



Sustainability standard
for schools and
companies in the Hair
& Beauty sector

Certification
4 star - system



Funded by
the European Union



Funded by
the European Union



Certificering: 4-sterren systeem

Auteur: Stivako

Future skills for a better life in Sustainable Salons is een Europees project dat de duurzame ideeën via onderwijs en opleiding wil combineren met innovatieve ideeën binnen de sector.

Dit project is gefinancierd met steun van de Europese Commissie. Deze publicatie geeft enkel de visie van de auteur weer en de Commissie kan niet verantwoordelijk worden gesteld voor het gebruik van de informatie die erin is vervat.

De projectpartners en geassocieerde partners binnen dit programma zijn:



© 2023 Sustainable Salon project, Erasmus+ 2020-1-NL01-KA202-064515. No part of this document may be reproduced in any form without the authorisation of Stivako (project coordinator) and the authors. Version 1.

Contact address: Stivako info@stivako.nl. Project website: www.sustainable-salon.info.

0. INLEIDING

Milieuzorg betekent dat het bedrijf bij elke activiteit en besteding rekening houdt met de consequenties voor het milieu. Hiervoor wordt ook de term duurzaamheid of duurzaam ondernemen gebruikt. Het gaat bij milieuzorg om de effecten op ecologisch gebied, zowel op korte als op lange termijn. Met Milieuzorg voorkomt men bijvoorbeeld dat bedrijfsactiviteiten in het gedrang komen door natuurlijke barrières zoals het opraken of niet toegankelijk zijn van hulpbronnen. Milieuzorg levert ook besparingen op. Denk aan directe besparingen zoals het terugdringen van energiekosten of inkoopkosten, maar ook indirecte besparingen zoals meer betrokkenheid van de medewerkers, hetgeen zich kan vertalen in minder verloop en minder verzuim. Een ander voordeel van milieuzorg/duurzaamheid is dat dit ook onderscheidend vermogen biedt ten opzichte van concurrerende partijen. Een goede naam op het gebied van duurzaamheid kan in de toekomst de onderscheidende factor zijn. Stakeholders (betrokkenen) vinden het belangrijk dat bedrijven verantwoord bezig zijn, geen bedrijf ontkomt eraan om antwoorden te kunnen geven op vragen vanuit de overheid, burgers, klanten of maatschappelijke groeperingen.

Een certificaat is een bewijs van onafhankelijke beoordeling van een aspect van uw organisatie. Het milieuzorgsysteem voor de kapperssector is afgestemd op de sector en volgt de ISO-14001 norm.

De in het project Sustainable salon ontwikkelde milieuzorg systeem is gemaakt om milieuzorg binnen bedrijven toepasbaar en meetbaar te maken. De systeem biedt als het ware een complete kapstok voor het verankeren van duurzaam ondernemen in de bedrijfsvoering van de kapsalon of de praktijkruimten van een kappersschool. Het systeem (en de audit formulieren) geeft de eisen aan waaraan maatregelen en voorzieningen moeten voldoen; de concrete invulling hiervan blijft altijd een keuze van het bedrijf/school zelf.

1. Certificering

Een certificaat is een schriftelijke verklaring, meestal bedoeld als bewijs van de kwaliteit van een bedrijf, mensen, dienst of product. Aan de afgifte van een certificaat liggen doorgaans verschillende criteria ten grondslag, zoals: normen, wettelijke eisen of regels van de bedrijfstak. De afgifte van een certificaat wordt gewoonlijk voorafgegaan door een verificatie, zoals een inspectie, audit of andere vorm van verificatie. Op die manier kunnen producten, processen, diensten, systemen of personen in aanmerking komen voor een certificaat. Certificering is dus het proces van toetsing. Bijvoorbeeld of een kapsalon voldoet aan de eisen van duurzaamheid. Deze eisen worden dan beschreven in een zogenaamd duurzaamheidssysteem waarin een norm is vastgelegd wanneer een salon wel en niet aan de eisen voldoet. Dit wordt vastgesteld door een inspectie (audit) door een externe organisatie (certificeringsorganisatie) en als het bedrijf hieraan voldoet, krijgt het een certificaat of keurmerk. Daarmee kan het aan zijn klanten, leveranciers en anderen aantonen dat aan bepaalde eisen (bijvoorbeeld op het gebied van duurzaamheid) voldaan zijn.

2 Certificatie binnen het milieuzorgsysteem Hair and Beauty

Binnen het systeem zoals dat binnen het project is opgezet is gekozen voor een stapsgewijze certificering.

Het milieuzorgsysteem voor de Hair and Beauty sector is ontwikkeld met een groeimodel als uitgangspunt. Hierdoor is het voor alle typen gebruikers mogelijk op hun manier en op hun niveau met de inventarisatie en evaluatie van milieuomstandigheden binnen het bedrijf of school bezig te zijn. Het milieuzorgsysteem kent in totaal vier niveaus waarbij het eerste niveau de Start Invoering Milieuzorg niet aan de eisen van Wet & Regelgeving!

Niveau 1: een ster: Bewustwording

In dit niveau is het bedrijf/school gestart met de invoering van milieuzorg. Men heeft/gaat de zelfsscans invullen om op generalistisch niveau een beeld te krijgen van hun positie ten opzichte van milieuzorg en gaat zich inlezen met behulp van de diverse documenten zoals ontwikkeld binnen het project Sustainable salon en overige informatie.

Niveau 2: twee sterren: Positie bepaling

Met behulp van de interne audit formulieren Praktijk en Systeem en het werkboek gaat men de positie bepalen, prioriteiten stellen en het plan van aanpak ontwikkelen.

Niveau 3: drie sterren: Ingevoerde milieuzorg

Het plan van aanpak is uitgevoerd en de te nemen acties op praktijk niveau en systeem niveau zijn uitgevoerd. Men heeft na afloop een interne audit uitgevoerd om dit te controleren. Of men heeft een externe auditor een audit laten uitvoeren en wordt door deze partij gecertificeerd.

Niveau 4: vier sterren: Continue verbeteren

Na invoering en auitting blijft het bedrijf/organisatie het milieu verbeteren door de invoering van: "continue verbeteren". Ook wordt er extern gecommuniceerd over de duurzaamheid en milieuaspecten van het bedrijf naar haar stakeholders: klanten, overheid (gemeente), toeleveranciers, medewerkers etc.

ISO-14001 norm	Niet aanwezig	* START INVOERING * MILIEUZORG	** KERN- NIVEAU	*** INGEVOERDE MILIEUZORG	**** CONTINUE verbetering
		Bewustwording	Positie bepaling	Volledig geïmplementeerd	Verbetercyclus aanwezig
		Invullen zelfscans	Invullen Interne audit formulieren praktijk en systeem	Plan van aanpak: acties vanuit de auditformulieren praktijk en systeem	Invoeren continue verbetering
Milieu en energie op de werkplek (Norm 8)		Extended self assessment scan: Is your company/school sustainable?	Audit form Hair and Beauty: Practice audit ISO 14001	Uitvoeren acties plan van aanpak (systeem en praktijk)	BBT DOELEN-SMART
Milieu en energie bewustzijn (Norm 7)		Awareness scan salons: https://zelfscan.eu/awareness_salons			Extra aanbeveling: Extern communiceren (marketing-Imago)
Milieu en energie Organisatie (Norm 4-5-6-9-10)		Scan Organization context of a sustainable salon (only in English)	Systeembeschrijving (sustainable-salon.info)		
Relevante achtergrond informatie		<ul style="list-style-type: none"> • HANDBOEK • Leermiddelen (linken) • Stickers project • Tijdschrift project • Overige informatie 			

2 Continue verbeteren

Continu verbeteren is een aanpak waarbij werknemers op alle niveaus van een bedrijf proactief samenwerken om regelmatige, stapsgewijze verbeteringen tot stand te brengen. Het resultaat en tevens voordeel is meer werkplezier en grotere betrokkenheid, en dat continu.

De kern van continu verbeteren bijvoorbeeld van milieuzorg, is dat je niet harder, maar slimmer gaat werken. Deze methode die ontstaan is in Japan is specifiek gericht op de werkplek en de het stimuleren van initiatieven van de medewerkers.

Je leert door te doen, dat is waar continu verbeteren om draait. Daarbij geeft het veel energie als collega's verbeteren leuk gaan vinden en geïnspireerd raken. De prestaties gaan omhoog, de klant wordt beter bediend, er is meer werkplezier en betrokkenheid. Voor de teamontwikkeling heeft deze methode positieve gevolgen, omdat de suggesties voor het grootste deel rechtstreeks afkomstig zijn van de werkvloer.

Hoe pak je verbeteren als team aan in de praktijk?

Een veelgebruikte methode is Plan, Do, Check, Act (PDCA). In deze cyclus werkt een team gestructureerd en stap voor stap naar een oplossing. De manager heeft hier de rol van coach. Voor het slagen van zo'n cyclus is betrokkenheid van de leiding dus essentieel. Fouten maken mag, zolang iedereen ervan leert en je daarna weer verder gaat in een volgende cyclus. Een PDCA-cyclus kan er zo uitzien:

- Definieer scherp het probleem
- Verzamel de feiten
- Analyseer de feiten
- Genereer oplossingen
- Implementeer/invoeren
- Controle en borging, leren

In teams die naar tevredenheid werken aan continu verbeteren is het een onderdeel van hun dagelijkse activiteiten. Het vereist geen speciale functies of vaardigheden in de organisatie. In plaats

daarvan vertrouwen medewerkers op hun eigen kennis, gezond verstand en logica. De gecombineerde kennis, ervaring en vaardigheden van het team zijn meer dan voldoende voor succes. Fouten maken hoort hier ook bij. Een continu verbetercultuur heeft alleen een kans van slagen als mensen zich veilig voelen om fouten te maken, zodat ze kunnen leren.

Continue verbeteren: basis principes

Continu verbeteren kan dus eigenlijk overal en door iedereen toegepast worden. Dat klinkt misschien als een recept voor chaos; overal en door iedereen. Omdat te voorkomen zijn er binnen dit gedachtegoed 5 basisprincipes gedefinieerd;

1. Werken in kleine stapjes: verbeteringen worden uitgevoerd in kleine stapjes die binnen een relatief korte tijd uitgevoerd kunnen worden (bereikbare doelen formuleren).
2. Input van iedereen: ongeacht wie een verbetering gaat invoeren, iedereen binnen het bedrijf/organisatie is in staat om een bijdrage te leveren op mogelijke verbeteringen.
3. Eigenaarschap: het eigenaarschap voor verbetering ligt bij de medewerkers, niet bij de leiding/management. De medewerkers worden in staat gesteld om zelfstandig en naar eigen inzicht en kunnen verbeteringen te implementeren.
4. Communicatie: de noodzaak tot verandering en verbetering wordt duidelijk gecommuniceerd. Dit zorgt ervoor dat iedereen weet wat er speelt.

Analyse: verbeteringen worden geanalyseerd om te zien om het gewenste effect gerealiseerd wordt.

3 Best Beschikbare Technieken (BBT)

Het begrip Beste Beschikbare Technieken (BBT) staat voor de meest doeltreffende methoden die technisch en economisch haalbaar zijn, om emissies en andere nadelige gevolgen voor het milieu van een bedrijf te voorkomen. Deze worden toegepast als zij technisch en economisch haalbaar zijn voor de Hair and Beauty-sector.

Om meer duidelijkheid over het begrip Best Beschikbare Technieken te krijgen wordt onderstaande invulling van de drie elementen gebruikt:

- "Beste" betekent "beste voor het milieu als geheel", waarbij het effect van de beschouwde techniek op de verschillende milieuaspecten (lucht, water, bodem, afval) wordt afgewogen;
- "Beschikbare" duidt op het feit dat het hier gaat over iets dat op de markt verkrijgbaar en redelijk in kostprijs is. Het zijn dus technieken die niet meer in een experimenteel stadium zijn, maar effectief hun waarde in de bedrijfspraktijk bewezen hebben. De kostprijs wordt redelijk geacht indien deze haalbaar is voor een 'gemiddeld' bedrijf uit de sector én niet buiten verhouding is tegenover het behaalde milieuresultaat;
- "Technieken" zijn technologieën én organisatorische maatregelen. Ze hebben zowel te maken met procesaanpassingen, het gebruik van minder vervuilende grondstoffen, end-of-pipe maatregelen (dit zijn maatregelen die genomen worden om het milieu te verbeteren, nadat de afvalstoffen al geloosd zijn), als met goede bedrijfspraktijken.

4 Doelen formuleren

SMART-doelen maken vage wensen concreet en meetbaar. Wat zijn SMART doelen? SMART staat voor:

- **specifiek**, benoem details en maak duidelijk wat je voor ogen hebt. Maak je doel specifiek door te omschrijven wat je concreet wilt bereiken. Gebruik geen woorden die je op verschillende manieren kunt opvatten.
- **meetbaar**, Koppel cijfers aan je doelen. Denk aan de omzet, het aantal transacties, levertijd of hoe tevreden je klanten zijn. Druk deze cijfers uit in een percentage of in vaste cijfers. Zorg ook dat je deze cijfers kunt meten.
- **acceptabel**, iedereen die bij de doelen betrokken is, moet ermee akkoord gaan. Zonder draagvlak komt er weinig van je doelen terecht. Betrek collega's bij het opstellen en baseer je op ervaringen uit het verleden. Pas als jijzelf en anderen achter de doelen staan, zijn ze acceptabel.
- **realistisch**, Maak de doelen haalbaar. De kunst is om ze niet te makkelijk, maar ook niet onbereikbaar te maken. Bij een te makkelijk doel is het niet nodig om je extra in te zetten. En weten dat je je doel toch niet haalt, kan demotiverend werken. Een realistisch doel is een ambitieuze uitdaging waar je graag je best voor doet.
- **tijdgebonden**, leg vast op papier wanneer de activiteiten beginnen en eindigen. Een deadline maakt plannen eenvoudiger.

Als je SMART doel zijn eindpunt bereikt, is het tijd om te evalueren. Je analyseert dan wat er goed ging en wat beter kon. Op basis hiervan stel je nieuwe SMART doelen op.

Als je doelstellingen met deze methode opstelt, worden ze duidelijk en concreet. Werk je samen? Dan is voor iedereen helder waar je naartoe werkt. En als je alleen aan de slag gaat, houden SMART-doelen je scherp. De SMART methode werkt voor alle soorten doelen. Doordat je duidelijk maakt wat je wilt bereiken, heb je altijd helder voor ogen waar je het voor doet. Pas wel op dat deze kaders je creativiteit en ongebondenheid niet beperken.

5. Imago (verbeteren)

Een duurzaam imago wordt steeds belangrijker en dat belang zal met nieuwe generaties klanten alleen maar groter worden. Duurzaamheid geeft een positief en betrokken gevoel bij mensen. Ben je duurzaam bezig? Dan bekommer jij je om de natuur en de bijdrage van jouw bedrijf/school hieraan. Een duurzaam imago is waardevol, maar niet gemakkelijk te behalen en te behouden.

Wat is een imago?

Het imago is het beeld dat van een persoon, instelling, of bedrijf bestaat. Als een imago een grote bekendheid geniet bij een doelgroep, publiek of relatie kan dit zowel positieve als negatieve gevolgen hebben. Het imago wordt bepaald door verschillende factoren. Zo kunnen meningen van andere personen het beeld van een persoon, instelling of bedrijf bepalen. Ook spelen prestaties een grote rol: als de diensten geleverd worden zoals verwacht, dan valt dit positief uit, maar vinden er afwijkingen plaats dan kan dit het imago schaden.

Opbouwen duurzaam imago

Duurzaamheid en zorg voor het milieu is in geen enkele branche meer weg te denken. Ben je er zelf niet mee bezig, dan kunnen klanten, zakenpartners of de media aan de deur kloppen om te vragen om een verklaring. Verduurzaming is een term die steeds vaker terugkomt en waar ieder mens vroeg of laat mee geconfronteerd wordt. Zo ook als eigenaar van een salon in de Hair en Beauty of een school met een interne salon.

Dit milieuzorg systeem is ontwikkeld specifiek voor uw sector en gebaseerd op het ISO 14001 – systeem. De ISO 14001 is een internationale norm voor milieu-managementsystemen. Op het gebied van milieu is het de meest toegepaste norm. Met de invoering van ISO 14001 wordt het milieubeleid

in de gehele organisatie doorgevoerd. De norm is gericht op continue verbetering van milieuprestaties en de bescherming van het milieu.

Kanalen die het imago vormen

- Online: zoekmachine, website, sociale media, overige websites en vermeldingen, reviews en recensies
- Mond-op-mondreclame klanten
- Vormgeving en uiterlijk pand en interieur
- Artikelen in pers: vakbladen, krant etc.
- Folders, leaflets, signing, stickers etc.
- etc.

Beïnvloeden van het imago

Met een ingevoerd milieuzorg systeem kun je een positieve indruk maken op de stakeholders. Bij het beïnvloeden van het imago kun het 4-stappenplan gebruiken.

Stap 1. Inventariseren en analyseren

De eerste stap is om een inventarisatie te maken van wat er nu allemaal te vinden is over het bedrijf op het internet en offline. Vervolgens kun je analyseren wat voor online/offline imago je momenteel hebt.

Stap 2. Vaststellen gewenste imago

Na de inventarisatie kun je vaststellen wat het imago van jouw bedrijf moet zijn en wat het bedrijf wil uitstralen naar haar omgeving. Als dat is vastgesteld wordt bepaald wat en hoe dat imago kan worden veranderd.

Stap 3 Verwijderen, wijzigen en aanpassen

De volgende stap om al die gevonden informatie (online) ofwel te verwijderen, ofwel dusdanig aan te passen dat ze voldoen aan het gewenste imago. Reviews kun je natuurlijk niet veranderen. Soms zul je echter te maken krijgen met informatie die lastiger te verwijderen is. In deze gevallen zul je een eigenaar/beheerder/moderator moeten benaderen om dit voor jou te doen. Meestal zullen zij dit wel doen, mits jij een goed geschreven en goed beargumenteerd verzoek indient.

Stap 4 Opvolgen

De laatste en meest belangrijke stap is het continu bezig blijven met het imago. Om dat optimaal te doen moet je drie dingen blijven doen: monitoren (blijven scannen wat er aan informatie online en offline verschijnt), bijhouden, en bewust blijven (constant bezig te blijven met verbeteren en met name om bewust te blijven van het imago dat je wilt opbouwen).