



duurzaamplus.nl

zelfstandig, onafhankelijk en ter zake

Consumenten steun Nieuwe Business Modellen in het kieshokje en in de winkel

Editor Désirée Crommelin, 12/11/2014



CONSUMENTEN, VERENIG U EN STEUN IN HET KIESHOKJE EN IN DE WINKEL NIEUWE BUSINESS MODELLEN! luidt de oproep van Lynsey Dubbeld, trendanalist van Modevoormorgen.nl in haar column voor duurzaamplus.nl.

Marktplaats in Quote500

De bedenker van Thuisbezorgd.nl, een autogek en een handelaar in kunstmest en veevoer. Ze staan allemaal in de nieuwste editie van de Quote500. Grootverdieners zijn doorgaans nou niet het toonbeeld van Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen. Op plaats 327 staat de uitzondering die de regel bevestigt: Bob Crébas, oprichter van Marktplaats.

Consumenten en hun duurzame DNA

We kunnen verbaasd of zelfs verontwaardigd reageren op de miljardenvermogens van ondernemers die niet bepaald bekend staan om hun duurzame DNA. Maar eigenlijk is het gepaster om eens naar ons eigen duurzame gehalte te kijken. Wij stemmen op politici die het met wet- en regelgeving initiatieven zoals Über en AirBnb lastig maken.

Die volksvertegenwoordigers laten het na om bedrijven die werken volgens de principes van de circulaire economie, fiscale voordelen te bieden en leggen liever nog meer snelwegen aan dan de bijtelling voor elektrische auto's te verlagen.

Maar hier geldt ook: Kijk naar jezelf. Ons gedrag als consument kan nog wel wat groener. Minder dan de helft van de Nederlanders zo'n 42 procent, let bij het kopen wel op duurzaamheid, zo blijkt uit de laatste editie van Dossier Duurzaam. En voor niet meer dan 1 procent van de kledingliefhebbers is duurzaamheid een aankoopcriterium, aldus een recent onderzoek van GfK. De opmars van fast fashion keten Primark spreekt wat dat betreft boekdelen! Net als het feit dat Action dit jaar is uitgeroepen tot de beste winkelketen van Nederland.

Steun in kieshokje nieuwe business modellen

Onze houding als burger, kiezer en consument betekent dat ondernemers die met duurzame business modellen aan de slag willen voor nogal wat uitdagingen staan om het eufemistisch te zeggen. Vanuit de overheid hoeven duurzame pioniers op financieel, juridisch of beleidsmatig vlak géén ondersteuning te verwachten. En op een overweldigende consumentenvraag naar verantwoorde producten of diensten kunnen ze ook nog niet rekenen. We zijn als consumenten geneigd om naar de overheid en het bedrijfsleven te wijzen als het gaat om verduurzaming van de samenleving en economie. Volgens recent onderzoek van de ASN Bank is ruim 60 procent van de Nederlanders deze mening toegedaan, terwijl we als consumenten-met-kiesrecht misschien wel de touwtjes in handen hebben.

Nieuwe Business Modellen

Crowdfunding websites staan vol met *musthaves* van sociaal ondernemers en de onlinedeelplatforms schieten als paddenstoelen uit de grond. Het is anno nu simpelweg niet meer vol te houden dat duurzaamheid onaantrekkelijk, onbegrijpelijk, onvindbaar of onbetaalbaar is. Voor het succes van de gedurfde business modellen waarover Jan Jonker en zijn collega's in hun nieuwe boek schrijven, is naast de inzet van ondernemers onze stem essentieel. In het kieshokje en in de winkel. Als we dit inzicht in daden omzetten, dan staan in de toekomst misschien wel de mensen achter Thuisafgehaald, de kledingbibliotheek of Peerby in de Quote500.



Lynsey Dubbeld, Trendanalist van [Modevoormorgen](#)

foto: Studio Oostrom