

ONZE ROADMAP NAAR **MINDER** AFVAL..

..EN **MEER** MAATSCHAPPELIJKE IMPACT!



GreenMatter streeft naar groenere en socialere toekomst

De meeste aanbestedingen zijn, heel traditioneel, nog prijsgedreven. Salesmanager Kilian Peschel van GreenMatter ziet dit graag veranderen en hoopt dat er in aanbestedingen meer aandacht komt voor zaken als duurzaamheid en maatschappelijke betrokkenheid. Door producten van GreenMatter aan te schaffen, kunnen gemeenten en andere opdrachtgevers hierin stappen zetten. Deze producten zijn namelijk niet alleen gemaakt van gerecycled kunstgras, maar ook nog eens in elkaar gezet door mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt.

Auteur: Wijnand Meijboom

‘De gemeente Amsterdam neemt hierin echt het voortouw. Veel andere gemeente zouden daar een voorbeeld aan kunnen nemen. De markt is op dit moment nog teveel prijsgedreven’, stelt Peschel. GreenMatter is een joint venture van Lankhorst Engineered Products en W&H Sports. Eerstgenoemd bedrijf laat veel werkzaamheden uitvoeren door Empatec, waar mensen werken met een afstand tot de arbeidsmarkt. ‘Wij laten daar ook veel van onze producten bewerken en assembleren. Het gaat om producten van dikwandige planken en balken. Denk bijvoorbeeld aan picknicktafels, zitbanken, plantenbakken en prefab vlonders.’

Foutmarges

Ongeveer de helft van de GreenMatter-producten wordt inmiddels gemaakt of geassembleerd in de sociale werkvoorziening van Empatec in Sneek. ‘Dit gebeurt eigenlijk in eigen huis, waardoor het ook nog eens goedkoper is. En dat zie je terug in de prijs van onze producten’, verduidelijkt Peschel. Bij Empatec werken ongeveer zestig mensen, die in hun werkplaats de beschikking hebben over de

modernste gereedschappen. Dat de foutmarges bij dit bedrijf soms iets hoger zijn, neemt GreenMatter voor lief. ‘Opvallend, en ook mooi, is dat onze opdrachtgevers hier meestal ook heel soepel mee omgaan. Ze vinden het dan belangrijker om deze mensen de kans te geven om deel te nemen aan het arbeidsproces.’

SROI

Aan de bij Empatec vervaardigde producten hangt GreenMatter sinds kort een SROI-label. SROI staat voor social return on investment en heeft tot doel om meer werkgelegenheid te creëren voor mensen met een grote(re) afstand tot de arbeidsmarkt. ‘Ik merk dat hier steeds meer vraag naar komt uit de markt. Wij geven nu heel concreet per product aan hoeveel SROI-uren erin zitten. Een picknickbank telt bijvoorbeeld 7,5 SROI-uren. Dit betekent dat iemand bij Empatec deze tijd besteed heeft aan het in elkaar zetten van zo’n bank.’

Win-winsituatie

Er geldt geen verplicht SROI-percentage in aanbestedingen, maar in de praktijk is dit vaak

‘Het is heel waardevol dat wij op deze manier onze maatschappelijke rol oppakken’

Kilian Peschel



twee tot vijf procent van de aanneemsom, weet Peschel uit ervaring. ‘Dat lijkt misschien niet zo veel, maar op een omzet van bijvoorbeeld een miljoen euro gaat het toch om een groot bedrag. Je kunt hieraan voldoen via stages of schenkingen aan een goed doel, maar met onze producten kan dat natuurlijk ook. Er is dan sprake van een win-winsituatie. Met de aanschaf van een product van gerecycled

kunstgras toon je niet alleen maatschappelijke betrokkenheid, maar help je ook mee om toe te werken naar een circulaire economie. Door kunststof opnieuw te gebruiken als grondstof, voorkom je dat het afval wordt.’

Het zijn twee USP’s van GreenMatter. ‘Ik neem dit natuurlijk altijd mee in mijn verhaal aan klanten. Zo wil ik hen er bewuster van maken dat het belangrijk is om naar een circulaire economie toe te werken en dat iedereen meelt in deze maatschappij.’ Op de website van GreenMatter wordt het aantal ‘vermarkte’ SROI-uren bijgehouden. De teller staat al op 2000 uren. Peschel: ‘Het is heel waardevol dat wij op deze manier onze maatschappelijke rol oppakken. Opdrachtgevers reageren positief.’ Op de website wordt ook het verwerkte aantal kilogram gerecycled kunstgras bijgehouden. Zo laat GreenMatter heel concreet zien hoe het bedrijf streeft naar een groenere en socialere toekomst.



BE SOCIAL
Scan, lees & deel!