

**Het Center for Research in Sustainable Packaging (CRISP) is een samenwerkingsverband van Wageningen Universiteit & Research, Universiteit Twente en Universiteit Utrecht met het Kennisinstituut Duurzaam Verpakken. CRISP voert momenteel drie onderzoeken uit. Onderwerpen zijn laminaten, de milieu-economische afweging van verschillende recyclingsystemen en de verankering van duurzaam verpakken in het management van bedrijven. Het verpakkend bedrijfsleven wordt nauw bij de opzet en uitvoering van de CRISP-onderzoeken betrokken.**

Het KIDV laat in een serie artikelen de onderzoekers aan het woord. In deze aflevering vertelt Jörg Henseler van Universiteit Twente over de verankering van duurzaam verpakken in het management van het bedrijfsleven. “We moeten bedrijven helpen om in hun verpakkingsbeleid betere beslissingen te maken. We analyseren hoe de huidige besluitvorming binnen het management tot stand komt en we reiken concrete tools aan om duurzaamheid een plek in het ontwerpproces te geven.”

#### **Verankering van duurzaam verpakken in het management**

Het onderwerp is niet nieuw voor de Universiteit Twente. Voor het wetenschappelijk onderzoeksprogramma Sustainable Packaging van het KIDV en het Topinstituut Food & Nutrition onderzocht Bjorn de Koeijer wat er daadwerkelijk terechtkomt van de duurzame ambities van bedrijven, als je kijkt naar verpakkingen. Hij stelde vast dat duurzaamheids- of circulaire overwegingen een ondergeschikte rol spelen bij de ontwikkeling van product-verpakkingscombinaties.

De Koeijer introduceerde de [Sustainability Guardian](#) om het gat tussen strategie en operatie te dichten, een functionaris binnen het ontwerpteam die specifiek vanuit duurzaamheid naar de ontwikkeling van nieuwe verpakkingen kijkt en daar net zo’n zware stem in heeft als de overige leden.

“Dit is een voorbeeld van een instrument die we nu voorhanden hebben”, zegt Henseler. “Maar er valt nog veel te halen. Met het CRISP-onderzoek kijken we naar *quick wins*, oftewel: we richten ons volledig op het bedrijfsleven en welke veranderingen daar op korte termijn kunnen plaatsvinden. Natuurlijk is wetgeving ook van belang in overwegingen over duurzaam verpakken, maar deze analyse laten we in dit onderzoek achterwege. Het gaat ons namelijk om het verdiepen en uitbreiden van instrumenten die bedrijven direct kunnen gebruiken om te verduurzamen binnen het huidige systeem.”

De cases in dit CRISP-onderzoek zijn dan ook rechtstreeks afkomstig uit het bedrijfsleven. Designdocumenten worden vergeleken en geanalyseerd. Daarin staat beschreven hoe besluiten over een verpakking tot stand zijn gekomen. Henseler: “De cases zijn interessant voor producenten en importeurs, aangezien ze goed laten zien waar zich kansen aanbieden om iets te veranderen. We zorgen ervoor dat verbeteringsaanbevelingen generiek toepasbaar zijn op andere bedrijven, waardoor een brede doelgroep er iets aan heeft.”



Jörg Henseler: “We moeten bedrijven helpen om betere beslissingen te maken.”

## **Samenspel**

Door de designdocumenten te bestuderen, wil Henseler een beter beeld krijgen van hoe en waar welke beslissingen worden gemaakt. “Een verpakking wordt namelijk nooit door één persoon ontwikkeld. Er zijn veel mensen bij betrokken van allerlei afdelingen, denk aan: marketing, ontwerp, management, productie, financiën, communicatie. In het onderzoek van De Koeijer zagen we dat de marketeer vaak de doorslaggevende stem heeft in beslissingen over de verpakking. Die let vooral op de aantrekkelijkheid van de verpakking voor de consument. De ontwerper kijkt meer naar de technische aspecten zoals transporteerbaarheid, bescherming en opslag. Vanuit het management ligt de focus vooral op kosten en efficiëntie.”

Volgens Henseler vormt dit samenspel van invalshoeken een dynamisch veld. Om duurzaamheid in het ontwerpproces te verankeren, moeten de verschillende management-, design- en marketingaspecten met elkaar worden verbonden. Dat is makkelijker gezegd dan gedaan. De tools die binnen dit onderzoek worden ontwikkeld, moeten daarbij gaan helpen en duurzaamheid een betere plek geven binnen de beslissingsprocessen.

## **Uniek**

Ook in het lesprogramma van de Universiteit Twente zet Henseler in op het verbinden van deze verschillende invalshoeken. Daarin combineert hij de universitaire disciplines management, design, marketing en consumentengedrag (psychologie). “In 2014 heeft de Universiteit Twente de leerstoel Product-Markt-Relaties opgezet, waarbinnen de interactie tussen producten en markten wordt bestudeerd. Dit houdt in dat industrieel productontwerpers zo worden opgeleid, dat ze niet alleen producten ontwerpen die van hoge kwaliteit zijn en technisch goed in elkaar zitten, maar dat ze ook goed kijken naar de markt. Wat wil de klant precies en hoe kun je nu succesvol verkopen? Dit zijn voorbeelden van elementen die worden meegenomen. De combinatie van techniek en design aan de ene kant en marketing en consumentengedrag aan de andere kant staat centraal.”

## **Twente als coördinator van CRISP**

In het CRISP-onderzoek neemt elke universiteit haar eigen specifieke expertise mee. “Twente is de coördinator van het CRISP”, zegt Henseler. “Deze rol past ons goed, aangezien wij de individuele expertises breder willen trekken door ze te integreren, zoals wij dit reeds in ons lesprogramma en leerstoel doen. Universiteit Utrecht is bijvoorbeeld specialist op het gebied van duurzaamheidsanalyses en Wageningen Universiteit & Research is expert op het gebied van recycling. Voor Universiteit Twente is juist de holistische integratie van management-, ontwerp- en marketingaspecten een expertise.”

Met het CRISP hoopt Henseler verdere stappen te zetten in het samenbrengen van invalshoeken die leiden tot duurzaam verpakken. “In Nederland is er nu niet één instituut die alle kennis over verpakkingen samenvoegt”, aldus Henseler. “Het zijn allemaal losse eilandjes. Dit hopen we met het CRISP te veranderen. In Nederland moet alle expertise in huis zijn om het proces van verduurzaming van het hele verpakkingslandschap te begeleiden. Dit blijft een continu proces.”

### Toekomstige vraagstukken

Hoe Henseler zelf denkt dat toekomstige verpakkingsvraagstukken eruit zien? “Nu halen we nog elke week onze boodschappen in de supermarkt, maar dat regelen we in de toekomst anders. Dan bezorgen drones aan huis. In New York zijn nu al woningen zonder keukens, omdat mensen voor gemak kiezen en dus buiten de deur eten of kant en klaar laten bezorgen. Dat leidt allemaal tot veranderingen in het verpakkingveld. Aan ons als CRISP is de taak om grote veranderingen op maatschappelijk niveau nauwlettend in de gaten te houden. Op die manier kunnen we een overzicht krijgen hoe alle spelers in de verpakkingswereld te werk gaan en daar met duurzame oplossingen op in te spelen.”

#### **Circular Packaging Design en CRISP**

De samenwerking in CRISP komt voort uit het Circular Packaging Design programma (2017-2020) van het KIDV. Dit programma gaat over de versterking van de onderwijs- en onderzoekinfrastructuur bij kennisinstellingen. In april 2018 werd een samenwerking met drie hogescholen bezegeld, te weten De Haagse Hogeschool, HAS Den Bosch en de Hogeschool van Amsterdam. Daarnaast werd door de universiteiten van Wageningen, Utrecht en Twente samen met het KIDV CRISP opgezet. De onderzoeksactiviteiten zijn voornamelijk gericht op vragen van producenten en importeurs. Het bedrijfsleven wordt daarom sterk betrokken bij zowel de uitvoering van onderzoeksprojecten. Heeft u als producent/importeur interesse voor de projecten van CRISP, neem dan contact op met KIDV-projectleider Gijs Langeveld ([glangeveld@kidv.nl](mailto:glangeveld@kidv.nl)).