

Het Hoe en Waarom #11

Duurzaam Bankieren





De laatste stand van zaken op het gebied van 'green bonds'

In Richard Reporting bezoekt Richard Kooloos, Hoofd Duurzaam Bankieren, verschillende collega's binnen de bank om de vraag te beantwoorden welke resultaten worden geboekt op het gebied van duurzaamheid. Deze keer spreekt hij met Joop Hessels en Dick Ligthart om meer te weten te komen over green bonds.

Een 'green bond' (groene obligatie) is een obligatie waarmee beleggers investeren in duurzame projecten. Bijvoorbeeld in leningen voor duurzaam vastgoed of duurzame energie. Het werkt zo: een institutionele belegger, bijvoorbeeld een pensioenfonds, investeert in een 'schuldbewijs' van een bank of een bedrijf. De obligatie dient als financiering voor duurzame projecten en er wordt een rente over vergoed. Door het

kopen van een groene obligatie, weten institutionele beleggers precies welke duurzame impact er wordt gemaakt. Een derde partij controleert of de besteding van het bedrag op een goede en transparante manier gebeurt.

ABN AMRO lanceerde als eerste Europese bank in juni 2015 een green bond van 500 miljoen euro en heeft onlangs haar derde green bond uitgegeven. Met de opbrengst

van de groene obligaties(her) financiert ABN AMRO hypotheekleningen voor energiezuinige woningen, leningen voor zonnepanelen en duurzaam commercieel vastgoed. ABN AMRO adviseert ook zakelijke klanten hoe een green bond kan worden opgezet en begeleidt de uitgifte van dergelijke obligaties naar beleggers. In 2017 heeft ABN AMRO 12 verschillende bedrijven en banken ondersteunt met het opzetten en uitgeven

van groene obligaties, waaronder banken zoals Swedbank en Barclays en het energiebedrijf Innogy.

Middels de dienstverlening aan klanten bij het opzetten van groene obligaties levert ABN AMRO een bijdrage aan de markt voor green bonds. Op 28 maart werd

de bank uitgeroepen tot 'Green Bond Lead Manager of the year' in de categorie banken door het nieuwsplatform Environmental Finance dat gespecialiseerd is in duurzame beleggingen en groene financieringen.



In een elektrische deelauto duurzaam naar klanten

Na een succesvolle pilot in Eindhoven vorig jaar is nu ook de uitrol van de Amber Car Sharing Fleet in Amsterdam een feit. Sinds kort gaan relatiemanagers van ABN AMRO Commercial Banking vanaf hun standplaats op de Zuidas in een elektrische deelauto op klantbezoek. Reserveren werkt via een speciale Amber app. Hierin geef je aan hoe laat je wilt vertrekken, naar welke bestemming en bij welke hub je de auto wilt afhalen. Amber zorgt er dan voor dat de BMW i3 op het gewenste tijdstip en de gewenste vertreklocatie beschikbaar is.

Voor Fred Bos, directeur Commercial Banking Clients, past het Amber-concept zeer goed bij de duurzame ambities van de bank. Fred: 'Elk bedrijf moet een bijdrage leveren aan het verminderen van de CO2-uitstoot. Op het gebied van vastgoed en mobiliteit valt er veel te winnen. Met het gebruik van de vloot van Amber zijn onze ritten naar zakelijke klanten volledig

CO2-neutraal. Binnen de bank willen we dit concept dan ook geleidelijk landelijk uitrollen. Op die manier dragen we ook weer een stuk bij aan het behalen van de klimaatdoelstellingen. Maar uiteraard hopen we hiermee ook onze zakelijke klanten te inspireren. Het concept gaat pas echt goed werken bij veel deelnemers en een landelijke dekking.'

Tijd rijp voor autodelen

Voor de nieuwe generatie is het hebben van vervoer veel belangrijker dan het hebben van een auto. Fred: 'Dat is inderdaad een duidelijke trend. Tegelijkertijd begint dat idee ook bij oudere generaties post te vatten. En dat is ook wel logisch. De wegen zijn overvol. Parkeergelegenheid wordt schaarser en is zeker in stedelijke

gebieden duur. Voor bedrijven wordt het steeds lastiger hun logistieke bereikbaarheid te organiseren. En wat natuurlijk meetelt, is dat mensen steeds bewuster bezig zijn om zichzelf duurzaam van A naar B

Deze innovatieve hotspot biedt ook ruimte voor andere initiatieven dan alleen bankieren. Zo kwamen wij in contact met Amber en hebben we samen met hen een business case ontwikkeld. We hebben eerst

te halen, is dat natuurlijk niet fijn. Met de landelijke uitbreiding van de Amber-vloot en een toename van het aantal klanten komen er steeds meer hubs. Daarnaast zijn er ook slimme oplossingen te bedenken die het gebruik gemakkelijker maken. Als je bijvoorbeeld in Amsterdam werkt, in Hoorn woont en de volgende morgen vroeg in Alkmaar een afspraak hebt, kun je de auto de avond ervoor vanuit Amsterdam al meenemen en de volgende morgen rechtstreeks vanaf huis op klantbezoek gaan. Of andersom natuurlijk als je aan het eind van de dag deze klant bezoekt. Voorwaarde is wel dat je de auto de volgende morgen voor half negen terugbrengt. Zodat anderen de auto kunnen gebruiken.'

Nick Duinmaijer - Relatiemanager Commercial Banking Clients

'Het voordeel van flexibele mobiliteit zie ik absoluut. Het is allereerst goed voor het milieu. Maar ook voor onze duurzame uitstraling naar klanten en de samenleving als geheel. De Amber auto's rijden geweldig. Reserveren is eenvoudig. Via een pushbericht ontvang je het kenteken en via de app unlock je de auto. Ik zie ook wel wat verbeterpunten. Hoe ga je bijvoorbeeld om met een afspraak die langer duurt dan verwacht? Of wat doe je als, eenmaal onderweg, blijkt dat de auto onvoldoende capaciteit heeft om de volgende klantafpraak te halen? Een netwerk met voldoende hubs zal straks veel van die praktische bezwaren wegnemen.'

te verplaatsen. Als je dat allemaal bij elkaar optelt, is het delen van auto's voor zakelijk en zeker ook voor particulier vervoer een logisch gevolg. Het gebruik van Amber lost veel van die problemen op. Maar dat moet dan wel stap voor stap. De vloot is nu nog niet groot genoeg om volledige dekking door heel Nederland te kunnen bieden.'

Het initiatief voor de Amber Car Sharing Fleet komt bij de Eonic-hub van ABN AMRO vandaan. Fred: Vorig jaar juni heeft de bank innovatiecentrum Eonic opgericht. Dit is de plek waar de werelden van fintechs en de bank samenkomen.

een pilot gedaan in Eindhoven. Dat ging gepaard met een paar kleine kinderziektes en leverde ook belangrijke inzichten op. Zo heeft het autodelen via Amber alleen bestaansrecht als je het niet facultatief stelt. En bleek het voor Amber belangrijk de garantie van vervoer en beschikbaarheid beter in te richten.'

Mobiliteit steeds verder verhogen

Fred vervolgt zijn verhaal: 'Sommige medewerkers wonen ver van hun werk hebben een slechte OV-verbinding. Als je voor een bezoek aan een klant eerst ruim een uur moet reizen om de auto op

Deelauto's hebben de toekomst

Het is niet de vraag of de deelauto een succes gaat worden, het is meer de vraag hoe lang het nog duurt. Fred: 'Ik denk dat het best snel kan gaan nu. Binnen de bank stomen we wat mij betreft snel door naar een uitrol van de elektrische deelauto voor al onze relatiemanagers. Maar ik denk ook aan de andere bedrijfsonderdelen van de bank. We voeren een actief mobiliteitsbeleid in de vorm van zowel ontmoedigende als stimulerende maatregelen. Zo hebben we het aantal vergunningen

Altan Ilhan - Relatiemanager Commercial Banking Clients

'Mijn Amber-experience? Ik zie het als een fijne en plezierige manier van autorijden. En het levert een goed gevoel op. Je ervaart namelijk ook echt dat de auto geen directe uitstoot genereert. Het is een vernieuwend en verfrissend concept. Delen is het nieuwe bezitten en daar speelt Amber goed op in. Ik vind het belangrijk dat de bank volop inzet op duurzaamheid. Ik gebruik het ook in gesprekken met klanten en noem nu ook het Amber-concept als voorbeeld. Of er nog nadelen zijn? Voor mij persoonlijk niet. Maar er zijn wel collega's die nog niet staan te juichen. Ik denk dat het ook een beetje een generatie-ding is. Voor jongeren is delen al heel gewoon, anderen moeten daar nog aan wennen.'

rond ons hoofdkantoor drastisch teruggebracht, bieden we medewerkers die van ver komen een P+R faciliteit op hun OV-kaart, maakt een elektrische fiets met voldoende oplaadpunten deel uit van het keuzepakket van werknemers en heroverwegen we

elk jaar de regels voor het hebben van een leaseauto. Dan moet je denken aan het minimum aantal zakelijke kilometers per jaar, maar ook aan de milieueisen die wij stellen aan de leaseauto's waarin medewerkers rijden.'



Business Innovation Workshop biedt Kemie nuttige handvatten

Duurzaam ondernemerschap en een circulair businessmodel zijn in veel bedrijven inmiddels bekende begrippen. Toch blijkt het in de praktijk vaak lastig om hier handen en voeten aan te geven. Reden voor de bank om een tweedaagse 'Business Innovation Workshop' voor zakelijke relaties te organiseren. In het circulaire paviljoen Circl gingen 19 deelnemers - samen met relatiemanagers van de bank - aan de slag met een duurzaam en circulair businessmodel voor hun bedrijf. Namens Kemie uit Helmond - topspeler in stenen werkbladen voor keukens en andere toepassingen - woonde Jean-Paul Fransen de workshop bij. Hij werd bijgestaan door relatiemanager Bart Odekerken.

Jean-Paul zag de workshop als een mooie kans. 'Ik ben persoonlijk zeer betrokken bij het thema duurzaamheid. Bij Kemie hebben we door de jaren heen al wel duurzame stappen gezet, maar er valt nog een wereld te winnen. Onze oorsprong ligt in natuursteen,

later kwam hier composiet bij en nog weer later keramiek. Door deze veranderingen in het materiaal kunnen we de productie nu veel meer sturen en alleen maken wat we nodig hebben. Bij natuursteen blijft een restproduct over. In een steengroeve moet je maar zien welke

uitgehakte blokken bruikbaar zijn om als aanrechtblad te dienen. Bij het uithakken van het aanrechtblad komt het nodige afval kijken, maar ook dat proberen we vandaag de dag tot een minimum te beperken. Ook hebben we de dikte van onze keukenbladen teruggebracht, dat

scheelt in materiaalgebruik. Materiaal is kostbaar en grondstoffen zijn in veel gevallen eindig. Daar moet je bewust mee omspringen en jezelf steeds de vraag stellen hoe je de schadelijke impact op de omgeving zo klein mogelijk houdt. Het draait allemaal om bewustzijn.'

Samenwerken in de keten

Jean-Paul ziet het jaar 2023 als een belangrijke pijlpaal. 'In dat jaar gaat de overheid alles circulair aanbesteden. Daar kun je als bedrijf wel je ogen voor sluiten, maar de vraag is of dat slim is. Van de andere kant is het best lastig om zo'n circulaire draai te maken. Je wilt dit toch planmatig aanpakken en er de juiste focus inleggen. Wat dat betreft kwam de workshop als geroepen. We moesten zelf flink aan de slag en werden stevig uitgedaagd. Tot dan toe was mijn gezichtsveld beperkt tot onze afnemers en toeleveranciers. In de workshop moesten we veel dieper graven en de hele keten in kaart

brengen. Dan besef je dat de wereld waarin je je beweegt en waarop je invloed kunt uitoefenen veel groter is. Toen ik kort na de workshop naar een beurs ging, merkte ik aan mezelf dat ik daar op een andere manier rondliep. Ik ben inkoopmanager en was ineens heel anders naar producten aan het kijken. Een bijzondere ervaring, die workshop miste zijn uitwerking duidelijk niet.'

Relatiemanager Bart kan dit alleen maar beamen: 'De grootste les van de workshop is voor mij de noodzaak van samenwerken. De echte impact bereik je door met andere partijen de handen ineen te slaan. Dat was ook de reden dat we de hele keten met alle spelers in kaart moesten brengen. In het geval van Kemie zijn dat overigens meerdere ketens voor de verschillende materialen die zij toepassen in hun producten. Als je dat goed inventariseert en analyseert, kun je vervolgens je focus bepalen en doelen gaan

stellen. Onze relaties werden ook uitgedaagd om met een andere blik naar hun eigen verdienmodel te gaan kijken. In het geval van Kemie kun je dan gaan nadenken over het terughalen van werkbladen als een keuken wordt afgebroken. Die materialen zijn immers slijtvast en tot in het einde van dagen goed te gebruiken, eventueel in een andere toepassing. Je kunt dan samen met de detailhandel gaan kijken hoe je deze retourstroom kunt inpassen in een nieuwe circulaire keten. Nu verdwijnen die oude werkbladen bij het afval.'

Duurzaam commitment binnen je bedrijf

Jean-Paul kijkt met veel tevredenheid op de workshop terug. 'Ten eerste heb ik veel nieuwe kennis opgedaan. Daarnaast ben ik uitgedaagd om veel dieper na te denken over de duurzame positie van Kemie in de keten. Ook zie ik het als een grote meerwaarde dat de sessies allemaal

plaatsvonden in het circulaire paviljoen van ABN AMRO. Een zeer inspirerende omgeving waar je met eigen ogen kunt zien hoe circulariteit zich vertaalt in een gebouw. Maar het blijft niet bij twee mooie leerzame dagen. Het is nu aan mij als vlaggendrager om de andere mensen bij Kemie mee te krijgen in de verandering. Ik heb mijn bevindingen en lessen inmiddels gepresenteerd aan de directie en het management. In een stuurgroep gaan we de diverse focusgebieden bepalen en acties uitzetten. Net zoals samenwerken binnen de keten ontzettend belangrijk is, geldt dat uiteraard ook binnen je eigen bedrijf. Echt grote

veranderingen kun je niet aan een enkeling overlaten, daarvoor heb je een breed draagvlak in je organisatie nodig. Dat commitment moet je met elkaar hebben, anders kom je er niet.'

Als het aan Bart, ligt volgen er meer van dit soort workshops. 'Ik kijk er met een zeer positief gevoel op terug. Circulariteit is een van de duurzame focusgebieden van de bank. Door onze zakelijke relaties hierin actief te betrekken en ook uit te dagen, breng je het vliegwiel aan het draaien. Dat is mooi om te zien en hartstikke inspirerend, maar ook ontzettend nodig. Er staan ons allen een paar duidelijke deadlines te wachten,

die nu om actie vragen. Maar dat is allemaal nog niet zo eenvoudig. Waar richt je je op? Waar ga je beginnen? Veel bedrijven hebben hier geen capaciteit of denkkraft voor in huis. Dat wij als bank onze relaties een duwtje in de goede richting kunnen geven, is voor hen van grote waarde. Zeker als je bedenkt dat die bedrijven onderling tijdens zo'n workshop ook veel van elkaar opsteken.'



Speciale aandacht voor duurzaam wonen in hypotheekgesprek

Het verduurzamen van een woning levert huiseigenaren aanzienlijke voordelen op. Het gaat gepaard met lagere energielasten en meer comfort. Bovendien draagt het bij aan een beter klimaat. Ook is het in veel gevallen gunstig voor de waarde van de woning. Toch heeft het verduurzamen van woningen bij particulieren nog geen grote vlucht genomen. Onbekend maakt onbemind. Reden voor ABN AMRO om samen met enkele andere grote spelers op de hypotheekmarkt afspraken te maken over stimulerende maatregelen.

Zo hebben deze partijen zich bijvoorbeeld gecommitteerd aan actieve kennisoverdracht over het verduurzamen van woningen. Ook gaan de hypotheekverstrekkers hun klanten wijzen op de voordelen van een duurzame woning. Daarnaast gaan ze de financiering ervan eenvoudiger maken. Het komt erop neer dat de klant bij het afsluiten van een hypotheek het verduurzamen

van de woning meefinanciert zonder dat hij zich vastlegt op de definitieve energiebesparende maatregelen die hij gaat nemen. Veel huizenkopers weten bij het afsluiten van de hypotheek nog niet precies hoe ze de woning het beste kunnen verduurzamen. De verwachting is dat door de combinatie van maatregelen meer klanten overgaan tot het verduurzamen van hun woning.

Energie label A

Claire Dumas, directeur Hypotheken bij ABN AMRO, is blij met de volgende stap op weg naar een duurzame particuliere woningmarkt. 'Vorig jaar hebben we onze bijdrage aan het terugdringen van CO₂-uitstoot in een concrete ambitie gevat. In 2030 hebben de woningen en kantoren van klanten waarvoor wij een lening hebben verstrekt gemiddeld een

energielabel A. Uiteraard geldt dit ook voor ons eigen vastgoed. Maar ambities hebben is één, vervolgens moet je het natuurlijk ook gaan waarmaken. Bij onze particuliere klanten wordt het verduurzamen van de woning een vast onderdeel van het hypotheekadviesgesprek. We zijn in maart gestart en rollen dit gefaseerd uit. We richten ons op klanten die voor de aankoop of verbouwing van een woning staan. Voorheen gebeurde dat alleen als de klant er specifiek om vroeg of als de adviseur er persoonlijk veel belang aan hechtte. Nu gaan we dit in elk gesprek doen. Uiteraard kiezen we hiervoor een geschikt moment. Ook geven we inzicht in de 6% extra financiering die door het verduurzamen van de woning mogelijk is.'

De Energie Bespaarcheck

De bank biedt particuliere klanten een bijzondere service. Claire licht toe: 'Met de [Energie Bespaarcheck](#) van onze partner De Energiebespaarders geven we onze klanten inzicht in de

mogelijkheden van het verduurzamen van hun woning. Daarnaast rekent de tool uit hoeveel voordeel een energiebesparende maatregel als zonnepanelen, een nieuwe CV-ketel of extra isolatie oplevert. Met een druk op de knop vraag je ook gelijk een offerte of advies op maat aan. In het laatste geval komt er een adviseur bij je thuis. Het is dus echt een totaaloplossing. Zodra je akkoord gaat met de offerte voor de HR-ketel begeleiden De Energiebespaarders ook de installatie.' Claire is zeer te spreken over de eerste resultaten van De Energiebespaarders. 'In een periode van 3 maanden hebben we zo'n 45.000 klanten benaderd. 8.000 hebben de check doorlopen. En al 1.200 klanten hebben hun woning verduurzaamd. Het klimaat is er duidelijk rijp voor. Door tijdens adviesgesprekken intensief in gesprek te gaan over het verduurzamen van de woning verwacht ik dat de Energie Bespaarcheck de komende tijd nog veel meer gebruikers gaat krijgen.'

Toch houdt het pakket aan maatregelen binnen de bank hier nog niet op. Claire: 'We zijn ook intern hard bezig om de groene golf verder in beweging te brengen. Zo hebben we nu door het hele land ruim 50 zeer betrokken groene hypotheekadviseurs. Zij hebben de expertise, zorgen dat deze up-to-date blijft en wisselen actief kennis en ervaringen uit met hun "groene" collega's. Binnen hun marktgebied en team zijn zij de experts op het gebied van het verduurzamen van je huis. Zij brengen hun kennis over op onze andere hypotheekadviseurs, zodat ook zij duurzaam wonen kunnen bespreken met klanten. Ter voorbereiding van het hypotheekgesprek ontvangt de klant een link naar de Energie Bespaarcheck. Dat helpt om duurzaam wonen te bespreken in het adviesgesprek. We zien ook dat klanten het financieren ervan in de eerste berekeningen willen meenemen. De eerste ervaring leert dat dit alles ertoe leidt dat

30% van de klanten het verduurzamen van de woning in het uiteindelijke hypotheekadvies wil opnemen. Daarnaast stimuleren wij ook onze intermediairs om klanten met een hypotheek van ABN AMRO of Florius te wijzen op de voordelen van het verduurzamen van de woning. Ook vragen we hen de Energie Bespaarcheck actief onder de aandacht brengen bij klanten. Door op meerdere fronten tegelijk duurzaamheid te stimuleren, kunnen we onze impact vergroten. En dat is absoluut nodig gezien de ambities die er liggen.'

CO2-uitstoot verminderen

'Soms helpt het om de impact in getallen uit te drukken', gaat Claire verder. '40% van de CO2-uitstoot in Nederland is afkomstig van de gebouwde omgeving. Per jaar stoot het onroerend goed dat wij hebben gefinancierd ongeveer 6 megaton CO2 uit. Wanneer in 2030 de panden en huizen die wij financieren gemiddeld energielabel A hebben, realiseren we een reductie van 2 megaton CO2 per jaar. Dat staat gelijk aan de uitstoot van 800.000 personenauto's. Als je alle klanten die bij ons een financiering hebben

bij elkaar optelt, dan zie je dat onze reikwijdte heel groot is. Het ligt binnen onze invloed om zo'n 3,3 miljoen mensen goedkoper, comfortabeler en milieuvriendelijker te laten wonen en werken. Door samen op te trekken met andere partijen, wordt die impact alleen nog maar groter. Wij zijn dan ook zeer te spreken over de afspraken die we met collega-banken en het Waarborgfonds Eigen Woningen hebben gemaakt.'



Business Innovation Workshop in Circl

Hoe maakt u uw bedrijf toekomstbestendig? Tijdens de Business Innovation Workshop zochten we met ondernemers naar manieren om circulariteit te integreren in hun operationele processen. Zo leerden ondernemers circulaire strategieën toe te passen en keken we naar de financieringsmogelijkheden van deze plannen.

Wat?

Twee dagen lang werden ondernemers uitgedaagd om na te denken over de mogelijkheden van de circulaire economie. De Business Innovation Workshop vond plaats in het circulaire paviljoen Circl. Door na te denken over de impact van alle bedrijfsprocessen in een onderneming en te brainstormen over mogelijke alternatieven werd met de ondernemers gewerkt aan een persoonlijk bedrijfsplan voor de toekomst.

Waarom?

Als alle bedrijven door zouden gaan op de manier waarop dat nu gebeurt, hebben we een paar aardbollen extra nodig. Consumenten en ondernemers putten de aarde op dit moment te veel uit. Door circulair te handelen - en grondstoffen niet te verbruiken maar opnieuw te gebruiken - reduceren we schaarste van waardevolle grondstoffen en verlagen we bovendien de uitstoot van CO₂. Maar hoe doet u dat als ondernemer? Welke stappen moet

u zetten om uw businessmodel aan te passen aan de circulaire economie? Tijdens de Business Innovation Workshop gingen we met ondernemers aan de slag om een nieuwe businessmodel te schetsen én na te denken over de financiering ervan.

Wie?

Tijdens twee sessies van twee dagen gingen 19 ondernemers samen met hun relatiemanager van ABN AMRO aan de slag met experts

van Circle Economy. Deze sociale onderneming streeft ernaar de transitie naar de circulaire economie te versnellen.

De deelnemers kwamen uit verschillende sectoren. Vanuit de agrarische sector deed onder andere de eigenaar van Van der Hoorn Orchideeën mee. Hij zoekt naar alternatieven voor plastic in zijn keten. Vanuit de bouw nam Dura Vermeer deel en uit de zorg het OLVG.

Tijdens de workshop hielpen ondernemers elkaar bij het uitdenken van de circulaire innovatie. Na de twee dagen liepen alle deelnemers de deur uit met een stappenplan. Over drie maanden brengen ABN AMRO en Circle Economy de deelnemers weer samen, zo kunnen inzichten, lessen en successen worden gedeeld.

De ambitie is om ook in de toekomst samen te blijven komen zodat deze kennis niet verloren gaat.

Wanneer?

De sessies vonden plaats in januari en februari. ABN AMRO wil dat minimaal honderd klanten voor juni 2019 hebben deelgenomen aan de workshop.



Handen ineen voor circulair businessmodel Fairphone

Aan de basis staat een duurzaam ontwerp. Het toestel is opgebouwd uit eerlijke materialen. De productie vindt onder goede werkomstandigheden plaats. En zoals je van een circulair product mag verwachten, ligt de focus op hergebruik en recycling. Als gebruiker koop je niet het toestel maar sluit je een contract af voor een uitgebreid servicepakket. Een mooi en sympathiek initiatief waar veel mensen warm voor lopen. Maar hoe vertaal je zo'n circulaire visie in een bestendig en winstgevend businessmodel? Verschillende partijen staken hiervoor de koppen bij elkaar.

De meeste bedrijfsmodellen zijn gericht op bezit. Jij koopt iets, betaalt hiervoor en na betaling is het product van jou. Maar het kan ook anders. Door bijvoorbeeld niet te concentreren op bezit, maar om gebruik en service. Dit vraagt om een andere kijk op kansen en risico's en om een daarop afgestemde financiering. En juist hiervan zijn in de

circulaire economie nog weinig succesverhalen bekend. Sustainable Finance Lab, Circle Economy, Fairphone, PGGM, ING, NBA, Allen & Overy, Circularise en ABN AMRO sloegen de handen ineen. Deze partijen kwamen een [whitepaper met juridische, operationele en financiële oplossingen](#) voor een Product-as-a-Service businessmodel voor Fairphone.

Voor ABN AMRO was deelname aan deze groep een logische stap. Niet alleen is circulariteit een van de focuspunten, ook heeft de bank een aantal duidelijke ambities geformuleerd om de circulaire economie vooruit te helpen. Zo wil de bank samen met klanten in 2020 1 miljard euro aan circulaire bedrijfsmiddelen financieren, 100 circulaire financieringen verstrekken

en de CO2-uitstoot met 1 miljoen ton terugdringen. Het meeschrijven aan de whitepaper was een mooie kans om de kennis en expertise van de bank in te brengen en te verrijken met nieuwe inzichten van andere partijen. Al deze kennis kan bovendien weer ingezet worden voor gesprekken met klanten over soortgelijke businessmodellen.

Samen vooruitgang boeken

Namens ABN AMRO zat Robert Peterson van ABN AMRO Lease aan tafel bij het overleg van het consortium. "Het was een bijzondere samenwerking. Op de eerste dag hebben we met elkaar afgesproken transparant te zijn. Dat is heel belangrijk. Je gaat met elkaar op zoek naar een nieuw evenwicht. Dat kan alleen tot stand komen als je open en eerlijk bent. We brachten elk onze eigen expertise in en gingen op zoek naar de mogelijkheden, grenzen en belemmeringen. Mijn inbreng bestond uit mijn kennis en ervaring met duurzame leasecontracten en met de financiering van circulaire businessmodellen. Bij lease moet

je denken aan zonnepanelen voor het MKB tot LED-verlichting in de industrie. We gingen op zoek naar een combinatie van de robuustheid van lease en de flexibiliteit van een rekening-courant. Het was een waardevolle reis."

Vijf belangrijke lessen

1. Learning by doing

In de transitie naar een circulaire economie is experimenteren met nieuwe businessmodellen van groot belang. Multidisciplinaire experimenten dragen bij aan de ontwikkeling van goed werkende bedrijfsmodellen. Openheid en transparantie zorgen voor een optimale synergie.

2. Modulariteit en een duurzame missie

De modulaire onderdelen van de Fairphone kunnen los van elkaar worden opgewaardeerd, gerepareerd, gereviseerd of recycled worden. Op basis van de losse modules voeg je waarde toe voor de consument en verleng je de economische levensduur van het gehele product.

3. Serviceaanbod en risicoverdeling

Bij Fairphone gaat het om het evenwicht tussen state-of-the-art technologie en de circulaire visie. Het contract moet ruimte bieden voor zowel flexibiliteit als continuïteit. Dat vraagt om een zorgvuldige omschrijving van het serviceaanbod.

4. Nieuwe operationele processen

Voor de consument gaat het om optimaal gebruiksgemak, een hoog serviceniveau en maximale circulaire waarde. De operationele processen moeten passen bij de corebusiness, het type product en het serviceniveau van Fairphone. Hardware management is een kritische succesfactor.

5. Nieuw financieel model

Voor Product-as-a-Service lijkt de combinatie van lease met de flexibiliteit van een rekening-courant het meest geschikt. Als zekerheden voor financiering gelden drie uitgangspunten: een kwalitatief goed product, een stabiel klantenbestand en een robuuste contractvorm met een gegarandeerde cashstroom.

Circulair whitepaper biedt handvatten

De whitepaper bevat enkele modellen waar andere circulaire bedrijven hun voordeel mee kunnen doen. Robert: "Het model voor het servicecontract is een nuttig document voor elk bedrijf dat overgaat op een Product-as-a-Service businessmodel. Ook hebben we een cashflowmodel ontwikkeld. Dat geeft inzicht in de relatief geringe financieringsbehoefte, de waarde van de propositie en de noodzaak om financiële zekerheden in te lassen. Voor Fairphone zijn dit een kwalitatief en gevarieerd zakelijk klantenbestand, een uitstekend basisproduct met goed werkende modules en een servicecontract dat een stabiele cashstroom stimuleert. Er is geen one-size-fits-all oplossing. Ieder Product-as-a-Service model

De rol van de overheid

Arnoud Boot, professor Corporate Finance and Financial Markets aan de Universiteit van Amsterdam, ziet in de transitie van een lineaire naar een circulaire economie ook een belangrijke rol voor de overheid. Tijdens het vierde NRC Live Seminar in Circl zette hij in een helder betoog uiteen hoe de circulaire economie ook de nieuwe financiële realiteit kan worden. Lees hier het verslag van het drukbezochte seminar in Circl waarbij ook de Fairphone-case werd besproken.

heeft zijn specifieke kenmerken waarop je de financiering moet afstemmen. Leasing is vaak geschikt als herfinancieringsinstrument van dit soort modellen."

Hoezeer het businessmodel ook theoretisch lijkt te kloppen, in de praktijk moet blijken of het ook echt werkt. Daarom start Fairphone later dit jaar met een pilot bij PGGM. In deze fase test Fairphone de werking van het bedrijfsmodel en gaat het

op zoek naar mogelijkheden om de circulaire waarde van de eerlijke telefoon aan te scherpen. Geheel in lijn met de circulaire gedachte sluit de call-to-action in de whitepaper af met de mededeling dat de kennis in het rapport bedoeld is om te delen, te verbeteren en te experimenteren. Gold voorheen het credo 'kennis is macht', in de circulaire economie draait het om 'delen is kracht'.



Koffiepartners zoekt de grenzen van duurzaamheid op

Bij KoffiePartners zit duurzaam ondernemerschap diep verankerd in de dienstverlening en bedrijfsfilosofie. In het nieuwe pand in aanbouw worden de duurzame grenzen nog eens extra opgezocht. Voor directeur-grotaandeelhouder Bart Brouwer een mooie gelegenheid om de lessen die hij leerde in 2011 - hij bouwde zijn eigen state-of-the-art energievilla in Aalsmeer - nu ook in zijn nieuwe pand in Zwijndrecht toe te passen. De door ABN AMRO georganiseerde Business Innovation Workshop - waarbij hij met 18 andere ondernemers keek naar de mogelijkheden om zijn bedrijf circulair te maken - bleek een goede gelegenheid om eigen ideeën te toetsen, nieuwe inzichten op te doen en te leren van de ervaringen met de bouw van het circulaire paviljoen Circl. Relatiemanager Mark Swiebel begeleidde hem tijdens deze tweedaagse workshop.

Toen Bart vijf jaar geleden KoffiePartners overnam, begeleidde ABN AMRO de overname. 'Dat is heel prettig verlopen en sinds die tijd voel ik mij thuis bij de bank. Zeker ook omdat ze zeer actief bezig zijn met duurzaamheid. Wat dat betreft zijn het spannende tijden.

Ondernemers en banken willen heel veel, maar vinden elkaar nog niet altijd in het midden. Soms moet een duurzame innovatie zich eerst nog bewijzen voordat er (volledige) financiering voor beschikbaar is. Voor mijn privéhuis ging ik voor het maximaal haalbare in duurzaamheid.

We waren een showcase voor Philips en Eneco en Elco Brinkman, de toenmalige voorzitter van Bouwend Nederland, verrichtte de opening. Als ondernemer moet ik bij elke stap toch even nadenken of de duurzame investering ook wel rendabel is. En zelfs als dat niet zo blijkt te zijn, hoeft

je het ook niet onmiddellijk van tafel te vegen. Zonnepanelen waren tien jaar geleden nog geen rendabele investering. Maar je hebt wel bedrijven en mensen nodig die dat dan tóch doen.'

Duurzaamheid en innovatie hand in hand

Mark is het hier helemaal mee eens. 'Je ziet dat ook binnen de bank. Daar waar we voorheen een klein deel van een investering in zonnepanelen financierden, is vandaag de dag een 100% financiering mogelijk.' Mark ziet in de ontwikkelingen bij KoffiePartners veel parallellen met de bouw van het circulaire paviljoen Circl van ABN AMRO. 'Circl heeft een andere oorsprong dan waar het gebouw vandaag voor staat. Tijdens de bouw hebben nieuwe inzichten tot een complete verandering van de oorspronkelijke plannen geleid. Ook bij KoffiePartners is er de wil en durf om steeds kritisch te blijven kijken naar de plannen en hier ook steeds de grenzen in op te zoeken. Prachtig om te zien dat Bart de gemeente zover heeft gekregen dat hij de gevel van het pand mag bekleden met een 40 vierkante meter groot lichtschermbord waarop KoffiePartners mooie boodschappen kan projecteren. De 100.000 dagelijkse filerijders op de A16 worden straks verrast met aangename koffieboodschappen die de smaakpapillen tot leven brengen.

Ik heb veel respect voor deze innovatieve aanpak.'

Maar daar houdt het nog niet op. Bart: 'Het hele pand - inclusief het eerder genoemde ledscherm - wordt gevoed door zo'n 270 zonnepanelen op het dak. Je vindt in ons nieuwe gebouw geen gas meer, alleen nog elektra. Verder tref je overal ledverlichting aan. Niet gebruikte energie slaan we op in een Tesla Powerwall om later te gebruiken. We hebben ook een slimme klimaatinstallatie. Deze zorgt samen met de glaswanden, hightech zonwering en speciale WTW (warmteterugwinning) units voor beperkte koudeval en minder opstijging van warme lucht. Zo creëren we een aangenaam werkklimaat. Op onze planeet wordt slechts 9% hergebruikt en 91% verstoekt. Ook wij zorgen met onze koffieresiduen voor het nodige afval. Maar je kunt koffiedroes ook hergebruiken. Zo wordt het toegepast bij het kweken van oesterzwammen. Je kunt er ook mooie producten als lampenkappen van maken. Deze zijn straks ook in ons nieuwe pand te bewonderen. En uiteraard hebben we meerdere elektrische auto's en een aantal oplaadpunten.'

Circulariteit in praktijk

Tijdens de workshop stuitte Bart op nieuwe ideeën. 'Ja, die oude spijkerbroeken als akoestische

panelen in Circl heb ik onmiddellijk omarmd. Een heel sympathiek idee dat zeker ook bij ons past. Maar dan ga je rekenen en kom je erachter dat dit financieel geen verstandig besluit is. Isolatieplaten aanbrengen kost gewoon heel veel minder dan het tot pulp vermalen van oude spijkerbroeken. Dus nu ga ik deze innovatie alleen op een paar plekken in ons nieuwe pand toepassen. Ik ben ook zeer gecharmeerd van de oude bankkluisjes die in Circl als meubilair dienen. Bij KoffiePartners gaan we van oude koffiemachines meubelstukken maken. Je bent eigenlijk steeds op zoek naar een nieuw evenwicht tussen de continuïteit van je bedrijf en zo duurzaam mogelijk bezig zijn. Tegelijk werk ik ook heel bewust aan ons groene visitekaartje naar klanten. Een duurzaam en innovatief bedrijf heeft nu eenmaal een hogere gunfactor en voor overheidsbedrijven is het zelfs een harde eis. En dan betaalt zo'n iets minder rendabele duurzame investering zich op een andere manier terug.'

Mark herkent de dilemma's. 'Het zijn boeiende tijden. Hoe zorg je ervoor dat je koffiemachines straks hergebruikt gaan worden? Hoe zorg je ervoor dat de afspraken die je hier vandaag over maakt over 10 jaar ook daadwerkelijk worden ingelost? Maar als je te veel in de mitsen en

maren blijft hangen kom je nergens.

Wat dat betreft onderschrijf ik de

“Just do it”-mentaliteit van Bart.’

Voor Bart was de workshop een

mooie ervaring. ‘Ik vind het een

goed initiatief van de bank omdat het

een discussie op gang brengt. Het

is ook mooi dat ze je als duurzame

ondernemer een financieel duwtje

in de rug kunnen geven, al mogen

ze daar wel verder in gaan want

nog niet alle duurzame innovaties

komen daar voor in aanmerking.

En wat voor ons allemaal belangrijk

is: er zijn showcases nodig om

de ontwikkelingen verder aan te

zwengelen. Als ik over 20 jaar

terugkijk wil ik niet alleen maar

kunnen vertellen dat wij koffie en

machines heb verkocht. Ik wil óók

kunnen vertellen dat wij zo goed

mogelijk bezig zijn geweest voor

onze planeet.’

Voor meer informatie:

www.koffiepartners.nl.



Kids Energy Bootcamp tijdens WTT

Hoe milieubewust ben jij eigenlijk? Die vraag stelden we op 14 februari aan ruim 500 kinderen tijdens de Kids Energy Bootcamp die georganiseerd werd tijdens het ABN AMRO World Tennis Tournament in Rotterdam. Door het doen van verschillende opdrachten en spelletjes probeerden we de kinderen bewuster te maken van het effect van hun eigen keuzes.

Wat?

De Kids Energy Bootcamp is bedoeld om kinderen te laten ervaren wat het effect is van een bepaalde keuze op het milieu. Zo ben je met een auto misschien eerder op jouw plaats van bestemming en lijkt je dat weinig energie te kosten. Maar wanneer je de algehele belasting van die auto meerekent, kost zo'n auto jou juist veel meer energie dan bijvoorbeeld een fiets. Ook werd kinderen gevraagd om de

energie die het kost een computer een hele dag te laten draaien bij elkaar te dansen op een dansvloer die bewegingen omzet in energie. Daarnaast konden er smoothies gemaakt worden van fruit dat anders weggegooid zou zijn. En moest afval in de juiste emmer worden gegooid. Met de 'grondstoffen' van een oude telefoon konden de kinderen het computerspel Recycle Cycle of Prullenbak Bullebak spelen.

Waarom?

Door kinderen het eerlijke beeld te schetsen van het effect van hun keuzes op het milieu kunnen zij nu en later betere keuzes maken. Op een leuke manier werden kinderen geconfronteerd met de thema's vervoer, energie, voedsel, afval en lifestyle. Door het invullen van een korte vragenlijst konden kinderen zelf testen hoe milieubewust zij zijn.

Wie?

Zo'n 500 kinderen deden mee aan de Kids Energy Bootcamp. Medewerkers van ABN AMRO hielpen mee met alle activiteiten.

Wanneer?

De Kids Energy Bootcamp werd georganiseerd tijdens het ABN AMRO World Tennis Tournament in Rotterdam. Het was de derde keer dat de bootcamp werd georganiseerd.

ABN AMRO

Duurzaam Bankieren

Gustav Mahlerlaan 10, 1082 PP Amsterdam

P.O. Box 283, 1000 EA Amsterdam

Nederland

abnamro.com/duurzaam-bankieren

duurzaamheid@nl.abnamro.com