



# Duurzaamheid leeft tijdens Duurzaam Kantoor 2011

Groen op termijn goedkoper

**Vrijdag 19 november vormde De Fabrique in Utrecht het trefpunt voor iedereen die zich bezighoudt met duurzaam inkopen. Producenten, leveranciers en inkopers van duurzame producten kwamen in deze sfeervolle locatie bijeen om zich volledig te laten bijpraten over de meest recente ontwikkelingen op het gebied van strategisch duurzaam inkopen. Het congres Duurzaam Kantoor 2011 was ook dit jaar weer een groot succes.**

Tekst: Rik Robijn Beeld: Bert Muller

Een goede opkomst, inspirerende sprekers, een gezellig informatieplein en een sterk inhoudelijke zaaldiscussie stonden garant voor een boeiende dag. Yvonne Keijzers, eigenaar van Pasklaar Communicatie en medeorganisator van het congres, praatte vanuit haar brede expertise de verschillende onderdelen aan elkaar. Na een ontvangst van de bezoekers op het informatieplein gaf zij het startschot voor de rest van de dag. Haar korte inleidende presentatie wist de bezoekers direct te prikkelen. Vooral het tonen van een wereldklok met de meest actuele gegevens

over onder meer CO<sub>2</sub>-uitstoot, het aantal sterfgevallen of geboortes zorgde direct voor gefascineerde blikken in de zaal. Sterk onderdeel van de dag vormde het diverse aanbod voor de bezoekers zelf een inhoudelijke bijdrage te kunnen leveren. Na iedere spreker was er de mogelijkheid tot het stellen van vragen, via Twitter kon de eigen visie en mening gedeeld worden en tijdens de presentaties konden de bezoekers stellingen noteren voor gebruik tijdens de afsluitende 'lagerhuisdiscussie' waarin zij zelf de hoofdrol speelden.

## **Ambitie**

Prof. Dr. Ing. Jacques Reijniers beet vervolgens als eerste spreker het spits af. Als hoogleraar van Nyenrode Business Universiteit en directievoorzitter van het NIC B.V. (het inkoopadviesbureau voor met name de publieke sector) stelde hij: "We hebben 21e eeuw ambities, maar nog een management organisatie van de 20e eeuw, en dat wringt." Om succesvol duurzaam te kunnen inkopen en ondernemen moeten ambitie en organisatie beter op elkaar aansluiten. Vroegtijdig contact tussen leverancier en inkoper, het vinden van aan-



Diana Partakusuma: "bij inkoop spelen kostenoverwegingen een grote rol".



Prof. Dr. Ing. Jacques Reijnders riep op tot een vroege samenwerking inkoper en leverancier.

knopingspunten tussen de ambities van de private en publieke sector en het uitvoeren van een 'green spend analyse' om het leveringsproces te controleren, kunnen hieraan een positieve bijdrage leveren. Contractmanagement speelt hierbinnen een sleutelrol. "Door rekening te houden met deze aspecten hoeft duurzame inkoop geen duurkoop te zijn. Op de langere termijn ben je uiteindelijk goedkoper uit", aldus Reijnders. Een uitspraak die gedurende de dag veelvuldig zou terugkeren.

### 'Groen is poen'

Tina Bergsma, Hoofd Inkoop bij Transavia.com en verantwoordelijk voor Facility Management & Ground Service toonde vervolgens met een eigen praktijkvoorbeeld dat duurzaam ondernemen en inkopen daadwerkelijk kosten bespaart. Een bedrijfsfilm over het ontstaan, de ontwikkeling en de voordelen van het nieuwe duurzame hoofdkantoor van Transavia lichtte dit verder toe. Met de opening van het nieuwe hoofdkantoor is het aantal vierkante meters kantoorruimte flink teruggedrongen, bespaart men op de energiekosten door bijvoorbeeld het gebruik van betonkern-activering voor het koelen en warmen van het pand en is bovendien de tevredenheid van de medewerkers flink gestegen. Bergsma: "Om tot zo'n succes

te komen moeten we vooral niet bang zijn voor leveranciersambities."

Na de pauze op het informatieplein, waar bij de verschillende partners van het congres informatie kon worden ingewonnen over duurzame producten en diensten, lichtte de goedlachse Wiana Partakusuma het beleid van de overheid toe. De Programmadirecteur Duurzaam Inkopen van het Ministerie van Infrastructuur en Milieu sloot met haar verhaal direct aan op de recente wisseling van de wacht in Den Haag. Ze voorspelt dat het streven van de overheid om duurzaam inkopen te stimuleren niet onder druk komt te staan. "In het regeerakkoord staat weinig over milieu en duurzaam inkopen, maar dat betekent niet dat we er mee ophouden." Het nieuwe kabinet blijft het inkoopbeleid van het ministerie ondersteunen.

### Eenduidige communicatie

Inmiddels is echter duidelijk dat Agent-schap NL (het eerdere SenterNovem), verantwoordelijk voor het opstellen en toelichten van de duurzaamheidscriteria voor kantoorproducten, het de komende periode waarschijnlijk met een flink kleinere subsidiestroom moet doen. Het streven om de Rijksoverheid einde jaar voor honderd procent duurzaam te laten inkopen is volgens Partakusuma duidelijk

niet gehaald. "Groen is poen. De reden dat we dit niet hebben gehaald, heeft er helaas mee te maken dat er nog te veel een kostenoverweging wordt gemaakt." Een duidelijk signaal dat er op het gebied van de communicatie over duurzame producten nog veel te winnen valt. Hoewel de investering in duurzame producten zich op termijn terugbetaalt, is dit bij veel inkopers niet bekend. Duurzaam is duur en hierdoor wordt er vaak gekozen voor het aanvankelijk goedkoper lijkende product. "De actualisering van de duurzaamheids-criteria per productgroep zal ook door-gang vinden. Daarnaast zullen we sociale aspecten aan de criteria toevoegen", kondigt de programmadirecteur aan. Aansluitend op haar bijdrage opende zij samen met Kees van Maanen van brancheorganisatie Office World de nieuwe website van Sustainable Office. Dit is de nieuwe naam voor de eerdere Commissie Duurzaam Inkopen. Met een klik op de muis ging de website van Sustainable Office onder daverend applaus de lucht in.

### Koplopers spreken

Marcel Jacobs, Environmental Manager Europa en het Midden Oosten bij Office Depot en initiatiefnemer achter de commissie Sustainable Office, nam vervolgens het stokje over. Doel van de commissie is



Het levendige Lagerhuisdebat onder leiding van Peter van der Geer



Duurzame waterflessen voor hergebruik met kraanwater

om de industrie, inkoper en leverancier bij elkaar te brengen en de inzichtelijkheid met betrekking tot duurzaamheid te vergroten. “We willen in het oerwoud van labels en keurmerken één energielabel ontwikkelen om het groene karakter van een product inzichtelijk te maken”. Bedrijven kunnen hun groene producten aanmelden voor de database op de website [www.sustainable-office.eu](http://www.sustainable-office.eu). Later tijdens de ‘lagerhuisdiscussie’ werd de meerwaarde van dit initiatief door enkele bezoekers in twijfel getrokken. Het energielabel zou nog een logo aan het reeds grote aantal toevoegen en dit zou er toe leiden dat het gemiddelde de standaard wordt en het bedrijven te weinig aanzet tot betere prestaties. Het doel van Sustainable Office is er daarentegen juist op gericht een overkoepelend label aan te bieden, die alle verschillende duurzame producten per productgroep overzichtelijk met elkaar vergelijkt. Bij het energielabel moet er gedacht worden aan de bekende energielabels van elektronica of auto’s. In de vorige editie van K&E hebt u bovendien kunnen lezen dat het invoeren van een energielabel in de vastgoedsector de duurzaamheid heeft gestimuleerd. Duurzaamheid gold hierbij als middel om de concurrentie aan te gaan. Ook Roel van der Palen van Ahrend sloot met de inhoud van zijn betoog aan bij de eerdere sprekers. De duurzaamheid van

producten uitgedrukt in CO<sub>2</sub>-uitstoot en de kosten die daarmee gepaard gaan, kunnen beter worden weergegeven in de ‘total cost of use’ (tcu). Wordt er bij inkoop rekening gehouden met deze aspecten, zal blijken dat het duurzame product voordeliger is dan de vervuilende evenknie. Opvallend in het afsluitende verhaal van Martin de Jong van Vodafone was dat het bedrijf door het toepassen van Het Nieuwe Werken (HNW) een CO<sub>2</sub>-reductie van maar liefst 25 procent heeft weten te realiseren. Vodafone voert een zeer bewust duurzaamheidsbeleid, zowel op het gebied van inkoop als ook wat betreft personeelsbeleid. Als aanbieder van mobiele diensten valt HNW goed in te voegen in hun streven naar een duurzame organisatie.

### Bezoekers aan het woord

Direct aansluitend op dit laatste verhaal begaven de bezoekers zich weer richting informatieplein en werd de zaal in gereedheid gebracht voor het afsluitende ‘lagerhuisdebat’. Tijdens de discussie kregen de aanwezigen ruim de mogelijkheid hun reactie te geven op de onderwerpen die eerder tijdens de presentaties ter sprake kwamen. Aan de hand van de ingediende stellingen werd duurzaam inkopen kritisch onder de loep genomen. Discus-

sie leider Peter van der Geer van Debat.nl maakte de tongen van het enthousiaste publiek los, waardoor gepassioneerd en soms op het scherpst van de snede meningen werden uitgewisseld. Vooral de stelling dat duurzame producten duur zijn, leverde uiteenlopende en verrassende reacties op. De opmerking dat juist kleinere ondernemingen moeten worden aangespoord tot de in- en verkoop van duurzame producten, werd door vertegenwoordigers uit het MKB krachtig tegengesproken. Het MKB koopt al op grote schaal duurzaam in. Duurzaamheid is een manier om je van de concurrentie te onderscheiden. Het is belangrijker verkoopmedewerkers te belonen bij de verkoop van groene producten. Tijdens de afsluitende netwerkborrel op het informatieplein werden de discussies onder het genot van een hapje en een drankje dan ook voortgezet. Ook vond hier de ‘mini tweetup’ plaats. De twitteraars tijdens het congres ontmoetten elkaar hier om verder kennis te maken en samen de dag door te spreken. De organisatie van Duurzaam Kantoor 2011 kan ook niet anders dan met volle tevredenheid terugkijken op een zeer geslaagde editie van het congres. De eerste reacties van bezoekers bevestigen dit. |