

Duurzame Impact Strategie Facility Management (samenvatting)

De Duurzame Impact Strategie Facility Management schetst een richting om aan de slag te gaan. Met de specifieke kennis die we hebben ligt er niet alleen een noodzaak voor verduurzaming, maar ook een marktkans. En daarmee een mogelijkheid om een belangrijke bijdrage te leveren aan de grote maatschappelijke uitdagingen van deze tijd. Het doel van dit document is dat meerdere facilitaire organisaties in de keten zullen aanhaken door dit document te ondertekenen, bij deze groep aan te sluiten en aan de slag te gaan.

Onder begeleiding van Nyenrode Business Universiteit en Facility Management Nederland (FMN) zijn kennis, ervaringen en ideeën gedeeld en gebundeld in deze actiegerichte strategie, waarmee handelingsperspectief ontstaat voor alle betrokken organisaties.

Aanleiding

Ondanks dat er in de sector al veel wordt ondernomen is deze impactstrategie noodzakelijk. Dit omdat grootschalige toepassing en forse verduurzaming van goederen en diensten in de keten onvoldoende van de grond komt. Enerzijds omdat sprake is van veel losse initiatieven zonder samenhangende implementatiestrategie. Anderzijds omdat er onvoldoende inzicht is dat er meer naar de huidige 'spelregels' van het spel gekeken moet worden om de belemmerende randvoorwaarden in de sector gezamenlijk op te gaan lossen. De spelregels in een markt gaan over bewuste/onbewuste regels, normen en de wijze waarop met elkaar zaken wordt gedaan.

De opgave waar de facilitaire sector voor staat is een transitie naar een duurzame sector waarbij (uiteindelijk) opdrachtgevers, opdrachtnemers, leveranciers, kennisinstellingen en allerlei andere partijen in de waardeketen een cruciale rol vervullen.

Strategieën

Op basis van de verkenning van welke verduurzamingsopties bij diverse goederen in de facilitaire sector mogelijk zijn, zijn in eerste instantie drie strategieën opgesteld. Andere strategieën zijn mogelijk om andere duurzaamheidsproblemen in de facilitaire sector aan te pakken. Maar door te leren hoe deze drie strategieën kunnen bijdragen aan het verduurzamen van de facilitaire sector wordt het in een later stadium makkelijker om ook andere strategieën toe te voegen.

De drie strategieën zijn verdeeld over de verbruiks- en gebruiksartikelen die gebruikt worden in de facilitaire sector. De strategieën worden in 2024 en 2025 uitgewerkt en waar mogelijk ook geïmplementeerd.

Strategie 1: Verbeteren Customer Experience met duurzaamheid (voor verbruiksgoederen)

De kern van de strategie om de customer experience te verbeteren met duurzaamheid is dat vanuit andere sectoren bekend is dat onder bepaalde voorwaarden duurzaamheid juist kan leiden tot extra loyaliteit en tevredenheid van de eindgebruiker. Voor de facilitaire sector richt deze strategie zich onder meer op de overgang van onnodige verpakkingen naar een reductie tot de essentiële verpakkingen. Om meer zicht te krijgen op het verminderen hiervan zijn de volgende stappen bedacht om invulling te geven aan deze strategie:

- Monoverpakkingen analyseren en alternatieven zoeken en/of ontwikkelen.
- Alternatieven piloten bij enkele klanten (bij verschillende pantry's).
- Evalueren en bijsturen (voor- en nadelen) zowel in de operatie als bij de eindgebruiker.
- Impact Business case op basis van 'best practice' bepalen.

Gesprekken leverancier van monoverpakkingen om ontwikkeling te versterken.

Strategie 2: Meebewegen met regeneratief aanbod (voor verbruiksgoederen)

De kern van de strategie om mee te bewegen met regeneratief aanbod is dat de belangrijkste duurzaamheidsproblemen opwaarts in de waardeketen ontstaan. Voedsel uit regeneratieve landbouw wordt geproduceerd op een wijze dat de lokale kringloop voortdurend kan worden herhaald. Bij deze strategie gaat het vooral over eten en drinken. De eerste stappen hiervoor worden als volgt gezet:

- Nulmeting en inzicht (lijst) genereren in kennis over seizoensfruit/groenten (verificatie). Doelgroepen hiervoor zijn; eindgebruiker en cateringmedewerkers.
- Top 5 leveranciers benaderen om hen mee te nemen als belangrijke leverancier.
- Plannen en uitvoeren van awareness sessies voor: koks, inkopers, leveranciers, catering managers.
- Klankbord groepen toevoegen vanuit de klant.
- Training plannen en uitvoeren van alle partijen die hiermee aan de slag gaan door te werken met truepricing, true emission.

Strategie 3: Voorkomen van verborgen kosten (voor gebruiksgoederen)

De kern van de strategie om verborgen kosten te voorkomen is dat een deel van de impact op duurzaamheid wordt veroorzaakt door suboptimalisaties in de facilitaire keten. Door dit anders te organiseren worden kosten bespaard en wordt een bijdrage geleverd aan de verduurzaming van de sector. Deze strategie richt zich op de overgang van gebruiksgoederen (hardware) als onuitputtelijke bron naar gebruiksgoederen als waardevolle bezittingen. Bij contractwisselingen van de ene facilitaire dienstverlener gaan niet de materialen en machines over naar de dienstverlener die het werk heeft gekregen. Bij deze strategie (fase 3) worden de volgende acties ondernomen:

- Focus op de schoonmaak.
- Model nulmeting uitwerken.
- Standaard maken voor een prijslijst voor overname van de artikelen.
- Afspraken maken over kleurgebruik/gebruik logo's.

Tot slot

Om daadwerkelijk impact te maken met deze strategie voor de facilitaire sector, moeten we doen waar we als sector goed in zijn: de mouwen opstropen en echt aan de slag gaan! In de impactstrategie is beschreven aan welke knoppen er gedraaid moeten worden om de spelregels van het spel te veranderen. De volgende stap is om dat in de praktijk te brengen. Op basis van de analyse uit dit actieplan zijn drie strategieën naar voren gekomen die cruciaal zijn om deze omslag te bereiken.

De eerste aanzet is gegeven vanuit ISS en Facilicom. Het spreekt voor zich dat ook andere facilitaire organisaties kunnen aanhaken. Dit geldt zowel voor opdrachtgevers als opdrachtnemers.

In de periode april en mei 2024 zal naast de lancering van het initiatief, gewerkt worden, om een entiteit op te richten die samen met de sector de impactstrategieën gaat coördineren. Wil je meer weten over de impactstrategie en vervolg?

Neem dan contact op met: rob.klinkert@fmn.nl of jannemarie.vergunst@fmn.nl