

DUURZAME | DINSDAG

2012



GreenWish 

Analyse Duurzame Dinsdag 2012

Analyse van 389 ingezonden duurzame initiatieven

Een project in opdracht van het Ministerie van Infrastructuur en Milieu

GreenWish, 22-08-2012

Rinske van Noortwijk, Ineke van Zanten, Kike Olsder, Mirella Sterrenburg



Inhoud

1. Inleiding	3
2. Duurzame Dinsdag in cijfers.....	3
3. Wat leeft er in Nederland?	6
3.1. Energie in de hoofdrol	6
3.2. Andere belastingen graag	6
3.3. Duurzame lifestyle – makkelijk en leuk.....	7
3.4. Systeem bugs	8
3.5. Innovatie komt van mensen.....	8
3.6. Ruilen en delen is het nieuwe kopen.....	9
4. Tot slot	10



1. Inleiding

Overall in Nederland zijn mensen bezig met projecten en ondernemingen die bijdragen aan een duurzamere wereld: op het gebied van energie, schone zeeën, nieuwe vervoersconcepten, afval, gezonde voeding, herbestemming van grond of materiaal, nieuwe woonconcepten, etc. Het zijn frisse ideeën, van vrijdenkers. Ieder jaar vraagt Duurzame Dinsdag aan mensen om deze ideeën zichtbaar te maken. Een kans voor beleidsmakers en politiek om te zien wat er speelt en zich hierdoor te laten inspireren: Research en Development op een presenteerblaadje.

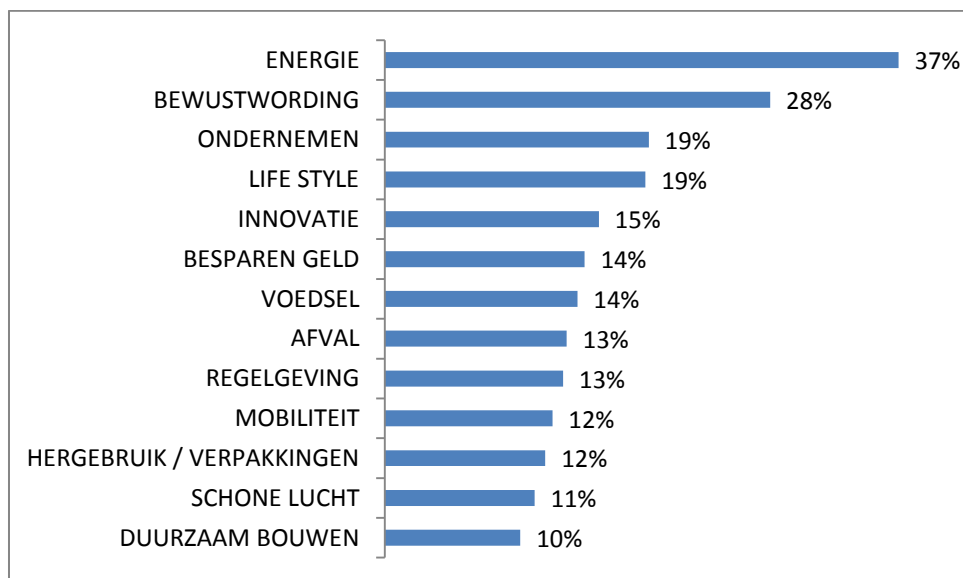
Dit is de analyse van de 13^e Duurzame Dinsdag. Dit jaar zijn er 389 initiatieven, allemaal te vinden op de site www.duurzamedinsdag.nl. De analyse en de 389 initiatieven zijn op 4 september 2012 aangeboden aan demissionair Staatssecretaris Atsma. We hopen dat we met het event Duurzame Dinsdag en met deze analyse zoveel mogelijk mensen enthousiast krijgen om de creativiteit in de samenleving een grotere rol te geven. We kunnen het ons eigenlijk niet veroorloven om het niet te doen!

Voor meer informatie over de analyse kan je terecht bij GreenWish www.greenwish.nl

2. Duurzame Dinsdag in cijfers

Onderwerpen

Dit jaar zijn er 389 inzendingen, dat is ongeveer net zoveel als vorig jaar (2011:417). Hieronder de onderwerpen op aflopende volgorde. Inzendingen kunnen onder meerdere onderwerpen vallen.

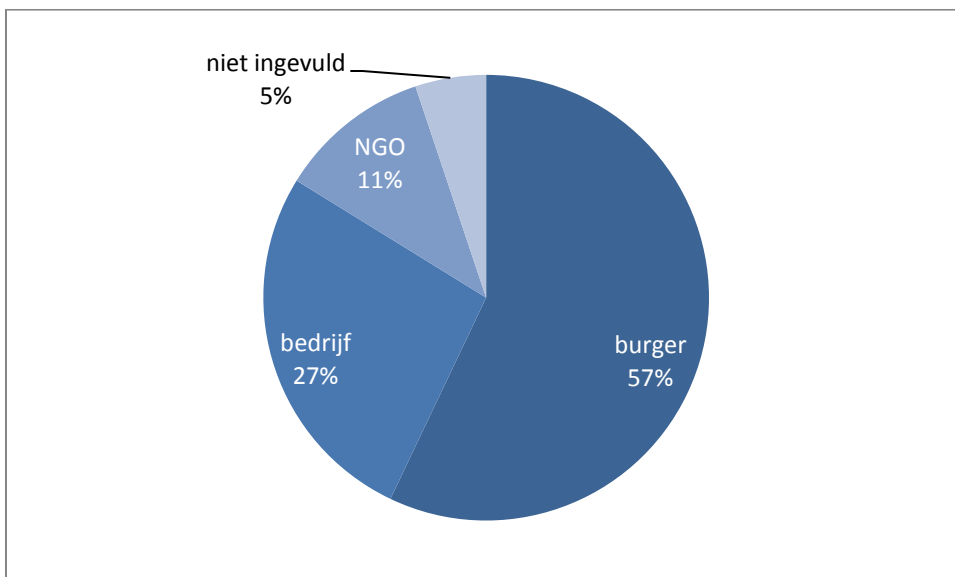




Net als in vorige jaren is 'Energie' het meest genoemde onderwerp. Het aandeel energie-initiatieven stijgt nog altijd: 37% dit jaar ten opzichte van 26% vorig jaar. Energiebesparing en -opwekking is voor velen de meest concrete invulling van duurzaamheid. Het hoge aantal energie initiatieven komt ook omdat aan veel andersoortige initiatieven een energiecomponent zit. Streekproductie van voedsel leidt bijvoorbeeld ook tot brandstofbesparing op vervoer.

'Bewustwording' gaat over initiatieven die mensen willen helpen bij, of attenderen op, een duurzamere levensstijl. Bewustwording gaat vaak samen met 'Lifestyle': manieren om je gedrag, in je directe leefomgeving, op een duurzame manier aan te passen. Moderne technologie en social media spelen hier een rol: bijvoorbeeld apps als duurzame hulpmiddelen. Vorig jaar zijn deze categorieën gescoord als 'Woonmilieu en leefomgeving' en was het aandeel 12%, dit jaar zit ongeveer 25% van alle initiatieven op dit aandachtsgebied.

Wie zijn de initiatiefnemers



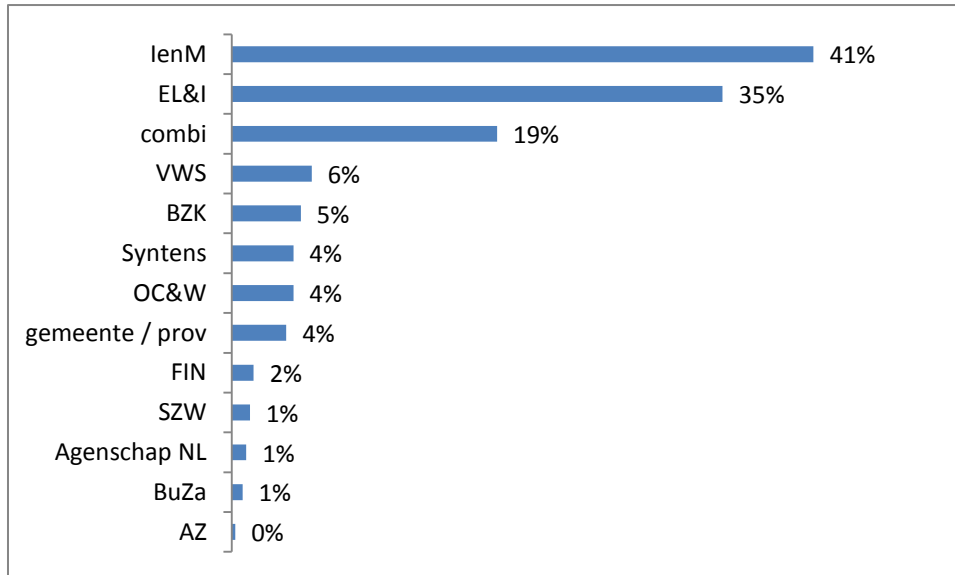
Hoewel het aantal inzendingen afkomstig van maatschappelijke organisaties of NGOs dit jaar is gegroeid ten opzichte van vorig jaar (2012: 11% tov 2011: 2%), is het overgrote deel van de inzendingen van particulieren (2012: 57% tov 2011: 46%). Dit sluit aan bij de trend die we zien in de maatschappij: meer burgers pakken zelf maatschappelijke vraagstukken op, waarmee de relatie tussen overheid, burger en bedrijfsleven een nieuwe invulling krijgt. Dit wordt vaak "De energieke samenleving" genoemd.

Opvallend dit jaar is dat het grootste percentage inzendingen uit Flevoland komt (14 %). In Flevoland zijn in de aanloop naar Duurzame Dinsdag drie bijeenkomsten georganiseerd, waar burgers, bedrijven en gemeenten zijn gevraagd naar ideeën. Dat loont dus, mensen zo rechtsreeks vragen naar hun ideeën!



Voor wie relevant

De meeste onderwerpen liggen op het terrein van de ministeries van Infrastructuur en Milieu en van Economische Zaken, Landbouw en Innovatie. De meeste inzendingen hebben een landelijk bereik op het oog. Vier procent was specifiek lokaal georiënteerd.



Overige opmerkelijke getallen

In 37% van de gevallen heeft de initiatienemer aangegeven geld nodig te hebben voor het idee. De verwachting (angst), dat duurzame, maatschappelijke initiatieven vooral vragen om geld, is dus niet gestaafd. 'Nodig overig' is de op twee na grootste categorie: dat is een verzameling van (ondersteunings)wensen zoals: samenwerkingspartners, kennis van Europese subsidies, proeflocatie etc. Vragen om contact met de overheid (!) en hulp bij PR en bekendheid scoren beiden een hoge derde plaats 27%.¹

Dit jaar hebben we ook het aantal inzendingen geteld dat zich richtte op een werkveld, waar de inzender zelf niet direct bij machte was om iets te veranderen. Zoals: *"De gemeente moet slimme straatverlichting regelen."* Deze categorie scoorde relatief hoog: 32%.

10% van de ideeën ging over onderwerpen die te maken hadden met 'weeffouten in de bestaande structuren'. Dat zijn bijvoorbeeld initiatieven die blootleggen dat gemeenten niet betalen voor *afgenomen* stroom voor straatverlichting (per kWh), maar voor de *capaciteit* (x aantal verlichtte

¹ Voor alle duidelijkheid: het gaat dus niet specifiek om 'wat de inzenders nodig hebben van de overheid', maar wat ze in algemene zin nodig hebben. Een belangrijk deel van wat ze nodig hebben, is te vinden in de samenleving, bij ondersteuningsorganisaties, andere bedrijven, crowdfunding organisaties etc.



straten). Hierdoor is er geen financiële prikkel voor de gemeenten om te bezuinigen (veel netwerken blijken zelfs onbemeterd.).

3. Wat leeft er in Nederland?

3.1. Energie in de hoofdrol

Ook dit jaar gaan veruit de meeste initiatieven over energie en dan vooral over energie opwekking. Heel veel mensen zijn bezig met het benutten van de zon. Mensen willen de plaatsing van zonnepanelen versnellen, (bv. Masterplan voor de combinatie van asbestsanering en aanleg zonnepanelen in de landbouw (nr. 230)², Mobiele zonnepanelen-unit voor tijdelijk braakliggende terreinen (nr. 269), of voor op de daken van bedrijventerreinen (nr. 75)). Verschillende keren wordt een beroep gedaan op overheden en woningcorporaties om zonnepanelen in te kopen/voor te financieren, waarna eigenaren/huurders de panelen afbetalen via de energierekening (bv. nr. 53 en 64). Mensen vragen de overheid ook om zonnepanelen bij nieuwbouw te verplichten (nr. 51) of zelfs alleen energie-zelfvoorzienende bouwplannen goed te keuren (nr. 74).

Daarnaast zijn er diverse technische uitvindingen op energiegebied. Bijvoorbeeld Solar Wash: een warmte-terugwinsysteem op vaatwassers, waarmee je tapwater kunt voorverwarmen (nr. 187) en een voorschakelunit voor wasmachines (nr. 346). Of Heatsavr: een vloeibare zwembadafdekking die de verdamping van water remt waardoor zowel chemicaliën als 35% energie worden bespaard (nr. 131). Solarmasten Sirius en Seginius: kunnen zowel wind- als zonnestroom opwekken (nr. 31). Zij zijn op zoek naar samenwerkingspartners.

Inspirerend zijn de initiatieven die een hele andere benadering promoten van energieopwekking en -gebruik. Dit 'omdenken' zie je bijvoorbeeld bij TEO (tochtstroom energie opwekker): wek dáár energie op, waar je het gebruikt, in huis, zonder molens (nr. 100).

3.2. Andere belastingen graag

Echt nieuw is dit jaar het flink aantal initiatieven waarin 'sturen met belasting' wordt voorgesteld. Kern van de zaak: belast dat wat je *niet* wilt, belast minder dat wat je *wel* wilt. Mensen willen dus graag dat de overheid stuurt naar duurzaamheid door middel van het creatief inzetten van het instrument belasting of andere fiscale prikkels. Dit is een belangrijk signaal, nu dat de overheid veel minder kan sturen met subsidies.

Enkele voorbeelden: nieuwe belastingvormen waardoor biologisch voedsel goedkoper wordt (nr. 149 en 155) en Btw-verhoging op niet-duurzame producten, zoals TL/PLC-lampen (nr. 205 en 251); vrijgekomen koopsompolissen belastingvrij maken voor investeringen in verduurzaming van huizen; lager belastingtarief voor huizen met een energielabel A (nr. 253) of schaf voor hen het eigen woningforfait af (nr. 122); staffelprijzen voor de energiebelasting van gas: hoe meer verbruik, hoe

² De nummers verwijzen naar de inzendingen. Deze zijn te vinden in een apart document en op de site van Duurzame Dinsdag www.duurzamedinsdag.nl.



hoger het tarief (nr. 117); bedrijven die zich inzetten op MVO-gebied ontvangen korting op de OZB (nr. 89).

“Koopsompolissen die vrijkomen, mogen onbelast worden aangewend voor duurzame milieu-investeringen, zodat er geld beschikbaar komt voor het nemen van milieumaatregelen op allerlei vlak. Bv: koopsompolis wordt sedumdak, koopsompolis wordt zonnepaneel etc.

De aanwending mag in ruimste zin, zodat de economie weer gestimuleerd wordt - en het resultaat voor een ieder en ons samen een duurzamer Nederland oplevert.”

(nr.237: Vergroenen koopsompolis)

3.3. Duurzame lifestyle – makkelijk en leuk

Met veel tips, apps en websites wordt het mensen steeds gemakkelijker gemaakt om het dagelijks leven te verduurzamen. Het gaat dan om alle aspecten van het alledaagse: slim inkopen, eten, koken, tuinieren, afval weggooien, maar ook trouwen en verhuizen. De drempel om rekening te houden met het milieu wordt lager gemaakt door informatie van burgers aan burgers. Het moet vooral leuk zijn en het zelf-doen wordt gestimuleerd (voedsel verbouwen, zelf repareren, energie opwekken etc.).

Een greep uit de initiatieven: De recycle reminder is een app die je herinnert wanneer vuil wordt opgehaald en tips geeft om beter afval te scheiden (nr. 83); Neighbour fruit, is een app waarmee je kunt zien waar thuisverkoop van groente en fruit plaatsvindt (nr. 123); Thuis Afgehaald, een online platform om kliekjes te delen (nr. 222); Groenruil is een marktplaats voor het hergebruik van groen materiaal/tuingoed (nr. 152); voor wie dagelijkse inspiratie wil, is er de #groentwittertip en de duurzaamheids scheurkalender (nr. 189) en Eco-chic trouwen (nr. 183) en Verhuis Elektrisch (nr. 224) maken trouwen en verhuizen CO₂ neutraal én stijlvol!

“1.000.000 druppels maakt 1.000.000 mensen bewuster van hun rol in duurzaamheid. Mensen krijgen wekelijks een duurzame tip die ze zelf kunnen toepassen. We laten zien dat hun inspanning geen 'druppel op de gloeiende plaat' is; we tonen het effect van 1.000.000 mensen die de tip uitvoeren. Inmiddels doen er 300 partnerorganisaties mee, waaronder gemeenten, scholen en bedrijven. Dit project is uniek omdat het via de werkgever ook mensen bereikt die niet zelf naar websites over duurzaamheid zouden gaan.

(nr.8: www.eenmiljoendruppels.nl)



3.4. Systeem bugs

Ook nieuw dit jaar is dat mensen zeggen: de huidige manier van organiseren klopt niet. Het is directe kritiek op weeffouten in de systemen. Deze systemen klopten waarschijnlijk toen ze werden bedacht, maar zijn in de huidige situatie niet meer logisch, te ver doorgevoerd of hebben inmiddels ongewenste bijeffecten.

Bijvoorbeeld: voedselbanken krijgen alleen blikvoer of andere lang houdbare producten. Er wordt voor gepleit dat ook producten van de versafdeling naar de voedselbank moeten: *“Alle “ten-minste-houdbaar-tot”-producten uit supermarkten, die vlak voor of over de datum zitten, kunnen naar de voedselbank”* (nr. 207). In de praktijk gebeurt dit niet en is het voor supermarkten door regelgeving lastig om dergelijke producten te doneren. Zij blijven juridisch aansprakelijk voor de gevolgen van die producten.

“Een bezorgservice op voor groentepakketten met producten die door tuinders zijn afgekeurd, omdat supermarkten ze niet accepteren. Deze kromme komkommers of tweebeelige wortels brengen wij op de markt als unieke en ‘geredde’ exemplaren, om zo voedselverspilling tegen te gaan.”

(nr. 301: Kromkommer)

3.5. Innovatie komt van mensen

Er is dit jaar een flink aantal technische innovaties van particulieren en kleine bedrijven (15%). De meesten zijn op zoek naar samenwerking met grotere bedrijven en financiering van onderzoek en prototypen. Onderzoek is een kostbare fase, waarbij de investeerder niet weet óf, en zo ja wanneer, de investering wordt terugverdiend. Samenwerking met bedrijven en universiteiten zou hier uitkomst bieden.

Oryon Watermill is een watermolen die geheel (diep) onder water zijn werk doet en werkt al met een waterstroming vanaf 1 m/s (dus ook getijde- en zeestroming). Hiermee kan waterkrachtenergie worden opgewekt op plaatsen waar dat eerder niet kon. De watermolen is bedoeld voor toepassing in vrije stroming dus géén kunstwerken nodig en géén belemmering voor scheepvaart (nr. 373). Een innovatie die nog aan het begin staat is de Recycling windmolenbladen. Het is een bedrijf in wording die de bladen van windmolens upcycled in vezels en olie. Het sluit de cirkel van de windmolenindustrie en is dus Cradle2Cradle. Het project biedt tevens perspectieven voor de automotieve en de luchtvaartindustrie, waar composieten steeds meer worden gebruikt en afval een probleem zal worden. De initiatiefnemers zoeken een consortium van bedrijven om mee samen te werken (nr. 170).

Twee jongeren uit Zeeland vonden een duurzaam alternatief voor (giftige) rode inkt. De inkt werkt goed in pennen, maar ze willen nu de stap zetten naar drukinkt. Ze zoeken contact met drukkers die hen verder kunnen helpen (nr. 371). Voor hen zou ook het Platform voor innovatieve en duurzame oplossingen uitkomst bieden, waar technische ideeën kunnen worden aangeboden als onderzoeksproject voor studenten (nr. 87).



De overheid wordt vaak gevraagd launching customer te zijn. Je komt er als startend bedrijf met innovatief idee niet zomaar tussen. De overheid kan hier juist in de opdrachtersfeer verschil maken. Dat vraagt om lef bij inkopers die op méér dan alleen de prijs kunnen aanbesteden.

*“Een betonnen taludblok dat zorgt voor een bovengemiddelde stabiliteit en een significant sterkere golfoploopreductie dan bestaande oeverbescherming. Door toepassing hoeven dijken minder, of soms helemaal niet, verhoogd te worden. Het beton wordt CO2-arm geproduceerd en door de vormgeving wordt er ruim 30% beton bespaard ten opzichte van conventionele taludblokken. Door de werking van het steen zouden de eisen voor het formaat/gewicht sterk gereduceerd kunnen worden, wat de duurzaamheid in de waterbouw sterkt verhoogd. Maar het adagium in de waterbouw lijkt momenteel ‘meer beton is beter’, en de markt is conservatief. In samenwerking met andere ketenpartners die dit product een kans willen geven, kan een opening op de markt gecreëerd worden voor duurzame vernieuwing”
(nr. 285: Hillblock)*

Tussen de regels klinkt de roep om serieus genomen te willen worden als particulier met een goed idee (tov bedrijven). Men wil gezien en erkend worden en toegang hebben tot facilitering. *“Niet bedrijven, maar MENSEN hebben innovaties.”* (nr. 269: Brick Blocks).

3.6. Ruilen en delen is het nieuwe kopen

Ruilen en delen is het nieuwe kopen. Daarvoor is het nodig dat je elkaar vindt. Dit jaar zijn er veel digitale marktplaatsen. Marktplaatsen voor het ruilen/matchen van vraag en aanbod van tuingoed, zelfbereide maaltijden, (mantel)zorg, spullen die je over hebt van het klussen, spullen die over zijn bij de overheid etc. Belangrijkste motivatie is duurzaamheid door betere benutting van levensduur en capaciteit van producten: *“De ander hoeft het niet te kopen, ik gooi het niet weg en het product wordt goed gebruikt”*. Ook is geldbesparing een vaak geziene motivatie in deze tijd.

Bijeffect van dit soort initiatieven is dat mensen bij de uitruil elkaar ontmoeten. De digitale marktplaatsen hebben hierdoor ook een sociale waarde.



“Eenvoudig en dichtbij: In Nederland zijn 8 miljoen auto's die minder dan 1 uur per dag rijden en de rest van de tijd stilstaan. Via SnappCar kun je als particulier je auto verhuren aan anderen en op die manier een deel van je autokosten terugverdienen. Als huurder huur je een auto bij je om de hoek tegen aanzienlijk lagere kosten met een breed aanbod. Daarnaast zorgt particulier autodelen ook voor sociale cohesie in je buurt en leidt aantoonbaar tot milieuvoordelen doordat er minder auto's worden geproduceerd en er minder gereden wordt”

(nr. 191: Snappcar)

4. Tot slot

Een inzender zei: *“Ideeën komen van mensen, niet van bedrijven. Het is een persoon met een idee.”*. We zien vooral innovaties van grote bedrijven slagen, omdat deze genoeg slagkracht en vermogen hebben om nieuwe producten breed weg te zetten. Dit heeft een eenling niet, maar dat zegt niets over de kwaliteit van zijn idee.

Zie hier: de nieuwe Topsector. Heel veel mensen hebben spannende ideeën om de samenleving te verduurzamen. Mensen willen het zelf doen. Ze vragen net als de andere Topsectoren om inhoudelijke ondersteuning van ondersteuningsorganisaties, overheid en (andere) bedrijven. Ze vragen om launching customers en een level playing field. Bovenal vragen ze om serieus genomen te worden. Het is de creativiteit van *mensen*, die ons gaat helpen naar een duurzamere, betere wereld.

“Beperk innovatiemiddelen niet tot technische innovaties en niet tot de grote spelers. Reserveer een deel van de middelen en inzet om een structuur te creëren voor de ‘kleintjes’. Wees gesprekspartner en zorg dat ze bij ondersteuningsorganisaties terecht kunnen.”

“Steun, ondanks de (economische) zorgen, ruimte voor initiatieven die juist in deze tijd kansrijk kunnen zijn en bij kunnen dragen aan economische groei en milieu.”

“Wees een facilitator voor bedrijven en/of mensen die een stap willen zetten op het gebied van duurzaamheid. De wil is voldoende aanwezig, wat mensen nodig hebben is een lange termijn visie en duidelijke kaders die zekerheid geven.”

(Boodschappen aan het Kabinet, geformuleerd door inzenders)