



## CLIFFORD CHANCE AMSTERDAM

Het monumentale kantoor van internationaal advocatenkantoor Clifford Chance leek na de restauratie helemaal klaar te zijn voor de nieuwe eeuw. Toch kon er nog een ton euro per jaar aan energiekosten worden bespaard. De twee toverwoorden waren: fijnafstemming en gedragsverandering.

✦ TEKST JAN BOM ✦ FOTOGRAFIE MISCHA KEIJSER

Een glazen overkapping maakte van de binnenplaats een juridische bibliotheek. Na de ingebruikname bleek het glasdak een enorme hittebron te zijn. De decoratieve lampen versterken dit effect en maakten het gebouw voor de werknemers op de bovenste etage zowat onwerkbaar, tenzij de airco op volle toeren liep. Zo werkten de systemen dwars tegen elkaar in.

# Ton energiebesparing



Het monumentale pand aan de Droogbak in het centrum van Amsterdam, pal naast het Centraal Station. Gebouwd in 1882 tot 1884, op 2.700 scheepsmasten, in opdracht van de Hollandsche IJzeren Spoorweg Maatschappij, een voorloper van de NS. Het kantoor herbergt iets meer dan 350 werknemers.

# Gedragsverandering

**H**et was dwars en eigenzinnig, om voor dit pand te kiezen. Een landmark in Amsterdam, jazeker. Een pand uit dezelfde bouwperiode als het Rijksmuseum, het Concertgebouw, het Centraal Station, met dezelfde kenmerken in de Nederlandse neorenaissancestijl. Maar had een advocatenkantoor, gespecialiseerd in internationaal juridisch en zakelijk advies, niet aan de Amsterdamse Zuidas moeten gaan zitten, vlakbij de grote Nederlandse banken en concerns? De partners binnen Clifford Chance hadden ook wat andere overwegingen. Er was een karakteristiek gebouw nodig waar vanwege het internationale karakter 24 uur per dag doorgewerkt kon worden, altijd goed bereikbaar met het openbaar vervoer. Een pand dat qua grandeur bij de uitstraling zou passen van het grootste advocatenkantoor ter wereld, ooit begonnen in Londen, maar nu met 29 vestigingen in steden als New York, São Paulo, Beijing, Hongkong en Istanbul, verspreid over twintig verschillende landen tot aan Qatar toe. En toen pasten ineens die bijzondere ornamenten, die behouden waren gebleven, wonderwel. Het beeld van Hermes boven de voordeur, de Griekse god van handel en transport. De indrukwekkende trap van hout die nog eerder op de monumentenlijst stond dan het gebouw zelf. De ingenieuze centrale klok in de hal, die een tijdje de meest betrouwbare bron van de echte tijd was. Het kon een flinke eeuw geleden in Friesland rustig tien minuten later of vroeger zijn dan in Rotterdam. De directie van de eerste spoorlijnen van ons land wilden graag op tijd vertrekken. En tijd is voor internationaal opererende juristen vandaag al net zo belangrijk, om het vliegtuig te halen voor een closing in Moskou.

**Toch koos Clifford Chance** in 2000 voor een huurcontract van tien jaar. Al in 2009 begon facilities manager (zoals dat op zijn visitekaartje staat) Pascal Deijs (1969) de onderhandelingen over aanpassingen in het gebouw. De ervaring leert dat vastgoedeigenaren en beheerders weinig zin hebben om dat tussentijds te doen. Er staat toch al dubbel glas in de kozijnen? Deijs zegt zelfs: “De energierekening is voor de meeste huurders van kan-

toren vrijwel oncontroleerbaar. De kosten worden gewoon doorberekend. Je hebt geen idee wat het effect van je eigen maatregelen is. Bij een hoge rekening krijg je te horen: ‘het was een koude winter’. Daar kun je het mee doen. Het is geen uitgangspunt om met veel enthousiasme aan een bezuinigingsoperatie te beginnen. Maar als de huurperiode eindigt, dan kun je van alles bereiken.” Het was dan ook de verhuurder die de kosten op zich nam van het aanbrengen van een blauwe laag folie over het glazen dak, om zo de temperatuur in het gebouw ’s zomers te temperen.

**Nog voordat Al Gore zijn** serie lezingen als ‘The Inconvenient Truth’ bundelde, vertoonde de BBC in 2004 een documentaire over de opwarming van de aarde. Partner Mark Huddleston (1962) keek naar het programma en begreep wat op termijn de effecten zijn van ons huidige gedrag op de planeet. De net begonnen facilities manager Deijs kreeg meteen de vraag of hij nog eens goed naar het pand kon kijken. Hij schakelde op zijn beurt adviseur Peter Wiers (1961) van Climate Partners in. Deze ‘rekenman, gespecialiseerd in de linkerhersen helft’ begon met het meten van de ‘klimaat-voetafdruk’. Samen met Deijs inventariseerde hij het verbruik van elektriciteit, gas, papier, water, afval, dienstreizen en woon-werkverkeer. Omgerekend naar CO<sub>2</sub>-equivalenten kwam hij uit op een voetafdruk van 1.860 ton CO<sub>2</sub> per jaar. Nu, ruim vijf jaar later, is dat gereduceerd naar 1.010 ton CO<sub>2</sub> per jaar. Omgerekend per medewerker is dat 3,5 ton CO<sub>2</sub>, een reductie van 50 procent. De totale kosten gingen daardoor ook met een ton aan euro’s omlaag.

**Wat was daarvoor nodig?** Deijs en Wiers vertellen dat het om een combinatie van gedragsveranderingen en technische aanpassingen gaat. Alpinisten klimmen in een weekend in het glazen dak om er lampen met een lager wattage in te draaien. Ijskasten werden vervangen door de meest energiezuinige, wat per apparaat 150 euro per jaar aan stroomkosten scheelde. Warmwaterboilertjes gingen terug van 100 graden naar 80 gra- ➤



Tijd was het allerbelangrijkste voor de eerste directie van de spoorwegen, maar vandaag de dag ook voor de internationaal opererende juristen van Clifford Chance. Ze kijken uit op perfect werkende stationsklokken van ruim een eeuw oud, in een gebouw dat in oude luister is hersteld. De verlaagde systeemplafondjes verdwenen: de bekabeling loopt nu onder een iets verhoogde vloer om 36 kilometer aan pijpen en 120 kilometer aan snoeren te huisvesten.



## HET GEHEIM VAN HET LICHT

Een glazen dak kan 's zomers een pand in een broeierige werkruimte veranderen. Zelfs de receptioniste op de begane grond had daar last van, laat staan de werknemers in de kamers direct onder de dakpannen. Er werden temperaturen van 30 tot 35 graden gemeten, met de koeling op de hoogste stand. Een laag blauwe folie over het glas bracht de warmte omlaag. Maar de altijd brandende lampen in het Atrium gaven ook nog steeds de nodige hitte af. Om die te vervangen, beklom een team alpinisten in een weekend het dak. Ondersteboven hangend aan hun bergbeklimmerstouwen schroefden ze de acht enorme lampen van 250 watt per armatuur los om deze te vervangen voor vier exemplaren van 150 watt. De lampen kunnen nu op een zonnige dag ook gewoon uitgeschakeld worden.

- den. Deijs: "Iedereen staat toch eerst een tijdje koud bij te men- gen, om je handen niet te verbranden."

Maar de Clifford Chance Climate Neutral Campaign begon met een enquête. Deijs: "We moesten duidelijk maken dat het ons niet om onbespoten gluten ging. Daar moeten de meeste mensen in dit kantoor niets van hebben. Het percentage van de collega's dat de vragenlijst invulde was hoog (55 procent) en 96 procent was heel positief over het idee om zelf milieuvriendelijker te gaan werken. Ook al is het een kantoororganisatie, er is op alle fronten winst te behalen. Denk alleen aan het papierverbruik: we begonnen met 10,2 miljoen vel A4 in 2004 en brachten dit in 2010 terug naar 5,9 miljoen sheets. Het is nog steeds een papierfabriek, maar we boeken heel wat vooruitgang. We hebben toen ook een denktank opgericht, waar iedereen ideeën kon spuien. Iemand opperde zelfs om het glazen dak maar vol zonnepanelen te zetten, maar dat bleek een onuitvoerbaar idee. Veel praktischer was het om eens met de mensen van de computerafdeling te praten. Bewakers gingen 's nachts het licht op kamers en gangen uitdoen, maar mochten geen werkstations uitzetten. Veel mensen werken tot diep in de nacht en stuiven dan veel te laat het pand uit zonder ook maar iets uit te zetten. IT zei eerst: 'Die computers kunnen niet uit. Wij doen 's nachts updates. Dat bleek dus ook op andere momenten te kunnen.' In de inkoop kwam aandacht voor energiezuinige desktops, die tot 45 procent minder stroom verbruiken. Het reclamebureau van Clifford Chance dacht ook mee over de gedragsverandering en maakte een serie prachtige posters van apparaten waar bloemen uit tevoorschijn komen. Een tulpe die uit een elektriciteitsnoortje groeit: "Flick the Switch". Of een paarse hyacint uit een prop papier: "Think before you Print". Sommige bordjes hangen nu nóg naast de lichtschaakelaars. De campagne werd zelfs wereldwijd over alle kantoren uitgerold. Het aantal leenfietsen ging van twee naar acht, er kwam een fietsenplan voor de werknemers en wie direct vanaf de universiteit in dienst komt, ontvangt een gratis fiets.

**Volledig klimaatneutraal** zal een historisch gebouw nooit worden, ook al worden de meest optimale maatregelen getroffen en koopt Deijs alleen groene stroom in. Er blijft toch een voetafdruk van 1.010 ton CO<sub>2</sub> over. Clifford Chance besloot deze resterende uitstoot te compenseren door klimaatprojecten van ontwikkelingsorganisatie Hivos te steunen. Deijs en Wiers: "We hebben gekozen voor de allerbeste projecten voor een bedrag van 16.000 euro per jaar. Dat gaat dit jaar naar investeringen in biogasinstallaties in ontwikkelingslanden, wat voorkomt dat mensen bomen gaan kappen of op fossiele brandstof stoken." Clifford Chance koos voor een kwalitatief goede optie: het is al mogelijk carbon credits te kopen voor 10 euro per ton.

**De Amsterdamse aanpak trok** wereldwijd de aandacht binnen Clifford Chance. Deijs staat er zelf van te kijken, hoe zijn vak zo snel van inhoud veranderde. "Op de opleiding hadden we een leraar voor het vak 'apparatuur' waar we toen nog niet zoveel in zagen: we noemden hem Bert Boiler." Het valt te hopen dat facility managers in spe vandaag met wat meer respect naar de machinekamer kijken. Deijs kreeg in 2009 de internationale duurzaamheidsaward van Clifford Chance uitgereikt en geldt nu als lichtend voorbeeld. Hij krijgt zo een aardig idee van de stand van zaken van duurzaamheidsdenken in diverse landen. "Mijn collega Iryna uit de Oekraïne vroeg me laatst wat ik toch bedoelde met gescheiden afvalinzameling. Ze zei: 'We hebben hier maar één bus. Daar moet alles in.'"

**De vliegbewegingen hebben** nu nog het grootste effect op de klimaat voetafdruk van kantoor. In 2009 werden er 1.900.000 kilometers afgelegd, een afstand die meer is dan 100 keer de omvang van de planeet zelf – tegelijkertijd werden er ook 2.250.000 kilometer met het openbaar vervoer afgelegd. Het is lastig op dit terrein grote milieubesparingen te behalen, ook al neemt het aantal videoconferenties toe. Om een cliënt goed te kunnen adviseren is persoonlijk contact nog altijd van wezenlijk belang. ■



## DE PARTNER: MARK HUDDLESTONE (1962)

"Het klinkt ietwat pathetisch, maar ik was praktisch de enige in het hele gebouw die nog wel eens lampen uitdeed, als ik de kamer verliet. Ik ging, als ik 's nachts als laatste wegging, kamers langs om lichtschaakelaars uit te zetten en ook wel computerschermen."

Een flegmatieke Brit, deze Mark Huddleston, die goed nadacht voordat hij zijn collega's in de partnership een plan van aanpak voorstelde. "Advocaten kunnen soms heel cynisch zijn, ook over het effect van milieumaatregelen en de opwarming van de aarde: *It is not going to happen*. Zo'n houding vraagt om een gevoelig weerwoord: *But what, if it does?* Het is natuurlijk ook zo dat wij geen fabriek runnen, en geen bulk aan CO<sub>2</sub> uitstoten. Een collega suggereerde: 'Het kan gebeuren dat we er cliënten over moeten adviseren en dan is het verstandig er zelf iets vanaf te weten'. Dat klonk als muziek in mijn oren. Uiteindelijk kreeg ik de partners mee om een programma op te stellen en de bal aan het rollen te brengen. Er zijn toen ideeën verzameld en geselecteerd. Een van de plannen was om een competitie te organiseren tussen de verschillende etages op het kantoor, om te zien wie de meeste energie kon bezuinigen. Daar was ik zelf tegen. Wij zijn de hele dag al hard aan het werk, daar hoeft niet nog een wedstrijd bovenop. We kozen juist voor het andere uiterste: wat als we dit eens in samenwerking met elkaar oppakken?"

Huddleston besloot dat prioriteit gegeven moest worden aan bewustwording, gedragsverandering en het op orde brengen van de huishouding. Cliënten hoorden er over en reageerden positief. Wie de website van Clifford Chance bezoekt, ziet nu zelfs een windmolen en actuele quotes die getuigen van maatschappelijke betrokkenheid. Het bedrijf staat bekend om de uren (tot 50 uur per jaar voor advocaten) die pro bono worden besteed.

Is hij nu niet meer de enige, die het licht uitdoet? Nee, zeker niet, lacht Huddleston, die zich een grappig voorval herinnert. "Een collega vertelde me laatst dat hij na wc-bezoek in het aardedonker zijn handen moest wassen...hahaha. Al het licht was uitgedaan. Toen realiseerde ik dat de operatie was geslaagd."

## BUSINESS TO BUSINESS

**Adres:** Droogbak 1a, Amsterdam  
**Huurder:** Clifford Chance (sinds renovatie 2000)  
 + [www.cliffordchance.com](http://www.cliffordchance.com)  
**Omvang pand:** 150 werkkamers en overdekte binnenplaats, 8.773 bruikbare vierkante meter  
**Grootte pand:** 55 meter lang en 50 meter breed, 5 verdiepingen  
**Eigenaar:** ING vastgoed management (2000), Allianz levensverzekering AG (heden) + [www.allianz.de](http://www.allianz.de)  
**Beheerder:** CB Richard Ellis + [www.cbre.nl](http://www.cbre.nl)  
**Project:** Clifford Chance Climate Neutral Campaign  
**Opdrachtgever:** Clifford Chance Amsterdam  
**Projectperiode:** januari 2005 – heden  
**Projectuitvoerder:** Climate Partners / PW Advies + [www.climatepartners.nl](http://www.climatepartners.nl)  
**Gedragscampagne:** Global Action Plan + [www.globalactionplan.nl](http://www.globalactionplan.nl)  
**Kosten campagne:** minder dan 50.000 euro over zes jaar  
**Kosten carbon credits:** 16.000 euro in 2009  
**Opbrengsten:** 100.000 euro besparingen (in 2010)  
**Reclamebureau:** A36  
**Waterleverancier:** Waternet + [www.waternet.nl](http://www.waternet.nl)  
**Designer flessen:** Vivreau + [www.vivreau.com](http://www.vivreau.com)  
**Energieleverancier:** Essent Groen + [www.essent.nl](http://www.essent.nl)  
**Carbon credits:** HIVOS Climate Fund + [www.hivosklimaatfonds.nl](http://www.hivosklimaatfonds.nl)  
**Groothandel (op donderdag):** De Lindenhoff + [www.lindenhoff.nl](http://www.lindenhoff.nl)



**HET DUURZAME  
DETAIL: EIGEN LABEL  
KRAANWATER**

Amsterdam heeft het lekkerste kraanwater dat er is", vindt facilities manager Pascal Deijs. Het gesleep in deze wereld met flesjes Spa en tonnen voor watercoolers stoorde hem zo, dat hij in samenwerking met het bedrijfsrestaurant een eigen bronwaterfabriekje begon. Hij kocht eigen beugelflesjes in, bedrukt met het strakke bedrijfslogo van Clifford Chance. Een deel van de flesjes kreeg een subtiel blauw rubberetje, de andere een rode. Deijs: "Het koolzuur voegen we zelf toe. We nemen gewoon kraanwater, zuiveren dat zelf nog een keer en vullen de flesjes af. Ze staan in alle vergaderkamers waar we klanten ontmoeten." Het is op deze manier een exclusief visitekaartje geworden. En in de canteen smaakt het heerlijk op de donderdag, bij de biologische lunch met het scharrelvlees en vergeten groenten van De Lindenhoff in Baambrugge.