

MONEY DOESN'T MAKE YOU HAPPY

## Meervoudige waardecreatie als basis voor positieve impact

Doel van deze sessie:

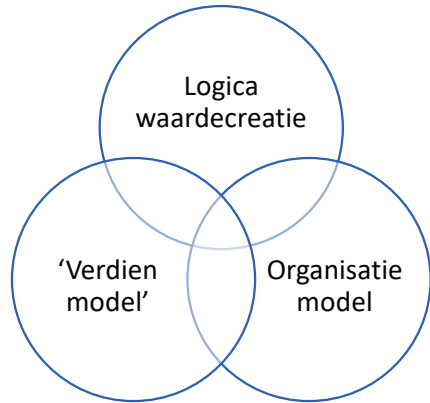
Stel dat jouw organisatie de komende jaren zou overschakelen naar een andere balans in meervoudige waardecreatie

- A. Waar zou jouw organisatie zich dan meer op moeten focussen?
- B. Hoe kun je zorgen voor meer balans in de bedrijfsvoering en (portfolio) keuzeprocessen?

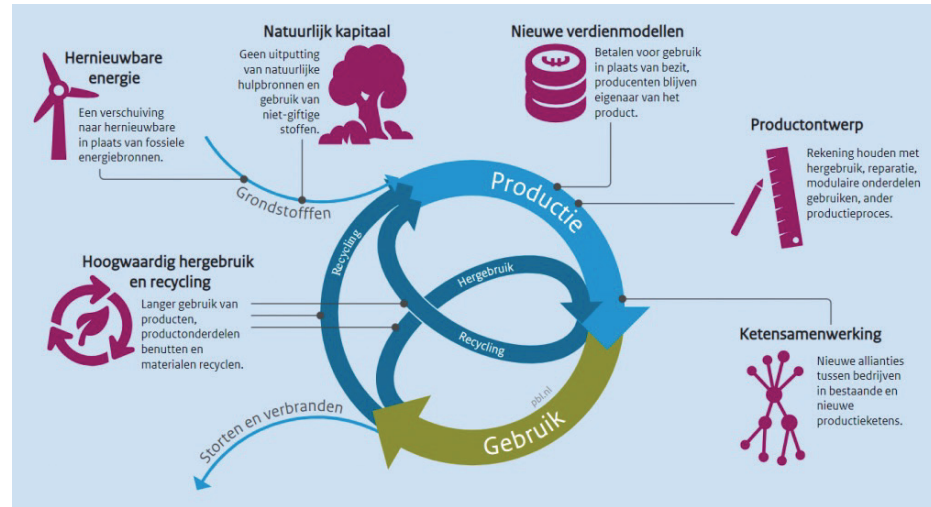


Ruysdael event 7 juli 2022  
Rien van Leeuwen  
Ron Bouwman

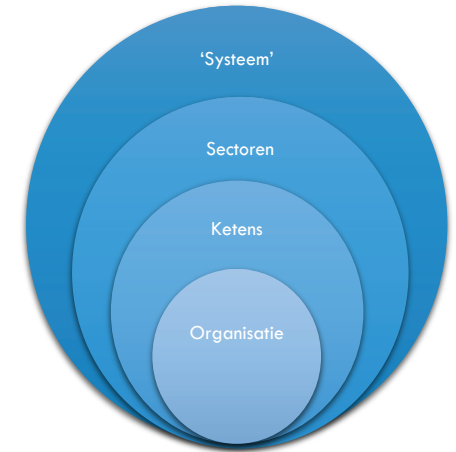
## Circulair business model



## Circulariteit



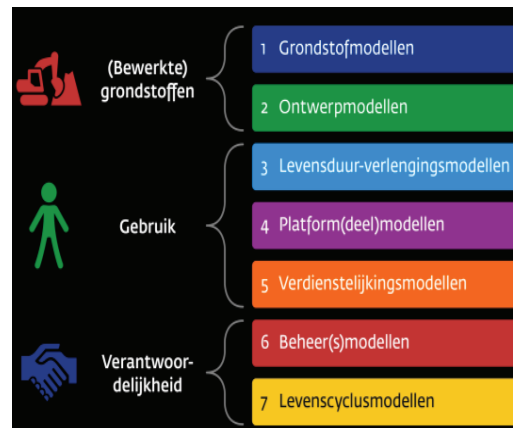
## Verwevenheid



## Waardecreatie



## Business model



## Ondersteunende processen



De juiste keuze

*Stel dat je een  
nieuwe baan  
zoekt...*



Prio	Wanneer ik naar mezelf kijk	Wanneer ik naar de organisatie kijk	Prio
	Het geld dat ik ga verdienen	Het geld dat de organisatie gaat verdienen	
	Wat ik ga maken of realiseren	De producten en diensten die de organisatie levert	
	De kennis die ik ga opdoen	De kennis die de organisatie gaat ontwikkelen	
	De vaardigheden en ervaringen die ik zelf ga opdoen	De vaardigheden en ervaringen van alle medewerkers van de organisatie	
	De contacten en relaties die ik ga opbouwen	Wat de organisatie in positieve zin betekent voor alle mensen en organisaties in de maatschappij	
	De natuurlijke omgeving waarin ik ga werken	In welke mate de organisatie bijdraagt aan de opbouw van de natuur	

## De juiste keuze

Wat vindt jouw organisatie belangrijk?

Wat vinden mensen en organisaties in de omgeving?

Prio	Mijn organisaties vindt het belangrijk:	De 'stakeholders' vinden het belangrijk	Prio
	Om zoveel mogelijk winst te maken	Dat de organisatie een economische waarde heeft voor de regio, provincie of land	
	Om te investeren in gebouwen, productielocaties en te leveren producten en diensten	Dat de producten en diensten zo lang en zo goed mogelijk gebruikt kunnen worden	
	Om een kennisvoorsprong te hebben	Dat we als maatschappij de kennis hebben om onze uitdagingen aan te kunnen	
	Dat de ervaring, competenties en motivatie van de medewerkers hoog is	Dat er voldoende mensen met de juiste competenties zijn voor de grote uitdagingen	
	Om een goede relatie te hebben met leveranciers, klanten, regelgevers, aandeelhouders en medewerkers	Dat de organisatie iets bijdraagt aan alle geledingen van onze maatschappij	
	Om een positieve impact te hebben op het klimaat	Dat de organisatie netto positief is en actief zorgt dat de natuur zich herstelt	

# Hoe kun je zorgen voor meer balans in de bedrijfsvoering en (portfolio) keuzeprocessen?

**Meervoudige waardecreatie** is een strategie waarbij een organisatie zich laat leiden door waardecreatie op alle relevante beleidsterreinen. Dit betekent dat een organisatie niet uitsluitend stuurt op financieel-economische waarde, maar ook expliciet aanstuurt op de realisatie van sociaal-maatschappelijke en ecologische waarde. Dit doet een organisatie in nauwe verbinding met stakeholders in de omgeving.



Het concept van meervoudige waardecreatie kan ook worden toegepast op andere entiteiten, zoals een regio, een bedrijventerrein of een wijk. De strategie van meervoudige waardecreatie biedt de beste garantie op toekomstbestendigheid van een organisatie en de samenleving.

Bij meervoudige waardecreatie kunnen zes waardesoorten onderscheiden worden, waarbij een balans in deze zes waardesoorten zorgt voor toekomstbestendigheid.

## **FINANCIËLE WAARDE**

Het eigen vermogen, de schulden en subsidies waarover een organisatie beschikt om te worden gebruikt bij de levering van goederen of diensten.

## **MATERIËLE WAARDE**

De materiële goederen en infrastructuur die een organisatie bezit, least of toegang toe heeft om te worden gebruikt bij het leveren van goederen of diensten.

## **INTELLECTUELE WAARDE**

De kennis, het intellectuele eigendom, de systemen en processen waarover een organisatie beschikt die de organisatie een concurrentievoordeel oplevert en een positief effect heeft op het toekomstige inkomstenpotentieel.

## **MENSELIJKE WAARDE**

De vaardigheden, ervaring en motivatie die medewerkers en management in een organisatie hebben die de basis vormen voor toekomstige ontwikkeling en groei.

## **SOCIAAL RELATIONELE WAARDE**

De merken en reputatie van een organisatie, inclusief de relaties met de gemeenschap waarin de organisatie actief is, haar klanten en partners en anderen in de (waarde)keten, zoals overheidsinstanties.

## **NATUURLIJKE WAARDE**

De toegang van een organisatie tot milieubronnen die de organisatie kan gebruiken om rendement te behalen en/of die een organisatie beïnvloedt door haar activiteiten of de goederen en diensten die zij levert.

# Evaluatie (en afsluiting)

Wat neem jij mee uit deze sessie?

*- 1 woord of korte zin -*

Elke organisatie creëert waarde.

Waardecreatie is het verschil tussen input en output.

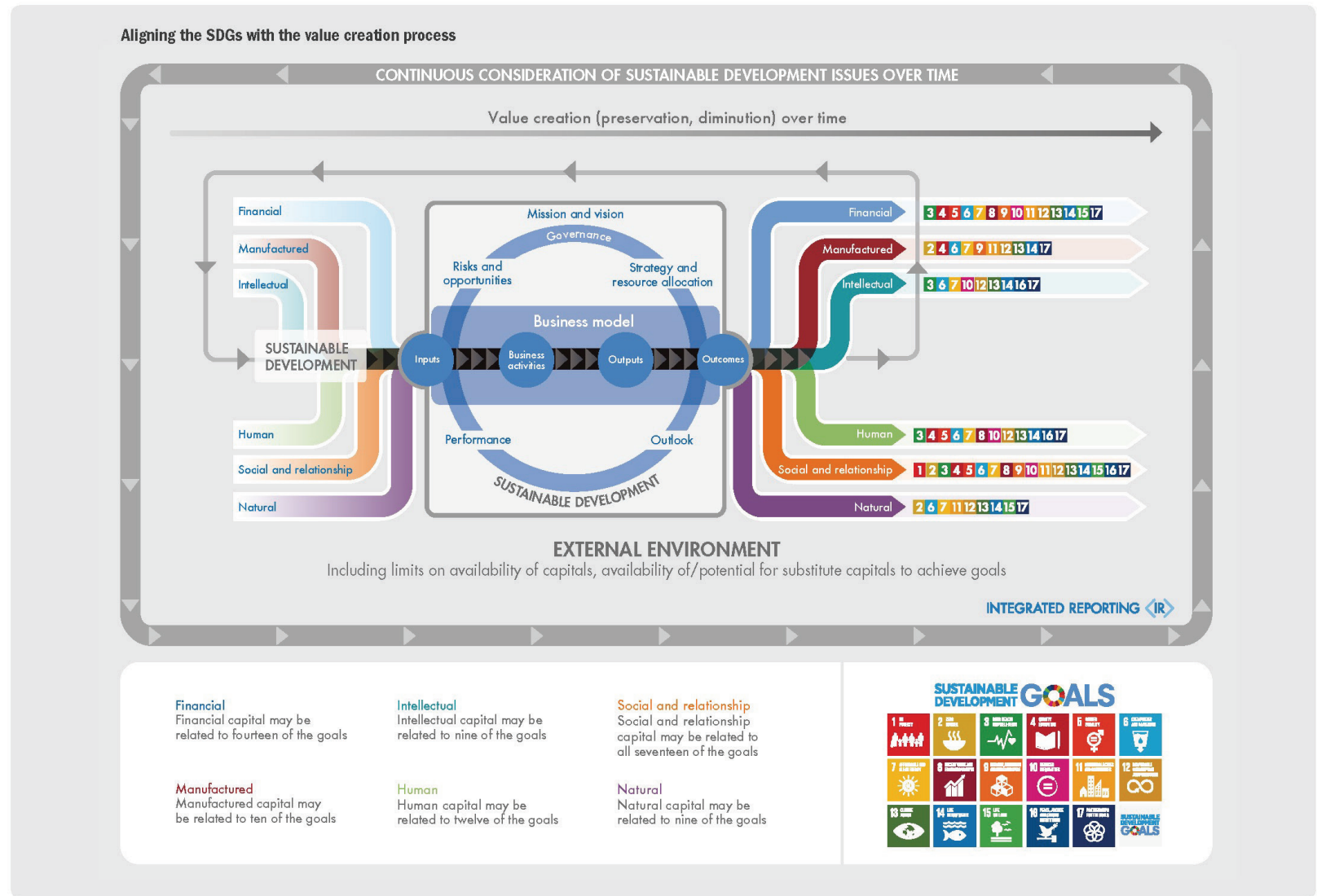
Een waardeketen is het geheel van organisaties dat de input genereert en output gebruikt.

Elke schakel creëert waarde en heeft daarbij een negatieve impact op de omgeving. Denk aan de uitstoot van CO<sub>2</sub>, stikstof, vervuilende materialen of afval.

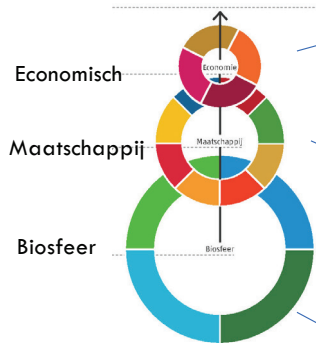
Duurzaamheid gaat onder andere over het zo lang mogelijk behouden van waarde in de keten en het verminderen van de negatieve impact.

Circulariteit is gericht op het vervangen van materialen, het slim ontwerpen van producten en diensten, het verlengen van de levensduur en het sluiten van kringlopen.

Duurzame strategieën zijn onder andere gericht op de duurzame ontwikkeldoelen (SDG's) en hebben meervoudige waardecreatie als principe.



# Verband zes kapitalen en cbs monitor brede welvaart en SDG's



Bij meervoudige waardecreatie kunnen zes waardesoorten onderscheiden worden, waarbij een balans in deze zes waardesoorten zorgt voor toekomstbestendigheid.

## **FINANCIËLE WAARDE**

Het eigen vermogen, de schulden en subsidies waarover een organisatie beschikt om te worden gebruikt bij de levering van goederen of diensten.

## **MATERIËLE WAARDE**

De materiële goederen en infrastructuur die een organisatie bezit, least of toegang toe heeft om te worden gebruikt bij het leveren van goederen of diensten.

## **INTELLECTUELE WAARDE**

De kennis, het intellectuele eigendom, de systemen en processen waarover een organisatie beschikt die de organisatie een concurrentievoordeel oplevert en een positief effect heeft op het toekomstige inkomstenpotentieel.

## **MENSELIJKE WAARDE**

De vaardigheden, ervaring en motivatie die medewerkers en management in een organisatie hebben die de basis vormen voor toekomstige ontwikkeling en groei.

## **SOCIAAL RELATIONELE WAARDE**

De merken en reputatie van een organisatie, inclusief de relaties met de gemeenschap waarin de organisatie actief is, haar klanten en partners en anderen in de (waarde)keten, zoals overheidsinstanties.

## **NATUURLIJKE WAARDE**

De toegang van een organisatie tot milieubronnen die de organisatie kan gebruiken om rendement te behalen en/of die een organisatie beïnvloedt door haar activiteiten of de goederen en diensten die zij levert.



# SDG en ESG rapportage



**9** INDUSTRIE, INNOVATIE EN INFRASTRUCTUUR

**16** VREDE, JUSTITIE EN STERKE PUBLIEKE DIENSTEN

**5** GENDER-GELIJKHEID

**10** ONGELIJKHEID VERMINDEREN

**1** GEEN ARMOEDE

**2** GEEN HONGER

**3** GOEDE GEZONDHEID EN WELZIJN

**4** KWALITEITS-ONDERWIJS

**8** EERLIJK WERK EN ECONOMISCHE GROEI

**6** SCHOON WATER EN SANITAIR

**11** DUURZAME STEDEN EN GEMEENSCHAPPEN

**7** BETAALBARE EN DUURZAME ENERGIE

**13** KLIMAATACTIE

**14** LEVEN IN HET WATER

**15** LEVEN OP HET LAND

**12** VERANTWOORDE CONSUMPTIE EN PRODUCTIE

**17** PARTNERSCHAP OM DOELSTELLINGEN TE BEREIKEN

Hoe passen de  
SDG's in de  
monitor over de  
brede welvaart  
van Nederland?

Economie



Maatschappij



Biosfeer

