



DUURZAAMHEID IN FACILITY MANAGEMENT



Column



Instrument



Nieuwsbericht



Praktijkvoorbeeld



Interview



Vlaanderen
is duurzaam ondernemen

In 1993 zette het Australisch Plug In Pest Free® milieuvriendelijke ongediertebestrijdingsproducten op de markt voor scholen en kantoren. De producten zijn ondertussen verkrijgbaar in veertien landen. Vier jaar geleden nam Nederlander François van Iersel de dienst in de Benelux voor zijn rekening. “Bedrijven moeten beseffen dat je ongedierte wel degelijk op een duurzame manier kunt weren en bestrijden.”

Milieuvriendelijke ongediertebestrijding is mogelijk

De producten van Plug In Pest Free® dienen voor ongediertebestrijding en ongediertepreventie zonder gebruik van toxische en giftige chemicaliën. Ze moeten een effectieve en efficiënte oplossing bieden voor de ongedierte-problematiek. In de eerste plaats gaat het om het verjagen en weren van muizen, ratten en kakkerlakken. “Ik kom zelf uit de voedingsmiddelenindustrie”, vertelt François van Iersel. “Ik zag dat bijvoorbeeld muizen- en rattengif ongecontroleerd gebruikt werd bij veehouderijen. Spoel maar door in de goot, was een veelgehoorde uitspraak, terwijl de mest later werd uitgereden over land. Maar dat betekent dat de ver-

giftiging zich ook verder doorzet tot bijvoorbeeld roofvogels, huisdieren of zelfs kinderen. De lozing stapelt zich maar op en het is ook zeer slecht afbreekbaar.”

Nieuwe technologie noodzakelijk

François van Iersel kwam in 2012 in contact met Plug In Pest Free®. “Ik was meteen overtuigd. Een nieuwe technologie voor ongediertepreventie was nodig. Daarom besloot ik om de producten zelf in de markt te gaan zetten in de Benelux. Het eerste product helpt ongedierte voor-

komen via elektromagnetische impulsen. Het is een unit die je gewoon kunt inpluggen in het stopcontact. Het verandert het elektromagnetisch veld, wat inspeelt op het metabolisme van het ongedierte. Ze krijgen dorst, geraken gedesoriënteerd, ervaren stress, enzovoort. Hierdoor blijven ze weg. Blijkt dit product toch niet honderd procent efficiënt, dan gaan we voor een bijkomende hygiëne-optimalisatie. We zorgen ook voor een optimalisatie van de faciliteiten, zoals het dichtens van gaten in de muren. Daarnaast hebben we een milieuvriendelijke spray die het ongedierte wegjaagt. De basis bestaat uit een mix van natuurlijke extracten, waaronder van olijven, rode pepers, look,..."

“Liever zo weinig mogelijk bij de klant”

“De producten werken bijzonder goed bij gezinswoningen met een bijna honderd procent succes.

“Ze zijn een duurzame milieuvriendelijke oplossing voor gezinnen. Bij bedrijven moet je het zien als een deel van de oplossing, aangezien de oppervlaktes vaak groter zijn.

“Daarnaast speelt ook de bedrijfsfilosofie een grote rol. Wat is de oorzaak van het ongedierte? Werken alle medewerkers mee aan de preventie? Hoe is de hygiëne? We voorzien daarom opleidingen voor medewerkers. We verschijnen het liefst zo weinig mogelijk bij de klant, want dat betekent dat het probleem onder controle of opgelost is.”

Milieuvriendelijke Ongediertebestrijding

“Eigenlijk staat MVO bij ons voor milieuvriendelijke ongediertebestrijding & preventie.

“De reacties? Die zijn steeds meer positief. De bekendheid van het merk helpt natuurlijk. Momenteel zijn we actief in veertien landen en daar komt Canada bij. Het is wel moeilijk om bedrijven die op ons beroep deden te gebruiken als referentie. Vaak staan ze er huiverig tegenover.

In het algemeen staan de mensen wel sceptisch tegenover de producten. Het is frappant dat wanneer ze werken met gif en het ongedierte weer opduikt na enkele maanden, dat geaccepteerd wordt. Als dat gebeurt na het gebruik van onze milieuvriendelijke producten, is die acceptatie veel minder.

Toch moeten mensen de voordelen leren inzien van milieuvriendelijke producten. Er is nu te weinig voorlichting en info beschikbaar. Ik zou graag een doorbraak zien. In Nederland alleen wordt er nu 800.000 kg gif per jaar gebruikt. Die impact is enorm. En die kunnen we voorkomen.”

Verder zoekt Pest Free samenwerking met bedrijven die meer milieuvriendelijk en duurzaam willen opereren.

Meer info

<http://pestfree.nl/>





Schoonmaakbedrijf helpt gedetineerden re-integreren via opleidingen



Care, het eerste schoonmaakbedrijf dat in België een [SA 8000-certificaat](#) behaalde voor sociaal-maatschappelijk ondernemen, zet in op de re-integratie van gedetineerden. Hiervoor werkten ze eerder samen met de Nieuwe Wandeling in Gent, waarmee ze het MVO-project 'De Properste Cel' lanceerden. "We voorzien opleidingen en reiken ook een diploma uit. Dit moet de stap naar de arbeidsmarkt vergemakkelijken", vertelt Chantal Moerenhout, Sales Manager bij Care.

Recent dit jaar stond het MVO-project samen met de gevangenis van Gent toch wel centraal. Op vraag van de directie van 'De Nieuwe wandeling' werd er een heuse brainstorm sessie gehouden. Gedetineerden moeten hun eigen cel onderhouden en dus ook jaarlijks een grote schoonmaak houden. Care kreeg de vraag om hen te helpen om dit wat aantrekkelijker te maken. Ook cipers werden hierin betrokken. Uit die sessie ontstonden diverse acties. Care zorgde kosteloos voor ecologische verantwoorde producten en materiaal, samen met zusterbedrijf Alpheios. Daarnaast gaven ze opleidingen, gevolgd door een korte test. Hierna krijgen de deelnemers een certificaat. Dit kan de gedetineerden helpen bij re-integratie. "Care zet zich al jaren in als doorgroeibedrijf voor mensen met minder kansen op de arbeidsmarkt." vertelt Chantal Moerenhout, Sales & Marketing Manager bij Care."

Acties voor mensen op de werkvloer

"Sinds we in de jaren negentig een holding werden, ondernamen we tal van acties voor onze mensen op de werkvloer.

"Zij zijn onze schatten. Letterlijk en figuurlijk. Zij moeten het werk doen, samen met de bedienden uiteraard.

We volgden een beetje de ecologie-hype. De aandacht voor het milieu integreren we nog steeds in onze opleidingen. Na een korte introductieopleiding over onze waarden volgt een basisopleiding. Die bestaat uit vijf modules, waar ecologie er een van is. Het gaat dan over waterbesparing, correct gebruik van producten, ergo-

nomie en veiligheid. Het was de aanleiding om een MVO-coördinator in dienst te nemen. Zij zorgde ervoor dat MVO een weg vond in alle gelederen van de onderneming.”

Nultolerantie discriminatie

Bij Care werken er 53 verschillende nationaliteiten. Van discriminatie kan dus geen sprake zijn.

“Dat is echt geen punt bij ons en we dulden ook geen discriminatie bij klanten. Als ze hiermee toch een probleem hebben, gaan we in gesprek.

Mochten ze bij hun standpunt blijven, nemen we afstand van de klant. Wij proberen net mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt kansen te geven. We zijn een door-groeibedrijf. En we verlonen heel correct met alle mogelijke extra-legale voordelen die van toepassing zijn. Via tijdsregistratie kan er geen verwarring zijn over verloning.”

Care neemt ook verschillende acties voor de mensen op de werkvloer. Dat gaat veel verder dan de jaarlijkse ‘Dag van de schoonmaker’. Met regelmaat ondernemen ze acties die bijdragen tot het verhogen van het zelfrespect van de medewerkers als vakmensen, want schoonmaken is niet sexy. “Correct verlonen en degelijk opleiden is bij Care heel normaal en evident. Daarnaast een schouderklopje op tijd en stond, een melding op de Facebook-pagina... die dingen doen wonderen” aldus Chantal Moerenhout.

Bouwreis voor medewerkers

Care moedigt medewerkers ook aan om zich sociaal te engageren. “Elk jaar organiseren we een ‘Time4Society-dag’. We moedigen medewerkers dan aan om zich in te zetten voor mensen met een handicap, Moeders voor

Moeders, inzamelen van kledij en speelgoed voor kansarmen, enzovoort. Jaar na jaar krijgen alle medewerkers van Care de kans om mee te gaan op ‘bouwreis’ naar Sri Lanka, Ghana of Marokko. Hier levert de Vebego Foundation sinds 2004 goed werk. In die week gaan ze eigenhandig - letterlijk - meebouwen aan diverse projecten voor de plaatselijke bevolking. “Meegaan op bouwreis, met blote handen letterlijk muren bouwen, meubilair afschuren en schilderen, samen met lokale aannemers en hun medewerkers is een uitzonderlijke ervaring. Tussen die mensen een week leven en werken, dat is een once in a lifetime ervaring”, zegt Chantal Moerenhout, die dit zelf mocht ervaren op bouwreis in Sri Lanka.

MVO geen hype

Op enthousiaste medewerkers kan Care alvast rekenen.

“Dat heeft te maken met ons geloof in duurzaam ondernemen. Het is geen hype voor ons.

We doen wat we zeggen. Het maakt dat we een van de beste werkgevers zijn geworden. De enquête rond beste werkgever werd ingevuld door een heel groot deel van onze medewerkers. In hun vrije tijd, welteverstaan. Het is het bewijs dat we goed bezig zijn. Dat voelen klanten ook. Ze krijgen meer dan een propere poetsdienst. Wij praten over ‘beleving’. De kwaliteit moet iedereen voelen. Daarom doen we ook veel bevragingen en acties.”

“En onze producten? We gaan voor ecologische producten. We hebben twee soorten: de klassieke natuurlijke producten en duurdere gelabelde producten. We gebruiken ook een ecotoilet en letten op ons energien en waterverbruik. We denken nu na over een verduurzaming van het wagenpark. We zouden graag overstap-

pen op elektrische voertuigen.”

Care gaat voor een positieve werkplekbeleving voor hun klanten. Maar dat dit niet lukt met super lage budgetten is evident. Chantal Moerenhout hekelt dan ook de prijzenoorlog binnen de sector. “Er zijn veel cowboys op de markt die tarieven hanteren die zelfs onder de loonkost liggen en die werken met buitenlandse onderaannemers om zo toch maar de goedkoopste te kunnen zijn. Dat dit allemaal ook risico’s voor de klanten met zich meebrengt, dat vertellen ze niet en de klant beseft dit ook niet. Care wenst een gezond bedrijf te blijven en daarbij een goede werkgever. Care wenst klanten die voor hen kiezen uit buikgevoel en die meegaan in het MVO-verhaal.”

Meer info

<http://www.care.be/nl-nl/34/855/we-care.aspx>



IoT in Facility Management

Kansen en uitdagingen

De voorbeelden van Internet of Things (IoT) die ons het meest bereiken via de media zijn toepassingen in consumentengoederen.

Een armband die onze bewegingen registreert, analyseert en vergelijkt met die van onze 'peers'. Een slimme klimaatregeling die, gebaseerd op ons gedrag en met kennis van de markt, het goedkoopste, groenste of efficiëntste verbruikspatroon voorstelt. Een slot dat je kunt delen met anderen zonder dat ze hiervoor een fysieke sleutel nodig hebben...

De **impact** van het feit dat al deze toestellen gelinkt worden aan het internet en als slimme sensoren 'meedenken' om ons leven te ondersteunen, valt niet te onderschatten.

Naast de vele voordelen zullen we **ons als maatschappij** moeten bezinnen over vragen en dilemma's als data-ownership (privacy), passiviteit versus activatie (nemen we zelf nog beslissingen of doet het systeem dit voor ons?) en aansprakelijkheid (wie is er verantwoordelijk voor een

beslissing die het systeem neemt?).


De wereld van Facility Management (FM) is al jaren bezig met optimalisatie en automatisatie. Miljoenen sensoren helpen facility managers elke dag in kaart te brengen hoe performant, efficiënt, veilig, aangenaam, legaal,... hun organisatie draait, hoe mensen zich bewegen, wie er aanwezig is, wat de omgevingsfactoren zijn, enzovoort.

Als je al die sensoren koppelt aan het internet

kunnen zich een aantal heel interessante mogelijke scenario's ontwikkelen.

Geconnecteerde evolutie

De **kleinste en makkelijkste stap** is het vergroten en vergemakkelijken van de toegang tot de interpretatie van al die data, zodat je onderbouwde beslissingen kunt maken. De **uitdaging** hierbij is om deze data op zo'n manier te presenteren en communiceren (bijvoorbeeld als een dashboard)



dat het informatie en kennis wordt. Bedrijven voor wie dit nieuw is, laten zich best bijstaan door ervaren informatie-architecten en user-interface designers.

Deze evolutie opent de baan voor **nieuwe business modellen**: 'pay for performance'. Een interessant voorbeeld komt van de architect Thomas Rau. Hij vroeg Philips niet om lichtarmaturen, hij vroeg hen om voor licht te zorgen. Zelfs de rekening voor de elektriciteit wou hij niet betalen. Philips ging de uitdaging aan en ontwierp nieuwe, veel efficiëntere en duurzamere armaturen.

“De uitdaging voor de organisatie zit erin om in te schatten welke impact deze technologie gaat hebben op de cultuur en de mensen in de organisatie.

Zou jij je product **anders ontwerpen** als je het als een dienst aanbiedt? Als de toestellen die je in de markt zet slim en geconnecteerd zijn (IoT), weet je vanop afstand wanneer ze aan onderhoud toe zijn, kun je patronen herkennen in performantie om je volgende product nog beter te maken, kun je mogelijke problemen voorspellen, kunnen minder mensen meer accounts managen,...

Een **valkuil** is dat je enkel op efficiëntie en cijfers gaat

sturen. Zonder structuur en interpretatie blijven data maar data. De uitdaging voor de organisatie zit erin om in te schatten welke impact deze technologie gaat hebben op de cultuur en de mensen in de organisatie. Welke waarden en normen wil je uitdragen en hoe kun je technologie inzetten als mediator om je visie en strategie te realiseren? Verwar het middel niet met het doel.

De revolutie van AI

De **grootste (r)evolutie** zal echter pas plaatsvinden wanneer artificial intelligence (AI) zijn intrede doet op grote schaal. Software en machines kunnen gigantisch veel sneller (en minder bevooroordeeld) dan de mens patronen herkennen in zeer grote en complexe datasets binnen en buiten je organisatie, die zelfs niet behapbaar zijn voor de mens.

Daarnaast kunnen systemen door **machine-learning** zelf hun handelingen verbeteren door te leren van hun eigen (en andere) prestaties. Deze systemen zullen ons oplossingen voorstellen (of ze al uitvoeren) voor we zelf door hebben dat er een verbetering mogelijk is.

Deze evoluties zullen onze samenleving drastisch veranderen. Volgens onder andere **Jeremy Rifkin** brengen de efficiëntie en effectiviteit van deze systemen ons mogelijks een '**zero marginal cost society**'. Hij voorspelt een maatschappij waarin de prijs voor goederen en diensten drastisch zal dalen met minimale uitval en afval.

We zitten in **de overgang** van een industriële economie (gebaseerd op het principe van schaarste) naar een informatie-economie (overvloedig aanwezig en met iedereen geconnecteerd) met alle bijbehorende nieuwe modellen, uitdagingen en opportuniteiten.

En de mens?

In een wereld van technologie en innovatie zullen **Facility Managers** zich goed moeten laten omringen met de juiste kennis en mensen om zo onderbouwde keuzes te kunnen maken - tussen hype en kans.

Maar volgens mij is **hun grootste uitdaging** om binnen de grote invloed van de technologie de plaats van de mens en werknemer naar waarde te schatten en hem in te zetten voor die zaken waar de computer minder scoort: empathie, ethiek en een maatschappelijk verantwoorde toekomstvisie die streeft naar welvaart voor iedereen.

Timothy Macken is zaakvoerder van Made design&innovatie (www.haveitmade.be).

Made combineert inzichten uit de interpretatie van menselijk gedrag met de mogelijkheden van technologie om vernieuwende producten, interfaces en diensten te ontwerpen die onze klanten helpen groeien en de kwaliteit van leven van de gebruiker verhoogt.

In het kader van het thema van dit dossier - duurzaam Facility Management - vroegen we Timothy om zijn visie te geven over de impact van Internet of Things op Facility Management.

Dit is zijn bijdrage.



Studiebureau groenonderhoud wil waarde bedrijfsgebouwen optrekken

Corridor is een jong studie-bureau dat elk stukje groen bij bedrijven mooi én duurzaam wil maken. Drie partners met elk hun eigen expertise sloegen hiervoor de handen in elkaar.

Eén ervan is Stefanie Pype. Zij merkte na een paar maanden al dat kmo's nog wakker moeten worden als het op duurzaam groenonderhoud aankomt. "Die filosofie moet toch vooral van binnenuit komen".

Twee jaar geleden startte Stefanie Pype als zelfstandige met een **doel**: op een gezonde manier tuinen onderhouden. Vol goede moed en met een passie voor biodiversiteit smeedt ze zich.

"Maar na een tijdje merkte ik dat alleen werken toch niet altijd rozengeur en maneschijn is. Alleen is maar alleen. Ik miste een klankbord. Voor mij is dat belangrijk voor wanneer ik beslissingen moet nemen."

Het probleem loste zichzelf op toen Stefanie in contact kwam met een collega. "We wilden beiden **meer biodiversiteit bij bedrijven** brengen. Alleen hadden we een andere insteek. Ik richtte mij meer op advies en zij op uitvoering. Na een tijdje groeide het idee om samen te werken. Uiteindelijk hebben we Corridor opgericht met nog een andere partner."

"Samen willen we het groen bij bedrijven mooi en duurzaam maken. Ik geloof echt in die samenwerking. Het maakt ons sterker."

Groen visitekaartje voor bedrijven

Volgens Stefanie heeft duurzaam groenonderhoud tal van voordelen voor bedrijven.

"Het is als het ware hun visitekaartje. Ze maken een betere indruk op klanten en nieuwe medewerkers. En nog belangrijker is dat het de waarde van het bedrijfsgebouw doet stijgen.

Of elk bedrijf die voordelen inziet? We zijn deze zomer gestart en dat was niet eenvoudig gezien de vakantieperiode. Ondertussen werken we aan verschillende projecten. We zien de interesse toenemen. Vooral dan bij bedrijven die al bezig zijn met MVO. Ook universiteiten vinden hun weg naar ons.

De kmo's moeten nog wakker worden. Ik denk dat zij zich voornamelijk bezighouden met het rendement van het bedrijf en minder met de maatschappij. Al moet ik erbij zeggen dat er ook best wat voorlopers onder hen zijn. Het gaat dan meer om de ambassadeurs."

Sector professionaliseren

Corridor heeft de ambitie om de sector van groenonderhoud te professionaliseren. "En duurzamer te maken. We werken samen met vaste tuinaannemers om die ambitie waar te maken."

"Samen willen we het groen bij bedrijven mooi en duurzaam maken."

"Voor de tuinaannemers heeft die samenwerking ook voordelen. Wij maken groenplannen op voor bedrijven die gaan over jaren. Een tuinaannemer is zo zeker dat hij een contract krijgt van bijvoorbeeld drie jaar. Op die manier gaan we de prijzenslag uit de weg. Er is ook geen sprake van oneerlijke concurrentie. Tuinaannemers ervaren dat toch als een meerwaarde."

De recentelijke erkenning voor de KMO Portefeuille moet de diensten van Corridor een duwtje in de rug geven. "Het is een eerste aanzet. Maar bedrijven moeten toch vooral inzetten op groenonderhoud wanneer het van binnenuit de organisatie komt. We merken eigenlijk meer openheid voor het duurzaam concept bij openbare instellingen. Bij bedrijven gaat het toch vaak om de centen, ook al zijn ze met duurzaamheid bezig. Wij moeten hen dus benaderen met een businessplan en niet met een visie."

Charter uitwerken

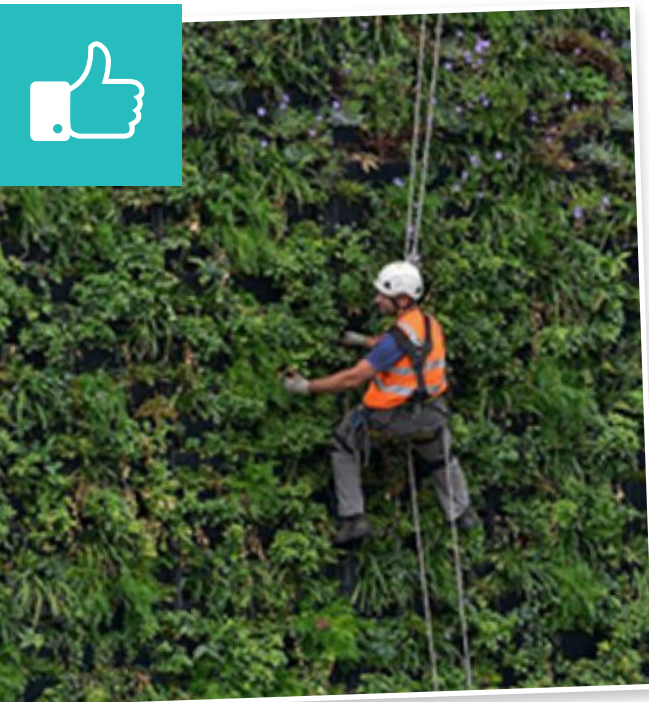
Stefanie Pype wil de volgende maanden werk maken van een charter. "Het is de bedoeling om samen met een adviesbureau een charter uit te werken voor de tuinaannemerssector. Een soort MVO-label.

Daarnaast dromen we er ook van om Corridor uit te rollen in heel België en ook internationaal. Misschien als een soort franchise, een kant-en-klaarpakket voor meer duurzaam groen. Maar we blijven wel met de voeten op de grond."

Meer info

<http://corridor.land>





Een muurtuin is de meest innovatieve, duurzame muur ter wereld

Sinds 2013 smukt Teun Depreeuw muren van particulieren en bedrijven op met Muurtuin. Al vindt hij 'opsmukken' niet de juiste term.

“Een muurtuin is niet alleen mooi, maar het functionele is ook belangrijk. Te weinig mensen kennen de duurzame eigenschappen ervan”, aldus de Antwerpse ondernemer die ook een duurzaam bouwbedrijf heeft.

Muurtuin is ontstaan vanuit een frustratie van Teun Depreeuw. “Op mijn klein terras had ik een lege schaduwmuur. Die wilde ik graag vergroenen. Ik deed onderzoek naar verticaal groen en kwam uit bij complexe systemen waarvoor je nog eens astronomische bedragen moest betalen.”

“Steeds meer bedrijven tonen interesse in een muurtuin, maar overtuiging blijft nodig.

“Het zette mij aan om zelf te gaan experimenteren. Ik ontwierp een metalen frame, een doek met zakken

voor de plantjes en een automatisch bewateringssysteem. Hiermee ging ik de markt op.”

Meer muren dan tuin

Teun zag een grote kans in die markt. Zijn 'terrassituatie' was dan ook geen alleenstaand geval.

“Het is **heel herkenbaar** voor veel mensen, vooral in stedelijke omgevingen. De oppervlakte van de muren rond hun tuin is vaak groter dan de tuin zelf. De planten in hun tuin staan in te kleine potjes. Wanneer die in de zomer veel water nodig hebben, zijn ze met vakantie. En de planten die overleven staan in de weg bij tuinfeestjes.

Waarom dan niet kiezen voor verticaal groen? Het is een enorme kans om meer groen terug te geven aan de omgeving.”

Uiteraard oogt een muurtuin mooi, maar dat is voor Teun niet de voornaamste reden om ervoor te kiezen. “Een muurtuin verhoogt de **levenskwaliteit**. Hoe? Wetenschappelijke studies tonen aan dat muurtuinen voor verkoeling zorgen in de steden. Ze verminderen zelfs agressie.”

“Maar wat mij **de echte sterkte** lijkt, is dat ze perfect isoleren. In Barcelona staat een groot gebouw met een groene gevel. Daarnaast een gebouw uit glas, met op het dak een grote airco-installatie. Kan het sprekender?”

“Daarnaast werkt een muurtuin ook **waterzuiverend**. Ik heb hiervoor een module ontwikkeld waarvoor ik een subsidiedossier heb gewonnen. De laatste fine-tuning aan de proefopstelling loopt momenteel. Het is een integrale oplossing voor thuis en voor bedrijven. Toch als je er bewust en verantwoord mee bezig bent.”

Ook voor binnentoepassingen

Steeds meer bedrijven tonen interesse in een muurtuin, maar **overtuiging** blijft nodig.

“Vaak kiezen bedrijven voor een muurtuin omwille van de sfeer. Vaak kan ik ze ook overtuigen van de andere voordelen.”

“Onlangs plaatste ik een muurtuin bij een bedrijf in Hemiksem. Die kreeg een plaats tussen het kantoor en het bedrijfsgebouw. De reacties zijn nu zo positief, dat ze ook een muurtuin aan de voorgevel willen. Eens ze de impact ervaren, zijn ze overtuigd.”

Als bouwondernemer weet Teun dat een muurtuin nog meer impact zou kunnen hebben mocht die **opgenomen worden in de bouwplannen**.

“Een integratie in een bouwproject is beter. Daar moeten we naartoe. Maar we staan aan het begin van dat verhaal. Architecten zijn nog onvoldoende op de hoogte van de evidente noden van een muurtuin. Planten hebben bijvoorbeeld licht nodig. Het lijkt evident, maar dat is niet zo voor iedereen.”

Planten als kinderen

Wat met de **bewatering** van de planten?

“Ik moet mensen vaak duidelijk maken dat planten drie keer per dag water nodig hebben. Het is zoals kinderen die drie keer per dag eten nodig hebben. Daarom ontwikkelde ik een automatisch bewateringssysteem. Dat is vooral interessant bij grote muurtuinen.”

“Daarnaast is de **juiste keuze** van de planten ook noodzakelijk. Mensen beseffen niet altijd dat een verticale tuin een tuin blijft. De plantjes staan in een muurtuin ook korter op elkaar. Daarom speelt het licht een grote rol.”

Delen van kennis

Momenteel werkt Teun verder aan de groei van Muurtuin. De ervaring en kennis die hij inwint, wil hij niet voor zichzelf houden.

“Het is een enorme kans om meer groen terug te geven aan de omgeving.”

“Ik zie dat wel gebeuren bij concullega's en dat vind ik jammer. Ik zit zelf in een aantal werkgroepen en onderzoeksprojecten. Ik werk bijvoorbeeld samen met studenten uit Kortrijk en Delft. Die **openheid** is volgens mij nodig om verticaal groen te laten doorbreken. Er is nog te veel angst om hierin te investeren.”



Nederlands ontwerp modulaire ecodesign wandkasten slaat aan bij bedrijven



Raw Eco Design is een Nederlands bedrijf dat modulaire wandkasten uit achtenennegentig procent gerecycleerd karton op de markt brengt.

Of deze wel stevig zijn?

Een vraag die oprichtster Nadine Oudenaller meer dan eens geruststellend moest beantwoorden. De belangrijkste vraag waar ze zelf mee worstelen: "Hoe kunnen we als online bedrijf onze producten succesvol verkopen? Want een fysieke winkel bleek te duur te zijn."

"Ik heb nog 100.000 ideeën, maar alles op zijn tijd."

Leermomenten Raw Eco Design

- een modulair systeem maakt het product goedkoper
- ontwerpen is niet hetzelfde als een bedrijf runnen
- enkel online verkoop maakt het product betaalbaar
- focussen op één product helpt te professionaliseren
- eco is niet altijd de voornaamste drijfveer om het product te kopen.

Raw Eco Design groeide vanuit de persoonlijke ontwerpen van Nadine Oudenaller:

"Ik woonde vroeger in antikraakpanden. Een kast moest dus voor mij gemakkelijk te monteren en demonteren zijn. Ik zocht licht materiaal met een zeker houtgevoel. Ik stootte op dikke planken van gerecycleerd karton. Daar maakte ik een buffetkast mee. Mensen zagen dat en wilden dat ik er ook een voor hen maakte. Na de zoveelste vraag besloot ik om een bedrijf te starten."

Stevigheid meermaals getest

'Gebruiksvriendelijk' is een van de voorwaarden voor de ontwerpen van Oudenaller. Naast een aantal speciale ontwerpen, zoals de Letterbak XL en de Buffetkast, ontwikkelde ze een modulair systeem. "Hiermee kun je je eigen kast samenstellen. Wij maken ook kasten op maat; voor elk budget is er wel een kast te vinden."

“En **het duurzaam materiaal**? Het gerecycleerd karton wordt gefabriceerd in Duitsland. We hebben veel samengewerkt om tot een stevig basismateriaal te komen. Hieraan gingen veel testen vooraf.”

Nadine Oudenaller kon al gauw extra handen gebruiken. Haar vriendin Ana stapte mee in het bedrijf. “Ik wilde iemand waarmee ik kon sparren. Ik ben van origine een ontwerper. De zakelijke kant is toch iets anders.”

“Omdat we voornamelijk **online verkopen**, wilde ik een beter zicht krijgen op hoe we dat konden doen. Hoe vinden klanten onze website? Wat met sociale media? Het is veel proberen en onderzoeken. Een pasklaar antwoord komt er niet duidelijk uit. Waarom we enkel online willen verkopen? We zijn een klein bedrijf. Onze kasten in winkels verkopen maakt dat de verkoopprijs 2 tot 2,5 keer zo duur zal worden. Wij willen de kasten graag betaalbaar houden.”

Nog 100.000 ideeën, maar focus nodig

Een ander leermoment was duidelijkheid krijgen over een vlotte planning. “Hoeveel moeten we inkopen om binnen een week te kunnen leveren? Hoeveel voorraad moeten we aanleggen? Wanneer bestellen? Het was nodig om hierin een regelmaat te houden.”

“Anderzijds hebben we geleerd om **niet te veel tegelijkertijd** te willen. Ik heb nog 100.000 ideeën, maar alles op zijn tijd. Er is geld nodig om een nieuw idee te ontwikkelen en introduceren en de markt is er niet altijd klaar voor. Door nieuwe producten op het juiste tijdstip te introduceren, zijn we beter geworden. Hierdoor hebben we ons kunnen professionaliseren.”

Heel wat particulieren vinden de weg naar Raw Eco Design. Maar ook bedrijven. “Het is een gezonde mix.

Onze klanten bestaan uit ongeveer dertig procent bedrijven. Soms zijn het bedrijven die een hele grote bestelling doen.”

“We hebben veel samengewerkt om tot een stevig basismateriaal te komen. Hieraan gingen veel testen vooraf.”

“Of **duurzaamheid een drijfveer** is? Dat is heel wisselend. Voor sommigen is eco een must, voor anderen is het gewoon een leuke extra. We zien dat bijvoorbeeld bedrijven die naar beurzen gaan, voor onze producten kiezen. De kasten zijn licht en gemakkelijk op te zetten. Iets wat mensen niet altijd geloven, trouwens. Maar eens ze het proberen, zijn ze ervan overtuigd. Net als van de stevigheid. Dat blijft toch dé vraag. Terwijl het soort karton meer en meer bekend is.”

Ideaal voor winkelinrichting

Nadine Oudenaller wil zich graag **meer richten op bedrijven**. “We merkten bij een klant, een boekenwinkel in München, hoe prachtig onze kasten zijn in een winkelinrichting. Ook met veel ecomerken vormt het een mooie combinatie. Vaak zijn het kleine bedrijven die bij ons terecht komen. Die mix willen we verder uitbreiden.”

Zelf doet Raw Eco Design **beroep op duurzame leveranciers**. “Alleen is duurzaam **transport** ingewikkeld. We hadden een leverancier, maar die was klein en leverde niet in heel Nederland, laat staan België. We zijn op zoek naar een oplossing.”

“Verder zetten we in op het recyclen van alle **verpakkingen**. De **lijm** in onze producten is afbreekbaar en onze **kartonfabrikant** heeft certificaten van milieuvriendelijk produceren.”

Meer info

<http://www.rawecodesign.nl>

MVO Vlaanderen inspireert en informeert u over maatschappelijk verantwoord ondernemen vanuit een integrale benadering (people, planet en profit). We reiken u instrumenten aan om MVO nog beter te integreren in uw bedrijfsvoering, richten de spots op voorbeeldige bedrijven en laten experts aan het woord. Ook delen we met u de laatste MVO-nieuwtjes. Of u nu op zoek bent naar algemene informatie over MVO of naar een specifieke MVO-tool voor een bepaalde sector, op de website van MVO Vlaanderen vindt u het allemaal terug.

MVO Vlaanderen gaat sinds 2009 ook offline met vormingssessies. De doelstelling van deze offline-activiteiten is de inhoud van www.mvovlaanderen.be tot leven brengen en meer zichtbaarheid geven. We willen hiermee een antwoord bieden op de MVO-noden op het terrein en stappen zetten in de richting van een meer complementaire samenwerking met bestaande MVO-initiatieven. Voor meer info: www.ikmvook.be en www.mvowerkt.be.

MVO Vlaanderen is een initiatief van de Vlaamse Overheid, Departement Werk en Sociale Economie (WSE). Het Departement WSE streeft naar meer en beter werk voor iedereen in Vlaanderen. Vanuit deze context stimuleren we sociaal ondernemerschap en streven we naar een integrale benadering van MVO in Vlaanderen.

Persinformatie

Inge De Clerck - inge@mvovlaanderen.be - T. +32 (0)476 83 87 88

Algemene gegevens

MVO Vlaanderen

Koning Albert-II laan 35 bus 20, 1030 Brussel

info@mvovlaanderen.be - T. +32 (0)2 553 40 60

MVO Vlaanderen groepeerde sinds september 2014 haar online nieuwsstroom rond actuele thema's. De nieuwsberichten, praktijkvoorbeelden, interviews, columns,... biedt het nu aan in dossiers waarvan 'Duurzaamheid in facility management' de laatste is. Er zijn ook al dossiers over bijvoorbeeld nieuwe business modellen, duurzame HR en circulaire mode.