

Waarom Earth rijk wordt van water

27-08-2018 11:56



De volledige nettowinst doneren die met de verkoop van water wordt behaald. Dat is het concept waarmee Earth ruim tien jaar terug van start ging. Een social enterprise dus, begonnen in een tijd dat het woord volgens medeoprichter Henk Witteveen, een van de sprekers tijdens het [Retail & Brands Festival](#), 'nog niet eens bestond'. "Wat doe jij met de positie die je hebt?"

Door water van Earth te drinken, helpen consumenten om schoon drinkwater te creëren. Inmiddels is er ruim 1,2 miljoen euro gedoneerd. Het geld wordt gestoken in duurzame watersystemen, in gebieden waar dit volgens Earth het hardst nodig is. Denk bijvoorbeeld aan het bouwen van watervoorzieningen in Kameroen of regenwaterfiltering in Ethiopië. "De kracht van het concept is dat je elk ander water kunt drinken of die van ons. Als je die van ons drinkt, help je iemand anders."

Ambassadeur

Het idee voor de social enterprise komt uit de koker van Patrick de Nekker, die in Canada een vergelijkbaar concept tegenkwam. "Hij begon Earth met de gedachte: 'Als je de kans hebt door de positie waarin je verkeert, waarom zou je het niet doen.' Het is een beetje zoals de retorische vraag: 'If you had the chance, would you change the world?' Anders gezegd: wat doe jij met de positie die je hebt?", aldus Witteveen. Vanuit die gedachte werd hijzelf door De Nekker benaderd om ambassadeur te worden. "Ik zei: 'Nee, we gaan het gewoon samen doen.'"

Met ondersteuning vanuit de bank werkt het duo in het begin naast hun bestaande baan aan Earth. “Ik had een bureautje, waarmee ik voor de vormgeving kon zorgen. Mijn compagnon werkte nog een tijdje bij Heineken”, schetst Witteveen. “We zijn gewoon begonnen met één doosje. Inmiddels zijn we ruim tien jaar verder en doen we wereldwijd zo’n vijf miljoen flesjes per jaar.”

Usual suspects

Heel bekend onder consumenten is het merk nog niet, stelt hij. Twee jaar terug was de geholpen naamsbekendheid zo’n twintig procent. “We zijn eigenlijk nog een b2b-merk, doordat we heel erg in de horeca zitten. Ze kunnen bij ons water bestellen. Net als bedrijfscaterers en IKEA bijvoorbeeld doen. En we liggen in de retail bij de usual suspects, zoals Marqt en Ekoplaza. Er sijpelt wel wat door richting consumenten, maar we kunnen wat dat betreft nog stappen maken.”

Earth profiteert daarbij van de groeiende populariteit van duurzame merken. “Consumenten worden steeds bewuster, zeker. Maar ook horecaondernemers willen zich onderscheiden. Ze kopen bijvoorbeeld alleen nog biologisch of lokaal in en water is daar ook een onderdeel van. Ook hebben we veel meer opdrachtgevers vanuit bedrijfscaterers. Of het nu bij een universiteit of de Belastingdienst is, ze zeggen allemaal dat ze in al hun poriën willen uitstralen dat ze midden in de samenleving staan. Dat gaat van dubbelzijdig kopiëren tot het verkopen van water van Earth.”

Chocolade

Behalve water verkoopt Earth sinds een aantal jaar ook koffie en thee onder zijn eigen naam. Daarvoor werkt het bedrijf in licentie samen met koffiebranderij Mocca d’Or. “Zij zochten met ons contact, omdat ze Earth een mooi merk vonden. Toen hebben we vinkjes gezet bij alles waar ze volgens ons aan moesten voldoen. Inmiddels doen we daar ook vijftigduizend kilo koffie per jaar mee.”

Sinds kort verkoopt Earth via een distributieovereenkomst ook fruitsappen van Van Kempen. De volgende stap is het uitbrengen van chocolade onder eigen naam. “We zijn al aan het produceren. Er komen vier smaken. Of het lijkt op Tony’s Chocology? De chocolade is in ieder geval slaafvrij. Verder kan ik er nog niks over zeggen.” Wanneer de chocolade op de markt komt, hangt volgens Witteveen af van het productieproces. “Het wordt in ieder geval dit najaar.”

Het openen van een eigen winkel is vooralsnog niet aan de orde. “Zo hard stroomt het bloed niet. Ik zie wel mogelijkheden voor een flagshipstore, maar we willen geen concurrent worden van al onze klanten”, zegt hij. Wel zijn er al Earth-café’s geopend in kantorencomplex Delftse Poort in Rotterdam en op een hogeschool in Noord-Limburg. “Maar dat staat nog in de kinderschoenen en is *spielerei*. We hebben niet de intentie om daar honderd vestigingen van te openen.”

Dividend

De Nekker en Witteveen moeten het voor hun werk aan Earth doen met een managementfee. Van dividend is geen sprake, benadrukt Witteveen. “Alle winst gaat Kameroen en China. Wat er als er een verlies is? Wij hebben misschien het geluk gehad dat we nooit verlies hebben gedraaid. Hoewel we daar natuurlijk zelf voor hebben gezorgd, doordat we in het eerste jaar helemaal geen loon hebben gehad. Dat is denk ik niet raar als je een startup bent. Als je iets begint, is het logisch dat je daar geen geld voor krijgt.”

Daarmee is volgens Witteveen niet direct gezegd dat de oprichters niet ‘rijk’ worden van hun concept. “Het ligt er maar aan hoe je dat begrip omschrijft. Je kunt je helemaal de pleures werken bij Heineken, zonder dat je daar misschien dividend krijgt. Of je begint voor je zelf zonder dat je dividend krijgt, maar waar je wel veel plezier uithaalt en anderen mee kunt helpen. Daar word je in mijn eigen een stuk rijker van.”

Retail & Brands Festival

Henk Witteveen is één van de sprekers op het Retail & Brands Festival, dat op 6 september voor de derde keer plaatsvindt. Hij deelt daar onder meer de vier p's, die als drijfveer gelden voor het runnen van een social enterprise. Kijk op de website voor meer informatie over het programma en om je aan te melden:

retailandbrandsfestival.nl.

Nick Möller