

Wat van ver komt... bevat veel water

Besparen op water in Nederland? Dan moet je niet denken aan zuiniger aandoen met het water dat uit onze kraan komt. Echt bezuinigen op watergebruik betekent anders omgaan met producten uit verre, droge landen die veel water hebben gekost. Deze dwars op de overheersende stelling staande uitspraak komt van Arjen Hoekstra. Hij is onze 'waterprofessor'. Deze bijdrage van zijn hand is een korte inleiding op zijn denken.

♦ TEKST ARJEN HOEKSTRA ♦ ILLUSTRATIE B5+ 10

Naar schatting 2,7 miljard mensen leven in stroomgebieden waar zich tenminste één maand per jaar ernstige waterschaarste voordoet. Ernstige waterschaarste betekent dat de watervoetafdruk van de activiteiten in een stroomgebied in een bepaalde periode meer dan tweemaal zo groot is als de beschikbaarheid van water. In Nederland behoren we niet tot die 2,7 miljard. Maar we halen wel veel van ons voedsel, katoen en andere water-intensieve zaken uit stroomgebieden waar deze waterschaarste heerst.

Eén onderdeel van de totale watervoetafdruk van de mensheid springt er uit: de watervoetafdruk van voedsel. Ongeveer 85 procent van de mondiale watervoetafdruk heeft te maken met de consumptie van landbouwproducten; 10 procent heeft betrekking op industriële producten en slechts 5 procent op het huishoudelijk waterverbruik.

Dit betekent dat als consumenten hun watervoetafdruk willen verkleinen, ze beter kritisch kunnen kijken naar wat ze in de supermarkt kopen dan naar hun watergebruik in keuken, badkamer en tuin. Dat geldt al helemaal voor Nederland, waar het huishoudelijk watergebruik slechts 1 procent bijdraagt aan de watervoetafdruk van de gemiddelde consument, en waar water gedurende het grootste deel van het jaar niet schaars is. Veel van de dingen die we in de supermarkt kopen worden geïmporteerd uit gebieden met grote water-

schaarste. Denk aan aardbeien uit Zuid-Spanje, rijst uit Thailand, suikerriet en soja uit Brazilië en katoen uit Turkije, India of Pakistan.

De watervoetafdruk van de mensheid is een mondiaal probleem. Hoewel in veel landen het meeste voedsel nog steeds afkomstig is uit het land zelf, worden grote hoeveelheden levensmiddelen en veevoerders internationaal verhandeld, en in toenemende mate ook bio-brandstoffen. Duurzaam beheer van zoetwater kan daarom niet langer worden beschouwd als een probleem voor individuele landen. De watervoetafdruk van Europa – de totale hoeveelheid water die nodig is voor de winning en verwerking van alle grondstoffen die door Europese burgers worden verbruikt – ligt voor 40 procent buiten Europa. De Europese consumptie is dus sterk afhankelijk van waterbronnen buiten Europa. Water is daarmee een belangrijke geopolitieke factor. Met de in het najaar van 2012 verschenen Blueprint Water zal de EU waterschaarste dan ook niet voor niets hoger op de politieke agenda zetten. Naar verwachting zal een toenemend aantal landen het voorbeeld van Spanje volgen, dat Water Footprint Assessment verplicht heeft gesteld bij het opstellen van plannen voor stroomgebieden.

Net zoals we een grens moeten stellen aan onze CO₂-voetafdruk om onze invloed op het klimaat te beperken, zullen we grenzen moeten stellen aan onze watervoetafdruk. Waar het bij

de koolstof-voetafdruk gaat om een maximale uitstoot van broeikasgassen in de hele wereld, moet de maximale watervoetafdruk per stroomgebied worden vastgesteld. Dit is een primaire taak van overheden. Aangezien de watervoetafdruk in zeker de helft van de stroomgebieden van de wereld al groter is dan wat duurzaam is, zal er uiteindelijk ook iets moeten veranderen aan ons consumptiepatroon, dat indirect bijdraagt aan deze situatie. Bij het verminderen van de watervoetafdruk van ons huidige consumptiepatroon zullen echter niet alleen overheden een cruciale rol spelen, maar ook bedrijven, investeerders en consumenten.

Bedrijven kunnen om te beginnen de watervoetafdruk van hun eigen activiteiten tot bijna nul reduceren, door verdampingsverliezen te vermijden en afvalwater volledig te recyclen of schoon te lozen. Alleen het water dat nodig is als onderdeel van een product zal noodzakelijkerwijs aan een stroomgebied onttrokken moeten worden. Als tweede stap kunnen bedrijven de watervoetafdruk in hun keten verminderen door een bewuste inkoop. Grote bedrijven kunnen daarnaast afspraken met leveranciers maken en hen daarbij helpen. Een bedrijf als Coca-Cola is bijvoorbeeld een van de grootste suikerafnemers in de wereld en kan dus een rol spelen in de verkleining van de watervoetafdruk van de suikerproductie in de wereld. Voor de productie van een halve liter



cola met suiker van Nederlandse suikerbieten is momenteel 36 liter water nodig, waarvan 27,6 liter voor de verbouw van de suikerbieten. Cola met suiker van bieten uit andere landen of van suikerriet heeft meestal een hogere watervoetafdruk.

Bedrijven zouden moeten samenwerken bij het opnemen van de watervoetafdruk in de etikettering van hun producten, bij het ontwikkelen en toepassen van een watervoetafdruk-benchmark per product en bij het formuleren van watervoetafdruk-reductiedoelstellingen per product. Daarnaast moeten bedrijven kijken naar de energiekosten van hun watergebruik in de keten. Watervoorziening wordt steeds energie-intensiever, onder andere door ontzouting van zeewater en het steeds dieper pompen vanwege lagere grondwaterniveaus. Ook de productie van biomassa vraagt om extra water. Investeerders als de International Finance Corporation beginnen criteria ten aanzien van duurzaam watergebruik en waterrisico's op te nemen in hun investeringsplannen. Dit zou algemeen gebruik moeten worden bij alle banken.

Consumenten hebben twee opties voor het verminderen van hun watervoetafdruk buitenshuis. Het consumptiepatroon veranderen is één. Minder vlees eten of helemaal vegetarisch worden is waarschijnlijk het meest effectief, want 22 procent van de watervoetafdruk van de gemiddelde wereldburger is het gevolg van vleesconsumptie. Minder voedsel weggoien en minder vaak nieuwe katoenen kleding aanschaffen zou ook aanzienlijk helpen. Maar aangezien consumenten maar in beperkte mate bereid blijken hun consumptiepatroon aan te passen aan milieuoverwegingen, liggen hier beperkingen. Een tweede optie is dat consumenten bij een keuze tussen twee soortgelijke producten de grootte van de watervoetafdruk laten meespelen bij de vraag welk merk ze aanschaffen. Dit vereist echter wel dat consumenten de juiste informatie hebben om deze keuze te maken. Aangezien dit soort informatie over het algemeen niet beschikbaar is, vergt dit producttransparantie van bedrijven en bevordering van transparantie door overheden, die dat uiteindelijk afdwingen. Momenteel zijn

we nog ver verwijderd van een situatie waarin we bijvoorbeeld de watervoetafdruk van de ene spijkerbroek kunnen vergelijken met die van de andere. De watervoetafdruk van katoenen kleding loopt sterk uiteen, al naar gelang de verschillende productiegebieden en productiesystemen (bijvoorbeeld wel of geen irrigatie, wel of geen gebruik van pesticiden). Het verschil tussen de laagste en hoogste watervoetafdruk voor eenzelfde soort product is over het algemeen minstens een factor tien. Er is dus een hoop winst te behalen als consumenten, bedrijven en overheden elkaar vinden in de doelstelling de watervoetafdruk van producten te verminderen. ■ a.y.hoekstra@utwente.nl

Prof. dr. ir. Arjen Hoekstra is hoogleraar watermanagement aan de Universiteit Twente. Deze bijdrage is een ingekorte versie van een hoofdstuk in de dit jaar verschenen bundel 'Méér!', uitgeverij Jan van Arkel. Hoekstra sprak op de door P+ georganiseerde conferentie Closing the Loop 2013.