

Elke kmo kan ambassadeur zijn van afvalpreventie en samenwerking

11 februari 2020, 01:00

Thomas Vandenhaute

Vele producten hebben een erg korte levensduur. Ook kmo's die 'wegwerp'-producten maken, kunnen inzetten op 'verduurzamen' en het sluiten van de kringlopen. Geen enkel bedrijf kan dat alleen. De bedrijfsleider kan hierbij de trekker zijn en de grenzen van zijn bedrijf openbreken. Zo krijgt u invloed op de buitenwereld, verkrijgt u inzichten vanuit de omgeving en versterkt u uw bedrijfsimago.

Zo denkt men ook bij Orakel in Retie, een producent van polsbandjes, rugnummers, badges en andere bedrukte producten die veelal voor eenmalig of kort gebruik bedoeld zijn. Toch zet het bedrijf in op duurzaamheid en wel op verschillende vlakken. Vanuit een gedreven bedrijfsleiding zijn ambitieuze doelstellingen opgesteld. Het resultaat zijn verschillende acties en initiatieven die tot ver buiten de bedrijfsgrenzen impact willen genereren.

Het bedrijf streeft naar 0 procent afval, waarbij het ook CO2 als afval beschouwt. De kmo heeft de klassieke ISO 9001- en 14001-normen gehaald en zet daarnaast ook in op andere initiateven, zoals het milieucharter Antwerpen, 'koolstofneutrale verzending', Kempen 2020, OEKO-Tex,… De onderneming zoekt platformen en structuren waarop ze kunnen bouwen en mee de toon zetten in de markt waarin ze opereren. De vertaling naar concrete initiatieven en acties gaan een stapje verder.

Inspirerende voorbeelden

De toenemende vraag naar duurzame producten vanuit de festival- en eventwereld is voor Orakel één van de redenen om steeds verder te verduurzamen. Om de impact van hun producten te reduceren zetten ze onder meer in op het minimaliseren van de afvalberg en dus op het zoeken naar oplossingen om 'single use plastics' te voorkomen en te elimineren. Dit betekent inzetten op andere materialen, vormen en ketenaanpak.

Zo kunnen de lipjes van polsbandjes voor evenementen aan het bandje bevestigd blijven, waardoor ze niet afgescheurd worden en als afval eindigen op de plaats waar de polsbandjes omgedaan worden. Het bedrijf zet hiervoor druk op de leverancier door samenwerking met andere afnemers. Door samen met andere producenten de vraag bij de materiaalleveranciers te verhogen, kan deze innovatie de nieuwe wereldwijde standaard worden. Zelf kan Orakel op deze manier zo'n 1,5 miljoen losse lipjes voorkomen. Maar de echte hefboom zit natuurlijk in het standaardiseren van deze praktijk, waardoor potentieel zo'n 1,5 miljard losse lipjes niet langer vrij komen. Ze kunnen dus niet meer rondslingeren en vrij in de natuur terechtkomen.

Verder wordt ingezet op het gebruik van recyclaten (producten uit gerecycleerde pet), maar ook op preventie bij de klanten.

Daarenboven is het bedrijf in gesprek met Dupont, producent van het materiaal Tyvek ® (een HDPE-vezelgebaseerde kunststof waaruit de polsbandjes, rugnummers,… vervaardigd zijn), om een terugnamesysteem op te zetten voor deze producten. Of dit proces ook daadwerkelijk grootschalig uitgerold wordt, is nog onzeker. Proefprojecten lijken haalbaar. Het is wel zeker dat de aandacht van Dupont voor dit afvalprobleem gewekt is en dat het thema op de agenda komt te staan.

Inbreng van buitenaf

Orakel heeft in haar bedrijfsgebouw een 'inspiratie-corner' (bezoekersput) ingericht, waar onder meer scholen en andere actoren uit hun netwerk op bezoek komen. Het bedrijf is actief in een lokaal netwerk in de Kempen, waarbij het samen met acht andere bedrijven ideeën en kennis uitwisselt. Ook in de gemeente neemt de onderneming het voortouw en investeert in groen, onder andere via leasing van bomen. Orakel laat zich niet tegenhouden door zijn bescheiden grootte om duurzame initiatieven uit te dragen en andere actoren mee te betrekken.

Tips

- Ook met producten met korte levensduur kunt u stappen zetten om te verduurzamen.
- Ook als kmo kunt u impact hebben: vanuit uw expertise en drijfveren kunt u impact en vernieuwing genereren in uw waardeketen.
- Durf samenwerken buiten de grenzen van uw bedrijf: kom met uw verwezenlijkingen en ideeën naar buiten - vindt medestanders en partners.

"Elke kmo kan een ambassadeur zijn. Kom met je verwezenlijkingen naar buiten, breng mensen samen, inspireer elkaar en leer van elkaar hoe ecologie ook echt opbrengt." (Dirk Spooren, Orakel)

Aanvaard marketingcookies om deze video te bekijken. FireFox-gebruikers moeten de 'Verbeterde trackingbescherming' van hun browser uitschakelen om deze video te bekijken.

cht.



Auteurs



Thomas Vandenhaute