



Martijn Bijmolt en Jouri Schoemaker.
Foto Kees Winkelman.

Producten die de wereld beter maken

Alleen al in Nederland zijn er talloze ondernemingen die de wereld elke dag daadwerkelijk mooier maken. Ze doen het er niet bij, omdat het zo mooi aansluit bij de trends van vandaag, maar doen het van binnenuit, juist omdat dit hun bestaansreden is. Het mooie is dat deze ondernemingen ook succesvol zijn en het leuke is dat iedereen die klant wordt van zo'n onderneming ook zelf de wereld een beetje mooier maakt. Een aantal voorbeelden van purpose in praktijk.

SAMENSTELLING WILLEM VREESWIJK

Weg met die afvalberg

Heb je ook zo'n moeite met al die (plastic) verpakkingen in supermarkten? Meld je dan aan bij Pieter Pot die je verpakkingsvrije boodschappen bij je thuis bezorgt. Boodschappen verpakkingsvrij maken, is namelijk de missie. Doe het wel meteen, want de belangstelling voor de eerste circulaire supermarkt van Nederland is groot en in veel steden is er sprake van een wachtlijst. Maar hoe erg is eventjes wachten als je daarna mee kan helpen de plastic afvalberg te verkleinen, zonder dat het ten koste gaat van je smaakpupillen, je portemonnee en je gemak.

Pieter Pot (voorheen PuurBezorgd) is een initiatief van Martijn Bijmolt en Jouri Schoemaker. De laatste is meervoudig ondernemer, veelgevraagd spreker, werd in 2016 gekroond tot Nederlands kampioen pitchen en bouwt ook nog koperen fietsen. Hij begon in Rotterdam met zijn online boodschappen-

dienst zonder verpakkingsmateriaal. Waarom? "Iedereen houdt van boodschappen. Niemand houdt van afval. Toch zitten de meeste producten in onze voorraadkast in plastic wegwerpverpakkingen. In totaal kopen we in Nederland 26 miljard plastic voedselverpakkingen per jaar, bijna 3.300 per huishouden. Dat is nergens voor nodig. Pieter Pot is op een missie om boodschappen verpakkingsvrij te maken." Inmiddels bezorgt Pieter Pot nagenoeg in heel Nederland en start het bedrijf binnenkort ook in België en in Duitsland. Ook richt het bedrijf zich steeds meer op biologische producten.

"Die berg met afval op onze planeet? Die is nu wel groot genoeg. Het is tijd een einde te maken aan al die troep, te beginnen met de onnodige verpakkingen van je dagelijkse boodschappen. Gelukkig kan dat, met onze herbruikbare potten en handig retour-

systeem. Pieter Pot boekt zo concrete duurzame resultaten, op twee manieren. We verminderen het aantal eenmalige verpakkingen én we voorkomen de uitstoot van CO₂", aldus de site. Doel voor 2021 is minimaal 1 miljoen verpakkingen besparen.

Pieter Pot is van start gegaan met name dankzij een succesvolle crowdfunding campagne. Het managen van de groei was een grote uitdaging. Zo investeerden Shift Invest, Future Food Fund en InnovationQuarte – investeringsfondsen gefocust op duurzame impact – in totaal voor 2,7 miljoen euro in de onderneming. Met dit geld werd de website geoptimaliseerd, werden eigen weckpotten ontwikkeld die minder ruimte innemen en veel lichter van gewicht zijn, werden nieuwe medewerkers aangetrokken en de capaciteit vergroot.

www.pieter-pot.nl

Sluit aan bij de koffiefamilie

Alleen al in Nederland snakken miljoenen mensen iedere ochtend naar een heerlijke kop koffie. Hoe mooi is het om de dag te beginnen met een slok van de allerlekkerste koffie en met iedere slok ook de wereld mooier te maken? Dat kan met SOCOCO, opgericht door Perry van Gils.

"In een onderneming waarbinnen sociale-impact, duurzaamheid en winst binnen de gehele keten gelijkwaardig zijn verdeeld, zorgen we niet alleen voor een betere wereld of een beter gevoel over onszelf. We zorgen in de kern voor een gezonder systeem. Een gelijkwaardige keten creëert innovaties, kennisontwikkeling, groei en economische stabiliteit voor de lange termijn. Met SOCOCO gaan wij voor deze integrale

fairchain gedachte; gelijkwaardigheid tussen alle partners in de keten. Het wereldwijd delen van kennis, talent en creativiteit dragen bij aan een sociale en duurzame samenleving met een gezond winst oogmerk."

"Door net iets verder te gaan dan investeren en een goede prijs te bieden, kunnen we ook samen met onze partners innoveren en investeren. Dit draagt bij aan stabiliteit, groei en ja: ook nog winst! En dat is winst op meerdere vlakken: want als de keten groeit, groeit elke schakel. Dan heb je een gezond en duurzaam economisch businessmodel. We geven graag een realistisch beeld van de branche en wat een eerlijke prijs is voor duurzame koffie van goede kwaliteit. Dit kunnen we

alleen door transparant te zijn in wat we betalen aan onze koffieboer. En ja, dat is iets meer dan je wellicht gewend bent. Maar ik beloof je: dat smaakt en voelt een stuk lekkerder."

Van Gils kwam in 2018 min of meer toevallig in contact met de Guatemalteekse Danny en Madeline Perez; de jongste generatie koffietelers van de FamilyBondsCoffee in de koffieregio Huehuetenango. Het bleek meteen zijn ideale partner. "Het mooie van onze samenwerking is dat zij er net zo in staan als ik: de keten moet beter, eerlijker en gezonder. Gezamenlijk werken we aan het allerbeste product voor onze klanten voor een eerlijke prijs."

De koffie wordt met de hand geplukt en doorloopt een nauwkeurig

keuringsproces. Dit maakt dat er nagevoel geen defecten in de bonen zitten, uniek in de koffiewereld. Iedereen in de keten kent elkaar daadwerkelijk, van koffieboer tot brander of Barista. “Als je elkaar kent, betaal je ook een juiste en eerlijke prijs. Dat maakt de koffie natuurlijk wel duurder dan de huidige wereldmarktprijs en zelfs de Fair Trade koffieprijs. Maar hierdoor blijft ruim 50 procent van onze prijs in het land van herkomst en dat zien we terug in de kwaliteit van de koffie. Dit geeft onze collega’s de kans hun onderneming te verbeteren en te investeren in het proces. Iedereen in de keten verdient zo een eerlijke boterham. Wij ondersteunen onze koffiepartners onder andere bij het opzetten van een duurzaam en renderend bedrijfsmodel, en zij ondersteunen ons met het allerbeste product.”

Het is voor SOCOCO dus belangrijk dat iedereen in de keten een eerlijke boterham kan verdienen. “Ook in Nederland trekken we deze bedrijfsfilosofie door en daarom bieden we ook leerwerktrajecten voor ambitieuze mensen die een kans en een extra steuntje in de rug verdienen. Zij helpen ons bij het verpakken, de distributie en bijvoorbeeld ook bij het bereiden van de bonen bij u op de werkvloer.”

www.sococo.coffee



Perry van Gils.

Verf die goed is voor je gazon

Hoeveel verf gebruiken we wel niet in een mensenleven? Bij iedere verhuizing of opknappbeurt gaan er vele liters doorheen. En hoe vaak denken we dan niet: oei, dat is niet goed voor het milieu. Gelukkig kan het ook anders door verf voortaan bij Verfgroen te bestellen, een initiatief van Ivan en Niels Burgler.

De broers zijn opgegroeid in een zogeheten verfgezin. Hun vader zat al sinds zij zich kunnen heugen in de verf.

De broers kozen voor het marketingvak en werkten ieder bij een ander marketingbureau. Tijdens een vakantie in de prachtige natuur van Oostenrijk viel het kwartje. Dat vormde de basis van Verfgroen, een circulaire en duurzame distributeur die groene verf verkoopt van het Spaanse merk Graphenstone.

De onderneming is gevestigd in Groningen met opslag in het midden van het land. De webshop levert in de hele Benelux om een zo grote mogelijke im-

pact te hebben op duurzaamheid en circulariteit in Europa. “Veel bedrijven zetten tegenwoordig in op duurzaamheid, maar wij zien wel dat dit op verschillende manieren gebeurt. Wij zetten in op een positieve bijdrage aan het milieu. Dus niet alleen duurzaam maar ook circulair. Daarom bieden we de circulaire producten van Graphenstone aan aan schilders, groothandels en particulieren. Zodat wij samen invloed hebben op het klimaat en milieu.”



Ivan en Niels Burgler.

De verf van Verfgroen heeft een lange levensduur, bespaart 8,5 kg CO₂ per vierkante meter schilderwerk, absorbeert CO₂ en is een honderd procent natuurlijk product zonder oplosmiddelen.

Huidige verven bevatten toxische stoffen, zoals terpentijn, conserveringsmiddelen, VOC's en het stoot veel CO₂ uit. Daarnaast wordt voor de productie van latexverven gemiddeld drie liter aardolie gebruikt. De genoemde

nadelen zijn dan ook slecht voor mens, dier en milieu, aldus de site. De term 'duurzame verf' wordt wel vaker gebruikt, maar dat heeft betrekking op een deelaspect. Verfgroen biedt echter Graphenstone aan, een honderd procent ecologisch-circulaire-duurzame verf die slechts kalk, water en grafeen bevat. Het zou op dit moment de enige echte duurzame verf zijn.

Belangrijk? Jazeker. Jaarlijks wordt alleen al in Nederland circa 3,5 miljoen

liter verf verbrand vanuit de industrie. Dan gaat het nog niet over de verven die bij particulieren thuis op de plank staan. "Graphenstone is zo schoon dat u zelfs de verf op uw gazon zou mogen smeren om kalk aan de grond toe te voegen om de zuurgraad van de grond te neutraliseren. Denk aan de toekomst en kies voor schone verf."

www.verfgroen.nl

Waar groen echt groen is

Wie houdt er niet van groen? We zetten ons huis, ons balkon, ons terras en onze tuin er vol mee. Groen is in dit geval echter zelden echt groen. En dat kan dus anders. De missie van Sprinklr is een groene omgeving voor iedereen, vol leven! Daarom vergroenen ze

ook kantoren en kantoortuinen en voorzien ze iedereen die het wil van groen advies. Zij strijden voor biologische kweek. Wie bij Sprinklr koopt weet dat groen écht groen is, niet alleen de kleur.

In 2016 werd Sprinklr opgericht door Suzanne van Straaten. Zij had ge-

werkt bij een corporate en voor een goeddoelenorganisatie. Mooi werk, maar het was tijd haar eigen purpose in de praktijk te brengen. Na een succesvolle crowdfundingcampagne via het platform van ASN Bank die Sprinklr ook bleef promoten via het platform 'De

Wereld van Morgen', ging ze van start en in 2018 stapte Liedewij Loorbach aan boord. Inmiddels telt het kantoorteam acht mensen en werken er in de loods tien mensen. De omzet gaat in 2021 ruim over de 1 miljoen euro heen.

In 2018 koos Sprinklr ervoor om alleen nog SKAL-gecertificeerde tuinplanten en bollen te verkopen, dat wil zeggen tuinplanten en bollen die officieel het stempel biologisch mogen dragen. Dat was namelijk een heldere boodschap richting de klant.

Sprinklr heeft een aantal moeilijke jaren gekend, maar die tijd lijkt achter de rug. Niet alleen zijn er investeerders gekomen, zoals Triodos Bank, maar ook neemt het aantal klanten toe. Het lijkt zo logisch. Waarom zou je überhaupt als klant bijvoorbeeld nog traditionele bloembollen aanschaffen. De site geeft een aantal redenen waarom het veel

GREEN UP

Meer inspiratie opdoen? Dat kan in het grootste duurzame warenhuis van Nederland. In het voormalige pand van boekhandel Broese op de Stadhuisbrug in Utrecht is het pop-up warenhuis 'Green UP' van start gegaan. In dit warenhuis van maar liefst 1400 vierkante meter zetelen tal van duurzame ondernemers, elk met een eigen stijl, en eigen verhaal en een eigen bijdrage aan een duurzame toekomst. Je vindt er bijvoorbeeld een groot assortiment aan woon- en modeaccessoires, fashion, textiel, beauty- en verzorgingsproducten, cadeauartikelen, interieuritems en food-to-go. Ook kent het pand een botanische binnentuin met restaurant. De inrichting bestaat voor een groot deel uit circulaire, gerecyclede of hergebruikte items.

Het concept is nog in ontwikkeling en er is plaats voor veel meer duurzame ondernemers. Met Green UP heeft Utrecht er een nieuwe verrassende hotspot bij.



Liedewij Loorbach en Suzanne van Straaten. Beeld Gijs Versteeg

beter is om biologische aan te schaffen. Door je aankoop gaan insecten niet dood en wordt grond niet vernietigd, de biodiversiteit krabbelt weer op, er belandt geen gif in je tuin of in baby-luiers en je steunt pioniers voor een betere wereld. Meer dan genoeg redenen dus. En gelukkig weten veel meer mensen de webshop te vinden.

Ook koos Sprinklr voor sociaal ondernemerschap. Zo ging het in zee met zorgboerderij Lindenhoff, waar mensen met afstand tot de arbeidsmarkt dagelijks aan het werk zijn.

Hoe nu verder. "Een bedrijf dat zichzelf kan bedruipen, da's wel iets om heel vrolijk over te zijn, maar is slechts

het middel om dichterbij ons doel te komen: een omwenteling in de sierteelt. Wat ons betreft wordt over tien jaar de helft van alles in de sierteeltsector biologisch gekweekt. En de bollen, die in het open veld worden gekweekt, zouden honderd procent biologisch moeten zijn. Aan ons om te bewijzen dat de vraag groot is, en om kwekers te verleiden om ofwel op te starten of om te schakelen van gangbaar naar biologisch. En daar moeten we haast mee maken, want iedereen weet: er is geen dag te verliezen als we onze planeet leefbaar willen houden voor iedereen. ■

www.sprinkl.co