DEEL ONLINE

DUURZAAMHEID: EEN ESTAFETTE, GEEN SPRINT

“Bij BMW doen we niet aan duurzaamheid; we maken BMW duurzaam”, stelt ESG-manager Miranda Dirriwachter van BMW Financial Services Nederland, waarvan ook Alphabet deel uitmaakt. Was ESG eerst een activiteit, nu is het identiteit. “Geen project, maar de kern van wie we willen zijn.”

De tijden zijn uitdagend. Wet- en regelgeving wordt verder aangescherpt, klantverwachtingen veranderen snel en investeerders eisen transparantie én daadkracht. Volgens Dirriwachter vraagt dit een heldere koers en een lange adem. “Duurzaamheid is geen sprint, maar een estafette”, zegt ze. “Je geeft door waar je aan begint en dat vereist volharding, strategie en samenwerking, zelfs met concurrenten.”

BMW Financial Services kiest voor twee sporen. Enerzijds wordt duurzaamheid meetbaar en zichtbaar gemaakt, anderzijds is het thema verankerd in de cultuur. “Zo blijven we de noodzaak duiden voor de organisatie. Ook is iedereen met wie we samenwerken voor ons een partner – van klant tot leverancier”, vertelt Dirriwachter. “We toetsen onze eigen keten; beoordelen en ondersteunen leveranciers op duurzame criteria en sociale prestaties.”

ERKEND LEERBEDRIJF

BMW Financial Services onderneemt verschillende activiteiten op het gebied van sociaal ondernemen. Zo is de onderneming PSO-gecertificeerd en biedt deze ruimte aan mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt. Alle vestigingen zijn erkend leerbedrijf. Het programma ‘Shape Our Future’ brengt thema’s als diversiteit, inclusie en maatschappelijk engagement samen. Medewerkers ondersteunen mensen voor wie mobiliteit niet vanzelfsprekend is, zoals van de Zonnebloem, of maken ritjes in bijzondere BMW- en MINI-modellen met kinderen van het Sophia Kinderziekenhuis. “Zo geven we echt iets terug aan de maatschappij”, zegt Dirriwachter.

ESG GEEN MARKETINGVERHAAL

Op het gebied van milieu monitort BMW de eigen footprint met de Alphabet Mobility Assistant-app, waarmee medewerkers en klanten automatisch hun reisbewegingen registreren. “Dat is niet alleen noodzakelijk voor rapportages, maar schept ook bewustwording van de eigen CO_2-uitstoot”, zegt Dirriwachter. ESG is voor haar geen marketingverhaal; het draait om structurele waardecreatie. “Mijn doel is niet om groen te kleuren wat er al is”, benadrukt ze. “Maar om te laten zien dat mensgerichtheid, verantwoordelijkheid en commercie elkaar kunnen versterken.” Dat vraagt om integratie op elk niveau. ESG is bij BMW Financial Services dan ook niet enkel belegd bij één team, maar er zijn ESG-verantwoordelijken binnen alle afdelingen in de organisatie. “Iedereen draagt verantwoordelijkheid. Alleen zo wordt duurzaamheid geen taak meer, maar een gewoonte.” <

‘DUURZAAMHEID IS GEEN PROJECT, MAAR DE KERN VAN WIE WE WILLEN ZIJN’

Miranda Dirriwachter