



DUURZAME | DINSDAG 2015

Een analyse van de trends, onderwerpen en indieners van
inzendingen voor Duurzame Dinsdag september 2015

In opdracht van:



Ministerie van Infrastructuur en Milieu

Uitgevoerd door:

GreenWish 
Ruimte voor
duurzaam initiatief

INHOUDSOPGAVE

Samenvatting	3
1. Achtergrond Duurzame Dinsdag	7
2. Resultaten in cijfers	8
2.1 Aantal inzendingen	8
2.2 Wie doet mee	9
2.3 Ideeën en initiatieven	11
2.4 De onderwerpen: waar houden mensen zich mee bezig	13
2.4.1 Energie	14
2.4.2 Bewustwording: anderen motiveren tot duurzaam(er) gedrag	16
2.4.3 Van afval naar grondstof: Afval inspireert!	17
2.4.4 Voedsel	18
2.4.5 Biobased economy	19
2.4.6 Biodiversiteit	20
2.4.7 Bijzondere topics: zeewier, plastic en Groningen	21
3. Een terugblik: hoe vergaat het initiatieven uit eerdere edities?	23
3.1 Initiatieven 2014	24
3.2 Initiatieven voorgaande jaren	26
4. Hoe zorgen we voor meer succesvolle initiatieven?	27

mauritsgroenmgmc

COFELY
GDF SUEZ



Ministerie van Infrastructuur en Milieu

KRACHT IN NL



GreenWish

Radboud Universiteit Nijmegen



nvr
Nederlandse
Vrouwenvoetbal Raad





SAMENVATTING

Sinds 1998 vraagt Duurzame Dinsdag mensen naar ideeën en initiatieven die bijdragen aan een duurzame samenleving. Ieder jaar levert dat veel inzendingen op. Deze inzendingen worden gebundeld en geanalyseerd en in een koffertje aangeboden aan het kabinet. Dit rapport is de analyse van de inzendingen van 2015.

Voor de koffer van dit jaar zijn 272 initiatieven en ideeën ingediend. Dat zijn er ruim 50 meer dan vorig jaar, maar minder dan voorgaande jaren. Iets minder dan de helft van alle inzendingen bestaat uit concrete initiatieven (42%), ofwel mensen die hun initiatief zelf realiseren. Bij de meerderheid (58%) van de aanmeldingen gaat het om ideeën, die mensen niet zelf kunnen of willen realiseren. Het aantal ideeën is naar verhouding toegenomen.

Wat ook opvalt, is de toename van het aantal inzendingen van burgers en een afname van het aantal inzendingen door bedrijven. Zie hoofdstuk 2 voor de cijfers en een duiding hiervan.

De onderwerpen van 2015

Net zoals vorige jaren hebben verreweg de meeste inzendingen betrekking op klimaat en duurzaam energie opwekken. Wat de laatste twee jaar opvalt, is de toename van inzendingen die betrekking hebben op de thema's 'afval naar grondstof' en biobased economy. Biodiversiteit is ook een thema dat we dit jaar meer zien dan vorig jaar.

WAT OPVIEL AAN DE INZENDINGEN VAN 2015

- Het aantal inzendingen is stabiel ten opzichte van vorig jaar, maar neemt af over langere periode bekeken;
- Meer inzendingen van burgers ten opzichte van vorige jaren;
- Meer ideeën ten opzichte van initiatieven dan vorige jaren;
- Onverminderd aandacht voor klimaat en energie, voedsel en 'bewustwording' (anderen verleiden tot duurzaam gedrag);
- Groeiend aantal inzendingen rond het onderwerp biobased economy en biodiversiteit;
- Onderwerpen die opvielen: verschillende toepassingen van zeewier, plastic als grondstof, initiatieven als reactie op de aardbevingen in Groningen;
- Leuke ontwikkeling: dichtbij huis verwerken van grondstoffen (afval upcyclen met 3D printers in de buurt en lokaal composteren);
- Minder inzendingen rond de deel-economie ten opzichte van vorig jaar;
- Circulaire economie in de top 4.

ONDERWERPEN EN AANTALLEN



KLIMAAT
60



SOCIALE COHESIE
33



BIOBASED ECONOMY
14



ENERGIE
58

DUURZAAM
OPWEKKEN



BIODIVERSITEIT
32



WATER
10



BEWUSTWORDING
52



MOBILITEIT
24



RUILEN & DELEN
10



AFVAL NAAR GRONDSTOF
45



ONDERWIJS
18



VOEDSEL
40



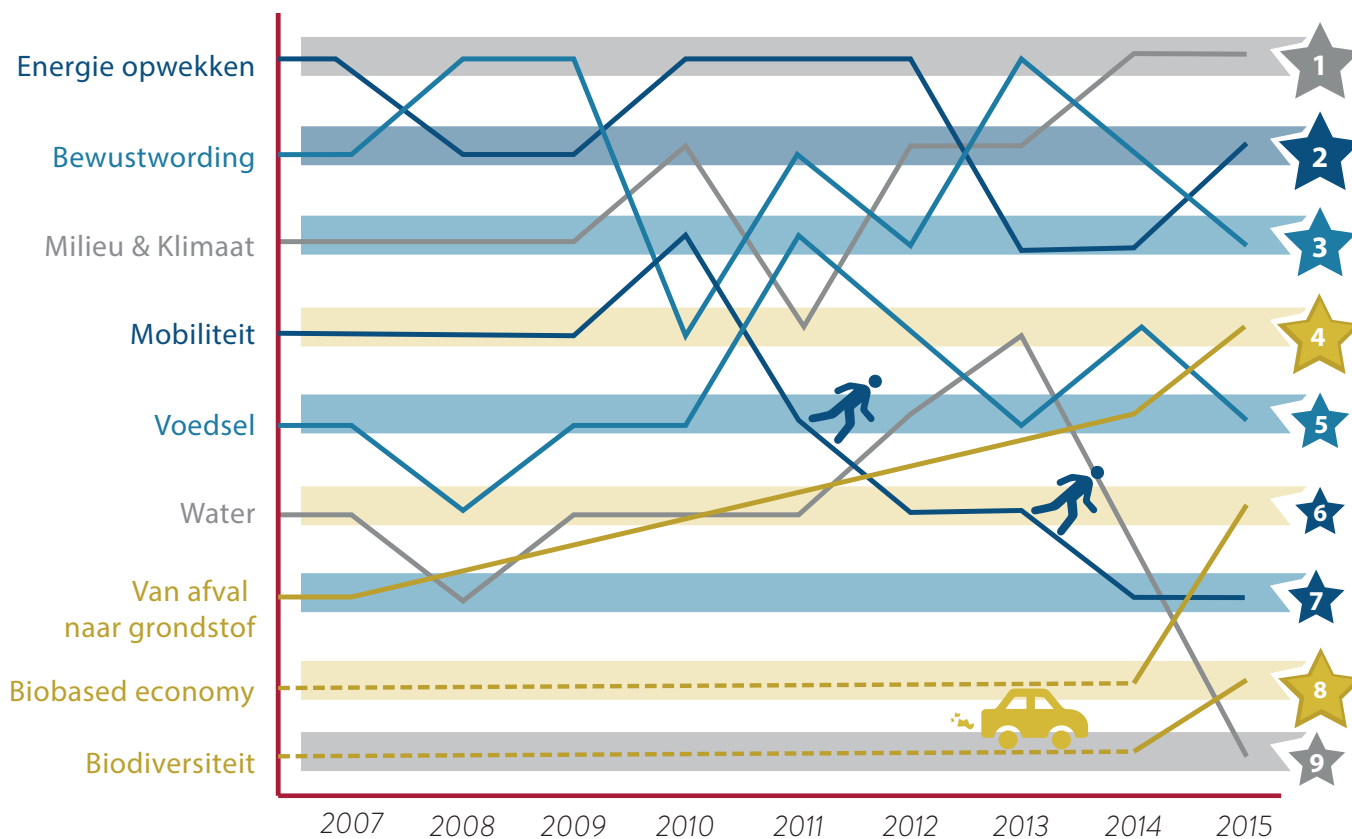
DUURZAAM BOUWEN
16

LEERPUNTEN NA FACILITEREN VAN INITIATIEVEN

Uit de inzendingen van 2014 koos IenM 10 initiatieven die zij samen met GreenWish intensiever faciliteerde. Doel van de facilitering: initiatieven verder helpen en meer zicht krijgen op de voorwaarden voor realisatie van initiatieven en de mogelijke rol van IenM daarin.

Leerpunten na faciliteren van initiatieven:

- Een goed initiatief is nog geen garantie op succes. Om een initiatief werkelijk van dienst te zijn als overheid, is het niet zozeer van belang om alleen het initiatief te helpen, maar om opdrachtgevers, inkopers, financiers, samenwerkingspartners rugdekking te geven om daadwerkelijk met het initiatief in zee te gaan.
- Faciliteren van initiatieven is óók: 'initiatiefnemers helpen bij het zodanig 'framen' van het initiatief, zodat overheidsprogramma's gemakkelijker kunnen aansluiten. Dat wil zeggen, het initiatief zo vertalen en benoemen, dat het past binnen de beleidskaders.
- Het faciliteren van duurzame initiatieven is een goede manier om onderlinge uitwisseling en samenwerking tussen overheidsprogramma's te stimuleren. Door vanuit verschillende overheidsprogramma's onderzoeken hoe de overheid kan bijdragen aan een initiatief, ontstaat beter zicht op de programma's en meer kruisbestuiving.

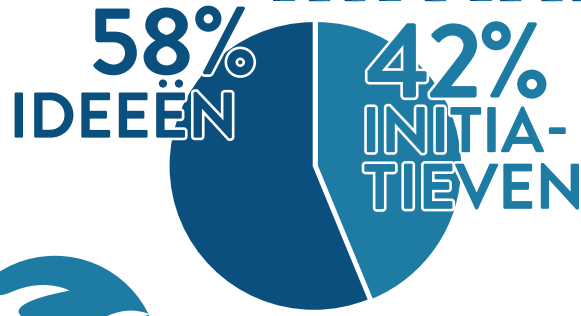


Tabel: Thema's van de inzendingen naar belangrijkheid door de jaren heen (1 = het meest)



272 INZEN- DINGEN

IDEE vs INITIATIEF



BIODIVERSITEIT



AFVAL
-als-
GRONDSTOF

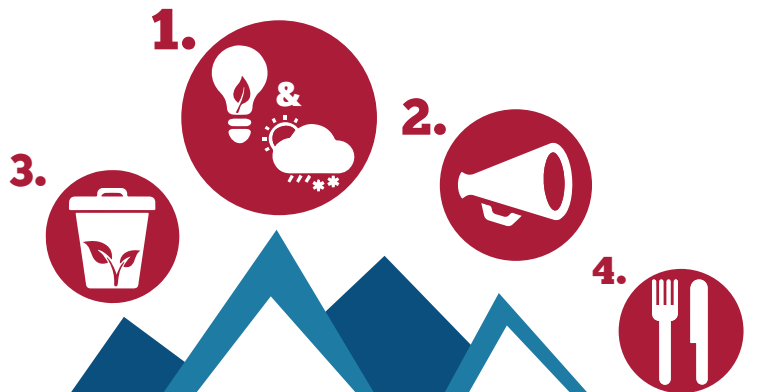
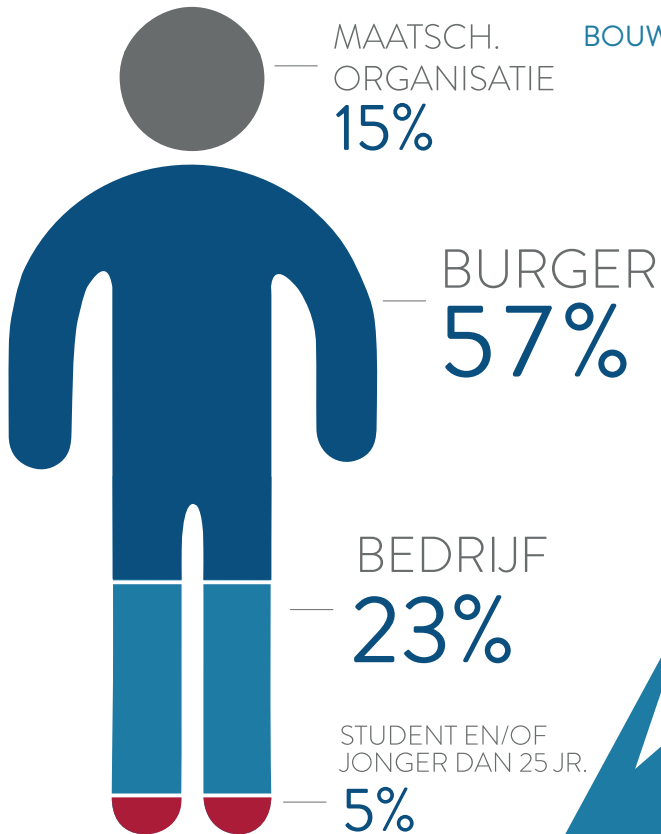


PLASTIC
-als-
BOUWMATERIAAL

**TRENDING
TOPIC**



WIND & WATER
-voor-
ENERGIE OPWEKKEN



**TOP 4
ONDERWERPEN**

ACHTERGROND

DUURZAME DINSDAG

Sinds 1998 vraagt Duurzame Dinsdag mensen naar ideeën en initiatieven voor een duurzamer samenleving. Ieder jaar levert dat een stroom van inzendingen op. Deze inzendingen worden gebundeld en met een analyse, aangeboden aan het kabinet. Dit gebeurt op Duurzame Dinsdag de eerste dinsdag van september, door middel van het overhandigen van een koffertje. Op die dag wordt ook de Duurzame Troonrede uitgesproken door de nummer 1 van de Trouw Duurzame Top 100 en worden er lintjes uitgedeeld aan mensen die op een bijzondere manier duurzaamheid in de praktijk hebben gebracht. Alles over Duurzame Dinsdag is te vinden op www.duurzamedinsdag.nl

Duurzame Dinsdag is in eerste instantie bedoeld, om initiatieven onder de aandacht te brengen van de politiek. Daarmee is het onderscheidend. Het feit dat je naast concrete initiatieven ook ideeën kunt indienen is ook bijzonder. De inzendingen geven hierdoor een beeld van wat mensen belangrijk vinden en wat hen bezig houdt als het om duurzaamheid gaat.

Uit de inzendingen worden winnaars gekozen. Dit jaar worden de Lidl Voedsel prijs, Climate-KIC Runner-up prijs, VHG Samen groen en doen prijs en een algemene Duurzame Dinsdag prijs uitgereikt.

Staatssecretaris Mansveld van IenM omarmt initiatieven uit de samenleving. Zij nam de koffer in ontvangst in 2013, 2014 en nu ook in 2015. Zij liet analyses maken en ging na wat IenM met de signalen kon doen. In 2014 selecteerde IenM een aantal initiatieven en liet deze ondersteunen dooreen team medewerkers van het Ministerie van Infrastructuur en Milieu, in samenwerking met GreenWish.

Deze aanpak werpt vruchten af. Niet alleen profiteren initiatieven hiervan, ook binnen het ministerie ontstaat meer zicht op de veranderende rol van de overheid. Want als steeds meer mensen verantwoordelijkheid gaan nemen voor duurzame ontwikkeling en 'werk gaan doen waar de overheid traditioneel actief is', wat betekent dat dan voor de overheid, voor IenM? Het werken met initiatieven geeft hier zicht op.

Ieder jaar een paar honderd inzendingen ontvangen is best bijzonder. Initiatiefnemers kunnen op steeds meer plekken hun initiatief indienen en in de kijker spelen. Waarom zou je dat (blijven) doen, als je niet zeker weet dat je kans maakt op een prijs en bovendien de prijs eigenlijk een "bijproduct" is? Bij de vele andere platforms en gelegenheden is meer (geld) te winnen. Uit een enquête onder de Duurzame Dinsdag indieners van 2012 bleek 90 procent van de respondenten het belangrijk te vinden dat ze via Duurzame Dinsdag de mogelijkheid krijgen hun idee of initiatief kenbaar te maken aan politiek en beleid. Dat schept verwachtingen. Direct of indirect zeggen de indieners van Duurzame Dinsdag: "Overheid en politiek laat mij meedoen, vraag het ook aan mij. Ontwikkel een beter luisterend vermogen, gebruik de creativiteit in de samenleving om de vraagstukken aan te pakken". Ofwel: "Zie mij en neem mij serieus!"

RESULTATEN IN CIJFERS

2.1

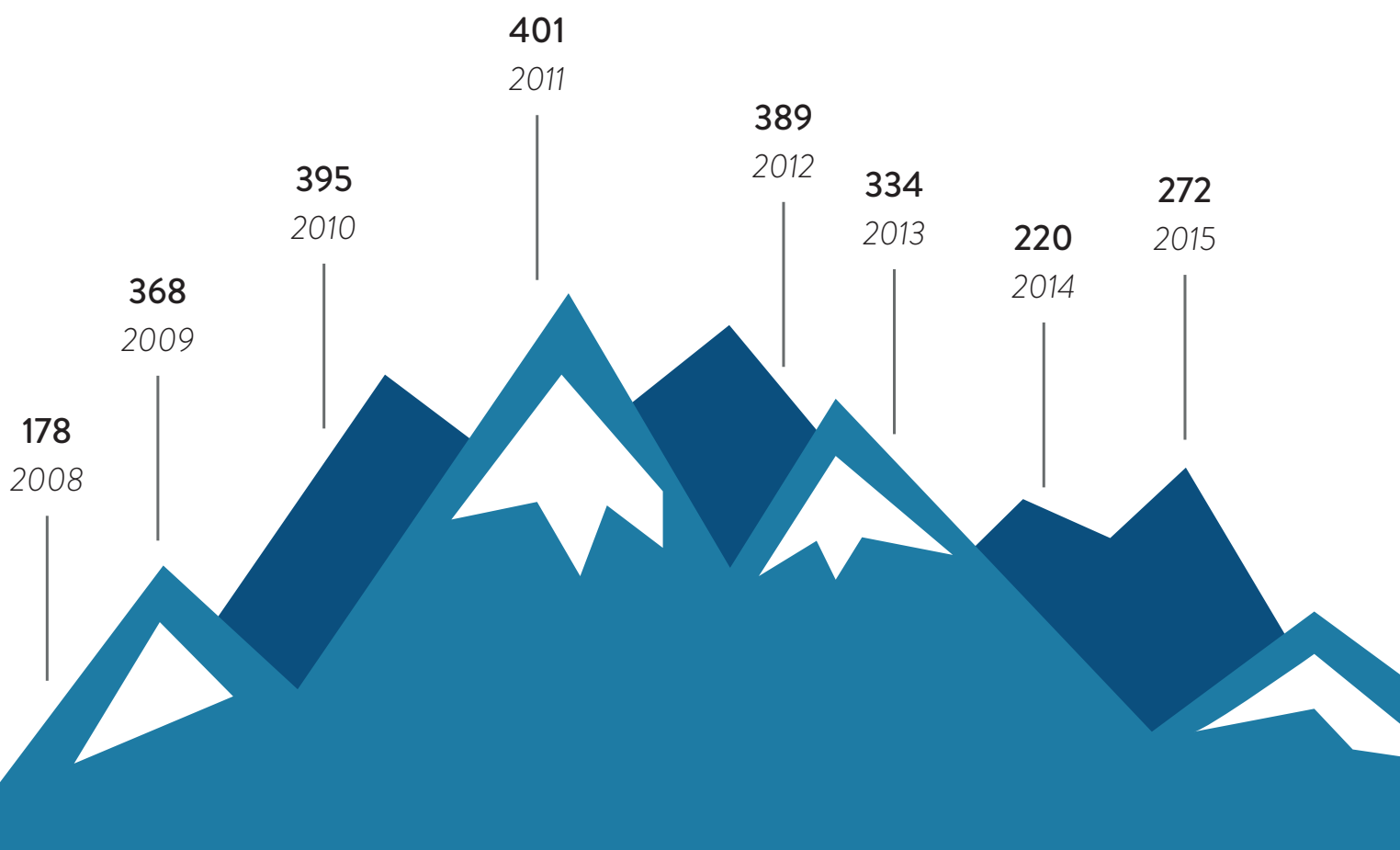
AANTAL INZENDINGEN

Dit jaar zijn er 272 inzendingen. Dat is meer dan vorig jaar (220 inzendingen), maar duidelijk minder dan enkele jaren geleden. In 2010, 2011 en 2012 waren er om en nabij 400 inzendingen; in 2013, 334 inzendingen. Reden voor de terugloop is niet dat er minder initiatieven zouden zijn, maar dat er steeds meer plekken komen waar mensen met initiatieven terecht kunnen. Duurzame Dinsdag heeft dus meer 'concurrentie' en dat is maar goed ook.

Dat toch 272 mensen hun idee of initiatief hebben ingezonden bij Duurzame Dinsdag heeft vooral te maken met twee aspecten:

1. Mensen hechten eraan dat hun idee of initiatief onder de aandacht wordt gebracht van beleidsmakers en politiek. Daarmee is Duurzame Dinsdag uniek.
2. Je kunt bij Duurzame Dinsdag niet alleen concrete initiatieven aanmelden, maar ook ideeën indienen, die je niet zelf of alleen kunt of wilt uitvoeren.

De aanname is dat we het topje van de ijsberg zien. Met een bredere werving zal het aantal naar verwachting minstens verdubbelen, want potentiële inzenders zijn er te over (zie kader).



WIE DOET MEE

Burgers zijn altijd de grootste groep inzenders geweest, maar dit jaar zijn ze echt in de meerderheid: meer dan de helft van alle inzendingen kwam van burgers. Bedrijven en maatschappelijke organisaties dienen minder in. Dit heeft direct te maken met de werving, die zich de laatste twee jaar minder specifiek richtte op MKB. Het heeft als consequentie dat er meer ideeën dan initiatieven zijn ingediend. Het zijn namelijk bijna altijd burgers die ideeën indienen. Een derde van de bedrijven die een initiatief heeft ingezonden is te karakteriseren als sociale onderneming. Een sociaal ondernemer pakt een maatschappelijk doel op een ondernemende manier aan. In veel van de inzendingen van sociaal ondernemers zit werkgelegenheid voor mensen op afstand van de arbeidsmarkt besloten. Dit past bij het sociale karakter van dit soort bedrijven. Vijf procent van de inzenders is jonger dan 25 jaar en/of student, dat is ongeveer vergelijkbaar met vorige jaren.

VAN HULLEY

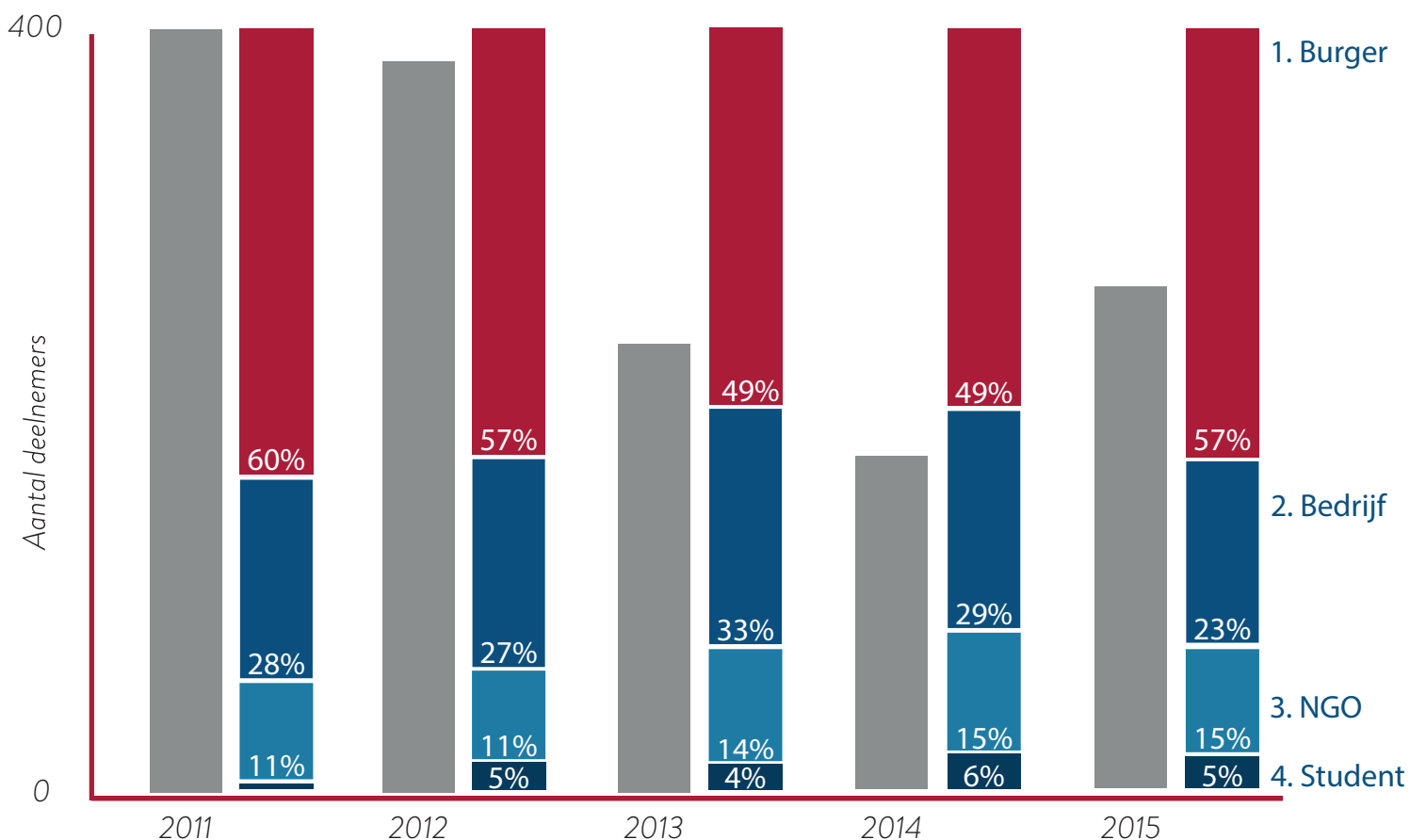
Van Hulley (nr. 135) maakt van je favoriete, maar versleten overhemd een prachtige, persoonlijke boxershort, voor mannen of voor vrouwen. Een Van Hulley boxer wordt gemaakt door vrouwen die anders moeilijk aan de slag komen. Zij krijgen een opleiding en vergroten hun kans op de arbeidsmarkt. Door een Van Hulley te bestellen help je dus deze vrouwen en geef je je overhemd een tweede leven. Op een gemakkelijke manier doe je dus iets sociaals, duurzaam en persoonlijk.

Recent onderzoek in opdracht van het Ministerie van BZK naar de aard en impact van maatschappelijk initiatief onderschrijft de eerdere aannamen van GreenWish en Mc Kinsey dat er zeker zo'n 10.000 maatschappelijke initiatieven en 3.000 sociale ondernemingen in Nederland actief zijn, waarbij een zekere overlap is tussen beide¹. Duurzame Dinsdag staat open voor deze initiatieven én voor innovaties uit het bedrijfsleven. Dus het potentieel is nog groter.

Er zijn talloze prijsvragen, ook gericht op innovaties (bijvoorbeeld Accenture Innovation Award, Herman Wijffels prijs). Ook groeit het aantal plekken in het land waar je terecht kunt met vragen als je een initiatief wilt realiseren. Zowel bij overheden (bijvoorbeeld Initiatievenmakelaars), als bij zzp-netwerken (Hanzelab, Plug de Dag) en alternatieve plekken als Sociale Wijkteams, sociaal ondernemers 'hub's', etc². Je kunt zeggen: Duurzame Dinsdag is inmiddels één van vele podia en mensen kiezen heel bewust het podium voor hun initiatief.

1. *Het Groene Brein, SE Lab en Drift; QuickScan naar de aard, impact en omvang van maatschappelijk initiatief, mei 2015.*

2. *GreenWish en Plan en Aanpak; Knooppunten voor maatschappelijk initiatief, maart 2015*



AANTAL INZENDINGEN

KENMERKEN INZENDINGEN

In sommige provincies is de werving voor inzendingen intensiever geweest dan in andere. Dat weerspiegelt zich natuurlijk direct in de herkomst. Dit jaar zijn er veel inzendingen uit Zeeland, Zuid-Holland, Flevoland en het noorden van het land, met name Groningen.

Opvallend is trouwens dat groepen burgers die samen een voedselcollectief hebben of een buurtmoestuinproject hebben ingezonden, zichzelf dit jaar vaak aanmelden als maatschappelijke organisatie. Deze nieuwe collectieven vormen daarmee een nieuw soort maatschappelijke organisatie, naast de "traditionele". Zij voelen en noemen zich maatschappelijke organisatie, terwijl er niet altijd een formele organisatie (stichting, vereniging, coöperatie) aan ten grondslag ligt.

IDEEËN EN INITIATIEVEN

Zoals eerder genoemd zijn er dit jaar beduidend meer indieners van ideeën dan van initiatieven. Met een initiatief wordt in deze analyse bedoeld dat er een project of activiteit is die door de initiatiefnemer zelf wordt uitgevoerd. Een idee is een creatieve gedachte, een suggestie voor anderen om uit te voeren. De inzenders van zo'n idee adresseren dit vooral aan de overheid, bijvoorbeeld: "regel in het bouwbesluit dat bij nieuwbouw alleen nog maar daken mogen worden gemaakt die geschikt zijn voor zonnepanelen" (nr. 192) of "sluit nieuwbouw wijken niet meer aan het op het riool maar investeer in lokale wateropvang en zuivering" (nr. 189). Niet alle ideeën zijn voor 'over de schutting'. Sommige indieners met een idee willen daar zelf graag iets mee doen. Dat betekent dat ze in potentie zelf zouden willen onderzoeken of ze van hun idee een concreet initiatief zouden kunnen maken. Bijvoorbeeld het initiatief "Zomerdijkse energie" (nr. 46) van een student om waterturbines te installeren bij zomerdijken voor het opwekken van energie of "Gebruik stroming Oosterscheldekering voor opwekken energie" (nr 54). Deze initiatiefnemer zegt letterlijk: "Ik zou graag dit idee uit gaan werken met constructeurs en waterdeskundigen. De Oosterscheldekering is zeer uniek. Hier een voorziening bij bedenken met zo optimaal mogelijk rendement, lijkt me een geweldige uitdaging."

Dat er dit jaar naar verhouding meer ideeën zijn, heeft waarschijnlijk meerdere oorzaken:

1. Er komen steeds meer plekken waar je initiatieven kunt indienen en waar (soms substantiële) prijzen zijn te winnen, zoals Accenture Innovation Award, Herman Wijffels Innovatieprijs, ASN Wereldprijs, PLN Green Challenge, etc.;
2. Ideeën laten horen (op grote schaal) kan eigenlijk nergens anders dan bij Duurzame Dinsdag;
3. Ook de werving speelt een rol. Bedrijven hebben zich minder aangemeld, en deze categorie dient altijd concrete initiatieven in. Syntens zit niet meer in de stuurgroep van Duurzame Dinsdag, zij verzorgden de werving bij het MKB.

Als je kijkt naar de onderwerpen in relatie tot idee-initiatief valt op, dat in verhouding de inzenders voor zichzelf het meest handelingsperspectief zien in biobased economy, ruilen en delen, sociale cohesie, biodiversiteit en voedsel. Op deze terreinen nemen mensen dus zelf het meest vaak actie. Voor klimaat, duurzaam energie opwekken en mobiliteit worden relatief meer suggesties voor anderen aangereikt. Mensen hebben hier dus vaker het idee dat anderen hierin iets moeten betekenen.

	2015	2014	2013
IDEE	58%	44%	32%
INITIATIEF	42%	56%	68%

Ongeveer de helft van idee-indieners geeft aan over hun idee te willen doorpraten met deskundigen en wil in contact komen met een netwerk. Ideeën zijn potentiële initiatieven, 'pre-initiatieven'. Het koppelen van ideeën van onafhankelijke mensen, met organisaties die specifieke deskundigheid en expertise in huis hebben leidt zeer waarschijnlijk tot meer initiatieven en in ieder geval tot kruisbestuiving en mogelijk tot meer innovatie.

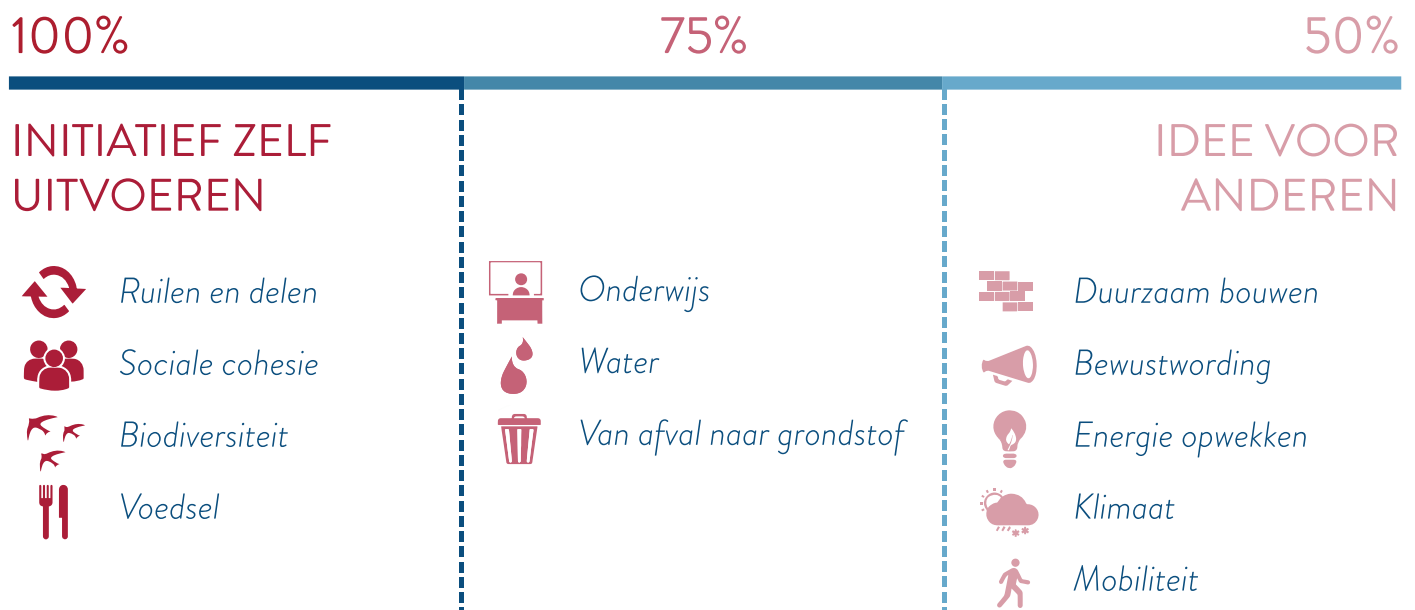
Een idee is een innovatie in de dop

Er zitten, zoals elk jaar, bijzondere en kansrijke inzendingen tussen, maar ook hier is sprake van het koren en het kaf. Initiatieven en ideeën zijn bovendien lastig onderling te vergelijken. Het totaal geeft echter wel een goed beeld van wat mensen belangrijk vinden als het om duurzaamheid gaat. De koffer is als een oesterbank: niet in elke oester zit een pareltje. Dat neemt niet weg dat

alle inzendingen van waarde zijn en signalen in zich dragen, ook de "ideetjes over de schutting". Deze inzenders nemen iets waar, verbazen zich of zijn bezorgd, en nemen de moeite daarvan melding te maken met een mogelijke oplossing. Zij verdienen respect. Dat betekent dat we iedere inzending dienen te beschouwen zonder vooroordeel (vooral die over haalbaarheid) en vanuit de gedachte: 'stel dat dit lukt, is dat wenselijk, voegt dat waarde toe'?

Juist doordat mensen géén specialist zijn, en niet gehinderd worden door kennis, denken zij 'out of the box'. De elektrische auto Tesla is niet bedacht door auto-experts, maar door ICT-ers in Silicon Valley. De uitdaging is om meer te doen met de ideeën, wellicht door de meest intrigerende te bespreken met experts en te bezien of partijen er handen en voeten aan kunnen geven.

EIGEN HANDELINGSPERSPECTIEF



DE ONDERWERPEN:

WAAR HOUDEN MENSEN ZICH MEE BEZIG

De meeste inzendingen zijn integraal, ze gaan over meerdere onderwerpen (bijvoorbeeld klimaat en bewustwording, of duurzaam bouwen en circulaire economie).

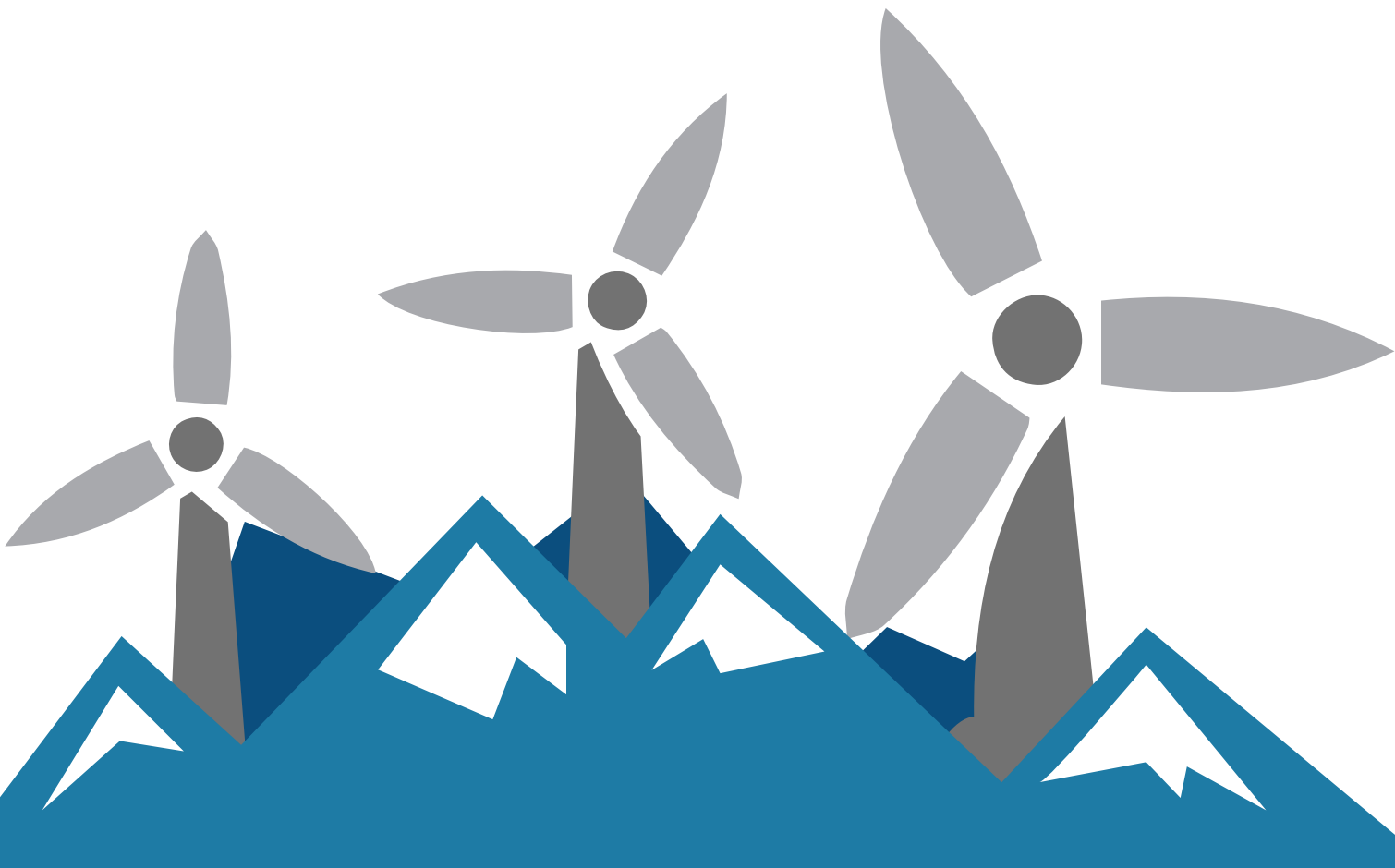
Dit jaar staan de volgende onderwerpen in de top 4:

1. Klimaat en energie
2. Bewustwording (mensen attent maken op duurzaam gedrag)
3. Van afval naar grondstof
4. Voedsel

De onderwerpen klimaat en energie, voedsel en bewustwording zijn de laatste jaren steeds het populairst geweest, soms in een net iets andere volgorde. Het onderwerp

“Van afval naar grondstof” heeft zich daar overtuigend tussen gevoegd.

Er zijn dit jaar meer inzendingen rond van afval naar grondstof, biodiversiteit en biobased economy dan in voorgaande jaren. Net zoals vorig jaar is er onder de inzendingen veel aandacht voor het benutten van wind en waterkracht. Soms in combinatie met zonkracht. Op z'n retour dit jaar zijn ruil- en deelplatforms. Vorig jaar (2014) was er een sterke opmars van de ruil- en deelinitiatieven (Expertz, Floop2, LENA kledingbibliotheek, etc.). Deze zien we dit jaar veel minder terug. Dat wil niet zeggen dat het onderwerp in de samenleving op z'n retour is. Het kan ook zijn dat dat ze zodanig ingeburgerd raken, en veelvuldig beschikbaar zijn, dat ze dus niet meer als 'noviteit' ingezonden worden.





ENERGIE

Verreweg de meeste inzendingen in de koffer betreffen energie en klimaat. Hieronder zitten zeer waarschijnlijk potentiële innovaties. Het loont de moeite om de inzendingen nader te beschouwen en te onderzoeken op haalbaarheid. In dit kader is het initiatief Plant-e, uit de koffer van Duurzame Dinsdag 2014, illustratief. Plant-e heeft een technologie ontwikkeld om elektriciteit uit planten te winnen. In augustus 2015 heeft het World Economic Forum Plant-e uitgeroepen tot een van de meest vooruitstrevende pioniers ter wereld!

Mensen zien energie in uiteenlopende zaken:

1. Onder de inzendingen dit jaar is veel aandacht voor het benutten van wind- en waterkracht, al dan niet in combinatie met zonkracht. (voorbeelden: waterkracht: nr. 46, 54, 89, 97; plaatsen van zonnepanelen op windmolens (nr. 31, 63), energie opwekken met water in het riool (nr. 33);
2. Windmolen(tje)s plaatsen op hoge obstakels als elektriciteitsmasten en hoge dijken (nr. 8,116, 175);
3. Al enige jaren zien we het idee om de tochtstroom langs hoge gebouwen te benutten (nr. 30, 132, 133, 209). De tijd lijkt rijp om hier een gezamenlijke actie voor op te tuigen.
4. Energie uit beweging is een jaarlijks terugkerend item: sport apparaten (nr. 70, 159, 173, 188), fietsen (nr. 190), kinetische kleding (nr. 71), bewegende deuren (nr.23);
5. Magnetische energie gebruiken als aandrijfenergie voor krukassen (nr. 080).

Samen met je buurt duurzaam energie opwekken zien we terug in Spaar-Saam (nr. 149) en Toekomst bestendig dorp (nr. 168). Dit past in de trend van zelforganisatie en gezamenlijk inkopen. Het illustreert ook een ander aspect van maatschappelijk initiatief: dat van het stimuleren van sociale samenhang. Maatschappelijke initiatieven zijn vaak netwerken van mensen die samen iets gaan doen wat ze belangrijk vinden. Ze leren elkaar daardoor (beter) kennen. Vanuit die netwerken ontstaan weer nieuwe initiatieven. Als je eerst een autodeelproject hebt opgezet, is de stap naar samen zonnepanelen kopen kleiner. Maar is het ook makkelijker om op elkaar terug te vallen, als er met iemand in de groep iets gebeurt. Iets dat vaker noodzakelijk zal worden in deze tijd. De vorming van meer sociale samenhang is een belangrijke toegevoegde waarde van maatschappelijke initiatieven.



MEGADIJK

Megadijk (nr. 89) is een idee om wind, water en zon te combineren voor het opwekken van duurzame energie, via elementen in het dijklichaam waarin zich een windturbine bevindt die voorzien zijn van zonnepanelen. Door toepassing van een asymmetrische winddoorlaatopening zal er een verhoogde luchtstroming ontstaan die de in het element verwerkte windturbine aandrijft. Door deze vorm aan beide zijden (zeezijde en landzijde) toe te passen is de turbine bij meerdere windrichtingen te gebruiken. De inzender stelt dit onderwerp voor als haalbaarheidsstudie voor een technische universiteit.

SPAAR-SAAM.NL

Spaar-Saam.nl (nr. 149) is een webplatform voor zelforganisatie in buurten, wijken en steden rondom duurzame energie en energiebesparing. Met Spaar-Saam.nl kunnen individuele inwoners en lokale energie- of wijkinitiatieven hun zelforganisatie ondersteunen via online collectieve projectontwikkeling en daarmee deelnemers werven. Spaar-Saam.nl is nu beschikbaar in de gemeenten Zwolle, Olst-Wijhe, Raalte, Ommen, Almelo en in de gehele provincie Gelderland.



BEWUSTWORDING: ANDEREN MOTIVEREN TOT DUURZAAM(ER) GEDRAG

Net zoals vorig jaar is bewustwording verweven in veel inzendingen, soms luchtig (duurzaam leven is leuk!), soms ook serieuzer en ligt er een duidelijke ondertoon van zorg aan ten grondslag.

Inzenders richten zich vooral op consumenten, en bieden handige hulpmiddelen voor thuis, bijvoorbeeld de douchetimer met geluid (nr. 45) of de BinBang (nr. 260), een handige bak voor het scheiden van afval. Anderen kiezen reclame als middel voor bewustwording, zoals het initiatief Lovegan/Govegan (nr. 83) dat het eten van meer plantaardig voedsel beoogt.

Initiatieven als de Waste Challenge (nr. 160), Ieder schoolplein een drinkfontein (nr. 107), Kip, patat en appelmoes (nr. 198) en Groentopia (nr. 254) kiezen onderwijs als ingang. Daarnaast zien we initiatieven die consumenten de weg willen wijzen naar een duurzame leefstijl als Questionmark (nr. 238) en de Groeneshopgids.nl (nr. 129). Questi-

onmark doet onafhankelijk onderzoek naar de duurzaamheid van consumentenproducten op de thema's volksgezondheid, milieu, mensenrechten en dierenwelzijn en maakt dit inzichtelijk voor consumenten.

DOUCHETIMER

De douchetimer met geluid (nr. 45) is simpel en effectief. De meeste mensen staan te lang onder de douche. Om deze groep, vooral jongere mensen, er van bewust te maken dat de ingestelde tijd om is, gaat er een zoemer. De werking gaat automatisch en verloopt via een sensor welke gekoppeld is aan een geluidsbron.

DRINKFONTEIN

Maak kraanwater drinken aantrekkelijk op school. Plaats op het schoolplein een drinkwater fontein (nr. 107). De fontein kan worden ontworpen door de leerlingen zelf, eventueel samen met een kunstenaar. Frisdranken en verpakt water zijn op scholen vaak goed verkrijgbaar. Maar het is belangrijk dat kinderen en jongeren ook kraanwater waarderen. Kraanwater kan en moet veel aantrekkelijker gepresenteerd worden, zodat het een plezier wordt om te drinken.

et ministerie van IenM heeft een eigen programma om bewustwording rond duurzaamheid bij burgers te vergroten, het programma Duurzaam Doen. Het programma heeft het nadrukkelijke doel om initiatieven in de samenleving zoals deze ruim baan te geven. Interessant om te beschouwen wat het programma kan betekenen ter versterking van de inzendingen uit deze categorie.



VAN AFVAL NAAR GRONDSTOF: AFVAL INSPIREERT!

Vorig jaar zagen we voor het eerst een toename van het aantal inzendingen op het gebied van circulaire economie: van afval naar grondstof. Met 45 inzendingen is het aandeel op het totaal dit jaar nog verder toegenomen. De meeste inzendingen betreffen een initiatief of een idee dat de indieners zelf verder zouden willen uitwerken.

Mensen zijn bezig met het sluiten van de kringloop. Ze zijn op zoek naar het voorkomen van afval, door nieuwe toepassingen te bedenken voor restproducten. Afval inspireert! Zoals recycling van kattengrind (nr. 37), frituurvet en eetbare oliën (nr.39/61), oud brood (nr. 79), versleten overhemden (nr. 135), lipjes van aluminiumblikjes nr. 158) en lege verpakkingen (nr. 287).

BROODNODIG

Broodnodig (nr. 79) is een initiatief (in voorbereiding) voor het ontwikkelen van een kleine broodvergister voor bakkerijen. Er bestaan al kleine vergisters, maar nog niet gekoppeld aan de ovens van de bakker. De vergister produceert biogas, die gebruikt wordt als brandstof voor de oven. Aangezien bakkers genoodzaakt zijn altijd meer te bakken dan nodig, en brood op nummer één staat van voedselafval, is dit een interessante case.

WORLD TRASH CENTRE

World Trash Centre/ISO Tetra (nr 287) is een nieuwe technologie om van Tetra Pak vloeistof verpakkingen nieuwe functionele producten maken. De verpakkingen voor melk en sappen zijn opgebouwd uit lagen karton, plastic en aluminium. Deze pakken worden na gebruik weggegooid en verbrand. Het materiaal maakt een aanzienlijk deel uit van onze afvalstroom. World Trash Centre ziet het als hoogwaardige grondstof voor onder andere isolatiemateriaal in de bouw. World Trash Centre heeft hiervoor samen met de Universiteit Delft een methode ontwikkeld. Deze up-cycling levert een aanzienlijke CO2-reductie op.



VOEDSEL

Net zoals vorig jaar zitten er ook dit jaar veel inzendingen rond voedsel in de koffer. Het betreft vooral initiatieven en ideeën die indieners zelf willen oppakken. Het handelingsperspectief is groot.

Ruim een kwart van alle inzendingen in de categorie voedsel gaat over gezamenlijk tuintieren. Deze trend is al enige tijd gaande. Het doel is lokale voedselproductie, maar ook elkaar ontmoeten, spelen en groen in de stad. Een aantal indieners wil de opgedane kennis delen met anderen, bijvoorbeeld initiatief (nr. 263) De Toltuin. Ook zien we initiatieven ontstaan op plekken waar gemeenten stadstuinen en kinderboerderijen afstoten, bijvoorbeeld initiatief (nr. 66) De Zoete Aarde.

Andere opvallende onderwerpen zijn:

- voedselverspilling voorkomen (nr. 117, 194) door voedsel uit te delen aan anderen;
- lokale voedselproductie en -consumptie (nr. 094, 200, 219, 273, 265, 267);
- transparantie bieden aan consumenten over duurzame aspecten voedsel (nr. 238);
- aandacht voor gezond eten (nr. 195 en nr. 228);
- verduurzaming van voedselketens (nr. 123, 193, 246);

DE TOLTUIN

De Toltuin in Roosendaal (nr. 263) is een groen initiatief in de wijk Tolberg, waar buurtbewoners in alle opzichten de vruchten van plukken. De tuin bestaat uit een unieke combinatie van natuurlijk spelen en moestuinieren. Probleem in De Toltuin is om met warm weer de grond vochtig genoeg te houden. Dit is herkenbaar voor veel buurttuinen. Met natuurlijke SAP (super absorberende polymeren), gemaakt uit stro bijvoorbeeld, zouden buurttuinen enorm geholpen zijn. Vrijwilligers hoeven minder te sproeien, er zijn minder droogteproblemen en SAP bespaart kraanwater, omdat het regenwater absorbeert. Er zijn wel producten met polymeren op de markt. Maar De Toltuin zoekt naar een betaalbare variant voor grote oppervlakten en wil de kennis delen met andere buurttuinen.

DE ZOETE AARDE

De gemeente Zoetermeer stoot het beheer van wijktuincomplexen af. Dit betekent: geen schooltuintjes meer voor kinderen, geen huurtuintjes meer voor wijkbewoners, geen toekomst voor de sfeervolle boomgaard met bijenkasten midden in de woonwijk. Burgers hebben het initiatief genomen het beheer te over te nemen en een bloeiend stadslandbouwbedrijf te laten ontstaan dat gerund wordt door vrijwilligers De Zoete Aarde (nr.66). De Zoete Aarde gaat bestaan uit verschillende kleinschalige productietuinen en sociale werkplekken en schooltuinvoorzieningen. Ook komt er een duurzaam, energieneutraal theehuis met workshopruimte. Een ontmoetingsplek met ruimte voor kunst, cultuur, groen en gezond eten.



BIOBASED ECONOMY

Hoewel het absolute aantal inzendingen nog niet zo hoog is, is er wel een groeiend aantal inzendingen dat zich richt op biobased economy (dit jaar 14 inzendingen, vorig jaar 5). De samenleving zoekt naar producten die zowel in het productie als afvalstadium niet schadelijk zijn. Voorbeelden: van de plannen voor een biobased buurthuis (nr. 143), ideeën om te bouwen met zeewier (nr. 15 en nr. 26), het gebruik van perzikipitten voor onder meer bestrating (nr. 205), bioplastics uit keverschilden (nr. 268) tot het initiatief Biobased Roadshow dat zich richt op de mogelijkheden voor overheden om biobased in te kopen (nr. 115).

COLEOPTERA

De initiatiefneemster (jonger dan 25 jaar) heeft onderzoek gedaan naar landelijke reststromen, en kwam erachter dat insectenwekerijen wekelijks een grote hoeveelheid dode kevers als afval hebben. Zij kweken meelwormen voor (dier)voedsel. De meelwormen komen voort uit de meelkevers, die een aantal maanden na het leggen van eitjes sterven. De dode kevers bevatten het polymeer chitine in hun schild. In haar onderzoek heeft ze daarvan een bioplastic gemaakt: Coleoptera (nr. 268). Dit is mogelijk een vervanging van niet biologisch afbreekbare materialen.

PERZIKSTEEN

Perziksteen (de pit van de perzikvrucht) is een hard hout eindproduct (nr. 205) en een goed alternatief voor grind. Het waait en spoelt niet weg, vormt geen humus, vraagt geen onderhoudsmiddelen (chemisch spuiten) en heeft een chique uitstraling. Het is 60% lichter dan grind, maar zinkt in het water en is daarom zeer geschikt voor groene daken. Het kan dienen voor hemelwaterinfiltratie in stadsgebieden en past in de onderhoudsarme, duurzame tuin.



BIODIVERSITEIT

De aandacht voor biodiversiteit zit in de lift en veel mensen zien daarin voor zich zelf een handelingsperspectief, gezien het hoge aandeel concrete initiatieven. De achteruitgang van plant- en diersoorten en natuurbehoud en -ontwikkeling in het algemeen houdt mensen bezig, zowel op lokaal niveau (zie bijvoorbeeld Bijwei, nr. 105) als op grotere schaal (zie voorbeeld de ambitie zoals verwoord in het klimaat initiatief Stelling

2.0, nr. 146). Dit jaar hebben 32 inzendingen betrekking op biodiversiteit (vorig jaar 7, de jaren daarvoor is biodiversiteit niet apart bekeken). In dit jaar opvallend veel inzendingen van gezamenlijk (moes)tuinen en groene speelplekken. Biodiversiteit is hier een van de doelen, naast voedsel, sociale cohesie en in sommige gevallen ook educatie.

STELLING 2.0

Stelling 2.0 (nr. 146) is een ambitieus initiatief voor de aanleg van een klimaatgordel in de Metropool Regio Amsterdam. De Stelling 2.0 geeft de 100-jarige Stelling van Amsterdam een belangrijke nieuwe functie: "het klimaat verdedigen door een innovatieve groen Klimaatgordel". De Stelling 2.0 heeft vele doelen: bijdragen aan de ecologische hoofdstructuur, toename biodiversiteit, CO2 opslag, lucht zuivering, maar ook sociale werkgelegenheid, recreatie, sportieve natuurbeleving en recreatie voor 2,6 miljoen inwoners. De Stelling 2.0 maakt van de regio Amsterdam een groene metropool.

BIJWIJ

De initiatiefneemster van de Bijwij (nr.105) kreeg de gelegenheid een stuk weiland te kopen (3000 m2) en stelde dit beschikbaar voor duurzaamheidsbewustzijn. De Bijwei is open voor iedereen. De tuin is gebaseerd op permacultuur. Men kan er fruit en groente verbouwen, maar ook eten. De Bijwei is rijk aan planten die bijen en vlinders bedienen.

BIJZONDERE TOPICS: PLASTIC, ZEEWIER EN GRONINGEN

Plastic

Dit jaar valt het aantal inzendingen rond plastic op. De invalshoeken zijn divers: het verminderen van afval, het schoonhouden/maken van de oceanen (plastic soup), het ontwikkelen van bioplastics en upcycling van plastics. Upcyclen wil zeggen: vinden van nieuwe hoogwaardiger toepassing van plastic als restproduct. Hiervan zijn veel voorbeelden: bouwblokken, vangrails, schuttingen, beschoeiingen van wallekan-

ten, opvangbakken voor waterberging en het op consumentniveau verwerken van plastic afval met 3D printers. Plastic afval is een nieuwe grondstof.

Interessant is ook een aantal inzendingen die met 3D print technologie op buurt- en huisniveau consumenten de mogelijkheid willen bieden hun eigen plastic afval om te vormen tot gebruiksvoorwerpen: van afval naar grondstof dichtbij huis.

WASTED

Wasted (nr. 241) creëert buurtlaboratoria voor plastic afval upcycling. Wasted motiveert buurt-bewoners hun plastic afval in te leveren in ruil voor korting bij lokale ondernemers. Dit plastic wordt lokaal verwerkt tot multifunctionele bouwblokken die gecombineerd worden tot producten zoals plantenbakken en bankjes. Omdat de bouwblokken eindelijk kunnen worden hergebruikt, wordt het plastic nooit afval en krijgt het nieuwe waarde.

HOLLAND WALL

Nederland telt miljoenen kilometers houten beschoeiing waarvan de levensduur maximaal 20 jaar is. De Holland Wall (nr. 201) is een innovatieve kunststof beschoeiing, die eenvoudig kan worden geplaatst. De oude waterkant beschoeiing kan blijven staan en de nieuwe constructie gaat weer 40 jaar mee. De Holland Wall bestaat uit kunststof restjes die anders zou worden verbrand.

Zeewier

Dit jaar werden er enkele initiatieven ingediend die gaan over het toepassen van zeewier en algen. (nr. 15 en nr. 26). Als veevoeder, maar ook als bouw materiaal voor woningen. Volgens de inzender is het belangrijk om de haalbaarheid ervan te onderzoeken, want: "Zeewier is sterk, isolerend, gaat lang mee en is relatief goedkoop, want het is er in overvloed".

Groningen

Opvallend is dat we dit jaar voor het eerst inzendingen zien die te maken hebben

met de aardbevingen in Groningen. Dit gaat duurzaam Nederland kennelijk aan het hart: bijvoorbeeld ideeën om lege gasbellen te vullen met CO₂. (nr. 62 en 82). Naast inzendingen die concreet met de gaswinning hebben te maken, zien we ook relatief veel andere initiatieven en ideeën om de leefbaarheid in Groningen te bevorderen. De voedingsbodem voor duurzaam initiatief lijkt rijp. Het benutten van dit potentieel zou voor de grote partijen wel eens een verrassend andere weg kunnen zijn, naast de onderhandelingen over financiële compensatie.

DE DALER: RUIL- EN DEELECONOMIE

Dit jaar zijn er beduidend minder inzendingen rond ruil- en deel economie in de koffer, namelijk 10 ten opzichte van 20 vorig jaar. Dat is eigenlijk niet conform wat je in werkelijkheid ziet. Er is steeds meer belangstelling voor ruilen en delen en bijvoorbeeld autodeelplatform Snapp Car (voor delen van auto's) en Thuisafgehaald (voor delen maaltijden) zijn enorm gegroeid. Wellicht zijn ruil- en deelplatforms minder noviteit ge-

worden en worden ze daarom minder ingediend voor Duurzame Dinsdag. We zien wel (onder meer door de begeleiding van Floop2 en Expertz uit de Duurzame Dinsdag koffer van 2014) dat het bouwen van een verdienmodel voor een ruil en deelplatform lastig is. Misschien dat het mensen weerhoudt om eraan te beginnen.

Derk Loorbach, directeur Drift en transitiepecialist ging in op de kansen voor Groningen tijdens een recent interview in [de Correspondent](#). Zijn pleidooi: 'Het begint altijd met mensen die anticiperen op het vastlopen van het systeem. Tegelijk zie je een spanningsopbouw binnen het regime/systeem. Vaak is er dan nog een echte crisis nodig om door te bijten. In Groningen komt dit alles samen. Het gas raakt op. Het landschap destabiliseert letterlijk door de winning. Mensen voelen: 'wij zijn een wingewest'. Het is een krimpregio, er is te

weinig werk. Discussies over compensatie brengt de geest niet terug in de fles. Tegelijk is dit een goede voedingsbodem voor structurele verandering. Er zijn al initiatieven die zowel de afhankelijk van gas als de werkloosheid aanpakken. Bijvoorbeeld door huizen te renoveren en ze energieneutraal te maken. Wellicht groeit hier een nieuwe industrie uit, die de rest van Nederland energieneutraal gaat maken. Met zulke initiatieven kun je ineens veel verder gaan dan het repareren van de scheuren van het bestaande systeem'.

3

EEN TERUGBLIK:

HOE VERGAAT HET INITIATIEVEN UIT EERDERE EDITIES?

INITIATIEVEN VAN 2014

Negen initiatieven uit de koffer van Duurzame Dinsdag 2014 zijn het afgelopen jaar gefaciliteerd door een team van circa twintig IenM medewerkers onder leiding van GreenWish. Dit had een dubbel doel:

- initiatiefnemers bijstaan bij de realisatie van hun initiatief;
- meer zicht krijgen op de rol van het ministerie ten opzichte van maatschappelijke initiatieven.

Hoe is het de initiatieven vergaan na 1 jaar? We noemen een aantal resultaten:

Economizer

De Economizer (nu Eco No 1) is een systeem van warmteterugkoppeling voor bestaande (HR en VR) verwarmingsketels. Inmiddels is de verkoop van de Eco No 1 goed op gang aan het komen in de particuliere en zakelijke markt. De begeleiding heeft bijgedragen aan het opstellen van een gelijkwaardigheidsverklaring voor energie labeling en tot erkenning als maatregel in het kader van de Wet Milieubeheer. Dit laatste verplicht bedrijven energemaatregelen te treffen. Er staan 50 maatregelen op de lijst. De Eco No 1 wordt nu overwogen als nieuwe maatregel. Hetzelfde geldt voor de mogelijkheid om de Eco No 1 op te nemen als maatregel waarop de MIA Vamil van toepassing is (belastingvoordeel voor MKB voor investeringen in milieuvriendelijke technieken). De initiatiefnemer heeft inmiddels goede contacten met een grote (renovatie)bouwonderneming waardoor een enorme opschaling kan ontstaan. Initiatiefnemer kijkt inmiddels ook over de grens in Europa. Met Rijkswaterstaat wordt momenteel gekeken op welke eigen vastgoedlocaties de Eco No 1 verschil kan maken.

Ecodorp Boekel

Ecodorp Boekel is een uniek, inspirerend Brabants voorbeeld voor duurzaam leven in verbinding, voor circulaire economie in de praktijk. (Overigens zijn ecodorpen wereldwijd enorm in beweging, in Europa alleen al meer dan 4.000, in Nederland ca 15 (in wording). Boekel is het grootste initiatief in Nederland. Het is een broedplaats voor innovatie, denk aan: duurzaam bouwen met hennep, duurzame voedselvoorziening, ecologische waterzuivering, permacultuur etc. Dit jaar maakte dit initiatief grote stappen, mede door de begeleiding van GreenWish en IenM. Belangrijke mijlpalen:

- Genomineerd voor P-nuts award voor het maken van een Smart grid;
- Waterschap Aa en Maas ondersteunen hun waterplan met stimuleringsbijdrage;
- De pachtovereenkomst voor de grond is getekend met de gemeente;
- Er is een tijdelijke bouwvergunning verleend voor de bouw van 10 tijdelijke woningen, een werkplaats, een kas en een helofytenfilter;
- Geslaagde crowdfunding campagne voor de werkplaats;
- Ecodorp Boekel bereikte de halve finale van de Challenge Stad;
- Ecodorp Boekel zit in het voorbereidingsteam van de Innovatie Estafette om twee energie neutrale modelwoningen te bouwen, dit is mede op initiatief van het Ministerie van IenM en BZK.

Smart polder

Het initiatief Smart polder gaat over duurzame energie, watermanagement en slim gebruik van bestaande infrastructuur. De watertemperatuur van oppervlaktewater kan worden gebruikt voor verwarming of koeling van gebouwen. Zo kan een polder-gemaal een energiecentrale voor thermische energie worden.

Smart polder is de afgelopen periode in een stroomversnelling gekomen. Bij IenM is door een betrokken ambtenaar een bijeenkomst georganiseerd met zeven collega's, voor wie zij dacht dat Smartpolder relevant kon zijn. Dat was een groot succes, er zijn zeker vier bilaterale vervolgspraken gemaakt.

Op dit moment doet de initiatiefnemer voor meerdere waterschappen onderzoek naar de realisatie van Smart polder projecten: Waterschap Zuiderzeeland, Waterschap Rivierenland, Hoogheemraadschap van Rijnland, Hoogheemraadschap van Delfland en RWS. Ook is Smartpolder betrokken bij de inrichting van de Green Deal "Duurzame Energie uit het Watersysteem". Deze Green Deal is een vervolg op de Green Deal "Energie uit afvalwater" van de Unie van Waterschappen. Hierin worden de Smart polder projecten van Hoogheemraadschap van Delfland en Waterschap Rivierenland uitgewerkt tot exemplarische projecten.

Het project van Waterschap Rivierenland "de kop van de Betuwe" is bovendien aangemerkt als 1e tranche Impactprojecten Ruimtelijke Adaptatie. Smart polder is hierin één van de 4 uitwerkingen met de koppeling Water en energie en een bijdrage aan de zoetwatervoorziening van dit gebied.

Plant-e

Plant-e is een systeem, waarbij levende planten elektriciteit opwekken. Plant-e is in 2015 door het World Economic Forum uitgeroepen tot een van de meest vooruitstrevende ter wereld. Dat is goed nieuws en een prestigieuze onderscheiding.

"In totaal kregen 49 bedrijven uit tien landen de pioniersprijs. Ze werden gekozen uit meer dan 500 beginnende technologiebedrijven. De start-ups krijgen de prijs omdat ze werken in een moeilijke markt. Zo is het vaak lastig om geld voor hun innovatieve producten te verzamelen, schrijft het WEC in een nieuwsbericht. Ook opereren de bedrijven volgens de organisatie "midden in een aantal uitdagingen waar de wereld voor staat", zoals in de gezondheidszorg, digitale veiligheid en de energieproductie."

Plant-e werkt al enige jaren aan de uitvinding. Het initiatief zat in de Duurzame Dinsdag koffer van 2014, maar viel toen niet in de prijzen. Het initiatief zat al eerder op de radar van GreenWish en in 2013 kreeg GreenWish de gelegenheid van IenM om het initiatief te faciliteren. In het begin werden de initiatiefnemers niet echt serieus genomen (elektriciteit uit moerasplanten?) en was het lastig om de eerste stappen te zetten, c.q. believers en kapitaal te vinden. Dit bewijst dat innovaties tijd nodig hebben om zich te ontwikkelen. En het bewijst dat het soms lastig is om die al in een vroeg stadium te herkennen en te erkennen. 'Echte' innovatie lijkt vaak onhaalbaar en onrealistisch. Haalbaarheid is juist vaak een selectiecriteria bij prijsvragen en financiering.

Het bewijst ook dat er in de Duurzame Dinsdag koffer echte pareltjes zitten.

INITIATIEVEN UIT VOORGAANDE EDITIES

Snapp Car

Via SnappCar kunnen particulieren hun auto te huur aanbieden. Huurder, verhuurder, het milieu: iedereen winst. SnappCar won in 2013 de Duurzame Dinsdag prijs. In 2014 werd de crowdfundingcampagne een succes. Het leverde kapitaal op voor groei. Begin 2015 nam SnappCar een Deense bondgenoot over en was de internationalisering een feit. Inmiddels verhuren meer dan 11.500 Nederlanders hun auto en het aantal groeit gestaag.

Kromkommer

Kromkommer stelt aan de kaak, dat wij heel veel goede voedselproducten uit de tuinbouw weggooien omdat ze afwijken van de norm. Deze verspilling is niet nodig. Duurzame Dinsdag 2013 zette vaart achter het eerste business plan. Daarna begon de zoektocht naar een goed verdienmodel passend bij de missie. Centraal staat de Kromcommunity, de groep van mensen die Kromkommer een warm hart toe draagt en op allerlei manieren en plekken in de keten een steentje bijdraagt aan het succes. De Kromkommer soepen zijn inmiddels een begrip in Nederland.

i-did slow fashion

i-did slow fashion startte in 2008 als een duurzaam modelabel: design kleding, gemaakt van reststoffen uit Italiaanse collecties, gemaakt door vrouwen in Utrecht met een afstand tot de arbeidsmarkt. Als sociaal ondernemer pioniert i-did met het combineren van het empoweren van werknemers en het speelveld van modelabels en retailers. In 2013 liet i-did de eigen lijn los voor een nieuw model: i-did maakt nu nieuwe design producten van overstock van bekende labels. De labels brengen de nieuwe producten, gemaakt van het eigen overstock,

weer in de verkoop of ze gebruiken het bijvoorbeeld als relatiegeschenk.

Oryon Watermill

In 2012 was de Oryon Watermill een waterkracht installatie die duurzame energie opwekt uit laagverval een van de genomineerden voor de Duurzame Dinsdag prijs. Naast het verschil in waterniveau, kan de Oryon Watermill energie opwekken uit andere vormen van stromend water zoals rivieren, restwater en getijden stroom. In juni van 2015 werd bekend dat de Oryon Watermill wordt gebouwd in de stuw in de Oude IJssel bij Doesburg. De daadwerkelijke bouw start naar verwachting in het najaar van 2016.

Zoals eerder gezegd worden niet alle (goede) initiatieven succesvolle ondernemingen. Daar liggen veel factoren aan ten grondslag. Bij experimenteren hoort 'mislukken'. Op een gemiddelde Research & Development afdeling geldt een succes-rate van ongeveer 5%. In feite zijn de initiatieven experimenten uit de samenleving. We moeten ook in het begeleiden van initiatief risico's durven nemen en rekening houden met het feit dat verschillende initiatieven niet zullen uitgroeien tot winstgevende bedrijven. Als we desalniettemin leren van de ervaringen, is het zeker van waarde.

----- 4 -----
**HOE ZORGEN WE VOOR MEER
SUCCESSVOLLE INITIATIEVEN?**

Als we meer succesvolle initiatieven willen laten ontstaan zijn er twee zaken nodig:

- Advies aan en ondersteuning van initiatiefnemers/ondernemers;
- Rugdekking geven aan organisaties (opdrachtgevers, inkopers, financiers, samenwerkingspartners) om met initiatieven in zee te gaan.

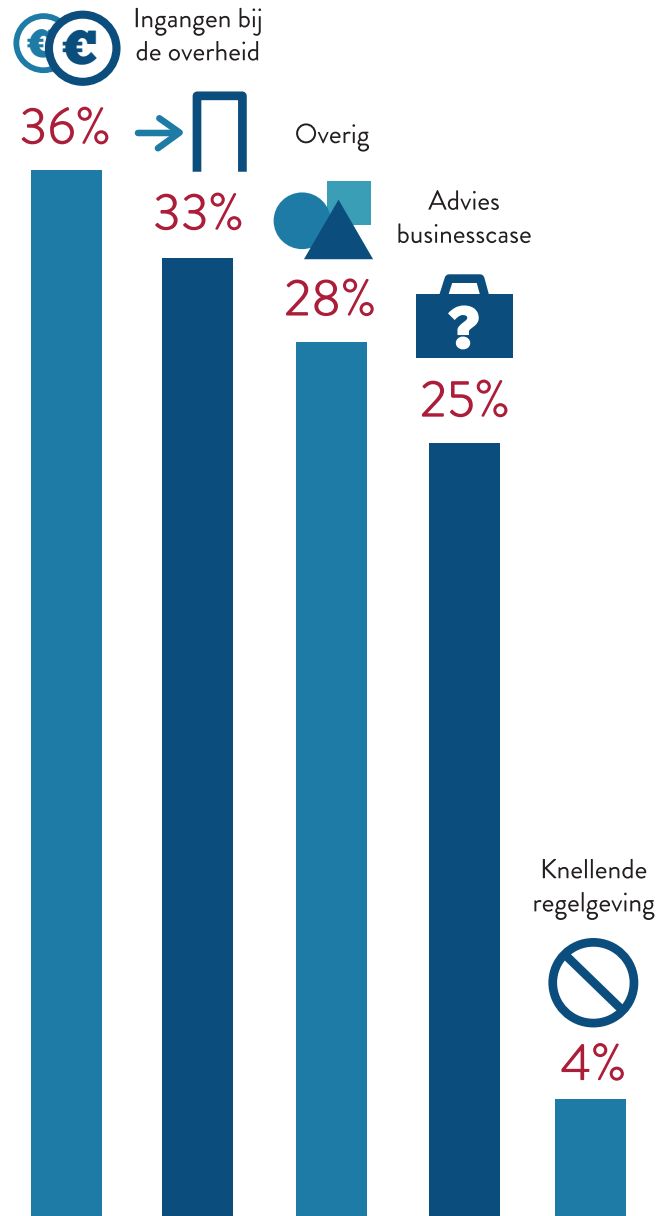
Initiatiefnemers hebben behoefte aan advies. Net zoals vorig jaar geeft de helft van de inzenders aan behoefte te hebben aan enige vorm van ondersteuning. Wat mensen zoeken is hetzelfde als vorig jaar: geld, hulp bij hun business case, ingangen bij bijvoorbeeld overheid en bedrijven, specifieke (technische of juridische) kennis, advies bij marketing. Soms zitten regels in de weg.

Een goed idee is nog geen garantie op succes. Succes is van veel factoren afhankelijk. Neem bijvoorbeeld het initiatief HVG12 van Ludo van Well en ingediend in 2013. Hij ontwikkelde een alternatief voor polyester. Het materiaal bestaat uit vlas en biobased hars en is door TNO getest als sterker dan de chemische variant polyester. Botenbouwers nemen het materiaal niet zomaar in

productie. Daar spelen argumenten mee als het niet meer kunnen verkopen van oude voorraad en onbekendheid met de eigenschappen van het nieuwe materiaal en vertrouwde met leveranciers. Ook de Rijksrederij heeft tijd nodig te onderzoeken of ze iets met het materiaal kan, ook al staan alle lichten op groen.

BEHOEFTE AAN ONDERSTEUNING

Geld/investeringkapitaal



PAPERWISE

PaperWise (nr 248) maakt producten van landbouwafval, bladeren en stengels die overblijven na de oogst. De ecologische voetafdruk is 47% kleiner dan dat van FSC papier van houtvezels en 29% lager dan gerecycled papier. Papier en karton van PaperWise worden geproduceerd in fabrieken in India en Colombia die van grote betekenis zijn voor de ontwikkeling van deze lokale communities. De productie gaat minimaal volgens internationale MVO richtlijnen. Bij de overheid (aanbestedingen) is het een groot probleem dat kopieerpapier vaak in een totaal aanbidding moet worden aangeboden en dat is lastig met een beperkt aantal papier- en kartonkwaliteiten

Om meer initiatieven succesvol te maken is het minstens zo belangrijk om ons te richten op organisaties en stakeholders om het initiatief heen, dan op het initiatief alleen. Het is niet zozeer nodig de initiatiefnemer te helpen, maar om inkopers, opdrachtgevers, potentiële samenwerkingspartners en financiers de rugdekking te geven bij hun beslissing, om met een initiatief in zee te gaan. Het is hier waar vooral de overheid verschil kan maken.

Denk dan aan een gedurfd en progressief inkoopbeleid (als beleidsinstrument), aan garantstellingen, cofinanciering en leningen, en aan het langdurig faciliteren van netwerken die nieuwe samenwerkingsvormen kneden. Dit 'kneden van vertrouwen' kost veel tijd. Initiatieven kunnen veel baat hebben bij aansluiting op regionale duurzaamheidsnetwerken en aan overheidsprogramma's en vice versa! Wij signaleren dat er op dit moment veel minder kruisbestuiving plaatsvindt dan in potentie zou kunnen. En dat is jammer. Voorbeelden zijn de programma's en netwerken rondom Duurzaam Doen, de klimaatcoalitie, VANG-lo kaal, Innovatie-estafette, innovatieprogramma's van het Ministerie van EZ, Topsectoren, Green Deals, Ruimte in Regels en de acht regionale duurzaamheidsnetwerken die deelnemen aan het programma Duurzaam Door. Hierbij actief verbinding zoeken kan leiden tot meer succesvolle initiatieven.

Tot slot

We moeten werken aan verbeteringen van het bestaande systeem en ons realiseren dat dit veel tijd kost. Willen we het potentieel uit de samenleving echt de ruimte geven, dan moeten we ons werkenderwijs, samen met initiatiefnemers verdiepen in hoe organisaties reageren op innovatie vanuit deze hoek. Nu doen ze dat meestal in eerste instantie niet! Willen we initiatieven succesvoller maken, is het van belang om inkopers, opdrachtgevers, financiers en samenwerkingspartners te helpen bij het vinden van vertrouwen om met initiatiefnemers te gaan samenwerken. Het is hier waar innovatie begint.

BIOBASED ROADSHOW

Met de Biobased Roadshow (nr. 115) gaan overheden en bedrijven in één dag met de mogelijkheden van biobased economy aan de slag. Het is een introductie door twee biobased ondernemers over nut en noodzaak van een overgang naar de biobased economy. Het informeert, inspireert en geeft praktische handvatten om direct te handelen. Het geeft antwoord op vragen als: Hoe kan ik biobased inkopen? Welke biobased producten zijn verkrijgbaar? Wat is in ontwikkeling? Waar vind ik meer informatie? Hoe kan ik me verder laten scholen?

Leerpunt uit de begeleiding van initiatieven door medewerkers van IenM is dat zij zich realiseerden dat zij veel contacten hebben met (koepels) van bedrijven, maar veel minder dan met initiatiefnemers en sociaal ondernemers. Deze groep heeft ook geen eigen netwerk bij de landelijke politiek of de grote maatschappelijke organisaties. Terwijl juist die de agenda van IenM bepalen. Hoe krijg je dan punten op de agenda van IenM? Dat lukt bijvoorbeeld (beter) als initiatiefnemers worden geholpen met het anders framen van hun initiatief. Bijvoorbeeld bij het Composteerbaar fruitlabel dat kan worden geframed als microplastics in de bodem, waardoor het handelingsperspectief van IenM groter wordt. Of het initiatief Overal Snel dat een ander rijgedrag voorstaat ter voorkoming van files, dat kan worden geframed als opstap voor het rijden in zelfsturende voertuigen. Hierdoor kan gemakkelijker worden meegedacht met initiatiefnemer ook al is deze weg afwijkend van het IenM beleid. In zichzelf is het initiatief namelijk een waardevol experiment.