bron	Omschrijving trend
Nederland		
In 1995 eerste aanzet tot productgerichte milieuzorg door de overheid.	Brief ministerie van VROM 1995	Overheid gaat ervan uit dat gerekend kan worden op voldoende draagvlak en navolging van het bedrijfsleven bij het oppakken van productgerichte milieuzorg. Wel wordt in het vooruitzicht gesteld dat indien dit niet plaatsvindt dat bij het uitblijven van voldoende resultaten niet aan wettelijke regelingen valt te ontkomen.
Beleid geeft kaders voor: van procesgericht naar proces- EN productgericht (1993 – 1997).	Nationaal Milieubeleidsplan, Nota Product en Milieu (1993), Nota Milieu en Economie (1996-1997)	De overheid heeft in haar beleid opgenomen dat zij de ontwikkeling van procesgericht naar proces- en productgericht wil ondersteunen. Het beleid is erop gericht om de milieubelasting in alle fasen van de levenscyclus te verminderen.
Stimuleringsregeling PMZ (1996-1998): 66 projecten gefinancierd.	Het Programma Stimulering productgerichte Milieuzorg (1996 tot 1998)	In totaal zijn 66 projecten in het kader van de subsidieregeling financieel ondersteund. Regeling was gericht op het financieel ondersteunen van branches en bedrijven die met productgerichte milieuzorg aan de slag zijn gegaan. De uitkomsten van deze pilots dienen als basis voor een handreiking voor het bedrijfsleven.
Uitgangspunten van PMZ: zelfregulering, stimulering vanuit de overheid en samenwerking in de keten (1997).	Brief minister van VROM: Product en Milieu, 10 juli 1997	Conclusie is dat blijkt dat zelfregulering, waarbij de overheid op afstand stimuleert en faciliteert en in overleg met het bedrijfsleven duidelijke randvoorwaarden stelt, voor de introductie van productgerichte milieuzorg essentieel is.
Handreiking PMZ: hulp voor bedrijven met het ontwikkelen en invoeren van PMZ als onderdeel van de bedrijfsmilieuzorg (1999).	Handreiking Productgerichte Milieuzorg, milieumanagement in de productketen, april 1999	De handreiking biedt hulp aan ondernemers en brancheverenigingen bij de ontwikkeling van en de invoering van een op maat gesneden productgericht milieuzorgsysteem. ‘Productgerichte milieuzorg’ wordt gezien als een systematisch opgezet beheerssysteem waarmee alle inspanningen en activiteiten binnen een bedrijf zodanig worden gestructureerd dat de milieubelasting van producten (en diensten) in de keten continu kan worden beheerst, beperkt en waar mogelijk worden voorkomen.
Subsidieprogramma PMZ (1998-2003):	Wijziging Subsidieregeling milieugerichte	Doel is om de verdere ontwikkeling en verspreiding van productgerichte milieuzorgsystemen te stimuleren, gericht op continu verbetering en beheersing van de milieuprestaties van producten en diensten in de keten.

Trend (headline)	Bron	Omschrijving trend
	technologie 2001, 27 juli 2001, Staatscourant 9 augustus 2001.	
Europa		
<p>Eco-design:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Vijftal voorlopers in Europa; ■ Cultuur en taalprobleem verschillen achterblijvers; ■ Voornamelijk grote multinationals ook strategisch met eco-design bezig; ■ Voor midden en kleinbedrijf eco-design geen management issue maar slechts incidenteel opgepakt. ■ Motieven voor eco-design zijn: kostenreductie en stijgende marktvraag. ■ Eco-design vooral bij onderzoeksinstituten en Universiteiten ontwikkeld. 	European Science and Technology Observatory, mei 2000	<p>Analyse naar de stand van zaken van eco-design in de EU landen. Eco-design is nog een relatief nieuw begrip.</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Voorlopers in Europa zijn Denemarken, Duitsland, Nederland, Oostenrijk en Zweden. ■ De achterlopers lopen op tegen de problemen van cultuur en taal verschillen als ze gebruik willen maken van de kennis van de voorlopers. ■ Voornamelijk bij de grote concerns wordt eco-design gezien als een onderdeel van beleid echter in het midden en klein bedrijven wordt maar nauwelijks iets gedaan aan eco-design. ■ Eco-design is vooral een zaak van universiteiten en onderzoeksinstituten. <p>Motieven voor eco-design: voordelen voor het bedrijf (stijgende markt vraag consumenten en kostreductie);</p>
<p>Groenboek (2001):</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Geïntegreerd productbeleid is een benadering die er naar streeft de milieueffecten van producten gedurende de levenscyclus te verminderen. ■ Opgesteld als discussiedocument met aandacht voor alle producten en diensten: ■ Economische instrumenten (Verlaging van BTW tarief tav 	Commissie van de Europese Gemeenschappen: Groenboek geïntegreerd productbeleid, 070201	<p>Het groenboek stelt een strategie voor om product gerelateerd milieubeleid aan te scherpen en beter te richten op de bevordering van de ontwikkeling van een markt voor groenere producten. De ideeën die naar voren worden gebracht zijn bedoeld om de algemene discussie te stimuleren over de voorgestelde strategie en de onderdelen daarvan.</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Commissie zal voortouw nemen voor wat betreft vergroenen van aanbestedingsactiviteiten wat zou moeten worden overgenomen door de nationale overheden; ■ Consumenten en de groene vraag: milieu-informatie-educatie, (vb energie label), milieuetikettering, Europese milieukeur, milieuverklaringen voor producten, communicatietechnologieën (internet). ■ Noodzakelijk om het produceren en nauwkeurig vergelijken van informatie inzake de

Trend (headline)	Bron	Omschrijving trend
<p>milieuvriendelijke producten);</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Verantwoordelijkheid van producent 'vervuiler betaalt principe'; ■ Eco-keurmerken en labelling; ■ Productinformatie en productendossiers (LCA's, betere voorlichting consument); ■ Eco-design / "Nieuw Aanpak-wetgeving". 		<p>milieueffecten van producten gedurende de levenscyclus door middel van levenscyclusinventarisaties (LCI's) en levenscyclusanalyses (LCA's).</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Richtlijnen voor het ontwerpen van (eco)producten: de commissie wil de opstelling, verspreiding en toepassing van dergelijke richtlijnen bevorderen. ■ Normalisatie: de commissie is voornemens met de normalisatie instanties en de desbetreffende belanghebbenden samen te werken om mechanismen te ontwikkelen voor het systematisch integreren van milieueigenschappen in productnormen. ■ 'Nieuwe aanpak'-wetgeving waarmee bindende essentiële eisen worden vastgesteld (vb is de WEEE) die later worden uitgewerkt door certificerende instellingen. Het staat de producent vrij de manier te kiezen waarop hij aantoonde dat zijn producten aan de essentiële eisen voldoen. Een manier om dat te doen is door het toepassen van de 'geharmoniseerde normen' die door CEN, CENELEC en ETSI uit hoofde van mandaat van de EC zijn vastgelegd. Deze aanpak wordt al succesvol toegepast bij gezondheids- en veiligheidsaspecten van het ontwerpen van producten en moet worden verbreed naar het milieuvriendelijk ontwerpen van producten. ■ Opzetten van productpanels; groepen van belanghebbenden die uitwerken hoe, mbt hun bepaalde productgroep, milieudoelen bereikt of obstakels overwonnen kunnen worden. <p>Overige ondersteunende instrumenten:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ EMAS-verordening en ISO 14001: hoe kunnen milieubeheerssystemen bijdragen aan het vergroenen van producten? Koppeling maken tussen IPP en deze instrumenten. EMASII/ISO beslaan alle sectoren en de milieueffecten van activiteiten, producten EN diensten. ■ Onderzoek, ontwikkeling en innovatie. ■ LIFE III (juli 2000) bijdragen aan de ontwikkeling van innovatieve en geïntegreerde technieken en methoden. ■ Milieuboekhouding en -administratie.
<p>Verlagen van BTW/belasting tarief ter bevordering van groene producten en diensten niet erg waarschijnlijk (2001).</p>	<p>ENDS oktober 2001</p>	<p>De verwachting van de Europese Commissie is dat het aanmoedigen van groene producten en diensten door middel van een lager BTW/belasting tarief een lang en moeilijk proces gaat worden.</p>
<p>IPP benadering kan zorgen voor een betere profilering van de EU's flower</p>	<p>ENDS januari 2002.</p>	<p>Tot op heden is de profilering van de 'EU's flower ecolabel' nog niet erg succesvol geweest (onvoldoende zichtbaar op de markt). Verwachting is dat de IPP benadering een belangrijke</p>

Trend (headline)	Bron	Omschrijving trend
ecolabel (2002).		impuls zal gaan geven aan de toepassing van de ecolabel (flower) als Europees instrument (de lange termijn verwachting is een marktaandeel van tussen de 1% en 30%).
Europese Commissie stelt werkprogramma vast inzake communautaire milieukeuren (2001): doel milieukeur integreren in verschillende beleidsmaatregelen die worden opgesteld met het oog op duurzame consumptie (bv. IPP).	Beschikking van de Europese Commissie van 21 december 2001, tot vaststelling van het werkprogramma inzake communautaire milieukeuren.	Doel: milieukeur succesvoller en effectiever te maken als instrument; bijdrage leveren aan een duurzamere consumptie.
Bedenkingen ten aanzien van de “Nieuwe Aanpak-wetgevingssystematiek”.	ENDS Januari 2002	De Nieuwe Aanpak (-wetgeving) van de EU heeft voor de publicatie van verschillende richtlijnen (21 in totaal in verschillende sectoren) gezorgd met essentiële voorwaarden voor producten om aan te voldoen (vb is de WEEE richtlijn). Deze wetgeving moet later in detail worden uitgewerkt door certificerende instellingen. Er is nog veel kritiek op de toepassing van de nieuwe aanpak voor wat betreft milieuaspecten (verpakkingen en elektronisch apparatuur).
Advies van het Comité van de Regio's: “Nieuwe Aanpak –wetgeving” niet geschikt op milieuterrein (2001).	Advies van het Comité van de Regio's over het groenboek geïntegreerd productbeleid, december 2001.	Advies van het Comité van de Regio's over de IPP benadering: ‘Milieuprioriteiten moeten bepaald worden door politieke organen en de “Nieuwe Aanpak” is daarom als uitgangspunt niet geschikt voor het milieuterrein.’ Daar komt bij dat milieukwesties, gezien de langetermijneffecten, veel complexer zijn dan veiligheidsaspecten. Op grond hiervan meent het Comité van de Regio's dat richtlijnen overeenkomstig de Nieuwe Aanpak niet in de plaats kunnen komen van traditionele regelgeving.

Trend (headline)	Bron	Omschrijving trend
<p>Witboek vertraagd en insteek EC met Witboek gewijzigd:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Prioriteiten aanbrengen ten aanzien van de productgroepen; ■ Differentiatie ten aanzien van toepassing van de voorgestelde instrumenten; ■ Afstemming van de instrumenten op de projectgroepen. 	<p>Witboek is vertraagd, 20 juni 2002 (ENDS)</p>	<p>De commissie wil met het Witboek een andere insteek kiezen voor wat betreft IPP. Er zal op basis van het 6^{de} milieuprogramma en de duurzame ontwikkelingsstrategie van de EU gekeken worden naar de aldaar aangebrachte wijzigingen. Daarna overwegen welke productgroepen gaan worden aangepakt (bijvoorbeeld het verlies aan bosdiversiteit kan worden aangepakt door de focus te leggen op de meubelindustrie). Ten slotte zal worden gekeken welke instrumenten het beste aansluiten bij welke productgroepen (differentiatie van de toepassing van de instrumenten aanbrengen).</p>
Internationaal		
<p>Revisie ISO 14001: aanvulling in bijlage met productgerichte milieuzorg per 2004.</p>	<p>SCCM; presentatie NEN & URS, auditorsdag 2002</p>	<p>In 1996 is ISO 14001 gepubliceerd. In 1998 is een review proces gestart. De herziening van ISO 14001 is gestart in 1999. In 2001 is de eerste Committee Draft voor herziening gepubliceerd. Kern van de wijziging is een betere verankering van productgerichte milieuzorg in ISO 14001 (door voorbeelden op te nemen in de bijlage). De huidige norm heeft als reikwijdte de milieuaspecten van de activiteiten, producten OF diensten van de organisatie. Na de revisie zou de reikwijdte van de norm moeten zijn milieuaspecten van de activiteiten, producten EN diensten van de organisatie binnen de vastgestelde scope. In de bijlage van gereviseerde ISO 14001 worden richtlijnen opgenomen voor de scopebepaling.</p>
<p>Productontwikkeling en ketenbeheer relevante issues voor multinationals</p>	<p>KPMG international Survey of Corporate Sustainability Reporting 2002; KPMG Sustainability/UVA</p>	<p>In 64% van de milieujarverslagen (non-financial reporting GFT250) vermelding van prestaties op gebied van productontwikkeling en ketenbeheer (vergelijk Greenhouse gases 75%);</p>