



Green Business Benefits

Van los projectje naar dagelijkse praktijk

Een goede groene business case neerzetten is voor veel ondernemers nog altijd een uitdaging. Want hoe neem je minder zichtbare of kwantificeerbare waarden mee in je berekeningen? En hoe voorkom je dat op opeenvolgende initiatieven voor kennisuitwisseling steeds weer op nul beginnen? Daarover ging het Green Business Benefits Buffet, georganiseerd door Alterra Wageningen UR in opdracht van het ministerie van Economische Zaken.

Terwijl buiten de decemberwind over de Maas loeit, hebben zich in het behaaglijk warme Dokkaffee op het Rotterdamse RDM terrein enkele tientallen deelnemers verzameld.

Opvallend veel adviseurs, maar ook het midden- en kleinbedrijf is vertegenwoordigd. Tijdens een lopend buffet wisselen zij aan vijf verschillende tafels van gedachten over groen ondernemen: wat levert het hen op, hoe begin je ermee?

Groene *business cases*

Het koffiedik van La Place dat wordt gebruikt in de champignonteelt, de ASN bank die al haar investeringen klimaatneutraal gaat maken, beton met olifantsgras erin, warmte uit restafval, voorbeelden van duurzaam zakendoen zijn er steeds meer. Maar om daar te komen heb je als bedrijf allereerst een begeesterde 'fan' nodig. Een initiator die bereid en in staat is zijn organisatie in beweging te krijgen. Iemand die groen ondernemen in de harten van de mensen brengt.

Geld

Een aantal deelnemers ervaart dat het vervolgens lastig kan zijn om de benodigde investeringen bij elkaar te krijgen. De kost gaat voor de baat uit. Zeker bij vernieuwende producten, die de wereld kunnen veranderen maar die zich nog op de markt moeten bewijzen, kan het lastig zijn investeerders te vinden die de financiële risico's op zich

willen nemen. 'Iedereen gelooft erin, totdat de vraag komt of ze mee willen betalen'. De *return on investment* moet voor alle partijen duidelijk zijn, en zeker voor partijen die de nadelen van een product of ontwikkeling ondervinden. Ook de klant is soms lastig te overtuigen van de meerwaarde van een duurzaam product of dienst. Daarbij speelt een rol dat externe kosten (waaronder de impact op milieu, klimaat, biodiversiteit) doorgaans niet in de prijs van traditionele producten en diensten verwerkt zijn.

Exploitatie

Door projecten op een nieuwe manier in te richten worden investeringen in duurzame oplossingen als vanzelfsprekend lonend. Zo bouwt consortium StruktonHurks een nieuw onderkomen voor het RIVM en het College ter Beoordeling van Geneesmiddelen, waarbij de opdracht niet alleen de bouw, maar na oplevering ook de verantwoordelijkheid voor 25 jaar exploitatie omvat. "Als het gaat om duurzaamheid dan is zo'n een integrale (*Design, Finance, Build, Maintain, Operate*) aanpak essentieel", zegt Kasper Nieuwstraten van Strukton. "Je houdt dan al bij het ontwerp rekening met het onderhoud. En met het daadwerkelijke gebruik van het gebouw en de omgeving gedurende de gehele levenscyclus. Als je vervolgens ook 25 jaar verantwoordelijk bent voor de exploitatie dan wordt duurzaamheid een vanzelfsprekendheid." *Features* in het ontwerp die in eerste instantie geld kosten, zoals groene daken en wanden en een duurzame energievoorziening, verdienen zich gedurende het beheer in 25 jaar juist terug.

Groene keten

'Groen doen' hoeft niet altijd groots en meeslepend om betekenisvol te zijn, stelt Elmar Theune van het ministerie van Economische Zaken. Je ziet steeds vaker dat grote onderwerpen, zoals de zogenoemde plastic soep of bijensterfte, gekoppeld worden aan 'kleine' dingen die burgers en ondernemers in de eigen omgeving kunnen doen.

Wel is het tijdperk voorbij dat je maatschappelijk verantwoord ondernemen met een aparte pagina in je jaarverslag en een leuk groen projectje voor de buurt kan afdoen. Want aalbare natuurprojecten zijn leuk, maar het

nut is relatief, vindt Diana de Graaf van de Groene Zaak, het netwerk van koplopers onder de duurzame ondernemers. "Als een bedrijf aluminium gebruikt, waarvoor in Jamaica bauxiet gewonnen wordt, dan weet men vaak niet goed wat de impact van die mijnbouw is. Een vlinderhuisje op het eigen terrein plaatsen is niet genoeg, wanneer je tegelijkertijd niets doet aan het verduurzamen van je keten." Biodiversiteit is lang niet altijd goed opgenomen in analyses van de productieketen, merkt De Graaf. Terwijl er juist een grote variëteit aan kansen en mogelijkheden is om groener te doen. De kennis is er wel, maar wordt helaas niet altijd goed gedeeld. "Sommige wetenschappers 'zitten' nog teveel op hun eigen kennis", merkt De Graaf.

Biobased en *urban mining*

Groen ondernemen wordt vaak uitgelegd als *biobased* ondernemen: biomassa in plaats van fossiele grondstoffen gebruiken voor de productie van materialen en energie. Die vanzelfsprekende interpretatie is niet altijd terecht, waarschuwt Rudi Daelmans, directeur duurzaamheid bij tapijtfabrikant Desso. "*Biobased* betekent op grote schaal meestal monocultuur, en nutriënten die niet terugkomen. Je legt beslag op grond die daardoor niet voor woningbouw, recreatie of natuur gebruikt kan worden. We hebben via *urban mining* toegang tot enorm veel materiaal, laten we dat goed uitnutten."

Overheid en circulair

De circulaire economie kan zeker een businessmodel zijn – mits er op vervuilen en het produceren van afval een prijs staat. Dat is een kader dat de overheid zou moeten geven, bedrijven kunnen dat niet alleen. Wat moet er gebeuren om te zorgen dat circulair en groen ondernemen een grotere vlucht neemt? 'Niet al teveel praatsessies graag', is een van de gehoorde reacties. Ondernemers zijn doeners, als ze elkaar maar weten te vinden, dan kunnen ze rechtstreeks afspraken maken met elkaar. En aan de slag.

Want om echt verder te komen zijn partnerschappen keihard nodig: een vergaande vorm van samenwerken waar alle betrokkenen baat bij hebben en een essentiële rol vervullen. Als eenling lukt het eenvoudigweg niet om innovatieve groene *business cases* rond te krijgen.

Elmar Theune van Economische Zaken moedigt ook de aanwezige consultants aan om niet alleen hun klanten te adviseren over verduurzaming, maar *zelf* als adviseurs hun modus operandi ook te vergroenen.

Dagelijkse praktijk

Uiteindelijk is groen produceren welbegrepen eigenbelang, het zorgt veelal voor betere producten. Daarover zijn de deelnemers het eens. Om daarmee verder te komen is nauwe samenwerking vereist. “Blijf elkaar opzoeken,” roept directeur Kees Slingerland van Alterra Wageningen UR de deelnemers op. Als organisator van de bijeenkomst en kennisinstituut voor de groene leefomgeving levert Alterra expertise op het gebied van de groene ruimte en het duurzaam maatschappelijk gebruik ervan. Geïnteresseerden kunnen onder meer via de website van Green Business Benefits op de hoogte blijven van de ontwikkelingen rond groener ondernemen.

De belangrijkste vraag bewaart Slingerland voor het slot van zijn betoog:

“Neemt u de ideeën van vanavond morgen mee naar uw eigen dagelijkse praktijk”

-//