

VAN AFVAL NAAR HERGEBRUIK

# ‘DUURZAAMHEID IS LEUK, MAAR DE BUSINESSCASE MOET WEL KLOPPEN’

Kopen, gebruiken, weggooien. Zonde toch? Zeker nu grondstoffen opraken en duurzaamheid steeds belangrijker wordt. Ondernemers willen wel, de overheid stimuleert het. En toch komt hergebruik maar moeizaam van de grond.

Probeer je klanten er maar eens van te overtuigen dat het huren van licht een goed idee is. Best een opgave, merkte Kevin Raaijmakers van Philips. Veel consumenten en bedrijven zijn gericht op het kopen, gebruiken en weer weggooien van spullen. ‘Maar als je met de juiste mensen aan tafel zit en uitlegt dat de kosten én levensduur van hun verlichting omlaag gaan, dan zijn ze geïnteresseerd. Duurzaamheid is leuk, maar de businesscase moet wel kloppen.’ Schiphol bijvoorbeeld huurt lampen van Philips, waardoor de stroomrekening werd gehalveerd. Ledlampen die op of kapot zijn, gaan terug naar de fabriek van Philips. Een mooi voorbeeld van circulair ondernemen. Genoeg grote bedrijven vinden het interessant. Weinigen lukt het echter om het voorbeeld van Philips te volgen, concludeerden de onderzoekers van het rapport *From rhetoric to reality*. De wil is er meestal wel, maar aan de uitvoering

schort het. ‘Veel bedrijven hebben slechts het topje van hun pink in het water gestoken van de circulaire economie’, beaamt hoogleraar Jan Jonker van de Radboud Universiteit. ‘Ook uit mijn eigen onderzoek bleek dat bedrijven wel heel enthousiast zijn, maar vervolgens weinig verder komen. Dat is een probleem, want bedrijven zijn de motor van de overgang van een lineaire naar een circulaire economie. Waarin grondstoffen niet meer vernietigd worden.’

**NIETS VERSPILLEN**

Vooropgesteld, zegt Jonker: Nederland is goed in recyclen, maar dat is iets heel anders dan circulair ondernemen. Bij recyclen wordt er naar het eindproduct gekeken: wat kunnen we er nog van gebruiken? Bij circulariteit wordt het product zo ontworpen dat het aan het einde van zijn levensduur makkelijk weer gemaakt of uit elkaar gehaald kan worden. Op een manier

die zo min mogelijk energie kost – want dat zorgt voor de uitstoot van CO<sub>2</sub> – en waarbij grondstoffen niet verspild mogen worden. Die raken namelijk op. Een volledig circulaire economie is misschien een utopie, maar wel een ultiem eindstation. ‘Het is ook niet makkelijk’, zegt Raaijmakers. ‘Elke stap in het productieproces moet opnieuw worden overwogen. Producten moeten opnieuw ontworpen worden, fabricageprocessen aangepast, eisen gesteld aan leveranciers, aan klanten. Je hele businessmodel wordt op de schop gegooid, waardoor je omzet bijvoorbeeld over een langere periode wordt uitgesmeerd. Dat is goed maar vooral ook anders en dat vergt verandering.’

**DUIZEND KEER DE EIFFELTOREN**

Sommige Nederlandse bedrijven zijn er wel mee bezig. Bijvoorbeeld beddenfabrikant Auping uit Deventer. Auping wil in de toe-



Kevin Raaijmakers (Philips)  
 ‘Producten moeten opnieuw ontworpen,  
 het fabricageproces aangepast’

komt bedden leasen aan consumenten en aan bedrijven als hotels en vakantieparken. Daar is de beddenfabrikant over in gesprek met financiële instellingen en marktpartijen. In die constructie blijft Auping, net als Philips met zijn ledlampen, eigenaar van het verkochte matras en dus van de grondstoffen. Het aantal matrassen dat in Nederlands jaarlijks de verbrandingsoven in gaat is ‘duizend keer de hoogte van de Eiffeltoren’, stelt directeur Aart Roos. Dat zijn grondstoffen die vernietigd worden. Consumenten die nu hun oude matras – ongeacht het merk – willen inleveren, worden aangespoord dat te doen in plaats van het naar grofvuil te brengen. Hiervoor heeft Auping een actief retoursysteem opgezet. ‘We halen tot wel duizend matrassen per week op. Wellicht een druppel op een gloeiende plaat, maar het voorkomt dat ze naar de vuilverbranding gaan’, legt Roos uit. De matrassen gaan naar RetourMa-

tras in Lelystad, waarbij de materialen teruggaan naar de klanten van dat bedrijf. ‘De cirkel is dus niet geheel gesloten binnen Auping, maar wel indirect, waarbij wij inzetten op hergebruik van materialen en grondstoffen.’ Het staal van de pocketveren gaat bijvoorbeeld naar Tata Steel: het bedrijf waar Auping weer staal inkoop voor de spiraalbodems.

#### HEILIGE GRAAL

Volgens Raaijmakers ‘logisch’ dat juist grote bedrijven zoals Philips als eerste op de kar springen. ‘Wij zijn zélf de fabrikant en bepalen voor honderd procent hoe het product in elkaar zit. Voor veel bedrijven geldt dat niet: die moeten het doen met producten die zijn aangeleverd. Voor ons is het veel makkelijker om het begin en het eind van de keten te overzien.’ Maar, zegt hij, ketensluiting hoeft ook niet gelijk de heilige graal te zijn. ‘Dat is het

einddoel ja, maar je kunt er zoveel tussenin doen. Uiteindelijk is het doel dat grondstoffen niet verbrand of weggegooid worden. Elk bedrijf moet zichzelf de vraag stellen: hoe kan ik ervoor zorgen dat mijn producten zo lang mogelijk bij één klant blijven?’ Dat begint al bij het ontwerp van het product. *Don’t mix odd materials*, zegt Raaijmakers. En, het is misschien wel heel efficiënt en goedkoop om een product uit veertig onderdelen samen te stellen, maar met een circulaire bril op zijn vier onderdelen beter. Dat gebeurt volgens hoogleraar Jonker nog veel te weinig. ‘De meeste mobiele telefoons kun je niet uit elkaar halen, doktersjassen bestaan bijvoorbeeld uit een mix van katoen en polyester die rechtstreeks de verbrandingsoven in gaat omdat de stoffen niet te scheiden zijn. Veel te veel van wat wij maken, heeft maar één doel: zo snel mogelijk weggegooid en weer vervangen worden.’



**Rob Boogaard (Interface, vloerbedekking)**

'Te veel van wat wij maken heeft  
maar één doel: snel weggooien en vervangen'

### **RADICALE VERANDERING**

Soms is een radicale omslag de enige oplossing, zegt directeur Rob Boogaard van Interface, de fabrikant van modulaire vloerbedekking. Al in 1994 besloot oprichter Ray Anderson tot een radicale koerswijziging. De navelstreng naar de olie werd doorgeknipt. 'En dat is gelukt', zegt Boogaard. 'Normaal gesproken is de tapijtfabriek een verlengstuk van de petrochemische industrie. Met onze aanpak gooiden we fundamentele aannames radicaal overhoop. Alsof je tegen een bakker zegt dat hij geen meel meer mag gebruiken.' In de tapijttegels van Interface wordt nylon gebruikt dat afkomstig is uit afgedankte visnetten. Die netten worden ingezameld in de kustgebieden van ontwikkelingslanden. Ook worden de grondstoffen van oude tapijttegels herwonnen en hergebruikt voor de productie van nieuwe tegels. In 2020 wil het bedrijf volledig klimaatneutraal produceren. Boogaard waarschuwt dat bedrijven circulair niet moeten zien als 'recycling 2.0.'. 'Een groen product kan niet uit een bruin bedrijf komen.'

## **'SOMS IS EEN RADICALE OMSLAG DE ENIGE OPTIE'**

Duurzaamheid gaat ook over het gebruik van hernieuwbare energie, sociale inclusie binnen het bedrijf en milieu-herstellend werken. Je kunt geen *shortcut* naar duurzaamheid nemen.'

### **OMDRAAIEN EN STIMULEREN**

Maar hoe moet de rest van het bedrijfsleven die kant op? 'De industrie moet met voorbeelden komen en de overheid met voorwaarden. Auto's worden bijvoorbeeld belast naar uitstoot. Dat jaagt innovatie aan', zegt Boogaard. 'De overheid kan het belastingstelsel gebruiken om de markt en de consument in de juiste richting te krijgen. Arbeid wordt zwaar belast, terwijl het gebruik van materiaal en energie een grote milieu-impact heeft, maar nauwelijks belast wordt. Waarom draaien we dat niet om?' Dat past goed in het concept van de circulaire economie, zegt hij. 'Uiteindelijk zal een circulaire economie ook banen scheppen. Producten die worden teruggenomen, moeten ook weer gerepareerd of uit elkaar gehaald worden.' Het belastingstelsel moet daar – veel



meer dan nu het geval is – rekening mee houden en circulair ondernemen stimuleren.

Volgens Raaijmakers moet de overheid haar eigen keuken ook onder de loep nemen. 'Niet alleen met aanbestedingen, maar ook in hun eigen panden. Leg bij het inkopen een stevige eis neer voor circulaire producten. Met duurzaam inkopen stimuleer je de markt.' Ook Jonker hoopt dat de overheid het voortouw neemt. Alleen al om goed in kaart te brengen wat circulair ondernemen betekent voor de economie. 'Als het ene bedrijf efficiënt omgaat met fossiele grondstoffen of een hernieuwbaar alternatief vindt, en de prijs daalt, dan kan het voor andere bedrijven juist weer aantrekkelijk worden om die grondstof te gebruiken', zegt Jonker. 'Daar moet debat over gevoerd worden.' Daarin moet de consument meegenomen worden, zegt Marc de Wit van de coöperatie Circular Economy, die bedrijven helpt met circulariteit. Kledingmerk H&M biedt consumenten aan om kleren terug te brengen naar de winkel en biedt korting voor elke volle zak, geeft De Wit als voorbeeld. 'Retourlogistiek, dus het terugkrijgen van de producten, is voor veel bedrijven nog een groot vraagteken. Mensen gooien nog veel te veel spullen bij het normale afval.' ■

Lees meer op [www.vno-ncw.nl/standpunten/maatschappelijk-verantwoord-ondernemen](http://www.vno-ncw.nl/standpunten/maatschappelijk-verantwoord-ondernemen)

### Deze ondernemers werken al circulair

Nederlandse voorlopers zijn bijvoorbeeld Philips, Auping, Landal, Brabantia, Van Gansewinkel, Interface en Desso. 'Maar er zijn ook genoeg kleinere bedrijven die bijvoorbeeld monoplastics ontwerpen of autocomputers refurbishen', zegt Marc de Wit van Circle Economy. 'Of startups zoals Black Bear Carbon en Cable Recovery Service Holland. Zij spelen een grote rol in de overgang naar efficiënt omgaan met schaarse grondstoffen en materialen. Net als platforms waarop delen wordt aangemoedigd, zoals bijvoorbeeld Snappcar.' Of nieuwe bedrijven als Fairphone en Dopper die producten circulair ontwerpen. 'Niet alle bedrijven zie ik echt de overgang maken naar een circulaire economie', zegt De Wit. 'Oliebedrijven bijvoorbeeld, daar is in een duurzame toekomst geen plek voor.'



BERGEN POORTVLIET

## Trump-land

Als je na twintig jaar terug bent in het westen van de Verenigde Staten, is er op het oog niet veel veranderd. De bergen en de bomen in de Nationale Parken zijn er nog steeds, en dat geldt ook voor de toeristische hotspots van San Francisco, Los Angeles en Las Vegas. In Vegas zijn er hooguit nog wat kleurrijke hotelcasino's bijgebouwd.

In San Francisco valt wel het grote aantal zwervers op. Misschien vol verwachting naar het westen gekomen, om er daar achter te komen dat de Amerikaanse Droom niet voor iedereen op gaat. Op weg naar de volgende stop stuiten we op de slechte wegen, vooral in het armlastige Californië. Die 'trilplaten' en vele gaten in het wegdek herinner ik me niet van twintig jaar terug. Het is niet moeilijk om dat te zien als een toonbeeld van een grootmacht in verval, van vergane glorie. De Amerikaanse slee wordt links en rechts ingehaald door Aziatische SUV's, om in automobiele termen te blijven.

Maar Donald Trump wil Amerika weer groot maken. Dat staat althans op honkbalpetten, die ondertussen wel 'made in China' zijn, zo werd subtiel gemeld op Facebook door Trump-haters. Groot gebleven zijn in elk geval de bekertjes en porties die je restaurants krijgt geserveerd. De 'small' -versie is nog altijd 'too big' naar Nederlandse en Europese maatstaven.

Je krijgt veel koffie voor je geld, maar die is wel slap. Kwantiteit gaat boven kwaliteit.

Ook op energiegebied wordt als vanouds met krachten gesmeten. De benzine is nog steeds goedkoop. In het woestijnachtige landschap rond Palm Springs valt nog wel een fors windmolenpark langs de snelweg op. Maar waarom liggen hier geen velden van zonnepanelen? Daar is genoeg ruimte voor. Zonde van al die gratis energie van de brandende zon.

Ondertussen draaien de airco's op volle toeren, worden de gazons in Palm Springs met water groen gehouden, en branden de lichtreclames van Las Vegas de hele nacht door. Misschien zou Amerika niet weer groot moeten willen worden. Amerika goed maken is al een hele klus.

Paul Scheer