

# ONDERBOUWING ZELFVERKLARING MVO

BIJLAGE B REFERENTIEMATRIX: ANTWOORDEN OP  
ONDEZOEKSVRAGEN, CONFORM NPR 9026+C1:2012 EN  
NEN-EN-ISO 26000:2020

MVO-BELEID

**seo** • economisch onderzoek

## AUTEURS

MVO-WERKGROEP

## IN OPDRACHT VAN

SEO ECONOMISCH ONDERZOEK

AMSTERDAM, 16 DECEMBER 2025

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

# 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 60 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. 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/IEC 27001. Daarnaast is er een privacy & security officer aangesteld die toeziet informatiebeveiliging en privacyvraagstukken.

## 1.2 SEO en Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen

SEO vindt Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen (MVO) belangrijk en past de richtlijnen van NEN-EN- ISO 26000:2020 toe. SEO heeft hiervoor een MVO-Zelfverklaring opgesteld volgens het proces beschreven in NPR 9026+C1:2012. Deze zelfverklaring is van toepassing op alle onderzoeks- en bedrijfsactiviteiten van SEO en wordt periodiek bijgewerkt.

ISO 26000:2020 onderscheidt zeven MVO-kernthema's en bijbehorende onderwerpen:

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)

Het kernthema 'Consumentenaangelegenheden' is voor SEO niet relevant, omdat SEO geen producten of diensten aan consumenten levert. De relevantie, significantie en prioriteiten van de overige kernthema's zijn opgenomen in de 'MVO SEO - Prioriteitenmatrix kernthema's en onderwerpen'

Het onderzoek naar de toepassing van ISO 26000:2020 is uitgevoerd volgens NPR 9026+C1:2012. De huidige zelfverklaring heeft betrekking op de rapportageperiode 2025. In deze referentiematrix zijn alle NPR-vragen beantwoord en gekoppeld aan de relevante paragrafen uit ISO 26000:2020 en NPR 9026+C1:2012.

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

Hoofdstuk en paragraaf	ISO 26000	NPR9026
<b>1 Inleiding</b>		
<b>2 MVO-principes</b>		
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
<b>3 Stakeholders</b>		
3.1 Stakeholders identificeren	5.3.2	6.1
3.2 Het betrekken van stakeholders	5.3.3	6.2
<b>4 MVO-kernthema's</b>		
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
<b>5 Integreeren van maatschappelijke verantwoordelijkheid in de organisatie</b>		
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 26000:2020 beschrijft een zevental basisprincipes voor maatschappelijke verantwoordelijkheid. Deze principes vormen 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, inclusief mogelijke negatieve effecten;
- de maatregelen die wij nemen om eventuele negatieve effecten te voorkomen of te beperken.

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](http://www.seo.nl)) en in het jaarverslag van de Raad van Toezicht van SEO. De jaarrekening van SEO is gedeponneerd 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 belangenverstremming);  
*Voorbeeld 1: De rollen, verantwoordelijkheden en bevoegdheden zijn duidelijk beschreven, waaronder bijvoorbeeld de tekenbevoegdheid.*  
*Voorbeeld 2: De gedragscode belangenverstremming 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-EN- ISO 26000:2020;

- 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, indien 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 belangenverstremming 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 het document 'MVO SEO - Prioriteitenmatrix kernthema's en onderwerpen' 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 geïnventariseerd. 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 26000:2020 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 het document 'MVO SEO - Prioriteitenmatrix kernthema's en onderwerpen'.*

- 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 in het document 'MVO SEO - Prioriteitenmatrix kernthema's en onderwerpen'.

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 prioriteit is te vinden in het document 'MVO SEO - Prioriteitenmatrix kernthema's en onderwerpen'.

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 in het document 'MVO SEO - Prioriteitenmatrix kernthema's en onderwerpen'.

**Vraag 18****Toelichting op prioriteitsstelling (leg ook uit waarom bepaalde onderwerpen wel en niet zijn meegenomen):**

Een toelichting op de prioritering is te vinden in het document 'MVO SEO - Prioriteitenmatrix kernthema's en onderwerpen'.

**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 26000:2020 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-EN-ISO 26000:2020 (met gebruik van NPR 9026+C1:2012).*
- ✓ 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 belangenverstrengeling (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 belangenverstrengeling (door ons vastgelegd in de gedragscode belangenverstrengeling).*
- ✓ 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 informatie-verstrekking vanuit de MVO-werkgroep. Mocht daar behoefte aan zijn, dan is er voldoende ruimte om ontbrekende competenties te ontwikkelen met 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.
- ✓ Door periodiek te beoordelen of wij in onze procedures en processen voldoende rekening houden met maatschappelijk verantwoordelijkheid.

*Toelichting: Ons MVO-beleid is onderdeel van ons kwaliteitsbeleid.*

*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 26000:2020 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 in het document 'MVO SEO - Prioriteitenmatrix kernthema's en onderwerpen'.

## 5.8 Selecteren van MVO-initiatieven en -instrumenten

**Vraag 38****Aan welke MVO-initiatieven en eventuele bijbehorende instrumenten neemt uw organisatie deel?**

- Zelfverklaring ISO 26000:2020 met NPR 9026+C1:2012 referentiematrix
- Charter diversiteit

**Vraag 39****Welke van de onderstaande punten heeft u overwogen bij de keuze voor dit initiatief?**

- ✓ Ondersteunt de principes NEN-EN-ISO 26000:2020.
- ✓ 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 in het document 'MVO SEO - Prioriteitenmatrix kernthema's en onderwerpen'.