

KVK Innovatie Top 100

P.04

EN DE WINNAAR IS...

BEKIJK ALLE
EREPLAATSEN IN
DE TOP 10

Smartskin van PHYSEE
SLIMME GEVEL MAAKT
WONING OF KANTOOR
DUURZAAM



Groasis geeft het
stokje door
pag. 02

Nooit meer vlekken
op je overhemd
pag. 06

Ondernemers met
een missie
pag. 07



De sleutel tot succes

Innoveren kun je leren. Maar wat is het geheim van een goede innovatie? Vijf ondernemers over hun visie.

“Anderen overtuigen. In ons geval: dat je wel degelijk hippe lifestyle producten uit bioplastics kunt maken. Dat is ons doel. Maar die missie start bij een goed product dat uiteindelijk alle op aardolie gebaseerde plastic producten in populariteit verdringt. Eigenlijk precies zoals Elon Musk eerder deed met zijn Tesla, waardoor elektrisch rijden ‘sexy’ is geworden. Onze ‘Tesla’ is een modulaire waterfles gemaakt van suikerriet, bedoeld om de transitie naar bioplastics te versnellen.”

Damir Perkić
BE O Bottle

“Luister naar je gevoel. Dat is de belangrijkste tip die ik ondernemers kan meegeven. Ondernemen betekent soms ook: klappen incasseren. Dat maakten wij onlangs mee toen de nieuwe producent voor onze plantaardige kaasjes (ondanks eerdere afspraken) daarvoor geen bio-certificaat had aangevraagd. Frustrerend! Maar juist dan moet je vasthouden aan je passie en blijven doorzetten.”

Charlotte Zum Vörde Sive Vörding
Charly's All is Fair

“Het omzetten van ideeën naar daden. Dat is wat een ondernemer onderscheidt van al die andere mensen met een potentieel succesvol idee. Gewoon beginnen dus en waar nodig externe hulp inschakelen als je zelf bepaalde kennis of expertise mist, zoals wij deden met onze social-energie app. Dat je zelfs dan af en toe faalt en jezelf opnieuw moet uitvinden, is niet erg. Ook daar leer je weer van.”

Luuk Wiehink en Roel Oortgiesen
Wijkje

“Soms kun je beter kijken naar wat al bestaat, in plaats van wat er nog niet is. Zo is ook de Sendo Liner tot stand gekomen. Zuinige schepen bestonden al. Modulaire schepen ook. Maar een volledig geëlektrificeerd schip dat zich vanwege het modulaire ontwerp gemakkelijk laat aanpassen, naar bijvoorbeeld varen op waterstof, bestond nog niet. Door bepaalde maritieme innovaties handig te combineren en goed te luisteren naar de wensen van de eindgebruiker, hebben wij alsnog iets unieks op de markt gebracht.”

Sebastian van der Meer
Sendo Shipping

“Kansen zien en kansen grijpen. Dat is ondernemen. Toen ik op Instagram een promofilmje van Superbee Beewraps voorbij zag komen, wist ik genoeg: dit eco-vriendelijke alternatief voor het thuisgebruik van plastic zakjes en aluminium huishoudfolie past perfect bij onze groothandel in bio-producten. Drie dagen later waren de exclusieve import- en distributierechten geregeld.”

Suzanne Smal
Biocare Products



→→→ GROASIS GEEFT HET STOKJE DOOR:

‘De titel beste innovator is een echte deuropener’

Dat de winst van de KVK Innovatie Top 100 niet vergezeld gaat van een mooie geldprijs, vond Pieter Hoff van Groasis aanvankelijk wel jammer. Een cheque van 100.000 euro was wel leuk geweest, grapt hij. Maar als ‘deuropener’ leverde de titel alsnog een veelvoud van dat bedrag op. “Onze geloofwaardigheid kreeg ineens een enorme boost.”

Tekst
Ilya Post

Een soort slimme emmer die het mogelijk maakt om zelfs in de droogste gebieden bomen te groeien. En dat alles ook nog eens 90% goedkoper, met 90% minder water en een overlevingsgarantie van minimaal 90% van je planten ten opzichte van reguliere irrigatie- of druppelbevloeitingstechnieken.

Pieter Hoff, de uitvinder die met zijn Growboxx dé oplossing voor wereldwijde honger en verdroging in handen lijkt te hebben, had lange tijd eigenlijk maar één probleem: zijn product klinkt bijna te mooi om waar te zijn. Potentiële klanten waren dan ook lange tijd voorzichtig om met hem in zee te gaan. Toegegeven, Hoff's geheime recept om planten en bomen te helpen overleven in zelfs de meest barre omstandigheden, lijkt ook echt too good to be true. Maar de resultaten spreken voor zich.

Wonder

Een pilot die hij onlangs opzette voor de Wereldvoedselorganisatie in Colombia, als onderdeel van de millenniumdoelstellingen om in 2030 honger de wereld uit te krijgen, is zo succesvol gebleken dat Hoff gevraagd is zijn project verder uit te breiden naar Tsjaad en Algerije. En afgelopen week was hij nog in Tibet, waar zijn systeem zich tevens bewezen heeft op een hoogte van 4000 meter. Ook hier overleefden bijna alle met zijn slimme emmer geplante bomen. En dat in een klimaat waar ze normaliter ten dode zijn opgeschreven.

Hoe dat allemaal kan? Tja, dat is het wonder van de Growboxx, die een boom nét genoeg water geeft om niet te sterven, waardoor deze wordt gestimuleerd om zelf op zoek te gaan naar meer water in de grond. Na 12 maanden zijn de wortels zoveel gegroeid (zo'n drie meter), dat ze kunnen leven van de vochtigheid in de grond.

Een groot verschil met andere bestaande irrigatietechnieken, legt Hoff uit. “Als jij een boom constant water geeft, gaan de wortels juist omhoog, richting de waterslang. Probleem hiervan is dat een boom zo nooit zelfstandig wordt. Zodra de watertoevoer stopt, sterft hij binnen een jaar.” Dat klinkt als logica waar geen speld tussen te krijgen is. Maar

alsnog treft Hoff regelmatig klanten die huiverig zijn om direct in bulk bij hem in te kopen.

“Wat je vaak ziet gebeuren, is dat ieder voor zich eerst wil zien of de investering inderdaad de moeite waard is. Meestal kopen ze daarom eerst klein in alvorens een grotere order te plaatsen. Zodoende is onze doorlooptijd vrij lang. Gemiddeld praat je al gauw over zo'n vier tot acht jaar.”

Mede daarom is de innovatieprijs van KVK voor Groasis een flinke opsteker geweest. “Overal ter wereld kennen ze wel een chamber of commerce. Dus zo'n prijs geeft je direct een hoop geloofwaardigheid. Dat werkt veel beter dan wanneer je jezelf aanbeveelt.”

Voedsel voor planeet

Inmiddels zit Groasis dan ook volop in de lift. Zo opent Hoff dit jaar nog een ‘giga-fabriek’ in Houston, Texas, waar maandelijks zo'n 350.000 slimme emmers van de loopband rollen. “Dit alles via een volledig geautomatiseerd proces, dat de productiekosten nog verder omlaag drukt, zodat je al voor 1,99 euro een Growboxx kunt kopen.”

En, goed nieuws voor boeren in de meest armlastige gebieden, de nieuwe generatie intelligente emmers worden nu zelfs verkocht met aparte uitsparingen om bijvoorbeeld ook tomaten, komkommers of aubergines te kweken. Hoff: “Aangezien groenten sneller tot wasdom komen dan fruit-, hout- of olieboemen, kunnen plattelandsfamilies hun investering zo sneller omzetten in geld. Met de Groasis Technologie kunnen zelfs boeren die van minder dan een dollar per dag leven al gauw zo'n 5 tot 10 ton voedsel per hectare verbouwen. Dit is meer dan voldoende om onze planeet te voeden.”

De droom van Hoff is dan ook om alle door de mens gemaakte woestijnen opnieuw te beplanten. Hij schreef hierover The Treesolution, een boek dat je gratis kunt downloaden op thetreesolution.com. Een enorme ambitie die ook veel investeringen kost, omdat hij wereldwijd giga-productielijnen wil plaatsen. Het bedrijf zoekt daarom een paar grote financiers. Maar ook particulieren en kleine investeerders kunnen 'Friend of Groasis' stopt, sterft hij binnen een jaar.” Dat klinkt als logica waar geen speld tussen te krijgen is. Maar

DUURZAAM ONDERNEMEN:

vanuit diepe overtuiging onvermijdelijk

Waar 10 jaar geleden maatschappelijk verantwoord en duurzaam ondernemen nog in een aantal gevallen als modieuze -bijna 'greenwashing'- woorden werden gebruikt, is het tij aan het keren.

Is dat goed nieuws? Ja, en nee. Nee, omdat het natuurlijk het fijnst zou zijn als iedereen uit diepste overtuiging en passie ervoor kiest om de wereld beter achter te laten. Liefst proactief. En dat is niet helemaal het geval: de huidige, meer dan overduidelijke tekenen van klimaatverandering en honger-armoede-migratie problematiek helpen wrang genoeg mee aan meer inzet op duurzaamheid.

Maar natuurlijk ook 'ja, het is goed nieuws', omdat in ieder geval een zichtbare beweging aan de gang is. Er zijn veel meer ondernemers en ondernemingen die mooie en goede oplossingen bedenken. Ze dragen bij aan een duurzame energietransitie en beter verrijkt voedsel om armoede te bestrijden. Maar ook aan een betere ecologische footprint bij de fabricage van voedsel, kleding of andere producten. En aan CO₂ reductie. Zij doen dit ook echt vanuit diepe overtuiging!

Dit wordt 'beloofd'. Natuurlijk in de eerste plaats omdat iedere ondernemer die een steentje bijdraagt aan duurzaamheid kan zeggen dat hij echt van waarde is. En dat dat verder gaat dan winst. Immers je levert een betekenisvolle bijdrage aan het leven van volgende generaties mensen en aan onze planeet.

Je wordt ook beloofd doordat financiers, banken en beleggers meer en meer kiezen voor het financieren van of beleggen in duurzame ondernemingen. Als we naar onze 14e KVK Innovatie Top 100 kijken, zien we dit ook terug. Deze 100 midden- en kleinbedrijven hebben succesvolle en duurzame innovaties op de markt gebracht. Waarbij we elke keer weer aangenaam verrast zijn



→→→
VOORWOORD
Claudia
Zuiderwijk

en plaatsvervangend trots op 'onze' Nederlandse ondernemers. Als we kijken naar de optelsom van deze 100 en hun bijdrage aan de verbetering van de gezondheid van onze planeet, stemt dat zelfs optimistisch.

Laten we samen de ingezette beweging groter en groter maken, ervoor zorgen dat de bedachte innovatieve oplossingen van deze ondernemers opgeschaald kunnen worden, kunnen groeien... Daar dragen we als KVK graag aan bij, samen met alle partners waar we

me samenwerken.

Want we moeten er voor zorgen dat de 17 Werelddoelen, gesteld door 193 wereldleiders van de Verenigde Naties, worden gehaald. Om samen onze planeet gezond door te geven.

Groot,

Claudia
Zuiderwijk

Claudia Zuiderwijk
Voorzitter Raad van Bestuur KVK

BEELD

Annelien Nijland

Blijf scherp!

KVK EN INNOVATIE

Bijblijven, ideeën opdoen en trends volgen: het houdt je scherp als ondernemer. Op welke ontwikkeling spring jij in? Hoe maak je van jouw idee een succes? KVK ondersteunt je graag. Zodat jij het verschil kunt maken in jouw markt, elke dag opnieuw.

Voor alle vragen over innoveren kun je terecht op kvk.nl/innoveren. Of bel 088 585 22 22.

Inschrijven voor de 15e editie van de KVK Innovatie Top 100? Ga naar kvkinnovatietop100.nl

Er zit business in duurzaam ondernemen

Op kvk.nl/duurzaam vind je ons e-book 'duurzaam vooruit met jouw bedrijf'. Het bevat stappenplannen, praktijkvoorbeelden, checklists en een overzicht van regelingen. Maar ook het KVK Kansenkompas met 34 praktijkvoorbeelden, de routekaart met 80 onafhankelijke bronnen en interessante video's.

Zaken doen met grote bedrijven?

Doe jij binnenkort zaken met een groot bedrijf? KVK Business Challenge laat zien waar zij naar op zoek zijn. KVK Business Challenge verbindt mkb-ondernemers en grote bedrijven aan elkaar. Grote bedrijven als KPN, T-Mobile, Prorail en de Nationale Politie plaatsen hun challenges op ons online platform. Jij kan daarop inloggen, online vragen stellen en je ideeën pitchten. kvk.nl/businesschallenge

Actief in ruim 60 landen

Ben je op zoek naar een zakenpartner in het buitenland? Benieuwd naar buitenlandse bedrijven of kennisinstellingen die op zoek zijn naar jouw product, dienst of kennis? Enterprise Europe Network (EEN) biedt toegang tot een professioneel netwerk van 600 organisaties in ruim 60 landen. Zo leg je snel en eenvoudig nieuwe internationale contacten. kvk.nl/een

Toe aan volgende groeistap?

Nlgroeit matcht ambitieuze groei-ondernemers met een minimale omzet van 1 miljoen per jaar met mentoren die al een paar stappen verder zijn. Voordelen: een exclusieve club groei-ondernemers met een omzet tussen de 1 en 100 miljoen, leren van topondernemers van merken als Coolblue, Thuisbezorgd en TomTom. En pay it forward: van mentee naar mentor met Nlgroeit. Het kost alleen iets van je tijd!

Kijk op nlgroeit.nl waar jouw kansen liggen. Nlgroeit is een samenwerking tussen het ministerie van Economische Zaken en Klimaat, KVK, NLevator en NL2025.”

nlgroeit
maakt ondernemers groter

→→→ Colofon

Dit is een uitgave van Wayne Parker Kent, onderdeel van Telegraaf Media Groep.

Wilt u meer informatie of bent u geïnteresseerd in een dergelijke special of samenwerking? Neem contact met ons op via relatiemanagement@tmg.nl of bel 088-824 0123.

Coördinatie Isabel Michelotti
Redactie Ilya Post
Vormgeving Marije Groot
Sales Laurens Penninks



04
04
06
07

Inhoudsopgave

En de winnaar is...
Smartskin van PHYSEE

Nooit meer vlekken
Innovatieve mannenkleding

Ondernemers met een missie
Duurzaamheid voorop

En de winnaar is...

Tot de genomineerden van de *KVK Innovatie Top 100* behoren, is natuurlijk al een hele eer. In die zin mogen alle bedrijven die in de top 100 zijn opgenomen zichzelf een extra klopje op de schouder geven. Maar er is niet voor niets een ranking. Dus kom maar op: wie is de winnaar en wie zijn de runner-ups?

01. PHYSEE

De Delftse startup PHYSEE ontwikkelde de Smartskin: een glazen gevel met geïntegreerde zonnecellen en sensoren. Via de gevel komen stroom en data binnen. De gepatenteerde vinding bestaat uit vier delen: POWER, zonnecellen in het glas die stroom opwekken; SMART, sensoren die het glas slim maken; EESY, dat ramen verbindt aan een energie efficiënt systeem en tot slot SKIN: het platform voor koppeling naar andere toepassingen, zoals automatische bediening van zonneschermen en ventilatieroosters of het opladen van telefoons. Een beetje een technisch verhaal misschien, maar gebouwen die Smartskin gebruiken, worden al gauw zo'n 25% energiezuiniger en comfortabeler. Het doel is om een toekomst te scheppen waarin alle gebouwen energie positief worden, zonder in te leveren op de esthetiek van de gevels.

02. Active Cues

Active Cues wil een betere kwaliteit van leven voor zorgbehoevenden, hun familie en zorgpersoneel. De door hen ontwikkelde Tovertafel biedt nieuwe manieren om contact te maken: cognitief, sociaal en fysiek. Dit kastje, hangend aan het plafond, bevat een beamer, infraroodsensoren en een luidspreker. Interactieve lichtprojecties op tafel, de vloer, een ligmat of een rolstoelblad reageren op bewegingen en stimuleren om mee te spelen. Inmiddels bestaan er drie varianten: voor kinderen, voor verstandelijk beperkten en voor mensen met dementie. De werking van de Tovertafels is wetenschappelijk bewezen. Ze zorgen onder andere voor minder rusteloosheid en meer plezier. Ook zorgmedewerkers ervaren meer rust op de werkvloer en verbeterde onderlinge relaties met cliënten..

03. HydroLogic Systems

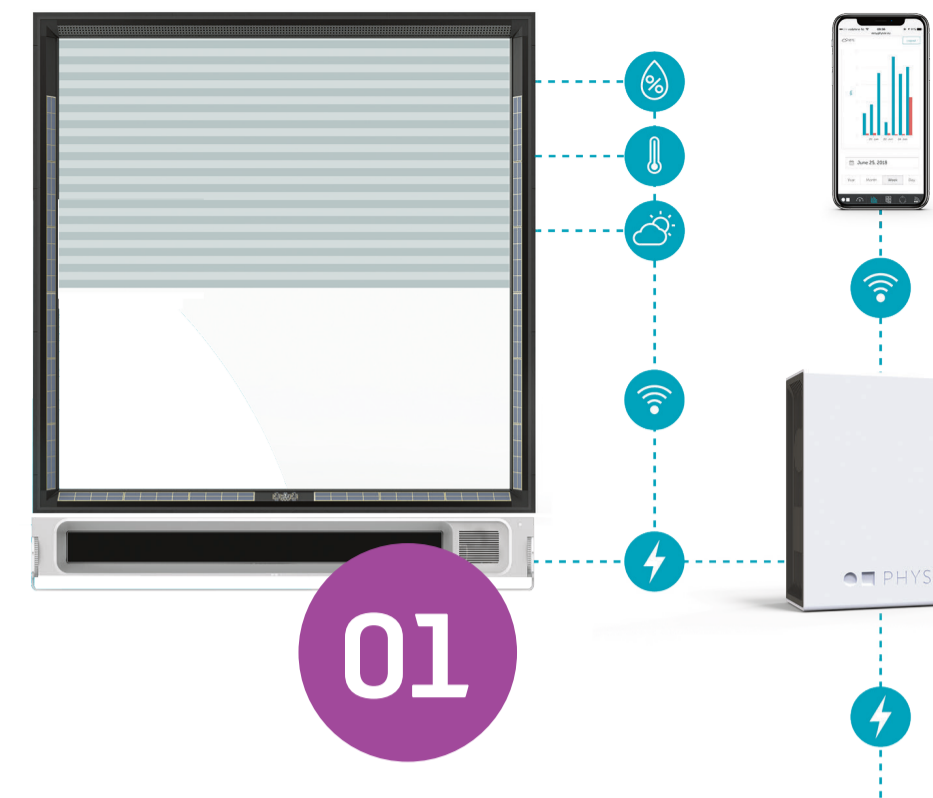
Welkom in het nieuwe klimaat, met meer schade en slachtoffers als gevolg van overstromingen en mislukte oogsten door droogte. HydroLogic Systems helpt 4000 waterbeheerders wereldwijd met de 'HydroNET Water Control Room'. Door een slimme combinatie van satellietmetingen, water- en weermodellen genereert het systeem adviezen en waarschuwingen om het water zo goed mogelijk te managen. Het resultaat is een optimale inzet van water voor iedereen. Zo worden kwetsbare steden beschermd tegen overstroming en krijgen boeren het water dat ze nodig hebben. Sterker, via de mobiele HydroNET-app hebben zo'n 450.000 kleine boeren in Zuid-Afrika hun landbouwproductie met ruim 10% kunnen verhogen.

04. Water IQ International

Sinds januari 2018 mogen Nederlandse glastuinbouwbedrijven geen water meer lozen als dat niet voor tenminste 95% vrij is van bestrijdingsmiddelen. Maar nog veel mooier is het als een teler al dit water behoudt voor zijn productieproces. De Opticlear Diamond van Water IQ is een installatie die allerlei waterstromen (van regen- tot drainwater) ontsmet, zodat het water zo optimaal mogelijk kan worden (her)gebruikt. Bestrijdingsmiddelen, maar ook bacteriën, virussen en schimmels, worden voor 95 tot 99,9% uit het water gezuiverd. Selectieve behandeling leidt tot bovendien tot behoud of hergebruik van meststoffen en stoffen die bijdragen aan een meer weerbare teelt, met minder inzet van gewasbeschermingsmiddelen. Kortom, een win-win-situatie.

05. FORU-solution

Van tijd tot tijd vindt er een scheepsramp plaats, waarbij veel olie in zee wegvloeit. Ook gebeuren er ongelukken tijdens het boren naar olie in zee. Echt te voorkomen, zijn deze zogeheten oil spills niet. Het beste waar je op kunt hopen, is dat de olie snel weer wordt opgeruimd. Daarom ontwikkelde FORU-solution de floating oil recovery unit. Een soort slimme boei die eventueel gelekte olie zelfstandig uit zelfs het ruijste water zeft. Handzaam, goed schoon te maken en na een kleine training prima te bedienen door de bemanning op schepen wereldwijd. Hun slogan luidt dan ook: wij houden de wereldzeeën schoon voor toekomstige generaties.



06. Mr. Fill

Containers moeten vaker geleegd worden zodat zwerfvuil geen kans krijgt, vinden veel stadsbewoners. Maar veel gemeentelijke afvalinzamelaars staat het water nu al aan de lippen. Kortom, een dilemma. Mr. Fill denkt hierop het antwoord te hebben in de vorm van een slimme, zelf-persende afvalbak op zonne-energie. Hierdoor kunnen gemeentes exact zien wanneer de bakken geleegd moeten worden. De pers, die alle beschikbare ruimte optimaal benut, zorgt er bovendien voor dat afvalinzamelaars gemiddeld zeven keer minder hoeven uit te rukken. Dit leidt tot minder CO₂-uitstoot en een fikse kostenbesparing op de ledigingskosten. Steden als Amsterdam, Hamburg, Brussel en Bremen maken al gebruik van Mr. Fill. Wie volgt?

07. Knakwortel

Valerie is vegetariër en lust geen groenten. Koen liet het daar niet bij zitten en maakte worteltjes zo lekker dat ze bijna niet meer gezond smaken. Het resultaat: de knakwortel. Een sous-vide gegaarde bospeen, gemarineerd in rokerige kruiden, die door deze bereiding een bijna niet van vlees te onderscheiden bite krijgt. Lekker als snack, lunch of als vleesloze variant op de beroemde hotdog. Hoewel Knakwortel vindt dat er wereldwijd minder tot geen vlees gegeten moet worden, zijn ze niet zozeer anti vlees, maar juist pro groenten. Bijzonder: het product is 100% Nederlands en wordt ook hier geproduceerd.

08. RoNik Inspectieering

Bij inspecties in opslagtanks met giftige of brandbare stoffen ligt verstikkingsgevaar op de loer. Bijvoorbeeld doordat ze niet volledig gasvrij zijn. De door RoNik ontwikkelde inspectiedrone komt hier goed van pas. Omdat de drone zelfstandig kan navigeren in deze tank – en hier nauwelijks nog mensen voor nodig zijn – wordt het risico op (dodelijke) ongevallen kleiner. Ook zorgt deze innovatie voor kwalitatief betere, snellere en efficiëntere inspecties. Daarbij leent deze technologie zich perfect voor alle bruggen, viaducten en sluisen die binnenkort het einde van hun beoogde levensduur bereiken. Zo kunnen inspectie, onderhoud of renovatie op een zorgvuldig bepaald moment plaatsvinden: niet te vroeg, niet te laat en met zo min mogelijk hinder.

09. Mokumono Cycles

Traditioneel gezien bestaat een fietsframe uit buizen die met de hand aan elkaar worden gelast. Een secuur en tijdrovend werkje. En tegelijk de reden waarom er in Europa nog nauwelijks fietsframes worden geproduceerd. De productie vindt vrijwel volledig plaats in Zuidoost-Azië. Jammer, vinden ze bij Mokumono, waar ze juist geloven in de kracht en noodzaak voor lokale productie om schadelijke transportstromen te beperken. Daarom ontwikkelden zij een geheel nieuw soort frame, bestaande uit twee platte platen aluminium, die in vorm worden geperst en aan elkaar worden gelast met laser. Zo ontstaat er een lichtgewicht, sterk en stijf frame dat volledig geautomatiseerd (en dus vele malen goedkoper) kan worden geproduceerd.

10. Fonkels

Jaarlijks belanden in Nederland miljarden drinkbeker bij het afval. Zelfs bekers gemaakt van karton bevatten vaak een kunststof anti-lek laag die de recycling bemoeilijkt. De Pop Up Cup van Fonkels (een groothandel in duurzame verpakkingen) zit anders in elkaar. Deze on the go drinkbeker bestaat uit een kartonnen doosje met een zakje dat plat wordt geleverd – en dus ook nog eens weinig plaats inneemt. De drinkbeker is afsluitbaar en lekvrij. Een deksel is niet nodig. De materialen zijn na gebruik eenvoudig te scheiden voor een optimale recycling. Hierdoor wordt een maximale milieuwinst bereikt.

08

10

07

05

09

06

04

01

02

03

Nooit meer vlekken op je overhemd

Frisse, kreuk- en vlekvrrije overhemden en shirts, waarbij het niet uitmaakt of er een klodder spaghetti'saus op valt of glas rode wijn overheen klappt. Labfresh belooft het, en meer dan dat: hun innovatieve mannenkleding is ook nog eens hartstikke duurzaam.

Een bekend fenomeen: zweetplekken onder de oksels van je favoriete witte shirts. Niet alleen staat het armoedig, maar je krijgt het in de was ook nooit meer helemaal schoon. Het Amsterdamse Labfresh biedt de oplossing met hun veelbesproken 'wonderoverhemden': geur- en vlekwerend. En ook nog eens kreukvrij. Dus als bonus kan ook de strijkbout voortaan achterwege blijven. De grootste belofte is de garantie dat zweet- en wijnvlekken geen grip hebben op deze kleding. Rode wijn of cola gemorst? Even wiebelen met je mouw en het merendeel glijdt er zo weer vanaf. De rest spoel je er af met simpel kraanwater. En vanwege de antibacteriële werking gaat het onder de oksels ook niet broeien. Wat mooi is, want vers zweet stinkt niet: het zijn de woekerende bacteriën die vies ruiken.

Wijntruc

Als iets te mooi lijkt om waar te zijn, is het dat meestal ook. Daarom stuurt co-founder Lotte Vink vaker proefmodellen rond om sceptici te overtuigen. Lachend: "Om dezelfde reden heeft onze nieuwe showroom aan de Brouwersgracht soms meer weg van een wijnzaak dan een kledingwinkel. Iedereen wil die 'truc' met gemorste wijn met eigen ogen zien."

Maar de shirts zijn voor Labfresh absoluut geen party-gimmick. Integendeel, door innovatieve mannenkleding te maken die minder wasbeurten nodig heeft, minder snel slijt en langer meegaat, maken ze tegelijk een duurzame vuist tegen de fast fashion industrie. Oftewel: wegwerpkleding.

Vink: "Overproductie maakt de kledingindustrie een van de grootste

Lotte Vink:
"Tijden en vooral consumenten zijn veranderd. Men is kritischer, veeleisender én milieubewust geworden."



vervuilers. De teelt van een kilo katoen kost gemiddeld 8000 liter water. En dan heb je thuis nog geen wasje gedraaid. Kleding die je minder hoeft te wassen, vaker kunt dragen en dus minder snel hoeft te vervangen, draagt significant bij aan een beter milieu."

Kritisch

Vink en haar partner, die eerder de startup The Cloakroom oprichtten (een succesvolle, inmiddels doorverkochte personal shopping service voor mannen), vinden dat we vandaag de dag wel wat meer van kleding mogen verwachten. "Waar sportmerken continu innoveren met hun stoffen, staat de ontwikkeling van dagelijkse kleding stil sinds de jaren vijftig. Lange

tijd was de houding van grote modemerken: dit is wat we hebben; als het je niet aanstaat, jammer dan. Maar tijden en vooral de consument, zijn veranderd. Men is kritischer, veeleisender én milieubewust geworden."

En dus ging Vink op zoek naar een nieuwe niche in de mode-industrie. Hoewel zelf verre van een expert, had ze al gauw door dat ze die moest zoeken in nieuwe, toepasbare technologieën. Onder andere afkomstig uit het leger, ziekenhuizen of de ruimtevaart.

"Het was een lange zoektocht. Maar uiteindelijk wisten we een bepaalde behandelingsmix samen te stellen die kleding inderdaad langer fris houdt (gemiddeld zo'n 3,5 dag), vlekafstotend maakt en sinds kort

“KLEDING DIE LANGER MEEGAAT, MOET WEL TIJDLOOS ZIJN EN NIET MEEGAAN MET ALLE MODEGRILLEN

zelfs kreukvrij. Vervolgens moesten we op zoek naar het juiste design. Want kleding die langer meegaat, moet dan wel tijdloos zijn en niet meegaan met alle modegrillen.

Geen eindagsvlieg

Of ze daarin geslaagd zijn? Vink: "De cijfers spreken voor zich. Vorig jaar draaiden we 2,5 miljoen euro omzet, met klanten verspreid over bijna 100 landen. Dit jaar verwachten we nog eens 40 tot 50 procent te groeien. Dus een eindagsvlieg zijn we zeker niet. Sterker nog, gestart in januari 2017 met een crowdfundingactie op Kickstarter wisten we in één maand maar liefst 250.000 euro op te halen. Daaruit blijkt dat Labfresh wel degelijk voorziet in een bepaalde vraag."

reclamecampagnes. Maar soms is een keurmerk al voldoende. Consumenten zijn daar gevoelig voor. Maak de duurzame impact daarnaast vooral ook goed inzichtelijk met getallen, infographics of met storytelling."

Wat soms ook kan werken, is een gezamenlijke propositie aangaan. In het geval van Kromkommer: samen met gelijkgestemde ondernemers een duurzame maaltijdbox aanbieden. Een andere tip: zorg voor verkrijgbaarheid. Niets zo vervelend als dat een consument actief op zoek moet gaan naar jouw product.

MEER ADVIES NODIG?

Het KVK Kansenkompas, onderdeel van het E-book Duurzaam Vooruit, geeft je handvatten voor het vormgeven van een winstgevende duurzaamheidsstrategie die bij jouw bedrijf past.

→→→→
LABFRESH
Innovatieve
mannenkleding
en hartstikke
duurzaam



→→→→
CHANTAL ENGELEN
'Ook kromme
groenten en fruit
zijn lekker'

ONDERNEMERS MET EEN MISSIE



Hoe kun je een duurzaam product in de markt zetten, terwijl je grootste wens eigenlijk is om jezelf overbodig te maken? Zowel Kromkommer, dat een vuist maakt tegen verspilling van groente en fruit, als Modified Materials, dat sportvissers ertoe wil verleiden voortaan alleen nog met loodvrije werpgewichten te vissen, hebben een maatschappelijke missie die staat.

Dat wereldwijd veel voedsel wordt verspild, wist Chantal Engelen al langer. Maar toen ze ontdekte dat een groot deel van al het fruit en de groente enkel en alleen wordt verspild vanwege hun looks, sloeg haar verbazing om in verbijstering. "Kromme komkommers, scheve courgettes, tweebenige wortels; ze eindigen vrijwel allemaal op de afvalberg. Doodzonde, want met de smaak en kwaliteit is niets mis. Alleen hun uiterlijk is afwijkend." Chantal besloot in 2013 in actie te komen onder de noemer 'Kromkommer'. Als voorvechter voor gelijke rechten voor alle groente en fruit, ook de kromme. Lastige vraag was alleen: hoe? "Deze producten apart op de markt brengen,

zoals Albert Heijn nu doet met haar Buitenbeetjes, was destijds geen optie. De boeren gooiden al die gekke vormen weg omdat er simpelweg geen vraag naar was. Consumenten waren toen nog niet zo bezig met verspilling als nu." Daarom besloot Chantal deze restgroenten alsnog via een andere weg naar de consument te brengen: soep. "Eenmaal gepureerd speelt het uiterlijk geen rol meer." Inmiddels verkopen ze samen met Plantoys ook speelgoed, gemaakt van een soort 'koeken', gebakken uit het zaagsel van afgedankte Thaise rubberbomen. Allemaal heel duurzaam en milieuvriendelijk. Maar vooral: met een duidelijke achterliggende boodschap. De speeltjes, gevormd naar vreemd uitziende

groente, leren kinderen dat groente en fruit er lang niet altijd perfect uitziet. Net als de soepen is ook het speelgoed slechts een middel om hun verhaal naar buiten te brengen. "Ons doel is mensen ervan te overtuigen dat kromme groenten en fruit net zo lekker zijn als hun rechte broertjes en zusjes. Ook zij verdienen een vaste plek in het schap." Dat is niet altijd gemakkelijk, zeker niet in de competitieve markten waarin Kromkommer zich begeeft. Ook omdat ze niet de goedkoopste in het schap zijn. Bijvoorbeeld omdat zij boeren graag een eerlijke prijs betalen. Om de consument dan alsnog te verleiden, moet je wel ijzersterk verhaal hebben. Maar voor gelikte advertentiecampagnes ontbreekt het geld. "Daarom organiseren we regelmatige ludieke acties of evenementen. Als je 7000 kilo kromme courgettes op de Dam laat storten, is media-aandacht vrijwel gegarandeerd. Maar zelfs dan blijft het een uitdaging om je verhaal echt goed naar buiten te brengen", aldus Chantal. Stapje voor stapje gaat het echter de goede kant op. Lag Kromkommer de eerste jaren alleen nog bij kleine (delicatessen)winkels en concept stores; inmiddels zijn hun soepen ook opgenomen in het assortiment van online supermarkt Picnic, meerdere filialen van Albert Heijn, Coop en Jumbo. Chantal: "Dat is belangrijk, want willen ook buiten onze bubbel mensen bereiken. Fans van het eerste uur hoef je niet meer te overtuigen."

Alternatief voor lood

Ook Jos Lobée van ingenieursbureau Modified Materials heeft een missie. In zijn geval: sportvissers een duurzaam alternatief te laten gebruiken voor het lood waarmee zij hun aas verzwaren om het op de juiste plek te brengen. Dat lijkt muggenzifterij, maar is het niet, bezweet hij. "Jaarlijks belandt er ruim 500.000 kilo vislood in het Nederlandse water, deze verontreiniging is veel groter dan de uitstoot

Modified Materials heeft als missie om sportvissers een duurzaam alternatief te laten gebruiken voor het lood waarmee zij hun aas verzwaren.

van lood uit de industrie." Lobée zelf schrok er ook van. Maar wat blijkt: zelfs de oude Grieken waren al op de hoogte van het slechte effect van lood op de gezondheid. "De Romeinen ook, maar die maakten alsnog waterleidingen en serviesgoed van dit metaal." Foute boel, weet hij. "Lood veroorzaakt onder andere IQ-verlies en een toename van ADHD en autisme bij kinderen. Het lijkt erop dat we steeds vergeten hoe giftig lood is. Er gaan zelfs verhalen dat de val van het Romeinse Rijk mede te wijten is aan massale loodvergiftiging." Lobée laat er geen misverstand over bestaan: "Lood is een ongewenste stof, giftig voor mens en dier. Een goede zaak dus dat het gebruik daarvan op veel plekken al is teruggedrongen of verboden. Lood is verboden in benzine en bijna overal zijn loden waterleidingen vervangen." Maar nog altijd zijn er zo'n 1,2 miljoen sportvissers die vissen met loden werpgewichten. Populair, omdat ze zo lekker snel naar de bodem zinken. Maar funest voor gezondheid en milieu. Helemaal wanneer het vislood thuis wordt gegoten. En dat gebeurt op grote schaal. Tienduizenden vissers nemen daarmee grote risico's voor hun directe omgeving. Meer voor hún veiligheid dan zijn eigen portemonnee, besloot Lobée (die alweer zo'n tien jaar geleden een werpgewicht ontwikkelde op basis van het goed in water afbrekbare biopolymeer PHA) contact te zoeken met Sportvissers Nederland. Wat bleek: ook daar zaten ze al enige tijd met al dat lood in hun maag.

Een en ander leidde tot een samenwerking en sindsdien lobbyen zij samen voor meer voorlichting over en een landelijk verbod op visserslood. Maar net als Kromkommer heeft ook hij nog een lange weg te gaan. Lobée: "Hoewel veiliger en minder belastend voor het milieu, is mijn product niet per se goedkoper of beter in gebruik dan het product dat ik hoop te vervangen. Daarvoor moet je eerst de mind-set van de sportvissers veranderen. En zoals iedereen weet, is gedrag één van de moeilijkste dingen om aan te passen. Om dat als klein bedrijf te bereiken, hebben we de waterbeheerders betrokken in het uitfasen van lood. Dat heeft onder andere geleid tot de Green Deal Sportvisserij Loodvrij."



Kansen in duurzaam ondernemen

Tien jaar geleden was duurzaam ondernemen nog een echte nichemarkt, enkel voorbehouden aan een klein clubje ras-idealisten. Inmiddels zien steeds meer bestaande bedrijven het nut en de noodzaak in van verduurzamen. KVK toont hen de weg via het Kansenkompas Duurzaam Vooruit

Quirien Verbakel, productmanager innovatie bij KVK, spotte de trend jaren geleden al: jonge ondernemers die een bedrijf opstarten rondom een duurzaam doel. Geld verdienen is niet hun belangrijkste drijfveer. Liever willen ze met hun product of dienst de wereld een stukje beter maken. Verbakel: "Neem een Boyan Slat die zich met zijn Ocean Clean Up al jaren inzet om de plasticsoep op te ruimen. Maar ook Kromkommer en Modified Materials zijn hier een goed voorbeeld van. Ook zij ondernemen primair vanuit een idealistische insteek." Meestal gaat het in dit soort gevallen om jonge

startups die wat opschudding proberen te veroorzaken. Maar ook bedrijven die al langer bestaan, kijken steeds vaker naar duurzame oplossingen, zegt ze. "Ook zij zien inmiddels in dat duurzaamheid geen kostenpost is, maar juist veel mogelijkheden biedt."

Kansen

Waar de hoogste impact zit, hangt af van wat voor soort bedrijf je hebt, vervolgt Verbakel. Bedenk je producten? Dan zit de winst soms in het product zelf of de verpakking. In andere sectoren, zoals de handel en logistiek, liggen veel kansen in de keten. En is jouw bedrijf van nature al erg duurzaam, dan is het vooral belangrijk om zoveel mogelijk impact te hebben door jouw duurzame bedrijf goed in de markt te zetten. Bijvoorbeeld door een agressieve groei-strategie te adopteren om niet-duurzame alternatieven te verdringen. Verbakel: "Dat kan natuurlijk met gelikte



KVK Innovatie Top 100

Dit zijn in 2019 de 100 meest innovatieve bedrijven van Nederland!

- | | | | | | | | |
|----|----------------------------|----|--------------------------------|----|-----------------------------|-----|----------------------------|
| 01 | PHYSEE | 26 | Icologiq | 51 | GoalGorilla | 76 | BE O bottle |
| 02 | Active Cues | 27 | LABFRESH | 52 | SwipeGuide | 77 | Ollip |
| 03 | HydroLogic Systems | 28 | Epic Drive | 53 | Biocare Products | 78 | Priceless Places |
| 04 | Water IQ International | 29 | CloudCuddle | 54 | Bio Bound | 79 | Single Cell Discoveries |
| 05 | FORU-Solution | 30 | Triple Solar | 55 | Iwell | 80 | Kitepower |
| 06 | Mr. Fill | 31 | BuyBay | 56 | BioscienZ | 81 | V-ID |
| 07 | Knakwortel | 32 | Divitel | 57 | BUKU | 82 | OTFLOW |
| 08 | RoNik Inspectioneering | 33 | EVAnet | 58 | Biodentify | 83 | FAIR coffins |
| 09 | Mokumono Cycles | 34 | Bambook | 59 | Clean Clothes (Dobbi) | 84 | Ruvu |
| 10 | Fonkels | 35 | Leadax | 60 | MagnaVersum | 85 | Sweek |
| 11 | Straw by Straw | 36 | Robot Care Systems | 61 | Explicit Fashion | 86 | Cinema Culinaire |
| 12 | 2oface | 37 | Bever Innovations Horticulture | 62 | TheOTCLab | 87 | PlaytoWork |
| 13 | Koese Engineering | 38 | Kromkommer | 63 | Kidzstore (SG Group) | 88 | Probo |
| 14 | MG Energy Systems | 39 | ENJOJ | 64 | Quasset BV | 89 | NO-AXE |
| 15 | ValueBlue | 40 | Groene Bouwhekken | 65 | Snakeware 050 | 90 | Nmbrs |
| 16 | Power Research Electronics | 41 | Gemvision | 66 | Viewie Media | 91 | Safeguard |
| 17 | Modified Materials | 42 | Sendo Shipping | 67 | Wijkie | 92 | TicTag |
| 18 | PureBlue | 43 | Dokkumer Vlaggen Centrale | 68 | 4Silence | 93 | Charly's All is Fair |
| 19 | Mx3d | 44 | Medical Precision | 69 | Lumeco | 94 | Talent voor Transitie |
| 20 | BrainCreators | 45 | SpeakSee | 70 | Semiotic Labs | 95 | Envision Technologies |
| 21 | New Horizon Urban Mining | 46 | Absolute Audio Labs | 71 | Mampaey Offshore Industries | 96 | Yalp |
| 22 | Ecocreation | 47 | Effect.AI | 72 | Effectus-HR | 97 | Energy Essentials Group |
| 23 | Hydraloop Systems | 48 | JLD Contracting | 73 | bit4coin | 98 | Vinovo |
| 24 | Voiceworks | 49 | Botanic Bites | 74 | Data Fanatics | 99 | Curve Works |
| 25 | Axual | 50 | Windplanner | 75 | Dockbite | 100 | Recycled Island Foundation |