

**Maatschappelijk
Verslag Yacht
2008**

YACHT

'Ons eerste maatschappelijk verslag is een ijkpunt'

Inhoud

Voorwoord	3
De opkomst van MVO	4
Yacht en MVO	6
Yacht en milieu	8
Yacht en diversiteit	14
Personele ontwikkeling en maatschappelijke betrokken- heid van medewerkers	16
Over Yacht	20

Voorwoord



Dit is een mooi moment. Een belangrijk moment. Dat is het eerste dat in me opkomt nu ik dit voorwoord schrijf van het eerste maatschappelijk verslag van Yacht. De publicatie hiervan werd hoog tijd. We realiseren ons binnen Yacht al jaren dat we maatschappelijk verantwoord willen ondernemen. Móeten ondernemen. En dat doen we ook. In toenemende mate, en op uiteenlopende manieren.

Maar wat doen we precies aan MVO? En wat willen we daarmee bereiken? Dat hebben we elkaar binnen Yacht en de buitenwereld nog nooit duidelijk verteld. Daarom is dit zo'n belangrijk moment. Een ijkpunt. Met dit eerste maatschappelijk verslag willen we laten zien wat we al doen aan maatschappelijk verantwoord ondernemen. Wat de pijlers zijn van ons MVO-beleid. En waar we naar toe willen op dit gebied.

Yacht wil van betekenis zijn. Dat is niet zomaar een kreet, maar een oprechte overtuiging. We willen van betekenis zijn voor onze medewerkers en onze klanten. Maar ook van betekenis voor onze omgeving. Die omgeving is geen abstracte buitenwereld. Yacht is een optelsom van mensen die vol in de maatschappij staan. Die weten dat het vandaag de dag niet alleen gaat om zoveel mogelijk winst of het najagen van de eigen belangen. En die, de een wat meer dan de ander, zich afvragen hoe zij een steentje kunnen bijdragen aan een betere wereld.

Daarnaast voelen we, zoals iedere organisatie, de terechte druk vanuit de maatschappij om maatschappelijk verantwoord te ondernemen. Onze klanten, prospects en leveranciers hebben verwachtingen over de wijze waarop Yacht omgaat met MVO. Dat geldt ook voor ambitieuze professionals die overwegen zich bij ons aan te sluiten. Die stakeholders verwachten dat wij als dienstverlener niet alleen rekening houden met hun belangen, maar ook met de belangen van mens en milieu. In de breedste zin van het woord.

Die uitdaging gaan we vol overtuiging aan.

Jan Hendrik Ockels
Directievoorzitter Yacht

De opkomst van MVO



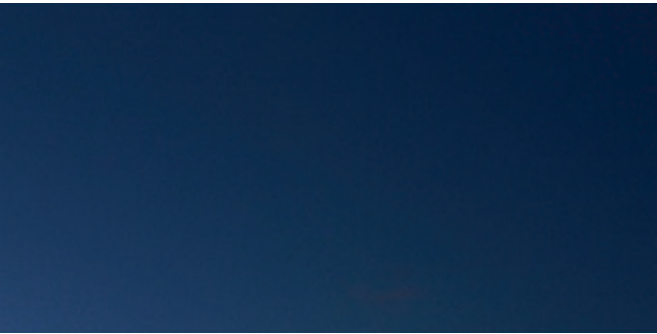
De aandacht voor Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen ('MVO') neemt steeds verder toe. Maar wat is MVO precies? Een bekende definitie gaat uit van de drie P's: een maatschappelijk verantwoorde onderneming streeft niet alleen naar winst (Profit); ze houdt ook rekening met de effecten van haar activiteiten op het milieu (Planet), en heeft oog voor menselijke aspecten binnen en buiten het bedrijf (People).

Het is in praktijk de kunst om een balans te vinden tussen die drie P's. Steeds vaker blijkt dat die balans leidt tot betere resultaten voor zowel het bedrijf als de samenleving. MVO is geen project, maar behoort integraal onderdeel uit te maken van de bedrijfsvoering. Bij MVO spelen immers alle kernprocessen van het bedrijf een rol, van inkoop en productie tot personeelsbeleid en marketing.

Aandacht neemt toe

Naast MVO zijn er vergelijkbare termen in zwang, waarvan 'duurzaam ondernemen' de bekendste is. Klassiek is de definitie van de commissie Brundtland die in 1987, in opdracht van de Verenigde Naties, het rapport 'Our Common Future' publiceerde: 'Duurzaamheid is het voorzien in behoeften van de huidige generatie zónder dat dit ten koste gaat van het vermogen van toekomstige generaties om in hun behoeften te voorzien'.

Dat was twintig jaar geleden. Maar al veel eerder nam de zorg voor het leefmilieu van mens en dier toe. In de jaren zestig en zeventig publiceerden wetenschappers over de catastrofale effecten van bestrijdingsmiddelen die boeren gebruikten om hun gewassen te beschermen. In 1970, op 'First Earth Day', demonstreerden liefst twintig



miljoen Amerikanen voor het milieu. En menigeen herinnert zich nog het sombere rapport van de 'Club van Rome', die in 1972 waarschuwde dat er toch echt grenzen aan de economische groei zijn.

Ook in Nederland groeide de aandacht voor MVO. In 2000 publiceerde de SER het adviesrapport 'De winst van waarden'. De SER noemde MVO 'de actieve en vrijwillige maatschappelijke rol die een bedrijf op zich neemt en die verder gaat dan het in acht nemen van wettelijke voorschriften.'

En dan is er in 2006 de documentairefilm 'An Inconvenient Truth' van Al Gore. Een film die menigeen de ogen opent: de urgentie van klimaat-aanpak blijkt hoger dan gedacht. Ook 'cradle to cradle', het gedachtengoed van Michael Braungart en William McDonough wint snel terrein; zij propageren een nieuwe visie op duurzaam ontwerpen. Waarbij producten niet worden ontworpen van 'wieg tot graf', maar van 'wieg tot wieg': gebruikte materialen worden na hun leven in het ene product, vervolgens nuttig ingezet in een ander product. Zo wordt afval weer voedsel.

Grote en kleinere organisaties omarmen MVO

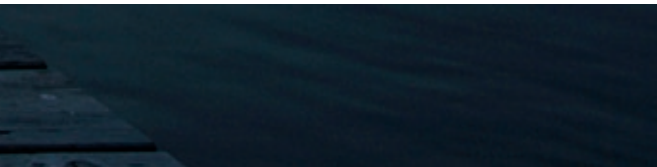
En bedrijven? Steeds meer organisaties maken werk van hun MVO-beleid. Ze richten afdelingen in voor 'Sustainability', 'MVO' of 'Corporate Social Responsibility'. Eind 2006 dringen de CEO's van Shell, Rabobank, Unilever, Nutreco, Arcadis, ABP, Fortis, ABN AMRO en KLM bij het kabinet aan op meer aandacht voor natuur, biodiversiteit en klimaat.

Ook het MKB omarmt MVO in toenemende mate. Volgens het platform MVO Nederland 'neemt

het aantal MKB-bedrijven dat zich inzet voor MVO gestaag toe'. Nu staatssecretaris Frank Heemskerk heeft aangekondigd van MVO een Nederlands exportproduct te maken, zal de groei naar verwachting verder toenemen. Teken aan de wand is dat ook steeds meer brancheorganisaties MVO-activiteiten opzetten voor hun leden; van bouwbedrijven tot natuursteenhandelaren, van reisondernemingen tot administratieconsulenten.

Voordelen MVO

Steeds meer partijen onderkennen de voordelen van Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen. We noemen er een aantal, in willekeurige volgorde:

- door MVO kan je als organisatie zichtbaar en concreet bijdragen aan een betere wereld;
 - een focus op minder energieverbruik en minder afval is goed voor het milieu en leidt tot verlaging van kosten;
 - de aandacht voor mens en milieu wakkert de betrokkenheid van medewerkers aan, gemotiveerder personeel is minder vaak ziek en productiever;
 - MVO kan de relaties met stakeholders versoepelen, als hun verwachtingen ten aanzien van een doordacht MVO-beleid worden waargemaakt;
 - steeds meer stakeholders (overheden, banken) stellen steeds sterkere MVO-eisen aan hun leveranciers of klanten;
 - bedrijven met een krachtige MVO-reputatie hebben een streepje voor bij klanten en op de arbeidsmarkt;
 - met MVO doen organisaties ook aan gezond risicomanagement, omdat ze met MVO de kans op imagoschade belangrijk verkleinen.
- 

Hoe zien wij MVO?

Voor Yacht is het essentieel om al zijn activiteiten op een maatschappelijk verantwoorde wijze uit te voeren. Hoe zien wij dat? In onze opvatting gaat MVO over transparantie, over maatschappelijk verantwoorde dienstverlening, over de mate waarin wij als onderneming bijdragen aan de lokale gemeenschap. Maar ook over de wijze waarop we onze uitstoot van CO₂ kunnen terugdringen en zo de directe impact van onze activiteiten op het milieu kunnen minimaliseren.

Het vinden van de optimale balans

MVO gaat in wezen om het vinden van een optimale balans bij de afweging van verwachtingen en belangen, van ál onze belanghebbenden: klanten, aandeelhouders, zakenpartners, wijzelf, de maatschappij als geheel. Daarbij komen we soms te staan voor keuzes en dilemma's. Zo willen we gezond groeien, maar tegelijk de uitstoot van CO₂ terugdringen. We werken er hard aan om die optimale balans te vinden. En willen daar voortaan op een transparante wijze verantwoording over afleggen.

Waarom doen wij aan MVO?

We realiseren ons dat MVO bij kan dragen aan versterking van onze reputatie. Dat weegt op een positieve manier mee in de beslissing van prospects om klant te worden. En van klanten om klant te blijven. Dat is mooi, maar 'goede pr' is voor Yacht niet de hoofdzaak: wij hebben

de intentie om MVO zo ver mogelijk in al onze activiteiten en processen te integreren. Alleen dan wordt MVO van betekenis. Daarom moeten MVO-activiteiten nauw aansluiten bij onze kernactiviteiten (het vinden en plaatsen van hoogopgeleide, ervaren vakspecialisten) en onze visie (mensen maken het verschil). Maar ook bij onze missie (met onze relaties werken we aan intelligente oplossingen, die duurzaam rendement opleveren en de grootste impact hebben) en onze kernwaarden (kennis, kwaliteit, betrouwbaarheid en samenwerking). Die aansluiting fungeert als onze interne MVO-meetlat.

Waar gaat MVO volgens Yacht concreet om?

Bijvoorbeeld om:

- energiereductie;
- slimmer rijden;
- werken aan diversiteit;
- duurzaam inkopen;
- uiteenlopend vrijwilligerswerk;
- het stimuleren van het gebruik van energiezuinige auto's;
- afvalscheiding.

Drie focusgebieden

Alle MVO-activiteiten van Yacht vallen onder drie, overkoepelende speerpunten: milieu, diversiteit en personele ontwikkeling en maatschappelijke betrokkenheid van medewerkers. In de paragrafen hierna werken we deze speerpunten verder uit.

Yacht en MVO



‘Er is echt iets aan de hand met het milieu, als professionele organisatie moeten wij MVO absoluut serieus nemen’

Jan Hendrik Ockels
Directievoorzitter Yacht



‘Vanuit MVO bewustere keuzes maken ten aanzien van huisvesting (de panden die we huren en de wijze waarop we ze inrichten), inkoop en het afsluiten van facilitaire contracten leidt direct tot verbetering van de werkomgeving en prikkelt de partijen waar wij mee samenwerken daar in mee te gaan’

Ewald Tijhaar
Manager Huisvesting & Facilities

Yacht en milieu

Huisvesting & Facilities

De MVO-doelen vanuit onze afdeling Huisvesting & Facilities (verantwoordelijk voor onder meer de vestigingen, facilitaire contracten, inkoop en mobiliteit) zijn het verbeteren van de werk- en leefomgeving, het terugdringen van de schadelijke impact ten gevolge van onze bedrijfsvoering en het beheersen van de kosten. Om dat te realiseren wil Yacht alle medewerkers, van hoog tot laag, prikkelen bewustere keuzes te maken ten aanzien van het gebruik van de aan hun ter beschikking gestelde middelen en mobiliteit. Zo werken we op alle mogelijke manieren aan het beheersen of terugdringen van onze CO₂-uitstoot en kopen we - waar mogelijk - duurzame producten in.

Vestigingen

Bij zowel de bestaande vestigingen als bij de aanhuur van nieuwe panden, let Yacht sterk op energiezuinige en -besparende maatregelen, zoals automatische lichtschakelingen die reageren op bewegingssensoren. Ten aanzien van het inbouwpakket is er bewust voor gekozen geen hardhouten parketvloeren meer toe te passen, maar in plaats daarvan recyclebare kunststofvloeren te gebruiken. Tevens is gekozen voor een open kantoorstructuur, waarbij het plaatsen van systeemwanden tot een minimum wordt beperkt. Hierdoor zijn er minder materialen nodig. Lichtreclames zijn vervangen door vlaggen, of door energiezuinige LED-verlichting.

Nog niet zo lang geleden werd er op iedere Yacht-vestiging gewerkt met één printer per twee werkplekken. Dat leidde tot inefficiënt gebruik en grootschalige vervanging van inktcartridges. Yacht heeft inmiddels al die relatief kleine printers vervangen door een paar grotere modellen, waardoor er nu per twaalf werkplekken de beschikking is over één printer.

Dat heeft geleid tot een verbeterde luchtkwaliteit en een significante reductie van inktcartridges, papierafvoer en energieverbruik.

Inkoop

Yacht wil ook bij de inkoop van producten en diensten tot maatschappelijk verantwoorde keuzes komen. We noemen daarvan een paar voorbeelden:

Inmiddels is op het hoofdkantoor al de overstap gemaakt naar 'Good Origin' koffie van fabrikant Douwe Egberts ('DE'). Met ingang van januari 2009 zal tevens op alle vestigingen van Yacht 'Good Origin' geschonken worden. Deze koffie werd in 2006 door DE op de markt gebracht, en is aantoonbaar 100% duurzaam.

Ook op het gebied van relatiegeschenken heeft Yacht ervoor gekozen dat alle artikelen op een 'goede manier' worden gemaakt. Onze leverancier is ISO 9001:2000 en ISO 14001 (milieu) gecertificeerd. Daarnaast zijn ze aangesloten bij de Fair Wear Foundation een NGO die zich inzet voor betere arbeidsomstandigheden in de textiel industrie (www.fairwear.nl). Niets gaat in productie voordat de fabrikant een Code of Conduct heeft ondertekend.

Vanaf 2009 zal Yacht de huidige lijn artikelen aanpassen. Waar mogelijk worden artikelen vervangen door natuurlijke materialen, FSC-papier, biologisch katoen etc.

Sinds 2006 worden er ieder jaar, medio december, in alle Yacht-vestigingen één of meerdere volledig opgetuigde kerstbomen geplaatst. Deze zijn van kunststof, geproduceerd in China (waaraan gegarandeerd geen kinderarbeid te pas is gekomen) en voldoen aan alle benodigde brandveiligheidseisen.



Veiligheid

Yacht neemt ook de veiligheid van zijn medewerkers en bezoekers in de vestigingen serieus. Op alle vestigingen van Yacht is Bedrijfs Hulp Verlening (BHV) georganiseerd. Per vestiging zijn BHV'ers opgeleid die ook per vestiging worden aangestuurd door een ploegleider. De ploegleider is het aanspreekpunt voor het Hoofd BHV. Deze is lid van en communiceert met het Crisis Management Team (CMT). Het CMT bestaat uit het hoofd BHV, vier directieleden en een voorzitter/ coördinator (onze algemeen directeur). Zo is adequate signalering, hulpverlening, afhandeling van calamiteiten en incidenten, alsmede nazorg gewaarborgd. Tevens zijn inmiddels alle vestigingen van Yacht voorzien van een AED (Automatische Externe Defibrillator). Onze eigen BHV'ers, alsmede diverse BHV'ers van medehuurd, zijn geïnstrueerd op het gebruik van de AED.

Mobiliteitsregeling

De Yacht Mobiliteitsregeling biedt medewerkers veel keuzemogelijkheden en rust op drie pijlers:

- a. keuzemogelijkheden voor medewerkers;
- b. maatschappelijk bewust ondernemen;
- c. kostenbewustzijn/kostenbeheersbaarheid.

Deze pijlers staan niet op zich, maar zijn in feite communicerende vaten. Als een medewerker vaker zijn auto laat staan en in plaats daarvan kiest voor vervoer per trein of fiets, draagt die keuze ook bij aan maatschappelijk bewust ondernemen en kostenbewustzijn/kostenbeheersbaarheid. Daarnaast streeft Yacht naar het terugdringen van het aantal leaseauto's. Het is namelijk gebleken dat medewerkers minder bewust omgaan met gebruik en verbruik zodra ze in een leaseauto rijden. Tegelijk wordt meer nadruk gelegd op zuiniger en slimmer rijden. En op het gebruik van auto's die het milieu minder belasten. We noemen hieronder een

aantal elementen uit de Mobiliteitsregeling van Yacht, ter ondersteuning van ons MVO-beleid.

Afzieregeling

Hierbij ziet de medewerker af van het gebruik van een leaseauto, met daarbij een keuze uit twee varianten. Ofwel, hij ontvangt een bruto uitkering van 120% van het leasenormbedrag exclusief BTW. Hij is zelf verantwoordelijk voor het aanwenden van dit bedrag voor noodzakelijk vervoer, met een eigen auto, motor of fiets, dan wel met het openbaar vervoer. Ofwel, hij ontvangt een bruto uitkering van 120% van het normbedrag exclusief BTW en schaft daarvan een OV-jaarkaart aan waarbij 100% van het restantbedrag bruto wordt uitgekeerd.

Budgetboxregeling (mobiliteitsbudget)

Deze regeling lijkt op de eerste variant uit de Afzieregeling. Het verschil is dat medewerkers al hun kilometers woon-/werk en zakelijk, en/of de kosten voor hun zakelijk openbaar vervoer, netto kunnen declareren ten laste van het bruto leasebudget. Ze genieten dus een extra belastingvoordeel; als er na een jaar nog budget resteert, wordt dat als brutovergoeding bij het salaris uitgekeerd.

Het aantal Yachters dat voor één van deze regelingen kiest, stijgt snel. Maakten in 2006 nog geen honderd medewerkers gebruik van deze regelingen. In 2007 waren dat er 280 en in december 2008, 405 medewerkers (op een totaal van ongeveer 2900 medewerkers die gebruik mogen maken van een leaseauto).

Smartpoolregeling

Bij een aantal vestigingen van Yacht is door groei een tekort aan parkeerplaatsen ontstaan. Bijhuren van parkeerplaatsen is geen optie. De Smartpoolregeling, die als pilot in één vestiging

van Yacht is geïntroduceerd, biedt uitkomst. Het idee hierachter is medewerkers te stimuleren om met het openbaar vervoer naar het werk te komen, en hun (lease)auto thuis te laten staan. Indien nodig, denk aan klantbezoeken, kunnen ze tijdens werkuren de beschikking krijgen over een poolauto, een Smart. Ruim dertig medewerkers maken hier regelmatig gebruik van, zodat het parkeerprobleem op de betreffende vestiging inmiddels een stuk minder is. Bijkomende voordelen: er worden minder autokilometers gereden, met daaraan gekoppeld een brandstofbesparing en een reductie op de CO₂ uitstoot. En we verminderen de file druk. Bij de facilitering van openbaar vervoer in het kader van deze regeling wordt Yacht ondersteund door Mobility Mixx, onderdeel van LeasePlan. Die verstrekt mobilitycards, een soort OV-creditcards, die de berijder van een leaseauto kan gebruiken voor het openbaar vervoer.

Fietsregeling

Medewerkers die op meer dan de helft van het aantal werkdagen met de fiets naar hun werk komen, kunnen in aanmerking komen voor de Yacht fietsregeling. Deze is bedoeld om het gebruik van de fiets in het woon-werkverkeer te stimuleren. De regeling houdt in dat medewerkers een onbelaste vergoeding van de catalogusprijs van hun fiets kunnen krijgen.

Naast deze elementen uit de Mobiliteitsregeling, doet Yacht ook het volgende in het kader van het mobiliteitsbeleid:

Energielabels auto's ABC

Sinds 2001 voorzien autofabrikanten hun auto's van energielabels met daarop informatie over het verbruik van de auto en de CO₂-uitstoot in vergelijking met auto's uit dezelfde klasse. Een auto met een A-label is het meest zuinig, met

een G-label het minst. Op het label hebben de categorieën A, B en C de kleur groen, D en E geel, en F en G de kleur rood. Van de 2440 auto's die Yacht van Leaseplan leest, heeft 81 procent een groen A-, B- of C-label. In 2007 was dit nog 78 procent. Inmiddels heeft 95 procent van alle bestellingen een groen A-, B- of C-label.

Hybride auto's

Sinds kort biedt Yacht medewerkers de gelegenheid om een (milieuvriendelijke) hybride auto te leasen. Met als bijkomend voordeel dat deze wat betreft fiscale bijtelling, 14 procent in plaats van 25 procent voordeliger is. De eerste zestien 'Yacht-hybrides' rijden inmiddels.

Dashboard

Met het rapportagetool 'Dashboard' heeft Yacht sinds einde 2007 inzicht in de ontwikkeling van kilometrages, verbruik, tankgedrag, schades en bekeuringen van het wagenpark van concernniveau tot op berijdersniveau. Van iedere berijder kan op ieder genoemd onderdeel de ontwikkeling bijgehouden worden. Bij excessen is het makkelijker hierover met de berijder in gesprek te gaan om verbetering te bewerkstelligen. De berijders kunnen ook zelf toegang verkrijgen tot hun eigen 'live' dossier.

Door meer specifiek inzicht kunnen we zuinig rijgedrag gaan belonen en slordig rijgedrag bespreekbaar maken.

Intranetsite 'Slim Rijden'

Op intranet biedt Yacht uitgebreide, praktische informatie over de wijze waarop medewerkers slimmer en zuiniger kunnen autorijden.

Professionals dichtbij klanten plaatsen

Een andere, logische wijze van beperking van het aantal autokilometers, is professionals dichtbij hun opdrachtgevers te plaatsen. Omdat Yacht beschikt over een goede, landelijke spreiding van professionals, vestigingen en klanten, kan dit beleid prima worden vormgegeven. In 2008 verbruikten alle Yacht medewerkers

gezaamenlijk 5,95 miljoen liter brandstof. We streven ernaar dit verbruik in 2009 met minimaal 5 procent te reduceren.

'CO₂ footprint'

De 'CO₂ footprint' is de 'voetafdruk' die bedrijven achterlaten door de uitstoot van CO₂ tijdens bedrijfsprocessen. Analyse van deze footprint draagt bij aan de bewustwording van onze activiteiten die bijdragen aan de emissie van broeikasgassen.

Yacht heeft deze footprint in de zomer van 2008 gemeten. Meer inzicht in het verbruik en het ontstaan van de emissies is de eerste stap op weg naar reductie. Yachts uitstoot van CO₂ is het totaal van met name het energieverbruik op de vestigingen van Yacht, de verbruikte brandstof van het wagenpark, consumptie van materialen als papier en inktcartridges, het aantal vliegbewegingen van medewerkers, en het gebruik van openbaar vervoer. Deze factoren zijn gewogen, volgens het model van de Climate Neutral Group. Daaruit komt de volgende score: 15.598,8 ton CO₂ uitstoot over de periode juli 2007-juli 2008. Het overgrote deel van deze CO₂ uitstoot wordt veroorzaakt door het wagenpark.

Yacht wil deze CO₂ footprint gebruiken als nul-meting, en streeft voor de volgende meting (in juli 2009) naar een verlaging van de uitstoot met drie procent.



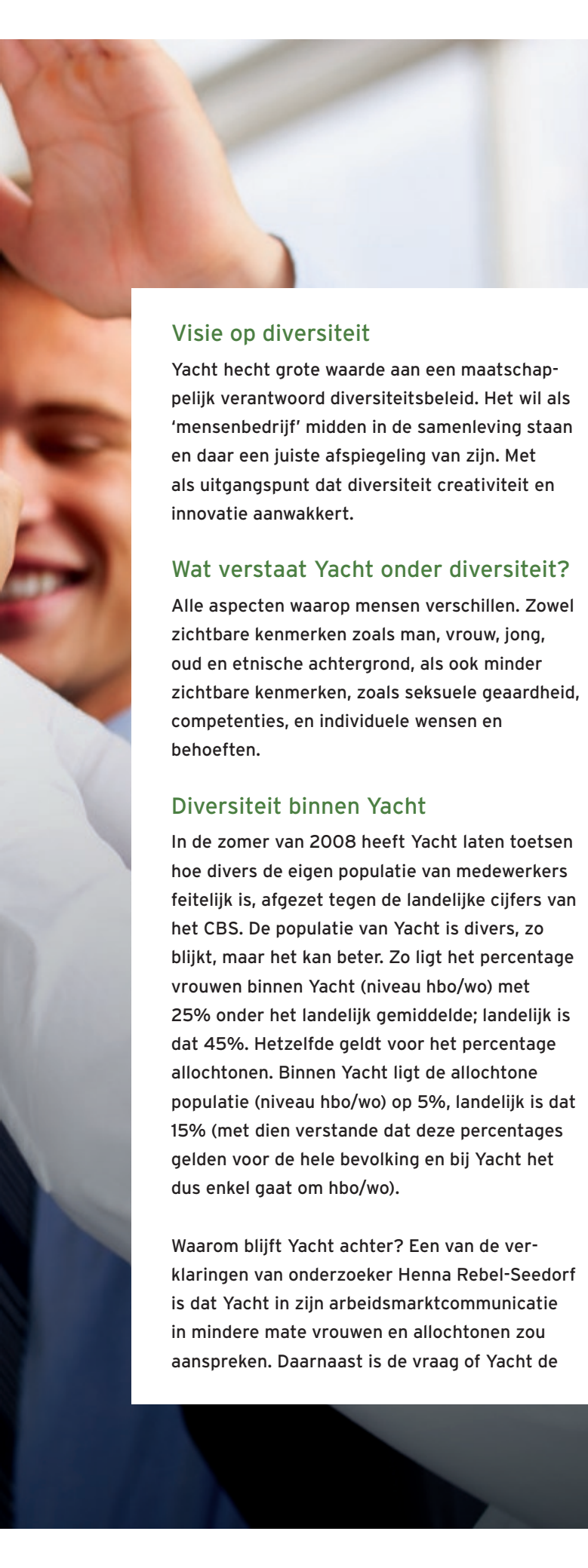
‘Uitgangspunt van het mobiliteitsbeleid van Yacht is: de best gereden kilometer is de niet gereden kilometer. Slimmer rijden, bewustere keuzes maken ten aanzien van mobiliteit. We kunnen nog heel veel doen aan de vermindering van onze CO₂ uitstoot, de reductie van onze mobiliteitskosten en beperking van de filedruk’

Yacht en diversiteit



**‘Hoe diverser onze medewerkers,
hoe beter. Want van anderen, van
andersdenkenden kun je vaak meer
leren. Het zet je aan het denken’**

Nini Feringa
HR-directeur



Visie op diversiteit

Yacht hecht grote waarde aan een maatschappelijk verantwoord diversiteitsbeleid. Het wil als 'mensenbedrijf' midden in de samenleving staan en daar een juiste afspiegeling van zijn. Met als uitgangspunt dat diversiteit creativiteit en innovatie aanwakkert.

Wat verstaat Yacht onder diversiteit?

Alle aspecten waarop mensen verschillen. Zowel zichtbare kenmerken zoals man, vrouw, jong, oud en etnische achtergrond, als ook minder zichtbare kenmerken, zoals seksuele geaardheid, competenties, en individuele wensen en behoeften.

Diversiteit binnen Yacht

In de zomer van 2008 heeft Yacht laten toetsen hoe divers de eigen populatie van medewerkers feitelijk is, afgezet tegen de landelijke cijfers van het CBS. De populatie van Yacht is divers, zo blijkt, maar het kan beter. Zo ligt het percentage vrouwen binnen Yacht (niveau hbo/wo) met 25% onder het landelijk gemiddelde; landelijk is dat 45%. Hetzelfde geldt voor het percentage allochtonen. Binnen Yacht ligt de allochtone populatie (niveau hbo/wo) op 5%, landelijk is dat 15% (met dien verstande dat deze percentages gelden voor de hele bevolking en bij Yacht het dus enkel gaat om hbo/wo).

Waarom blijft Yacht achter? Een van de verklaringen van onderzoeker Henna Rebel-Seedorf is dat Yacht in zijn arbeidsmarktcommunicatie in mindere mate vrouwen en allochtonen zou aanspreken. Daarnaast is de vraag of Yacht de

arbeidsvoorwaarden voldoende heeft afgestemd op de wensen van verschillende bevolkingsgroepen.

Yacht streeft naar verhoging van het percentage vrouwelijke medewerkers tot 30%. De kwaliteitseisen blijven daarbij onveranderd hoog. Het formuleren van streefcijfers op andere aspecten van diversiteit worden opgenomen in het MVO plan voor 2009.

Herintreders

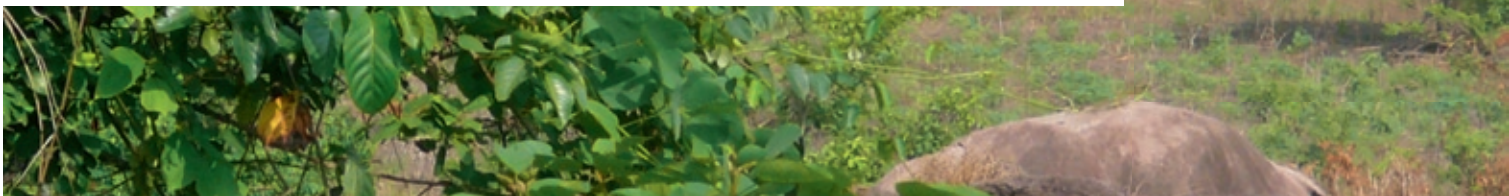
Ook zet Yacht zich in voor een betere arbeidsparticipatie van herintreders, van moeders (en vaders) met een uitkering. En met een hbo/wo achtergrond. Yacht ziet het als maatschappelijke taak deze mensen aan het werk te helpen. Daarnaast zijn er kansen: Yacht heeft de mogelijkheden het kennisniveau van mensen die een aantal jaren uit het arbeidsproces zijn geweest, snel 'bij te spijkeren', waarna ze hun weg naar de arbeidsmarkt weer kunnen vinden. Daarvoor zit Yacht in het bestuur van de Stichting Werkende Ouders.

Tevens neemt Yacht zitting in de Raad van Advies van LOF. Dit is een organisatie die zich richt op de hoger opgeleide, werkende, c.q. herintredende vrouw (of man). LOF geeft een magazine uit en organiseert evenementen. Zo was het initiator van 'Het Nationale Werkende Moederdag Ontbijt', waar in mei de prijs voor de werkende moeder van 2008 werd uitgereikt.

Yacht is in 2008 corporate partner van LOF, en doneerde daartoe EUR 30.000,-. Daarnaast wordt er menskracht geleverd om de evenementen te organiseren.



Personele ontwikkeling en maatschappelijke betrokkenheid van medewerkers



Eén van de bouwstenen in de strategie van Yacht is het voortdurend investeren in de kennis en vaardigheden van professionals. De Yacht Academy biedt een uitgebreid opleidingsaanbod gericht op vakinhoudelijke- en persoonlijke vaardigheden. Daarnaast werken we met instrumenten als coaching, intervisie en monitoring, waarmee Yachters zichzelf verder kunnen ontwikkelen. Waarbij het niet alleen draait om vakkennis, de 'hard skills', maar ook om de 'soft skills'. We stimuleren Yachters te groeien in hun competenties, in hun persoonlijke ontwikkeling. Dat verrijkt ze als mens en maakt ze tot betere, veelzijdigere professionals. Zodat ze écht van betekenis zijn in relatie tot hun omgeving. Maatschappelijke betrokkenheid maakt onlosmakelijk deel uit van die veelzijdigheid. Voor de één wellicht wat meer dan de ander. Of het nou gaat om milieuvriendelijk gedrag, een dag meedraaien in de gehandicaptenzorg, of een half jaar meehelpen aan een ontwikkelingsproject in Kenia.

Yacht ziet het als zijn opdracht om het maatschappelijk bewustzijn van zijn medewerkers verder te stimuleren en te ontwikkelen. Op de meest uiteenlopende manieren. In deze paragraaf noemen we een aantal projecten en activiteiten die een direct gevolg zijn van ons streven te handelen vanuit die oprechte, maatschappelijke betrokkenheid.

VSO

Voluntary Service Overseas is een internationale ontwikkelingsorganisatie die structurele hulp biedt in ontwikkelingslanden. Duizenden particuliere donateurs, fondsen en bedrijven (waaronder Yacht) steunen VSO. Deze organisatie zendt ervaren vakmensen uit, die hun kennis en ervaring uitwisselen met collega's ter plekke. Zo wordt de deskundigheid en capaciteit van lokale organisaties in een aantal arme landen versterkt. Yacht steunt VSO met als achterliggende gedachte dat we onze kerncompetenties willen

gebruiken om een tastbaar verschil te maken voor de armen in de wereld. Met als uiteindelijk doel: armoedebestrijding. Yacht ondersteunt VSO, naast financiële steun in de vorm van donaties, door het uitzenden van vakspecialisten, waardoor de leefomstandigheden van duizenden mensen zullen verbeteren.

Sinds 2005 werkten jaarlijks vier à vijf Yachters aan VSO-ontwikkelingsprojecten. In landen als Kenia, Indonesië en Eritrea, voor een duur van gemiddeld zes tot negen maanden.

People4Change

Deze organisatie versterkt ontwikkelingsprojecten duurzaam door professionals uit te zenden die vrijwillig hun kennis en ervaring inzetten voor specifieke opdrachten. Het gaat om kennis die lokaal niet aanwezig is of te duur om in te huren. In elke uitzending, voor de duur van gemiddeld een paar weken, staat kennisoverdracht centraal. Jaarlijks worden tien tot vijftien Yachters op deze wijze uitgezonden; ze investeren hun vrije dagen hierin, waarbij Yacht de rest betaalt.

Dagprojecten

Zijn de VSO-projecten langdurig, en de projecten via People4Change wat korter, Yachters hebben ook de mogelijkheid om een dag maatschappelijk actief te zijn. Ze mogen per jaar vijf dagen betaald verlof nemen, om mee te werken aan een maatschappelijk 'dagproject'. Yacht betaalt hun salaris op deze dagen gewoon door.

Lion Heart Foundation - Sierra Leone

In 2006 heeft een team van zeven Yachters de exploitatie in gang gezet van een oliepalm-plantage in Sierra Leone. Met de opbrengsten van deze plantage wordt het Magbenteh-ziekenhuis in de plaats Makeni inmiddels structureel gefinancierd. Daarnaast genereert dit ziekenhuis nu brandstof voor de eigen aggregaten, die bovendien milieuvriendelijker is dan de tot dan gebruikelijke dieselolie.

Het idee voor de oliepalimplantage komt van de Lion Heart Foundation. Deze stichting werft fondsen voor het Magbenteh-ziekenhuis. Het plantageproject voorziet in werkgelegenheid en is goed voor de lokale economie. Bovendien verbetert hierdoor de gezondheidszorg in het grootste ziekenhuis van Sierra Leone.

Met dit project toonden de zeven Yachters niet alleen hun maatschappelijke betrokkenheid; het project was voor hen ook een (succesvol) management development project, gericht op persoonlijke groei en ontwikkeling.

Het werk aan de oliepalimplantage was niet het enige project dat we deden in Sierra Leone. Dit Afrikaanse land is voor Yacht een speerpunt in het maatschappelijk beleid. Yachters zetten zich in voor uiteenlopende projecten in dit land, vaak in samenwerking met People4Change. Zoals het herstel van een waterkrachtcentrale in het dorp Yele, in samenwerking met partner Essent.

Biblioneef

Doel van de stichting Biblioneef Nederland is het bevorderen van leesplezier onder kinderen in ontwikkelingslanden. Kinderen die nauwelijks toegang hebben tot leesmateriaal. Elk jaar verzendt Biblioneef 500.000 nieuwe, voornamelijk Engelstalige, kinderboeken over de hele wereld. Yacht is donateur van Biblioneef, omdat we ons herkennen in de ambitie van deze stichting: talenten helpen om zich te ontwikkelen.

LaLuz

Steeds meer bedrijven doen niet alleen zelf aan maatschappelijk verantwoord ondernemen, maar stimuleren ook hun medewerkers om zich maatschappelijk in te zetten. Enerzijds creëert dit betrokkenheid van de medewerkers bij het MVO-beleid van de bedrijven, anderzijds komen de bedrijven hiermee tegemoet aan een behoefte die bij steeds meer medewerkers leeft: hun kennis en expertise inzetten voor een goed doel. Voor

de goede doelen is dit een welkome ontwikkeling, want zo kunnen zij vaak dure kennis kosteloos in huis halen.

Stichting LaLuz speelt in op deze trend door medewerkers, die naast hun werk vrijwillig hun expertise aan projecten beschikbaar te stellen, te matchen met ideële organisaties. Yacht is een van de bedrijven die medewerkers 'levert' aan LaLuz.

ZINA-project

Het ZINA-project is gericht op emancipatie en arbeidsparticipatie van allochtone vrouwen. Yacht ondersteunt dit project door het inzetten van een medewerker gedurende een jaar.

Yacht Werving & Selectie

De professionals van Yacht Werving & Selectie bieden hun diensten aan aan ideële organisaties tegen gereduceerd tarief. Voorbeelden hiervan zijn KWF Kankerbestrijding en het Wereld Natuur Fonds.



'Kennis delen werkt veel beter dan een grote zak met geld sturen'

Richard Zwartier
Manager Yacht Academy

Colofon

Uitgave

Yacht BV, Postbus 12610,
1100 AP Amsterdam
Tel. (020) 519 77 77

Bezoekadres

Diemermere 25, te Diemen.

Het Maatschappelijk
Verslag Yacht is te
vinden op: www.yacht.nl

Tekst Paul Groothengel

Redactie Yacht

Vormgeving Coek Design

Drukwerk PlantijnCasparie,
Capelle a/d IJssel bv

Over Yacht

Yacht is in Nederland marktleider op het gebied van detachering, interim-management en werving & selectie. Vanuit veertien kantoren in Nederland faciliteert Yacht de markt met een netwerk van 3.500 hoogopgeleide en ervaren interim-professionals. Ieder met unieke kennis en ambities. Yacht levert specialisten in Bouwkunde & Civiele Techniek, Finance, HRM, ICT, Legal, Logistics, Marketing & Communicatie, Procurement en Technology.

Missie

Met zijn relaties werkt Yacht aan intelligente oplossingen, die duurzaam rendement opleveren en de grootste impact hebben. Yacht doet dit vanuit zijn kernwaarden 'kennis', 'kwaliteit' en 'betrouwbaarheid'.

Kernactiviteit

Yacht geeft zijn klanten advies op het gebied van HR-oplossingen en helpt bedrijven zich duurzaam te ontwikkelen door het leveren van interim-professionals.

Onderdeel van Randstad Holding

Yacht is onderdeel van Randstad Holding NV. Randstad Holding NV is gespecialiseerd in flexibel werk en human-resourcesdiensten en heeft groepsmaatschappijen in Europa en Noord-Amerika. Randstad Holding is genoteerd aan de AEX van Euronext Amsterdam.

