

Maatschappelijke Relevantie



Ons AQ – IQ – EQ en SQ

voor maatschappelijk verantwoord ondernemen

Binnen AethiQs geloven wij in de (veer)kracht van de maatschappij en maatschappelijke relevantie. Als kennisintensieve organisatie vinden wij het onze plicht om een bijdrage te leveren die verder gaat dan alleen woorden op papier. Wij onderschrijven de Global Compact van de Verenigde Naties. Als adviesbureau menen wij een bepaalde invloed te hebben op onze omgeving, sociaal en humaan beleid en governance, op basis van onze ESG-principes. Hoe beperkt onze invloed ook is c.q. kan zijn, wij doen dit vanuit een gedachte van drie keer liefde.

Liefde gaat verder dan het alleen goed willen uitvoeren van een ESG-beleid. Het gaat over eigenaarschap, energie, samen, partnerschap en delen waar je goed in bent, het gaat over maatschappelijk verantwoord leiden. Wij geloven in liefde voor klanten (1), door als trusted advisor voor en met ze te werken. En dan wel klanten die streven naar een schone en duurzame wereld. Liefde voor het vak (2), door echt de laatste stand van kennis en innovatie te kennen en daar waar kan te initiëren. Wij publiceren regelmatig over ons vak en onze visie op het vak. Liefde voor onszelf (3), door zelfreflectie te hebben en te begrijpen waar wij goed in zijn en waarin niet. Wij staan open voor en in verbinding met onze klanten, beroepenveld en onze eigen collega's. Het gaat hier om ons leiderschap als kennisintensieve organisatie. Deze liefdes brengen met zich mee dat wij ons ESG/MVO-beleid hebben vastgesteld op basis van de bekende drie P's: people, planet en profit.

People



Advieswerk met relevantiewaarde is vooral mensenwerk. Het gaat erom om op basis van kennis en kunde de klant een advies met maximale relevantiewaarde te geven. Dit krijgt onder meer vorm door niet steeds voor rekening van de klant het wiel opnieuw uit te vinden, maar eerdere ervaringen en ontwikkelde concepten her te gebruiken en toe te snijden op de klant specifieke situatie. En dit hergebruiken doen wij dan cross-sectoraal, omdat wij ervan overtuigd zijn dat de uitdagingen van zowel individuele klanten als sectoren wel bijzonder maar niet uniek zijn en er dus prima van elkaar geleerd kan worden. Hiernaast hanteren wij het principe van de 'pizzapunt'. Wij gaan niet alles wat wij ontwikkeld hebben in volle omvang in rekening brengen bij onze klanten. Wij slaan onze ontwikkelingskosten om over onze totale klantenportefeuille en brengen niet alles bij een klant in rekening en bij de volgende klant weer. Om dit te laten slagen delen wij ervaringen ook binnen onze eigen organisatie, zodat elke medewerker in staat is om adequaat te kunnen adviseren. In de klantcontacten kunnen adviseurs dan maximaal presteren met een hoge intensiteit en een minimale tijdsbesteding van de klant.

Planet

De aard van onze werkzaamheden zijn op zichzelf niet belastend voor het milieu. Wel kan de wijze waarop wij onze werkzaamheden uitvoeren verschil maken voor de belasting van het milieu. Als voorbeeld noemen wij een aantal maatregelen die wij hebben genomen:

- Minimaliseren van fysieke verplaatsingen (zowel verplaatsingen naar de klant als naar het eigen kantoor);
- Als er geen noodzaak is voor direct contact, dan werken wij op afstand samen vanaf een thuiswerklocatie; wij beschikken over faciliteiten om dit te realiseren. Additionele voordelen zijn:
 - People: geen frustratie over files;
 - Profit: een hogere utilisatie van medewerkers.
- Minimale huisvesting en dus minder energieverbruik, wat ook weer mogelijk is doordat er zoveel mogelijk op afstand wordt gewerkt;
- Zoveel mogelijk digitaal werken en gedigitaliseerde archieven aanhouden;
- Vrij beschikbaar stellen van kennis aan (potentiële) klanten. Als adviesbureau zijn wij hierdoor een aantrekkelijke partner voor klanten. Daarmee kunnen wij acquisitie-inspanningen minimaliseren. Dit betekent minimalisatie van overhead en minder belasting van het milieu door overhead. Additioneel voordeel is, dat dit kan bijdragen aan de Profit van de klant, als men deze kennis zelfstandig kan gebruiken en toepassen. Zo hebben klanten dan geen dure adviseur meer nodig.
- Onze belangrijkste leveranciers werken met een gelijksoortig MVO-beleid.
- Wij werken met refurbished laptops, om zo het milieu niet onnodig te belasten.
- Daar waar kan reizen wij zoveel mogelijk met openbaar vervoer.
- Wij kopen maatschappelijk verantwoord in als het gaat om onze marketing artikelen.

Profit

In het verlengde van het voorgaande kunnen wij ten aanzien van onze belangrijkste bron van inkomsten het volgende zeggen: Advies ten behoeve van klanten levert een variabele geldstroom op.

Deze geldstroom moet enerzijds de vaste kosten en anderzijds de variabele beloning dekken. Een belangrijk gedeelte van onze medewerkers wordt beloond op basis van het aantal declarabele uren. Hierin schuilt het risico van een perverse prikkel, immers hoe hoger het aantal uren des te hoger het inkomen waarbij de kwaliteit en de eerder genoemde te leveren relevantiewaarde mogelijk onder druk komt te staan. Om dit tegen te gaan hebben wij het aantal declarabele uren begrensd op gemiddeld 1.200 uur per jaar (fulltime basis). De overblijvende tijd investeren wij in het behoud van de relevantiewaarde van ons bedrijf, zoals het volgen van opleidingen, verrichten van onbezoldigde maatschappelijke activiteiten, ondersteunen van goede doelen etc.

Wij zijn volledig onafhankelijk en ontvangen derhalve geen commissies of provisie van andere organisaties.

Onze Beliefs

1. De reistijd en daardoor het gebruik van de auto, dient minimaal te zijn. Dit vindt plaats door het beschikbaar stellen van regionale flexibele werkplekken en de mogelijkheid om thuis te werken. Indien een afspraak ook telefonisch of via webconferencing kan, dan verdient dat - zeker voor collegiaal overleg - de voorkeur boven een fysieke afspraak.
2. Er wordt minimale vaste kantoorruimte gehuurd.
3. Minimaal 1 x per maand komen alle medewerkers een dag fysiek bij elkaar om elkaar beter te leren kennen en ervaringen met elkaar te delen.
4. Per medewerker worden jaarlijks afspraken gemaakt over de persoonlijke doelen waaronder de bijdrage aan de relevantiewaarde van de organisatie en de (potentiële) klanten. Driemaandelijks worden deze afspraken geëvalueerd en waar nodig of gewenst bijgesteld.
5. Om onnodige facilitaire kosten (energie, papier) te voorkomen krijgen medewerkers een vast bedrag per maand als vergoeding voor hun persoonlijk gebruik. Overmatig gebruik wordt niet vergoed. Er zijn op kantoor geen printers.
6. Voor zover medewerkers geen concrete afspraken hebben met klanten of collega's, mogen zij hun tijd naar eigen inzicht indelen. Wel geldt voor telefoontjes of mails van collega's en klanten dat deze op dezelfde dag respectievelijk uiterlijk een dag later beantwoord dienen te worden.
7. Multidisciplinaire en wisselende samenwerkingsverbanden/teams zijn het uitgangspunt, zodat een ieder zich maximaal kan ontplooiën en de klant hier uiteindelijk ook de vruchten van plukt bijvoorbeeld door hergebruik van elders gegeven adviezen.
8. Medewerkers zijn ook op de thuiswerkplek gehouden aan de beveiligingsstandaarden en het gebruikersprotocol van onze organisatie om te voorkomen, dat klanten en collega's overlast ondervinden van malware, het niet beschikbaar zijn van informatie etc.
9. Wij hanteren zakelijke en persoonlijke integriteit en ethiek als essentiële fundamenten van onze cultuur.
10. Binnen de grenzen van onze invloedssfeer beschermen, ondersteunen en eerbiedigen wij de internationaal uitgevaardigde fundamentele mensenrechten.
11. Wij zullen ons zich er steeds van vergewissen dat wij niet medeplichtig worden aan schending van de mensenrechten.
12. Wij ondersteunen de uitbanning van iedere vorm van verplichte en gedwongen arbeid.
13. Wij ondersteunen de afschaffing van kinderarbeid.
14. Wij ondersteunen de bestrijding van discriminatie in arbeid en beroep.
15. Wij betrachteren voorzorg bij onze benadering van milieu en natuur.
16. Wij gaan elke vorm van corruptie tegen, inclusief afpersing en omkoping.



In onze visie komen deze Q's in alle 16 Beliefs naar voren.

Meer informatie? Stuur dan een mail naar Hallo@AethiQs.nl