

En dan is er duurzame koffie

Uit een composteerbare beker?

Koffie uit een mok is minder milieuvriendelijk dan koffie uit een plastic of kartonnen bekertje. Aldus de onderzoekers van TNO. Want afwasmachines in bedrijven kosten ook water, stroom en reinigingsmiddel. Ze zijn vaak niet al te best afgesteld. Twee aanbieders gaan een stapje verder. Moonen presenteert een kartonnen koffiebeker die in de groene bak kan. En Beautiful People verkoopt exclusieve espressokopjes met schilderwerk van verstandelijk beperkte kunstenaars. Die zijn zo delicaat, die spoel je even met de hand om.

Als we dan toch duurzame koffie drinken, laat het dan ook uit de meest duurzame beker zijn. Onder dat motto zet Moonen Packaging een kartonnen koffiebeker in de markt, die gewoon bij het oud papier kan. Dat wil zeggen, bij de papierstroom die niet bedoeld is voor hergebruik van verpakkingsmaterialen voor de voedingsindustrie. Maar key account manager Nick Op den Buijsch adviseert simpelweg: "Deze beker mag in de groene bak, bij het groente- fruit- en tuinafval. Dat is mijn advies, want de beker is volledig composteerbaar." De binnenlaag van de beker is van biologisch afbreekbaar melkzuur, van maïs. Op den Buijsch ziet in Nederland een vervangingsmarkt voor zich van drie miljard plastic bekertjes. Hij importeert de volledig recyclebare kartonnen bekertjes van een Aziatische producent, die een wereldwijd uniek proces ontwikkelde om de binnenzijde van het karton met een natuurlijk product waterdicht te maken. Op den Buijsch: "Andere kartonnen bekertjes hebben toch een lekdichte coating van polyethyleen, een product dat op basis van aardolie wordt gemaakt. Zulke bekertjes worden ook wel bij het oud papier gegooid, maar het vermindert na verwerking de kwaliteit van de grondstof. Onze bekertjes kunnen wel goed naar het oud papier, maar ook in de groene bak. En natuurlijk ook naar de verbrandingsovens." Voor de technici onder ons: de coating in deze kartonnen bekertjes is van 100 procent zuivere kwaliteit zonder modificaties of additieven. De bekertjes zijn bestand tegen hete dranken en voedingsstoffen tot 95 graden en natuurlijk ook geschikt voor koude dranken. Voor waterautomaten is een dubbel gecoate beker het meeste geschikt. Water, olie en vetten komen niet door de afdeklag heen. De beker staat geen smaak of geur af. Moonen kan de beker bedrukken met natuurlijke inkt. Dan kan dit product voor banken en accountants bijvoorbeeld ook nog eens heel exclusief worden.

Nederland telt vijf grote aanbieders die koffieautomaten plaatsen, waaronder Douwe Egberts. Moonen kan nog niet zeggen met welke er op dit moment gepraat wordt om de bekertjes te vervangen. Makkelijk is het niet, om daar tussen te komen. Op den Buijsch: "Het zijn grote partijen. Maar de exploitanten van de koffieautomaten heb je nodig. Anders maak je toch onvoldoende omzet. Maar de klanten kunnen er ook om vragen. Onze eerste klant is Peeze, de speciaalbrandrij uit Arnhem. Ik hoop over een jaar heel wat meer namen te kunnen noemen." www.moonenpackaging.com
n.op.den.buijsch@moonenpackaging.com



Uit een hartverwarmend kopje?

In Nederland ontvangen wij de belangrijkste nieuwe klanten door ze een plastic bekertje met koffie voor de neus te zetten. "Gebruikt u melk of suiker?" Zo ja, hup, een roerhoutje en twee papieren zakjes ernaast gegooid. En dan komen wij te spreken over een businessdeal van vele tienduizenden euro's. Dat kan anders, bedachten de trekkers achter Beautiful People in Rotterdam. Die koffie, die moet beter. Ze vonden in Costa Rica heel exclusieve Arabica-bonen, perfect voor espresso en cappuccino. En ook nog gecertificeerd door de Rainforest Alliance. Maar dat maakt de productlijn van Beautiful People niet zo bijzonder. Dat is de druk op het pak koffie, op het espressoapparaat en op de mooie kopjes. Het zijn schilderijen-in-het-klein van mensen met een verstandelijke beperking. Directeur Robert Wolff stelt de kwaliteit ervan gelijk met het werk van Rembrandt. "Zelf heb ik boven mijn bureau een werk van Belinda Tijsen. Ik vraag mij af hoe de mensheid over honderd jaar tegen haar werk zal aankijken. Wordt zij de nieuwe Van Gogh of Rodin?" Elk jaar brengt de Foundation een nieuwe collectie uit. En wat waar is, is waar. Het kopje met tulpen van Sandro Bottari is veel mooier dan het schilderij van tulpenvelden van Jan Cremer. In een glossy uitgevoerde prospectus krijgt hij een exclusieve presentatie, die mooier is dan die van menig veilinghuis, dat doeken weg gaat zetten voor miljoenen euro's. "Sandro maakt kleurrijke schilderijen met een heel eigen vormtaal. Kenmerkend hierbij zijn de strakke zwarte lijnen die hij met grote vaardigheid opschildert. Grote doeken, papier of voorwerpen worden door Sandro geschilderd met als hoofdonderwerp zowel mens als dier. Ook worden vele opdrachten voor particulieren door Sandro uitgevoerd." Beautiful People weet het bedrijfsleven goed te vinden. Samen met onder andere ABN Amro en de Groene Groep organiseerde Beautiful People een groot event in de Westergasfabriek. Daar wer-

den de kunstwerken geselecteerd voor de collectie van dit jaar, onder andere door kunstenaar Ans Markus. Cateraar Sodexo opent in mei in Rotterdam de eerste Arts and Foods Lunchroom, waar ook mensen met een beperking in de bediening staan. Beautiful People wist zelfs Coca Cola zo ver te krijgen om drankautomaten van kunstwerken te gaan voorzien. Denk nu nog eens terug aan de ontvangst van de nieuwe opdrachtgever. De eerste belangrijke drie minuten van de kennismaking. Die zijn al gevuld met een warm en authentiek verhaal. Met als toegevoegde waarde... www.beautifulpeople.nl
info@beautifulpeople.nl

