

Ontwikkeling Goed, groen, groei-label Katwijk



Projectleider Anke Schüttemeyer sprak met een aantal van de huidige 25 labelhouders over waarmee zij bezig zijn. In dit artikel vertelt zij wat de status is van het project dat onderdeel is van de Economische Agenda van de gemeente Katwijk. “Het is goed om te zien hoe deze bedrijven doorgaan met het realiseren van hun ambities op het gebied van duurzaamheid, en ook belangrijk om te horen waar ze tegenaan lopen en waar knelpunten liggen.”

Alle bestaande labelhouders hebben tussen 2016 en 2019 vanwege hun prestatie op het gebied van duurzaam en maatschappelijk verantwoord ondernemen het label en het bijhorende certificaat ontvangen. Deze koplopers op het gebied van duurzaamheid vinden elkaar rond het label; van eenmanszaken tot grote Katwijkse ondernemingen uit zeer diverse branches. Hun focus kan heel verschillend zijn. Er zijn bedrijven die al vroeg het goede voorbeeld gaven op het gebied van energie- en CO₂-besparing. Ook zijn er bedrijven die zich vooral maatschappelijk en sociaal betrokken opstellen en op deze manier een positieve bijdrage leveren.

Inspirerende voorbeelden

Momenteel is Anke bezig met het bouwen van een nieuwe website en socialemediakanalen waar de labelhouders hun goede voorbeelden kunnen laten zien. “Dit is bedoeld om succesverhalen te delen en om inspiratie op te doen. Want duurzaam ondernemen kan op heel veel verschillende manieren. Was het enkele jaren terug nog pionieren, vooral gedreven vanuit persoonlijke overtuiging dat het anders kan en moet, nu zien steeds meer ondernemers de noodzaak van duurzaam ondernemen. Aangescherpte wet- en regelgeving, hoge energieprijzen, schaarste van grondstoffen, personeelstekort en veranderd consumentengedrag vragen om een nieuwe kijk op ondernemen.”

“In de afgelopen weken heb ik zowel gesprekken gevoerd met het parkmanagement van 't Heen, Klei-Oost en De Claver als met de gemeente, de wethouder



en de Rabobank. Doel was om te kijken hoe wij de verduurzaming van ondernemingen en ook van bedrijventerreinen kunnen versnellen en op welke manier wij krachten kunnen bundelen.”

Community opzetten

De volgende stappen zijn gesprekken met bedrijven op bedrijventerreinen die in aanmerking kunnen komen voor een label, en het organiseren van een eerste bijeenkomst met labelhouders en geïnteresseerde bedrijven. De bedoeling hiervan is om te komen tot verbinding en te zoeken naar synergie in een community van ondernemers die van elkaar willen leren en hun ervaringen willen delen.

Ondernemers die hun succesverhalen willen delen of gewoon op de hoogte willen blijven van de nieuwste ontwikkelingen rond het label, kunnen contact opnemen met Anke, via e-mail info@empirio.nl of telefoonnummer 06-43 11 80 27.

Goed Groen Groei Katwijk

Op zoek naar koplopers op het gebied van verduurzaming



Het bestuur van de KOV volgt dit jaar een van de projecten van de Economische Agenda Katwijk. De keus is gevallen op een project dat gericht is op duurzaamheid en circulariteit bij bedrijven in de breedste zin: de zogeheten Goed Groei Groen-labels. Enkele jaren geleden werden deze GGG-labels geïntroduceerd. Rekening houdend met de ervaringen van toen, de huidige milieu-eisen en andere ontwikkelingen is de opzet dit jaar iets aangepast.

Projectleider Anke Schüttemeyer is als extern adviseur bij het project betrokken. Al meer dan twintig jaar houdt zij zich bezig met thema's rond duurzaamheid. Anke studeerde sociale en economische geografie aan de universiteit van Bonn en promoveerde op het onderwerp duurzame stedelijke ontwikkelingen. Ze was jarenlang werkzaam als universitair hoofddocent geografie aan de universiteiten van Keulen en Bamberg. Dertien jaar geleden verhuisde Anke met haar man en hun twee dochters naar Nederland, waar zij haar eigen adviesbureau Empirio begon.

Balans

“Vooraf om de theorie in praktijk te brengen. Met mijn kennis en praktische houding help ik mkb'ers en bestuurders bij het ontwikkelen van een toekomstbestendige onderneming met nieuwe omzetkansen, verlaagde bedrijfskosten en een stevig strategisch fundament om door te groeien tot koploper op het gebied van duurzaamheid/MVO in hun branche. Ik ben sterk in analyseren en denk graag mee met burgers, bedrijven en gemeenten over mogelijkheden en kansen. Uitgangspunt daarbij is om de juiste balans te vinden in geld verdienen met een minimale negatieve impact op het milieu en sociale aspecten.”

De Goed Groen Groei-labels zijn in 2016 door Anke ontwikkeld vanuit de toenmalige stichting 20Duurzaam20. Deze stichting was opgericht om bedrijven in Katwijk bewust te maken van het belang van duurzaamheid. “Daar zijn we in geslaagd. Vijfentwintig bedrijven zijn gecertificeerd met het GGG-label en de stichting is inmiddels opgeheven. Nu is het tijd om hieraan een vervolg te geven en dat doen we binnen de Economische Agenda van de gemeente.” In oktober vorig jaar diende Anke daarom een projectvoorstel in met de aanvraag voor een subsidie. Eind 2022 kwam daarvoor groen licht, zodat er nu gestart kan worden.



Anke Schüttemeyer.

Doelstelling

De bedoeling is om dit jaar via het GGG-label te werken aan een leidende coalitie van voorbeeldbedrijven en om concrete stappen te zetten voor het verduurzamen en circulair opzetten van bedrijven(terreinen) in Katwijk. Ook moet er eind van het jaar duidelijkheid zijn over de toekomstige financiering van het label. Het label moet weer de aandacht hebben en zijn uitgereikt aan vijf tot tien nieuwe bedrijven.

“Ik wil met gesprekken bij de huidige labelhouders starten. En ik ben op zoek naar nieuwe bedrijven die het goede voorbeeld geven. Via duurzaamheidscafés voor ondernemers kunnen wij dan een netwerk opbouwen om van elkaar te leren en elkaar te inspireren.” Ter illustratie noemt Anke enkele voorbeelden van de vijftientig bedrijven die sinds de start in 2016 het GGG-label ontvingen. “Haasnoot Bruggen produceert bijvoorbeeld CO₂-neutraal en focust steeds meer op circulariteit, Herberg Welgelegen laat zien hoe een sociale onderneming werkt, Kluswijs heeft het voor elkaar gekregen om van het gas af te komen en horeca-ondernemer Het Strand werkt al jaren aan verbeteringen op het gebied van duurzaamheid.”

Gesprek

Anke gaat de komende periode met diverse ondernemers in gesprek over kansen en eventuele belemme-

ringen om op lange termijn te werken aan verduurzaming en circulariteit. In dat gesprek komt aan bod hoe een bedrijf omgaat met de thema's mens, milieu en maatschappij en ook hoe het inspeelt op circulaire economie en energietransitie. Op basis van de informatie uit dit gesprek maakt Anke een voorstel over het wel of niet toekennen van het label. Een commissie besluit over de toekenning.

“Een verdienmodel aanpassen, vanuit het hart van het bedrijf, is natuurlijk altijd maatwerk. Ik wil ondernemers bij elkaar brengen om samen een groeiende groep te vormen die stappen zet. En om bedrijven (weer) te verbinden met maatschappelijke organisaties. Ook krijg ik steun vanuit het parkmanagement van de bedrijventerreinen en ik zoek de aansluiting bij bestaande initiatieven zoals Economie071 en Circulair West. Het is mijn bedoeling om dit jaar een vliegwieleffect te creëren voor structureel effect op lange termijn.”

Communicatie

De communicatie over het project GGG-labels gebeurt via allerlei kanalen. Er komt een eigen website, socialemediakanalen en de duurzaamheidscafés. Informatie over de voortgang, voorbeelden uit de praktijk en andere interessante zaken over het project vind je dit jaar ook in alle edities van het KOV-magazine. ◀

PLANNEN VOOR 2023

Wat zijn uw plannen voor 2023?

Voor dit eerste magazine van 2023 vroegen we een aantal leden naar hun ondernemersplannen en goede voornemens. Op deze pagina's lees je hun reacties.



Fantastische mijlpaal

“Afgelopen jaar bestond Hoevens Adviesgroep zeventig jaar. Een fantastische mijlpaal, waarin ouderwetse service en klantvriendelijkheid altijd zijn gecombineerd met moderne faciliteiten en scherpe tarieven. Op die voet willen we verder bouwen. Daarom ligt voor het komend jaar de focus op twee zaken: de opdrachtgever en optimalisering van automatisering.

Daaruit voortvloeiend is het vergroten van de online en offline zichtbaarheid een belangrijk aandachtspunt. We willen zichtbaar zijn en blijven voor (potentiële) opdrachtgevers. We investeren in contacten en blijven buitengewone service leveren, zodat klanten vol lof over ons praten.

Het tweede interne speerpunt is de optimalisering van onze processen. In de huidige krapte op de arbeidsmarkt en om concurrerende tarieven te kunnen blijven garanderen, moeten we werkprocessen in kaart brengen en efficiënter werken. Welke zaken kunnen anders of beter worden ingericht en wat kun je uitbesteden?

Om ervoor te zorgen dat deze zaken niet ondersneeuwen in de dagelijkse praktijk, werken we met een jaarplan en vaste evaluatiemomenten.” ◀

Annemarie Hoevens, Hoevens Adviesgroep