

DUURZAAMHEID

Ster of schandpaal

Milieu, mensen- rechten: clubs als Rank a Brand nemen bedrijven de maat. Wat levert dat op?

door **Annemieke van Dongen**

AMSTERDAM – Goed nieuws, meldt de Milieudefensie gisteren. Microsoft heeft zijn leven gebeterd. Na maandenlang actievoeren heeft de computerfabrikant beloofd mee te werken aan een oplossing voor de milieuverwoestende tinwinning in Indonesië. Daarmee klimt Microsoft op in de elektronicaranglijst van Rank a Brand. Een dag eerder nam die vergelijkings-site op het gebied van duurzaamheid in een persbericht de grote kledingketens nog de maat. Milieuclubs die ranglijsten van meest vervuilende energiebedrijven publiceren, consumentenorganisaties als Foodwatch die verkiezingen houden voor meest misleidende producten: bedrijven zijn niet blij met zulke 'beroepsklagers'. Want niet alleen bereiken zij via internet snel een groot publiek; consumenten zijn gevoelig voor zulke oordelen, zegt Frank Wijen van de Rotterdam School of Management. „Merken die zich op consumenten richten, willen niet slecht in het nieuws komen. Zeker niet de bedrijven die zich laten voorstaan op hun aandacht voor het milieu en sociale kwesties – en dat zijn er steeds meer.” In het begin, vijf jaar geleden, ont-

ving Rank a Brand nog veel boze telefoontjes van bedrijven die slecht scoorden, zegt oprichter Niels Oskam. „Nu willen ze vaak met ons in gesprek om te kijken wat ze kunnen verbeteren.” Samenwerken om hoogerop te komen heeft meestal meer zin dan een negatief oordeel aanvechten, beseffen bedrijven. „Zulke lijstjes horen bij de tijdsgeschiedenis. Net als je maatschappelijke verantwoordelijkheid nemen”, zegt een woordvoerder van VNO-NCW. „Dat is een kwestie van vallen en opstaan, maar we gaan vooruit.”

1

Postorderbedrijf Otto neemt de toppositie in op de ranglijst van duurzaamste webshops. Het scoort onder meer zo goed dankzij het gebruik van lichte dozen van gerecycled materiaal.

Elektronica

Fairphone geeft goede voorbeeld

Fairphone is volgens Rank a Brand de meest duurzame elektronicafabrikant. Mede dankzij de producent van de 'eerlijke' smartphone zijn de arbeidsomstandigheden van fabrieksarbeiders en mijnwerkers dieper in de productieketen een hot issue geworden in de hele elektronica-sector. Philips en Microsoft staan in de middenmoot van de ranglijst, onder Nokia, Apple en HP. Nintendo bungelt onderaan. Dat bedrijf geeft weinig openheid over zaken als recycling, het uitbannen van giftige stoffen en

het verminderen van het energiegebruik van zijn spelcomputers.

Reizen

CO2-uitstoot gecompenseerd

Duurzaamheid en toerisme lijken niet goed samen te gaan. Wil je het milieu niet belasten, dan kun je immers beter thuis blijven dan het vliegtuig pakken. Toch zetten steeds meer reisorganisaties zich in voor een betere wereld. Zo zit compensatie van CO2-uitstoot van de reis standaard inbegrepen in de reizen van Koning Aap. Dat bedrijf is daarom volgens Rank a Brand 'goed op weg' qua duurzaamheid. Bedrijven als D-reizen, Gogo Tours en Jiba scoren slecht, omdat zij geen beleid hebben voor zaken als afval en arbeidsrechten van het personeel op hun bestemmingen.

Kleding

Weinig actie na Rana Plaza

Wie geen kleding wil die door kindslaafjes is gemaakt, kan het beste shoppen bij H&M, C&A en Zara. Van de grote kledingketens scoren die het best. Sinds de brand bij Rana Plaza in Bangladesh is veiligheid in de branche een heet hangijzer. H&M scoorde met het openbaar maken van alle fabrieken waar zijn kleding wordt geproduceerd. Ook daar zijn volgens vakbonden echter problemen met veiligheid en onderbetaling. C&A is voorloper met milieuvriendelijk katoen. Voor onder meer Mango, M&S en Wibra geeft Rank a Brand een negatief koopadvies.

Webshops

Otto doet het goed

Een duurzaam pakketje kun je het beste bestellen bij Otto. Die webshop heeft het gewicht verminderd van zijn dozen, die grotendeels bestaan uit gerecycled materiaal. Met het verduurzamen van zijn pakketbe-



zorging en eigen kleding- en meubellijn is Otto volgens Rank a Brand daarom 'goed op weg'. Wat andere grote jongens als Zalando en Amazon doen om hun CO₂-afdruk te verminderen, is de organisatie echter een raadsel. Die bedrijven maken bijvoorbeeld niet bekend hoe efficiënt hun datacenters zijn. Zij scoren dus laag op de online ranglijst.

Eten & drinken

Jumbo wint van Albert Heijn

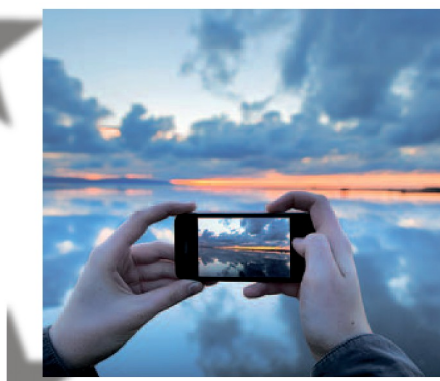
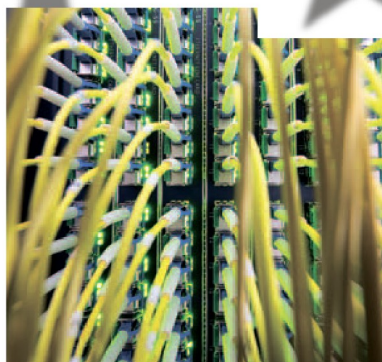
Bij de grote supers verslaat Jumbo concurrent Albert Heijn als het om duurzaamheid gaat. Zo hebben alle bananen bij Jumbo een keurmerk en doet de supermarkt veel voor diervriendelijker vlees. De keten Plus scoort goed met groene energie (de supers draaien volledig op windenergie) en het aanbod van 'eerlijke' keurmerken. Maar op andere milieucriteria, zoals verpakkingen, duurzame soja en palmolie blijft de keten

volgens Rank a Brand achter. Een merk dat goed scoort is de 'slaafvrije' chocolade van Tony's Chocolonely, die ook tamelijk milieuvriendelijk geproduceerd is.

Telefoons

Telfort recyclet het meest

Omdat Telfort alleen leasecontracten voor mobieltjes aanbiedt, kunnen veel meer onderdelen worden gerecycled. Daarmee scoort het merk het hoogst in de ranglijst voor duurzame telecom. Moederbedrijf KPN draait bovendien volledig op groene stroom die in Nederland wordt opgewekt. Als het om recycling en eerlijke productie van elektronica gaat, valt in de telecomsector echter nog veel te verbeteren. Tussen de laagste scoorders staan Ziggo, Telfort en Lebara. Die bedrijven zijn volgens Rank a Brand niet transparant over hun inspanning voor meer duurzaamheid.





foto's **Hollandse Hoogte**

