



Murk Peutz

# Ben er morgen nog!

Innovatiereis door duurzaam Zuid Nederland



# **Ben er morgen nog!**

Innovatiereis door duurzaam Zuid-Nederland

Murk Peutz



## Voorwoord

MKB-ondernemers gaan voor continuïteit. Niet de winst op korte termijn, maar de betekenis voor lange duur staat daarbij voorop. Een ondernemer bevindt zich met zijn bedrijf midden in de samenleving, vaak letterlijk midden in het dorp. Hij kan ook niet zomaar bedrijfsonderdelen verplaatsen of werk 'outsourcen' in Azië. Zijn investeringen van decennia geleden zitten in dat bedrijf aan de Industrieweg of Dorpsstraat.

Hoe sterk is het contrast met de grote multinationals die een vestiging hebben even verderop aan de Industrieweg. De regionale stevigheid van het Midden- en Klein Bedrijf ten opzichte van de internationale slagkracht van de multinational. De recente ontwikkelingen op de kredietmarkten geven dit contrast een bijzondere lading. Terwijl de multinational koortsachtig kredieten probeert af te lossen, telt de ondernemer op de Industrieweg zijn knopen. Gesterkt door zijn netwerk en voorzichtige bedrijfsfinanciering slaat hij zich door vraaguitval en pessimisme heen. In 'duurzaamheidstermen' gezegd: het MKB heeft een evenwicht gevonden met meer 'people' en minder 'profit'. Maar wie doet het nou beter? Ondernemers zeggen: hij die er morgen nog is.

Dit boek gaat over duurzaamheid in het MKB. Het is geschreven voor ondernemers die er ook morgen nog willen zijn. Het staat vol met praktische voorbeelden van hoe je een bedrijf duurzamer kunt maken, met alle voordelen van dien. Bedrijven laten zien dat een nieuw evenwicht tussen 'people', 'planet' en 'profit' wel degelijk meer van *alles* kan zijn. Wie plukt dan straks de vruchten? Hij die de blanke akkers (het eerst) ziet.



# Inhoudsopgave

<b>Deel 1 Innovatiereis door duurzaam Zuid-Nederland</b>	<b>8</b>
<b>Deel 2 Succesvol duurzaam</b>	
Een generatie duurzaam	10
Definities van duurzaamheid	11
Het glas is halfvol en vult zich bovendien	12
Wie wil duurzaam?	13
Succes door duurzaam samen	15
Succes door duurzaam combineren	17
Randvoorwaarden en rol overheid	18
<b>Deel 3 Ondernemers over duurzaam</b>	
Wielemaker uit Middelburg	20
Seafarm uit Kamperland	22
Klostermann uit Tilburg	24
Mewa uit Schijndel	26
Ons Epen uit Epen	28
Vorstermans Installatietechniek uit Meijel	30
Océ uit Venlo	32
<b>Deel 4 Provincies over duurzaam</b>	
Provincie Limburg	36
Provincie Noord-Brabant	38
Provincie Zeeland	40
Tips van Syntensadviseurs	42
Links	44
Colofon	46



## Prachtige kansen

Ben er morgen nog! Een zinnetje dat wordt uitgesproken in slechts één seconde, maar waarmee Syntens wil aanzetten tot overpeinzingen en acties voor de lange termijn.

Voor vrijdag 20 februari organiseerde de organisatie de bijeenkomst 'Ben er morgen nog!'. Ondernemers en gedeputeerden uit Limburg, Noord-Brabant en Zeeland ontmoetten elkaar in Venlo bij Océ-Nederland, bedrijf dat is gespecialiseerd in optimale beschikbaarheid van documenten. Belangrijker nog: zij inspireerden elkaar. Zes ondernemers vertelden hoe zij mede dankzij Syntens indrukwekkende stappen hebben gezet op het vlak van duurzaamheid.

De ene is bijvoorbeeld tegenwoordig eigenaar van een tarbotkwekerij die enerzijds minder energie en mankracht nodig heeft en anderzijds een aanzienlijk hogere productie draait. De andere transformeerde zijn bedrijf van organisatie die een breed pakket van elektra-, verwarming-, ventilatie- en loodgieterwerkzaamheden verrichtte tot partij van wie de focus voor tachtig procent wordt bepaald door warmtepompinstallaties.

Het was dan ook niet voor niets dat Murk Peutz, bij Syntens regiodirecteur

Zuid, vol trots de zes motiverende presentaties aankondigde. “In ons tijds-gewricht is het tijd om elkaar te inspireren op het vlak van duurzaamheid. Daarom zijn we blij met de aanwezigheid van deze zes ondernemers. Hun boodschap moet worden verspreid.”

Met ‘lange termijn’ doelt Syntens niet alleen op het bestaan van bedrijven, maar ook op die van onze planeet en het leven dat erop voorkomt. Want laat het duidelijk zijn: de tegenwoordig steeds vaker gebezigde term duurzaamheid, onder meer voortkomend uit het besef dat traditionele energiebronnen niet onuitputtelijk zijn, biedt prachtige zakelijke kansen. Een duurzaam bedrijf in een duurzame wereld.

In dat kader citeerde een van de ondernemers Charles Darwin: “Het zijn niet de sterkste soorten die overleven, noch de meest intelligente, maar diegene die het best op verandering reageren.”

Syntens zet aan tot succesvol innoveren, versterkt het innovatievermogen van ondernemend Nederland en levert daarmee een bijdrage aan duurzame groei. Dit boekje vormt een weergave van wat werd verkondigd tijdens ‘Ben er morgen nog!’.

## Deel 2 Succesvol duurzaam

### Eén generatie duurzaam

Het begrip duurzaamheid staat nu ruim één generatie in de volle belangstelling. Met de club van Rome rond de oliecrisis van 1973 groeide het besef dat onze natuurlijke hulpbronnen niet onuitputtelijk zijn. Zorg voor onze aarde was in die jaren het dominerende gezicht van duurzaamheid. Iedereen herinnert zich nog het wereldbolletje in de vorm van een brandende kaars: op een gegeven moment dooft het vlammetje.

De boodschap was duidelijk. Winst maken is prima, maar met eindige hulpbronnen houdt dat uiteindelijk op. Je moest als ondernemer dus meer kunnen dan een winstgevende business draaien. Al snel kwam daar de bescherming van het milieu bij. Zuiverheid van lucht, water en bodem moest gerespecteerd worden door mens en bedrijf. Alleen zo kon je een toekomst voor je kleinkinderen garanderen. Milieuwetgeving werd overal strakker aangehaald met een strenge normering.

Bedrijven werden ook geconfronteerd met armoede in de ontwikkelingslanden. De 'Noord-Zuid dialoog' was meer dan een ontwikkelingshulphema geworden. Producten uit arme landen kwamen als zodanig duidelijk herkenbaar in de schappen terecht. Jutezakken in plaats van goedkoop plastic. Die waren eerlijk. Verder kwamen begin jaren tachtig via wereldwinkels sandalen met zolen uit versleten autobanden op de markt. Het garandeerde inkomen voor ambachtslieden uit ontwikkelingslanden. Het was ook een vroege vorm van 'Cradle-to-cradle'. Autobanden werden tot die tijd ofwel verpulverd ofwel ergens gedumpt. Nadat er sandalenzolen uit werden gesneden, kregen de banden een tweede leven. Wanneer de sandalen uiteindelijk echt versleten waren, kon je ze alsnog weggooien.

*Mewa Plastics geeft grondstoffen 'een tweede leven'.  
Het bedrijf verwerkt afvalstoffen tot producten.*

Zie pagina 26

In enkele decennia zijn dus thema's als zorg voor het milieu, rechtvaardigheid en zorgvuldig gebruik van hulpbronnen op de voorgrond getreden. Eén voor één zijn deze thema's onderdeel geworden van duurzaamheid volgens de tegenwoordige definitie. Maar wat verstaan we nu eigenlijk onder dat begrip duurzaamheid?

## Definities van duurzaamheid

Er zijn van die begrippen waarvan we vooral weten wat het niet is. Zo is milieu vervuilen door een zeer winstgevend maar vies productieproces niet duurzaam. Ook het kaalslaan van tropische regenwouden en kleine primitieve leefgemeenschappen ontwortelen voor tropisch hardhout is niet duurzaam. Het niet zit hem in het verstoren van een evenwicht, in het (negatief) beïnvloeden van iets anders wat we blijkbaar ook belangrijk vinden. We zijn ons bewust geworden van het feit dat de dingen in onze omgeving direct of indirect met elkaar verbonden zijn.

Een duidelijk voorbeeld speelde in de jaren zeventig volop in Afrika. Landen als Tsjaad en Burkina Faso hebben er nu nog mee te maken. Als schapenboeren in de Sahellanden de begroeiing in de bergen door hun schapen laten weg eten, ontstaan in het (rivier)dal overstromingen, omdat bij onregelmatige regenval de berg geen water meer vasthoudt. Die schapenboeren gingen de berg op nadat in het dal de ruimte was ingenomen voor steden en akkerbouw. De boeren zoeken het letterlijk hogerop, met de hierboven benoemde gevolgen van dien.

Het wereldberoemde 'Brundlandt rapport' uit 1987<sup>1</sup> stelde deze onderlinge verbondenheid van gebeurtenissen in het perspectief van generaties. Duurzame ontwikkeling werd omschreven als: "Het voorzien in de behoeften van de huidige generaties, zonder dat daarbij de mogelijkheid voor toekomstige generaties om hun behoeften te vervullen in gevaar wordt gebracht"<sup>2</sup>. Met deze doorkijk naar toekomstige generaties is meteen een moreel element aan de oppervlakte gekomen. We werken met onze aarde, en dienen haar te behouden voor hen die na ons komen. Het kabinet verwoordde het in 2005 bij monde van de minister president als volgt: "De aarde en de natuur hebben we in bruikleen. We mogen er gebruik van maken. Maar we moeten dat kostbare geschenk ook weer in goede staat overdragen aan volgende generaties, zodat ook zij een leven in veiligheid, gezondheid en voorspoed kunnen opbouwen.

Dat is wat ik versta onder duurzaamheid: in het 'hier en nu' steeds goed rekening houden met het 'daar en straks'.<sup>3</sup>" De mens is dan een soort 'rentmeester' van de aarde. Een begrip dat aansluit bij onze christelijke tradities. Genesis 1:28 vormt de klassieke hoeksteen voor het rentmeesterschap: "Vervult de aarde, onderwerpt haar, heerst over de vissen, vogels en landdieren". Echter, het benutten van de minerale, plantaardige en dierlijke hulpbronnen van het heelal mag men niet scheiden van de eerbied voor de morele wetten. De heerschappij over de ons toevertrouwde aarde is niet absoluut. Ze wordt

<sup>1</sup> World Commission on Environment and Development 1987, "Our common future", Oxford, Oxford university press.

<sup>2</sup> Zie voor meer definities het complete boek "Duurzame innovatie" van René Jorna et al., 2004, Koninklijke Van Gorcum BV

<sup>3</sup> Toespraak van minister-president Balkenende over rentmeesterschap, duurzaamheid en milieu (Toespraak, 6 juni 2005), [www.minez.nl](http://www.minez.nl)

beperkt door de zorg voor de kwaliteit van het leven van de medemens, met inbegrip van de toekomstige generaties.<sup>4</sup>

Terug naar Brundtlandt. In het rapport zijn drie onderdelen van duurzame ontwikkeling benoemd: sociale ordening, bescherming van het milieu en economische groei. Later is deze 'drie-eenheid' de zogenaamde 'Triple-P' (People, Planet, Profit) definitie geworden. Brundtlandt heeft het milieu centraal staan, inmiddels is de Triple-P gedachte veel breder. Duurzaam betekent dus dat het sociale kapitaal, onze leefomgeving en de economische groei samen beschouwd, afgewogen en gewaarborgd zijn.

*Duurzaam betekent dat het sociale kapitaal, onze leefomgeving en de economische groei samen beschouwd, afgewogen en gewaarborgd zijn. Transport- en containerbedrijf Wielemaker probeert hiernaar te handelen, onder meer door via slimme planning ritten uit te sparen en ook door duurzame relaties aan te gaan met opdrachtgevers, toeleveranciers, medewerkers en overheid.*

Zie pagina 20

### Het glas is halfvol en vult zich bovendien

In 1798 voorspelde de Britse econoom Malthus dat de wereld haar bevolking in het midden van de negentiende eeuw niet meer zou kunnen voeden.<sup>5</sup> In die tijd telde de wereld een kleine miljard mensen. Inmiddels zijn dat er zeven miljard. De 'groene revolutie' in de landbouw heeft een grote invloed op de hoeveelheid geproduceerd voedsel gehad. De bevolking heeft veel meer kunnen groeien dan Malthus destijds uitrekende. Tussen de tijd van Malthus en 1927 verdubbelde de bevolking. Sindsdien is de wereldbevolking nog eens verdriedubbeld<sup>6</sup>. De boer kan het allemaal aan. Blijkbaar is het evenwicht tussen Planet (voedsel) en People (bevolking) beïnvloedbaar en in de tijd veranderlijk. Het is dus niet onvermijdelijk dat we moeten 'consuminderen' en zwartgallig naar de toekomst moeten kijken. Integendeel, getuige de volgende twee voorbeelden.

Binnen één generatie is in China armoede op het platteland vrijwel verdwenen. In 1978 leefde meer dan de helft van de plattelandsbevolking onder de armoedegrens. Inmiddels is dit aantal vrijwel tot nul gereduceerd<sup>7</sup>. De factor 'People' heeft hier enorm gewonnen. Overigens geldt dat ook voor de factor 'Profit'. Het aandeel van China in het wereld bruto product (wat we samen verdienen) steeg in die periode van 1,8 tot 6%. Toch is hier het evenwicht niet geheel bewaard. De factor 'Planet' heeft het moeten ontgelden. De enorme

<sup>4</sup> *Katechismus van de katholieke kerk*, nr. 2415 ([www.stvitus.nl/kkk](http://www.stvitus.nl/kkk))

<sup>5</sup> Thomas Malthus, "An Essay on the Principle of Population, 1798

<sup>6</sup> Zie United Nations Population Division, [www.un.org](http://www.un.org)

energiebehoefte van China noopt het land tot zware ingrepen als de Drieklo-vendam waarvoor miljoenen mensen moesten verhuizen. Ook is de uitstoot van broeikasgassen door China exponentieel aan het stijgen. De Chinezen bouwen elke tien dagen een nieuwe kolencentrale. Grote steden kampen inmiddels met smog en vervuiling. Een mooier voorbeeld is dichtbij te vinden. Het milieu in West-Europa is in dezelfde periode aanzienlijk verbeterd. De kwaliteit van lucht, bodem en water is vooruit gegaan. Zelfs de zalm is terug in de Theems!<sup>8</sup>. Onze welvaart heeft hier niet onder geleden. Onze sociale structuur is niet noemenswaardig veranderd of verslechterd. Het kan dus wel, zo'n evenwichtige verbetering.

*Winst maken is prima, maar met eindige hulpbronnen houdt dat uiteindelijk op. Zuiverheid van lucht, water en bodem moest gerespecteerd worden door mens en bedrijf. Een bedrijf als Vorstermans Installatietechniek speelde perfect in op de nieuwe ontwikkelingen. Tachtig procent van de activiteiten heeft er inmiddels betrekking op warmtepompinstallaties.*

Zie pagina 30

### Wie wil duurzaam?

Inzetten op duurzaamheid dient een nobel doel. Want wie is er nu tegen een schoon milieu of tegen betere lonen voor arme boeren? Maar uiteindelijk moet er een eindconsument zijn die er ook wat in ziet. Immers, in onze markteconomie is er altijd sprake van een keuze. En die consument is moeilijk te peilen over dit thema. Zo zijn veel mensen bereid om de verwarming thuis een graadje lager te zetten om daarmee energie te sparen. Of ze laten dubbel glas in de vensters aanbrengen. Dat is heel duurzaam. Tegelijkertijd zijn ze niet bereid om meer met de trein en fiets te gaan.

Dus, stel je bent marketeer en je richt je product op deze groep mensen. Als glasfabriek schiet je raak, als openbaar vervoerder schiet je mis. Deze ongrijpbaarheid van de consument zie je ook in de supermarkt. Een rondje winkelwagentje kijken levert mooie resultaten op. Bijna niemand koopt 100% biologische producten. De een koopt alleen biologisch vlees, de ander heeft van alles wat. We stellen vast dat veel mensen biologische producten een goed idee vinden, maar dat de vertaling naar 'kopen' bij iedereen heel persoonlijk is. Deze spanning is duidelijk aan de oppervlakte gekomen bij de introductie van Shell Pura benzine in 2000.

In 2000 introduceerde oliemaatschappij Shell een revolutionair schone brand-

<sup>7</sup> De armoedegrens volgens de Wereldbank, bron: "The economist", 13 december 2008

<sup>8</sup> NRC, 19 augustus 2002, "zalm kan de trap op in de Theems"

stof: Shell Pura. De consument kreeg eindelijk een schone brandstof. De helder blauwe brandstof was net als Euro 95 een ongelode benzine, maar zuiverder en verder ontwikkeld. Pura zorgde voor een betere verbranding, een betere werking van de katalysator en bevatte minder verontreinigende stoffen. Onderzoeksinstituut TNO testte de nieuwe brandstof en bevestigde de grote milieuvordelen. De emissies van stikstofdioxide, benzeen en zwaveldioxide waren beduidend gereduceerd. Voor 9 cent extra per liter kreeg je bijvoorbeeld 55% minder uitstoot zwaveldioxide! Aan alle 700 Shell pompstations kon je voortaan Pura tanken. Een woordvoerder van Esso liet echter weten geen aanleiding te zien het voorbeeld van de concurrent te volgen. "De automobilist zit niet te wachten op duurdere benzine".<sup>9</sup>

Vier jaar later stopte Shell met Pura. Wat is er gebeurd? Had Esso gelijk? De toenmalige president-directeur van Shell Nederland verwoordde het in 2005 als volgt: "Enkele jaren geleden introduceerden wij in Nederland Shell Pura. Het was een benzinekwaliteit die de motor schoner hield en daardoor zorgde voor minder emissies. Wij zetten Pura in de markt met in de communicatie een grote nadruk op de milieuvordelen van het product. De consument reageerde echter terughoudend. In consumentenpanels werd vaak de iets hogere prijs als reden genoemd om geen Pura te kopen. Vorig jaar vervingen we Pura door V-Power. Wederom een kwaliteitsbenzine, met naast dezelfde lage emissie nu ook meer octaan. De productclaim werd nu gericht op 'schoner' én op 'sportiever'. En hoewel de prijs zelfs iets hoger ligt dan die van Pura is het nu wel een succes. Dit is de les: de consument wil best betalen voor producten met een 'milieu-plus', maar wil er dan ook iets beters voor krijgen. Voor alleen maar het argument 'het is beter voor het milieu', komt de gemiddelde consument niet uit zijn stoel".<sup>10</sup>

In een consumentenpanel kon een Ierse automobilist deze les treffend verwoorden: "Ik ga graag met vrienden naar het café, dan is het pas echt gezellig en we trakteren elkaar daarbij, maar niemand mag verwachten dat ik alle rondjes betaal." Hieruit is een van de succesfactoren voor duurzaamheid voor ondernemers te halen. Je marketing moet je op meer dan alleen de 'duurzaamheidsclaim' inzetten. De paragraaf 'Duurzaam combineren' komt daarop terug.

De roep om meer duurzaamheid in producten - gestimuleerd via regelgeving en overheidsbeleid - is de laatste jaren alleen maar sterker geworden. Politieke krachtpatsers als de Amerikaanse oud-vicepresident Al Gore schaarde zich achter het thema. Met de film 'An inconvenient truth' bereikte hij in 2008 alle huiskamers en stond klimaatbeheersing met stip bovenaan de agenda. In de Nederlands politiek hebben inmiddels alle partijen duurzame

<sup>9</sup> NRC, 8 februari 2000, "Blauwe benzine voor groene rijder"

<sup>10</sup> Speech ir. Rein Willems, president-directeur Shell Nederland, vrijdag 3 juni 2005, Erasmus Universiteit, "Transitie, maak het makkelijk, leuk en betaalbaar"

thema's omarmd. In de samenleving is het gescheiden inzamelen van afval en het betalen van een energieheffing op fossiele energie overal geaccepteerd. Het maandblad ELLE Wonen, bij uitstek de 'opsnuiver' van brede trends, wijdde een nummer aan duurzaamheid, van recyclebare meubels tot energiebesparende woningen<sup>11</sup>. En ook bij de ondernemers ten slotte, is het thema van groter belang geworden. Voor sommigen is het een 'Way of Life', getuige Vinod Mittal van ISPAT Industries: "Mensen overwegen duurzaamheid pas als ze ertoe gedwongen worden. Dan komen ze erachter dat het ook gezonde business kan zijn. Ten slotte bewegen mensen voorbij eigenbelang en worden ze gepassioneerd duurzaam omdat het de juiste weg is."<sup>12</sup>

### Succes door duurzaam samen

Een van de twee succesfactoren voor een geslaagde duurzame innovatie is het willen en kunnen samenwerken met andere ondernemers. Innovatieve ondernemers zullen hier niet van opkijken. Immers, bij innovatie wordt steeds meer samengewerkt.

Volgens het CBS is inmiddels een derde van de innovaties in de markt het gevolg van een samenwerking. In een wereld waar iedereen met iedereen over de hele wereld concurreert, moeten producten sneller op de markt komen en ook sneller opgevolgd worden. Met samenwerking kunnen ondernemers elkaars kennis benutten. Waar je in je eentje zou vastlopen, kan een partner het innovatieproject weer lostrekken. Bovendien moet er ook steeds meer kennis in een product. ICT, elektronica, ergonomie, design, je moet van alle markten thuis zijn. Voor een kleine onderneming is het te duur om alles zelf te kunnen en up-to-date te blijven. Ook daar biedt een partner met aanvullende kennis uitkomst.

*Bij innovatie wordt steeds meer samengewerkt. Een mooi voorbeeld is Bouwteam + in Tilburg. De communicatie in de bouwkolom verloopt niet langer verticaal, ofwel van opdrachtgever naar leverancier, maar horizontaal vanuit een partnerschap. Verder maakten de partners een potje waarin geld terecht komt dat wordt bespaard dankzij de samenwerking. Dat kan worden gebruikt voor extra duurzame investeringen.*

Zie pagina 24

Innovaties met en voor duurzaamheid blijken veel baat te hebben bij samenwerking. Onderzoek van de Nyenrode Business Universiteit toont dat ook aan:

<sup>11</sup> ELLE Wonen, december 2008

<sup>12</sup> Bron: IBM CEO Survey 2008 (quote van Vinod Mittal, managing director ISPAT Industries)

“Duurzaamheidsinnovaties uit het MKB blijken hun weg naar de markt vooral te vinden, wanneer MKB-bedrijven samenwerken, zodat ze een gelijkwaardige plaats naast grote bedrijven realiseren [...]”<sup>13</sup>. Dit onderzoek geeft ook aan dat de marktintroductie beter verloopt als klanten belang hechten aan duurzaamheid en hierom vragen. Het Shell Pura voorbeeld maakte duidelijk dat alleen het duurzaamheidsaspect (weinig emissies in dit voorbeeld) voor een product nog niet voldoende was. In de volgende paragraaf wordt dit verduidelijkt.

Het is niet verwonderlijk dat juist duurzame innovaties sneller en beter slagen door samenwerking. Duurzaamheid betekent dat de omgeving van belang is. Het gaat niet alleen om winst, maar ook om mensen en het milieu. Een innovator moet dus letten op wat er gebeurt om hem heen. Kan ik een milieubesparing realiseren die ook winstgevend is? Kan ik een verbetering van werkomstandigheden realiseren die mensen om mij heen gelukkiger maakt? Telkens is er een belangenafweging, en vooral een oriëntatie op (andere) belangen. Een duurzame ondernemer neemt die belangen mee voor het wel-slagen van zijn innovatie. Vaak wordt een innovatie er beter van als die vele belangen dient. Als bijvoorbeeld een leverancier zijn halffabricaat aanpast, komt in het productieproces minder afval vrij. Of, dichterbij huis, als de bouwvergaderingen met de opdrachtgever na de spits plaatsvinden, staan de ingenieurs minder in de file en bespaar je tijd en reduceer je emissies.

Een mooi voorbeeld van samenwerking is de Forest Stewardship Council (FSC). FSC bestaat sinds 1993 en stimuleert verantwoord bosgebruik. Het stelt hiervoor standaarden op en heeft hieraan het FSC-keurmerk verbonden. Je kunt FSC-gecertificeerd hout gebruiken. De stappen in de productieketen om tot dit papier te komen, zijn gecontroleerd en voldoen aan de standaarden van het FSC. Ook de grote marketinggedreven organisaties doen mee aan certificering. Neem Douwe Egberts, die in 2008 overschakelde op duurzame espresso met behulp van de certificeringorganisatie UTz. Koffieboeren worden getraind in milieu en zorg voor werknemers. Met een ‘tracking en tracing’-systeem worden de bonen van boer tot consument gevolgd, zodat alle betrokkenen bekend (en gecertificeerd) zijn. Grote bedrijven zoeken via certificering samenwerking met een veelheid aan (vaak kleine) spelers in hun keten.

### **Succes door duurzaam combineren**

Het Shell Pura voorbeeld gaf aan dat een ‘goed voor het milieu’ benzine pas ‘goed voor de omzet’ werd toen de consument er ook een ander voordeel in zag, namelijk sportief rijden. Een andere naam hielp ook: V-power. Nu was

<sup>13</sup> G. Keijzers (2008), “De preekstoel voorbij, duurzaam innoveren in het MKB”, Koninklijke Van Gorcum BV, Assen. Het onderzoek toont (ook) aan dat bedrijfscompetenties, oriëntatie op duurzaamheid en netwerkparticipatie gezamenlijk de kans op succes bij duurzame innovatieprocessen vergroten.

het voor iedereen duidelijk dat het (ook) om meer prestaties ging, naast het goede milieu natuurlijk. De hoofdregel lijkt te zijn: je innovatie slaagt pas in de markt als er meer is dan alleen een perceptie van duurzaamheid. Een ondernemer die duurzaam combineert met andere voordelen, maakt dus meer kans op succes. Met de beroemde koffie van Max Havelaar ging het niet anders.

De Stichting Max Havelaar staat voor het bekende keurmerk en zo voor verantwoorde handel met producenten in ontwikkelingslanden. Max Havelaar geeft de boeren een prijsgarantie die ver boven de huidige marktprijs ligt. De stichting levert zo een structurele, duurzame bijdrage aan de leefomstandigheden van koffieboeren. Hiervoor wordt wel een beroep op de consument gedaan. Die moet iets meer betalen voor die koffie. In 2003 was na vijftien jaar het gecertificeerde marktaandeel van de koffiemarkt nog steeds niet groter dan 3%. In de daaropvolgende jaren schoot het marktaandeel gecertificeerde koffie omhoog tot voorbij de 25%<sup>14</sup>. Wat is er gebeurd?

Stephan Peijnenburg, toenmalige directeur van de stichting, heeft aan de basis gestaan van de veranderingen. In een conferentie over duurzaamheid benadrukte hij dat de groei mogelijk is gemaakt door een andere marketing. In het verleden werden consumenten vooral gewezen op de hulp aan arme boeren, de 'fair trade'. Al snel was de markt voor 'koffiekopers voor het goede doel' verzadigd. Verdere groei kon alleen maar door het aanspreken van andere marktsegmenten. De gemiddelde consument koopt geen koffie om arme boeren te helpen, maar om lekkere koffie te drinken. Wie die grens niet weet te passeren, blijf klein in zijn duurzame ontwikkeling<sup>15</sup>. Door dus andere kenmerken van koffie te benadrukken, wist Max Havelaar een grotere groep consumenten aan te spreken. Inmiddels houden ook andere certificeerders marktaandelen, maar zelden is een puur 'arme boeren-profiel' nog te ontdekken. Peijnenburgs opvolger bij Max Havelaar, Coen de Ruiter legt uit: "Bijna een op de drie Nederlanders wil tegenwoordig wel een eerlijk product kopen, een banaan waar de boer een goede prijs voor heeft ontvangen, of een mobieltje dat niet door kinderhandjes is gemaakt. Deze groep wil best iets goeds doen, maar het mag niet al te veel moeite kosten"<sup>16</sup>.

De twee voorbeelden geven telkens aan dat een geslaagd nieuw product meer moet zijn dan duurzaam. De 'hard core' duurzaam doelgroep is te klein voor de meeste bedrijven. Het gaat dus om het zoeken van de combinatie: 'schoon èn sportief' of 'eerlijk èn lekker'. Veel bedrijven hebben deze les al ter harte genomen. Neem bijvoorbeeld elektriciteitsbedrijf Nuon met het product 'Natuurstroom', dat bestaat uit 100% duurzaam opgewekte elektriciteit.

<sup>14</sup> Bron: Solidaridad ([www.solidaridad.nl](http://www.solidaridad.nl)). Dit marktaandeel wordt gedeeld door Max Havelaar, Utz Kapeh en andere certificaten

<sup>15</sup> Conferentieverlag "Making sustainable innovation work", Amsterdam 22 Oktober 2002

<sup>16</sup> Interview in De Pers, 2 januari 2008, [www.depers.nl](http://www.depers.nl)

Op de website lukt NUON consumenten natuurlijk met de informatie dat het om 100% zon-, wind- en wateropwekking gaat en CO2-vrij is. Maar je krijgt er ook voor €50 energiebesparende producten bij: "U draagt dus direct bij aan duurzaam energiegebruik in Nederland en u bespaart zelf nog energie ook" <sup>17</sup>. Of kijk eens naar het bedrijf Twinstone dat producten ontwikkelt en vermarkt. De organisatie adverteert met 'Duurzaam kan leuker, met mooie, verrassende producten en door duidelijk te laten zien hoeveel energie en geld bespaard kan worden' <sup>18</sup>. Ook hier wemelt het weer van de extra aanprijzingen naast duurzaamheid. Zonder 'iets meer' wordt het dus niets!

De voorbeelden geven ook aan dat duurzaam ondernemen en winst maken in de ogen van consumenten wel degelijk hand in hand kunnen gaan. Voor veel ondernemers in het MKB, met hun wortels in de naaste omgeving, met zorg voor mens en milieu is dit wellicht een bevestiging. Ondernemers kunnen in hun positionering van het bedrijf en hun merken hierop inspelen. Goed omgaan met mensen als principe (de 'p' van 'people') kan bovendien het aantrekken van nieuw personeel vergemakkelijken. Een bijkomend voordeel dus.

### **Randvoorwaarden en rol van de overheid**

Overheden zijn in het leven geroepen om invloed te hebben op het leven van hun burgers. Zo handhaaft de politie de wet en grijpt zij rechtstreeks in het gedrag van de burgers in. Die pet past ons allemaal. Maar op economisch terrein knelt het een beetje. Onder invloed van Margaret Thatcher en Ronald Reagan is overheidsingrijpen in de economie sinds de jaren tachtig in het Westen niet in de mode. Deze 'neo-liberalisten' verkondigden het geloof in een vrije markt. Bedrijven konden het prima zelf af, via onderlinge concurrentie zou de meeste welvaart worden gecreëerd. De staat diende zich zoveel mogelijk buiten de economie te houden. De huidige kredietcrisis lijkt een streep door deze zienswijze te halen. Inmiddels worden banken en bedrijven door de overheden op tot dusver ongekende schaal 'geholpen' <sup>19</sup>. Nationaliseren: zelfs in het land van Margaret Thatcher mag het weer. Bank van de staat, spaarders blij!

Op andere gebieden zoals het milieu heeft de overheid de laatste decennia wel een sterke invloed laten gelden. Een schonere lucht en schonere rivieren zijn een rechtstreeks gevolg van regels en normen gesteld door de staat. Ook zonder normen te stellen, kan de overheid duurzaamheid bevorderen. Wie bij onze oosterburen goed naar de daken kijkt, ziet een grote dichtheid van zonnecollectoren. Consumenten hebben deze op grote schaal aangeschaft na financiële prikkels van de staat. De overheid kan hiermee een vicieuze cirkel doorbreken. Die cirkel werkt als volgt. De milieuvriendelijke zonne-

<sup>17</sup> Bron: Nuon, [www.nuon.nl/natuurstroom](http://www.nuon.nl/natuurstroom)

<sup>18</sup> Bron: [www.twinstone.nl](http://www.twinstone.nl)

<sup>19</sup> Olav Velthuis, "Kredietcrisis maakt einde aan dertig jaar neoliberalisme", De Volkskrant, 10 mei 2008

collectoren zijn nu nog relatief duur. Het kan vele jaren duren voordat het gebruik geld gaat opleveren voor de consument. De hoge investering staat in de ogen van de consument niet in verhouding tot de opbrengsten aan stroom. De consumenten gaan niet over tot aankoop. In Duitsland subsidieert de overheid de aankoop van collectoren. De cirkel gaat nu de andere kant oplopen. Het wordt voor consumenten aantrekkelijk om een collector aan te schaffen. Fabrikanten verkopen meer collectoren, wat leidt tot meer ervaring met de ontwikkeling en productie. Dankzij de ervaring en nieuwe technologie kunnen nieuwe collectoren goedkoper worden gemaakt. Uiteindelijk kan de investering zonder subsidie wel interessant worden.

# Méér dan groen

*Het brede spectrum van Transport- en containerbedrijf Wielemaker*

Een misverstand uit de wereld geholpen: 'duurzaam' betekent niet per definitie 'groen' of 'milieu'. Ronald Wielemaker van Transport- en containerbedrijf Wielemaker ontkent niet dat ze met elkaar te maken hebben, zijn onderneming bewijst het dagelijks in positieve zin, maar het thema kan ook betrekking hebben op de relatie met klanten of de omgang met medewerkers.

"Jaarlijks verbruiken wij 1,3 miljoen liter dieselolie en produceren wij de hoeveelheid CO<sub>2</sub>-uitstoot die erbij hoort. Ik begrijp het dus als iemand zich afvraagt hoe wij een bijdrage leveren aan het milieu. Tóch doen we het." De woorden zijn van mede-directeur Ronald Wielemaker. Samen met zijn broer Jasper vertegenwoordigt hij de vierde generatie in het Middelburgse Transport- en containerbedrijf Wielemaker. John den Hollander is compagnon. De zeventig medewerkers tellende onderneming kent drie hoofdactiviteiten. Wielemaker: "De grootste tak is inzameling en transport van onder meer bedrijfsafval. Verder richten we ons op alles wat van, naar en binnen Zeeland wordt vervoerd. Daarmee opereren we hoofdzakelijk in de Benelux, met het zwaartepunt op Zeeland. Tot slot draait het bij ons om transport-lifting. We transporteren bijvoorbeeld bouwmaterialen en scheepscontainers."

### Laatste stand

De werkzaamheden worden uitgevoerd met een wagenpark dat bestaat uit 56 gemotoriseerde eenheden, zoals Wielemaker het noemt. "Bij elke innovatie laten we ons onder meer leiden door het milieu. Wat is de laatste stand van zaken voor motoren? Hoe kunnen we uitstoot van CO<sub>2</sub> en fijnstof reduceren?" Verder streeft het bedrijf ernaar het aantal leeg gereden kilometers te verminderen. "Dat zit ingebakken in onze bedrijfsvoering. Onze planners denken dan ook niet lineair, maar circulair. We willen voorkomen dat een auto van A naar B rijdt en dan als vanzelfsprekend weer terug naar A. Soms is het optimaler als die terugweg via C en D loopt."

Wielemaker spreekt ook over uitsparen van ritten. "Nieuwe voertuigen moeten licht zijn samengesteld en je moet er het laadvermogen maximaal in kunnen benutten. Stel dat een combinatie 2000 kilo lichter is dan die van een concurrent. Dat betekent dat je 2000 kilo méér kunt benutten aan laadvermogen. Op de langere termijn spaar je daar ritten mee uit."



### **Voorbeeldfunctie**

Transport- en containerbedrijf Wielemaker neemt deel in de 'Leren van elkaar kring' Logistiek Zeeland, die wordt geleid door innovatieadviseurs Jolijn Reinhoudt en John Schellekens. Eerstgenoemde: "Zeeuwse ondernemers praten bijvoorbeeld over de manier waarop je omgaat met de markt, met materiaal en personeel. In heel wat opzichten bekleedt Wielemaker een voorbeeldfunctie voor andere Zeeuwse logistieke bedrijven."

De mede-directeur van het bedrijf: "Duurzaamheid beperkt zich niet tot het milieu. Wij willen bijvoorbeeld werken aan duurzame relaties met opdrachtgevers, toeleveranciers, medewerkers en overheid. Wie kiest voor winstmaximalisatie, zal normaal gesproken regelmatig afscheid nemen van zakenrelaties. Wij werken liever in een sfeer van Wat kunnen we structureel voor elkaar doen?"

Zo gaan de leidinggevenden ook om met medewerkers. Wielemaker: "Onze medewerkers zijn het visitekaartje van het bedrijf. Als zij hier met een chagrijnig gezicht wegrijden, komen ze zo ook aan bij de klant. We moeten er dus voor zorgen dat ze lachend vertrekken. Hoe je dat doet? We zijn een familiebedrijf, gericht op continuïteit. Dat is wat anders dan een onderneming met externe aandeelhouders die alleen naar de winst kijken. Wij bieden dus een luisterend oor en proberen bijvoorbeeld oplossingen aan te dragen wanneer iemand problemen heeft in de privésfeer."

### **Plezier**

Wielemaker was aangenaam getroffen toen hij vernam over de naam 'Ben er morgen nog'. "Waarom? Omdat binnen ons bedrijf bij elke beslissing wordt gedacht: Zouden we het hier over vijf jaar nog steeds mee eens zijn? Die houding leidt ertoe dat je vaak een hogere investering doet dan voor een standaardvoertuig, maar je weet wel dat je er plezier van hebt over een langere duur."

# Winst met vis

*Geavanceerde tarbotkwekerij Seafarm*

**“We dachten: we gaan het op een andere manier doen dan in de boeken staat geschreven.”** Drie jaar na die beslissing van Seafarm-directeur Adri Bout is sprake van een tarbotkwekerij waarbij people, planet èn profit zijn gebaat.

Terwijl Seafarm 0,8 kilo voer gebruikt om tot een kilo tarbot te komen, wordt daarvoor in Spanje gemiddeld twee keer zoveel aangewend. Het bedrijf uit Kamperland, óók gespecialiseerd in messchelpenvisserij en de verwerking ervan, beschikt dan ook over een uiterst geavanceerde kwekerij. Directeur Adri Bout doet een beroep op technieken die hij in heel Europa op het spoor kwam, of het nu was in een champignonfabriek of een zalmkwekerij.

Het heeft geleid tot mooie resultaten. Voorbeelden? In vergelijking met de oude situatie verbruikt Seafarm nog maar twintig procent van de energiehoeveelheid, is ook nog maar een vijfde van de arbeidsinzet nodig, nam verder de dosis voeding af, maar groeit de vis wel twintig procent harder.

## Onvoldoende presteren

Wat zijn de achtergronden? Bout: “Het is moeilijk om rendement te behalen met viskweken. Toen wij werkten volgens de gangbare manier, hadden we te maken met te veel arbeid, te veel handelingen en vis die onvoldoende presteerde. We dachten: we gaan het op een andere manier doen door zelf een nieuwe en overdekte kwekerij te ontwerpen in 3D en die ook zelf te bouwen.”

Uitgangspunten bij dat alles: minder kranen, minder leidingen, minder bewegende delen, minder arbeid, minder kosten. Maar ook: diervriendelijkheid en geen gebruik van medicijnen en antibiotica. De vis moest het naar zijn zin krijgen.

Bout: “We zijn gaan streven naar een betere kwaliteit èn minder stress voor de dieren. Daarbij was het essentieel dat de urine en andere afvalstoffen van de vissen zo snel mogelijk werden afgevoerd. Het is toch niet meer dan normaal dat het voor een vis plezierig is in schoon water rond te zwemmen en dat hij dan beter groeit? Wij zuiveren daarom het water nu acht in plaats van één keer per uur.”

Innovatieadviseur Willy Reijniers van Syntens vult aan: “Seafarm heeft zijn 5500 vierkante meter aan wateroppervlak onderverdeeld in 160 lange bassins, zogeheten race ways met veel stromend water, zodat de vis ook tegen de stroom in kan zwemmen.”

Bout: “Het water is nu zó schoon, dat parasieten het mijden. We gebruiken geen antibiotica meer, nóg een voordeel voor het welzijn van de vissen.”

### **Rendabel**

Duurzaamheid wordt vaak gedefinieerd met drie P’s: people, planet en profit. Reijniers: “Seafarm timmert op alle drie de fronten aan de weg. Profit, omdat er een grootschalige en rendabele kwekerij is die betaalbare vis voortbrengt. Planet, omdat er bijvoorbeeld ondanks de vele waterzuiveringen energie wordt bespaard en de omgeving er niet door wordt beïnvloed. En people, omdat medewerkers geen zware arbeid meer hoeven te verrichten.” Bout: “We doen eigenlijk alles via automatisering. Een robot haalt de vissen uit het water, waarna ze automatisch worden geteld, gewogen en gesorteerd om terug te gaan of naar de verkoop te worden verplaatst.”



# Sámen bouwen

## *Teamwerk in Tilburg*

Partijen die soloacties maken, geen oog hebben voor het grote geheel en zo andere betrokkenen in de problemen brengen. Partijen dus die faalkosten veroorzaken en niet de wil tonen het collectief en het eindresultaat op een hoger plan te krijgen. Dat is de situatie die de bouwsector nogal eens parten speelt. Bouwteam+ in Tilburg gaat het anders aanpakken. "Duurzaamheid bereik je alleen door samen te werken."

Gebrek aan wil om nieuwe wegen in te slaan binnen de bouw? Innovatieadviseur Andrea Teeuwisse van Syntens ondervond het in haar privéleven.

"Ik wilde voor mijn eigen huis graag werken met milieuvriendelijke materialen. Leemstuc in plaats van gewoon stuc. Kreeg ik een offerte waarin het eerste vier keer zo duur was als het gangbare. Zo probeerde men mij af te schrikken, puur omdat er bij het bedrijf zelf angst heerste over het onbekende."

Het sterkte Teeuwisse in haar overtuiging dat duurzame materialen en technieken gemeengoed moeten worden in de bouw en dat de kosten ervan omhoog kunnen. "Er is best veel kennis, maar veel bedrijven geven de voorkeur aan eeuwenoude werkwijzen."

### **Idealist**

De innovatieadviseur ging op zoek naar ondernemers die als lichtend voorbeeld kunnen dienen. Bij Wim van Dijk was ze aan het goede adres. De directeur van Klostermann Nederland wordt door haar omschreven als 'een idealist' op het vlak van duurzaamheid.

Van Dijk: "Wij zijn een elektrotechnisch installatiebureau. In die hoedanigheid bevinden we ons onderaan in de bouwkolom en krijgen we daar te maken met de resultaten van de gedachten en werkzaamheden van opdrachtgever, architect, aannemer en uitvoerder. En het is net als in de natuurkunde: de druk gaat naar beneden. De installateur wordt op het laatst voor problemen geplaatst die zijn ontstaan, omdat niet aan het begin van het proces gezamenlijk is nagedacht over knelpunten."

Van Dijk bepleit samenwerking. "Kantel de kolom, zodat de partijen horizontaal met elkaar communiceren in plaats van verticaal. Werk op basis van gelijkwaardigheid, want samenwerking stopt immers vaak op het moment dat het ten koste gaat van de omzet. Maak ook een spaarpotje uit de financiële voordelen die ontstaan door de samenwerking. Dat geld kan worden gebruikt voor extra duurzame investeringen in het project."

## Vlucht

Klostermann Nederland ging vorig jaar deel uitmaken van het cluster Bouwteam+, waartoe ook Kuin & Kuin architecten, FD Architecten, aannemer Remmers en de Tilburgse woningcorporatie TBV Wonen behoren. Dankzij de bevoegdheid en doordachte ideeën van Van Dijk nam het initiatief een vlucht.

Teeuwisse: "Ik was uitgegaan van ideeën over duurzame materialen en ontwerpen, maar het heeft zich veel verder ontwikkeld. Zo hebben de deelnemers een document ondertekend dat hen met elkaar verbindt en waarin ze bijvoorbeeld verklaren openheid over hun manier van werken te geven, om het gebrek aan vertrouwen in de bouw terug te winnen."

De bijzondere combinatie is momenteel bezig de mogelijkheden te verkennen rondom de haalbaarheid van een renovatieproject in Tilburg. Van Dijk: "Als je als team opereert, voelt het team zich verantwoordelijk voor het resultaat en zal niet gauw naar een ander worden gewezen."



# Waardevol afval

## *Succesvolle staaltjes recycling*

Van afval tot bron van inkomsten. Van transporteur tot bedrijf dat kunststofafvalstromen omzet tot bruikbare producten. Bij Mewa Plastics weten ze als geen ander wat het inhoudt om waarde toe te voegen aan een product. "Technisch is het allemaal mogelijk. Nu is het nog zaak dat bedrijven zich écht openstellen voor duurzaamheid en dat de wereldmarkt wordt ontsloten."

Zestien jaar alweer richt Mewa Plastics zich op verwerking van kunststoffen. Het bedrijf uit Schijndel past daarbij onder meer de techniek van spuitgieten toe. In de loop der tijd zijn directeur Paul Costongs cum suis er ook toe overgegaan de gerecyclede kunststoffen in te zetten om bruikbare producten te vervaardigen. Tot dan toe werden de grondstoffen uitsluitend aangeboden aan kunststofverwerkers.

### **Kaarsenhouders**

Costongs: "Wij verwerken kunststoffen van de Europese cd- en dvd-industrie tot eindproducten voor onder andere de Europese kaarsenindustrie en tot grondstoffen voor andere spuitgieters. Waaraan je moet denken bij de kaarsenindustrie? Aan kunststoffen kaarsenhouders en verpakkingen. Dát is ook onmiddellijk de kern van onze bedrijvigheden."

De cd- en dvd-industrie scheidt drie kunststoffen af: polystyreen, polypropyleen en polycarbonaat. Mewa Plastics recyclet ze alle drie, maar het accent ligt op het laatste. Het bedrijf zocht twee jaar geleden naar een technische oplossing: hoe kon beter en schoner worden gewerkt met polycarbonaat? Uitgerekend op dat moment meldde innovatieadviseur Richard Heesen van Syntens zich bij het bedrijf.

Hij vertelt: "Wij hebben twee stagiaires ingeschakeld van de Fontys Hogeschool Eindhoven. Zij bogen zich over het vraagstuk en kwamen uiteindelijk met positieve antwoorden op de proppen." Costongs: "Voor ons bedrijf heeft dat in elk geval al geleid tot een nieuw product dat we aan onze keten hebben toegevoegd en waarvoor we ook een afnemer hebben gevonden. Waar het concreet om gaat? Na de onderzoeken hebben wij een zogeheten polycarbonaat A grade in de markt kunnen zetten. Dat is recycle polycarbonaat van een uitzonderlijk goede kwaliteit. De verbeterde manier van schoonmaken heeft een positieve uitwerking op de kwaliteit van polycarbonaat."

## Internationaal

Op verzoek van Syntens namen studenten van de Universiteit Eindhoven andere vraagtekens weg. Costongs: "Zij onderzochten en berekenden hoe een nieuw te bouwen recyclingconfiguratie zou moeten werken en er uit zou moeten uitzien. Een prachtig onderzoek dat heel veel nieuwe gegevens heeft opgeleverd. Mocht de markt er rijp voor zijn, dan heeft Mewa in elk geval prima basiskennis over hoe een dergelijke configuratie zou moeten worden gebouwd."

Verder benaderde Syntens de EVD, een agentschap van het ministerie van Economische Zaken dat internationaal ondernemen en internationale samenwerking faciliteert en stimuleert. Costongs: "Zeker met betrekking tot de spuitgietactiviteiten heeft dit bijgedragen aan informatie over nieuwe markten. Mewa heeft daardoor de focus gelegd op de Franse markt en er een groot marktaandeel weten te winnen."

Heesen noemt de activiteiten van Mewa Plastics een fraai staaltje 'upcycling'. "Deze organisatie zamelt in, voegt waarde toe door een nieuw product te maken en kan daarmee dus ook een betere prijs vragen. Voor een bedrijf dat kunststoffen recyclet, is dat dé manier om succesvol te zijn in een industrie en maatschappij die steeds meer om dergelijke oplossingen vraagt."



# Meer apparaten en minder kosten

*Lagere energierekening Appartementen - Hotel Ons Epen*

“We krijgen maandelijks een energierekening die er niet om liegt. Dát is de belangrijkste reden om ons te verdiepen in de mogelijkheden van duurzame bedrijfsvoering. Prettige bijkomstigheid is dat je zo ook met een aantrekkelijk imago gasten tegemoet kunt treden.” Appartementen - Hotel Ons Epen schafte een hoge rendement cv-ketel aan en ondergaat op dit moment een energiescan.

Jazeker, Veronica en René Alberts zijn best een beetje trots. In het najaar voorzagen zij hun acht kamers tellende onderneming van fraaie en uitgebreide wellness voorzieningen. De vrouwelijke eigenaar van Appartementen - Hotel Ons Epen komt bijkans adem te kort om op te sommen waarvan gasten sindsdien nog meer kunnen genieten. “Saunalandschappen met onder andere een Finse sauna, een infrarood cabine, een stoombad, belevingsdouches zoals een neveldouche, een rustruimte met een haard en ga maar door.” Prachtig natuurlijk, die fonkelnieuwe diensten, maar rond de totstandkoming vroeg het echtpaar Alberts zich wel af hoe de energiekosten konden worden beperkt. “Je krijgt steeds meer apparaten, je verbruikt steeds meer elektriciteit, maar je wilt natuurlijk het liefst geen hogere rekeningen gaan betalen”, zegt Veronica Alberts.

## Marketing

Het vraagstuk diende zich net aan tijdens de periode waarin de ondernemers innovatieadviseur Benedict Persoon van Syntens leerden kennen. Hij vertelt: “We kwamen met elkaar in contact, omdat Veronica en René bezig waren met de marketing van hun nieuwe activiteiten. Hoe kunnen wij ons met wellness positioneren? Syntens heeft de link gelegd met laatstejaars studenten van de Universiteit Maastricht, die nu marketingonderzoek aan het verrichten zijn, maar al pratende merkten we dat er ook winst moest zijn te behalen op het vlak van duurzaamheid.”

Dankzij de bemiddeling van Syntens kon een onafhankelijke energieadviseur Veronica en René Alberts helpen de juiste hoge rendement cv-ketel te kopen. Die is eventueel te gebruiken in combinatie met zonnepanelen. “We zullen in de toekomst bij de gemeente toestemming vragen om de panelen op de daken te plaatsen”, zegt Veronica Alberts.

## Gezamenlijk voordeel

Haar echtgenoot heeft sinds vorig jaar zitting in een door Syntens opgezet cluster waarin de deelnemers ervaringen uitwisselen over kostenbesparing. Allen zijn afkomstig uit de leisure. “De leidraad is duurzaam ondernemen”, zegt Persoon. “We bekijken verder, of we gezamenlijk voordeel kunnen halen op het vlak van inkoop en reclame”, voegt Alberts toe.

De ambitie duurzaam te opereren vindt bij Appartementen - Hotel Ons Epen ook haar weerslag in een energiescan die Syntens heeft georganiseerd. “Een energiedeskundige en studenten van de Hogeschool Zuyd beoordelen, of we nog meer energie kunnen besparen. Ik heb het dan over ingrijpende veranderingen, niet over het indraaien van een spaarlamp. Is bijvoorbeeld de combinatie van een hoge rendement cv-ketel met een zonneboiler of zonne-energie, zoals we hebben voor de wellness, ook een goede optie voor de appartementen en het hotel?”



# Duurzaam de diepte in

*Unieke boortoren Vorstermans Installatietechniek*

Een ware metamorfose. In 2000 tekende Vorstermans Installatietechniek nog voor een breed pakket van elektra-, verwarming-, ventilatie- en loodgieterwerkzaamheden. Nu wordt de focus voor tachtig procent bepaald door warmte pompinstallaties. "We hebben gekozen voor duurzaam."

Hoe sla je warmte op in de bodem tijdens de zomer en hoe haal je het hartje winter weer naar boven? Hoe weet je zeker dat bepaalde grondlagen voldoende warmte afgeven en opnemen? Dit soort vragen dienden zich bij Vorstermans Installatietechniek aan, nadat het bedrijf uit Meijel had gekozen voor de drastische koerswijziging.

Syntens was van meet af aan getuige van de gedaanteverwisseling. Innovatieadviseur Pieter Hovens: "Neem nu die kwestie over de grondlagen in de bodem. Via kennisinstelling TNO werd ik geattendeerd op een databank die ten aanzien van deze materie is aangelegd. Daar heeft directeur Piet Vorstermans zich op geabonneerd. In combinatie met een capaciteitsberekeningsprogramma kon exact worden berekend hoeveel warmte of koude kon worden onttrokken of toegevoegd aan de bodem."

## **Behaaglijk**

Vorstermans Installatietechniek wil comfort leveren in woningen, appartementen, kantoren, productiehallen en complexen. "Het gaat erom behaaglijkheid te creëren", zegt de directeur. "Mensen moeten zeggen: Hier voel ik me thuis. Dat wordt gerealiseerd via temperatuur, ventilatie en luchtvochtigheid. Per woningproject wordt maatwerk geleverd om optimaal comfort te leveren. Vloer, wand en plafond worden verwarmd en/of gekoeld. Hetzelfde geldt voor de ventilatietoever. Om dit toe te kunnen passen, is een warmtepomp de ideale energieleverancier."

Wat het verschijnsel 'warmtepomp' precies inhoudt? Vorstermans: "De technieken op zich zijn al jaren bekend, maar het is een proces van jaren om een totaalsysteem te ontwikkelen. Gelukkig hebben we de grootste obstakels achter de rug. Wel leren we nog elke dag bij."

## **Boorwerk**

Met de warmtepomp is niet het hele verhaal verteld. Vorstermans wil graag het complete systeem in eigen hand houden. Dus ook het boorwerk.

Vorstermans: "Aanvankelijk werden boorbedrijven ingehuurd om de sondes (de bron, red.) aan te brengen. Je moet je voorstellen dat er wordt geboord tot een diepte van honderd meter. Het probleem was, dat onze klanten werden geconfronteerd met een behoorlijke verbouwing van hun erf. Vooral in de bestaande woningbouw bleef de klant met veel water en overtollige modder achter. Ook de kwaliteit van de aangebrachte sondes met afvulling - materiaal nodig om het boorgat te vullen - liet te wensen over."

Vorstermans Installatietechniek prijst zich gelukkig dat er ook boorbedrijven zijn die kiezen voor kwaliteit. Nu wordt samengewerkt met Bouten Nederland BV uit Nijmegen die de ontwikkeling van een zogeheten boorwagen aanmoedigt.

Vorstermans: "We kunnen veel van elkaar leren en dat doen we ook, zodat we samen nog ver kunnen komen. Daarom is in de laatste twee jaar gewerkt aan een vanaf de grond opgebouwde boorwagen. Het hoofddoel: clean boren en kwaliteit leveren."



# Océ niet van gisteren

*Ruim een eeuw maatschappelijk verantwoord ondernemen*

Het is niet voor niets dat Syntens aan Océ verzocht op vrijdag 20 februari gastheer te zijn van de ondernemers, politici en vele anderen die acte de présence gaven tijdens de bijeenkomst 'Ben er morgen nog!' De leidende internationale onderneming, gespecialiseerd in printing en document management, kent een lange historie op het gebied van maatschappelijk verantwoord ondernemen.

'Duurzaamheid en milieuvriendelijk ondernemen zijn geen onderwerpen die gisteren werden uitgevonden' zegt Harry Loozen, Senior Vice President bij Océ. Bij de internationale onderneming zijn ze er trots op dat oprichter Lodewijk van der Grinten zich al aan het eind van de negentiende eeuw wijdde aan de kwaliteit van het drinkwater in de regio. Om nog maar niet te spreken over de natuurlijke kleurstof die hij ontwikkelde om margarine het aanzien van roomboter te geven. Ruim 130 jaar later geldt milieuvriendelijkheid nog altijd als een belangrijke factor bij Océ. Duurzaam ondernemen is geïntegreerd in de bedrijfscultuur.

## **Hergebruik**

Voorbeelden? Het hergebruik van materialen speelt een sleutelrol in het volledige productieproces. Bij de ontwikkeling van nieuwe producten doet het bedrijf zoveel mogelijk een beroep op onderdelen en modules uit apparaten die uit de markt terugkomen bij Océ. Die zijn ooit gemaakt om jarenlang geen storingen te geven en zijn dus prima in staat voor een tweede en vaak zelfs derde keer te worden gebruikt.

Océ wint de bruikbare onderdelen en modules terug in verschillende fabrieken en werkplaatsen die daar special voor zijn toegerust. Complete apparaten worden evenzeer weer in topconditie gebracht. Interessant weetje: van de terugkerende apparaten kan maar liefst 95% worden hergebruikt of gerecycled voor Océ of andere organisaties.

## **Innovatieve technologie**

'Maar Océ betreft de duurzaamheidgedachte niet alleen op zichzelf,' stelt Loozen, 'Met de ontwikkeling van innovatieve printtechnologieën helpt het bedrijf ook zijn klanten duurzaam te ondernemen. Een mooi voorbeeld is dat met onze Gemini Instant Duplex technologie, in één beweging tweezijdig kan worden geprint. Dat levert een belangrijke bijdrage op aan de vermindering van papier- en energieverbruik.'

Hij is ook erg enthousiast over een ander paradepaardje: 'De ColorWave 600, met de bijzondere ChrystalPoint-technologie, maakt het mogelijk dat printers functioneren zonder uitstoot van ozon, geur of fijn stof. De zogenaamde TonerPearls waarmee deze printer werkt zorgen daarvoor. Deze grootformaat-printer, die vooral gebruikt wordt voor technische documentatie en reclameposters voorkomt ook extra snijafval omdat zes formaten papier tegelijkertijd kunnen worden gebruikt.' aldus Harry Loozen.

Deze CrystalPoint technologie opent verder deuren naar andere duurzame toepassingen. Door gebruik in verscheidene hight-tech-fabricageprocessen worden op dit moment in het Inkjet Application Centre (IAC), opgezet op de High Tech Campus in Eindhoven, in een open innovatiesetting de grenzen verkennt.

### **Van inside-out naar outside-in**

Loozen: 'Océ heeft de afgelopen 130 jaren veel belangrijke innovaties ontwikkeld achter gesloten deuren. Samenwerkingsverbanden en partnerships worden steeds belangrijker om de wereldwijde concurrentie het hoofd te kunnen bieden.



Voorheen was innovatie bij Océ vooral een 'inside-out' proces, waarbij alleen de intern aanwezige kennis gebruikt werd. Vandaag de dag vindt er steeds meer innovatie plaats van 'outside-in'. Dit is een andere aanpak, waarbij je begint met analyseren waarin je echt goed bent en bepalen wat je belangrijkste competenties zijn. Vervolgens bepaal je welke activiteiten je intern laat plaatsvinden, om strategische redenen of vanwege eigen kennis en ervaring. Zo wordt er ook duidelijk waarvoor er externe experts nodig zijn. Zo kun je bovendien nieuwe toepassingen ontwikkelen of nieuwe markten aanboren.”

Het onderzoek van het IAC op inkjettechnologie richt zich bijvoorbeeld op toepassingen anders dan het printen op papier. Zo kan het een interessante productietechniek zijn voor bijvoorbeeld platte beeldschermen met OLED-technologie, flexibele elektronicaprints of zonnecellen.

### **Document services**

Océ ontwikkelt niet alleen printers, maar is - in de vorm van Océ Business Services - ook al jaren actief met dienstverlening rondom documenten. Het bedrijf werkt steeds meer samen met klanten en externe partners, bijvoorbeeld gespecialiseerde IT-leveranciers, om duurzame oplossingen te bieden. Concreet: duurzame oplossingen voor het digitaal opslaan, beheren en terugvinden van miljoenen documenten digitale toepassingen bij onder meer (semi)overheden, zorginstellingen, banken en onderwijsinstellingen. Loozen: 'De druk die op bedrijven overal ter wereld ligt om kosten te besparen, vergroot de belangstelling voor outsourcing van documentprocessen. Ook de strengere wetgeving op het gebied van compliance (archivering en document retention) ondersteunen deze ontwikkeling. Door de toename van het aantal digitale toepassingen verwachten onze klanten zoals (semi)overheden, zorginstellingen, banken en onderwijsinstellingen innovatieve oplossingen voor het digitaal opslaan, beheren en terugvinden van miljoenen documenten'.

Océ stelt dat ook op dit vlak innovaties worden bespoedigd wanneer expertises elkaar weten te vinden. Daarom gaf het bedrijf de aanzet tot Document Services Valley. Daarin gaan kennisinstellingen, overheden en bedrijfsleven de krachten bundelen om onderzoek en ontwikkeling rondom documenten verder versnellen.

'Door de oprichting van de Document Services Valley wil Océ onderzoek en ontwikkeling rondom documenten versnellen' aldus Loozen. 'In zo'n open innovatieplatform kunnen de krachten gebundeld worden van kennisinstellingen, overheden en bedrijfsleven. Ook hierbij speelt milieuvriendelijkheid een

belangrijke rol. Immers, ook digitale toepassingen dragen bij aan een CO2 footprint. De kern blijft echter samenwerking. Loozen: "Voor de realisatie van duurzame innovaties is samenwerking essentieel. Alleen op die manier kunnen zo snel mogelijk nieuwe oplossingen ontwikkeld en getest worden".

## Deel 4    Provincies over Duurzaam

### Provincie Limburg

# 'Mooie plek veroveren'

*Cradle to Cradle in Limburg*

**“Duurzaamheid is niet een of ander vaag begrip. Het gaat om business, omzet en winst. Maar dan wel op een wijze die er niet toe leidt dat we een hypotheek leggen op de toekomst van bijvoorbeeld grondstoffen en materialen.”** Aldus Herman Vrehan, gedeputeerde van de Provincie Limburg met onder meer Economische Zaken in de portefeuille.

In Limburg weten ze het al langer: duurzaamheid is een uitstekend voorbeeld van hoe een maatschappelijk thema dat van oudsher in strijd leek met economische groei, nu steeds meer hand in hand gaat met economische vernieuwing. Het is dan ook een speerpunt van het provinciaal beleid. Investeerde de Provincie al langer in nieuwe manieren om tot een schonere leefomgeving te komen, in de huidige coalitieperiode wordt duurzaamheid ook gezien als een essentiële aanzet tot economische groei. Het is op dát vlak waar het concept 'Cradle to Cradle', kortweg C2C, om de hoek komt kijken.

### **Mooie plek**

CDA-politicus Herman Vrehan: “Wij hebben C2C geadopteerd als een belangrijk businessmodel voor bedrijven. Wat we precies bedoelen met C2C? Dat je niet alleen naar de outputkant van het ondernemen kijkt, maar de weg waarlangs dit gebeurt in ogenschouw neemt. Dat je bijvoorbeeld al bij het ontwerp en de ontwikkeling van een product rekening houdt met hergebruik in de keten. Ik ben ervan overtuigd dat MKB'ers een mooie plek in de markt kunnen veroveren wanneer zij opereren volgens de C2C-gedachte.”

### **Cycli**

C2C, ofwel van wieg tot wieg, zoekt naar samenhang, balans en ontwikkeling van economie, ecologie en sociale aspecten. De centrale boodschap: alle gebruikte materialen bevatten geen milieu- of gezondheidsbedreigende stoffen, zodat ze na hun leven in het ene product nuttig kunnen worden ingezet in een ander of worden teruggegeven aan de natuur en daar als voedsel dienen. Zo ontstaan cycli: de ecologische kringloop en de technologische kringloop. Wie deze cycli op de juiste manier toepast, vervuult het ecologische systeem niet, zorgt ervoor dat de voorraden niet uitgeput raken en dat de kringlopen

gesloten blijven. Wat toepassing van de C2C-principers betekent voor de industrie? Eenvoudigere productieprocessen, minder energie- en grondstofverbruik en minder en beter herbruikbare afvalstoffen. Dat levert de ondernemer een direct kostenvoordeel op.

### **Winst**

Vrehan: "De Provincie Limburg kent al een flink aantal voorbeeldbedrijven die C2C hebben geadopteerd binnen hun organisatie. Zij laten zien dat duurzaam ondernemen tot economisch rendement leidt en dat termen als omzet en winst absoluut geen schande zijn."

Hij vervolgt: "Met ons MKB-innovatieprogramma kunnen we ondernemers ondersteunen bij hun innovatieprocessen, dus ook bedrijven die met C2C aan de slag willen gaan. De Provincie Limburg heeft nog nooit zo uitvoerig in MKB-programma's geïnvesteerd als dit jaar. Denk aan kennisvouchers waarmee bedrijven informatie inkopen bij experts. Verder heeft de Provincie als eerste in den lande een innovatiefonds opgezet waarin wordt voorzien in risicodragend kapitaal om producten vanuit een embryonaal stadium te begeleiden naar de markt."

# Volle vruchten plukken

*De voorbeeldfunctie van Noord-Brabant*

**Op een dusdanige manier gebruikmaken van grondstoffen en andere middelen, dat toekomstige generaties er ook hun voordeel mee kunnen doen. Dát is de definitie die Annemarie Moons hanteert voor de term duurzaamheid. De gedeputeerde van de Provincie Noord-Brabant vertelt over de relatie ervan met ondernemen.**

Een slimme vinding van een bedrijf die alleen binnen de eigen muren wordt gebruikt of die wordt gezien als slechts een bijeffect van een zoektocht naar iets groters. Een vinding dus die nooit de weg naar de markt aflegt en waarvan onderneming, consument, maatschappij en milieu dus niet de volle vruchten plukken. Annemarie Moons, in Noord-Brabant portefeuillehouder Economie en Duurzaamheid, stelt dat binnen het bedrijfsleven niet zelden prachtige initiatieven ontstaan in het kader van duurzaamheid.

“Alleen halen veel daarvan de eindstreep niet”, zegt zij. “Dat is jammer. De provincie Noord-Brabant is onder meer samen met Syntens bezig deze mooie innovaties te ontdekken en ervoor te zorgen dat ze op den duur breder worden toegepast. Dat biedt commerciële kansen aan de betreffende bedrijven, die we hiermee dan ook ondersteunen.”

## **Restwarmte**

Pieken in de Delta. Op-Zuid. Het zijn voorbeelden programma's die het MKB aanzetten tot innovatie, vaak vanuit het perspectief van duurzaamheid, en waarvan de Provincie Noord-Brabant cofinancier is. “We doen ook ons best voor deze thematiek te lobbyen in politiek Den Haag”, zegt Moons.

“Een concreet voorbeeld van wat Noord-Brabant onderneemt? We zijn zeer geïnteresseerd in restwarmte. Waar het ene bedrijf een overschot aan heeft, daar kan het andere een tekort aan hebben. Kunnen ze van elkaar profiteren? Daar wordt onderzoek naar verricht. We proberen ook het MKB in contact te laten komen met het onderwijs, zodat er toegepast onderzoek gaat plaatsvinden, puur op basis van vragen vanuit bedrijven. In dit kader moeten ook de kennisvouchers worden genoemd: certificaten waarmee het MKB kosteloos studievragen kan uitzetten bij kennisinstellingen.”

## Economische kans

Wat zijn de speerpunten van Noord-Brabant ten aanzien van duurzaamheid?

Moons: "Dan denk ik onder meer aan energie en, zoals gezegd, restwarmte. Energie als economische kans. Het MKB heeft de mogelijkheid er slim op in te spelen, al was het maar omdat een verschijnsel als restwarmte kan leiden tot energiebesparing."

"Verder zijn we van mening dat de Provincie een voorbeeldfunctie moet bekleeden. We stimuleren bedrijven bijvoorbeeld minder energie te gebruiken en niet of minder een beroep te doen op zware metalen. Dat kun je als overheid alleen overtuigend doen als de duurzaamheidgedachte bijvoorbeeld ook je eigen wagenpark en inkoop beïnvloedt. We hebben afspraken voor duurzaam inkopen voor de eigen kantine en schaffen dus bijvoorbeeld biologische producten aan."

Moons: "Daarbij vinden wij het natuurlijk leuk en interessant als niet alleen de Provincie, maar ook bedrijven uit Noord-Brabant genoemde voorbeeldfunctie hebben. Een mooi voorbeeld is de zogeheten luchtwasser, een apparaat dat in stallen ammoniak uit de lucht haalt. Veehouderijen uit heel Nederland moeten er hun voordeel mee gaan doen."

Provincie Zeeland

# 'Geen groene hobby, maar economisch hoognodig'

*De voorbeeldfunctie van Zeeland*

**"We moeten leven van de rente, niet van het kapitaal." En: "Het is geen groene hobby, maar iets dat economisch hoognodig is." Marten Wiersma, gedeputeerde van de Provincie Zeeland, bewijst dat de kern van duurzaamheid soms in een oneliner is te vatten.**

Over de nadelen van de economische crisis vullen dagbladjournalisten dagelijks mistroostig vele kolommen. Maar hoe vervelend de huidige neergang ook is, het biedt wel kansen versneld nieuwe wegen in te slaan. Dat stelt Marten Wiersma, GroenLinks-politicus die als Zeeuwse gedeputeerde verantwoordelijk is voor economische zaken, het MKB en energie- en klimaatbeleid.

"Het is nóg belangrijker geworden dat overheid, ondernemers en onderwijs de handen ineenslaan. De Provincie zal dan ook niet op haar handen blijven zitten als ondernemers antwoord nodig hebben op specifieke kennisvragen om bijvoorbeeld een duurzaam product te ontwikkelen."

## **Toestand**

Wat verstaat Wiersma precies onder duurzaamheid? "Snapt u nu hoe moeilijk die vraag is?", zegt hij na een kort betoog. "Voor de ene is duurzaamheid een kwestie van minder energie, voor de andere een zaak van minder afvalstoffen en voor de derde een onderwerp dat betekent dat zijn producten langer in de levenscyclus blijven. Ik zie duurzaamheid ook als een toestand. Het is niet iets wat je plotseling gaat doen, maar iets wat zich ontwikkelt."

"Hoe dan ook, onder invloed van klanten en ook eisen van de overheid, krijgt het MKB steeds meer te maken met een vraag naar duurzaamheid. In Zeeland nemen de investeringen en het aantal ontwikkelingen op dit vlak toe. Neem nu het fenomeen windmolens of warmteterugwinning. Er worden contracten over afgesloten. Het zijn stuk voor stuk hoofdstukken die ook kansen bieden aan het MKB en waarbij de Provincie Zeeland dit soort bedrijven zal betrekken."

Nog een mooi voorbeeld: monumenten in onder meer Veere en Zierikzee blijken zich moeilijk te laten isoleren. Wiersma: "We willen bijvoorbeeld bouwbedrijven de mogelijkheid bieden technieken en vaardigheden aan te leren

die het wél mogelijk maken. Misschien is er wel specifiek onderzoek voor nodig om de gewenste kennis op tafel te krijgen. De Provincie kan daarmee helpen.”

### **Veiligstellen**

Hoe kunnen MKB-bedrijven sterker worden met duurzaamheid? “Dat is eigenlijk een merkwaardige vraag”, countert de gedeputeerde. “Duurzame ontwikkeling kent een economische, een ecologische én een sociale pijler. Wie daarin investeert, krijgt altijd te maken met economische ontwikkeling en stelt dus de continuïteit van zijn bedrijf veilig.”

In Zeeland maken ze de dingen niet moeilijker dan ze zijn. Duurzaam = gewoon doen!, zo luidt dan ook het motto. Wiersma: “We geven bijvoorbeeld al jarenlang cursussen om ondernemers bewust te maken van de kansen en hen in contact te brengen met groene financieringsmogelijkheden van banken. Alleen al in Tholen hebben er 150 ondernemers aan meegedaan.”

“Verder besteden we veel aandacht aan duurzame energie en groene grondstoffen. Enerzijds gebruikt Zeeland met zijn zware industrie veel traditionele en kostbare energiebronnen, aan de andere kant zijn we met onze wind en zon in staat zelf veel energie te produceren. We willen beter onder de aandacht krijgen welke kansen dat laatste biedt.”

# Tips van Syntensadviseurs

## Tips van Syntensadviseurs

### **John Schellekens,**

innovatieadviseur Breda/Middelburg

Tip: "Duurzaamheid is de nieuwe uitdaging voor het bedrijfsleven. Het vereist overtuiging, discipline en doorzettingsvermogen in relatie tot ver weg denken, tot denken over de toekomst. Het gaat om de vier D's: duurzaam, dialoog, discipline en doorzettingsvermogen."

Favoriete website: [www.globalreporting.org](http://www.globalreporting.org). "De website van The Global Reporting Initiative, ofwel GRI. Heel inspirerend. Een voorbeeld? Ga naar [www.amsterdam.nl/duurzaam](http://www.amsterdam.nl/duurzaam). Daar vind je de weergave van een congres dat GRI vorig jaar heeft georganiseerd in ons land. Kijk ook op [www.solonline.com](http://www.solonline.com). Deze site en die van GRI, die beide gaan over globale initiatieven, zetten mij aan tot vertaling naar het MKB."

### **Willy Reiniers,**

innovatieadviseur Middelburg

Tip: "De digitale snelweg is meestal duurzamer dan de echte snelweg. Als je een boodschap wilt overbrengen of een dienst verlenen, kun je dat vaak beter telefonisch of via email of internet doen dan met een pak papier onder je arm de auto instappen en in de file belanden."

Favoriete website: [www.tagtic.com/spring/wie.asp](http://www.tagtic.com/spring/wie.asp). "Dat is de duurzaamheidmeetlat voor de aquacultuur. Zilte bedrijven uit de aquacultuur kunnen daarmee de duurzaamheid van hun bedrijfsvoering vaststellen."

### **Andrea Teeuwisse,**

innovatieadviseur Eindhoven

Tip: "Zoek samenwerking wanneer je een goed idee hebt. Samen word je eerder gehoord en kun je het idee ook sneller realiseren."

Favoriete website: [www.mvonderland.nl](http://www.mvonderland.nl). "Op de website van Maatschappelijk Verantwoord Nederland kom je veel concrete voorbeelden uit de bedrijfspraktijk tegen."

**Benedict Persoon,**

innovatieadviseur Roermond

Tip: "Bezint eer ge begint. Ik bedoel: leg een basis voordat je allerlei grote investeringen gaat doen. Eerst dus simpele zaken, zoals lichtsensoren en spaarlampen, en pas daarna kijken naar zoets als zonnepanelen."

Favoriete website: [www.e-grr.nl](http://www.e-grr.nl). "Een duurzaamheidsinitiatief van de opleiding Technische Bedrijfskunde van de Hogeschool Zuyd in Heerlen. Ondernemers hebben de gelegenheid een zogeheten E-scan te laten uitvoeren: na afloop krijgen zij een rapport met daarin de energieconsumptie binnen hun bedrijfsprocessen."

**Pieter Hovens,**

innovatieadviseur Roermond

Tip: "Doorgáán. Vólhouden. En als je nog niet zo ver bent: beginnen. Duurzaam ondernemen is niet alleen hoognodig, het leidt ook tot business en succes."

Favoriete website: "Tik de termen duurzaam, energiebesparing of Cradle to Cradle in op een zoekmachine."

**Richard Heesen,**

innovatieadviseur Eindhoven

Tip: "Duurzaamheid is een kwestie van dóen. Beter nog: een kwestie van sámen doen. Een MKB'er kan het niet alleen, hij heeft bijvoorbeeld ook zijn toeleveranciers nodig om kansen op te pakken."

Favoriete website: [www.icse.nl](http://www.icse.nl). "Het International Center for Sustainable Excellence ICSE) in Eindhoven brengt initiatieven op het gebied van duurzaamheid samen. De initiatieven zijn afkomstig van consumenten, het bedrijfsleven, de overheid en (kennis)instellingen."

## Andere websites met informatie over duurzaam innoveren en ondernemen:

[www.allesduurzaam.nl](http://www.allesduurzaam.nl)  
[www.cagerito.nl](http://www.cagerito.nl)  
[www.cradletocradle.nl](http://www.cradletocradle.nl)  
[www.dekleineaarde.nl](http://www.dekleineaarde.nl)  
[www.duurzaam2020.nl](http://www.duurzaam2020.nl)  
[www.duurzaamheid.nl](http://www.duurzaamheid.nl)  
[www.duurzaaminnoveren.nl](http://www.duurzaaminnoveren.nl)  
[www.duurzaammkb.nl](http://www.duurzaammkb.nl)  
[www.duurzaamnieuws.nl](http://www.duurzaamnieuws.nl)  
[www.duurzaamzeeland.nl](http://www.duurzaamzeeland.nl)  
[www.duurzamedatabase.nl](http://www.duurzamedatabase.nl)  
[www.energiecentrum.nl](http://www.energiecentrum.nl)  
[www.epea.com](http://www.epea.com)  
[www.icse.nl](http://www.icse.nl)  
[www.keurmerken.info](http://www.keurmerken.info)  
[www.letsradle.nl](http://www.letsradle.nl)  
[www.marktplaatsduurzaaminkopen.nl](http://www.marktplaatsduurzaaminkopen.nl)  
[www.meermetminder.nl](http://www.meermetminder.nl)  
[www.milieubarometer.nl](http://www.milieubarometer.nl)  
[www.mvonderland.nl](http://www.mvonderland.nl)  
[www.natuurenmilieu.nl](http://www.natuurenmilieu.nl)  
[www.planetprosperity.org](http://www.planetprosperity.org)  
[www.stimular.nl](http://www.stimular.nl)  
[www.sveweb.nl](http://www.sveweb.nl) (duurzaam bouwen)  
[www.totaalduurzaam.nl](http://www.totaalduurzaam.nl)  
[www.urgenda.nl](http://www.urgenda.nl)

**Voor contact met een Syntensadviseur  
bij u in de buurt, ga naar:**

**Syntens Middelburg**  
Buitenruststraat 225  
middelburg@syntens.nl  
088 444 0 444

**Syntens Breda**  
Mozartlaan 7  
breda@syntens.nl  
088 444 0 444

**Syntens Eindhoven**  
J.F. Kennedylaan 2  
eindhoven@syntens.nl  
088 444 0 444

**Syntens Roermond**  
Buitenop 8E  
roermond@syntens.nl  
088 444 0 444

## Colofon

Dit boekje is gratis downloadbaar op [www.syntens.nl/benermorgenog](http://www.syntens.nl/benermorgenog)  
Syntens helpt van uw ideeën reële kansen te maken en deze sneller te realiseren. En dat zonder commerciële belangen. We zijn hét onafhankelijk klankbord voor MKB-ondernemers. Syntens is specialist in vernieuwing in alle bedrijfsaspecten en weet waar kennis en ervaring te vinden zijn. Dit alles zonder u een rekening te sturen. Syntens helpt u te ondernemen.

Zie ook [www.syntens.nl](http://www.syntens.nl)

Meer informatie kunt u verkrijgen bij [benermorgenog@syntens.nl](mailto:benermorgenog@syntens.nl)

© 2009 Syntens, Nieuwegein

Redactie	: Ingrid van Berlo, Syntens
Interviews	: Gerben Stolk, Pluma tekst
Fotografie	: aangeleverd door geïnterviewden, Syntens
DTP werk	: andersdoen.nl, Zierikzee
Groepsfoto	: Maarten Dings, Sevenum
Druk- en bindwerk	: VarioPrint 6250 en de CS665 van Océ, Venlo
Uitgever	: Syntens 2009
ISBN	: 978-90-804298-8-8

Dank aan Océ voor de gastvrijheid en de inspiratie.

Hoewel aan de totstandkoming van deze uitgave de uiterste zorg is besteed, kan voor de aanwezigheid van eventuele (druk)fouten en onvolledigheden niet worden ingestaan en aanvaarden de auteur(s), redacteur(en) en uitgever deswege geen aansprakelijkheid voor de gevolgen van eventueel voorkomende fouten en onvolledigheden.

Op dit werk is een Creative Commons licentie naamsvermelding - niet-commercieel -geen afgeleide werken 3.0 Nederland van toepassing.





# Ben er morgen nog!

*“Ben er morgen nog!”* Een zinnetje dat wordt uitgesproken in slechts één seconde, maar waarmee Syntens wil aanzetten tot overpeinzingen en acties voor de lange termijn. Met ‘lange termijn’ doelt het innovatienetwerk voor ondernemers niet alleen op het bestaan van bedrijven. Maar ook op die van onze planeet en het leven dat erop voorkomt. Want laat het duidelijk zijn: de tegenwoordig steeds vaker gebezigde term duurzaamheid, biedt prachtige zakelijke kansen. Word een duurzaam bedrijf in een duurzame wereld ofwel ben er morgen nog.

Het boek ‘Ben er morgen nog’ gaat over duurzaamheid in het MKB. Het is geschreven voor ondernemers die er ook morgen nog willen zijn. Het staat vol met praktische voorbeelden van hoe je een bedrijf duurzamer kunt maken, met alle voordelen van dien. Bedrijven in Zuid-Nederland laten zien dat een nieuw evenwicht tussen ‘people’, ‘planet’ en ‘profit’ wel degelijk meer van alles kan zijn.

Ben er morgen nog is gratis downloadbaar op [www.syntens.nl/benermorgennog](http://www.syntens.nl/benermorgennog)



## Murk Peutz

De auteur van het boek is mr. ir. Murk Peutz, sinds 2004 regiodirecteur Zuid-Nederland bij Syntens. Daarvoor was hij werkzaam als manager en heeft hij leiding gegeven bij diverse bedrijven in de industrie. Ook heeft hij een aantal jaren als consultant gewerkt bij de Boston Consulting Group. Eerder verscheen van hem het boek ‘Ondernemers op onderzoek’.