



DUURZAAM DOOR(VER)PAKKEN: VAN PLAN NAAR PRAKTIJK

Verlag KIDV-Verdiepingsbijeenkomst – 19 september 2019

“Duurzaam verpakken, iedereen is er mee bezig”, constateerde KIDV-directeur Chris Bruijnes vergenoegd bij de start van de Verdiepingsbijeenkomst over de Brancheplannen Duurzaam Verpakken. Een recordaantal van rond de 250 deelnemers verzamelde zich op 19 september jl. in de Prodentfabriek te Amersfoort, om zich te laten informeren en inspireren. En: om te horen en te zien welke stappen zij kunnen zetten om hun ambities en doelstellingen uit de brancheplannen te behalen.

Het programma van deze bijeenkomst bestond uit een plenair deel met verschillende gastsprekers en daarnaast had het KIDV ook een zogenoemd Handelshuis ingericht. Zeventien bedrijven (zie kader) lieten op dit marktplein zien welke oplossingen zij zoal in huis hebben om duurzaam te verpakken. De ‘markt’ was een succes. “De mogelijkheden om duurzaam te verpakken zijn legio, maar wat is voor jouw product dan de beste oplossing? En wat doe je als de marketingmanager toch liever die mooie glimmende virgin verpakking heeft, in plaats van deze uit r-PET vervaardigde zak? De informatiehonger is groot. Hier kunnen we rechtstreeks en duidelijk uitleg geven over duurzaam verpakken. We merken dat mensen héél veel vragen hebben”, zo luidden samengevat de reacties van verschillende standhouders.

Thema én aanleiding van de KIDV-Verdiepingsbijeenkomst waren de 17 Brancheplannen Duurzaam Verpakken die afgelopen voorjaar door het KIDV openbaar waren gemaakt, waarin 22 brancheorganisaties concrete doelstellingen en maatregelen hebben opgesteld om verpakkingen te verduurzamen.





“De opdracht aan bedrijven is nu om de branche-brede ambities waar te maken. We gaan van plan naar praktijk. De uitdaging is groot”, zei Bruijnes bij de start van de bijeenkomst, “maar steeds meer partijen zijn hier inmiddels serieus mee bezig.”

Vóór publicatie werden de brancheplannen beoordeeld door het [College van Onafhankelijke Experts](#) van het KIDV. Hieruit bleek dat veel branches bij de verduurzaming van verpakkingen nog hoofdzakelijk inzetten op recycling. Bruijnes: “Dat is goed, maar daarmee bereiken we uiteindelijk geen circulariteit. Er moet meer focus komen op de hogere R'en op de verduurzamingsladder, zoals *reuse* en *rethink*. De uitdaging van de circulaire economie is immers om materialen en producten zolang mogelijk in de keten te houden, zodat er minder nieuwe materialen nodig zijn en de ecologische voetafdruk zo klein mogelijk blijft.”

De KIDV-directeur stipte in zijn openingswoord nog wel de noodzaak aan voor een heldere en eenduidige definitie van recyclebaar. Het KIDV werkt hieraan. “Deze definitie kan sturing en verduidelijking geven bij doelen uit de Brancheplannen die zijn gericht op recyclebaarheid, maar ook bij andere initiatieven.”

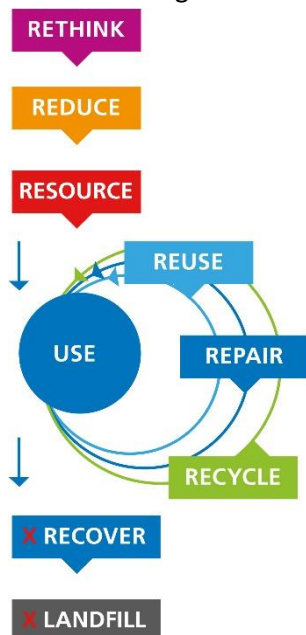
VERDUURZAMINGSLADDER

Verpakkingskundige Karen van de Stadt van het KIDV gaf in de eerste presentatie van de dag tekst en uitleg over de verduurzamingsladder. Deze is een variant op de zogeheten Ladder van Lansink uit 1979, vernoemd naar het toenmalig Kamerlid die met deze ladder ‘de afvalhiërarchie’ introduceerde en verbeeldde. Op de bovenste trede staat de meest milieuvriendelijke aanpak van afval (preventie), op de onderste de minst milieuvriendelijke (storten). “Storten van verpakkingsafval gebeurt in Nederland gelukkig al lang niet meer, elders nog wel. Waar het verboden werd, zie je dat partijen steeds creatiever zijn geworden in het bedenken van oplossingen”, vertelde Van de Stadt.



Omdat verpakkingsafval een specifiek vraagstuk vormt, is de ladder verfijnd en die heet nu de verduurzamingsladder. Het Planbureau voor de Leefomgeving en professor Jacqueline Cramer (duurzaamheidsexpert, voormalig politica en nu onder meer lid van het hiervoor genoemde expertcollege van het KIDV) hebben hiervoor gezorgd. Het KIDV gebruikt de verduurzamingsladder vaak in zijn contacten met producenten en importeurs. Van de Stadt: “Het kan bedrijven helpen om duurzame keuzes te maken. Het is een systematiek die de verschillende verduurzamingsthema's rangschikt naar de mate van milieu-impact. Net als bij de Ladder van Lansink staan de thema's met de minste milieu-impact bovenaan en de thema's met hogere impact op het milieu onderaan.”

In haar presentatie liep Karen van de Stadt alle R'en van de verduurzamingsladder langs. “We recyclen inderdaad volop, maar dat staat dus op niet zo'n hoge trede. Er wordt verschillend gedacht over wat recyclen van verpakkingen precies is. Wij stellen dat er pas echte recycling is, als een afgedankte verpakking wordt ingezameld, gesorteerd, gerecycled én vervolgens weer in een nieuwe verpakking of product wordt toegepast.” De R van *repair*, waar SIRE momenteel campagne voor voert,





Kennisinstituut Duurzaam Verpakken

lijkt op verpakkingen niet zo van toepassing, met pallets als grote uitzondering. “Reuse/hergebruik zien we vooral terug in de logistiek. Denk aan statiegeld op kratten en flessen.”

De hogere R'en waaraan Chris Bruijnes appelleerde, zijn die van *resource*, *reduce* en *rethink*. “Resource betekent: goed nadenken over welke grondstoffen je gebruikt en óók over het beheer van grondstoffen. Gebruik gerecycled content en/of hernieuwbaar materiaal. Minder materiaalgebruik is vanzelfsprekend: wat je niet in het systeem stopt, hoef je ook niet te verwerken. Rethink staat bovenaan de ladder. Bedenk en ontwerp nieuwe concepten, waarin verpakkingen misschien helemaal niet nodig zijn.” Bruijnes had een mooi voorbeeld. “Bij aannemer Heijmans blijkt dat bouwvallers veel voorzichtiger met toiletpotten omgaan als ze niet zijn ingepakt.”

Klik [hier](#) voor de presentatie van Karen van de Stadt.

INSPIRERENDE VOORBEELDEN

Na deze introductie volgden vier presentaties met inspirerende praktijkvoorbeelden. Maayke Damen vertelde hoe zij met Excess Materials Exchange een markt creëert voor afvalmaterialen, zodat deze materialen opnieuw kunnen worden ingezet. Attila Tuross gaf meer inzicht in Loop, een samenwerking tussen Terracycle en grote multinationals om een systeem voor herbruikbare verpakkingen op te zetten. Martijn Bijmolt van Puur Bezorgd liet zien hoe hij een vergelijkbaar concept dichterbij huis heeft opgezet. Tot slot vertelde Willemijn Wortelboer hoe RAW Paints een geheel nieuw productverpakkingsconcept neerzette voor verf.

Excess Materials Exchange

Maayke Damen is een van de oprichters van Excess Materials Exchange. Zelf noemt ze haar bedrijf een datingsite voor materialen. “Bedrijven kunnen hier al hun (rest-)materialen kopen en verkopen. Wij matchen vraag en aanbod op een manier die de hoogste hergebruikswaarde oplevert. Dat levert winst op voor zowel bedrijven als het milieu.” Ze prikkelde de zaal met cijfers waar ze ooit zelf van schrok: dat we elk jaar 2,12 miljard ton afval dumpen en dat 99 procent van alle producten binnen zes maanden afval zijn. “We gooien steeds meer weg en er komt ook steeds meer bij. De waarde blijft nu nog grotendeels onbenut. Daar brengen wij verandering in. Wij geven afval waarde.”



Hoe Excess Materials Exchange dat precies doet? Dit legt Damen in stappen uit, met als eerste onderdeel het door haar bedachte grondstoffenpaspoort. “Hierin slaan we alle gegevens van een product in de verschillende levenscycli op. Dankzij de blockchain-technologie kunnen we uiteenlopende data snel en op grote schaal interpreteren. In de volgende stappen zoeken we naar de ideale match. Dan blijkt bijvoorbeeld dat je van gerecycled PET heel goed schoenen kan maken en dat méér oplevert dan wanneer je het in meubels of tapijt verwerkt. Houten

verpakkingen kunnen ook in schoenen worden verwerkt, maar de ideale match is met houten vloeren.”



Kennisinstituut Duurzaam Verpakken

Tel uit je winst, hield Maayke Damen de bezoekers van de Verdiepingsbijeenkomst voor. In een pilot onderzocht ze de financiële- en milieuwaarde van achttien materialen, van koffiedrab tot spoorstaven. Van de totale potentiële waarde van alle materialen bij elkaar (118 miljoen euro) werd 64 miljoen euro gerealiseerd doordat materialen een andere bestemming kregen. Ook milieukosten en vermeden kosten voor afvalverwerking lopen in de miljoenen. “Het hergebruik van de materialen leverde een energiebesparing op, die gelijk staat aan wat het kost om in Parijs vijf jaar de straatverlichting te laten branden. Plus: 123 kiloton minder CO₂-uitstoot en 2,1 miljoen kuub waterbesparing. Dat zijn 822.000 autoritjes van Amsterdam naar Milaan en 860 olympische zwembaden vol.”

Klik [hier](#) voor de presentatie van Maayke Damen.

Loop

“Plastic is geen probleem, het eenmalig gebruik is een probleem”, aldus Attila Tuross van TerraCycle, het Amerikaanse recyclingbedrijf dat begin dit jaar het Loop-concept introduceerde. Bij dit initiatief zijn sinds de start verschillende multinationals aangesloten, zoals Unilever, Procter & Gamble en Nestlé, maar ook minder grote merken doen tegenwoordig mee. Consumenten kunnen straks in verschillende landen ter wereld online – maar ook in grote supermarkten - boodschappen bestellen. Die worden niet in plastic en karton geleverd, maar in herbruikbare verpakkingen. Er worden pilots gehouden in Parijs en New York, Londen volgt snel en daarna komen andere grote steden in de wereld aan de beurt, van Tokyo tot Toronto.

Tijdens de Verdiepingsbijeenkomst liet Attila Tuross eerst het woord aan oprichter Tom Szaky van TerraCycle, die in een filmpje op Youtube over het waarom en hoe van Loop vertelt: “We leven in een afvalcrisis. Met Loop willen we de slag maken van eenmalige verpakkingen naar herbruikbare verpakkingen.” Tuross haalde ook de melkboer uit vroegere tijden erbij, die de flessen melk thuis bezorgde en de lege meenam, schoonmaakte en opnieuw gebruikte. “Toen waren hervulbare verpakkingen al de norm. Hoe vaker de fles werd gebruikt, hoe lager de kosten. Later veranderde dat. Toen werd het: hoe goedkoper de verpakking, hoe lager de kosten. En hoe meer gemak de verpakking consumenten bood, hoe moeilijker de verpakking kon worden gerecycled.”



Consumenten die online bestellen krijgen de producten in een speciale Loop-tas. Als de shampoo, nootjes of koffie op zijn, gaan de verpakkingen terug in de tas. Na sortering en reiniging worden ze bij de merkeigenaar terugbezorgd, die ze opnieuw kan vullen voor een volgende bestelling. Tuross denkt dat de verpakkingen wel zo'n honderd keer opnieuw kunnen worden gebruikt. De Loop-tas zorgt ervoor dat er ook geen ander verpakkingsmateriaal voor omverpakkingen meer nodig is.

Tuross: “Zo worden we minder afhankelijk van wegwerpproducten. We hebben nog verschillende uitdagingen te gaan, maar het is duidelijk welke kant we op gaan. Consumenten willen geen overbodig plastic meer. Met Loop bieden we ze een makkelijke circulaire oplossing.” Het is nog niet bekend of en wanneer Loop ook in Nederland zal worden geïntroduceerd.

Klik [hier](#) voor de presentatie van Atilla Tuross.



Kennisinstituut Duurzaam Verpakken

Puur Bezorgd

Twintig procent minder verpakkingen en 95 procent recyclebare verpakkingen in 2025, stellen de supermarkten als doel in hun Brancheplan Duurzaam Verpakken. Puur Bezorgd heeft hogere ambities: 80 procent herbruikbare en 100 procent recyclebare verpakkingen, ook in 2025. De Rotterdamse start-up die online bestelde boodschappen in glazen potten thuisbezorgt, op de elektrische fiets, timmert aan de weg. “We zijn Loop in het klein, nog”, zegt oprichter Martijn Bijmolt.

Puur Bezorgd – dat binnenkort verder gaat onder de naam Pieter Pot – draait op de formule *Eco-friendly & Convenient = Ecovenience*. Bijmolt: “Wij brengen milieuvriendelijkheid en gemak samen. Terwijl het aandeel plastic in verpakkingen jaarlijks met drie procent toeneemt, blijkt uit onderzoek dat meer dan tachtig procent van de consumenten de hoeveelheid plastic die zij zelf gebruiken wil terugdringen. En meer dan de helft van afgedankte plastic verpakkingen belandt in de verbrandingsoven of als zwerfafval. Daar wilden wij wat tegen doen.”



Samen met Jouri Schoemaker begon hij in januari 2019 Puur Bezorgd, waar inwoners van Rotterdam online hun boodschappen kunnen bestellen. Het assortiment beslaat inmiddels meer dan tweehonderd niet-bederfelijke en non-food producten. “Van broodbeleg tot keukenkruiden en van peulvruchten tot pasta. We zijn met grote partijen in onderhandeling om ook met ons te gaan werken. Op termijn willen we ook verse producten aanbieden en een one-stop-shop worden. We richten ons nu op de mensen die er geld voor over hebben om sociaal en verantwoordelijk te consumeren, die duurzaamheid belangrijk vinden en daar serieus over zijn”, vertelt Bijmolt. “Zij halen al hun droge, houdbare producten bij ons. Voor groenten gaan ze naar de markt en voor de overige producten gaan ze naar de supermarkt.

De boodschappen worden door een fietskoerier in glazen potten thuis afgeleverd. Bijmolt: “Daarmee halen we veel plastic uit de keten. De potten die eerder zijn bezorgd, worden retour genomen, gewassen en opnieuw gebruikt.” Het initiatief slaat aan. Er zijn al zo’n 250 klanten. “We krijgen uit het hele land vragen of we ook naar andere gemeenten komen. Die plannen hebben we zeker; er staan meer dan 1.700 klanten op onze wachtlijst. Uiteindelijk willen we ook de grens over, naar België en Duitsland om te beginnen.” Binnenkort start Puur Bezorgd een *crowdfunding*-actie om de gewenste groei te financieren.

Klik [hier](#) voor de presentatie van Martijn Bijmolt.

Raw Paints

In de rubriek [Duurzaam Door\(ver\)pakken](#) op de website van het KIDV vertelde Willemijn Wortelboer al uitvoerig over RAW Paints: het idee, de ontwikkeling en uiteindelijk de introductie op de nogal conservatieve schildersmarkt van poederverf. Het was *trial and error*. “Meer dan de helft van emmers en blikken verf bestaat uit water. Kan dat niet anders, dachten wij?” Het duurde zo’n zes jaar voordat het RAW Paints lukte om van mineralen grondstoffen poederverf te maken van de beste

kwaliteit. Water wordt pas toegevoegd op de plek waar de verf wordt gebruikt, wat opslag- en transportkosten bespaart. De verpakking is zodanig ontworpen, dat die bij het plastic afval kan worden weggegooid.



Het gaat goed met RAW Paints, dat binnen vijf jaar wil uitgroeien tot de grootste producent in Europa van poederverf. Maar het draait voor Wortelboer niet om cijfers. Tijdens de Verdiepingsbijeenkomst vertelde ze in een persoonlijk verhaal, wat haar inspireert: bijdragen aan een schone en duurzame wereld. Een actueel item, juist ook in die week met Prinsjesdag en de Algemene Beschouwingen. “De koning sprak in zijn troonrede over de keuzes en gebeurtenissen die grote impact hebben: het gaat om leven en niet alleen om getallen. Jesse Klaver die aangeeft van scorebordpolitiek af te willen: het draait om de manier waarop je het spel speelt en niet om sec winst en verlies. En morgen begint de mondiale Climate Strike, geïnspireerd op het gedachtegoed van Gretha Thunberg. Om de aandacht te vestigen op de vuile erfenis die wij onze kinderen en hun kinderen nalaten, als wij nu niets doen...”

“Onze missie is om de wereld samen schoner te schilderen. Met verfpoederformules voor diverse applicaties, waarbij kwaliteit, service en duurzaamheid voorop staan. Normaal kost het maken van een liter verf 40 liter water. Dat vinden we normaal, ook om er stoffen aan toe te voegen die de verf houdbaar en vloeibaar maken. Maar veel verf belandt na twee jaar op de plank in de schuur te hebben gestaan, gewoon bij het afval. Dat vind ik níet normaal en daarom hebben wij onze nek uitgestoken en zijn we op zoek gegaan naar nieuwe oplossingen. Mijn motto is: ‘It’s all about chemistry’. Volg je gevoel, zet je ego opzij en verbind! Alleen door je krachten te bundelen zijn nieuwe oplossingen haalbaar en kan je het verschil maken voor de volgende generatie.”

Klik [hier](#) voor de presentatie van Willemijn Wortelboer.

HANDELSHUIS DUURZAAM VERPAKKEN

Na de presentaties opende het Handelshuis Duurzaam Verpakken. Hier werden vraag en aanbod in duurzaam verpakken bij elkaar gebracht. Zie onderstaand het overzicht van deelnemende partijen.

A TOP Packaging	FiliGrade	SchutPapier
Avery Dennison	Freshflex	Tell Ape
Circular Plastics	Flestick	Tetra Pak
DeeDee Pouch Professionals	Hordijk	Veolia
Dupont	Oerlemans	Vibers
Eosta	Paperfoam	