



7 februari 2019

## **LCA als instrument voor strategisch besluit in marketing, ontwerp, engineering, inkoop, productie en verkoop**

Resultaat Enquête

Auteurs: ir E.Th.J. Wijlhuizen  
dr. ir. J.G. Vogtländer

# Table of Content

Samenvatting .....	3
1. Inleiding .....	4
2. De deelnemers en LCA .....	5
3. Marketing en verkoop .....	6
4. Ontwerp, engineering en productie.....	6
5. Inkoop.....	6
6. Bedrijfsvoering.....	7
7. Opmerkingen van deelnemers.....	7
8. Discussie .....	8
9. Bijlage enquête resultaten .....	9

## Samenvatting

Op 23 oktober is een enquête verstuurd aan relaties van SE over LCA als strategisch instrument. De belangrijkste conclusies van deze enquête zijn:

### *Algemeen*

1. 70% van de bedrijfsdeelnemers maakt LCA's of gebruikt de resultaten van LCA's in zijn werk.
2. 50% van de bedrijven geven aan LCA 's te maken omdat klanten erom vragen. Het moederbedrijf en de aandeelhouders worden voor 60% genoemd als driver achter de LCA praktijk.
3. Grofweg de helft van de bedrijfsdeelnemers aan deze enquête kan niet aangeven hoe de LCA methodiek in elkaar zit.

### *Marketing & Verkoop*

4. Circa 50% van de bedrijven onderbouwen hun milieuprestatie van bedrijf en producten met een grondige analyse al of niet gebruik makend van LCA.
5. Het gebruik van Ecolabels van allerlei soort is nog steeds populair: meer dan 50% van de bedrijven maakt daar gebruik van. Het gebruik van EPD's (Environmental Product Declarations) is nog gering (alleen bedrijven die gerelateerd zijn aan de bouw).
6. De milieuprestatie van producten en diensten wordt door circa 30% van de bedrijven onderbouwd met LCA
7. Het vermelden van milieu informatie (al of niet met LCA) in de marketing en verkoop wordt kwalitatief door het merendeel als effectief beoordeeld.

### *Ontwerp*

8. Circa. 40% geeft aan bezig te zijn met het circulair maken van de keten volgens een uiteenlopend aantal methoden waaronder "Ellen Macarthur Foundation aanpak" , "ketenanalyse" , "eigen visie" en LCA.

### *Inkoop*

9. Bij meer dan de helft van de bedrijfsdeelnemers wordt de milieubelasting meegewogen in de aankoop specificatie. Dat wordt echter slechts door 1 bedrijf ondersteund door LCA.
10. Bij 3 bedrijven is de toegepast methode voor het betrekken van milieu informatie bij inkoopbesluiten niet bekend. 40% van de bedrijfsdeelnemers is niet bekend met het gebruik van LCA informatie in het bedrijfsinkoopproces.
11. LCA speelt een ondergeschikte rol bij inkoop processen.

### *Management*

12. Bij 60% van de deelnemende bedrijven is de milieuverantwoordelijkheid een gedeelde verantwoordelijkheid van alle teamleden. Uit de enquête blijkt dat bij circa 85% van de deelnemende bedrijven één of meerdere MT leden voldoende onderlegd zijn om milieu informatie te beoordelen.

De resultaten van dit rapport zijn afgerond met een drietal vragen in hoofdstuk 8

# 1. Inleiding

## Sustainable Endeavour

Sustainable Endeavour is een consultancy en interim management boetiek die bedrijven ondersteunt bij het opstellen en realiseren van hun bedrijfsdoelstellingen met het oog op een economie die blijft binnen de draagkracht van de aarde en recht doet aan de mensen die daarop leven.

## Levens Cyclus Analyse

Al dertig + jaar worden er LCA's gemaakt en wordt de methodiek aangescherpt en verbeterd. Het gaat inmiddels om een scherp omliggende methode om de milieu impact van een product of dienst te bepalen waarbij gebruik wordt gemaakt van veel achtergrondinformatie over processen en producten uit verschillende databases. Nederland is als gevolg van veel steun van de overheid een belangrijke speler geweest in het ontwikkelen van de inmiddels in ISO gedefinieerde LCA methode. Binnen de EU wordt de ontwikkeling voortgezet door het PEF en OEF. Als gevolg van de klimaat actualiteit in de afgelopen 10 jaar is het opstellen van LCA's in een stroomversnelling geraakt. Met de klimaatwet in de rug en de noodzaak om maatschappelijk geaccepteerde en financieel verantwoorde maatregelen te nemen en producten te leveren is het uitvoeren van de LCA een belangrijk instrument geworden. Zoals uit enquête resultaten blijkt is het gebruik en toepassing nog geen gemeengoed.

## Aanleiding

In dit beknopte onderzoek staat de vraag centraal welke plaats de LCA methode inmiddels heeft gekregen in de uitvoering van het bedrijfsbeleid. LCA is immers bedoeld om te helpen de bedrijfsdoelstelling te formuleren en te realiseren en het milieubelasting profiel op een betrouwbare, transparante en overtuigende manier te communiceren. En omdat realisatie van belangrijke bedrijfsdoelstellingen een kerntaak van de directie is, is aandacht gevraagd voor de wijze waarop met de LCA binnen het bedrijf en ook binnen het directie team wordt omgegaan.

## Vragenlijst

Om de mate en focus van het gebruik van LCA's te polsen is in oktober 2018 een vragenlijst uitgezet bij relaties van Sustainable Endeavour in de voedsel, (maak) industrie, energie en consultancy sector. Uiteindelijk zijn in totaal 19 reacties ontvangen. Hieronder een kort overzicht van de bedrijfssectoren:

### Bedrijfssectoren

- Energie
- Food
- Manufacturing
- Procesindustrie
- Consultancy

## Functie van de deelnemers aan de enquête binnen het bedrijf

Productie manager	Operations manager
Programma manager inkoop	Algemeen directeur
QA manager	Marketing manager
Global Research director	Sustainability Manager 2x
Concept engineer	Manager MVO & Innovatie
Account manager	Asset manager
Senior marketing manager	Marketing director
Consultant 2x	Management consultant 2x

## Resultaten

De antwoorden op alle open en gesloten vragen van alle deelnemers aan het onderzoek zijn anoniem in bijlage 1 van dit rapport verwerkt. Bij de beoordeling van de resultaten in onderstaand pagina's hebben we besloten ons te richten op de doelgroep bedrijven. In hoofdstuk 6 en 7 zijn wel de antwoorden op open vragen van de consultants meegenomen.

In de laatste kolom van bijlage 1 zijn de antwoorden in percentages van het aantal deelnemers aan de enquête vermeldt. Door het relatief gering aantal deelnemers is bij de beoordeling van de resultaten er rekening mee gehouden dat de lage percentages geen zeggingskracht hebben. Antwoorden die wel een significantie hebben zijn vetgedrukt.

Het percentage response op een enquêtevraag in bijlage 1 is vaak in totaal minder dan 100%. Dat komt doordat niet iedereen de vraag heeft beantwoord.

## 2. De deelnemers en LCA

### *Antwoorden op vraag 3 t/m 9*

Circa de helft van de deelnemers aan de enquête vanuit het bedrijfsleven zijn niet vertrouwd met LCA methodiek of het toepassen daarvan. Van diegene die gebruik maken van de resultaten van de LCA methodiek is circa een 40% niet goed op de hoogte van de specifieke aspecten van de methodiek. Een vijfde van de deelnemers weet van de hoed en de rand.

Van de bedrijven (dus exclusief consultants) geeft ruim 50% op dat haar klanten milieuaspecten belangrijk vinden, krap 50% geeft aan het voor de wetgeving te doen. Zestig procent geeft op dat het moederbedrijf of de aandeelhouders milieuaspecten van het bedrijf belangrijk vinden. (men mocht bij deze vraag meer dan 1 'driver' aangeven).

Circa 70% van de bedrijven geeft aan LCA te (laten) maken en gebruik te maken van de resultaten. Of er nog andere methoden gebruikt worden om de milieubelasting van producten of diensten te bepalen is bij circa 50% van de bedrijfsdeelnemers niet bekend.

Van de bedrijven die LCA toepassen doet ca. 40% de berekeningen zelf, en laat 40% de berekeningen door gespecialiseerde derden uitvoeren;

Van de 3 bedrijven die geen LCA's (laten) maken zijn er twee die dat niet doen omdat de klant er niet naar vraagt en één die aangeeft dat een LCA opstellen te lang duurt.

### 3. Marketing en verkoop

*Antwoorden op vraag 10 t/m 15*

Circa 50% van de bedrijven onderbouwen hun milieuprestatie van bedrijf en producten met een grondige analyse al of niet gebruik makend van LCA.

De milieuprestatie van producten en diensten wordt door circa 30% van de bedrijven onderbouwd met LCA. Bij circa 30% van de bedrijven wordt de milieuprestatie niet in de verkoop gerelateerde informatie vermeld.

Het gebruik van Ecolabels van allerlei soort is nog steeds populair: meer dan 50% van de bedrijven maakt daar gebruik van.  
Slechts 2 (aan de bouw gerelateerde) bedrijven geven aan EPD's op te stellen.

Publicatie van milieu informatie gebeurt voor 50% op de bedrijfswebsite (bedrijfsmilieu informatie) in gelijke mate als in de productinformatie omschrijving (milieu product informatie).

De effectiviteit van het vermelden van milieu informatie bij marketing en verkoop is niet kwantitatief gemeten. Vele deelnemers gaven bij de beantwoording van de vraag aan dat vermelding van milieu informatie effectief was voor vertrouwen, reputatie, marktpositionering, marktaandeel en omzet.

### 4. Ontwerp, engineering en productie

*Antwoorden op vraag 16 en 17*

LCA wordt door circa 40% van de deelnemers gebruikt om de milieubelasting van het product te verminderen door herontwerp. 3 bedrijven gebruiken hiervoor een andere methode variërend van "logisch nadenken" tot "12 principles of green chemistry".

Circa. 40% geeft aan bezig te zijn met het circulair maken van de keten volgens een uiteenlopend aantal methoden waaronder "Ellen Macarthur Foundation aanpak", "ketenanalyse", "eigen visie" en LCA.

### 5. Inkoop

*Antwoorden op vraag 18 tm 21*

Bij meer dan de helft van de bedrijfsdeelnemers wordt de milieubelasting meegewogen in de aankoop specificatie. Dat wordt echter slechts door 1 bedrijf ondersteund door LCA.

Circa 30% van de deelnemende bedrijven gebruikt de milieuprestatie van het product en dienst bij het aankoopproces voorafgaande de gunning Bij 2 bedrijven wordt de milieuprestatie van de leverancier in het gunningsproces betrokken.

Bij 3 bedrijven is de toegepast methode voor het betrekken van milieu informatie bij inkoopbesluiten niet bekend. 40% van de bedrijfsdeelnemers is niet bekend met het gebruik van LCA informatie in het bedrijfsinkoopproces.

De gehanteerde werkwijzen voor het inzetten van het milieuaspect in de inkoop specificatie is niet kwantitatief getoetst maar varieert sterk van “principes van circulariteit”, afspraken maken met producent tot “maakt onderdeel uit van de productontwikkeling”. Het is uit de genoemde werkwijzen niet duidelijk op welke manier afwegingen worden gemaakt tussen prijs en product milieubelasting

## 6. Bedrijfsvoering

*Antwoorden op vraag 22 t/m 25*

Bij 60% van de deelnemende bedrijven is de milieuverantwoordelijkheid een gedeelde verantwoordelijkheid van alle teamleden. Uit de enquête blijkt dat bij circa 75% van de deelnemende bedrijven één of meerdere MT leden voldoende onderlegd zijn om milieu informatie te beoordelen. Bij 60% van de organisaties speelt milieu een belangrijke rol bij besluitvorming; in een kwart van de management teams wordt het milieu wel routinematig meegenomen, maar speelt geen belangrijke rol. De milieu informatie die door een specialist aan MT leden wordt aangereikt wordt in circa 50% van de voorkomende situaties als geschikt beoordeeld voor besluitvorming.

## 7. Opmerkingen van deelnemers

Naast de gesloten vragen zijn er een aantal open vragen gesteld om een indruk te krijgen van de manier waarop LCA als instrument is ingezet voor het bedrijf.

Het vermelden van milieu informatie in het marketing en verkoopproces (al of niet LCA onderbouwd) is volgens de deelnemers aan de enquête met name effectief voor het opbouwen van marktpositie, nemen van besluiten in het productportfolio, opbouwen van reputatie in een markt ( segment), geloofwaardigheid en het opbouwen van een vertrouwen in product en bedrijf.

De onderbouwing van de productmarketing en -verkoop is, anders dan via minimum eisen (Ecolabels), nog slechts in beperkte mate afhankelijk van de performance in de keten.

Er zijn door verschillende deelnemers kritische kanttekeningen geplaatst bij het gebruik van LCA bij het inkoopproces. Genoemd zijn: (1) de complexiteit van het inkoop proces, (2) de onbetrouwbaarheid van aangeleverde informatie en (3) de verschillen in gehanteerde LCA methoden.

Er is een pleidooi voor uniformiteit in LCA uitwerking en opmaak zoals bij de EPD.

Tot slot zijn er door de deelnemers nog een aantal kritische opmerkingen geplaatst over het gebruik van LCA binnen het bedrijf in het kader van productinnovatie:

- Doordat LCA informatie van de concurrent ontoegankelijk is, is vergelijking met de concurrent lastig. Dat is wel essentieel voor een verbetertraject, Aldus een deelnemer.
- Een andere deelnemer geeft aan dat hij als leverancier eigenlijk niet in staat is om een goede LCA te maken omdat je als leverancier niet beschikt over informatie over processen waarin het geleverde wordt toegepast. Dat kan bovendien een grote verscheidenheid aan processen zijn. Het is daarmee lastig om je product- innovatie te sturen.



## 8. Discussie

Uit de enquête komen een drietal kernvragen naar voren, die we tijdens de bespreking van deze rapportage aan de orde willen stellen:

### A. Discrepantie tussen Verkoop en Inkoop?

Ca. de helft van de geënquêteerden geeft aan dat het bedrijf bezig is met de algemene trend van vergroening, aangezet door regelgeving, moederbedrijf en aandeelhouders, en/of door klanten. Milieu informatie wordt intern in portfoliobeoordelingen gebruikt en blijkt een effectieve manier om positie in de markt en vertrouwen te realiseren. Ca. 30% gebruikt hiervoor LCA als hulpmiddel. Het is echter opmerkelijk dat het gebruik van LCA bij inkoop in de praktijk zeer gelimiteerd is (slechts 1 deelnemer geeft aan LCA bij inkoop te gebruiken). Is dit een discrepantie? Zouden bedrijven die in verkoop met LCA bezig zijn dit ook niet moeten toepassen bij hun inkoop? En zou het niet een belangrijke stimulans zijn wanneer er door inkopers in het algemeen meer gelet zou worden op LCA? En daarmee meer op de product milieuprestatie in plaats van het voldoen aan minimum eisen. Wat staat een integrale ketenaanpak in de weg (te beginnen met meer integratie tussen verkoop, productie en inkoop binnen het eigen bedrijf)?

### B. Product innovatie in de keten (circulariteit)?

Inmiddels is de circulaire economie een ware hype geworden: bijna “iedereen” heeft het er over (vooral politici, consultants, en in de marketing). Onze enquête laat echter een gematigd beeld zien: 2 deelnemers gebruiken LCA en 4 deelnemers gebruiken een andere methode (gezond verstand?). Recycling ligt voor de hand, maar er is natuurlijk meer aan de orde.

Er is bij circulaire business modellen vaak sprake van een afweging van energiegebruik (CO<sub>2</sub> uitstoot) en besparing van grondstoffen (bv. metalen). Is circulariteit een doel op zich? Hoe gebeurt die afweging zonder LCA? En hoe weten we dat we de goede keuzen voor de toekomst maken?

### C. Kennis

In totaal zijn 6 deelnemers (40%) uit de bedrijven goed tot redelijk op de hoogte met LCA. Dit is een hoge score. Hiervan geven echter 2 geënquêteerden aan behoorlijk kritisch te staan t.o.v. LCA.

LCA heeft het imago complex en tijdrovend te zijn. Wordt LCA niet nodeloos complex gepresenteerd? Zou er behoefte zijn aan een praktijkgerichte, korte (bv 1 dag), LCA training( bedrijfsintern omdat het vaak gaat over vertrouwelijke informatie)? Of is het beter dat LCA iets blijft voor specialisten: die circulaire business modellen ontstaan vanzelf wel, ook zonder LCA of met een LCA achteraf?



## **9. Bijlage enquête resultaten**

## LCA ALS STRATEGISCH INSTRUMENT - ENQUETE RESULTATEN

Onderwerp	Vraag #	Meerkeuzevraag en <i>openvraag</i>	Antwoord mogelijkheden en antwoorden open vragen	Antwoorden per doelgroep in %					
				bedrijven		consultants		totaal	
Wie?	3	Profiel van de diegene die onderstaande vragen over gebruik LCA beantwoordt?	Binnen mijn bedrijf weet ik het meeste van LCA en maak gebruik van die kennis voor mijn werk	1	6,7%	2	10,5%	3	15,8%
			Ik ben goed op de hoogte van de LCA methode en pas deze toe in mijn werk.	2	13,3%	0	0,0%	2	10,5%
			Ik maak gebruik van de uitkomsten van LCA in mijn werk en ken de methode in grote lijnen	3	20,0%	0	0,0%	3	15,8%
			Ik maak gebruik van de LCA resultaten in mijn werk maar ben niet op de hoogte van de specifieke aspecten van de methode	4	<b>26,7%</b>	1	5,3%	5	<b>26,3%</b>
			Ik maak geen gebruik van LCA in mijn werk en kom daar ook niet mee in aanraking	3	20,0%	1	5,3%	4	<b>21,1%</b>
	4	Door welke stakeholders wordt het belang van milieuaspecten van uw bedrijf en producten voornamelijk gedreven?	Overheid / wetgeving	7	<b>46,7%</b>	1	5,3%	8	<b>42,1%</b>
			Klanten	8	<b>53,3%</b>	3	15,8%	11	<b>57,9%</b>
			Aandeelhouders	4	<b>26,7%</b>	0	0,0%	4	<b>21,1%</b>
Personeel			2	13,3%	0	0,0%	2	10,5%	
NGO's			3	20,0%	0	0,0%	3	15,8%	
Moederbedrijf			5	<b>33,3%</b>	0	0,0%	5	<b>26,3%</b>	
Concurrenten			1	6,7%	0	0,0%	1	5,3%	
Andere	2	13,3%	0	0,0%	2	10,5%			
Wat en hoe?	5	Maakt u LCA's en of maakt u gebruik van LCA resultaten?	Ja, ga dan door naar vraag 5 en verder	10	<b>66,7%</b>	2	10,5%	12	<b>63,2%</b>
			Nee, ga dan door naar vraag 4 en verder	3	20,0%	2	10,5%	5	26,3%
	6	Waarom maakt u geen gebruik van LCA?	Niet relevant	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
			Klanten vragen niet naar milieu informatie	2	13,3%	2	10,5%	4	<b>21,1%</b>
			Mijn leidinggevende vindt LCA niet passend of nodig	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
			Kan niets met het resultaat	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
			Resultaat slecht te communiceren	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
			Onbetrouwbaar	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
			Academisch	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
			Duurt te lang	1	6,7%	0	0,0%	1	5,3%
			Te ingewikkeld	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
			Geen volledig beeld van de milieubelasting	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
			Te duur	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Niet praktisch	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%			
Er zijn betere methoden	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%			
7	Gebruikt u voor het vaststellen van de milieubelasting van producten en diensten (ook) methoden anders dan LCA?	Nee	3	20,0%	1	5,3%	4	<b>21,1%</b>	
		Ja	2	13,3%	3	15,8%	5	<b>26,3%</b>	
		Onbekend	7	<b>46,7%</b>	0	0,0%	7	<b>36,8%</b>	
		<i>Zo ja , welke methoden past u toe?</i>	1. Cradel 2 Cradle principe 2. Ik ken de methoden niet maar probeer zover mogelijk het gehele proces en de milieubelasting in kaart te brengen. 3. keurmerken 4. certificering van geleverde biomassa brandstof volgens SBP 5. Brainstorm met heatmap 6. LCA Light: NL Greenlabel						
8	Wie voert bij uw bedrijf de LCA analyse uit?	In eigen beheer	6	<b>40,0%</b>	3	15,8%	9	<b>47,4%</b>	
		Uitbesteed aan een gespecialiseerd bureau	6	<b>40,0%</b>	1	5,3%	7	<b>36,8%</b>	

## LCA ALS STRATEGISCH INSTRUMENT - ENQUETE RESULTATEN

Onderwerp	Vraag #	Meerkeuzevraag en <i>openvraag</i>	Antwoord mogelijkheden en antwoorden open vragen	Antwoorden per doelgroep in %					
				bedrijven		consultants		totaal	
Wat en hoe?	9	Welke techniek / tools gebruikt u voor het uitvoeren van een LCA?	Mij onbekend	7	46,7%	1	5,3%	8	42,1%
			Simapro	2	13,3%	0	0,0%	2	10,5%
			Gabi	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
			Ecocosts	1	6,7%	0	0,0%	1	5,3%
			Umberto	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
			In house ontwikkeling	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
			Excel spreadsheet	0	0,0%	1	5,3%	1	5,3%
			Andere techniek / tool	1	6,7%	0	0,0%	1	5,3%
Marketing	10	Benadrukt uw bedrijf de <i>algemene bedrijfsmilieuprestatie</i> op de website?	Ja	7	46,7%	1	5,3%	8	42,1%
			Nee	6	40,0%	3	15,8%	8	42,1%
	11	Benadrukt uw bedrijf de milieuprestatie van de <i>producten en diensten</i> op de bedrijfswebsite?	Ja, wij onderbouwen die milieuprestatie met LCA	4	26,7%	0	0,0%	4	21,1%
			Ja, wij onderbouwen de milieuprestatie echter niet met LCA berekeningen	3	20,0%	0	0,0%	3	15,8%
			Nee	5	33,3%	4	21,1%	9	47,4%
			Onbekend	1	6,7%	0	0,0%	1	5,3%
	12	Benadrukt u de milieuprestatie van de producten en diensten in de productbrochures / product presentaties en product / verkoop gerelateerde rapporten?	Ja, wij onderbouwen de milieuprestaties met LCA	5	33,3%	0	0,0%	5	26,3%
			Ja, wij onderbouwen de milieuprestaties echter niet met LCA	2	13,3%	1	5,3%	3	15,8%
			Nee	5	33,3%	3	15,8%	8	42,1%
	13	Heeft u voor een of meerdere producten en of diensten een Environmental Product Declaration kortweg EPD?	Ja, ik gebruik deze bij verkoop	2	13,3%	0	0,0%	2	10,5%
			Ja, maar ik gebruik deze niet bij de verkoop	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
			Nee	7	46,7%	4	21,1%	11	57,9%
			Onbekend	4	26,7%	0	0,0%	4	21,1%
	14	Zijn één of meerdere producten en diensten voorzien van een groen label (FSC, CO2 prestatieladder, Green key, Dubo Keur, Eco, Der Blauwe Engel, Global Organic etc.)?	Nee	5	33,3%	3	15,8%	8	42,1%
Ja,			8	53,3%	1	5,3%	9	47,4%	
		<i>Zo ja, welke E- labels voert uw bedrijf en of producten diensten?</i>	1. FSC 2. Organic-SKAL 3. FSC, PEFC, DuBokeur, Cradle to Cradle Gold, NL Greenlabel 4. Meeste producten 100% weidemelk, Verschillende producten biologisch, cacao-producten UTZ/RFA, kartonnen verpakkinge FSC, 5. Verschillende ISO normen en EN-13432 compostering 6. Biologisch, eco, iso 7. Bij de NL Greenlabel beoordeling worden alle genoemde labels meegenomen indien van toepassing 8. Green key, Carbon Trust						

## LCA ALS STRATEGISCH INSTRUMENT - ENQUETE RESULTATEN

Onderwerp	Vraag #	Meerkeuzevraag en openvraag	Antwoord mogelijkheden en antwoorden open vragen	Antwoorden per doelgroep in %		
				bedrijven	consultants	totaal
Marketing	15	<b>Wat is naar uw mening de effectiviteit ( bijvoorbeeld extra omzet, hogere marge, groter marktaandeel, positionering van bedrijf of producten portfolio) van het vermelden en gebruiken van (LCA onderbouwde) milieu informatie in het marketing en verkoopproces?</b>	1. In mijn ogen is het in eerste instantie een manier om een bedrijf/port folio te positioneren, met als doel een groter marktaandeel en extra omzet te realiseren. 2. Effectief tav reputatie 3. Essentieel voor marktpositie en geloofwaardigheid 4. Wordt steeds belangrijker naar mate we dichterbij 2050 komen t.a.v. Co2 doelstellingen, wekt vertrouwen in het product en is belangrijk ter vergelijking met niet biobased grondstoffen en producten. 5. Heel wisselende belangstelling bij klanten. Hoofdrede van gebruik is positioneren product toepassing en bedrijf 6. Belangrijkste reden van gebruik is in handelsargumentatie. Totnogtoe m.n. voor verpakkingen gebruikt/ 7. Vertrouwen en merkpositionering 8. nvt 9. Geen idee 10. Als ziekenhuis ben ik juist op zoek naar dit soort producten Dus het zou voor producenten zeker helpen omheen LCA per product te hebben. 11. Juiste keuzes maken in ons investeringsportfolio 12. niet van toepassing 13. Nice to have 14. Mijn bedrijf profileert zich op deze manier als bureau dat duurzaamheid meetbaar en verbeterbaar maakt. 15. Positionering van de producten met als gevolg een groter marktaandeel en hogere omzet			
	16	<b>Werkt u met behulp van LCA (resultaten) aan het verminderen van milieubelasting bij product ontwerp, - engineering of bij productie?</b>	Ja Nee, wij gebruiken andere methoden om tot een vermindering van milieubelasting te komen Onbekend	6 <b>40,0%</b> 3 20,0% 4 <b>26,7%</b>	2 10,5% 1 5,3% 1 5,3%	8 <b>42,1%</b> 4 <b>21,1%</b> 5 <b>26,3%</b>
Ontwerp		<b>De gebruikte methoden zijn?</b>	1. RUD, energie besparende projecten, afvalstoffen scheiding 2. 12 principles of green chemistry, soms ondersteund met LCA 3. M.n. voor verpakkingen 4. Logisch nadenken. Gehele keten in kaart brengen van ontwikkeling tot het uiteindelijk verwerken van het product (disposables)			
	17	<b>Bent u in samenwerking met andere partijen bezig de keten circulair te maken?</b>	Ja wij maken daarbij gebruik van de LCA methode Ja, wij maken gebruik van de Ellen Macarthur Foundation aanpak Ja, wij gebruiken een andere methode Nee wij zijn niet bezig met circulariteit Onbekend	2 13,3% 1 6,7% 3 20,0% 3 20,0% 3 20,0%	0 0,0% 0 0,0% 1 5,3% 2 10,5% 1 5,3%	2 10,5% 1 5,3% 4 <b>21,1%</b> 5 <b>26,3%</b> 4 <b>21,1%</b>
		<b>Deze methode is?</b>	1. Er kunnen oneindig veel producten van ons Accoyahout gemaakt worden en in de keten is onze vinding Tricoya-MDF al een voorbeeld dat in circulariteit past. Daarnaast al veel ketensamenwerkingen gericht op circulariteit, met de nadruk op biobased vanwege verreweg het beste Co2 resultaat global en van Cradle to Cradle. 2. Verkennend op dit moment. 3. We werken over een brede range om keten circulair te maken. weet niet of we overal dezelfde methoden gebruiken 4. Eigen visie 5. Gebruiken geen specifieke methode 6. Wij gaan steeds meer werken met vergistbare producten vervaardigd van second generation feedstock. Daarmee wekken we energie op. Niet helemaal circulair maar in de vorm van pet flessen is er ook eindigheid in het opnieuw vervaardigen van producten van PET. 7. Soms LCA, soms gezond verstand 8. NL Greenlabel			

## LCA ALS STRATEGISCH INSTRUMENT - ENQUETE RESULTATEN

Onderwerp	Vraag #	Meerkeuzevraag en <i>openvraag</i>	Antwoord mogelijkheden en antwoorden open vragen	Antwoorden per doelgroep in %					
				bedrijven		consultants		totaal	
<b>Inkoop</b>	<b>18</b>	Is milieubelasting onderdeel van de inkoop specificatie van goederen en diensten?	Ja Soms Nee Onbekend	8 1 1 2	53,3% 6,7% 6,7% 13,3%	2 0 2 0	10,5% 0,0% 10,5% 0,0%	10 1 3 2	52,6% 5,3% 15,8% 10,5%
		<i>Waarom en wanneer?</i>	<p>1. Steeds vaker wordt duurzaamheid meegenomen in het inkoop proces om de ambitie van het bedrijf op duurzaamheid te realiseren.</p> <p>2. Voelen wij ons toe verplicht in relatie tot het duurzame product dat wij maken en moedigt aan om te streven naar Cradle to Cradle Platinum certificaat. Is nu Gold voor gehele productie Accoya en op onderdeel Material Health al Platinum.</p> <p>3. Goede kennis van de duurzaamheid van onze grondstoffen</p> <p>4. Van al onze leveranciers verwachten we dat zij zich actief inspinnen om hun prestatie te verbeteren op gebied van milieu en mensenrechten</p> <p>5. Mee laten wegen naast overige criteria</p> <p>6. Omdat wij er van overtuigd zijn dat het noodzakelijk is om duurzamer te ondernemen</p>						
	<b>19</b>	Indien u vraag 18 met 'ja' of 'soms' hebt beantwoord, op welke manier zet u het milieuaspect in bij de inkoop specificatie?	Bij de beoordeling / weging van de leverancier voorafgaande aan gunning Bij de beoordeling / weging van het aan te kopen product of dienst voorafgaande aan gunning Bij de beoordeling / weging van de milieuprestatie van het product of dienst na afloop van de gunning Onbekend Op een andere wijze	2 5 1 3 0	13,3% 33,3% 6,7% 20,0% 0,0%	0 2 0 0 0	0,0% 10,5% 0,0% 0,0% 0,0%	2 7 1 3 0	10,5% 36,8% 5,3% 15,8% 0,0%
		<i>Geef in het kort uw werkwijze?</i>	<p>1. Energiebesparing die behaald kan worden tov bestaande situatie</p> <p>2. Voor nieuwe producten is dit onderdeel van de ontwikkeling (12 principes); vanuit R&amp;D Maar ook voor bestaande producten evaluatie van duurzaamheid van onze volledige productrange; aangestuurd vanuit Marketing</p> <p>3. De principes van circulariteit, milieu impact, chemie, energie, water, veilig voor mens &amp; milieu, waarde behoud van grondstoffen, etc. Zelf vergelijken en beoordelen werkt snel en effectief</p> <p>4. Maar we gebruiken de LCA methode ook om samen met de producent verbeteringen af te spreken</p> <p>5. Energiebesparing die behaald kan worden tov bestaande situatie</p> <p>6. Voor nieuwe producten is dit onderdeel van de ontwikkeling (12 principes); vanuit R&amp;D Maar ook voor bestaande producten evaluatie van duurzaamheid van onze volledige productrange; aangestuurd vanuit Marketing</p> <p>7. De principes van circulariteit, milieu impact, chemie, energie, water, veilig voor mens &amp; milieu, waarde behoud van grondstoffen, etc. Zelf vergelijken en beoordelen werkt snel en effectief</p> <p>8. Maar we gebruiken de LCA methode ook om samen met de producent verbeteringen af te spreken</p>						
	<b>20</b>	Gebriikt u bij het opstellen van de inkoop specificatie informatie afkomstig van een LCA?	Ja Nee Onbekend	1 6 6	6,7% 40,0% 40,0%	2 1 0	10,5% 5,3% 0,0%	3 6 6	15,8% 31,6% 31,6%
		<i>In geval van ja, kunt u in het kort aangeven hoe u de LCA informatie inzet?</i>	<p>1. Mogelijk dat dit al meegenomen wordt.</p> <p>2. Deels wel. Leverancier heeft bewijslast en kan LCA methode gebruiken</p> <p>3. Informatie door leverancier gegeven weegt mee in oordeel</p> <p>4. Producten zonder milieu informatie vallen af, producten met veel milieu informatie w.o. een LCA komen in aanmerking</p>						

## LCA ALS STRATEGISCH INSTRUMENT - ENQUETE RESULTATEN

Onderwerp	Vraag #	Meerkeuzevraag en openvraag	Antwoord mogelijkheden en antwoorden open vragen	Antwoorden per doelgroep in %					
				bedrijven		consultants		totaal	
Inkoop	21	<b>Heeft u nog opmerkingen over het gebruik van LCA in het inkoopproces?</b>	<p>1. Het is een ingewikkelde materie en vaak voor de inkoper (meestal een leek op dit gebied) vaak onduidelijk welke criteria wel of niet mee gewogen worden en of de concurrent wel eerlijke data aanlevert. Liever zou ik voor alle producten streven naar EPD's. Ter discussie of de inhoud daarvan voldoende is en toekomstbestendig. Gezien de Co2 problematiek moeten we alles over het hele traject, zeg maar C2C, gaan beoordelen en niet alleen Cradle to Gate of alleen in de gebruiksfase, zoals BREEAM.</p> <p>2. Nee</p> <p>3. Er zijn verschillende LCA methodes. Dit weet de markt niet. Als er een LCA methodiek voor beton ingezet wordt om papier te beoordelen is de uitkomst waardeloos. Zie gemeentelijke aanbesteding kopieerpapier 2016. Resultaat is dat de betreffende grote gemeente met verkeerd papier zit opgescheept. Bepaal dus vooraf of je LCA adviesbureau bekend is met meerdere methodieken, deze ook op de juiste manier inzet en daar ook de software voor heeft. (dit antwoord is geanonimiseerd)</p> <p>4. Nee</p>						
	22	<b>In hoeverre zijn milieuaspecten van het bedrijf en zijn producten en diensten de verantwoordelijkheid van</b>	<p>1 persoon draagt de verantwoordelijkheid</p> <p>Gedeelde verantwoordelijkheid van alle teamleden</p> <p>Onbekend</p>	1	6,7%	3	15,8%	4	<b>21,1%</b>
Management	23	<b>In hoeverre zijn MT leden volgens u voldoende onderlegd om besluiten te nemen over zaken waarin milieu een belangrijke rol speelt?</b>	MT leden zijn niet onderlegd om milieu analyses te begrijpen en te interpreteren	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
			Een enkel MT lid is voldoende onderlegd om milieuanalyses op waarde te schatten	5	<b>33,3%</b>	1	5,3%	6	<b>31,6%</b>
			Meerdere MT leden zijn goed onderlegd om milieu gerelateerde informatie te beoordelen	3	20,0%	0	0,0%	3	15,8%
	24	<b>In hoeverre wordt de milieucomponent structureel betrokken bij besluitvorming binnen het MT over innovatie en</b>	Milieu is geen issue bij innovatie en productontwikkeling	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
			Wordt routinematig meegenomen in het proces maar speelt doorgaans geen belangrijke rol	4	<b>26,7%</b>	1	5,3%	5	<b>26,3%</b>
			Speelt voor specifieke klanten (groep) belangrijk mee in de besluitvorming	5	<b>33,3%</b>	0	0,0%	5	<b>26,3%</b>
	25	<b>In hoeverre is de informatie in een milieurapport / LCA, gemaakt door een specialist, geschikt om bij te dragen aan besluitvorming op MT niveau?</b>	Is dominant bij besluitvorming	4	<b>26,7%</b>	1	5,3%	5	<b>26,3%</b>
			Niet	0	0,0%	1	5,3%	1	5,3%
			Nauwelijks	2	13,3%	0	0,0%	2	10,5%
			Af en toe	2	13,3%	0	0,0%	2	10,5%
26	<b>Heeft u nog kritische opmerkingen over het gebruik van LCA binnen het bedrijf ?</b>	Geregeld	4	<b>26,7%</b>	0	0,0%	4	<b>21,1%</b>	
		Meestal wel	2	13,3%	1	5,3%	3	15,8%	
		Onbekend	2	13,3%	2	10,5%	4	<b>21,1%</b>	
		1. Een LCA heeft pas waarde als je een doel tot verbetering hebt in relatie tot milieubelasting en het beter doet dan de concurrent. Helaas is vergelijk vaak ten dele of zelfs niet mogelijk, vanwege ontbreken data (geheim) van concurrerende producten. Internationale regels zouden die geheimzinnigheid moeten doorbreken.							
2. Als leverancier van grondstoffen, komen onze producten in honderden toepassingen terecht; elke toepassing heeft zijn eigen LCA. Vaak meten we cradle-to-gate, en soms met klanten en eind-gebruikers volledige LCA indien relevant.									
3. Bepaal vooraf waarom je het wil gebruiken. Ben intrinsiek gedreven om het ondersteunend te laten zijn aan de doelstelling									
4. Alleen gedaan voor de ISO 14001 maar net begonnen dus effect nog niet te meten.									
5. Nee									





