

Spaarlamp in het kerstpakket

Herenweg 133, Heemstede.
 023 5472726
www.greenproductspromotions.nl

Pasteitjes, paté, kersen op sap, soepstengels of een fondueset. Met het kerstpakket laten werkgevers maar al te graag zien hoeveel ze van hun personeel houden. Als deze klassieker op jouw werk nog niet wegbezuinigd is, word je dit jaar misschien wel verrast door 'groene' producten, want ook de wereld van de relatiegeschenken heeft de duurzaamheid ontdekt.

André Kapaan (41) van Assist Promotions: "Er is nog geen run op verantwoorde relatiegeschenken. Wel neemt de vraag elk jaar toe. Een heel simpel, maar aansprekend voorbeeld zijn de waterbespaarders. Dat zijn kleine, waterdoorlatende dopjes die je in de kraan stopt, waardoor het waterverbruik vermindert. Of biologisch afbreekbare pennen en usb-sticks waarvan het omhulsel van hout is, in plaats van plastic. Ook T-shirts van verantwoord katoen vinden steeds meer aftrek."

Kapaan begrijpt wel waarom het aanbod van relatiegeschenken rondom het thema



milieu nog altijd beperkt is: "Afbreekbare kunststoffen zijn veel duurder dan conventionele kunststoffen. Tel daarbij op dat deze groenere producten in veel kleinere oplages afgenomen worden. Daarom ligt de inkoop prijs al gauw de helft hoger. Gelukkig zijn er genoeg bedrijven die desondanks voor de extra uitgave kiezen, omdat ze geloven dat het door het personeel extra gewaardeerd wordt. Neem de spaarlamp in cadeauverpakking, daar koop je ook een mooie fles wijn voor. Maar een lamp is origineler en nuttiger. En staat garant voor vele jaren licht, terwijl de wijnfles na één avond al in de glasbak eindigt. Nederland is trouwens een trendsetter op dit gebied. De producten worden vrijwel allemaal in Azië gemaakt, maar er zitten vaak Nederlandse bedenkers achter."



Annet (20), student media-college

"Ik heb een douchepakket gekregen met een waterzuinige douchekop en een zandloper waarmee je kunt meten hoe lang je onder de douche staat. Als je per keer slechts vijf minuten doucht, bespaar je per jaar zo ongeveer een zwembad aan heet water."

Fairfoodtest



In de tv-reclames van Lipton Thee zien we groene theevelden en vrolijke theeplukkers in bontgekleurde gewaden. De realiteit is anders: theeplukkers maken lange dagen en hun werkomstandigheden zijn verre van goed.

Moederbedrijf Unilever maakte vorige maand bekend dat alle thee van het merk Lipton vanaf 2015 een keurmerk draagt. De populaire Yellow Label thee is al sinds dit jaar afkomstig van plantages die voldoen aan de Sustainable Agriculture Network (SAN) standaard. Die garandeert dat op de plantages strikte regels gelden voor milieubescherming, arbeidsvoorwaarden en werkomstandigheden.

Bijna 40 procent van de thee van Unilever komt van kleinschalige boeren uit onder meer Sri Lanka, Indonesië en Rwanda. Sinds 2006 werkt Unilever samen met Kenia's grootste thee-exporteur om theeproducenten te trainen via zogenaamde 'Farmer Field Schools'. De impact van dit project wordt geëvalueerd door onderzoekers van Universiteit Wageningen. De eerste bevindingen tonen dat de trainingen een positieve uitwerking kunnen hebben op het milieu en het inkomen van de boeren.

Fairfood is al enkele jaren in gesprek met Unilever en houdt de voortgang in de gaten. Elke duurzame stap is er een, maar het blijft wachten op een grote doorbraak.

Fairfood is een campagne- en lobbyorganisatie die onderzoekt of de producten in onze supermarkten op een eerlijke manier tot stand komen. Elke maand houdt Fairfood voor 15 een van de favorieten uit onze winkelmandjes tegen het licht.

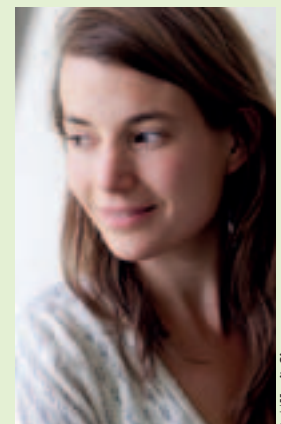
Groen blaadje

Het is u

Onlangs was ik bij *Bioneers: Revolutions from the heart of nature*. Eindelijk een duurzaamheidcongres waar je blij van wordt! Niet omdat de gebruikelijke angstaanjagende scenario's weggemoffeld worden, want dat deed hoofdspreker James Hansen, klimaatonderzoeker bij de NASA, zeker niet. Maar omdat er optimisme in de lucht hangt, geloof in het menselijk vermogen tot creativiteit en innovatie. Omdat er ver-

trouwen is in de diepe liefde tussen mens en mens, en mens en natuur. Omdat er tranen gelaten worden, hele echte - ook door mijzelf trouwens. Omdat spiritualiteit gehonoreerd wordt. Omdat er niet alleen veel gepraat maar ook veel gedaan wordt. Omdat vrouwen zo inspirerend en indrukwekkend aanwezig zijn. Omdat de organisatie doet waar ze voor staat: biologische en vegetarische lunches in plaats van de gebruikelijke bioindustrie-broodjes. *Walk your talk!* Omdat het hartverwarmend is omringd te worden met mensen die zich vanuit zo veel liefde en bevoegdheid inzetten.

Kennis is, naar Francis Bacon, macht. Maar kennis maakt ook kwetsbaar. Het maakt angstig als je weet dat de aarde waarvan we zo afhankelijk zijn, mogelijk - waarschijnlijk - rare sprongen gaat maken als een kat in het nauw. Klimaatverandering wijst ons genadeloos op onze onderlinge verbondenheid. We kunnen dit echt alleen met z'n allen oplossen. Het is geen kwestie van wachten op overheden, internationale klimaatverdragen (COP 16...) en grote bedrijven. Het is niet de lokale organisatie of uw buurman. Het is u. En ik. En jij daar. *Let the shift hit the fan.*



Annick Hedlund - de Witt (1978) doet aan de Vrije Universiteit promotieonderzoek naar de relatie tussen wereldbeelden en duurzame ontwikkeling. Momenteel verblijft ze in San Francisco.