

# 18-19 Groene telegraaf

## RECYCLING

# Verpakkingen op één hoop

**WIE HET SNAPT MAG HET UITLEGGEN.** Waarom worden in Nederland kartonnen verpakkingen met een bovenlaag van plastic niet apart ingezameld en gerecycled zoals dat in andere landen gebeurt? Stefan Fageräng, hoogste baas van verpakkingsbedrijf Tetra Pak Benelux, noemt het onbegrijpelijk. De kosten zouden drie euro per Nederlander per jaar bedragen en het zou een enorme milieuwinst betekenen.

door INA EGGINK

Tetra Pak, wereldwijd marktleider in de voedselverwerkings- en verpakkingsoplossingen, is een van oorsprong Zweeds bedrijf. In dat land wordt van oudsher veel waarde gehecht aan zorg voor de natuur en het milieu. „We zijn bijvoorbeeld zuinig op onze bossen in Zweden. Gebruik maken van hout voor papier of karton mag, maar dan wel duurzaam.”

De consument van vandaag vraagt in toenemende mate naar 'groene' verpakkingen. Reden voor de klanten van Tetra Pak om op hun beurt een beroep te doen op het bedrijf om steeds weer te vernieuwen. Ooit is dat bijvoorbeeld begonnen met het overschakelen van glazen flessen voor melk naar kartonnen verpakkingen. Een flinke verbetering. Glas is immers niet alleen kwetsbaar maar bovendien zwaar in vergelijking met karton waardoor het vervoer aanzienlijk meer CO<sub>2</sub>-uitstoot veroorzaakt.

Dat alleen met FSC goedgekeurd



karton wordt gewerkt is voor Tetra Pak een vanzelfsprekendheid. „Het is weliswaar iets duurder, maar we

beschouwen het inmiddels als de norm. Bovendien vraagt de markt erom.”

Onlangs kondigde het bedrijf aan weer een aantal innovaties te hebben doorgevoerd. Zo werd een verwijderbare top gelanceerd en zijn drie soorten hernieuwbare polyethyleen doppen op de markt gebracht die gemaakt zijn uit plantaardige bronnen. „De doppen zijn ontwikkeld in samenwerking met Braskem, het grootste petrochemische bedrijf van Brazilië. Wij zijn daarmee het eerste bedrijf in de kartonnen verpakkingsindustrie dat 'groene' doppen gebruikt”, legt Fageräng uit. „De nieuwe doppen zijn gemaakt uit suikerrietvezels. De introductie vormt een volgende stap in onze ambitie om verpakkingen aan te bieden die volledig verantwoord zijn uit natuurlijke hernieuwbare grondstoffen.”

In een recent geïntroduceerd verpakkingstype is een perforatie aangebracht waardoor het mogelijk is om de plastic top te scheiden

van het karton. Voor de consument wordt het mogelijk om de polyethyleentop van het karton te

**Nederland loopt niet voorop**



### LEEFSTIJL

**WIE: GIDO VAN DER KAMP DE GROOT (28) ■ WAT: GASTRONOMISCH CHOCOLATIER ■ WAAR: MONTFOORT**

Ik heb als kok en later als patissier gewerkt bij diverse gerenommeerde restaurants. Door mijn grote affiniteit met de patisserie heb ik besloten om in 2011 zelfstandig als gastronomisch chocolatier te beginnen. Ik heb een eigenzinnige stijl, ben creatief, out of the box denkend en altijd op zoek naar nieuwe uitdagingen. Zo heb ik bonbons ontwikkeld met gebruik van 'pure' producten. Toen ik hoorde van Mi-Oli uit Spanje, een Nederlands initiatief en de zachte smaak daarvan proefde, dacht ik: „Dit product ga ik verwerken!” De combinatie van bittere, pure chocolade en die biologische olijfolie zorgt voor een verrassende smaaksensatie. De bonbon is aan de buitenkant herkenbaar door haar groene olijfachtige uitstraling.

## Toveren

Voor het verjaardagsfeestje van mijn dochter besloot ik het vorige week eens helemaal anders te doen. Ik moest wel, want ik deed mee aan Zero Plastic Week en had plechtig beloofd een week zo te leven dat er geen plastic afval overblijft. Ik vervloekte mezelf, want een kinderveestje geven zonder plastic is net zoals autorijden zonder brandstof: een mission impossible. Van de vlaggetjes, bekertjes, rietjes en bordjes tot de afscheids-

zakjes en wat daar allemaal in zit: alles is van plastic. Toch kwam ik na een zoektocht langs allerlei eco-sites op plastic-vrije plannen: we zouden samen slingers van oude tijdschriften knutselen. De tafel dekten we met ons eigen bestek en met een ouderwetse patatsnijder zouden we patat maken (uit te serveren in zelfgemaakte papieren puntzakken). Als afscheidscadeautje had ik van papier en lint gelukskettingjes gemaakt.

Maar toen gebeurde het. Een van de vriendinnetjes riep plots verantwoordigd: „Waarom hebben we geen rietjes!” Alle meisjes keken naar hun glas. Even was het alsof de betovering was verboden. Ik haalde diep adem en zei: omdat wij echte champagneglazen met een suikerrandje hebben! Het werkte als een toverpreuk. Gulzig vielen de feestvrienders hun suikerrandje aan, grieten van hun zelfgemaakte frieten, knutselden de mooiste slingers en



**groen doen**  
**MARIE-CLAIRE VAN DEN BERG**

huppelden die middag met hun geluksketting naar huis. Mijn dochter ging intus tevreden naar bed die avond en ik had maar een handvol plastic afval. Helemaal afkicken van onze plasticverslaving is niet te doen. Maar minstens is makkelijker én leuker dan je denkt. Als je een beetje kunt toveren.  
**Marie-Claire van den Berg is journalist en schrijver van het boek Groen Doen: www.groendoen.nu**

## De enige zekere weg

Toen ruim twee en een halfjaar geleden Sjuul Paradijs de eerste Groene Telegraaf presenteerde met de uitspraak Groen is Poen! werd er door vriend en vijand argwanend gekeken naar deze ontwikkeling. Ik weet niet zeker of de hoofdredacteur van Dagblad De Telegraaf zich de reikwijdte van zijn provocerende en profetische uitspraak toen al realiseerde. Want de verkiezingen staan voor de deur en de inzet is hoog: kiezen we voor forse bezuinigingen zonder structurele economische hervormingen of zetten we econo-

mie en maatschappij op een nieuw, 'groen' spoor? Het is mij samen met de meer dan 125 ondernemers verenigd in De Groene Zaak wel duidelijk dat we moeten kiezen voor de grote vergroening. Omdat het de enige zekere weg uit de crisis is. Want de wereld zoals we die denken te kennen, functioneert allang niet meer. We houden ons tegen beter weten in vast aan een verouderd, verspillend en onrechtvaardig wereldbeeld. Uit angst om te verliezen wat we al niet meer hebben. De Groene Zaak-voorzitter Martin van Rijn



**RUUD KOORSTRA**  
DUURZAAM ONDERNEMER

(CEO van het pensioenfonds PGGM) zette samen met directeur Marga Hoek zijn handtekening onder een helder advies aan alle politieke partijen ter inspiratie voor hun verkiezingsprogramma. Daaruit blijkt dat al tijdens de transitiefase tot 2020 de circulaire economie, waarin groei niet meer

wordt gedefinieerd in termen als 'meer' maar als 'beter', in Europa tussen de 380 en 630 miljard oplevert. In Nederland zijn tienduizenden banen op nieuwe zakelijke activiteiten en innovaties en een sterker BV Nederland het gevolg. Ondernemers stellen dat Nederland ongeacht de verkiezingsuitslag nu de moed moet tonen om grootschalig in te zetten op economische verduurzaming. Groen is poen, maar nu wel daan!

Ruud Koorstra is duurzaam ondernemer  
Twitter: @RuudvanTendris / Mail: rkoornstra@telegraaf.nl

## TOP 100 GROENE BEDRIJVEN

# IEDEREEN KRAANWATER!

**KRAANWATER IS BETER VOOR HET MILIEU DAN BRONWATER.** Het hoeft niet verpakt en vervoerd te worden. Toch kopen we massaal plastic waterflesjes. Twee jonge ondernemers maken zich sterk om hier een eind aan te maken met hun bedrijf 'We-TapWater' dat Krnwtr promoot. Het eerste merk voor Nederlands kraanwater.



Tetsuro Miyazaki (l) en Tom Niekamp van Krnwtr willen kraanwater in de horeca op de kaart zetten.

FOTO: FRANK DE RUITER

De twee vrienden Tetsuro Miyazaki en Tom Niekamp ergeren zich al jaren bont en blauw aan de wegwerpcultuur van plastic waterflesjes. Met hun blog wetapwater.nl en het merk krnwtr willen ze een vuist maken tegen de marketingcampagnes van grote bedrijven. Inmiddels bestaat het assortiment uit roestvrijstalen drinkflessen, glazen karaffen en waterkoelers met plat of bruisend kraanwater.

„We willen kraanwater in de horeca op de kaart krijgen, gratis of tegen een kleine vergoeding. Steeds meer bedrijven schenken water uit onze karaffen”, legt Tom Niekamp uit. „Maar ook particulieren vragen we van onze flesjes gebruik te gaan maken. In Nederland vult 80 procent van de vrouwen hun flesje opnieuw met kraanwater. Dat is beter dan een nieuw flesje te kopen maar onbewust blijven ze reclame maken voor de grote bronwaterfabrikanten”, vult Tetsuro Miyazaki aan.

**Navullen is toch reclame maken**

Het tweetal zet een aantal feiten op een rij: „Slechts 20 procent van de plastic flesjes wordt gerecycled. Voor één flesje bronwater heb je 0,25 liter olie en drie liter water nodig. Kraanwater moet aan 57 kwaliteitseisen voldoen, bronwater aan zeventien. Water verpakt in een fles is 325 keer duurder dan kraanwater. Kan het duidelijker? Iedereen aan het kraanwater!”

I.E.

Voor meer informatie:  
[www.wetapwater.nl](http://www.wetapwater.nl)

## VERDIEN AAN GROEN

# KORAALVRIENDELIJK SMEREN

**Hoewel veel zonnebrandcrèmes biologisch afbreekbaar zijn, veroorzaken ze toch schade aan koraalriffen en schelpdieren. Maar sinds kort is er een eco-vriendelijk smeersel op de markt: Aethic Sôvée.**

In 2008, nadat de vooraanstaand zeebioloog Roberto Danovaro aantoonde dat koraalriffen mede sterven door de zonnebrandcrèmes die zwemmers gebruiken, eisten veel landen biologisch afbreekbare zonnebescherming. Maar dat alleen blijkt volgens Danovaro onvoldoende: de

chemische stoffen kunnen ook als in kleine delen uiteenvallen, een verwoestend effect op het zeeleven hebben.

Het Londense bedrijf Aethic speelt daarop in met drie volledig natuurlijke crèmes. „Zonnebrand is het product dat mensen het meest gebruiken. Daarmee hebben ze een directe invloed op het waterbeheer”, meent de Nederlandse directeur Allard Marx. „We hebben een product ontwikkeld zonder parabenen, petroleum of schadelijke conserveringsmiddelen. En als het goed is voor de natuur, is het ook goed voor de huid!”

Op termijn komt Aethic ook met

gezichtscremes en andere huidproducten, die allemaal voldoen aan de 'blauwe' eisen van Marine Positive, een stichting die zich inzet voor de verbetering van de natuur onder water.

Aethic Sôvée, dat onder meer bijenwas, kokosnootextract en fruitoliën bevat, zit in een afbreekbare verpakking, gemaakt van maïs. „We willen immers niet dat onze flesjes nog eeuwenlang blijven drijven in de oceaan.”

De zonnebrand is voorlopig alleen via internet verkrijgbaar ([www.aethic.com](http://www.aethic.com)). Bezorging in Nederland is gratis.



Veel zonnebrandcrèmes zijn schadelijk voor koraalriffen.

FOTO: ANP

KORT



### DOMME GANS

In tegenstelling tot wat je zou denken, hebben ganzen niet geleerd dat ze zich beter niet in gebieden kunnen ophouden waar ze bejaagd worden. Dat blijkt uit onderzoek van Sovon. Het percentage ganzen in natuurgebieden waar ze wel rustig mogen grazen, blijft al jaren steken op 55.



### JONG AFVAL SCHEIDEN

Jongeren scheiden afval uit gewoonte, ouderen omdat het goed is voor het milieu. Dat blijkt uit onderzoek van kenniscentrum NCDO en TNS/NIPO. Ruim 90 procent van de ondervraagden levert papier, glas en statiegeldflessen apart in. Bijna de helft is bereid meer te betalen voor biologisch afbreekbare verpakkingen en een meerderheid vindt het afschaffen van statiegeld een slecht idee.