



Zelfredzaam, duurzaam

Marc Vooges/Bas Holvast

29 Augustus 2014

Visie

De visie van SYMPANY heeft drie pijlers.

SYMPANY werkt aan een betere toekomst voor mens en aarde, iedere dag.

De duurzame verwerking van textiel en het delen van opgedane kennis hieromtrent geven SYMPANY gezag en zorgen voor een opbrengst. In de nabije toekomst heeft SYMPANY ook een alternatief voor de kostbare (virgin) grondstoffen voor allerlei textielprodukten.

De door SYMPANY gesteunde projecten verhogen de zelfredzaamheid en de levensomstandigheden van de beneficianten. Veel van de projecten hebben te maken met textiel waardoor SYMPANY steeds meer de totale cirkel weet te sluiten.

Missie

ONDERNEMEN staat voorop bij al onze activiteiten, ook bij de projecten die we financieel steunen, in Nederland en in het buitenland.

SYMPANY wil koploper zijn op een aantal trajecten, zoals bij:

- duurzaamheid en transparantie rond textielinzameling en -verwerking;
- innovatie rond textielrecycling; en het vinden van hoogwaardige oplossingen voor niet herdraagbaar textiel.
- het actief zijn in vele onderdelen van de totale textielketen, zoals sortering, verhandelen, de verkoop van (vintage)kleding en recyclen van niet herdraagbaar textiel.
- sociaal return (het bevorderen van zelfredzaamheid).
- efficiënte dienstverlening zodat stakeholders (particulieren, bedrijven en gemeenten) weten dat hun (textiel)donatie aan SYMPANY de grootst mogelijke impact heeft op het goede doel.
- de effectiviteit van de verleende steun in de door ons gesteunde projecten.
- de duurzaamheid van door SYMPANY gesteunde projecten in binnen- en buitenland.

SYMPANY zamelt textiel in en stelt haar opbrengst ter beschikking aan de gelieerde stichting Sympany+.

De inzamelactiviteiten van SYMPANY

SYMPANY voorziet dat de komende jaren het grootste deel van de textielinzameling via de gemeentelijke containers blijft lopen, hiervoor is/wordt een efficiënt en duurzaam inzamelbedrijf ingericht. SYMPANY wordt hier nog beter in dan de huidige organisaties KICI en Humana zijn (waren) en de komende jaren wordt hiermee het grootste deel van het geld verdiend.

De inzameling gebeurt efficiënt, servicegericht, duurzaam en zakelijk.

Door middel van gewonnen aanbestedingen wordt business verkregen.

SYMPANY betaalt gemeentes enerzijds een adequate vergoeding en kenmerkt zich anderzijds door originaliteit, creativiteit en innovatie.

Naast inzameling via de gemeentelijke containers wordt onderzocht of inzameling via andere kanalen rendabel kan worden uitgevoerd. Goede contacten en contracten met retailers die SYMPANY als een serieuze partij zien zijn ook voor de langere termijn (zie onder 'innovatie') van groot belang.

Samengevat:

- Geld verdienen voor de gelieerde stichting Sympany+;
- Door efficiënt, servicegericht, duurzaam en zakelijk textiel in te zamelen en te verkopen;
- Inzameling via gemeentes, huis aan huis en onderzoek naar andere kanalen.

Logistiek eigen beheer/uitbesteden en/of samenwerking

De kosten voor uitbesteden/inhuur om de logistieke diensten uit te voeren of het rijden met eigen materieel en chauffeur ontlopen elkaar momenteel nauwelijks. De kosten zijn afhankelijk van de routes die moeten worden gereden door een externe vervoerder en hoe hij dat eventueel kan combineren met andere opdrachten.

Wanneer de kosten vergelijkbaar zijn dan is een voordeel van in eigen beheer uitvoeren dat eigen materieel zorgt voor een betere service. Wanneer er volmeldingen zijn of wanneer een donateur per ongeluk iets in de container heeft laten vallen, dan kan via eigen materieel sneller en tegen lagere kosten worden gehandeld. Daartegenover staat dat bij stijgende personeelslasten (al dan niet door hoger ziekteverzuim) de kosten stijgen en externe inhuur flexibeler is. De rondrijdende eigen wagens kunnen meehelpen aan een hogere naamsbekendheid bij diverse stakeholders. Hiertegenover staat dat externe vervoerders ook op hun vrachtwagens kenbaar kunnen maken dat zij rijden voor SYMPANY.

SYMPANY streeft een optimale mix te hebben tussen inhuur en eigen materieel. In 2015 zullen in eerste instantie de logistieke oplossingen van beide partners naast elkaar worden gelegd en geoptimaliseerd. Op korte termijn is het wijzigen van de logistiek van KICI gemakkelijker (namelijk uitbesteden) dan bij Humana (namelijk in eigen beheer met mensen op de loonlijst). Uitbesteden kan ook betekenen het werken met een preferred supplier die helemaal volgens de voorschriften van SYMPANY kan gaan werken. Dit model wordt door SYMPANY overwogen.

Bij de besluitvorming voor het al dan niet (integraal) uitbesteden van de logistiek wegen naast de belangen van de werknemers, ook mee:

- Kosten en efficiency
- Servicegerichtheid
- Flexibiliteit
- Zichtbaarheid in de markt
- Duurzaamheid

De voorbeeldlijst is niet uitputtend. We kijken ook naar een fit bij strategie/ core business, investeringsalternatief, onderscheidend vermogen t.o.v. concurrentie.

New business

In een voor KICI opgesteld rapport van KPMG staat met betrekking tot innovatie het volgende :

- *Op basis van interviews met 15 externe partijen (waaronder C&A, Ikea, G-Star en Nike) is de verwachting dat er een toekomstige vraag zal zijn naar gerecyclede vezels omdat het aanbod van duurzaam geproduceerde vezels de vraag niet aankan. De vraag naar deze gerecyclede vezels zal vooral komen van de A-merken die opereren in Europa;*
- *Deze A-merken creëren op dit moment een “pull markt” en degene die hier het eerst op inspringt creëert een voorsprong;*
- *De marges voor hersortering van niet herdraagbaar textiel lijken aantrekkelijk en KICI is goed gepositioneerd in de keten om een ‘producent’ te worden van gerecyclede vezels, door samen te werken met een kledingsorteerder (en door inzet van nieuwe technologie / T4T machine);*
- *KICI kan hiermee een end-to-end / closed loop aanbieden aan de producenten, wat KICI aantrekkelijk maakt als partner;*
- *Op dit moment wordt KICI nog niet gezien als een serieuze partij door de grote A-merken.*

KPMG verbindt hier de volgende adviezen aan:

- *Gebruik de positieve cashflow om te investeren in het verkrijgen van een positie in de markt van gerecyclede vezels omdat de markt (vooral de A-brands) om deze oplossing vraagt, de markt winstgevende potentie heeft, KICI veel kennis heeft van deze markt en de recycling van vezels past bij het duurzame imago van KICI;*
- *KICI zal echter moeten investeren in professionaliteit, markt/klant gerichtheid en executie om een juiste partner te kunnen worden van de A-merken;*
- *Deze positionering en focus op gerecyclede vezels brengt met zich mee dat KICI minder nadruk kan leggen op de activiteit om andere toepassingen voor gerecyclede vezels te ontwikkelen (bijvoorbeeld in composiet).*

SYMPANY volgt deze adviezen op, met dien verstande, dat het inzetten van positieve cash flow die is verdiend met het inzamelbedrijf alleen voor innovatie wordt ingezet indien het aantoonbaar aannemelijk is dat het rendement van de investering binnen afzienbare termijn bijdraagt aan de hoofddoelstelling van de organisatie : geld verdienen voor de gelieerde stichting.

Kern van de business van SYMPANY zijn 3 elementen:

- Eigenaarschap van de goederen vanaf het begin van de keten
- Organiseren en regisseren (en waar nodig zelf doen) van alle benodigde activiteiten in de keten op een transparante wijze
- Waar mogelijk “verkopen” van onze aanwezige kennis

Daarnaast blijven we volgen welke stroom direct herdraagbaar/ herbruikbaar textiel niet via onze keten loopt en zullen beoordelen in hoeverre SYMPANY daar een rol in wil spelen.

SYMPANY wordt dus een professionele kennisintensieve dienstenaanbieder, voor wie duurzaamheid en innovatie centraal staan. Dat is deels ingegeven doordat SYMPANY constateert dat het percentage herdraagbaar textiel afneemt en ervan uitgaat dat deze trend zich zal voortzetten.

SYMPANY gaat er bovendien vanuit dat de vraag naar herdraagbaar textiel zal afnemen door toenemende welvaart in huidige afzetgebieden. Dit zal overigens waarschijnlijk niet binnen tien jaar tot zeer grote verschuivingen leiden.

Innovatieve oplossingen om het probleem van andere afzetkanalen van ingezameld textiel te vinden, moeten dus nu al worden gezocht. Als namelijk op de langere termijn ook de herdraagbare kleding niet meer kan worden afgezet, dan moeten nieuwe toepassingen zorgen voor een vervangende vraag.

Het vervezelen en spinnen om vervolgens op grote schaal te dienen als grondstof voor nieuwe (textiel)producten, lijkt een kansrijk concept. SYMPANY voorziet dat zij om op deze ontwikkeling te anticiperen directe samenwerking behoeft met kledinglabels. Textielproducenten geven te kennen waarde te hechten aan 'closing the loop' en de cirkel 'begint' bij de het ontwerp van de kleding. SYMPANY houdt er rekening mee dat retailers op termijn van overheidswege zullen worden verplicht om hun kleding weer in te zamelen (producentenverantwoordelijkheid) zoals dat al geldt voor andere vormen van 'afval'.

Al deze ontwikkelingen staan nog in de kinderschoenen maar SYMPANY bouwt vol enthousiasme voort op de initiërende rol die met name KICI tot nog toe heeft gespeeld, waarbij SYMPANY zo nodig zal investeren in ondernemerschap om de tot nog toe ontwikkelde visie om te zetten in business. De komende twee jaar zal SYMPANY de aanzetten die hiertoe reeds zijn gemaakt verder uitwerken. Het ondersoortenbedrijf (of een soortgelijke oplossing) maakt hiervan deel uit, maar ook de strategische vraag of het vervezelen en spinnen al dan niet in eigen beheer moet worden gedaan. Na verloop van twee jaar zal het verdienmodel van SYMPANY zodanig zijn aangepast dat een eventuele afname van de rentabiliteit van de traditionele activiteiten (meer dan) zal worden gecompenseerd door deze nieuwe ontwikkeling.

Samengevat:

- Doorgaan met het herwinnen van grondstoffen uit ingezameld textiel en andere innovatieve toepassingen;
- Samenwerken met A-labels, bedrijfsleven, kennisinstellingen;
- Alleen 'ondernemend' investeren: er moet reëel zicht zijn op financieel rendement binnen een afzienbare termijn.

Innovatie

SYMPANY zal ook blijven inzetten op innovatie. Het is de bedoeling dat door een actieve houding de uitstraling van SYMPANY op dit vlak groot is.

Dit betekent dat de wereld goed in de gaten wordt gehouden en dat alle initiatieven worden beoordeeld op haalbaarheid. Daar waar een idee positief wordt beoordeeld zullen waar nodig ondersteunende gelden naar toe gaan om als SYMPANY hierbij gelijk goede aansluiting te hebben.

De directeur innovatie kan hier een goede rol in spelen door ideeën te selecteren en te voorzien van relevante opmerkingen die uiteindelijk door het bestuur van SYMPANY worden beoordeeld om er als SYMPANY mee verder te gaan. Rolverdeling zal als volgt zijn dat de directeur innovatie zijn/haar kennis, ervaring en contacten inbrengt en benut en die vertaalt naar de bestuurder van SYMPANY.

De laatstgenoemde kijkt naar de marktkansen van de aangeleverde ideeën en besluit vervolgens wat voor rol de directeur innovatie met de kansrijke concepten heeft. Overigens zou de beoogd directeur zelf financiering moeten vinden bij externe partijen om zijn expertise te gelde te maken.

Sympany+: Goede doelen beleid

Sympany+ verwerft het grootste deel van haar inkomsten uit baten die ze van Sympany ontvangt. Daarnaast zijn er inkomsten uit fondsenwerving via evenementen, bij bedrijven en fondsen, en subsidies.

Sympany+ steunt (inter)nationale projecten die enerzijds tot doel hebben het bevorderen van zelfredzaamheid/duurzaamheid en die voornamelijk verband houden met (de productie van) textiel. De vakopleidingen die Humana nu al enkele jaren steunt, zullen waar mogelijk worden uitgebreid met textielgerichte opleidingen en cursussen. Maar het kan ook zijn dat we projecten steunen die de omstandigheden waarop mensen in de textielketen werken, sterk gaan verbeteren.

Kernwaarden in alle ondersteunde programma's zijn duurzaamheid en zelfredzaamheid. Duurzame verbetering van de leefsituatie van mensen kan alleen gerealiseerd worden indien zij die zelf (kunnen) realiseren. Daarbij draait het om het bieden van mogelijkheden en ook om kennis. Nederlanders met een achterstand op de arbeidsmarkt kunnen bij enkele van onze activiteiten een goede rol spelen en die werkplekken willen we aanbieden. Als we naar buitenlandse projecten kijken dan geldt dat iemand die hulp krijgt alleen welvarender kan worden als hij de goede kennis heeft en kan toepassen (de vakopleidingen die Humana thans steunt in Zuidelijk Afrika is hiervan een goed voorbeeld om deze doelstelling te verwezenlijken).

Focus in soort programma's/projecten/landen

Onze focus komt te liggen op projecten die met textiel te maken hebben en relateren aan zelfredzaamheid en duurzaamheid. Een voorzichtige leidraad is dat 70% van het beschikbare geld naar projecten gaat die iets met textiel te maken hebben.

Bij vakscholen, maar ook investeringsprojecten om de arbeidsomstandigheden structureel en duurzaam te verbeteren. Groot voordeel hierbij kan zijn dat we belangrijke spelers in de kledingretail aan ons binden. En dan bij voorkeur in een bepaalde regio, zodat optimale efficiency bij evaluaties en monitoring kan worden behaald.

Aanpak

Sympany+ geeft in de door haar gesteunde programma's geen geld of goederen zonder voorwaarden. Per programma bepaalt de organisatie hoe lang ze dat programma wil steunen. Er dient een exit-strategie geformuleerd te zijn, en ook "SMART" geformuleerde doelstellingen.

SYMPANY zal met een Nederlandse NGO (waarschijnlijk het Rode Kruis) een samenwerking aangaan. Onze focus in Nederland komt te liggen op projecten die door het Rode Kruis worden uitgevoerd en die in lijn liggen met zelfredzaamheid en duurzaamheid en, indien mogelijk, gerelateerd zijn aan (de productie van) textiel. De NGO moet aantoonbaar bijdragen aan het verzamelen van textiel.

Andere projecten die we kunnen steunen in Nederland zijn projecten als House of Denim en Repair Café. Dit beleid zal naar verwachting worden omarmd door textielproducenten en –retailers waarmee het mes aan twee kanten snijdt.

De te financieren projecten in het buitenland worden getoetst aan de volgende vijf criteria die alle met duurzaamheid te maken hebben (de FIETS-strategie):

FIETS staat voor financiële, institutionele, ecologische, technologische en sociale duurzaamheid. Een programma is duurzaam als het aan deze criteria voldoet.

Financiële duurzaamheid

De verantwoordelijkheid voor de financiering van de activiteiten na afloop van onze bijdrage ligt uiteindelijk op lokaal niveau. Om dit mogelijk te maken motiveren en steunen we het ontstaan van financiële services in de projectomgeving, betrekken we het lokale bedrijfsleven en mobiliseren we lokaal overheidsbudget. Zo voorkomen wij dat mensen structureel afhankelijk worden van donorgeld. Het gaat hier niet alleen om de kostprijs van een product maar ook om het beheer en onderhoud en wanneer de tijd verstrijkt vervanging.

Institutionele duurzaamheid

Op basis van behoeften werken wij toe naar een oplossing op lange termijn om zelfredzaamheid te vergroten. Daarbij is het belangrijk dat er een goede inbedding is in lokale systemen, procedures en beleid. Daarom werken wij nauw samen met lokale partijen, zoals belanghebbenden, overheden, bedrijven en kennisinstellingen. Met deze partijen gaan we samenwerkingsverbanden aan en werken we aan capaciteitsopbouw, beleidsbeïnvloeding en monitoring.

Ecologische duurzaamheid

Wij richten ons op de lange termijn. Een goede beschikbaarheid van natuurlijke bronnen, klimaatbestendigheid, afvalverwerking en een gezonde leefomgeving zijn daarbij belangrijk.

Technologische duurzaamheid

De technologieën die we gebruiken in ons werk moeten aansluiten bij de lokale behoeften en situatie, van goede kwaliteit zijn, en betaalbaar, toegankelijk en duurzaam zijn.

Sociale duurzaamheid

Het is belangrijk dat de activiteiten in onze programma's sociaal en cultureel geaccepteerd worden. Ons werk moet aansluiten bij de lokale vraag en behoeften en inclusief zijn voor armen, vrouwen en speciale kwetsbare groepen. Wij richten ons op goede arbeidsomstandigheden (MVO) en op gelijke rechten van mensen, ongeacht geslacht, maatschappelijke positie, religie of cultuur.

Samengevat:

- Toetsing vindt plaats aan de criteria zelfredzaamheid en duurzaamheid, in combinatie met (de productie van) textiel;
- Buitenlandse projecten worden daarenboven getoetst aan de 'FIETS criteria';
- Samenwerking met een Nederlandse NGO.