

360 Degrees

52°36'0.39"N 4°39'21.96"O

+ FOTOGRAFIE JAN VAN DER WONING

Wat gebeurt hier?

Hier wordt een oogst oesterzwammen binnengehaald. De paddenstoelen groeien op een voedingsbodem van koffiedik. Dit 'afval' is afkomstig van honderd vestigingen van restaurantketen La Place, inmiddels populairder dan moederbedrijf V&D zelf. De koffierestanten worden door transporteur Vroegop-Windig opgehaald, na het lossen van nieuwe versproducten aan La Place. De vrachtwagens rijden nooit leeg, want ze brengen de koffieprut naar de teler en halen geoogste oesterzwammen weer op. Die verwerken de koks van La Place in wokschotels, omeletten en quiches. Zo is de cirkel rond.

www.laplace.nl

Waar is dit?

Dit futuristische beeld is te vinden bij kwekerij GRO Mushrooms (Green Recycled Organics) in Egmond-Binnen. Directeur Jan Willem Bosman-Jansen ontdekte in Zimbabwe dat hele families van de paddenstoelenteelt op koffiedik konden bestaan. GRO kan ook al na enkele weken oogsten. Bijzonder: in deze kwekerij werken mensen met een beperking. Na deze werkervaring gaan ze door naar regulier werk. En als er geen paddenstoel meer op het koffiedik groeit? Dan wordt het verwerkt tot compost.

www.gro-holland.com

Wat is hier zo bijzonder aan?

Het sluiten van de keten, dat komt nog niet vaak voor. We noemen het ook wel 'circulaire economie'. P+ beschreef eerder een voorbeeld in Frankrijk, waar gebruikt wit papierkantoor uit de stad Le Mans opnieuw wordt verwerkt tot gerecycled papier, dat deels weer teruggaat naar de stadskantoren van Le Mans. Deze keten van koffiedik gaat zelfs nog verder, want imiteert ecologische natuurlijke processen. In de echte natuur bestaat het begrip 'afval' niet. Alles is grondstof. Het samenwerkingsverband won de Horecava 2011 Duurzaamheidsaward.

www.vroegop.nl

Paddenstoelen op koffiedik



Britse oma leest Indiase kinderen voor

Een Britse oma kan voorkomen dat arme kinderen in India niet kunnen lezen en schrijven. En ze kan ze ook nog een leuk verhaaltje voor het slapen gaan voorlezen. Dat is het idee van de Britse hoogleraar Sugata Mitra van de universiteit van Newcastle. Hij is niet de eerste de beste. Mitra was de inspirator van de film 'Slumdog Millionaire' en hij is gespecialiseerd in onderwijstechnologie. Beroemd zijn de computerkastjes die hij in kiosken in krottenwijken plaatst en door kinderen gratis laat gebruiken. Zijn nieuwe service wordt meestal 'Granny Cloud' genoemd.

Mitra kwam op het idee toen hij een aantal jaren geleden weer eens door India reisde. Hij vroeg kinderen waar zij Skype het liefste voor zouden gebruiken (Skype is de gratis telefoonservice via internetlijnen, die ook beeldverbindingen mogelijk maakt). Tot zijn verrassing kreeg hij heel vaak

als antwoord: "Ik wil graag dat Britse omaatjes mij een sprookje voorlezen."

Het marktonderzoek van Mitra wees uit dat de kinderen er zelfs voor wilden sparen. Dat was voor hem voldoende om op de Britse eilanden te peilen of deze belangstelling ook wederzijds was. En dat was het: in korte tijd had hij tweehonderd vrijwilligers bij elkaar. Met een bijzonder kenmerk, zo ontdekte de hoogleraar: "Er is veel belangstelling bij leraren die met pensioen zijn. Dat is de grootste groep die nu via Skype in de krottenwijken les geeft in taal en rekenen." Een enorme belasting is het niet voor de Britse senioren. Ze kunnen gezellig in hun eigen cottage achter de open haard blijven zitten. En als ze een uurtje per week lesgeven, is Mitra al tevreden.

<http://solesandsomes.wikispaces.com>

Parijs presenteert gratis bubbels

Parijs presenteert sinds kort gratis bubbels. Te vinden in een oostelijk park in de stad, de Jardin de Reuilly. Gevoed door een onderaardse bron, voorziet het leidingwaterbedrijf van de stad het water van koolzuur en presenteert het op een koele temperatuur. Zou dat ook niet mooi zijn op het Leidseplein, aan de Coolsingel of op het Binnenhof? Uniek is zelfs het initiatief in Parijs niet. In Italië (Lombardije, boven Milaan) staan al wat langer publieke watertaps. www.caudeparis.fr

KPN springt van 240 naar zeventuizend flexwerkplekken

Het meest transparante duurzaamheidsverslag van 2009 staat op naam van KPN. Het telecombedrijf kreeg de 'De Kristal' uitgereikt van het ministerie van Economische Zaken, Landbouw en Innovatie en de Beroepsorganisatie van Accountants (NBA) op de nieuwjaarsreceptie van MVO Nederland. Het is een hele grote sprong voorwaarts voor KPN, die vorig jaar nog op plaats 24 stond. KPN boekte bijvoorbeeld een gigantische groei in het aantal

flexwerkplekken: "Door mensen de mogelijkheid te bieden zelf te bepalen waar en wanneer zij hun werk doen, wil KPN meehelpen aan het oplossen van het mobiliteitsprobleem, het besparen van reistijd en terugdringen van CO₂-uitstoot." KPN maakte in 2009 zo een reuzensprong van 240 naar zeventuizend flexwerkplekken. www.kpn.com/corporate/overkpn/duurzaam.htm

De vijf megatrends van nu

De doelen van maatschappelijk verantwoord ondernemen geven wonderbaarlijk antwoord op belangrijke megatrends in deze wereld, ook die in Nederland. Aldus Willem Lageweg, directeur van MVO Nederland. Lageweg bedacht de megatrends niet zelf. Hij baseert zich onder andere op het trendonderzoek Sience of the Time van Carl Rohde, maar ook Mentality onderzoek van MotivAction.

Dit zijn wereldwijd vijf grote bewegingen:

1 Groeiend wantrouwen/cynisme ten opzichte van instituten, overheden, banken, grote bedrijven, topsalarissen enzovoorts. Het grote publiek en zeker ook de jonge generatie heeft hier een steeds grotere afkeer van.

2 Behoeft aan veiligheid en sociale cohesie in een wereld die verhardt en individualiseert (vooral bij ouderen).

3 Behoeft aan *roots and wings*, aan herkomst (koesteren van de regionale/lokale identiteit; interesse in waar producten vandaan komen en hoe ze worden gemaakt; opmars streekproducten) en aan een zelf gekozen toekomst met sterke eigen ambities (*cultural creatives*, veel zzp'ers, veel studenten).

4 Toenemend besef van schaarste en daardoor, ondanks aarzelingen bij overheden en een dip bij het grote publiek, aanhoudende interesse bij grote groepen burgers en steeds meer bedrijven in duurzaamheid.

5 Transparantie en kennis delen (permanente druk vanuit de politiek en de media, enorme opkomst van sociale media, Wikileaks).

www.mvonderland.nl

Evolutie Duurzaam bedrijfsleven leert aanvallen

+ ILLUSTRATIE WULFFMORGENHALER



Computermuis als natuurproduct

Hij kan nog net niet wegrennen, piepen en kaas eten, maar verder is de nieuwe muis van Fujitsu een echt natuurproduct. Biologisch afbreekbaar. Zit geen snipper-tje kunststof meer in. Voor de techneuten onder ons: De Fujitsu Mouse M440 ECO is gemaakt van de kunststofvervangers Arboform en Biograde in plaats van op olie gebaseerde middelen, zoals hard kunststof en PVC. Is nu in Nederland te koop voor negentien euro. Hoeft niet verschoond te worden.

<http://nl.fujitsu.com>



Duurzaamheidseisen ProRail: zelfs leveranciers van leveranciers doen mee

ProRail geeft voordeel aan toeleveranciers die hun CO₂-uitstoot in kaart hebben gebracht, en ook nog minderen. De beheerder van het spoorwegnet vraagt hier naar bij aanbestedingen. De door ProRail ontwikkelde CO₂-prestatieladder blijkt na een jaar al een krachtig instrument. Ger van der Wal, hoofd van de afdeling Aanbestedingszaken, Kostenmanagement en Inkoop (AKI) van ProRail, spreekt zelfs van een 'olievlekwerking'. Niet alleen de directe toeleveranciers, maar ook de toeleveranciers dieper in de keten zijn aan de slag gegaan met de hogere duurzaamheidseisen. De CO₂-prestatieladder is gebaseerd op het Greenhouse Gas Protocol van het World Resources Institute en de World Business Council for Sustainable Development. ProRail past de CO₂-prestatieladder nu een jaar toe. In een certificatieschema en daar op gebaseerde audit-checklijsten staat precies wat een toeleverend bedrijf in kaart moet brengen. De informatie wordt geverifieerd door een onafhankelijke certificerende instelling. Die bepaalt vervolgens het niveau en reikt een overeenkomstig CO₂-bewust Certificaat uit. ProRail onderscheidt zes niveaus. Het hoogste (vijf) komt overeen met een gunningsvoordeel in de vorm

van een fictief lagere kostprijs van 10 procent. ProRail heeft relaties met honderden bedrijven. Van der Wal: "In het begin dachten ze: 'Wat heeft ProRail nu voor wilds bedacht?' Maar bedrijven zijn nu enthousiast bezig." Er is bovendien een doorwerking dieper in de keten van toeleveranciers ontstaan. "Dat hebben we ons vooraf niet zo gerealiseerd." Het komt er op neer dat bouwbedrijven die zich voor de hoogste niveaus willen kwalificeren ook aan de slag moeten met hun toeleveranciers. Die moeten minimaal een CO₂-emissie-inventaris opstellen. Aanvankelijk leefde bij de top van ProRail de vrees dat de inkoop wellicht 10 procent duurder zou uitpakken. Een studie toonde aan dat het hooguit 0,3 procent zou worden. In de praktijk is het nog minder. Van der Wal: "Van lieverlee neemt het prijsverschil af, omdat de inschrijvende partijen een gelijk niveau krijgen." De bedrijven moeten zich jaarlijks laten hercertificeren. "Je moet laten zien dat je er nog aan werkt." Als steeds meer bedrijven op het hoogste niveau vijf komen, kan worden overwogen een trapje hoger te gaan, met een nog niet bestaand niveau zes, zegt Van der Wal. www.prorail.nl

Hago Next: Schoonmakers in het zonnetje

Noem het een nieuwe start. Of een nieuwe norm voor de schoonmaakbranche. Feit is dat het nieuw gelanceerde bedrijf Hago Next schoonmakers uit hun rol van 'kaboutertjes' wil halen, die ongezien voor de kantoorbevolking in nachtelijke uren bureaus poetsen. Met als kernwoord 'respect' kunnen bedrijven nu schoonmakers overdag inhuren, die als normaal mens aanspreekbaar zijn en direct oplossingen voor problemen kunnen oppakken. Met andere woorden: Hago Next zet de schoonmaker letterlijk in het zonnetje. De eerste drie klanten van het bedrijf zijn er al: Coca-Cola Nederland, MVO Nederland en de Hay Group. Nieuwe directeur Ben ter Horst neemt van het 'oude' Hago een staf mee en

krijgt vele tonnen mee om van dit nieuwe voorbeeld in de schoonmaakbranche de komende jaren een succes te maken. Hij kan goedkoop aanbieden en dat komt omdat schoonmaken in de avond en de nacht en het weekend juist duurder is. Ter Horst: "Een klant berekende dat het verschil per werkplek maar zeventig euro is. Een gemiddelde werkplek kost tienduizend euro per jaar. Waar hebben we het dan over?" Waar werd 'Hago Next' gelanceerd? Op een perron van NS Utrecht, waar de grote schoonmaakstakingen waren. Er is sindsdien heel veel geleerd, en MVO-manager Annette van Waning van het moederbedrijf Vebevo voerde een van de meest uitgebreide stakeholder-

rondes die wij ooit meemaakten. De belangrijkste belanghebbenden stapten dan ook op de trein, die 'Hago Next' symbolisch door het land liet rijden: vakbonden, MVO Nederland, de maker van de Zembra-uitzending over de 'cowboypraktijken', inkoopers, wetenschappers, noem maar op. Van Waning: "We willen terug naar een situatie waarin schoonmakers weer onderdeel uitmaken van het bedrijf. Dat zal voor iedereen eventjes wennen zijn, ook voor de schoonmakers zelf. Het kan zijn dat ze vragen en opmerkingen krijgen van medewerkers. Dat ze zelf even moeten vragen of ze ergens bij mogen. Of een andere vraag terug krijgen."

www.hago.nl

Wereldverbeteraars **De motivator**

+ ILLUSTRATIE PIETER GEENEN



MVO Nederland mag regering adviseren over duurzaam inkopen

MVO Nederland mag samen met VNO-NCW en MKB Nederland een advies uitbrengen over de toekomst van het duurzaam inkopen van de overheid. Dit zei staatssecretaris Atsma tijdens het overleg met de Kamer. "Ik geef geen blanco check weg, maar ik hoop wel het advies van MVO Nederland een-op-een over te kunnen nemen." Het advies moet voor de zomer gereed zijn, met het oog op Prinsjesdag, zei Atsma. VVD-woordvoerder René Leegte verloor op alle fronten. De regering voelt er niets voor om gemeenten die een keurmerk voorschrijven te gaan beboeten, zoals Leegte voorstelde. De belangrijkste quotes uit het debat.

Atsma over het VVD-idee van René Leegte: "Ik waag te betwijfelen of het zinvol is om het verplicht stellen van keurmerken te beboeten." Atsma over aanvraag advies: "Ik heb VNO-NCW en MVO Nederland en MKB Nederland gevraagd voor de zomer advies uit te brengen. Ik geef geen blanco check weg, maar ik hoop wel het advies MVO Nederland een-op-een over te kunnen nemen. Niemand wil stoppen met duurzaam inkopen: 99 procent van het bedrijfsleven wil dat niet."

www.mvonederland.nl

Nutsbedrijf HVC stapt in laatste windmolenpark

Het is voorlopig het laatste windmolenpark op de Noordzee dat gerealiseerd zal worden. En die realisatie is een stuk dichterbij gekomen door een stap van een bedrijf dat nu nog vooral energie opwekt uit afvalverwerking: het nutsbedrijf voor gemeenten en waterschappen HVC uit Alkmaar. HVC heeft neemt een belang van 15 procent in het zeshonderd megawatt BARD-Nederland windmolenpark, 55 kilometer ten noordoosten van Schiermonnikoog. HVC wil verder op deze weg en aangesloten gemeenten helpen bij het halen van klimaatdoelstellingen. Het voordeel van een nutsbedrijf: er is niet het jakkerige gehijg van kwartaalcijfers die op de beurs gepresenteerd moeten worden. Grote projecten die om een langetermijnvisie en een langetermijnademed vragen, zouden daarom wel eens beter af kunnen zijn bij de goede oude constructie van het nutsbedrijf, zoals de oude vorm van de coöperatie (Rabobank) in tijden van bankencrisis ook een veiliger organisatievorm is gebleken.

Wim van Lieshout, algemeen directeur van HVC, bracht een verklaring uit: 'Onze deelname in het BARD-Nederland-windpark past in onze doelstelling bij te dragen aan een duurzame samenleving en gemeenten en waterschappen te ondersteunen bij het behalen van hun klimaatdoelstellingen. Wellicht zal het publieke aandeel in dit windpark nog groter worden. Een aantal publieke partijen heeft bij mij al interesse getoond om ook te participeren, bijvoorbeeld omdat zij hun klimaatdoelstellingen sneller en eenvoudiger kunnen realiseren met een participatie in een windpark op zee. Als nutsbedrijf op het gebied van duurzaam afvalbeheer en energieproductie produceert HVC jaarlijks ruim vijfhonderd gigawattuur duurzame elektriciteit uit afval, goed voor de energiebehoefte van 145 duizend huishoudens. Eind 2010 hebben we al een beperkt aandeel genomen in een Duits windpark op zee. Met ons aandeel in dit Nederlandse offshore windpark van zeshonderd megawatt wordt onze jaarlijkse productie van duurzame energie bijna verdubbeld. De besparing op CO₂-uitstoot is zelfs nog groter.'

HVC is eigendom van 52 aandeelhoudende gemeenten uit Noord-Holland, Flevoland, Zuid-Holland en Friesland en van de vijf waterschappen Delfland, Rijnland, Rivierenland, Schieland en de Krimpenerwaard en Hollandse Delta. Voor deze aandeelhouders voert HVC het duurzame afvalbeheer en de groene energieproductie uit.

Bij de financiering van het windmolenpark bij Terschelling is ook Typhoon Offshore B.V. betrokken, een groene investeringsmaatschappij die is gespecialiseerd in de realisatie van offshore windparken in de Noordzee. Het team van Typhoon Offshore legde eerder de basis voor de windparken Belwind en Prinses Amalia. Typhoon Offshore is onderdeel van Typhoon Capital B.V. dat in 2009 werd opgericht door Dennis Lange en Dirk Berkhout.

www.hvcgroep.nl



Machtige mannen in de kou

Elk jaar, zo eind januari, vindt er een machtige-mannenondersje plaats in het Zwitserse Davos. Aangezien machtige mannen altijd veel aandacht trekken en aandacht nodig hebben, zijn er dus altijd veel assistenten en journalisten, ook van vrouwelijke kunne. Daarnaast nemen de machtige mannen dan hun vrouw of vriendin mee. Dat geeft het straatbeeld nog enigszins een normaal aanzien. Maar ook in 2011 waren er weinig vrouwen als toonaangevende sprekers.

De organisatoren van Davos krijgen al jaren om hun oren dat er te weinig vrouwen aanwezig zijn op het World Economic Forum. Daarom hadden ze voor dit jaar aan de verschillende delegaties gevraagd om in ieder geval te zorgen dat een van de vijf gedelegeerden een vrouw zou zijn. 20 Procent, dat zou toch niet zo moeilijk zijn? Dat percentage werd bij lange na niet gehaald: er kwamen gewoon vier mannen. Dat er nauwelijks vrouwen in Davos zijn, is natuurlijk te wijten aan het feit dat er weinig machtige vrouwen zijn die geacht worden om over wereldpolitiek, economie en financiën mee te praten. Het Kabinet-Rutte heeft met zijn aantreden het wereldgemiddelde flink naar beneden gebracht. Ook daar zijn de mannen liever onder elkaar.

Misschien hebben die machtige mannen zo'n uitje wel elk jaar nodig. Een bijeenkomst waar ze elkaar complimenteren omdat ze allemaal machtige mannen zijn. Willen ze eigenlijk de machtige vrouwen er wel bij hebben. Die verpesten dan de sfeer met kritische opmerkingen. De Franse minister van Financiën Christine Lagarde gaf de machtige Britse bankier Bob Diamond van HSBC een flinke schrobering. En aan zijn gezicht te zien, was hem dat lange tijd niet overkomen. Als ik al die mannen van boven de vijftig opgesloten in dat koude Zwitserse dorp voorbij zie komen via internet, maak ik me zorgen. Zorgen over gebrek aan kritisch vermogen ten opzichte van elkaar, over het feit dat ze nagenoeg allemaal op elkaar lijken en dat ze weer drie dagen met elkaar gepraat hebben zonder dat de rest van de wereld er een millimeter mee op geschoten is. Het is window dressing tot in de puntjes.

Een typisch voorbeeld van duurzame schijn was de oprichting – enthousiast in Davos aangekondigd door de Secretaris-Generaal van de Verenigde Naties – van de Global Compact LEAD. Weer zo'n exclusief clubje van bedrijven met mannelijke bestuurvoorzitters die bij elkaar kruipen om te laten zien dat ze voorop lopen met duurzaam ondernemen. En wie zijn dan de LEAD? Intel, Nestlé, Coca-Cola, Siemens, Shell, Tata Steel, Total en Unilever. Geen van die partijen heeft nog een 100 procent duurzame omzet. En dan heb ik nog niet eens over zaken waar ze nog ernstig tekort schieten als cacao, waardevolle metalen uit Afrika, overgewicht, energiegebruik, olie-zanden en palmolie.

Mijn hoop is gevestigd op de jonge managers (m/v) die een duurzame tornado door hun bedrijf laten razen. Of de jonge ondernemers (m/v) die met veel bravoure een echt duurzaam product op de markt durven te brengen. Zij hebben het koude Davos en die machtige mannen helemaal niet nodig. Zij weten elkaar en hun klanten te vinden op sociale media. Een vorm van communiceren, die ondanks het virtuele karakter toch lekker warm aanvoelt.