

Voorstel

Sector/afdeling	S&I	ID-nummer	WBL-1581137097-381
Indiener	Roger Janssen	Portefeuillehouder	A. Jansen
Onderwerp	Geactualiseerd strategisch kader		
Datum vergadering	13 juli 2022	Agendapunt nr.	3.2

Voorstel

1. In te stemmen met het geactualiseerde Strategisch kader.
2. Dit Strategisch kader ter kennisgeving aan te bieden aan het Algemeen Bestuur.

Aanleiding (of korte toelichting)

Het Strategisch kader beschrijft de missie, visie, ambitie en strategische thema's en doelen inclusief kritische succesfactoren (zie bijlage 1). De bestuursopdracht van het AB WL in combinatie met andere beleidsdocumenten, besluiten en ontwikkelingen vormen het uitgangspunt voor de strategische thema's en doelen en dus het Strategisch kader. Het Strategisch kader wordt verder uitgewerkt in een Strategisch plan en de daarbij passende Meerjarenraming en Begroting. In het Strategisch plan zijn de strategische thema's en doelen met de kritische prestatie indicatoren concreter ingevuld.

In het DB van 30 november 2021 is besloten het Strategisch kader niet meer jaarlijks, maar bij een wijziging van strategische thema's of doelen voor te leggen ter besluitvorming.

Ook wanneer er een nieuw bestuur is geformeerd, zal het strategisch kader opnieuw ter bekrachtiging worden voorgelegd aan dit bestuur.

Argumenten

1.1 *Het aantal strategische doelen is verminderd*

Het doel 'Waarde naar binnen halen' hebben wij vertaald als 'Een ingericht en geborgd proces m.b.t. innovatie'. Innovatie is geen doel op zich maar een essentieel middel om streefbeelden te realiseren. Daarmee is Innovatie een Kritische Succes Factor (KSF).

'Keuzes maken die waarde toevoegen aan de maatschappij' hebben we vertaald als 'een Value case-methodiek is ontwikkeld'. Ook het hebben van een value case-methodiek is geen doel op zich. Een value case is een middel om de juiste keuzes te maken. Ook van de value case hebben we geconstateerd dat deze noodzakelijk is voor het bereiken van de strategische doelen. Daarmee is ook de value case-methodiek een KSF.

Met de transformatie van deze twee doelen naar KSF's zijn de strategische doelen gewijzigd en dus moet, volgens het besluit van 30 november 2021, het strategisch kader opnieuw vastgesteld worden.

Het strategisch thema 3 'vergroten maatschappelijke waarde' wordt gewijzigd door aanpassing van de strategische doelen behorende bij dit thema. De andere twee strategische thema's (thema 1: schoon en ecologisch gezond water en thema 2: vergroten duurzaamheid) en bijbehorende strategische doelen blijven ongewijzigd.

2.1 Het Strategisch kader vormt de basis voor de Meerjarenraming en Begroting

Omdat het Strategisch kader de basis vormt voor het realiseren van onze strategische thema's en doelen en daarmee de basis is voor de Meerjarenraming en Begroting wordt het Strategisch kader volgens afspraak ter kennisgeving aangeboden aan het Algemeen Bestuur.

Kanttekeningen

n.v.t.

Strategische doelen in relatie tot:

Het strategisch kader vormt de basis voor het realiseren van de strategische thema's.

Organisatie

De transformatie van de genoemde doelen naar KSF's heeft voor de organisatie geen gevolgen. Alleen de aanpak om tot resultaat te komen wijzigt deels.

Ondernemingsraad

Na besluitvorming wordt het Strategisch kader ter kennisgeving aangeboden aan de Ondernemingsraad.

Juridische aspecten

n.v.t.

Financiële consequenties

Vermindering van de strategische doelen heeft in dit geval geen financiële gevolgen, aangezien de doelen als KSF blijven bestaan.

Risico's

n.v.t.

Communicatie

Communicatie vindt plaats vanuit het strategieproces.

BIJLAGE 1: STRATEGISCH KADER

STRATEGISCH KADER

Missie, Visie, Ambitie

WBL heeft haar missie, visie en ambitie vastgelegd in 2014. De opgaven waar we voor staan, passen nog prima binnen de geformuleerde missie, visie en ambitie en zijn derhalve niet gewijzigd.

Missie

Zoveel mogelijk uit water halen.

Gezuiverd water en het residu geven wij een nieuwe bestemming waardoor we een fundamenteel verschil maken in samenleving en ecosysteem.

Visie

Wij streven ernaar met het zuiveren van water de wereld om ons heen gezonder en duurzamer te maken.

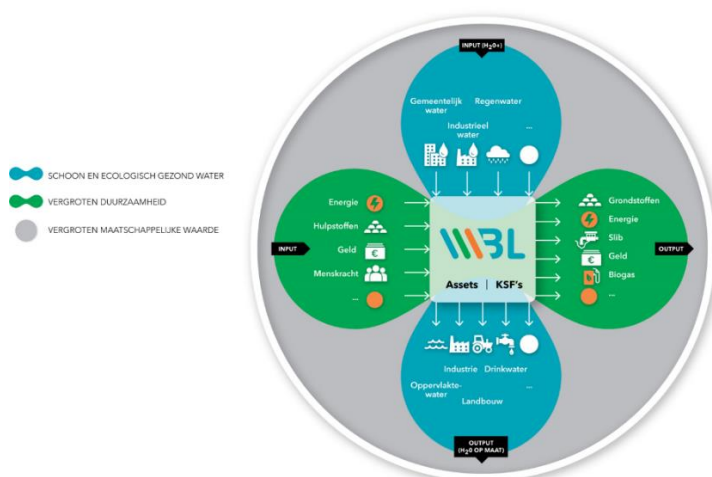
Wij bieden de beste werkomgeving voor mensen die deze passie delen en samen bieden we onze ketenpartners ongekende meerwaarde.

Ambitie

Het meest bewonderde grondstoffen-, energie- en waterketenbedrijf van Nederland worden door creativiteit, inventiviteit en hoge performance.

Strategische thema's

De strategische thema's zijn evenals de missie, visie, ambitie onveranderd gebleven. De thema's duiden waar we als WBL aan moeten gaan werken. De thema's zijn op strategisch niveau verder uitgewerkt in de onderliggende strategische doelen.



Thema 1: Schoon en ecologisch gezond water

Definitie: Schoon en ecologisch gezond water betekent focus op de kwaliteitsdoelstelling van de Europese Kaderrichtlijn Water (KRW). We geven uitvoering aan het Limburgse effluentbeleid (P en N) en aanvullende normen. We richten ons op nieuwe stoffen (microverontreinigingen met een prioriteit voor medicijnresten). We passen het gedachtegoed toe van normgericht naar effectgericht (denk aan redeneerlijjn afnameafspraken), zoeken naar andere toepassingen voor ons effluent en hebben meer grip op influent (indirecte lozings) en bronaanpak. Daartoe ontwikkelen en gebruiken we nieuwe en efficiëntere technieken en technologieën in het zuiveringsproces.

Dit leidt tot onderstaande strategische doelen:

1.1 Voldoen aan de Kaderrichtlijn Water: Zuiveringsdoelstellingen (met accent op van normgericht naar effectgericht) worden tijdig gehaald. Een integrale benadering binnen de afvalwaterketen staat centraal bij het uiterlijk 2027 realiseren van de KRW-eisen.

1.2 Verwijderen van medicijnresten, micro's en overige stoffen uiterlijk in 2030 op de "hot spot" locaties: Inzicht in prioritering en vaststellen van normen is daarbij essentieel.

1.3 Voor 100% voldoen aan afnameafspraken uiterlijk in 2027: Door toepassing van de redeneerlijjn overstortlozings (van normgericht naar effectgericht).

1.4 Andere toepassingen voor gezuiverd water: Door in dialoog met de stakeholders concrete afzetmogelijkheden te verkennen en toe te passen.

1.5 Managen van influent door te starten met een influent managementplan: Versturende industriële lozings identificeren en inzage krijgen in beïnvloeding op stoffen en hoeveelheden op verschillende niveaus: burgers, gemeenten, overheid, bedrijfsleven (bijvoorbeeld ook producenten van medicijnen) ten behoeve van bronaanpak.

Thema 2: Vergroten duurzaamheid

Definitie: Vergroten duurzaamheid betekent focus op het energie- en klimaatneutraal, circulair en sociaal duurzaam uitvoeren van onze taken en werkzaamheden, het alleen maar gebruiken van volledig hernieuwbare middelen, het volledig circulair werken en het creëren van zo veel mogelijk (financiële, ecologische en sociale) waarde daarbij.

Dit leidt tot onderstaande strategische doelen:

2.1 Energie verduurzamen door in 2025 tenminste zoveel energie uit hernieuwbare energiebronnen zelf op te wekken als wordt verbruikt.

2.2 Klimaatneutraliteit realiseren in 2050.

2.3 Klimaatbestendig in 2030 o.a. door hergebruik van effluent bij droogtebestrijding en door gebruik van assets die bestand zijn tegen de effecten van klimaatverandering: hogere temperaturen, langdurige droogte, meer en intensievere neerslag.

2.4 Volledig circulair in 2050: komen tot de meest duurzame keten van slib(eind)verwerking, duurzaam terugwinnen van grondstoffen, minimaal gebruik van primaire grond- en hulpstoffen en verlengen van inzetbaarheid en hergebruik van materialen.

2.5 Realiseren van toename of stabiliteit van biodiversiteit op terreinen van WBL en in relatie tot de directe omgeving.

2.6 Vergroten sociale duurzaamheid m.b.t. menselijk welzijn, welbevinden en welvaart.

Thema 3: Vergroten Maatschappelijke Waarde

Definitie: Vergroten maatschappelijke waarde betekent focus op het verwaarden van producten, diensten en kennis door actief verbinding te maken met de omgeving, kennispartner zijn vanuit innovatiekracht en door netwerkdenken en ketensamenwerking.

Dit leidt tot onderstaand strategisch doel:

3.1 Waarde naar buiten brengen: het ontwikkelen en leveren van producten en diensten aan partners en het delen van kennis en informatie zodanig dat het leidt tot een hoge waardering van onze partners.

Kritische succesfactoren

Om onze strategische doelen te behalen zijn kritische succesfactoren (KSF) gedefinieerd. Kritische succesfactoren zijn dynamisch. Zodra een kritische succesfactor ingericht en geborgd is in de organisatie beschouwen we een KSF niet meer als kritische succesfactor. Het is dan onderdeel van het reguliere werk. Monitoring en doorontwikkeling vinden plaats via de bestaande processen. De KSF's zijn onderstaand weergegeven:

KSF 1: Bedrijfsprocessen voor strategieproces zijn ingericht:

De komende jaren staan we voor de uitdaging om de strategische doelen te realiseren. De doelen zijn vertaald naar concrete activiteiten inclusief verantwoordelijken die als input gebruikt worden voor de jaarplannen van de diverse afdelingen. Wat we realiseren gedurende de diverse activiteiten meten en monitoren wij om zo de voortgang op deze activiteiten te bewaken en indien noodzakelijk bij te sturen. Deze realisatie is input voor het sturen op de strategische doelen. Ook hier meten en monitoren we voortgang. Indien nodig kunnen we weer bijsturen.

Middels deze KSF willen we al deze processen beschreven hebben en vastgelegd hebben wie verantwoordelijk is voor het proces en voor voortgang op resultaten. Een volgende stap is dat we deze processen ook geborgd willen hebben.

KSF 2: Processen voor Asset Management voor fysieke assets zijn ingericht:

Het assetmanagementsysteem richten we in op basis van de ISO 55000 norm. Door dit te doen zijn we in staat om onderhouds- en investeringsbeslissingen te nemen die een bijdrage leveren aan de strategische doelen en gebaseerd zijn op de juiste balans tussen risico's, prestaties en kosten.

KSF 3: Processen voor Informatiemanagement zijn ingericht:

WBL werkt hard aan de implementatie en uitvoering van haar strategie om een toekomstvaste datagedreven organisatie te worden. Vanuit de veranderingen die op ons afkomen en de daaruit volgende strategische bedrijfsvisie ontstaat de noodzaak voor helder Informatiebeleidsplan (Procesautomatisering (PA) en kantoorautomatisering (KA)). Dit Informatiebeleidsplan voorziet ons, bij de inrichting van het ICT-landschap, van heldere strategische principes en uitgangspunten. Het Big Data Platform is de schakel tussen PA en KA. Hier wordt op dataniveau PA en KA aan elkaar verbonden.

KSF 4: Processen voor Strategisch PersoneelsPlanning zijn ingericht:

We zorgen er voor dat de juiste persoon op de juiste plek in de organisatie zit. Daarbij kijken we niet alleen naar de huidige behoefte en beschikbare competenties, maar vooral ook naar behoeften en competenties die we in de toekomst nodig hebben.

KSF 5: Bedrijfsproces voor Innovatie is geborgd:

Onder innovatie verstaan wij het toepassen van voor WBL nieuwe zaken, die ons helpen om onze doelstellingen te realiseren. We zoeken met bedrijfsleven, kennisinstututen en opleidingen naar nieuwe oplossingen die we in de praktijk testen. Hierbij geven we ruimte voor lerend vermogen en maken we gebruik van pilots waarbij het onzeker kan zijn of die zich terugbetalen, ofwel we zijn bereid om verantwoord financieel risico te lopen. Het innovatieproces is ingericht inclusief rollen en verantwoordelijkheden. Het uitvoering geven aan het innovatieproces is een voorwaarde om te komen tot een steeds beter wordende innovatiecultuur.

KSF 6: Value Case-methodiek is ontwikkeld:

De keuzes die we maken voegen waarden toe aan de maatschappij omdat we de keuzes wegen op prijs, kwaliteit en duurzaamheid. Daartoe ontwikkelen we de Value-Case-methodiek.