

# Kaizen en de kunst van duurzaamheid

Fairfood roept ondernemers op om zich te laten inspireren door het Japanse concept 'kaizen' en de duurzaamheid van hun producten voortdurend te verbeteren.

Steeds meer bedrijven zijn zich bewust van hun verantwoordelijkheden op het gebied van duurzaamheid. Met uitspraken als: 'Wij zuiveren ons afvalwater' of 'Bij de vervaardiging van dit product zijn geen pesticiden gebruikt' geven ondernemers publiekelijk aan dat zij het belang van duurzame productiemethoden inzien. Klanten en andere stakeholders krijgen inzicht in de intenties van het bedrijf en kunnen de leidinggevenden ook ter verantwoording roepen als de doelstellingen niet behaald zijn. Dat is een waardevolle ontwikkeling ten opzichte van tien jaar geleden.

## Dynamiek

Kijken we beter naar de claims die bedrijven maken, dan zijn deze vaak een-dimensionaal: 'Dit product heeft zoveel procent dat' of 'Wij zijn overgestapt op dit ingrediënt' en 'Ons bedrijf heeft deze actie ondersteund'. Hieruit blijkt een vrij statisch begrip van duurzaamheid. De claims betreffen eenmalige acties of verworvenheden. Deze zijn alle afzonderlijk zeer toe te juichen, maar er zijn grenzen aan een dergelijke benadering. Een

methode die nu goede resultaten heeft, kan in een veranderde context negatieve effecten hebben. De maatstaven die we onszelf vandaag stellen, zijn over tien jaar waarschijnlijk gedateerd en ook bij gelijkblijvende omstandigheden helpen voortschrijdend inzicht en nieuwe technieken om lastige vraagstukken rond duurzaamheid op te lossen.

## Kaizen

We moeten toe naar een dynamisch begrip van duurzaamheid. Het Japanse concept 'kaizen' kan hierbij ter inspiratie dienen. Kaizen staat voor voortdurende verbetering. Alle werknemers van een bedrijf, van de CEO tot het ondersteunend personeel, kijken steeds opnieuw naar de duurzaamheid van hun eigen bedrijfsprocessen waardoor de kwaliteit en efficiëntie continu worden verhoogd. De opdracht is dus niet om één keer een revolutionaire innovatie door te voeren, maar om als bedrijf steeds alert te blijven op kleine veranderingen. Het proces staat centraal in plaats van het resultaat. Vanwege de nadruk op continue evaluatie en voortdurende verbetering leent

kaizen zich goed als methode voor verduurzaming. Volgens de dynamische definitie van duurzaamheid is een banaan niet duurzaam wanneer er x procent minder pesticiden voor de teelt wordt gebruikt of als de werknemers op de plantages een vast contract hebben gekregen. Nee, een duurzame banaan is een banaan waarvan de productiemethoden steeds kritisch onder de loep worden genomen om te bepalen welke verbeteringen er mogelijk zijn ten behoeve van mens, milieu en economie.

## Kleine stapjes

Sommige ondernemers zullen dit een lastige boodschap vinden. Uit de lobbygesprekken die Fairfood International voert met de voedingsmiddelenindustrie komt vaak naar voren dat ondernemers behoefte hebben aan duidelijkheid. Ze willen weten welke concrete stappen zij moeten nemen. Zij hopen wellicht met een eenmalige actie hun bedrijf of product 'duurzaam' te maken. Dergelijke eenvoudige antwoorden zijn echter geen oplossing voor de uitdagingen waar we voor staan. Bedrijven die denken met het inkopen van fairtrade koffie en een paar papierbakken klaar te zijn, moeten zich nog eens goed achter de oren krabben. Voor ondernemers die niet kunnen toveren, maar wel werk willen maken van duurzaamheid is er het concept kaizen. De oproep van Fairfood luidt dan ook: 'Benader verduurzaming niet als een eenmalige investering, maar als een proces van voortdurende verbetering. Laat u inspireren door kaizen en bekwaam u in de kunst van duurzaamheid'.

*Frank van der Linde, directeur Fairfood International, een internationale campagne- en lobbyorganisatie zonder winstdoelmerk, die de voedingsmiddelenindustrie aanspoort haar ketens te verduurzamen. Fairfood wil zo een bijdrage leveren aan de bestrijding van wereldwijde honger en armoede.*

Reageren? [umt@umt.nl](mailto:umt@umt.nl)

Foto: Marloes van Doorn



Frank van der Linde