



8.000 liter

Een nieuwe jeans,
een bosje rozen.
Zonder zich ervan bewust
te zijn, verbruikt de
Nederlandse consument zo
duizenden liters 'virtueel
water'. De productie van
consumptiegoederen heeft
een groot effect op de
wereldwaterproblematiek. Wat
kan Nederland doen om deze
watervoetafdruk te verkleinen?

tekst **Siri Lijfering**

Een jeans vol water

Ons waterrijke landje speelt een prominente rol in de wereldwaterproblematiek. Wie in Nederland om zich heen kijkt, zal zich daar hoogstwaarschijnlijk niet direct bewust van zijn. Want dat het droogvallen van het Aralmeer in Centraal-Azië het gevolg is van onder andere onze Westerse katoenconsumptie, die connectie wordt niet vaak gelegd. Toch is het volgens Arjen Hoekstra, professor watermanagement aan de Universiteit Twente, belangrijk je dit te realiseren: 'Als je het daadwerkelijke watergebruik van een land wilt weten, moet je ook kijken hoeveel water elders wordt gebruikt voor producten die wij importeren.'

Omdat dit bewustzijn er onvoldoende is, wordt er ook niet naar gehandeld. Daarom ontwikkelde Hoekstra in 2002 het concept van de watervoetafdruk. Dit is een maat voor de hoeveelheid water die gebruikt is voor een product, gemeten over de gehele productieketen, zowel nationaal als internationaal. Deze berekeningen laten zien dat voor bijvoorbeeld één kopje koffie maar liefst 140 liter water nodig is, voor een katoenen T-shirt 2.700 liter en voor een spijkerbroek een schokkende 8.000 liter.

Daarnaast kunnen met dit model ook water-netwerken in kaart worden gebracht. Het model laat dan zien dat het watergebruik van de Europese consument voornamelijk buiten de landgrenzen ligt. Zo is Nederland voor 90 procent van het watergebruik afhankelijk van externe bronnen. Daarmee speelt onze consumptie een grote rol in de wereldwaterproblematiek.

Kastje

Wat volgens Hoekstra vooral problematisch is, is de onduidelijkheid binnen de overheid over de verantwoordelijkheid van het waterverbruik. 'Vaak heeft het een zeer beperkt effect om aan te kloppen bij het ministerie van Infrastructuur en Milieu, dat zich bezighoudt met het beleidsterrein water. Het ministerie zegt niet verantwoordelijk te zijn voor het waterverbruik buiten eigen land en verwijst je door. Bij andere ministeries

gebeurt hetzelfde. Zo wordt je van het kastje naar de muur gestuurd. Het wereldwijde waterverbruik zit nog niet in ons denken als we het over beleid hebben', legt Hoekstra uit.

Volgens Hoekstra hebben alle ministeries met water te maken en kunnen beleidsplannen met betrekking tot landbouw, economie of energie een veel groter effect hebben op dat terrein dan wanneer alleen het ministerie dat over water gaat dat probeert te bewerkstelligen. 'Duurzaam waterbeheer moet dus zowel internationaal als nationaal breed op de agenda worden gezet. Het moet terugkomen in alle beleidskeuzes', aldus Hoekstra.

Tien jaar nadat de Nederlandse waterprofessor de meetmethode van de watervoetafdruk bekend heeft gemaakt, blijkt het bewustzijn in Nederland sterk gegroeid te zijn. Consumenten lijken zich te realiseren dat water geen

ment bij TNO, wel van groot belang dat je je partners zorgvuldig selecteert. 'Bedrijven die alleen winst willen maken, passen niet in zo'n samenwerking. Vaak loopt de samenwerking stuk op een dergelijke instelling. Daarom werken wij alleen met partners in de private sector die zelf de motivatie hebben om sociale impact te creëren. Bovendien kunnen sociale en financiële doelen heel goed samen gaan', aldus Miedema.

Minder verspilling

Een praktijkvoorbeeld van een dergelijke samenwerking biedt Miedema's collega Anton Kaasjager. Hij is namens TNO betrokken bij het project WaterpaCT in Bangladesh. Dit project, geïnitieerd door International Finance Corporation (IFC), een onderdeel van de Wereldbank Groep, heeft als doel efficiënter watergebruik in de textielsector in Bangladesh. Dit is volgens Kaasjager hard

'Ministeries zeggen niet verantwoordelijk te zijn voor het waterverbruik buiten eigen land'

onuitputtelijke hulpbron is en steeds kostbaarder wordt. Volgens Hoekstra worden ook bedrijven zich steeds meer bewust van de urgentie van de waterproblematiek. 'H₂O is de nieuwe CO₂', lijkt hierbij het adagium volgens hem.

Steeds vaker zoeken bedrijven de samenwerking met maatschappelijke organisaties en kennisinstellingen, zoals met TNO, de Nederlandse organisatie voor toegepast wetenschappelijk onderzoek. Bij dit soort samenwerkingsverbanden is het volgens Mathilde Miedema, programmamanager Innovation for Develop-

nodig, want door het verplaatsen van de textielproductie van China naar Bangladesh zal de kleding- en textielsector in Bangladesh naar verwachting de komende jaren met ongeveer 300 procent groeien.

Voor de productie van textiel is veel water nodig. Dit kan op termijn een desastreuus effect hebben, legt Kaasjager uit: 'Bangladesh is in principe een vrij waterrijk land, maar voor de textielindustrie wordt vaak waardevol grondwater gebruikt. Overexploitatie en uitputting van waterbronnen hebben als gevolg dat het grond-



water steeds dieper komt te zitten of dat het verzilt.'

Het probleem is volgens Kaasjager niet direct dat er onvoldoende technologische middelen beschikbaar zijn, maar dat er gebrek is aan een goede kennisinfrastructuur. 'De textielindustrie in Bangladesh beschikt over de meest moderne apparatuur. Deze machines kunnen ook voor efficiënter watergebruik zorgen, maar ze worden vaak niet optimaal gebruikt. Bangladesh mist de infrastructuur van dienstverleners met kennis van zaken. Informatie komt bij de leveranciers vandaan en die hebben zelf bepaalde belangen.'

TNO is daarom bezig om in Bangladesh een expertisecentrum op te zetten, zodat 'mensen uit de textielbranche toegang krijgen tot objectieve kennis en training om zo tot een effectiever gebruik van machines te komen. Dat zal uiteindelijk tot minder waterverspilling en vervuiling leiden.'

Brand

In het Bangladesh WaterPaCT-project werken partijen uit de private en de publieke sector samen, van grote winkelketens zoals H&M en C&A tot de lokale overheid en ngo's zoals Solidaridad. 'Duurzame watergebruik is zo'n onderwerp waar verschillende belangen samenkomen', legt Miedema uit. Kaasjager vult aan: 'Iedereen in de keten heeft zijn eigen motivatie en expertise. Dat is prima, als ze allemaal maar voor hetzelfde doel werken, namelijk een duurzame, internationale textielketen, met verantwoordelijk gebruik van water, energie en menskracht. Momenteel zijn er

meer problemen in de textielsector in Bangladesh dan alleen het watergebruik. De afgelopen maanden zijn een aantal productielocaties in brand opgegaan en ingestort. Bij retailers, overheden en de EU leeft steeds meer het besef dat er op korte termijn nog veel moet gebeuren om de tex-

Alleen schouderklopjes geven zal de wereld niet veranderen

tielindustrie in Bangladesh te verduurzamen.'

Volgens Miedema en Kaasjager hebben alle partijen hier een unieke rol in. Zo zorgt het bedrijfsleven voor ondernemerschap, kennisinstellingen voor innovatie en de overheid voor sturing en hebben maatschappelijke organisaties toegang tot lokale netwerken. Belangrijk is wel dat alle partijen dezelfde taal spreken en ondernemend zijn. Volgens Miedema is dat niet altijd het geval en verschillen ngo's hierin sterk van elkaar.

TNO werkt in dit kader graag samen met 'de

meer marktgerichte ngo's' zoals ICCO, SNV, Solidaridad en het BOP Innovation Center. In zo'n samenwerking levert het Nederlands bedrijfsleven de technologie aan en zorgen lokale ngo's voor de toepassing. 'De versterking van de link tussen het Nederlandse bedrijfsleven en het lokale bedrijfsleven in Bangladesh is essentieel', legt Miedema uit.

Rozen

In dit opzicht is TNO erg positief over het nieuwe beleid en de beleidsinstrumenten van minister Ploumen, zoals het Dutch Good Growth Fund, een revolverend fonds voor de financiering van investeringen die 'ontwikkelingsrelevant, maatschappelijk verantwoord en duurzaam' zijn. Miedema benadrukt dat het wel belangrijk is dat lokale bedrijven voorop gaan in de samenwerking. Zij hebben immers de meeste kennis van de lokale context en de grootste 'duwkracht' om ontwikkeling tot stand te brengen.

Ploumen gaat er volgens Miedema nu vaak vanuit dat Nederlandse bedrijven bestaande technologieën zonder meer kunnen toepassen in ontwikkelingslanden. Maar dit is niet altijd het geval. Daarom moet er in het beleid volgens Miedema meer aandacht komen voor de lokale relevantie van innovaties en voor kennisverspreiding. Zelf gaat TNO, samen met onder meer het BoP Innovation Centre, *innovation hubs* opzetten om kennis te verspreiden en succesvolle bedrijfsplannen met Nederlandse ondernemers te realiseren. 'Kennis vanuit Nederland moet innovatieve processen daar faciliteren. Innovatie en kennis moeten de belangrijkste exportproducten van Nederland worden', aldus Miedema.

Ook Hoekstra van de Universiteit Twente ziet het overheidsbeleid als een unieke gelegenheid om de wereldwaterproblematiek aan te pakken. 'Duurzame handel is typisch een onderwerp waar handelsbelangen en ontwikkelingssamenwerking samenkomen.' Volgens Hoekstra moet er wel meer transparantie komen in de productieketen. Hier ziet hij een actieve rol weggelegd voor de minister. 'Je kunt er als overheid voor kiezen alleen maar schouderklopjes te geven aan bedrijven die het goed doen. Maar dat zal de wereld niet veranderen en dat zal nooit genoeg zijn om problemen structureel op te lossen. Hiervoor moet je een actieve rol spelen en moet je in al je beleidsbeslissingen rekening houden met duurzaamheid en water.'

Onlangs bezocht minister Ploumen rozenkwekerijen in Ethiopië. Hoekstra ziet hier een goede kans voor een meer coherent internationaal handelsbeleid. 'In landen als Ethiopië worden bloemen voor de Nederlandse markt gekweekt met veel water. Dat is goed voor ons bedrijfsleven en voor onze economie, maar niet altijd voor het watergebruik daar. Om echt duurzame handel te creëren, moet de overheid bedrijven in de keten aanzetten tot transparantie en duurzamere productie. Op het gebied van water is daar nog een wereld te winnen.' ■