

Duurzaam aan de top

Hoe meet je duurzaamheid? Bedrijven, ngo's en wetenschap werken daar samen aan in wat The Sustainability Consortium heet. Wageningen UR is sinds een jaar het Europese bruggehoofd van deze wereldwijde club. Tijd voor een introductie.

tekst: Roelof Kleis / illustratie: Yvonne Kroese

TSC is een belangrijke ontwikkeling. Sinds de uitverkiezing van Wageningen UR als Europees coördinatiecentrum laat Aalt Dijkhuizen geen gelegenheid passeren om dat te verkondigen. Uit onverdachte hoek kwam in december bevestiging. *Scientific American* riep TSC uit als één van de tien *World Changing Ideas* van 2012. *Game changers* die het 'onmogelijke mogelijk kunnen maken', volgens het tijdschrift. Koen Boone (LEI) leidt het team dat TSC in Europa coördineert. Zijn verhaal aan de hand van zeven steekwoorden.

METEN

Het TSC wil dat consumentenproducten duurzamer worden. Meetbaar duurzamer. Centraal staat daarom de ontwikkeling van een meetsysteem dat duurzaamheid per productcategorie vertaalt in indicatoren. Meetbare cijfers dus. Met die richtgetallen kunnen inkopers en toeleveranciers met elkaar in de slag. Wereldwijd op basis van dezelfde 'taal'. In de praktijk komt het er op neer dat TSC per categorie producten de duurzaamheid in kaart brengt op basis van de beschikbaar wetenschappelijk onderzoek. Boone: 'We zoeken uit welke aspecten op gebied van duurzaamheid er spelen, in welke mate en wat voor kansen er liggen voor verbeteringen. En niet op een enkel onderdeel, maar in de hele keten. Op basis van dat dossier worden indicatoren opgesteld. Voor de eerste groep van zeventig productcategorieën is dat inmiddels afgerond. Walmart werkt daar nu mee in de gesprekken met toeleveranciers. Ook in Europa gaan winkelketens ermee aan de slag. Ahold start binnenkort in ons land met een pilot.'

SPEELGOED

Verpakkingen zijn een bron van ergernis en verspilling. Vooral verpakt speelgoed is berucht. Heb je je dochter net die mooie pop cadeau gedaan, wil dat ding niet uit de doos. Ingesnoerd met talloze ijzeren draadjes. Ergerlijk, maar ook verspillend. Walmart sprak er de toeleveranciers op aan en het probleem werd opgelost, vertelt Boone. Peanuts? Mooi niet. Jaarlijks bespaart het bedrijf een hoe-

veelheid ijzerdraadjes waarmee je acht keer de aarde kunt omspannen. De macht van de grote aantallen. 'Omdat Walmart zo gigantisch veel verkoopt, is het milieueffect toch groot. Het gaat dus om relatief eenvoudige dingen, juist omdat er nog zoveel te verbeteren valt.'

KEURMERK

Leidt het werk van TSC tot een nieuw keurmerk? Nee en ja. Het TSC is in de eerste plaats een 'bedrijvending'. Oftewel *business-to-business*, in managersjargon. Daar valt wat duurzaamheid betreft volgens Boone op korte termijn het meeste te halen. Toeleveranciers en winkels die elkaar aanzetten tot duurzamer produceren. Maar de aangesloten winkels kunnen er naar de klant wel hun voordeel mee doen. Boone: 'Walmart wil op basis van onze indicatoren een duurzaamheidsscore tussen 1 en 100, een soort gewogen gemiddelde, op hun producten zetten. Dat kan, maar het is een actie van een individueel lid. Zo'n score volgt niet automatisch uit onze indicatoren. Een retailer wil zich graag onderscheiden naar de consument.' Uiteindelijk is communicatie naar de consument volgens Boone wel het doel van TSC. 'Maar de kans dat we een keurmerk gaan introduceren dat aangeeft welke producten duurzaam zijn en welke niet, is zeer klein.'

LIDMAATSCHAP

TSC is in 2009 gestart op initiatief van Walmart. Op dit moment zijn er wereldwijd 107 leden, waaronder reuzen als Tesco, Disney, BASF, Coca-Cola en L'Oréal. In ons land zijn DSM, Unilever, PRE Consultancy, Grodan (steenwolleverancier) en Ahold lid. Maar ook ngo's als het WWF en People 4 Earth, met hoofdkantoren in ons land. Ahold heeft volgens Boone ambitieuze plannen met TSC en brengt die binnenkort naar buiten. Boone hoopt dat Ahold in ons land en Europa als vliegwiel gaat fungeren. Zoals Walmart dat in de Verenigde Staten is.

DILEMMA

Ieder bedrijf, instelling of organisatie met het hart op de duurzame plek, kan lid worden van TSC. Toch was het



even slikken toen onlangs een producent van tabakswa-
ren interesse toonde. Een stevige interne discussie volgde.
Het TSC kijkt namelijk niet alleen naar milieuaspecten,
maar ook naar sociale aspecten zoals gezondheid. ‘En wat
voor opties voor verbetering zijn er als eigenlijk de beste
optie is om het bedrijf te sluiten?’ vat Boone het dilemma
samen. Maar waar ligt de grens? Mag bijvoorbeeld Heine-
ken dan ook geen lid worden? Jawel dus. Alcohol is niet
per definitie slecht, legt Boone uit. ‘Het hangt van het
gebruik af.’ De tabaksgigant haakte overigens zelf af.

EXCLUSIEF

Lid worden van het TSC is niet gratis. Grote bedrijven
betalen 100.000 dollar, de kleinere 25.000 dollar per jaar
voor een eersterangs lidmaatschap. Tegenover die bedra-
gen staat nu nog exclusieve kennis over duurzaamheid.
En invloed. Dat telt. Maar Boone erkent de kritiek dat de
TSC-kennis algemener toegankelijk zou moeten zijn. ‘Ik
zou onze kennis het liefst open willen stellen, zodat iede-
reen kan zien wat we doen, ons kan controleren en kan pro-
fiteren van onze kennis.’ TSC werkt daarom aan een
manier om minder afhankelijk te worden van lidmaat-
schapsgeld. Door subsidies bijvoorbeeld, of door aan te

kloppen bij instellingen als de PostcodeLoterij of de Gates
Foundation. Het ministerie van Economische Zaken is
overigens al over de brug gekomen. Het budget voor Wage-
ningen UR is de komende jaren daardoor in een klap ver-
dubbeld van een half naar een miljoen euro.

PRESTIGE

Sinds anderhalf jaar is Wageningen UR het Europese
hoofdkwartier van het TSC. Als lid van de *board of directors*
van TSC zit Aalt Dijkhuizen aan tafel met kopstukken van
Walmart, DSM, Mars, WWF en Unilever. Maar wat hebben
we daar nou aan? Heel veel, vindt Boone. Prestige bijvoor-
beeld. ‘Het TSC is een wereldwijd netwerk van toonaange-
vende bedrijven. Dat straalt op ons af. Je maakt deel uit
van een groot netwerk van bedrijven, ngo’s en universitei-
ten. Heel veel Wageningers zijn op de een of andere
manier bezig met duurzaamheid. Het is voor ons heel
makkelijk om contacten te leggen tussen onderdelen van
Wageningen UR en bedrijven die iets met duurzaamheid
willen. Het levert dus opdrachten en geld op. Je kunt er bij
je acquisitie aan refereren dat we intensief samenwerken
met allerlei wereldpartijen.’ 