

'De tijd van window dressing is voorbij'

Marjan Minnesma is de meest invloedrijke duurzame Nederlander. Ze trekt het hardst aan de duurzame agenda van politiek en economisch Nederland. Met resultaat. "Als ondernemer kun je tegenwoordig niet meer achterblijven."

TEKST HANNE REUS BEELD PETER ELENBAAS

Eind 2012 werd Marjan Minnesma door dagblad Trouw verkozen tot meest invloedrijke duurzame Nederlander – voor de tweede keer op een rij. Met haar organisatie Urgenda wil ze Nederland verduurzamen en dan met name vanuit het bedrijfsleven. Ze doet dat op concrete, en soms onconventionele wijze. Zo verkocht ze in vijf maanden tijd meer dan 50.000 zonnepanelen aan particulieren en bedrijven, steunt ze de ontwikkeling van een drijvende stad en zette ze tien topbestuurders op een *low car diet*. Met dergelijke icoonprojecten verspreidt ze haar boodschap en zet economie en politiek aan tot zelfreflectie en actie. Met enig ongeduld. "Ik ben tot de conclusie gekomen dat het niet snel genoeg gaat."

HOE DUURZAAM IS HET NEDERLANDS BEDRIJFSLEVEN NU?

"Het Nederlands bedrijfsleven is een heel groot begrip, want 80 procent is eigenlijk MKB, maar we hebben het meestal over de grote jongens, zoals Unilever, DSM, Shell noem maar op. Zij zijn onlangs een samenwerkingsverband aangegaan onder leiding van de accountants Ernst & Young. Balkenende is dat begonnen. In die samenwerking zitten een aantal partners die goed aan de weg timmeren, zoals DSM en Unilever. Shell hoort daar niet tussen vind ik persoonlijk."

HOE TIMMEREN DIE GROTE BEDRIJVEN AAN EEN DUURZAME WEG?

"CEO Paul Polman van Unilever doet dat heel goed, door bij elk product te kijken naar de afdruk en dat per afdeling aan te pakken en dat bij de medewerkers tussen de oren te krijgen. Zo verankerd hij het in het bedrijf. Tevens hebben zij ontdekt dat de grootste afdruk, zo'n 67 procent, niet van hen, maar van de klant komt. Want het is niet zozeer de productie van de shampoo,

als wel het waterverbruik bij de toepassing van die shampoo, die het zwaarst drukt op de natuurlijke bronnen. Nu hebben zij een droogshampoo ontwikkeld en die met een heel goede campagne – die niets met klimaatverandering te maken heeft – op de markt gebracht."

HET MARKETEREN VAN DUURZAAMHEID?

"Het lijkt me heel interessant als Unilever en Proctor & Gamble, de beste marketing-bedrijven ter wereld, zich bezig gaan houden met de vraag: hoe krijg je die klant zo ver? De overheid heeft natuurlijk jarenlang zo'n spotje met de kreet 'een beter milieu begint

'Er ontstaan netwerken van duurzame ondernemers'

bij jezelf' gehad, nou, dat heeft gewoon nul opgeleverd. Maar als zo'n topmarketeer er over gaat nadenken dan gaat het niet over besparen of een beter milieu, maar spreekt het de consument wel veel meer aan."

EN DE KLEINERE BEDRIJVEN, HOE WORDEN DIE DUURZAAM?

"Die kunnen er bijvoorbeeld voor kiezen hun pand klimaatneutraal te maken en minimaliseren zo meteen hun energierekening. Maar de aanpak van grotere bedrijven heeft ook zijn effect in de keten, want die stellen als eis aan al hun toeleveranciers: laat je voetafdruk maar zien. Zo dringt het door tot bij de kleinste ondernemers en kunnen die niet achterblijven."

MAAR IS ELK BEDRIJF DAT ZEGT DUURZAAM TE ZIJN, OOK ECHT DUURZAAM?

"Nou, wat ze moeten laten zien, dat is wel echt concreet. Voetafdruk, geen kinderarbeid.

En dat werkt. Je wordt gedwongen na te denken over iets waar je anders niet over nadenkt. En zodra iemand er een keer mee in aanraking komt, blijkt dat de meeste mensen het toch wel belangrijk gaan vinden. En mij maakt het niet zo veel uit of ze het doen omdat het hen scheelt in de kosten, of omdat het moet van de afnemer."

IS HET LABEL DUURZAAM DAN GEEN MARKETINGTRUC?

"Misschien dat een enkeling het daar nog voor gebruikt. Maar de tijd van het 'echte window dressing' is wel voorbij. De topmannen weten ook dat de natuurlijke bronnen teruglopen, die zien hoe ernstig het is. Maar ook het MKB gaat in toenemende mate aan de slag met verduurzaming. En ze zoeken elkaar op."

HET LEVERT OOK ECHT VOORDEEL OP?

"Er ontstaan netwerken van duurzame ondernemers die elkaar werk gunnen. Een lokale bank neemt bloemen af bij de duurzame bloemist, zet het pand duurzaam in de verf, etcetera. Wij proberen dat soort netwerken te stimuleren en te ondersteunen. Je ziet hier een positieve beweging van onderop van bedrijfjes die elkaar positief beïnvloeden. Ik zie ook hier steeds minder *green washing* (groener voordoen dan men is, red.), wat dat betreft."

HET GAAT DUS DE GOEDE KANT OP.

"Ja. Het enige is, het gaat mij nog te langzaam. Het gaat nu als een grote olietanker, maar het moet gaan als een speedboot."

KAN HET ZO SNEL?

"Als het besef doordringt hoe ernstig het is: ja dan wel. Als de overheid beslist om zes procent van de Noordzee nu vol te zetten met windmolens dan hebben we genoeg om



AFVAL BESTAAT

Van afval naar grondstof

Overal waar gewerkt en geleefd wordt, ontstaat afval. Wij zamelen dat afval in om er vervolgens grondstoffen en brandstoffen uit te winnen. Zo ontstaat uit het afval van vandaag het waardevolle begin van een nieuwe cyclus. De grondstoffen voor morgen. En dat is nodig, we leven in een wereld waarin grondstoffen steeds schaarser worden. Dat vraagt om innovatieve oplossingen.

Energieleverancier

Dat ziet de industrie om te maken gebruik van om dat door onze handen manier een tweede le zetten we om in warm groeit Van Gansewin leverancier van duur



‘Als de overheid beslist om zes procent van de Noordzee nu vol te zetten met windmolens dan hebben we genoeg om ons van alle energie te voorzien, met de elektrische auto’s erbij’

ons van alle energie te voorzien, met de elektrische auto’s erbij. Als een overheid dat gewoon zou zeggen. In tien jaar is ook ieder huishouden van gas voorzien, dat kan nu ook met elektriciteit.”

HOE ERNSTIG IS HET?

“Heel erg ernstig. We koersen af op een temperatuurstijging van 4 tot 6 graden. En dat is niet lekker aan het strand liggen, maar dat is natuurramp op natuurramp. Denk aan de droogte in de VS en een tijd terug in Rusland, die de oogst bedierf. Er ontstaat schaarste door, wat sociale onrust in de hand werkt: oorlog dus. En het zijn niet alleen activisten die de noodklok luiden, ook bijvoorbeeld de president van de Wereldbank slaat alarm.”

WAT VALT ER NOG TE REDDEN?

“We kunnen voor 2030 helemaal over op duurzame energie in Nederland. We zijn nu bezig met een studie om dat aan te tonen. Dat betekent ook een andere levensstijl, dat wel, maar het betekent niet met vijf truien aan als de kachel voluit staat, dat is het niet. We moeten alleen de *guts* hebben om het te doen.”

WELKE ROL IS HIERIN WEGGELEGD VOOR DE OVERHEID?

“Voor die versnelling is de overheid noodzakelijk. Door regelgeving kan zij dat mogelijk maken. Europa doet het al, en loopt voor ons uit. Neem het klimaatverdrag. Om onder die twee graden stijging te blijven, moeten we veel serieuzer aan de slag. Daarvoor moet bijvoorbeeld viervijfde van de fossiele brandstof in de aarde blijven.”

JE BENT CAMPAGNEDIRECTEUR VAN GREENPEACE GEWEEST, MAAR ZEGT NIET ECHT EEN ‘VECHTER’ TE ZIJN, MEER

EEN VERLEIDER. ACTIVISME OF VERLEIDEN. WAT IS EFFECTIEVER?

“We zijn vijf jaar bezig geweest met de positieve aanpak. Ik ben nu tot de conclusie gekomen dat het niet hard genoeg gaat. Dus ben ik een rechtszaak begonnen tegen de Nederlandse staat. Een rechtszaak uit liefde, dus niet voor schadevergoeding, maar ik wil graag dat de rechter heel objectief gaat kijken naar het klimaatverdrag en wat wij doen om onder die twee graden te blijven. De meeste experts zeggen dat we dat nu al niet gaan halen. De overheid moet dan aantonen wat zij daar voor doet en tot actie aangezet worden vanuit het recht.”

HOE DUURZAAM IS URGENDA ZELF?

“Nou, we doen wat we kunnen, zou ik zeggen. We zitten net op een nieuwe werkplek aan de New Energy Docks, een bedrijfsverzamelend met groene bedrijven. Daarbij zijn al onze stoelen volgens het Turntoo principe, dus behalve *cradle-to-cradle* blijven ze in het bezit van de fabrikant. Een soort lease systeem. De vloerbedekking van Desso is luchtzuiverend. De overige meubels zijn tweedehands. Onze werkcultuur is vrij flexibel. Ik reken mijn medewerkers niet af op of ze hun uren hebben gehaald, wel op hun output. Ons pensioenfonds is groen en iedereen reist met het OV, alleen ik rijd elektrisch.”

+ SMART FACTS

Als Marjan Minnesma niet directeur van Urgenda was geworden...

“Dan was ik iets anders in duurzaamheidsland gaan doen. Bijvoorbeeld directeur Shell duurzame energie. Als Shell Fossiele energie was opgeheven.”

GROE WERE

ENERG

WUHAN, C

Het gebou...
een Aron...
de schad...
zomers...
het ruim...
aan zon...
rijk is. D...
ontwerp...
Zodoend...
klimaat...
hergebru...
Het ontv...
vernufte...

SILVER

VERENIGD

Een com...
volledig...
mede do...
geother...
Ook zijn...
“Je moet...
voor, en...
toiletbe...
zegt de...
dan ook...
gedrags...
Verwach...
Bullitt o...
minder e...
dan ande...

TNT HO

HOOFDDO

Dit gebou...
energie o...
De produ...
tweede g...
voedsel...
biobrand...
deelt het...
won hier...
Leadersh...
Het gebou...
uitstootv...
nog - het...
pand in M...
aan de to...
voor ene...
kantoorp...

