

Studenten geven groen advies aan MKB

Hoe kan een bedrijf duurzamer en winstgevender werken? Studenten van de Hogeschool van Amsterdam (HvA) namen het Haarlemmermeerse MKB onder de loep. De oplossingen zijn verrassend: van warmtepomp tot eco-tuning en afval-app.

“Duurzaamheid is geen keuze”, zegt wethouder John Nederstigt tegen een groep studenten van de Hogeschool van Amsterdam (HvA). “Het komt er gewoon aan en de praktijk moet die beweging gaan maken.” Hij ziet dat als een ‘enorm leerzame opgave’. “Vooral bij het midden- en kleinbedrijf (MKB) is veel winst te behalen.”

Om het Haarlemmermeerse MKB hierbij een handje te helpen, trokken zo’n 120 vierdejaars studenten Commerciële Economie van de HvA de polder in. Voor het vak Business Ethics and Sustainability onderzochten ze waar bedrijven ‘groene winst’ kunnen behalen. Vorige week donderdag presenteerden de vier beste groepen hun resultaten in het duurzame Park 20|20 Experience Center.

Eco-tuning

De groep van Mohammed Chaikh (23) bezocht het bedrijf Auto Vink B.V. in Nieuw-Vennep. “Het bedrijf bleek al op de goede weg. “Ze scheiden hun afval: olie gaat naar de olieboer, banden naar de bandenboer, enzovoorts.” Wat konden de studenten nog aanbevelen? “Om nou met het advies voor LED-verlichting aan te komen zetten, leek niet zo zinvol.” De jonge onderzoekers keken naar trends in autoland en vonden de oplossing in eco-tuning. “Wij adviseren Auto Vink om automotoren met behulp van een computer exact af te stellen. Dit leidt tot lagere brandstofkosten, een beter imago, minder onderhoud en een reductie van CO2-uitstoot, luchtverontreiniging en geluidsoverlast. Dus de klant bespaart en het bedrijf maakt winst.”

People, planet, profit

De motto’s spatten van de presentaties af: ‘van entrepreneur tot ecopreneur’ en ‘met oog voor people, planet en profit’. Om voedselverspilling tegen te gaan brengt één groep de app ‘Wise upon Waste’ van Unilever onder de aandacht. “Hiermee kunnen bedrijven hun afvalstromen in kaart brengen.” Het alternatief voor consumenten: “De app ‘Slim Koken’ van het Voedingscentrum.”

Linda Deng (21) adviseerde met haar groepje het bedrijf KroonTechniek, een installatiebedrijf in Hoofddorp. In de presentatie is al aan de marketing gedacht: het logo draagt een groen kroontje en de nieuwe slogan volgens de studenten is ‘De groene bekroning op uw leefomgeving’. Deng: “KroonTechniek is al duurzaam bezig, maar wij denken dat ze zich nog beter kunnen profileren met hun groene kant, bijvoorbeeld door warmtepompen te gaan verkopen.”

Duurzaamheid verkoopt

Volgens de studenten is verduurzaming van bedrijven noodzakelijk. Mohammed: “Als je niet aan duurzaamheid doet, zie je dat uiteindelijk terug in je omzet.” Kortom: duurzaamheid verkoopt. Zelfs als bedrijven het alleen voor een beter imago doen, is dat niet erg, zegt Mohammed. “Het is goed voor iedereen: de winst, de klant en het milieu.” Linda hoopt dat ze bij KroonTechniek aan de slag gaan met hun aanbevelingen. Mocht het nodig zijn, dan komt ze graag nog een handje helpen. “Het zou leuk zijn als ze ons vragen. Dat lijkt me wel wat, een bijbaan in de marketing.”

En de winnaar is...

Na de presentaties gaat de jury in beraad. Uiteraard zijn er complimenten voor iedereen, maar de winnaar is... het Auto Vink-team. Mohammed: “Dat is geweldig, we hebben hard gewerkt met elkaar. Dat werd al beloond met een 9,5, maar dit is helemaal mooi.” Hij is blij met de medewerking die ze

kregen bij Auto Vink. De belangrijkste vraag is echter: gaat eco-tuning een verbetering voor het milieu en winst voor het bedrijf opleveren? “Als ze ervoor open staan is het realiseerbaar en haalbaar. Wij geloven erin.”

Sinds 2012 werken gemeente, het Natuur en Milieu Centrum Haarlemmermeer (NMCH), de Hogeschool van Amsterdam (HvA) en het MKB Haarlemmermeer- Schiphol samen om bedrijven die willen verduurzamen te helpen.