

Hoogleraar waterbeheer Arjen Hoekstra





Het zat Arjen Hoekstra al een tijdje dwars. De hoogleraar waterbeheer aan de Universiteit Twente constateerde dat waterproblemen vaak als andermans problemen worden beschouwd. Droogte? Iets van Afrika. Vuile rivieren? Die Chinezen weer. Een meer dat verdwijnt? Laat die Oezbeken het maar zelf oplossen.

Ten onrechte. 'Er is bijna altijd een relatie met de consumptie hier. Neem de katoenproductie in Oezbekistan. Die is zeer waterintensief, en leidt tot uitdroging van het Aralmeer. Een ecologische ramp. Die wordt echter niet alleen veroorzaakt doordat die mensen daar het zo raar doen, maar ook doordat er een we-

Hoeveel water kost mijn overhemd?

reld is die het katoen consumeert.'

Zo kwam Hoekstra (41) op de 'watervoetafdruk', de hoeveelheid water die een mens direct en indirect consumeert, analoog aan de koolstofvoetafdruk voor de bijdrage aan het broeikaseffect.

Hoekstra wil een rekenstandaard

ontwikkelen, waaraan alle bedrijven zich moeten houden die met de watervoetafdruk willen werken. Daar toe heeft hij vorige maand het Water Footprint Network opgericht, met organisaties als het Wereldnatuurfonds, Unesco, de Wereldbank en het Nederlands Water Platform. Bedrijven als Coca Cola en Nestlé hebben al beloofd zich te houden aan de standaard die Hoekstra en consorten willen ontwikkelen. 'Of ze dat gaan doen, is natuurlijk een tweede.'

Hoekstra doet het naast zijn gewone werk als hoogleraar, deels in zijn vrije tijd. Nee, hij heeft er geen adviesbureautje voor opgericht. 'Ik wil er geen slaatje uit slaan.'

Hij had er flink mee kunnen boe-

ren, want er kloppen veel bedrijven bij hem aan die er wél een slaatje uit willen slaan. Consultants, accountants, certificeringsclubs, dat werk. Dat is uiteindelijk hun zaak, vindt Hoekstra. 'Het belangrijkste is nu dat dat die rekenstandaard er komt.'

Dat wordt nog lastig genoeg. 'Als consument wil je graag weten hoeveel water er in het katoenen overhemd zit dat je bij H&M koopt. Als het uit Centraal-Azië komt, is het 3.000 liter. Als het uit de Verenigde Staten komt misschien de helft.' Maar de mevrouw bij de kassa kan dat niet vertellen, zegt Hoekstra. 'Sterker nog: in het hele bedrijf kan geen mens het je vertellen.

'Het katoen wordt ergens op een

grondstoffenmarkt ingekocht – waar het vandaan komt, wordt niet bijgehouden. We zijn het gevoel van het product kwijtgeraakt, niemand kent de achtergrond, dus kunnen we daar ook geen rekening mee houden.'

Waar we naar toe moeten, zegt Hoekstra, is een transparant productiesysteem. Waarin anonieme producten weer een herkomst krijgen, een ontstaansgeschiedenis, kortom, een gezicht. Zodat je als consument weet welke supermarkt of kledingwinkel watervriendelijk is.

Is hij zelf eigenlijk een beetje waterbewust? 'Bewust wel, maar ook ik heb geen idee wat ik in de kast heb hangen.'

Michael Persson