

IKEA's route naar duurzaamheid voor 'the many people'

23-09-2020 11:55



Beeld: Anthony Donner

Over een kleine tien jaar wil IKEA volledig circulair en klimaatpositief zijn. Met een potentieel van acht miljard klanten op wereldschaal in 2030 levert dat daadwerkelijk positieve impact. Hoe gaat het Zweedse concern die doelen bereiken? We bespreken het aan de hand van drie thema's met Hanneke van de Vijfeijke, country sustainability manager en spreker op Changemakers in Retail, en met communications manager Iris Midavaine.

Circulaire ambities

Marktplaats blijkt een van de grootste concurrenten van IKEA. Met leaseconcepten en de Koopjeshoek wil het concern meer controle over de tweedehands goederenstroom krijgen. De Koopjeshoek moet binnen enkele maanden een circulaire hub worden met een aantal nieuwe services, zoals de terug- en verkoop van tweedehands producten of door klanten te inspireren hoe ze hun meubels een tweede leven kunnen geven. Bijvoorbeeld door ze te schilderen. "IKEA kent geen geheime overproductie zoals de mode", begint Van de Vijfeijke. "Om die reden is de Koopjeshoek aan het einde van de winkel mijn favoriet." Wereldwijd kregen al 47 miljoen producten een tweede leven. Zo'n 38 miljoen producten werden verkocht in de Koopjeshoek en negen miljoen stuks werden opnieuw verpakt en verkocht.



Koopjeshoek

IKEA bewandelt met de ambitie om in 2030 volledig circulair te zijn een pad dat geen enkele retailer heeft bewandeld. Een enorme *recycling gap* moet worden overbrugd, waarbij gekeken moet worden naar een breder probleem van de industrie. IKEA riep hiervoor allereerst een retour- en recycleservice in het leven voor matrassen. Bij levering neemt het concern die tegen betaling terug. In Nederland redt de consument daarmee één tot twee miljoen matrassen van de verbrandingsoven.

Wereldwijd testen dertig IKEA's met circulariteit, maar het blijft *work in progress*. Eén leasepilot vond plaats in Amsterdam in 2018. Via de Amsterdamse woningcorporatie werd een complex met 250 herbruikbare woonunits geopend. Studenten konden meubels via IKEA huren. Ze hadden keuze uit vier basispakketten. De meubels werden voor een paar tientjes per maand verhuurd.

Duurzame facts & figures

- IKEA heeft wereldwijd 534 windmolens en 920.000 zonnepanelen, waarvan 35.000 zonnepanelen op vestigingen in Nederland.
- In 2019 verbruikten de Nederlandse IKEA's 40% minder energie ten opzichte van 2010.
- In Amsterdam wordt 100% elektrisch thuisbezorgd in 2020. In 2025 moet volledig zijn overgestapt op elektrisch thuistransport.
- De ecologische voetafdruk daalde met 4,3%, terwijl de expansie van IKEA doorging.

Na twee jaar konden studenten het huurcontract verlengen, de meubels teruggeven (en voor een nieuw

interieur gaan) of de meubels voor een klein bedrag overnemen. Geretourneerde meubels kregen een tweede leven. "We moeten uitvinden waar vraag naar is", zegt Midavaine. "Voor welke meubels huren werkt. Het kan een soort meubelinruilservice zijn. Voor babymeubels is dat een heel goed concept. Daar is IKEA in Japan mee bezig." Inmiddels kunnen klanten in vijf winkels in Nederland gebruikte meubels inleveren in ruil voor een voucher. IKEA geeft de producten een tweede leven in de Koopjeshoek. "We willen echt voorkomen dat meubels op straat komen te staan."

Innovatie

De ontwikkeling van innovatieve producten gaat ook onverminderd door. Niet alleen de matzwarte Kungsbacka-keuken is van hergebruikt hout met een folie van gerecyclede PET-flessen, ook de grijsgroene Bodarp-keukendeurtjes zijn voorzien van deze folie. In navolging op de vegetarische hotdog introduceerde IKEA in het restaurant bovendien het plantaardige Zweedse balletje, dat volgens Midavaine qua smaak niet onder doet voor de populaire vleesvariant. De ecologische voetafdruk van de plantaardige variant is slechts vier procent van het Zweedse gehaktballetje. IKEA verkoopt wereldwijd meer dan een miljard gehaktballetjes per jaar.



Het duo wijst ook op twee deurmatten. Een soort grasmat van ingezamelde plastic straps voor tien euro en een donkerblauwe mat van gerecyclede PET-flessen voor 79 cent. "Het zijn niet de meest sexy producten", geeft Van de Vijfeijke toe. "Maar dit toont aan dat innovatie en duurzaamheid mogelijk is terwijl de prijzen laag blijven."

De producten worden op zo'n grote schaal geproduceerd dat ze betaalbaar blijven. Een LED-lamp die een paar jaar geleden drie tot zes euro kostte, is tegenwoordig 99 cent. Maar daar moet toch iemand op inleveren? "Nee", zeggen de twee stellig. "Alle leveranciers worden gecontroleerd en begeleid. Gekeken wordt naar een leefbaar loon, de arbeidsomstandigheden en of er geen kinderarbeid mee gemoeid is. Een beter dagelijks

leven is niet alleen gericht op de klanten thuis, maar geldt ook voor onze medewerkers en leveranciers.”

Schaalvergroting

IKEA bleef de afgelopen jaren nieuwe winkels openen, waaronder in India en Zuid-Amerika. In 2030 is de verwachte wereldpopulatie 8,6 miljard. Allemaal potentiële klanten. “Het doel is niet alleen de huidige klanten te inspireren voor een duurzaam leven thuis, maar *the many people* ofwel iedereen” zegt Van de Vijfeijke. “Laten we eerlijk zijn”, vult Midavaine aan. “De schoorsteen moet roken. Maar als wij de massa bereiken, dan heeft dat grote positieve impact.” Duurzaamheid is geen vraag meer, maar een kwestie van doen, volgens het duo. “Wij doen ons deel en jij doet jouw deel. IKEA kan het zo makkelijk en aantrekkelijk mogelijk maken. Een beter dagelijks leven creëren binnen de grenzen van één planeet.”

Hanneke van de Vijfeijke is op 7 oktober spreker tijdens Changemakers in Retail in Maarssen. Op het programma staan verder onder meer HEMA, Zeeman en als afsluiter Jan Terlouw. [Kijk hier voor het hele programma en tickets.](#)

Yildiz Celie