

# HOGE DREMPELS VOOR 'GROEN' INKOPEN

**Tot voor kort waren milieuzorg én milieugerichte productontwikkeling activiteiten die amper strookten met de kernactiviteit van bedrijven: leveren wat de markt vraagt. De markt vraagt echter langzaam steeds meer om milieu. Organisatorische drempels voor milieugericht inkopen worden steeds inventiever geslecht.**

— WIM HEIKO HOUTSMA —

Nedschroef Helmond BV, fabrikant van bouten, moeren en klinknagels voor de auto-industrie, is sinds 1995 bezig om milieu onderdeel uit te laten maken van haar inkoopbeleid. Al heeft hij geen concrete cijfers, toch is milieucoördinator ing. E. van Berlo van Nedschroef tot nu toe zeer tevreden. "Ik denk dat zo'n tachtig procent van ons beleid ten aanzien van milieugericht inkopen werkt. De laatste twintig procent zal heel moeilijk zijn. Misschien lukt dat in de toekomst wel, als het milieu echt bij iedereen tussen de oren zit. Die oren, die zijn het grootste probleem. Want om alle neuzen in dezelfde richting te krijgen moet je vooral geduld hebben. Wij zijn nu drie jaar bezig. In die tijd moet je een hele cultuuromslag in het bedrijf bewerkstelligen." Financiële obstakels, in de zin van hogere prijzen voor milieuvriendelijker aankopen, zijn er eigenlijk niet volgens hem. "Overall gezien is het niet duurder. Bij de aanschaf lijkt het dat misschien wel, maar als je alle fasen van de levenscyclus in de prijsbereke-

ning meeneemt - dus ook bijvoorbeeld de kosten die je moet maken in de afvalfase - dan maakt het niets uit."

Nedschroef heeft gekozen voor een simpele aanpak. Het bedrijf stuurt een vragenlijst naar alle (potentiële) toeleveranciers. Deze worden verzocht vragen te beantwoorden over hun milieuprestaties, zoals de emissies en de geluidbelasting tijdens de productie en de emissies in de afvalfase. Bij grote projecten mogen geen opdrachten worden verstrekt zonder dat de vragenlijst is ingevuld en goedgekeurd door de milieucoördinator, zo heeft Nedschroef intern afgesproken. Van Berlo: "En als blijkt dat de leverancier verkeerde informatie heeft geleverd, kunnen we altijd op het contract terugkomen."

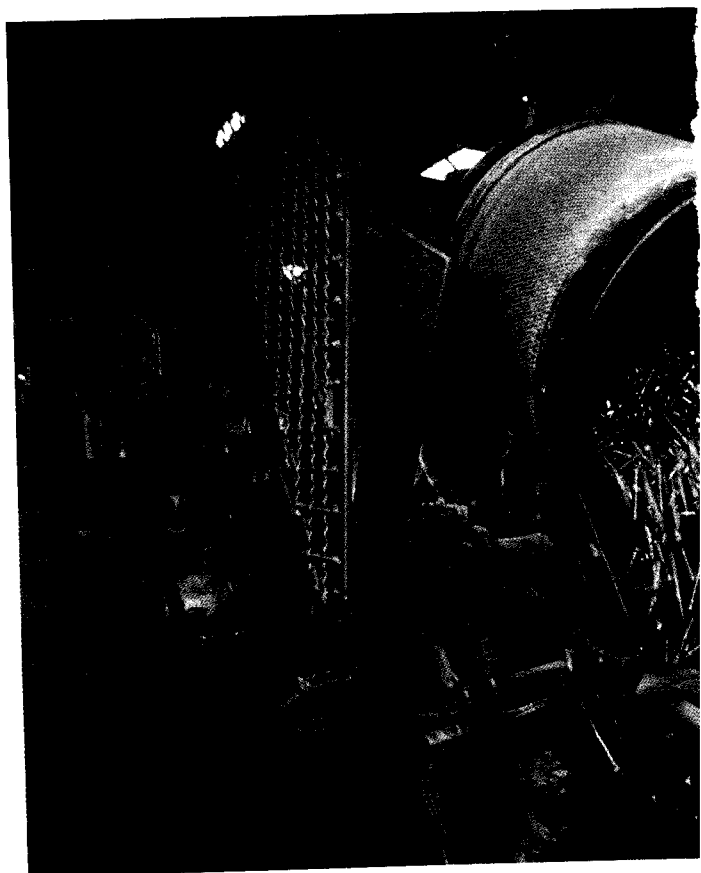
## Bon ton

De aanpak van Nedschroef is nog geen *bon ton* in het bedrijfsleven. R. van Tilburg van DHV Milieu & Infrastructuur wijst er echter op dat milieugericht inkopen heel goed aansluit bij de opkomst van productgerichte milieuzorg (PMZ). "Dat is een managementinstrument waarbij je vanuit het perspectief van één onder-

neming kijkt naar de hele levenscyclus van het product. Als een bedrijf de overstap naar PMZ wil maken, moet het ook naar de inkoop kijken. Uit het recente onderzoek 'Productgerichte milieuzorg uit de kinderschoenen' van ons bleek dat 65 procent van de bedrijven bekend is met PMZ. Maar bij veel bedrijven die initiatieven op dit vlak nemen is het nog niet ingebed in de organisatie."

Uit hetzelfde onderzoek blijkt overigens dat behalve de milieumensen met name ook productontwikkelaars trekken aan PMZ. Dat betekent dat het - als er aandacht aan wordt besteed - in ieder geval deels is geïntegreerd in de afdelingen die zich met de kernactiviteit van het bedrijf bezighouden. Een verheugende conclusie, vindt Van Tilburg. Het leidt er onontkoombaar toe dat milieu ook bij de keuze van de toeleveranciers een rol zal gaan spelen. "Maar

## OUDE BEDRIJFSCULTUUR MOET GESLECHT VOOR MILIEUGERICHTER AANKOPEN



je moet heel wat oude cultuurpatronen doorbreken. In ieder geval moet de milieucoördinator meer in contact treden met de inkopers en marketeers. Al moeten ze tegen heel wat belangen opboksen, zoals prijscontracten en jarenlange contacten. Maar er is een omslag. De media beginnen er bijvoorbeeld steeds meer aandacht aan te besteden. En voor marketeers begint milieu steeds belangrijker te worden: je ziet het steeds vaker terug in productfolders."

Ook de overheid probeert haar leven te beteren. In de Nota Milieu en Economie werd twee jaar geleden het initiatief genomen tot Milieugericht OverheidsAanschaffingen en -investeringsBeleid (MOAB), waaraan ze tot 2003 een budget van tien miljoen gulden koppelden. Zoals de naam al verklapt ligt het accent ervan op het aankoopbeleid van de overheid zelf. "Logisch", zegt ing. F. van der Molen van DHV Milieu & Infrastructuur: "zij spendeert jaarlijks zo'n 25 miljard gulden aan de inkoop van producten en diensten. Daarmee kan ze een flinke impuls geven aan bedrijven om producten milieuvriendelijker te ontwerpen en te produceren."

Het MOAB-zwaartepunt ligt op dit moment bij het opstellen van in-

formatiepakketten voor inkopers. Daarbij is de doelgroep niet meer alleen de overheid, maar ook het bedrijfsleven. Daarom is de naam MOAB inmiddels veranderd in 'Duurzaam Inkopen'. Echter, ook bij de overheid is een milieugericht aankoopbeleid nog lang niet in zicht. Behalve het ministerie van VROM schenken de aanbestedende overheden maar weinig aandacht aan het milieubelang bij Europese aanbestedingen, aldus ing. C. Hagesteijn van het Nederlands Inkoop Centrum (NIC). Een zelfde minimale respons geven de lokale overheden. Waarom slaagt zelfs een overheid die zichzelf expliciet voorneemt milieugericht te gaan inkopen niet in haar doelstellingen? Vooral omdat de organisatie er niet aan is gewend, zo zeggen alle deskundigen. Hagesteijn van het NIC wijst erop dat de decentralisatieslag van de afgelopen jaren ook zijn tol heeft geëist bij de inkoop. "Voor de meeste decentrale inkopers is het geen fulltime baan, er wordt veel lokaal geshopt. Daar komt men nu dan ook langzaam weer van terug."

Drs G. van Steenijns, adviseur milieubeleid van de gemeente Rotterdam, herkent de door Hagesteijn beschreven situatie heel goed. "Wij

hebben veertig diensten die los van elkaar jaarlijks gezamenlijk één miljard gulden aan inkoop besteden. Wil je dan duurzaam inkopen, dan moeten mensen samenwerken." Rotterdam staat bekend als een uitzondering die wél een structureel duurzaam aankoopbeleid voert, ingebed in het milieuzorgsysteem. Heel belangrijk noemt Van Steenijns dat het College van B&W in 1993 een verklaring aan alle diensthoofden heeft gestuurd dat ze geacht werden bij hun aankopen rekening te houden met het milieu. "Dat betekende dat wij, zodra we als milieuafdeling bij hen aanklopten, het beleid van B&W uitvoerden. Dan heb je een veel betere ingang."

Met druk van boven alleen kom je er echter niet, wisten de Rotterdamse milieumensen. Ze gingen daarom procesmatig te werk om de inkoop milieugericht in de organisatie in te bedden. Zij begonnen met de organisatie van enkele symposia en workshops waarmee ze alle betrokkenen om tafel wilden krijgen: inkopers, marketeers, gebruikers en milieucoördinatoren. Van Steenijns: "We wilden niet alleen dat tijdens die bijeenkomsten allerlei inhoudelijk informatie over tafel zou gaan, maar vooral ook dat er een netwerk zou ontstaan." Daarmee was de eerste stap naar samenwerking gezet. Vervolgens werd een werkgroep Inkoop & Milieu opgericht, waarin de inkopers van zeven diensten en de milieucoördinator zaten. Doel: intensivering van het contact. Bijvoorbeeld door twee keer per jaar op werkbezoek te gaan bij leveranciers, die vertellen waar inkopers op moeten letten bij een bepaald product. "Er zit voldoende deskundigheid om tafel om door de onvermijdelijke gekleurdeheid van hun verhalen heen te prikken. Als je dan gezamenlijk een dag op pad bent, weet je elkaar ook sneller te vinden als je elkaar nodig hebt en begrijp je elkaar beter."

Meer informatie: DHV Milieu & Infrastructuur, F. van der Molen, R. van Tilburg, 033 4682733; Gemeente Rotterdam, afdeling Milieubeleid, G. van Steenijns, 010 4897028; Nederlands Inkoop Centrum, C. Hagesteijn, 038 4563409; Nedschroef Helmond BV, E. van Berlo, 0492 589111.

(DHV organiseert op 13 april aanstaande een congres over milieugericht inkopen in Musis Sacrum in Arnhem).

## KORTOM

### KORTOM Drempels

Langzamerhand wordt milieugericht inkopen een item bij bedrijven en overheden. Er zijn echter nog flink wat drempels te nemen, onder andere op het gebied van de informatie over de milieubelasting van producten. Het is echter ook nu al mogelijk om bij het inkoopbeleid rekening te houden met milieu. Maar daarvoor is wel een culturomslag nodig, en moeten marketeers, inkopers en milieucoördinatoren aan elkaar wennen. Sommige bedrijven en overheden zijn er op een slimme manier in geslaagd om dat in de organisatie in te bedden.

FOTO: JOS LAMMERS

**Bij Nedschroef is milieugericht inkopen al jaren onderdeel van het inkoopbeleid.**