

Duurzaamheid uitgedrukt in een cijfer

De sierteeltsector laat met certificaten zien hoe milieuvriendelijk en duurzaam wordt geproduceerd. Maar hoe groot is de impact van een product op het milieu nu echt? Dat maakt 'Benefits of Nature' inzichtelijk. En die kennis kan een ondernemer in zijn voordeel gebruiken.

Tekst: René Bouwmeester
Fotografie: René Faas

Is een roos uit Kenia beter of slechter voor het milieu dan een roos uit Nederland? Het Nederlandse product wordt in een verwarmde kas geteeld en vraagt daarom veel energie. De Afrikaanse roos moet daarentegen met een vliegtuig naar Nederland worden gebracht.

Henri Potze, directeur van Benefits of Nature, heeft het gereedschap om dit vraagstuk uit te zoeken. Zijn organisatie is gespecialiseerd in het berekenen van de 'footprint' van producten in de sierteeltketen. Simpelweg komt het erop neer dat het team van Benefits of Nature de milieu-impact van een product berekent en in een getal uitdrukt.

Het idee om de footprint te berekenen komt uit de bouwwereld en de gebruikte methode en software zijn ontwikkeld en gemaakt door EcoChain. Potze kwam in 2013 bij dit bedrijf terecht, omdat hij op dat moment in opdracht van een grootwinkelbedrijf zocht naar een methode om duurzaamheid van leveranciers overzichtelijk met elkaar te vergelijken. Hij startte in 2015 de Stichting Benefits of Nature om een vergelijkbaar systeem voor de sierteelt aan te bieden.

De berekening werkt als volgt: Benefits of Nature maakt een calculatie op basis van het werkelijke verbruik van het bedrijf. Het resultaat hiervan is de footprint van allerlei verschillende milieucategorieën. De belangrijkste factoren uit die berekening worden samengevoegd tot een getal dat te vergelijken is met andere producten. Die factoren hebben niet alleen betrekking op de CO2-uitstoot, maar ook op bijvoorbeeld toxiciteit en de bodemverzuring. Al die elementen worden uitgedrukt in een getal.

Dezelfde werkwijze wordt vervolgens toegepast op elk onderdeel van het product; op de teelt van de plant, het maken van het potje tot het transport naar de afnemer. Uiteindelijk komt uit al deze elementen een getal dat zich laat vergelijken met andere partijen. De deelberekeningen laten ook zien waar verbeteringen zijn te behalen. Wanneer een element, bijvoorbeeld de transporteur, niet meedoet dan wordt gerekend met referenties plus een marge. Om zeker te zijn dat met de juiste waarden wordt gerekend, heeft TNO op wetenschappelijke wijze vastgesteld met welke waarden gerekend mag worden. Op die manier zijn gegevens van verschillende bedrijven altijd te vergelijken. Benefits of Nature werkt aan het verbeteren van die waarden en stopt daarvoor geld in onderzoek bij Wageningen UR. "Vooral de toxiciteit van gewasbescherming staat ter discussie", zegt Potze.

STORYTELLING

Potze denkt dat ondernemers op drie fronten voordeel hebben van deelname aan Benefits of Nature. Ten eerste besparen ondernemers op kosten. Het systeem maakt duidelijk welk onderdeel van de productie het meeste energie kost en waar dus het meeste winst kan worden behaald met bezuiniging. De waarden kunnen bijvoorbeeld worden afgezet tegen die van de concurrentie. "Een onderneming kan zich druk maken over de milieu-impact van transport, terwijl blijkt dat met slimmer stoken in de kas meer verbetering kan worden behaald", zegt Potze.

Het tweede punt is het imago. Ondernemingen kunnen zich onderscheiden met duurzaamheid door te wijzen op hun lage ecologische footprint. Dat kan weer leiden tot een voorkeurspositie op de markt. Ondernemers kunnen hun prestaties gebruiken in hun marketing



Henri Potze: 'Registreren is mooi, maar wij calculeren waar je kunt verbeteren'

en communicatie. Potze ziet in dit verband veel kansen voor 'storytelling'. "Het verhaal maakt het product waardevoller. Dat moeten we als sector meer doen, bijvoorbeeld door te wijzen op duurzame productie in combinatie met de luchtzuiverende kwaliteit van kamerplanten." Consumenten en milieuorganisaties verlangen steeds meer bewijs dat een bedrijf duurzaam werkt. Retailers willen zeker zijn dat de producten die zij leveren voldoen aan de wensen van de consument. Daarom vragen zij de producent ook steeds meer om bewijs, in de vorm van certificaten, keurmerken en vragenlijsten. Transparantie is daarbij belangrijk en de footprintberekening van Benefits of Nature biedt precies dat. De footprint kan op termijn een hulpmiddel zijn om te voldoen aan de 'license to deliver' op het gebied van milieu. Tot slot levert deelname contacten binnen het cluster van Benefits of Nature op, waardoor ondernemers nieuwe business kunnen opbouwen. Bedrijven die zelf duurzaam werken, zoe-

ken duurzame bedrijven om zaken mee te doen. Benefits of Nature wil het platform voor die partijen zijn.

DATA INVOEREN

Het verschil met certificering door keurmerken is dat niet het voldoen aan een aantal voorwaarden het doel is voor de ondernemer, maar het verbeteren van je vastgestelde waarde. "Stel je footprint is honderd, dan stel je je als doel om die naar tachtig te krijgen en dan zeventig, zestig. Registreren is mooi, maar wij calculeren waar je je kunt verbeteren", zegt Potze. Een ander belangrijk verschil is dat Benefits of Nature kijkt naar de hele keten die het product doorgaat. Ondernemers die willen meedoen, worden lid van Benefits of Nature. De kosten van het lidmaatschap zijn afhankelijk van de grootte van de onderneming. Benefits of Nature maakt daarbij onderscheidt tussen 'members' en 'founding fathers'. Daarnaast moeten leden

betalen voor de licentie van EcoChain. Bedrijven moeten vervolgens data aanleveren over onder meer energieverbruik, het verbruikte materiaal, productiegegevens en productgegevens. Benefits of Nature voert de gegevens in, maar er bestaat ook de mogelijkheid dit zelf te doen, al dan niet met ondersteuning. In principe hoeft de deelname jaarlijks maar enkele uren te kosten, benadrukt Potze. Uit al die variabelen wordt uiteindelijk de footprint berekend. Benefits of Nature heeft de 'wind in de zeilen', zegt Potze. Inmiddels zijn bijna 200 bedrijven aangesloten, waaronder ondernemingen uit Centraal- en Noord-Amerika. Groot worden om het groot worden, is echter geen doel voor Potze. "We zijn een 'social enterprise'. Het gaat ons er niet om dit duurder te maken, maar juist goedkoper, zodat meer mensen kunnen meedoen. De kosten mogen geen drempel zijn voor kleine bedrijven. Wij willen graag de ketenregisseur zijn om allerlei bedrijven te helpen de footprint omlaag te krijgen."

'Open kaart spelen over verduurzaming'

Maikel Loots van hortensiakwekerij Forever&Ever heeft zich aangesloten bij Benefits of Nature omdat hij het initiatief belangrijk vindt voor de hele sector. "Wij hebben de laatste jaren een aantal stappen op het gebied van duurzaamheid gemaakt, bijvoorbeeld door ons gebruik van chemische middelen terug te dringen. Wij willen onze kennis op het gebied van duurzaamheid delen met collega's. Op die manier denken we een bijdrage te kunnen leveren aan de versnelling van de duurzaamheid van de sector. Als collectief kunnen we een grotere deuk in een pakje boter slaan, dan wanneer we individueel te werk gaan. Als we onze sector beter willen maken, dan moeten we ook open kaart spelen. Anders zal het niet bijdragen aan het versnellen van de verduurzaming." "Het is belangrijk dat de consument en de distributiekanaal dit soort initiatieven gaan omarmen", zegt Loots. Dan kun je er als ondernemer het verschil mee maken. De beeldvorming bij de consument is er nog niet, want die vindt alle planten groen. We zullen dus aan storytelling moeten doen om in begrijpelijke taal uit te leggen wat we doen."

'Deze beweging is niet te stoppen'

Veredelings- en vermeerderingsbedrijf Florensis heeft sinds 2014 grote stappen gemaakt op het gebied van duurzaamheid, zegt Hans Goudswaard, quality assurance manager bij Florensis. "Als veredelaar en vermeerderaar van uitgangsmateriaal nemen wij onze milieu- en sociale verantwoordelijkheid uitermate serieus. Niets doen is volgens ons geen optie." Met Benefits of Nature wil Florensis de bedrijfsprocessen nog inzichtelijker én meetbaar maken. Eenvoudig is het niet, zegt Goudswaard. "Wij hebben een complexe supply chain. We zijn actief in diverse landen met veel verschillende producten en vervoersstromen. We hebben dus nog geen pasklare waarden." Toch is Goudswaard overtuigd van het systeem. "Ik denk dat het uiteindelijk vanzelfsprekend wordt dat er een 'footprint' staat op een treetje geraniums. We merken nu al dat onze klanten interesse in deze materie hebben, maar het is nog geen must voor ze. Dat is de fase waarin we zitten. Maar deze beweging is niet te stoppen, dit gaat gebeuren."