

ONDERBOUWING ZELFVERKLARING MVO

REFERENTIEMATRIX EN PRIORITEITENMATRIX

MVO-BELEID

seo • economisch onderzoek

AUTEURS

MVO-WERKGROEP

IN OPDRACHT VAN

SEO ECONOMISCH ONDERZOEK

AMSTERDAM, 22 JANUARI 2024

Roetersstraat 29

1018 WB, Amsterdam

+31 20 399 1255

secretariaat@seo.nl

www.seo.nl

Inhoud

1	Inleiding	2
1.1	Over SEO Economisch Onderzoek	2
1.2	SEO en Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen	3
2	MVO-principes	5
2.1	Rekenschap afleggen	5
2.2	Transparantie	5
2.3	Ethisch gedrag	6
2.4	Respect voor de belangen van stakeholders	7
2.5	Respect voor rechtsorde	8
2.6	Respect voor internationale gedragsnormen	8
2.7	Respect voor mensenrechten	9
3	Stakeholders	10
3.1	Stakeholders identificeren	10
3.2	Het betrekken van stakeholders	11
4	MVO-kernthema's	12
4.1	Bepalen van de relevantie	12
4.2	Bepalen van significantie	13
4.3	Prioriteren van MVO-onderwerpen	14
5	Integreren van maatschappelijke verantwoordelijkheid in de organisatie	17
5.1	Ketenverantwoordelijkheid en invloedssfeer	17
5.2	Gepaste zorgvuldigheid: 'Due diligence'	18
5.3	Visie, missie, beleid en strategie	19
5.4	Ontwikkelen van draagvlak en competenties	20
5.5	Integreren van maatschappelijke verantwoordelijkheid in besturingsprocessen, systemen en procedures	20
5.6	Communicatie en rapportage	21
5.7	Het monitoren van activiteiten en beoordelen van prestaties	22
5.8	Selecteren van MVO-initiatieven en -instrumenten	24
	Bijlage A: Prioriteitenmatrix kernthema's en onderwerpen	25

1 Inleiding

1.1 Over SEO Economisch Onderzoek

SEO Economisch Onderzoek (hierna: SEO) is in 1949 vanuit de Economische Faculteit van de Universiteit van Amsterdam opgericht, om het doen van toegepast onderzoek te stimuleren. Daarmee is SEO een van de oudste economische onderzoeksbureaus van Nederland. Sinds de jaren tachtig is SEO een van de universiteit onafhankelijke stichting, al blijven de banden met de wetenschap nauw.

De opdrachtgevers van SEO zijn zeer divers: we werken voor ministeries, bedrijven en instellingen in de non-profit sfeer, zowel nationaal als internationaal. SEO is onafhankelijk. We zijn niet aan bepaalde belangen of partijen gebonden en worden dus gevraagd voor onderzoek met een 'open vraag'. Om de onafhankelijkheid en de wetenschappelijke kwaliteit van onze rapporten te waarborgen zijn deze als regel openbaar.

SEO is een middelgroot bureau zonder bureaucratie. De wetenschappelijke staf telt ongeveer 55 medewerkers, voor het grootste deel econoom of econometrist. Als het onderzoek dat vraagt werken we met onderzoekers uit andere disciplines samen. SEO is gevestigd in Amsterdam en heeft geen afdelingen elders.

SEO Economisch Onderzoek doet onafhankelijk toegepast economisch onderzoek in opdracht van overheid en bedrijfsleven. Ons onderzoek helpt onze opdrachtgevers bij het nemen van beslissingen. SEO Economisch Onderzoek is gelieerd aan de Universiteit van Amsterdam. Dat geeft ons zicht op de nieuwste wetenschappelijke methoden. We hebben geen winstoogmerk en investeren continu in het intellectueel kapitaal van de medewerkers via promotietrajecten, het uitbrengen van wetenschappelijke publicaties, kennisnetwerken en congresbezoek.

De kwaliteit van de dienstverlening van SEO is gecertificeerd volgens de ISO 9001-norm. Hierin staat een voortdurende verbetering van de bedrijfsprocessen en klantgerichtheid centraal. Het kwaliteitssysteem wordt regelmatig door middel van interne en externe audits gecontroleerd en waar nodig aangepast.

Voor het uitvoeren van onze onderzoeken maken we onder andere gebruik van vertrouwelijke (persoons)gegevens. We zorgen ervoor dat alle informatie bij ons in veilige handen is. Om de informatiebeveiliging te borgen hebben we een 'Information Security Management System' (ISMS) geïmplementeerd dat is gecertificeerd volgens de ISO 27001-norm. Daarnaast is er een privacy officer aangesteld die toeziet op de verwerking van persoonsgegevens en medewerkers ondersteunt bij AVG-vraagstukken.

1.2 SEO en Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen

SEO vindt Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen (MVO) belangrijk. SEO heeft een 'Zelfverklaring NEN-ISO 26000:2010' ondertekend (zie document 'MVO SEO - ISO 26000 Zelfverklaring'). Daarin wordt verklaard dat SEO NEN-ISO 26000:2010 (hierna: ISO 26000) toepast en dit te hebben onderzocht en beoordeeld aan de hand van het proces beschreven in NPR 9026+C1:2012 (hierna: NPR 9026).

ISO 26000 beschrijft een zevental MVO-thema's, 37 daaraan gerelateerde MVO-onderwerpen en per onderwerp de acties die een organisatie kan ondernemen. De kernthema's zijn:

1. Bestuur van de organisatie (ISO 26000, 6.2)
2. Mensenrechten (ISO 26000, 6.3)
3. Arbeidspraktijk (ISO 26000, 6.4)
4. Het milieu (ISO 26000, 6.5)
5. Eerlijk zakendoen (ISO 26000, 6.6)
6. Consumentenaangelegenheden (ISO 26000, 6.7)
7. Betrokkenheid bij en ontwikkeling van de gemeenschap (ISO 26000, 6.8)

Niet alle MVO-thema's zijn relevant voor SEO; het kernthema 'Consumentenaangelegenheden' is niet relevant voor SEO, omdat SEO geen producten aan consumenten verkoopt. De relevantie, significantie en prioriteiten van de kernthema's en onderwerpen zijn opgenomen in dit document (Bijlage 1).

Het onderzoek naar MVO conform ISO 26000 is uitgevoerd aan de hand van het proces beschreven in NPR 9026. De rapportageperiode waarop de zelfverklaring van toepassing is, is 2023. De zelfverklaring is van toepassing op alle activiteiten van SEO die worden uitgevoerd door SEO. In dit document zijn de vragen uit NPR beantwoord. In de tabel op de volgende pagina is per paragraaf uit dit document de bijbehorende paragraaf uit respectievelijk ISO 26000 en NPR 9026 weergegeven.

Er wordt in dit document verwezen naar 'lunchseminars'. Dit zijn wekelijkse interne kennisdelingsessies bij SEO.

Tabel 1 Overzicht van de hoofdstukken en paragraaf uit dit document en verwijzing naar normen

Hoofdstuk en paragraaf	ISO 26000	NPR9026
1 Inleiding		
2 MVO-principes		
2.1 Rekenschap afleggen	4.2	5.1
2.2 Transparantie	4.3	5.2
2.3 Ethisch gedrag	4.4	5.3
2.4 Respect voor de belangen van stakeholders	4.5	5.4
2.5 Respect voor rechtsorde	4.6	5.5
2.6 Respect voor internationale gedragsnormen	4.7	5.6
2.7 Respect voor mensenrechten	4.8	5.7
3 Stakeholders		
3.1 Stakeholders identificeren	5.3.2	6.1
3.2 Het betrekken van stakeholders	5.3.3	6.2
4 MVO-kernthema's		
4.1 Bepalen van de relevantie	7.3.2.1	7.1
4.2 Bepalen van significantie	7.3.2.2	7.2
4.3 Prioriteren van MVO-onderwerpen	7.3.4	7.3
5 Integreeren van maatschappelijke verantwoordelijkheid in de organisatie		
5.1 Ketenverantwoordelijkheid en invloedssfeer	7.3.3	8.2
5.2 Gepaste zorgvuldigheid: 'Due diligence'	7.3.1	8.3
5.3 Visie, missie, beleid en strategie	7.4.2	8.4
5.4 Ontwikkelen van draagvlak en competenties	7.4.1	8.5
5.5 Integreeren van maatschappelijke verantwoordelijkheid in besturingsprocessen, systemen en procedures	7.4.3	8.6
5.6 Communicatie en rapportage	7.5	8.7
5.7 Het monitoren van activiteiten en beoordelen van prestaties	7.7	8.8
5.8 Selecteren van MVO-initiatieven en -instrumenten	7.8	8.9

2 MVO-principes

ISO 26000 beschrijft een zevental basisprincipes voor maatschappelijke verantwoordelijkheid. Deze principes zijn uitgangspunten voor MVO en het bestuur van een organisatie. De onderzoeksvragen over de MVO-principes worden in dit hoofdstuk beantwoord.

2.1 Rekenschap afleggen

Vraag 1

Onze organisatie legt rekenschap af over onze effecten op de maatschappij, de economie en het milieu. Welke activiteiten onderneemt uw organisatie om invulling aan dit principe te geven?

Wij leggen rekenschap af over:

- de effecten van onze bedrijfsvoering op de maatschappij, het milieu en de economie en in het bijzonder over de eventuele negatieve effecten;
- de maatregelen die we hebben genomen om herhaling van die negatieve effecten te voorkomen.

Dat doen wij onder andere op de volgende wijze:

- In de regel zijn onze onderzoeksrapporten openbaar. In die rapporten verantwoorden we onze methoden van onderzoek en hoe we tot conclusies komen. Onze resultaten en conclusies komen op wetenschappelijke wijze tot stand, wat wordt getoetst in wetenschappelijke tijdschriften en bijeenkomsten.
- We hebben een gecertificeerd kwaliteitsbeleid, waarin we voortdurend aandacht besteden aan verbeteringen. Via een klachtenregeling kunnen negatieve gevolgen van onze bedrijfsvoering door belanghebbenden worden gesignaleerd, waar we volgens ons kwaliteitsbeleid gericht actie op ondernemen om de negatieve gevolgen te beperken en herhaling te voorkomen.
- We ontwikkelen een MVO-beleid om negatieve effecten van onze bedrijfsvoering op maatschappij, milieu en economie in kaart te brengen en daar gericht maatregelen op te nemen om negatieve effecten te mitigeren.

2.2 Transparantie

Vraag 2

Onze organisatie is transparant over besluiten en activiteiten die een effect hebben op de omgeving. Welke activiteiten onderneemt uw organisatie om invulling aan dit principe te geven?

Wij zijn transparant over:

- ✓ het doel, de aard en de plaats van onze activiteiten;
- ✓ de manier waarop besluiten tot stand komen;
- ✓ welke verantwoordelijkheden en bevoegdheden bij die functies horen in het kader van de besluitvorming;
- ✓ wie welke functie binnen onze organisatie heeft in het kader van de besluitvorming;
- ✓ hoe onze MVO-prestaties worden geëvalueerd;
- ✓ onze MVO-prestaties op significante onderwerpen;

- ✓ onze financiële prestaties;
- ✓ waar onze financiële middelen vandaan komen;
- ✓ wie wij als onze stakeholders beschouwen;
- ✓ de manier waarop deze stakeholders zijn geselecteerd;
- ✓ hoe deze stakeholders worden betrokken bij de organisatie;

Deze informatie is:

- ✓ Openbaar en gemakkelijk beschikbaar.
- ✓ Begrijpelijk voor onze stakeholders.
- ✓ Tijdig, feitelijk juist, duidelijk en objectief.

Waar is deze informatie te vinden?

- De informatie die relevant is voor externe stakeholders is te vinden op de internetpagina van SEO (www.seo.nl) en in het jaarverslag van de Raad van Toezicht van SEO . De jaarrekening van SEO is gedeponereerd bij de Kamer van Koophandel.
- De informatie die relevant is voor interne stakeholders is te vinden op de intranetpagina van SEO .

Toelichting/voorbeelden:

SEO Economisch Onderzoek heeft een tweetal (geïntegreerde) managementsystemen die ISO-gecertificeerd zijn.

Dit betreffen respectievelijk:

- Kwaliteitsmanagementsysteem - ISO 9001
- Information Security Management Systeem (ISMS) - ISO 27001

De beleidsstukken, procedures en werkwijzen van deze managementsystemen zijn vastgelegd op de intranetpagina van SEO. Enkele relevante voorbeelden hiervan.

- Beleid van SEO.
- Leiderschap en betrokkenheid.
- Rollen, verantwoordelijkheden en bevoegdheden.
- Inzicht in organisatie, context en belanghebbenden

Elk kwartaal verschijnt voor medewerkers van SEO een nieuwsbrief met daarin onder andere de financiële rapportage. Het financiële resultaat wordt jaarlijks gepubliceerd in de jaarrekening van SEO.

2.3 Ethisch gedrag

Vraag 3

Onze organisatie gedraagt zich ethisch.

Welke activiteiten onderneemt uw organisatie om invulling aan dit principe te geven?

Wij:

- richten onze bestuursstructuren op een manier in die ethisch gedrag bevordert (bijvoorbeeld door het voorkomen van belangenverstrengeling);
Voorbeeld 1: De rollen, verantwoordelijkheden en bevoegdheden zijn duidelijk beschreven, waaronder bijvoorbeeld de tekenbevoegdheid.

Voorbeeld 2: De gedragscode belangenverstrengeling borgt de integriteit van de onderzoekers die betrokken zijn bij het onderzoek.

- benoemen en passen normen voor ethisch gedrag toe, die aansluiten bij onze eigen doelstellingen en activiteiten en bij NEN-ISO 26000;
- bemoedigen het naleven van deze normen aan;
- maken de gedragsnormen bekend die worden verwacht van verschillende mensen in de organisatie;
- voorkomen of lossen belangenconflicten op in de hele organisatie die zouden kunnen leiden tot onethisch gedrag;
- stellen mensen binnen en buiten onze organisatie in staat onethisch gedrag te melden, zonder angst voor represailles;

Voorbeeld 1: Medewerkers kunnen onethisch gedrag melden aan leidinggevenden of de directie, indienen via een klachtenformulier of melden aan een externe vertrouwenspersoon.

Voorbeeld 2: Stakeholders van SEO kunnen klachten indienen via klachten@seo.nl.

- herkennen en pakken situaties waarin lokale wet- en regelgeving niet bestaat, of conflicteert met ethisch gedrag aan;

Hoe is dit ethisch gedrag geformaliseerd?

- Gedragscode, namelijk de gedragscode belangenverstrengeling en de Nederlandse gedragscode wetenschappelijke integriteit.
- Beleid of standaard voor ethisch gedrag, namelijk Regeling ongewenste omgangsvormen.

2.4 Respect voor de belangen van stakeholders

Vraag 4

Onze organisatie respecteert de belangen van stakeholders en speelt hierop in.

Welke activiteiten onderneemt uw organisatie om invulling aan dit principe te geven?

Wij:

- weten wie onze stakeholders zijn;
Toelichting: Het identificeren van stakeholders is geborgd in het kwaliteitsbeleid. Zie 3.1 Stakeholders identificeren.
- erkennen en waarderen stakeholders en we reageren op bezorgdheid van stakeholders;
Toelichting: een vast onderdeel van de stakeholderanalyse is het inventariseren van de eisen en belangen/verwachtingen van stakeholders in SEO. Daarnaast houden we interne en externe evaluaties van de onderzoeksprojecten die we uitvoeren, waarbij we de belangen en bezorgdheid van stakeholders in kaart brengen om onze werkwijze aan te kunnen passen.
- onderkennen dat stakeholders de activiteiten van onze organisatie kunnen beïnvloeden;
Toelichting: een vast onderdeel van de stakeholderanalyse is het inventariseren van de eisen en belangen/verwachtingen van SEO in stakeholders.
- hebben vastgesteld of stakeholders in staat zijn met ons in contact te treden om invloed uit te oefenen en dat we hiermee rekening houden;
Toelichting: Zowel het management als de medewerkers van SEO staan open voor feedback van stakeholders (een voorbeeld hiervan is de mogelijkheid tot het indienen van klachten via klachten@seo.nl).
- houden rekening met de belangen van stakeholders waarmee we geen formele relatie hebben;

Toelichting: In de klachtenprocedure is beschreven dat klachten van externen die niet betrokken zijn bij het werk van SEO ook worden behandeld middels de procedure. Problemen en klachten van respondenten van een individueel onderzoek/project zijn geen onderdeel van de klachtenprocedure maar worden opgelost door de betreffende projectleider.

2.5 Respect voor rechtsorde

Vraag 5

Onze organisatie respecteert de geldende wet- en regelgeving.

Welke activiteiten onderneemt uw organisatie om invulling aan dit principe te geven?

Wij:

- stellen ons op de hoogte van de toepasselijke wet- en regelgeving;
Toelichting: Binnen het kwaliteitsbeleid is een inventarisatie gemaakt van de voor SEO relevante wet- en regelgeving.
- leven wetgeving na in alle landen waar wij actief zijn, ook als handhaving vanuit de overheid gebrekkig is;
Toelichting: Bij ons onderzoek in het buitenland stellen we ons op de hoogte van de lokale wet- en regelgeving en leven die na. We werken, waar mogelijk, samen met lokale partners die begrip hebben van de lokale context en rechtsorde.
- treffen maatregelen om ervoor te zorgen dat onze activiteiten in overeenstemming met wet- en regelgeving zijn;
- informeren medewerkers over recente en relevante wet- en regelgeving en hoe zij deze kunnen naleven;
Toelichting: Bijvoorbeeld op het gebied van de privacy-wetgeving (AVG) worden medewerkers regelmatig geïnformeerd en in de naleving ervan ondersteund door onze privacy officer.
- beoordelen periodiek of de organisatie nog voldoet aan wet- en regelgeving;
Toelichting: In ons kwaliteitsbeleid is opgenomen dat onze directie erop toeziet dat we voldoen aan de voor ons relevante wet- en regelgeving.

2.6 Respect voor internationale gedragsnormen

Vraag 6

Onze organisatie respecteert de internationale gedragsnormen.

Welke activiteiten onderneemt uw organisatie om invulling aan dit principe te geven?

Wij:

- ✓ respecteren minimaal de internationale gedragsnormen in landen waar wetgeving het milieu of de maatschappij onvoldoende beschermt of conflicteert met internationale gedragsnormen;
- ✓ heroverwegen onze relaties en activiteiten in gebieden wanneer de internationale gedragsnormen niet worden nageleefd;
Toelichting: Dit is geborgd in onze gedragscode belangenverstrengeling. Bij de overweging om in te gaan op bijvoorbeeld een onderzoeksvoorstel, wordt gekeken of het belang van de partij die het onderzoeksvoorstel uitzet niet in strijd is met het belang van SEO en daarmee de internationale gedragsnormen.
- ✓ voorkomen dat we medeplichtig zijn aan het schenden van de internationale gedragsnormen door andere organisaties;

Toelichting: Bij het uitvoeren van onderzoeksactiviteiten in het buitenland, streven we ernaar om samen te werken met lokale partners die begrip hebben van de lokale context en maatschappelijke normen.

2.7 Respect voor mensenrechten

Vraag 7

Onze organisatie respecteert en erkent de universele mensenrechten.

Welke activiteiten onderneemt uw organisatie om invulling aan dit principe te geven?

- Wij:
- ✓ respecteren deze rechten in alle landen, culturen en situaties;
 - ✓ ondernemen stappen in situaties waarin de mensenrechten worden geschonden in het kader van onze bedrijfsvoering, de waardeketen en/of onze invloedssfeer;
 - ✓ maken geen misbruik van of halen geen voordeel uit situaties waarin de mensenrechten onvoldoende zijn beschermd;
 - ✓ respecteren de internationale gedragsnormen;

Toelichting/voorbeelden:

In de prioriteitenmatrix in de bijlage wordt bij het kernthema Mensenrechten ingegaan op onze activiteiten op de voor ons relevante onderdelen:

- Gepaste zorgvuldigheid (due diligence)
- Het oplossen van klachten
- Discriminatie en kwetsbare groepen
- Economische, maatschappelijke en culturele rechten
- Fundamentele principes en arbeidsrechten

3 Stakeholders

Stakeholders zijn organisaties of personen die worden beïnvloed door de activiteiten en besluiten van een organisatie. Daarom hebben zij belang bij wat de organisatie doet en beslist en worden zij ook wel belanghebbenden genoemd. Voorbeelden zijn opdrachtgevers, leveranciers en werknemers. De onderzoeksvragen over de stakeholders worden in dit hoofdstuk beantwoord.

3.1 Stakeholders identificeren

Vraag 8

Hoe heeft uw organisatie haar stakeholders geïdentificeerd (wie zijn daarbij in wat voor vorm geraadpleegd)?

Het identificeren van stakeholders is geborgd in het kwaliteitsbeleid (stakeholderanalyse). Jaarlijks worden door de algemeen directeur, security officer en kwaliteitscoördinator de stakeholders geïnterpreteerd. Tevens wordt gekeken naar welke eisen en belangen er zijn voor en van deze stakeholders.

Vraag 9

Wie zijn de stakeholders van uw organisatie?

Interne stakeholders:

- Directie
- Management Team
- Medewerkers
- Tijdelijke krachten (studentassistenten, stagiaires)
- OR
- Raad van Toezicht

Externe stakeholders

- Raad van Advies
- Opdrachtgevers
- Onderaannemers / samenwerkingspartners
- UvA (ketenpartner)
- Leveranciers die bijdragen aan het onderzoek
- Leveranciers in verband met huishouding SEO
- Potentiële medewerkers
- Concurrenten

3.2 Het betrekken van stakeholders

Vraag 10

Waarom en waarbij betreft uw organisatie haar stakeholders (geef voorbeelden van de manier waarop uw organisatie dat heeft gedaan)?

Wij betrekken onze stakeholders om:

- ✓ inzicht te krijgen in de impact van onze besluiten en activiteiten op specifieke stakeholders;
Voorbeeld 1: Bij belangrijke besluiten en activiteiten betreft de directie een vertegenwoordiging van het personeel, waaronder de OR en specifieke werkgroepen, en de Raad van Toezicht voor de governance ervan;
Voorbeeld 2: In projecten werken we met externe begeleidingscommissies, stuurgroepen en klankbordgroepen, die de impact van ons onderzoek op diverse stakeholders duidelijk maken en borgen.
- ✓ er achter te komen of onze positieve impact op de omgeving kan worden vergroot en negatieve impact kan worden verminderd;
- ✓ mogelijke conflicten tussen onze eigen belangen, die van onze stakeholders en de algemene maatschappelijke verwachtingen te bespreken en zo mogelijk op te lossen;
Voorbeeld 1: Voordat we starten met een onderzoeksproject leggen we ons plan van aanpak en financiële vergoeding voor het onderzoek vast in een door opdrachtgever en opdrachtnemer ondertekende offerte of overeenkomst.
- ✓ aan bepaalde wettelijke verplichtingen die we ten opzichte van stakeholders hebben te voldoen;
- ✓ transparant te zijn in wat we doen (onze activiteiten en besluiten);
Voorbeeld 1: Alle MT-besluiten worden gedeeld met alle medewerkers;
Voorbeeld 2: In de regel zijn alle onderzoeksresultaten die door ons worden geproduceerd openbaar.
- ✓ waar mogelijk partnerschappen te vormen die voor ons en onze stakeholders voordelen bieden;
Voorbeeld: Bij opdrachten waar we zelf onvoldoende expertise hebben, werken we samen met partners om de kwaliteit van het onderzoek voor opdrachtgevers te maximaliseren.

4 MVO-kernthema's

ISO 26000 beschrijft een zevental MVO-thema's, 37 daaraan gerelateerde MVO-onderwerpen en per onderwerp de acties die een organisatie kan ondernemen. Niet elk van deze onderwerpen is voor iedere organisatie even relevant of significant, of heeft een even hoge prioriteit. De onderzoeksvragen over de manier waarop de relevantie, significantie en prioritering van de MVO-onderwerpen zijn bepaald, worden in dit hoofdstuk beantwoord.

4.1 Bepalen van de relevantie

Vraag 11

Geef aan of u bij het bepalen van relevante onderwerpen heeft gekeken naar:

- ✓ De eigen activiteiten en besluiten.
- ✓ Activiteiten en besluiten van organisaties in de waardeketen en invloedssfeer van uw organisatie.
- ✓ Dagelijkse activiteiten en bijzondere situaties.

Deze drie punten hebben we betrokken bij het bepalen van de onderwerpen die voor ons relevant zijn.

Vraag 12

Welke onderwerpen zijn relevant?

Hieronder is een overzicht gegeven van de voor SEO relevante onderdelen.

Een toelichting op de relevantie is te vinden in de prioriteitenmatrix in de bijlage.

- Kernthema: Bestuur van de organisatie
 - Bestuur van de organisatie
- Kernthema: Mensenrechten
 - Gepaste zorgvuldigheid (due diligence)
 - Het oplossen van klachten
 - Discriminatie en kwetsbare groepen
 - Economische, maatschappelijke en culturele rechten
 - Fundamentele principes en arbeidsrechten
- Kernthema: Arbeidspraktijk
 - Werkgelegenheid en arbeidsrelaties
 - Werkomstandigheden en sociale bescherming
 - Sociale dialoog
 - Gezondheid en veiligheid op het werk
 - Persoonlijke ontwikkeling en training op de werkplek
- Kernthema: Het milieu
 - Voorkomen van milieuvervuiling
 - Duurzaam gebruik van hulpbronnen

- Mitigatie van en adaptatie aan klimaatverandering
- Bescherming van het milieu, biodiversiteit en herstel van natuurlijke leefgebieden
- Kernthema: Eerlijk zakendoen
 - Anti-corruptie
 - Verantwoordelijke politieke betrokkenheid
 - Eerlijke concurrentie
 - Respect voor eigendomsrechten
- Kernthema: Betrokkenheid bij en ontwikkeling van de gemeenschap
 - Opleiding en cultuur
 - Het scheppen van werkgelegenheid en het ontwikkelen van vaardigheden
 - Maatschappelijke investering

4.2 Bepalen van significantie

Vraag 13

Welke criteria heeft u gebruikt bij het bepalen van de significante onderwerpen?

- ✓ De mate waarin het onderwerp effect heeft op uw stakeholders en duurzame ontwikkeling.
- ✓ Het effect van het wel of niet nemen van extra actie(s) op dit onderwerp.
- ✓ De mate van bezorgdheid van uw stakeholders over het onderwerp.
- ✓ De maatschappelijke verwachtingen van wat verantwoord gedrag is met betrekking tot deze effecten op dit onderwerp.

Vraag 14

Welke onderwerpen zijn significant?

In de tabel op de volgende pagina is per onderwerp de significantie te vinden.

Een toelichting op de significantie is te vinden de prioriteitenmatrix in de bijlage.

Tabel 2 Significantie per kernthema

Onderwerp	Significantie (L/M/H)
<i>Kernthema: Bestuur van de organisatie</i>	
Bestuur van de organisatie	M
<i>Kernthema: Mensenrechten</i>	
Gepaste zorgvuldigheid (due diligence)	L
Het oplossen van klachten	M
Discriminatie en kwetsbare groepen	M
Economische, maatschappelijke en culturele rechten	L
Fundamentele principes en arbeidsrechten	L
<i>Kernthema: Arbeidspraktijk</i>	
Werkgelegenheid en arbeidsrelaties	L
Werkomstandigheden en sociale bescherming	M
Sociale dialoog	M
Gezondheid en veiligheid op het werk	M
Persoonlijke ontwikkeling en training op de werkplek	H
<i>Kernthema: Het milieu</i>	
Voorkomen van milieuvervuiling	M
Duurzaam gebruik van hulpbronnen	M
Mitigatie van en adaptatie aan klimaatverandering	M
Bescherming van het milieu, biodiversiteit en herstel van natuurlijke leefgebieden	L
<i>Kernthema: Eerlijk zakendoen</i>	
Anti-corruptie	M
Verantwoordelijke politieke betrokkenheid	H
Eerlijke concurrentie	M
Respect voor eigendomsrechten	M
<i>Kernthema: Betrokkenheid bij en ontwikkeling van de gemeenschap</i>	
Opleiding en cultuur	H
Het scheppen van werkgelegenheid en het ontwikkelen van vaardigheden	M
Maatschappelijke investering	H

4.3 Prioriteren van MVO-onderwerpen

Vraag 15

Welke criteria heeft u gebruikt bij het bepalen van de prioritaire onderwerpen?

- ✓ Uw prestaties afgezet tegen wet- en regelgeving en internationale (gedrags)normen.
- ✓ De mate waarin het onderwerp bijdraagt aan of afbreuk doet aan uw doelstellingen.
- ✓ De kosten versus de baten van het ondernemen van actie op het onderwerp.
- ✓ De tijd die het kost om de gewenste resultaten te bereiken.
- ✓ De kostenimplicaties wanneer het onderwerp niet snel wordt aangepakt.
- ✓ Het gemak en de snelheid waarmee acties kunnen worden uitgevoerd - de 'quick wins'

Vraag 16

Welke onderwerpen hebben prioriteit?

In de tabel hieronder is per kernthema de prioriteit te vinden.

Een toelichting op de significantie is te vinden de prioriteitenmatrix in de bijlage.

Tabel 3 Prioriteit per kernthema

Onderwerp	Prioriteit (L/M/H)
<i>Kernthema: Bestuur van de organisatie</i>	
Bestuur van de organisatie	L
<i>Kernthema: Mensenrechten</i>	
Gepaste zorgvuldigheid (due diligence)	L
Het oplossen van klachten	M
Discriminatie en kwetsbare groepen	M
Economische, maatschappelijke en culturele rechten	M
Fundamentele principes en arbeidsrechten	L
<i>Kernthema: Arbeidspraktijk</i>	
Werkgelegenheid en arbeidsrelaties	L
Werkomstandigheden en sociale bescherming	L
Sociale dialoog	M
Gezondheid en veiligheid op het werk	L
Persoonlijke ontwikkeling en training op de werkplek	H
<i>Kernthema: Het milieu</i>	
Voorkomen van milieuvervuiling	L
Duurzaam gebruik van hulpbronnen	L
Mitigatie van en adaptatie aan klimaatverandering	M
Bescherming van het milieu, biodiversiteit en herstel van natuurlijke leefgebieden	M
<i>Kernthema: Eerlijk zakendoen</i>	
Anti-corruptie	L
Verantwoordelijke politieke betrokkenheid	L
Eerlijke concurrentie	L
Respect voor eigendomsrechten	L
<i>Kernthema: Betrokkenheid bij en ontwikkeling van de gemeenschap</i>	
Opleiding en cultuur	M
Het scheppen van werkgelegenheid en het ontwikkelen van vaardigheden	M
Maatschappelijke investering	M

Vraag 17

Tot welke acties heeft dit geleid of gaat u nemen?

De voorgenomen acties naar aanleiding van de prioritering van onderwerpen zijn opgenomen de prioriteitenmatrix in de bijlage.

Vraag 18

Toelichting op prioriteitsstelling (leg ook uit waarom bepaalde onderwerpen wel en niet zijn meegenomen):

Een toelichting op de prioritering is te vinden de prioriteitenmatrix in de bijlage.

Vraag 19

Geef aan welke stakeholders - en op welke wijze - u heeft betrokken bij het identificeren van relevante, significante en prioritaire onderwerpen:

Het identificeren van relevante, significante en prioritaire onderwerpen is primair neergelegd in een MVO-werkgroep met een representatieve vertegenwoordiging van de organisatie, inclusief directie en OR. Direct betrokken interne stakeholders zijn derhalve:

- Directie
- Management Team
- Medewerkers
- OR

Bij het identificeren van relevante, significante en prioritaire onderwerpen is rekening gehouden met de belangen van diverse stakeholders, waaronder:

- Raad van Toezicht
- Opdrachtgevers
- Onderaannemers / samenwerkingspartners
- UvA (ketenpartner)
- Leveranciers die bijdragen aan het onderzoek
- Leveranciers in verband met huishouding SEO
- Potentiële medewerkers
- Concurrenten

5 Integreren van maatschappelijke verantwoordelijkheid in de organisatie

Nadat de relevantie, significantie en prioritering van MVO-onderwerpen is vastgesteld, is het belangrijk dat de organisatie haar maatschappelijke verantwoordelijkheid integreert in haar kernprocessen. De onderzoeksvragen over de onderdelen die ISO 26000 omschrijft bij het integreren van MVO (dus de maatschappelijke verantwoordelijkheid) in de organisatie, worden in dit hoofdstuk beantwoord.

5.1 Ketenverantwoordelijkheid en invloedssfeer

Vraag 20

Welke (typen) organisaties bevinden zich in uw invloedssfeer en hoe verhouden zich die tot uw organisatie?

- (Internationale) overheden en organisaties als opdrachtgever en afnemer van onze onderzoeksresultaten;
- (Internationale) bedrijven en bedrijfsverenigingen als opdrachtgever en afnemer van onze onderzoeksresultaten;
- (Internationale) maatschappelijke organisaties als opdrachtgever en afnemer van onze onderzoeksresultaten;
- (Internationale) onderzoeks- en kennisinstellingen als onderaannemers of als concurrenten;
- De media als afnemer van onze onderzoeksresultaten;
- Toeleveranciers van producten en diensten.

Vraag 21

Op welke manier stimuleert uw organisatie maatschappelijke verantwoordelijkheid bij andere organisaties?

Geef voorbeelden.

- ✓ Door een openbare verklaring over maatschappelijke verantwoordelijkheid af te leggen.
Toelichting: De zelfverklaring NEN-ISO 26000:2010.
- ✓ Door het betrekken van de gemeenschap, politieke leiders en andere stakeholders.
Toelichting: In ons onderzoek en disseminatie van onderzoeksresultaten betrekken we regelmatig experts en andere stakeholders om informatie te verzamelen en te delen over de gevolgen van overheids- of bedrijfsbeleid.
- ✓ Door bij het nemen van investeringsbeslissingen maatschappelijke criteria te hanteren.
Voorbeeld 1: Bij de verbouwing van ons kantoorpand hebben we bewust gekozen voor het zoveel mogelijk recyclen van materialen en meubilair.
Voorbeeld 2: Ons bedrijfsresultaat investeren we deels in wetenschapsprojecten waarin we maatschappelijke vraagstukken onderzoeken waarvoor geen aandacht is in de commerciële markt voor beleidsonderzoek.
- ✓ Door kennis over maatschappelijke issues met stakeholders te delen, en hiermee het bewustzijn te vergroten.
Voorbeeld: In de regel zijn alle onze onderzoeksrapporten openbaar en eenvoudig toegankelijk via onze website, waardoor gefundeerde informatie over maatschappelijke issues voor iedereen toegankelijk is.

- ✓ Door het promoten van goede voorbeelden.
Voorbeeld 1: We investeren in social return via onder meer werkervaringsplaatsen en bijdragen aan taallessen en sollicitatietrainingen door een groot deel van ons personeel. Hierover verspreiden we nieuwsberichten en informatie voor samenwerkingspartners en concurrenten.
Voorbeeld 2: Voor ons onderzoek proberen we zo min mogelijk te reizen en als we dat doen dan op de meest duurzame wijze (openbaar vervoer, trein in plaats van vliegtuig).

5.2 Gepaste zorgvuldigheid: 'Due diligence'

Vraag 22

Op welke manier beoordeelt uw organisatie (potentiële) (negatieve) effecten van de eigen activiteiten en besluiten op de maatschappij, milieu en economie?

Voorafgaand aan iedere onderzoeksopdracht maken we een afweging of we onafhankelijk en zonder belangenverstreming (o.b.v. een code) het onderzoek kunnen uitvoeren. We monitoren (potentiële) (negatieve) effecten van de eigen activiteiten en besluiten via tevredenheidsonderzoeken na iedere opdracht bij opdrachtgevers en het projectteam (met een externe en interne evaluatie) en jaarlijks onder het eigen personeel in een medewerkerstevredenheidsonderzoek. Voor derden bestaat er een klachtenregeling. De manier waarop we omgaan met (on)tevredenheid en klachten hebben we neergelegd in ons kwaliteitsbeleid. Dat houdt in dat we meldingen serieus nemen, acties formuleren om potentiële negatieve effecten te mitigeren en daarover te communiceren.

Vraag 23

Op welke manier beoordeelt uw organisatie (potentiële) (negatieve) effecten van de activiteiten en besluiten van organisaties in uw invloedssfeer op de maatschappij, milieu en economie?

Deel van onze onderzoekexpertise is het op de hoogte blijven van ontwikkelingen in de maatschappij en bij onze opdrachtgevers met betrekking tot beleid en de gevolgen daarvan voor maatschappij, milieu en economie. Dat doen we door het volgen van nieuwsberichten en het lezen van (wetenschappelijke) vakliteratuur. De informatie die we daaruit verzamelen gebruiken we in het onderzoek dat we uitvoeren en waarover we publiceren. Ook publiceren we regelmatig opinieartikelen en staan we journalisten te woord die schrijven over maatschappelijk relevante onderwerpen op het onderzoeksterrein van de organisatie. Daarmee worden (potentiële) (negatieve) effecten van organisaties in onze invloedssfeer door ons expliciet(er) gemaakt.

Vraag 24

Hoe wordt gepaste zorgvuldigheid uitgeoefend of geïmplementeerd in uw organisatie (en geef voorbeelden van de invulling):

- ✓ Richtlijnen over hoe aan de organisatie verbonden personen gepaste zorgvuldigheid in acht kunnen nemen.
Voorbeeld: We houden ons aan de Nederlandse gedragscode wetenschappelijke integriteit en het vermijden van belangenverstreming (door ons vastgelegd in de gedragscode belangenverstreming).
- ✓ Instrumenten om de MVO-kernthema's in uw hele organisatie te integreren.
Voorbeeld 1: Het MVO-beleid is onderdeel van het kwaliteitsbeleid die een Plan-Do-Check-Act cyclus kent.
Voorbeeld 2: Er is een MVO-werkgroep met een representatieve vertegenwoordiging van de organisatie, inclusief directie en OR.
Voorbeeld 3: Informatie over ons MVO-beleid wordt intern gedeeld via lunchseminars en intranet.

- ✓ Instrumenten om uw prestaties te volgen en aanpassingen te doen in prioriteit en benadering.
Voorbeeld 1: Na afronding van onderzoeksprojecten vinden er zowel intern gesprekken plaats met het projectteam als extern met opdrachtgevers waarin de effecten van ons onderzoek voor diverse stakeholders aan de orde komt.
Voorbeeld 2: Elk jaar houden we een medewerkerstevredenheidsonderzoek om de tevredenheid met verschillende werkgerelateerde aspecten in kaart te brengen, zoals opleidingsmogelijkheden, werkdruk en ongewenst gedrag.
Voorbeeld 3: Er is een MVO-werkgroep die ons MVO-beleid monitort en verder ontwikkelt.
- ✓ Instrumenten om eventuele negatieve effecten aan te pakken.
Voorbeeld 1: We hebben een klachtenregeling die is neergelegd in ons kwaliteitsbeleid. Dat houdt in dat we meldingen serieus nemen, acties formuleren om potentiële negatieve effecten te mitigeren en daarover te communiceren.
Voorbeeld 2: In het kader van ons kwaliteitsbeleid vindt jaarlijks een directiebeoordeling plaats waarin wordt gekeken naar eventuele negatieve effecten van ons handelen.

Vraag 25

Welke (potentiële) negatieve effecten op maatschappij, milieu en economie heeft uw organisatie geïdentificeerd?

- Onthulling en oneigenlijk gebruik van vertrouwelijke (persoons)gegevens;
- Onbedoelde gevolgen van onderzoek die schadelijk kunnen zijn voor bepaalde groepen of de samenleving als geheel;
- Aantasting van fundamentele principes, arbeidsrechten, arbeidsvoorwaarden of gezondheid van werknemers;
- Ongewenst gedrag of ongewenste omgangsvormen;
- Milieuvervuiling en klimaatverandering;
- Uitputting van natuurlijke hulpbronnen;
- Corruptie en fraude;
- Onverantwoordelijk politiek gedrag (vooringenomenheid, politieke kleuring of persoonlijk belang);
- Belangenverstrengeling; en
- Oneerlijke concurrentie.

5.3 Visie, missie, beleid en strategie

Vraag 26

Onze organisatie heeft richting gegeven aan haar maatschappelijke verantwoordelijkheid:

- ✓ Door belangrijke principes en onderwerpen van maatschappelijk verantwoordelijkheid op te nemen in ons beleid en strategie.
- ✓ Door een gedragscode of ethische code aan te nemen waarin de principes en waarden van maatschappelijke verantwoordelijkheid zijn vertaald naar richtlijnen voor passend gedrag.
Toelichting: Zie eerdere passages over de gedragscode belangenverstrengeling, Nederlandse gedragscode wetenschappelijke integriteit, regeling ongewenste omgangsvormen.
- ✓ Door prioriteiten voor actie op kernthema's door te vertalen in doelstellingen (SMART).

5.4 Ontwikkelen van draagvlak en competenties

Vraag 27

Op welke manier creëert uw organisatie draagvlak voor maatschappelijke verantwoordelijkheid - binnen én buiten de organisatie?

Onze organisatie heeft hierbij aandacht besteed aan:

- ✓ het vergroten van kennis van de principes, MVO-kernthema's en -onderwerpen.
- ✓ de betrokkenheid van de top van de organisatie bij het nemen van haar maatschappelijke verantwoordelijkheid.
- ✓ het creëren van een cultuur van maatschappelijke verantwoordelijkheid.

Vraag 28

Op welke manier ontwikkelt uw organisatie de benodigde competenties voor het nemen van maatschappelijke verantwoordelijkheid - binnen en eventueel buiten de organisatie?

Onze organisatie bestaat uit maatschappelijke betrokken en kritische onderzoekers die goed in staat zijn om het MVO-beleid handen en voeten te geven in hun dagelijkse praktijk. Dit wordt ondersteund door informatieverstrekking vanuit de MVO-werkgroep. Mocht daar behoefte aan zijn, dan is er voldoende ruimte om ontbrekende competenties te ontwikkelen middels opleiding of training.

5.5 Integreren van maatschappelijke verantwoordelijkheid in besturingsprocessen, systemen en procedures

Vraag 29

Op welke manier heeft uw organisatie haar maatschappelijke verantwoordelijkheid geïntegreerd in haar besturingsprocessen, systemen en procedures?

Onze organisatie heeft dit geïntegreerd:

- ✓ Door rekening te houden met effecten van besluiten, bijvoorbeeld over nieuwe activiteiten.
- ✓ Door ervoor te zorgen dat de principes van maatschappelijke verantwoordelijkheid in onze besturingsprocessen worden toegepast en worden weerspiegeld in onze structuur en cultuur.
Toelichting: Ons MVO-beleid is onderdeel van ons kwaliteitsbeleid.
- ✓ Door periodiek te beoordelen of wij in onze procedures en processen voldoende rekening houden met maatschappelijk verantwoordelijkheid.

Toelichting: In het kader van ons kwaliteitsbeleid vindt jaarlijks een directiebeoordeling plaats waarin wordt gekeken of onze procedures en processen voldoende rekening houden met maatschappelijke verantwoordelijkheid.

5.6 Communicatie en rapportage

Vraag 30

Houdt uw organisatie bij haar communicatie over maatschappelijke verantwoordelijkheid rekening met de volgende criteria?

- ✓ Compleet: in de informatie komen alle belangrijke activiteiten en de maatschappelijke effecten daarvan aan de orde.
- ✓ Begrijpelijk: de informatie is voor de doelgroep goed te begrijpen. Het gaat hierbij zowel om het gebruik van de taal van de doelgroep als om de manier waarop de informatie wordt gepresenteerd.
- ✓ Responsief: in de informatie wordt ingegaan op de belangen van stakeholders.
- ✓ Nauwkeurig: de informatie is feitelijk juist en bevat voldoende diepgang.
- ✓ Evenwichtig: de informatie is evenwichtig en eerlijk. De organisatie brengt niet alleen goed nieuws naar buiten, maar geeft ook informatie over eventuele negatieve maatschappelijke effecten.
- ✓ Actueel: het behoort daarom altijd duidelijk te zijn op welke periode de informatie betrekking heeft.
- ✓ Toegankelijk: de informatie is beschikbaar voor alle stakeholders.

Toelichting:

In ons MVO-beleid beschrijven we alle relevante kernthema's, onderwerpen, activiteiten en maatschappelijke effecten volgens de richtlijnen van de ISO 26000 norm. Daarbij houden we rekening met de bovenstaande criteria.

Vraag 31

Op welke manier communiceert uw organisatie over haar maatschappelijke verantwoordelijkheid? (geef voorbeelden)

- ✓ In vergaderingen en gesprekken met stakeholders.
- ✓ Door over specifieke onderwerpen of projecten met stakeholders te communiceren.
- ✓ Interne communicatie tussen management en medewerkers of leden van de organisatie.
- ✓ Interne teamactiviteiten met als doel maatschappelijke verantwoordelijkheid te integreren in de hele organisatie.
- ✓ Communicatie over de prestaties op het gebied van MVO.

Voorbeelden:

- Informatie delen over onze social return activiteiten via sociale media en op onze website.
- Bespreking van het MVO-beleid in interne lunchseminars en op intranet.
- Medewerkers betrekken bij de social return activiteiten die we organiseren.
- Opnemen van ons MVO-beleid in offertes aan potentiële opdrachtgevers.

Vraag 32a

Rapporteert uw organisatie over MVO via een maatschappelijk verslag (al dan niet als losstaand verslag)?

- Nee (ga door naar vraag 33a)

Vraag 32b - Niet van toepassing**Geef aan of in uw maatschappelijk verslag informatie staat over:**

- Doelstellingen t.a.v. onderwerpen en kernthema's.
- Prestaties t.a.v. onderwerpen en kernthema's.
- Hoe en wanneer stakeholders zijn betrokken bij de rapportage.
- Successen en tekortkomingen en manieren waarop tekortkomingen worden aangepakt.

Vraag 32c - Niet van toepassing**Heeft u bij het opstellen van uw maatschappelijk verslag rekening gehouden met de volgende overwegingen?**

- De omvang, het onderwerp en het toepassingsgebied past bij de grootte en aard van onze organisatie. (Kleine organisaties verstrekken doorgaans minder informatie, bespreken minder onderwerpen en hebben een kleiner toepassingsgebied dan grote organisaties.)
- Het detailniveau weerspiegelt de mate van ervaring die we hebben met rapporteren. (Het is de verwachting dat organisaties die meer ervaring hebben met rapporteren, in staat zullen zijn meer in detail te rapporteren dan organisaties die hiermee pas net starten.)

Vraag 33a**Zijn er conflicten of meningsverschillen (geweest) met stakeholders?**

- Nee

Vraag 33b**Welke methoden heeft u om (eventuele) conflicten op te lossen?**

- Rechtstreekse discussies met stakeholders met wie een conflict of meningsverschil is ontstaan.
- Het verstrekken van schriftelijke informatie om verkeerde interpretaties te voorkomen.
- Formele procedures voor klachtenbehandeling.
- Bemiddelings- en arbitrageprocedures.
- Systemen om overtredingen te rapporteren zonder angst voor represailles.

5.7 Het monitoren van activiteiten en beoordelen van prestaties

Vraag 34**Op welke manier monitort uw organisatie haar activiteiten die effect hebben op relevante thema's en onderwerpen?**

- ✓ Feedback van stakeholders.
- ✓ Meten met behulp van indicatoren, namelijk ziekteverzuim, aantal publicaties en het jaarlijkse medewerkers-tevredenheidsonderzoek, met daarin indicatoren voor o.a. werkdruk en ongewenst gedrag.

Geef aan of voor deze monitoring de volgende punten gelden:

- ✓ De omvang van de monitoring is in lijn met de omvang en het belang van de activiteiten.
- ✓ De monitoring geeft resultaten die betrouwbaar, tijdig beschikbaar en gemakkelijk te begrijpen zijn.
- ✓ De monitoring is afgestemd op de behoefte van de stakeholders.

Deze drie punten gelden voor onze monitoring van activiteiten die effect hebben op relevante thema's en onderwerpen.

Vraag 35

Hoe heeft uw organisatie haar prestaties op relevante thema's en onderwerpen beoordeeld?

In het kader van ons kwaliteitsbeleid vindt jaarlijks een directiebeoordeling plaats waarin wordt gekeken of onze procedures en processen voldoende rekening houden met maatschappelijke verantwoordelijkheid.

Wij hebben ons daarbij de volgende vragen gesteld:

- ✓ Zijn de beoogde doelen behaald?
- ✓ Waren het, achteraf gezien, de juiste doelen?
- ✓ Hadden we de juiste strategieën en processen voor de te behalen doelen?
- ✓ Wat werkte goed, en waarom? Wat werkte niet goed, en waarom niet?
- ✓ Wat hadden we beter anders kunnen doen?
- ✓ Zijn alle relevante personen erbij betrokken?

Vraag 36

Heeft u stakeholders betrokken, zo ja welke?

Ja, we hebben interne stakeholders betrokken via de MVO-werkgroep met een representatieve vertegenwoordiging van de organisatie.

Vraag 37a

Welke verbeteringen of successen heeft uw organisatie bereikt?

In recente jaren heeft SEO de volgende relevante verbeteringen doorgevoerd:

- Om de informatiebeveiliging te borgen heeft SEO een Information Security Management System (ISMS) geïmplementeerd dat is gecertificeerd volgens de ISO 27001-norm;
- Er is een klachtenprocedure ontwikkeld die door alle betrokken partijen kan worden gebruikt;
- SEO heeft sinds enkele jaren een externe vertrouwenspersoon, die gevoelige klachten anoniem en vertrouwelijk kan behandelen;
- SEO heeft haar HR-beleid recentelijk expliciet geformaliseerd, waarbij arbeidsvoorwaarden en arbeidsomstandigheden zijn afgestemd met het personeel via de ondernemingsraad (OR) als expliciete vertegenwoordiger daarvan;
- SEO heeft een Regeling ongewenste omgangsvormen opgesteld, waarin wordt gedefinieerd welk gedrag als onacceptabel wordt beschouwd en welke stappen worden genomen om dergelijke situaties aan te pakken;
- Recent is een nieuwe Risico-Inventarisatie en -Evaluatie (RI&E) uitgevoerd met als doel om de werkomstandigheden in kaart te brengen gelet op de risico's voor de veiligheid, de gezondheid en de psychosociale arbeidsbelasting van alle medewerkers;
- SEO is gebruik gaan maken van SharePoint (intranet) als centrale verzamelplek voor documenten en aankondigingen;

- SEO minimaliseert papiergebruik door digitaal te werken en bestandsopslag in de Cloud;
- Bij de recente verbouwing van de fysieke kantoorruimte van SEO is prioriteit gegeven aan het gebruik van gerecyclede en duurzame bouwmaterialen (zoals bamboewanden en tapijten gemaakt van gerecyclede PET-flessen);
- Digitale communicatie, online vergaderingen en thuiswerken (met thuiswerkvergoeding) worden actief aangemoedigd, ondersteund door een upgrade van het ICT-systeem, om op die manier de noodzaak van (zakelijke) reizen te beperken. Wanneer wel wordt gereisd gebeurt dat op een zo duurzaam mogelijke wijze (openbaar vervoer);
- Het kantoor van SEO is sinds de verbouwing voorzien van energiezuinige verlichting die automatisch uitschakelt wanneer de ruimte niet in gebruik is om het gebruik van elektriciteit te beperken;
- In het kader van social return investeren medewerkers bij SEO steeds vaker tijd en energie in het begeleiden en ondersteunen van mensen met een kwetsbare positie op de arbeidsmarkt.

Vraag 37b

Welke doelen zijn nog niet bereikt?

Zie de voorgenomen acties die zijn opgenomen de prioriteitenmatrix in de bijlage.

5.8 Selecteren van MVO-initiatieven en -instrumenten

Vraag 38

Aan welke MVO-initiatieven en eventuele bijbehorende instrumenten neemt uw organisatie deel?

- Zelfverklaring ISO 26000 met NPR 9026+C1 referentiematrix
- Charter diversiteit

Vraag 39

Welke van de onderstaande punten heeft u overwogen bij de keuze voor dit initiatief?

- ✓ Ondersteunt de principes NEN-ISO 26000.
- ✓ Geeft praktische richtlijnen om met MVO aan de slag te gaan.
- ✓ Is ontworpen voor uw type organisatie of haar interessegebieden.
- ✓ Is ontwikkeld om door verschillende organisaties te worden toegepast.
- ✓ Heeft een goede reputatie als het gaat om geloofwaardigheid en integriteit.
- ✓ Is goed toegankelijk.

Vraag 40

Welke concrete acties worden uitgevoerd in verband met het MVO-initiatief?

Zie de voorgenomen acties die zijn opgenomen de prioriteitenmatrix in de bijlage.

Bijlage A: Prioriteitenmatrix kernthema's en onderwerpen

In deze bijlage zijn de relevantie, significantie en prioriteiten weergegeven van de kernthema's en onderwerpen. Het vormt samen met de referentiematrix de onderbouwing van de MVO Zelfverklaring. Elke tabel van deze bijlage beschrijft de onderwerpen van de volgende kernthema's:

1. Bestuur van de organisatie (Tabel 1)
2. Mensenrechten (Tabel A.2)
3. Arbeidspraktijk (Tabel A.3)
4. Het milieu (Tabel A.4)
5. Eerlijk zakendoen (Tabel A.5)
6. Consumentenaangelegenheden (Tabel A.6)
7. Betrokkenheid bij en ontwikkeling van de gemeenschap (Tabel A.7)

Tabel A.1 Kernthema: Bestuur van de organisatie

Onderwerp	Relevantie (ja/nee)	Toelichting op relevantie	Significantie (L/M/H)	Toelichting op significantie	Prioriteit (L/M/H)	Toelichting op prioriteit	Actie (ja/nee)	Voorgenomen acties
Bestuur van de organisatie	ja	Bij SEO is het bestuur gestructureerd met een directie en Raad van Toezicht, waarbij besluiten worden genomen na overleg met de Ondernemingsraad. De organisatiecultuur en waarden zijn verankerd in het missie-statement en verspreiden zich door het HR-beleid, arbobeleid, opleidingsbeleid en wetenschapsbeleid. Maatschappelijke verantwoordelijkheid wordt bevorderd via een MVO-werkgroep, frequente communicatie tussen management en personeel, en regelmatige evaluaties die diversiteit, openheid en betrokkenheid van belanghebbenden omvatten.	M	Het bestuur van de organisatie is van cruciaal belang voor het functioneren van de organisatie en het bereiken van doelstellingen, ook met betrekking tot het MVO-beleid, omdat het zorgt voor besluitvorming, transparantie en verantwoording. Bovendien heeft een effectief en gedragen bestuur een belangrijke invloed op de cultuur binnen de organisatie, waarmee draagkracht kan worden gecreëerd voor het MVO-beleid.	L	Het bestuur van de organisatie is op dit moment goed geregeld en functioneert naar behoren. Uiteraard is het belangrijk om dit continue te monitoren, maar er is geen dringende reden om het bestuur van de organisatie op dit moment te verbeteren.	nee	

Tabel A.2 Kernthema: Mensenrechten

Onderwerp	Relevantie (ja/nee)	Toelichting op relevantie	Significantie (L/M/H)	Toelichting op significantie	Prioriteit (L/M/H)	Toelichting op prioriteit	Actie (ja/nee)	Voorgenomen acties
Gepaste zorgvuldigheid (due diligence)	ja	SEO maakt geen misbruik van of haalt geen voordeel uit situaties waarin de mensenrechten onvoldoende zijn beschermd. In bepaalde regio's of in bepaalde omstandigheden zijn er niet voldoende waarborgen voor het beschermen van mensenrechten. In haar doen en laten garandeert SEO geen voordeel te halen uit deze situaties.	L	SEO is geen mensenrechtenorganisatie en opereert niet in gebieden waarin het meer waarschijnlijk is dat de mensenrechten onvoldoende worden beschermd, waardoor dit thema minder significant is voor SEO. Dat neemt niet weg dat het respecteren van mensenrechten voor elke organisatie van belang is.	L	Dit thema is minder significant voor SEO. Bovendien past SEO waar mogelijk al gepaste zorgvuldigheid toe. Daarom is er geen dringende actie nodig.	nee	
Risicosituaties met betrekking tot mensenrechten	nee	SEO komt niet of nauwelijks in omstandigheden of omgevingen waarin zij een grote kans loopt om voor uitdagingen of dilemma's in verband met mensenrechten te worden geplaatst.	n.v.t.		n.v.t.		nee	

Onderwerp	Relevantie (ja/nee)	Toelichting op relevantie	Significantie (L/M/H)	Toelichting op significantie	Prioriteit (L/M/H)	Toelichting op prioriteit	Actie (ja/nee)	Voorgenomen acties
Vermijden van medeplichtigheid	nee	SEO heeft een zeer kleine kans om in een situatie te komen waarin zij medeplichtig zou kunnen worden aan het begaan van onrechtmatige daden of andere daden die niet in overeenstemming zijn met internationale gedragsnormen.	n.v.t.		n.v.t.		nee	
Het oplossen van klachten	ja	Er bestaat een klachtenprocedure bij SEO die door alle betrokken partijen kan worden gebruikt. Er zijn ook klachten die niet onder deze klachtenprocedure vallen, maar alsnog worden opgepakt. Klachten over de inhoud of het proces van een onderzoeksopdracht worden behandeld door de projectleider en zijn bij voorkeur geen onderdeel van de formele klachtenprocedure. Verder heeft SEO een externe vertrouwenspersoon, die klachten ten aanzien van ongewenst gedrag, intimidatie en discriminatie anoniem en vertrouwelijk kan behandelen.	M	Een externe klachtenprocedure is van belang voor het beschermen van mensenrechten, klanttevredenheid, vertrouwen en verbetering van producten en diensten. De interne klachtenprocedure is van belang voor tevreden medewerkers. Wanneer medewerkers ontevreden zijn en klachten niet worden aangepakt, kan dit leiden tot verminderde prestaties van medewerkers, wat zich uiteindelijk ook zal weerspiegelen in de resultaten van het SEO-onderzoek.	M	Het oplossen van klachten is belangrijk voor onze bedrijfsvoering, zowel intern en extern. Voortdurende aandacht voor dit onderwerp is daarom belangrijk. De mogelijkheden om klachten te melden en de bestaande procedure om deze af te handelen maken aanvullende acties onnodig.	nee	
Discriminatie en kwetsbare groepen	ja	Het voorkomen van discriminatie van kwetsbare groepen wordt primair vormgegeven binnen het aannamebeleid, waarin bij gelijke geschiktheid de voorkeur wordt gegeven aan kandidaten die naar achtergrondkenmerken minder goed vertegenwoordigd zijn binnen het personeelsbestand. Voor het zittend personeel geldt een Regeling ongewenste omgangsvormen en kan een beroep worden gedaan op de onafhankelijke vertrouwenspersoon. Aandacht voor discriminatie wordt gegeven in het medewerkers-tevredenheidsonderzoek (MTO), waarvan de resultaten worden besproken met het gehele personeel.	M	Een veilige werkomgeving en een gevarieerde samenstelling van het personeelsbestand is van groot belang voor een onderzoeksbureau met een brede maatschappelijke oriëntatie. SEO wil iedereen een gelijke kans geven om zijn/haar talenten te ontwikkelen en toe te passen binnen onze organisatie, waarmee we maatschappelijk breder en rijker onderzoek kunnen uitvoeren.	M	Binnen de organisatie wordt op meerdere manieren aandacht besteed aan het vermijden van discriminatie. Ten aanzien van het aannamebeleid zou hier nog verder structuur aan kunnen worden gegeven, waardoor de diversiteit binnen de organisatie verder verbeterd kan worden.	ja	Het aannamebeleid wordt het komende jaar opnieuw onder de loep genomen ten aanzien van gelijke kansen voor kandidaten. Daarnaast zal het charter diversiteit worden opgesteld en formeel bekrachtigd.
Burger- en politieke rechten	nee	SEO heeft een zeer kleine kans om in een situatie te komen waarin zij individuele burger- en politieke rechten niet zou respecteren.	n.v.t.		n.v.t.		nee	

Onderwerp	Relevantie (ja/nee)	Toelichting op relevantie	Significantie (L/M/H)	Toelichting op significantie	Prioriteit (L/M/H)	Toelichting op prioriteit	Actie (ja/nee)	Voorgenomen acties
Economische, maatschappelijke en culturele rechten	ja	Als werkgever draagt SEO bij aan werkgelegenheid zonder personen uit te sluiten (inclusief personeelsbestand). Als organisatie heeft SEO daarnaast een wetenschappelijke missie, wat bijdraagt aan educatie, kennis en daardoor ook een hogere arbeidsproductiviteit. Omdat het onderzoek van SEO in principe openbaar is, kan het tot inzichten leiden in (het ontbreken van) economische, maatschappelijke en culturele rechten. Dit kan bijdragen tot een betere bescherming van economische, maatschappelijke en culturele rechten, betere politieke keuzes en uiteindelijk een hogere welvaart.	L	SEO heeft vooral invloed op economische, maatschappelijke en culturele rechten via de resultaten van het onderzoek dat zij voor klanten uitvoert.	M	SEO sluit op voorhand geen onderwerpen uit voor het uitvoeren van onafhankelijk wetenschappelijk onderzoek voor klanten. Bij die klanten gaat het juist om maatschappelijke vraagstukken, waar SEO via het ontwikkelen van expertise een bijdragen aan kunnen leveren. Aanvullende acties zijn niet nodig.	nee	
Fundamentele principes en arbeidsrechten	ja	SEO volgt alle wettelijke bepalingen ten aanzien van arbeidsrechten, volgt de cao van Nederlandse Universiteiten, en heeft een met het personeel afgestemd HR-beleid. Er is een personeelsvertegenwoordiging die maandelijks overlegt met de Directie. Goede arbeidsomstandigheden worden onder meer geborgd met een actieve Risico Inventarisatie en Evaluatie (RI&E), waarvoor preventiemedewerkers zijn aangesteld.	L	Het volgen van de wettelijke bepalingen ten aanzien van arbeidsrechten is fundamenteel en vormt de basis voor tevreden en goed functionerende medewerkers.	L	Fundamentele principes en arbeidsrechten zijn via het HR-beleid en wettelijke bepalingen geregeld, daarom is er geen dringende actie op dit gebied nodig.	nee	

Tabel A.3 Kernthema: Arbeidspraktijk

Onderwerp	Relevantie (ja/nee)	Toelichting op relevantie	Significantie (L/M/H)	Toelichting op significantie	Prioriteit (L/M/H)	Toelichting op prioriteit	Actie (ja/nee)	Voorgenomen acties
Werkgelegenheid en arbeidsrelaties	ja	Met de creatie van banen, evenals het bieden van lonen en andere vormen van compensatie voor verricht werk, draagt SEO zowel economisch als maatschappelijk bij aan de welvaart en ontwikkeling van individuen en gemeenschappen. Het HR-beleid van SEO is gericht op gelijke kansen en diversiteit, met gedetailleerde functieprofielen en eerlijke beloningsstructuren. SEO waarborgt de naleving van arbeidswetgeving en heeft aandacht voor diversiteit en antidiscriminatie bij het aannemen van personeel. Daarnaast streeft SEO naar stabiele arbeidsrelaties en gebruikt terughoudend flexibel personeel, met respect voor arbeidsvoorwaarden en wettelijke normen.	L	Werkgelegenheid en arbeidsrelaties zijn van belang voor SEO omdat ze een stabiele en goed functionerende werkomgeving creëren, wat cruciaal is voor het aantrekken en behouden van gekwalificeerd personeel en daarmee het succes van onderzoek en wetenschappelijke prestaties ondersteunt. Desalniettemin is de creatie van banen niet de primaire doelstelling van SEO.	L	Op gebied van werkgelegenheid en arbeidsrelaties zijn er geen stappen die dringende actie vereisen.	nee	
Werkomstandigheden en sociale bescherming	ja	SEO heeft een gedetailleerd arbeidsvoorwaardenbeleid met richtlijnen voor salaris, verlof, werktijden en andere arbeidsvoorwaarden. Daarnaast waarborgt SEO veilige en gezonde werkomstandigheden via een arbo-beleid, volgt de CAO Nederlandse Universiteiten, biedt compensatie voor overwerk en bevordert flexibiliteit in werktijden en -locaties. Bovendien voert SEO jaarlijks een Medewerkerstevredenheidsonderzoek uit en onderneemt actie op basis van Risico-Inventarisatie en -Evaluatie (RI&E) om de werkomstandigheden te verbeteren.	M	De juiste werkomstandigheden en sociale bescherming zijn belangrijk om zo de gezondheid, veiligheid en het welzijn van medewerkers te waarborgen, wat de productiviteit, tevredenheid en kwaliteit van het onderzoek bevordert.	L	De werkomstandigheden en de sociale bescherming van medewerkers is op dit moment goed geregeld binnen SEO. Dit heeft daarom een lage prioriteit in het MVO beleid.	nee	

Onderwerp	Relevantie (ja/nee)	Toelichting op relevantie	Significantie (L/M/H)	Toelichting op significantie	Prioriteit (L/M/H)	Toelichting op prioriteit	Actie (ja/nee)	Voorgenomen acties
Sociale dialoog	ja	Binnen SEO wordt informatie gedeeld via diverse kanalen, waaronder kwartaalnieuwsbrieven, intranet, lunchseminars en de Ondernemingsraad (OR), wat zorgt voor transparantie en medewerkerbetrokkenheid. Belangrijke besluiten worden voorbereid met betrokkenheid van vertegenwoordigers van het personeel, zoals bij recente kwesties als de kantoorverbouwing, pensioenregeling en het MVO-beleid. Tot slot heeft SEO een klachtenprocedure waarbij de sociale dialoog de eerste stap is in het oplossen van klachten.	M	De sociale dialoog is van belang voor SEO omdat het de mogelijkheid biedt voor open communicatie en samenwerking tussen alle verschillende partijen die betrokken zijn bij SEO, waaronder medewerkers en klanten, en het management en medewerkers. Dat bevordert een positieve werkomgeving en effectief personeelsbeleid.	M	De sociale dialoog vindt momenteel via verschillende kanalen plaats binnen SEO. Uit het MTO is gebleken dat er vooral in de manier waarop medewerkers het gevoel hebben inspraak te hebben bij beslissingen binnen SEO nog ruimte is voor verbetering. Dit is daarom een aandachtspunt voor het MVO-beleid.	ja	Samen met de OR streven naar een groter gevoel van inspraak voor medewerkers bij de besluitvorming binnen SEO. Eerst moet daarvoor worden uitgezocht welke maatregelen daarvoor zouden kunnen worden genomen.
Gezondheid en veiligheid op het werk	ja	SEO heeft een specifiek arbo-beleid gericht op een veilige en gezonde werkomgeving, met aandacht voor risicobeheer, preventie, ergonomie en de fysieke en mentale gezondheid van medewerkers. SEO heeft een onafhankelijke vertrouwenspersoon en een regeling voor ongewenst gedrag, streeft naar respect en gelijkwaardigheid, voldoet aan de ISO 9001 en ISO 27001 normen, en waarborgt de veiligheid van medewerkers en van persoonsgegevens conform de AVG.	M	Gezondheid en veiligheid op het werk zijn van vitaal belang voor SEO om een veilige en gezonde werkomgeving te waarborgen, het welzijn van medewerkers te beschermen en de continuïteit van het werk te waarborgen.	L	SEO heeft een duidelijk beleid en procedures om de gezondheid en veiligheid op het werk te waarborgen. Daarom is op dit gebied geen dringende actie nodig.	nee	
Persoonlijke ontwikkeling en training op de werkplek	ja	SEO legt een sterke nadruk op persoonlijke ontwikkeling en training op de werkplek met een opleidingsbeleid gericht op het identificeren van opleidingsbehoeften en het organiseren van adequate trainingen. Zo biedt SEO onder andere interne en externe trainingsmogelijkheden en worden regelmatig functionerings- en beoordelingsgesprekken gehouden om individuele ontwikkeling te bevorderen.	H	Persoonlijke ontwikkeling en training op de werkplek zijn essentieel voor SEO om haar medewerkers up-to-date te houden, kwaliteit te waarborgen en talent te behouden, en zo een sterke positie te behouden in het competitieve onderzoekslandschap.	H	Er is voortdurend aandacht nodig voor de persoonlijke ontwikkeling van medewerkers als sleutel voor kwalitatief goed onderzoek. Onder andere uit het MTO is naar voren gekomen dat er behoefte is aan meer structuur en duidelijkheid over de opleidingsmogelijkheden bij SEO.	ja	Uitwerken van opleidingsprogramma's en opleidingsmogelijkheden en het verwerken hiervan in toegankelijke informatievoorziening voor medewerkers.

Tabel A.4 Kernthema: Het milieu

Onderwerp	Relevantie (ja/nee)	Toelichting op relevantie	Significantie (L/M/H)	Toelichting op significantie	Prioriteit (L/M/H)	Toelichting op prioriteit	Actie (ja/nee)	Voorgenomen acties
Voorkomen van milieuvuiling	ja	SEO stimuleert het gebruik van duurzaam vervoer door het actief aanmoedigen van het openbaar vervoer of de fiets voor woon-werkverkeer. SEO stelt geen bedrijfsauto's, leaseauto's of parkeerplaatsen beschikbaar. SEO kent een vastgestelde maximale vergoeding voor werkgerelateerde reizen en woon-werkverkeer, om zo de keuze voor kosteneffectieve en milieuvriendelijke opties zoals openbaar vervoer, fietsen en lopen aan te moedigen. Verder stimuleert SEO online vergaderen en thuiswerken, ondersteund door een geüpgraded ICT-systeem, terwijl internationale reizen door SEO-personeel worden beperkt en vervangen door online vergaderingen of lokale consultants. Als internationale reizen toch nodig zijn, wordt zoveel mogelijk gekozen voor directe vluchten voor intercontinentale trajecten om brandstofintensieve starts en landingen te minimaliseren, en worden alternatieve vervoerswijzen zoals treinen voor kortere afstanden bevorderd.	M	Bij SEO is het voorkomen van milieuvuiling een belangrijke doelstelling met het oog op het creëren van een leefbare planeet voor zowel de huidige als toekomstige generaties. Hoewel de directe milieupact van de operationele activiteiten van SEO beperkt is, zet SEO zich in om het hoogst haalbare te bereiken binnen haar mogelijkheden. Dit doen we niet alleen vanwege het belang van duurzaamheid voor onze (toekomstige) medewerkers, maar ook vanwege onze mogelijke rol als voorbeeld in de samenleving.	L	Het voorkomen van milieuvuiling heeft bij SEO een lage prioriteit, omdat de impact van de operationele activiteiten op het milieu beperkt is. Waar mogelijk zijn er al een aantal maatregelen getroffen, waardoor er weinig ruimte is om nog aanvullende milieuwinst te behalen. Wel wordt de discussie over de milieupact van SEO intern gestimuleerd.	nee	
Duurzaam gebruik van hulpbronnen	ja	De belangrijkste manier waarop SEO bijdraagt aan het duurzame gebruik van hulpbronnen omvat de implementatie van een papierloos kantoor, het gebruik van gerecyclede materialen in onze gebouwen, en het actief aanmoedigen van het gebruik van fietsen en openbaar vervoer.	M	Aangezien SEO's primaire focus als onderzoeksbureau op gegevensverzameling en -analyse ligt, is het gebruik van duurzame hulpbronnen al relatief laag. Er is ook beperkte ruimte voor verdere acties op dit gebied.	L	Het verder stimuleren van een duurzaam gebruik van hulpbronnen heeft bij SEO een lage prioriteit, omdat de impact van de operationele activiteiten op dit gebruik beperkt is. Waar mogelijk zijn er al een aantal maatregelen getroffen, waardoor er weinig ruimte is om nog aanvullende impact te behalen.	nee	
Mitigatie van en adaptatie aan klimaatverandering	ja	De voornaamste manier waarop SEO bijdraagt aan klimaatmitigatie en -adaptatie is door middel van gerichte onderzoeksstudies in risicogebieden met betrekking tot klimaatmitigatie en -adaptatie.	M	SEO's directe impact op dit gebied is beperkt, maar klimaatadaptatie in binnen- en buitenland heeft een prominente plaats binnen onze organisatie. Via onderzoeksstudies streven we ernaar onze klanten (en het bredere publiek) op dit terrein te informeren en mobiliseren (indirecte impact).	M	SEO kan hier voornamelijk aan bijdragen door de keuze van onderzoeksonderwerpen en de ontwikkeling van expertise op het terrein van duurzame economie.	ja	Structureel meer aandacht besteden aan duurzaamheid als onderzoeksonderwerp en het ontwikkelen van structurele economische expertise op dit terrein.

Onderwerp	Relevantie (ja/nee)	Toelichting op relevantie	Significantie (L/M/H)	Toelichting op significantie	Prioriteit (L/M/H)	Toelichting op prioriteit	Actie (ja/nee)	Voorgenomen acties
Bescherming van het milieu, biodiversiteit en herstel van natuurlijke leefgebieden	ja	SEO draagt bij aan het maatschappelijk debat middels wetenschappelijk onderzoek gericht op het beschermen van mens en milieu, het behouden van biodiversiteit en het herstellen van natuurlijke habitats. Bovendien benadrukken we proactief klimaatgerelateerde effecten in onze studies, ook wanneer dit niet expliciet door de klant wordt gevraagd, om hen te helpen milieu-impact mee te nemen in hun beslissingen.	L	Dit punt heeft een hoge prioriteit op de agenda's van onze stakeholders, met name onder overheden, ontwikkelingsorganisaties en NGO's. SEO streeft ernaar hen te informeren en te mobiliseren via onze onderzoeksstudies (bijv. omtrent klimaatfinanciering).	M	SEO kan hier voornamelijk aan bijdragen door de keuze van onderzoeksonderwerpen en de ontwikkeling van expertise op het terrein van duurzame economie.	ja	Structureel meer aandacht besteden aan duurzaamheid als onderzoeksonderwerp en het ontwikkelen van structurele economische expertise op dit terrein.

Tabel A.5 Kernthema: Eerlijk zakendoen

Onderwerp	Relevantie (ja/nee)	Toelichting op relevantie	Significantie (L/M/H)	Toelichting op significantie	Prioriteit (L/M/H)	Toelichting op prioriteit	Actie (ja/nee)	Voorgenomen acties
Anti-corruptie	ja	Anti corruptie wordt geadresseerd door over fraude en continuïteit in de jaarrekening te rapporteren. Een verdere bijdrage leveren het aanbesteden van een gedragsverklaring en een transparant beloningsbeleid.	M	Anti-corruptiepraktijken dragen bij aan de reputatie, de integriteit en de wettelijke naleving van SEO als organisatie en is significant om een ethische bedrijfscultuur te bevorderen.	L	SEO's anti-corruptiepraktijken worden bewust nageleefd, daarom is er op dit gebied geen dringende actie nodig.	nee	
Verantwoordelijke politieke betrokkenheid	ja	De onafhankelijkheid van SEO en medewerkers, het vastleggen van verantwoordelijkheid van medewerkers, interne beheersmaatregelen om onethisch gedrag van medewerkers tegen te gaan, de meldplicht over nevenfuncties, het volgen van de Nederlandse gedragscode wetenschappelijke integriteit, de openbaarheid van onderzoeksrapporten, en de training van medewerkers dragen bij aan een hoge verantwoordelijke politieke betrokkenheid.	H	Omdat SEO advies geeft en beleid beoordeelt is hoge verantwoordelijke politieke betrokkenheid cruciaal voor het werk van SEO. Hierbij is onafhankelijkheid geborgd.	L	Onafhankelijkheid is de kernwaarde van SEO en cruciaal voor haar commerciële reputatie. Omdat dit van toepassing is op het dagelijkse werk dat SEO uitvoert, is hier geen verdere actie voor nodig.	nee	
Eerlijke concurrentie	ja	SEO houdt zich aan de concurrentiewetgeving, borgt de onafhankelijkheid van de organisatie en de medewerkers en publiceert openbare onderzoeksrapporten.	M	Concurrentie stimuleert onderzoeksinstituten als SEO om innovatief te zijn en continu te streven naar verbetering. Dit komt ten goede aan de kwaliteit en betrouwbaarheid van de onderzoeksresultaten. Daarnaast dwingt eerlijke concurrentie tot een efficiënte inzet van financiën en personeel. Het draagt bij aan het vertrouwen van het publiek in de integriteit van de organisatie. Verder leidt concurrentie tot diversiteit in onderzoeksgebieden en benaderingen.	L	Eerlijke concurrentie is een kernpunt van de operaties van SEO, waar zij veel lange termijn commerciële baat bij heeft. SEO past de praktijken voor eerlijke concurrentie structureel toe. Daarom is op dit gebied geen dringende actie nodig.	nee	
Het bevorderen van maatschappelijke verantwoordelijkheid in de waardeketen	nee	SEO koopt nauwelijks producten of diensten in voor haar dienstverlening, waardoor zij nauwelijks de maatschappelijke verantwoording in de waardeketen kan beïnvloeden. Wel werkt SEO in haar dienstverlening vaak samen met partners, daarvoor zij verwezen naar het onderwerp Verantwoordelijke politieke betrokkenheid.	n.v.t.	n.v.t.	n.v.t.		nee	

Onderwerp	Relevantie (ja/nee)	Toelichting op relevantie	Significantie (L/M/H)	Toelichting op significantie	Prioriteit (L/M/H)	Toelichting op prioriteit	Actie (ja/nee)	Voorgenomen acties
Respect voor eigendomsrechten	ja	Intellectuele eigendomsrechten van SEO en van derden en openbare onderzoeksrapporten spelen een rol in het respecteren van eigendomsrechten. In verschillende documenten in het kwaliteits- en informatiebeveiligingsbeleid is vastgelegd hoe SEO omgaat met de auteurswet. In de algemene voorwaarden van SEO is opgenomen dat de intellectuele eigendomsrechten op al het in het kader van de overeenkomst met de opdrachtgever ontwikkelde materiaal (waaronder rapporten en analyses) berusten bij SEO. Er wordt zorgvuldig omgegaan met intellectuele eigendomsrechten van derden.	M	Intellectuele eigendomsrechten bieden een wettelijk kader voor het beschermen van creatieve en innovatieve werken. Wanneer mensen weten dat hun intellectuele eigendom beschermd is, zijn ze eerder geneigd om in onderzoek en ontwikkeling te investeren.	L	Het respecteren van intellectuele eigendomsrechten hoort tot de kern van de werkzaamheden bij SEO en is structureel verankert in de overeenkomsten die met opdrachtgevers en onderaannemers worden afgesloten. Daarom is op dit gebied geen dringende actie nodig.	nee	

Tabel A.6 Kernthema: Consumentenaangelegenheden

Onderwerp	Relevantie (ja/nee)	Toelichting op relevantie	Significantie (L/M/H)	Toelichting op significantie	Prioriteit (L/M/H)	Toelichting op prioriteit	Actie (ja/nee)	Voorgenomen acties
Eerlijke marketing, feitelijke en onbevooroordeelde informatie en eerlijke werkwijzen bij het sluiten van contracten	nee	Niet van toepassing, SEO verkoopt geen producten aan consumenten.	n.v.t.		n.v.t.		nee	
Het beschermen van de consumentengezondheid en -veiligheid	nee	Idem.	n.v.t.		n.v.t.		nee	
Duurzame consumptie	nee	Idem.	n.v.t.		n.v.t.		nee	
Dienstverlening aan consumenten, ondersteuning, oplossing van klachten en geschillen	nee	Idem.	n.v.t.		n.v.t.		nee	
Privacy en gegevensbescherming van consumenten	nee	Idem.	n.v.t.		n.v.t.		nee	
Toegang tot essentiële voorzieningen	nee	Idem.	n.v.t.		n.v.t.		nee	
Opleiding en bewustzijn	nee	Idem.	n.v.t.		n.v.t.		nee	

Tabel A.7 Kernthema: Betrokkenheid bij en ontwikkeling van de gemeenschap

Onderwerp	Relevantie (ja/nee)	Toelichting op relevantie	Significantie (L/M/H)	Toelichting op significantie	Prioriteit (L/M/H)	Toelichting op prioriteit	Actie (ja/nee)	Voorgenomen acties
Betrokkenheid bij de gemeenschap	ja	SEO draagt via wetenschappelijk en beleidsonderzoek bij aan kennisontwikkeling en kennisverspreiding, waarmee de gemeenschap zich verder kan ontwikkelen.	M	Als onderzoeks- en kennisinstituut staat het versterken van de kennispositie van zowel individuen als maatschappij aan de kern van ons bestaan.	L	Dit is momenteel al goed binnen SEO verankerd, we zoeken niet naar een uitbreiding van hoe dit thema bij SEO is belegd.	nee	
Opleiding en cultuur	ja	SEO draagt bij aan de kennispositie van de maatschappij door wetenschappelijk onderzoek te verrichten en de resultaten breed toegankelijk te maken via diverse media. Daarnaast bieden SEO-medewerkers opleidingen aan om een breed publiek in aanraking te laten komen met wetenschappelijk onderzoek. Bovendien, als onderdeel van sociale return activiteiten, ondersteunt SEO statushouders met taal- en loopbaanbegeleiding om essentiële sociale en culturele kennis over te brengen en hen te helpen een goede maatschappelijke positie te bereiken.	H	Als onderzoeks- en kennisinstituut staat het versterken van de kennispositie van zowel individuen en maatschappij aan de kern van ons bestaan.	M	Dit is momenteel al goed binnen SEO verankerd, tegelijkertijd vereist het voortdurende actie en betrokkenheid van medewerkers.	nee	
Het scheppen van werkgelegenheid en het ontwikkelen van vaardigheden	ja	SEO draagt bij aan de werkgelegenheid en persoonlijke ontwikkeling door studenten de mogelijkheid te bieden om stage te lopen en hen daarbij een passende stagevergoeding te geven. SEO-medewerkers investeren ook tijd en inspanning in social return activiteiten. Bovendien hanteert SEO een duurzaam HR-beleid dat gericht is op de ontwikkeling van medewerkers, inclusief begeleiding en opleidingsmogelijkheden, en het in vast dienst nemen zodra duidelijk is dat de match tussen werknemer en organisatie langdurig goed is.	M	Om een blijvende bijdrage te kunnen leveren aan de kennispositie van de maatschappij, is het van belang dat onze medewerkers zich voortdurend blijven ontwikkelen en op de hoogte blijven van de meest recente onderzoeksmethoden en -technieken.	M	Het bevorderen van kennis en vaardigheden vergt het voortdurend aanpassen van het opleidingsbeleid aan veranderende omstandigheden. Dit dient gepaard te gaan met een cultuur van kennisdeling en het beschikbaar maken van informatie (o.a. over mogelijke opleidingen).	ja	Versterking van het opleidingsbeleid, het bevorderen van kennisdeling en het verbeteren van de informatie over het opleidingsbeleid binnen SEO, o.a. via SharePoint.
Ontwikkeling en toegang tot technologie	nee	SEO houdt zich niet bezig met de ontwikkeling of verspreiding van technologie.	n.v.t.				nee	
Creatie van inkomsten en rijkdom	nee	SEO produceert vooral kennis en informatie waar de gemeenschap zelf zijn voordeel mee kan doen.	n.v.t.				nee	

Onderwerp	Relevantie (ja/nee)	Toelichting op relevantie	Significantie (L/M/H)	Toelichting op significantie	Prioriteit (L/M/H)	Toelichting op prioriteit	Actie (ja/nee)	Voorgenomen acties
Gezondheid	nee	SEO produceert geen producten of diensten die van grote invloed zijn op de gezondheid van individuen.	n.v.t.				nee	
Maatschappelijke investering	ja	SEO draagt bij aan een goed geïnformeerde samenleving door het uitvoeren en publiceren van wetenschappelijk onderzoek. SEO waarborgt de groei van (nieuwe) medewerkers via stageplekken en een intern opleidingsplan, terwijl medewerkers ook opleidingen voor externe partijen verzorgen. Daarnaast participeert SEO in social return activiteiten en (regionale) bijeenkomsten om kennis verder te verspreiden.	H	SEO investeert indirect in de maatschappij via het openbare en onafhankelijke wetenschappelijke onderzoek dat zij verricht voor vele soorten opdrachtgevers. Daarnaast investeert zij direct in de maatschappij via o.a. kennisdeling en social return activiteiten.	M	De social return activiteiten worden momenteel nog op ad hoc basis uitgevoerd, maar zouden meer kunnen worden gestandaardiseerd.	ja	SEO blijft op zoek naar nieuwe en structurele wijzen waarop social return vorm kan krijgen.