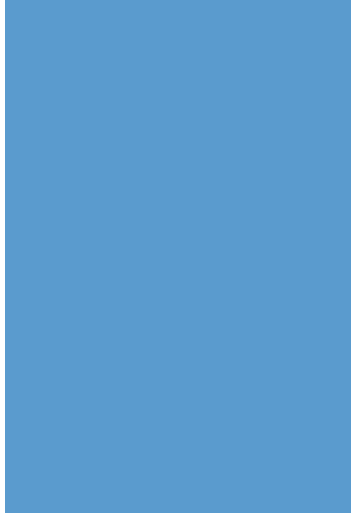




Pionier op het gebied van duurzaamheid

Onze voordelen het best benutten





Uitgebracht in mei 2011
Foto's door shutterstock.com – Attributielicentie
Alle logo's zijn handelsmerken van de respectievelijke bedrijven
Alle andere inhoud valt onder het auteursrecht

Index

Inleiding door Carl Peter Aaser	4
Scandinavian Business Seating – wie zijn we	6
Landenoverzicht – waar zijn we gevestigd	7
Pleiten voor duurzaamheid	8
De waarheid	10
Vragen en antwoorden	18
Wist u dat?	21



INLEIDING

Als consument kunnen we ons steentje bijdragen aan het milieu door zorgvuldig te kiezen welke producten we kopen. Waar het kantoor- of werkstoelen betreft, neemt geen producent de milieu-effecten van zijn materialen en processen serieuzer dan SB Seating. Dit bevordert een duurzame markt en biedt tegelijk enorme verkoopmogelijkheden. De verkoopbrochure gaat over het uitdragen van onze boodschap. Over hoe u aan klanten duidelijk kunt maken dat wanneer men kiest voor stoelen van Scandinavian Business Seating, er op de eerste plaats rekening wordt gehouden met het milieu. Het is een gegeven dat met de voortdurend groeiende wereldbevolking, het patroon van overconsumptie en het ongelofelijk verkwisten van grondstoffen niet duurzaam is.

Milieuverantwoordelijkheid is een noodzaak, geen luxe

Men schat dat de wereldbevolking in 2040 de negen miljard zal bereiken. Tegelijkertijd zal het gebruik van grondstoffen vertienvoudigen omdat mensen steeds vermogender worden en meer consumeren. Over een aantal details wordt geredetwist. Misschien zal de wereldbevolking 8,5 miljard of 9,5 miljard bedragen, en misschien zal het verbruik van grondstoffen slechts veracht- of vernegenvoudigen. We kunnen niet zeker zijn van de precieze cijfers. Van één ding kunnen we echter wel zeker zijn – als we ons gedrag niet per direct grondig aanpassen zal de kwaliteit van ons leven met stappen achteruit gaan.

De boodschap uitdragen

In onze flink concurrerende markt zijn veel van onze concurrenten op de milieutrein gesprongen. Hun marketingcommunicatie en persberichten bevatten een indrukwekkend arsenaal mooie woorden en beloftes, evenals een duizelingwekkend aantal normen en keurmerken waaraan producenten beweren te voldoen. Ze bevatten echter maar weinig feiten - en nauwelijks bewijs van de daadwerkelijke resultaten van hun milieu-initiatieven.

Waarom? Omdat die er niet zijn. Om ons te kunnen bijbenen, moeten onze concurrenten een fortuin besteden aan het aanpassen van hun productieprocessen, aan het herzien van hun productiefilosofie, aan het vervangen van het machinepark in hun fabrieken, en nog veel meer.

We zijn nu al waar zij willen komen, en we moeten dat benutten als concurrentievoordeel. We moeten actief de boodschap uitdragen en ervoor zorgen dat onze klanten weten waar we mee bezig zijn – ervoor zorgen dat ze begrijpen welke wezenlijke, meetbare voordelen we elke dag realiseren. We publiceren een gedetailleerd milieurapport. Dat moeten ze weten. Er moet een exemplaar op hun bureau liggen. Wanneer ze hun aankoopbeslissingen nemen, moeten ze meteen denken aan onze grote inspanningen om ons steentje bij te dragen aan een mondiale oplossing.

Handel nu en we kunnen de situatie redden

Wat heeft al dit doemdenken te maken met Scandinavian Business Seating? Ten eerste is er niet alleen slecht nieuws. We kunnen nog veel ten goede keren. En, als bedrijf en producent van kantoorstoelen van hoge kwaliteit, ondernemen we nu actie. Mondiaal gezien maakt het misschien nauwelijks enig verschil wat we doen. Naarmate onze producten, naam en filosofie steeds bekender worden op de markt, zal onze missie tot andere initiatieven leiden en anderen inspireren om hun gedrag te veranderen. Op die manier heeft het ogenschijnlijk bescheiden verschil dat we vandaag maken, de mogelijkheid om exponentieel te groeien. Deze kwesties komen nu al steeds vaker in het nieuws en in de openbare debatten waarin internationale opinieleiders actief ijveren om de gevestigde economische en sociale modellen grondig te herzien.

Laten we er geen doekjes om winden

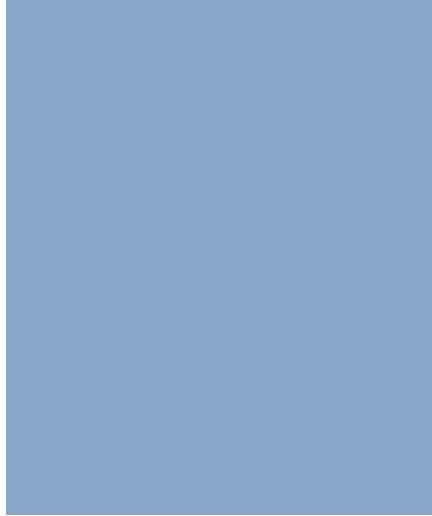
– en onze klanten de feiten geven

Durf met onze klanten te praten over wezenlijke, meetbare milieumaatregelen. Verwerk ze in uw verkoopgesprek. Durf over feiten en cijfers te praten. Daag onze concurrenten uit om weerwoord te geven op ons eigen terrein. Daag hen uit om hun “greenwashing”-beweringen te staven met harde feiten. Dat kunnen ze niet. En hoe luider er gedebatteerd wordt, hoe meer dat in ons voordeel werkt.

Ik zou u dan ook willen vragen om dit materiaal zeer grondig door te nemen en goed na te denken over hoe u deze argumenten kunt verwerken in uw verkooppraatje. Ons milieuprofiel is zo sterk, zo overtuigend, dat het even goed is als een echt uniek verkoopargument (USP=Unique Selling Proposition, of beter nog: UBR=Unique Buying Reason) voor ons – naast de uitstekende kwaliteit van al onze producten. Heel wat bedrijven maken goede kantoorstoelen, maar niemand kan zich meten met onze meetbare, constante milieuprestaties.

Carl Peter Aaser
Vice President Environment



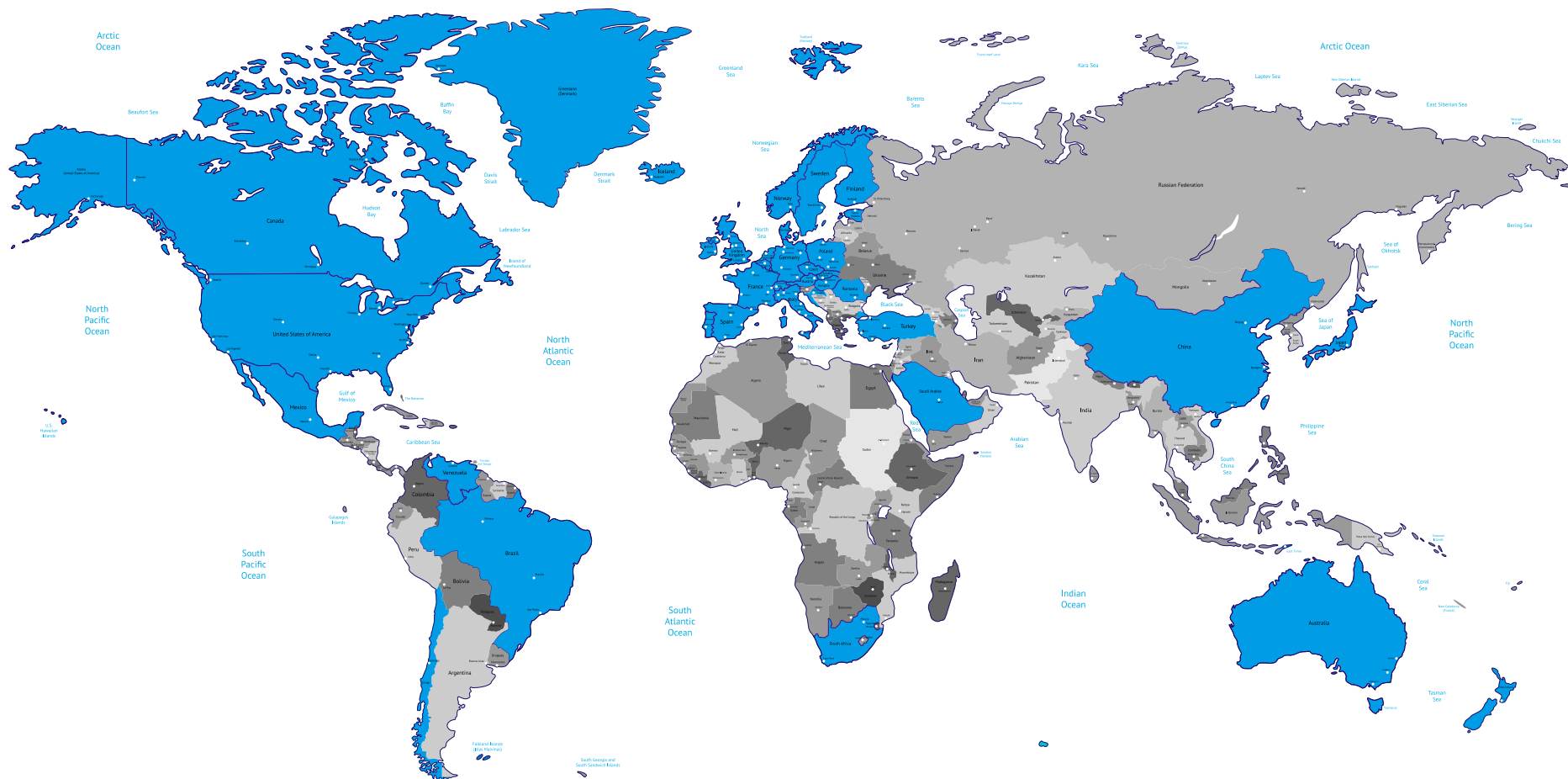


Scandinavian Business Seating

Wie zijn we en waarom zouden mensen onze producten moeten kopen?

Scandinavian Business Seating is Scandinavië's leidende ontwikkelaar, designer en producent van kantoorstoelen en zitmeubilair. Onze groep omvat de wereldberoemde Scandinavische merken HÅG, RBM en RH. Momenteel werken er ongeveer 450 mensen in onze organisatie die allemaal toegewijd zijn aan het realiseren van onze gemeenschappelijke visie: "To make the world a better place to sit!". We maken geweldige, duurzame en aantrekkelijke producten die aan 's werelds hoogste mileunormen voldoen.

Het is onze ambitie om te blijven groeien en onze positie als Europa's leidende kantoorstoelenspecialisten te verstevigen. Dit willen we realiseren door onze Scandinavische tradities en waarden actief te gebruiken als concurrentievoordelen om ons van anderen te onderscheiden: ons hoge innovatieniveau, onze frisse Scandinavische vormgeving, spraakmakende ergonomie en onze ecologische visie met betrekking tot productontwikkeling.





 = SCANDINAVIAN
BUSINESS SEATING

Argumenteren voor duurzaamheid

De vijf basisprincipes van duurzaamheid

Er zijn vijf concrete en gemakkelijk te begrijpen basisprincipes die gevolgd moeten worden om milieuvriendelijke producten te produceren:



1. Laag gewicht
2. Weinig componenten
3. Kwaliteitsmaterialen
4. Lange levensduur
5. Wieg tot wieg-concept

De volgende meetgegevens zijn voor toetsing relevant:

1. CO₂-emissie per geproduceerde eenheid (Carbon Footprint of CO₂-voetafdruk)
2. MJ = verbruikte energie per geproduceerde eenheid

Je zou kunnen beweren dat de situatie toch wel iets ingewikkelder moet zijn. Dat klopt. Maar, als u bovenstaande realiseert, pakt u 99% van het probleem aan. Bovendien, des te betere prestaties je wilt leveren op het gebied van milieu en duurzaamheid, des te belangrijker is het om deze vijf basisprincipes strikt te volgen.

Het is gemakkelijk om de duurzaamheidsaspecten van onze activiteiten te communiceren. In tegenstelling tot de meeste van onze concurrenten hoeven we ons niet te verschuilen achter ongefundeerde beweringen of verwarrende normen. Pleiten voor onze aanpak is gewoon een kwestie van een aantal basisprincipes toelichten die toegepast moeten worden telkens als er nieuwe producten worden bedacht. Deze zelfde principes moeten dan gehandhaafd worden in alle aspecten van de productie, tot en met de logistiek en het recyclingsproces.

Het meten van milieuprestaties is gemakkelijk uit te leggen. Ten eerste moeten

we ons richten op de levensduur van het product, niet alleen op ons assemblageproces of de gebruiksfase. Van de totale milieu-effecten van een product heeft 95% betrekking op de door onze leveranciers gekozen materialen en processen. De maatstaven zijn gestandaardiseerd en, om praktische redenen, internationaal hetzelfde. Ze zijn beperkt tot één of misschien twee waarden: CO₂-emissie en energieverbruik.

Duidelijke taal is een krachtig verkoop hulpmiddel

Zoals in de meeste branches heeft een groot aantal spelers op de markt er belang bij niet al te duidelijk te zijn. Dit doen ze bijvoorbeeld door naar een groot aantal soms irrelevante certificaten te verwijzen of door nieuwe gegevens te presenteren die niet door een onafhankelijk instituut geverifieerd kunnen worden. Dit wordt vervolgens begeleid door grootspraak over kwaliteit. Waarom? Logisch! Als milieuaspecten niet al in een vroeg stadium op de agenda stonden, zal het overschakelen op duurzaamheid heel veel tijd en investering vergen op het gebied van ontwikkeling, industriële implementatie en marketing. En die tijd en middelen worden niet snel vrijgemaakt binnen de korte of middellange termijn visie van moderne ondernemingen.

Het “greenwashen” dat een aantal van onze concurrenten toepast, is veel goedkoper en sneller. In vergelijking daarmee

vormt ons vermogen om duidelijke taal te spreken, een krachtig verkooptool. Wij kunnen onze beweringen volledig staven.

HÅG:

een merk met een rijk verleden op milieugebied

Het merk HÅG heeft een erfgoed aan buitengewone beginselvastheid teneinde onze leefomgeving minimaal te belasten. Sinds 1993 vormen milieu-aspecten het hart van onze R&D-operaties. In de loop der jaren is onze aandacht voor deze aspecten alleen maar toegenomen. Dit heeft ertoe geleid dat ze nu een grote rol spelen in onze productportefeuille. De milieuprestaties van HÅG-producten zijn ongeëvenaard op de markt – en niet alleen met een kleine, maar met een steeds groter wordende voorsprong op de andere spelers.

Duurzaamheid in onze merkenportefeuille

Ook onze merken RH en RBM hebben een sterk milieu-erfgoed. Er werden doorlopend verbeteringen aangebracht en dat is de afgelopen jaren in nog hogere mate gebeurd. Deze producten doen het bovendien goed in vergelijking met die van de concurrenten. Samengenomen betekent dit dat wij veel geloofwaardiger dan onze concurrenten over duurzaamheid kunnen communiceren. Vijf principes en één, of maximum twee, duidelijk definieerbare maatstaven. Zó eenvoudig is het echt!



De waarheid: onze argumenten onderbouwen met harde feiten

Certificering door neutrale derden (d.w.z. organisaties die onafhankelijk zijn ten opzichte van ons en onze klanten) zorgt voor een onpartijdige, eerlijke en grondige beoordeling van onze activiteiten en producten. Dergelijke beoordelingen vormen een waardevol voordeel in onze communicatie met klanten en andere belanghebbenden.

Aan de organisatie gerelateerde certificeringen

Leadership in Energy & Environmental Design (LEED)

– is een internationaal erkend groen gebouw certificeringssysteem. Het biedt verificatie door derden dat het interieur van een gebouw ontworpen en gebouwd werd met behulp van strategieën die bedoeld zijn om de milieubelasting te minimaliseren en het prestatievermogen te verhogen. Verbeteringen omvatten het besparen van energie, efficiënter omspringen met het gebruik van water, reduceren van CO₂-emissies, verbeteren van de luchtkwaliteit binnenshuis, economischer omspringen met het gebruik van middelen en een grotere gevoeligheid voor alle milieu-effecten.

BRE Environmental Assessment Method (BREEAM)

– is een beoordelingsmethode voor groene gebouwen die in het Verenigd Koninkrijk werd opgezet door het Building Research Establishment (BRE). Later werd dit gevolgd door gelijkwaardige organisaties in andere regio's, waaronder LEED in Noord-Amerika.



ISO (International Organisation for Standardisation)

- ISO is 's werelds grootste ontwikkelaar en uitgever van Internationale Normen.
- ISO is een netwerk van nationale standaardinstituten in 163 landen (één lid per land) met een centraal secretariaat in Genève, Zwitserland, dat het systeem coördineert.
- ISO is een particuliere organisatie die een brug vormt tussen het publiek en privé-sectoren. Een groot aantal leden-instituten maakt deel uit van de overheidsstructuur van hun land of heeft een overheidsmandaat. Andere leden zijn volledig in de privé-sector geworteld en werden opgezet door industrieverenigingen. ISO maakt derhalve oplossingen mogelijk die in de behoeften van bedrijven in de openbare en de privé-sector voorzien.



Specificeert de huidige eisen voor een milieumanagementsysteem. Het heeft betrekking op de milieu-aspecten waarover de organisatie controle heeft en waarop het verwacht kan worden invloed uit te oefenen. Het oudere en beter bekende ISO 9001 specificeert op dezelfde manier de eisen die aan een kwaliteitsmanagementsysteem van een bedrijf worden gesteld. Door deze certificering te behalen, bewijst een bedrijf dat het een duidelijk milieumanagementplan heeft en is het verantwoordelijk voor het rapporteren en behouden van een efficiënte milieufocus. Het is gebaseerd op algemene milieuprincipes en omvat weinig informatie over welke materialen producten bevatten. De norm eist niet dat deze plannen bekend gemaakt worden en het is dan ook gemakkelijk voor gecertificeerde bedrijven om te verhullen welke lage prioriteit milieubelangen voor hen hebben.





Aan het product gerelateerde certificeringen



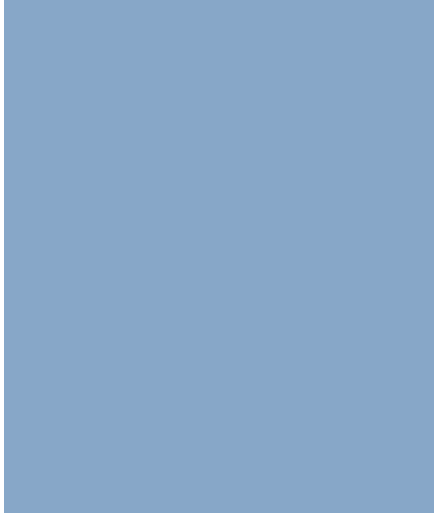
ISO 14025 EPD

De EPD biedt een uitvoerig verslag van de milieu-aspecten van een individueel product. Dit betekent een rapport over de volledige levenscyclus van het product en omvat aspecten zoals werknemersgedrag, assemblage, logistiek, materialen, gebruik, demontage en recycling. Dit document toont de volledige belasting op het milieu die ontstaan is bij het “tot leven brengen” van het product. De EPD-verklaring staat onder toezicht van derden om de geloofwaardigheid te garanderen. Producenten zijn niet verplicht hun EPD's te publiceren. Scandinavian Business Seating gebruikt ISO 14025 type III. Waarom? Vanwege zijn eerlijkheid naar de markt toe en omdat ze een duidelijke maatstaf voor concurrenten biedt, geloven we dat deze versie de weg naar de toekomst is.

We zijn trots op onze producten. We hebben voor bijna al onze producten een EPD en we publiceren ze allemaal. Bij Scandinavian Business Seating streven we er doorlopend naar ons milieuprofiel te verbeteren, zoals u verderop in deze brochure zult merken. Er bestaan verschillende soorten EPD's, maar ze zouden allemaal dezelfde informatie over de levenscyclus van het product moeten verstrekken. We hebben echter gezien dat producenten niet alle feiten bekendmaken in de EPD-documentatie. Zo publiceren sommigen bijvoorbeeld niet de hoeveelheid gerecycled materiaal in het product, de hoeveelheid energie die tijdens de levensduur van het product wordt verbruikt en de hoeveelheid CO₂ die wordt uitgestoten.

Vergeet niet!
90% van de milieubelasting
van een bedrijf houdt
direct verband met product
development.





Europees Ecolabel ISO 14024 (EU-Flower, De Bloem)

Het Europees Ecolabel is een vrijwillig programma dat in 1992 werd opgezet om bedrijven aan te moedigen producten en diensten op de markt te brengen die vriendelijker zijn voor het milieu. Producten en diensten die het Ecolabel krijgen, hebben het bloem-logo.

Ecolabel-criteria zijn niet gebaseerd op één enkele factor, maar op studies die analyseren welke invloed het product of de dienst gedurende zijn levenscyclus op het milieu heeft, vanaf het winnen van de grondstof in het voorproductiestadium tot de productie, distributie en het verschromen.

Het Europees Ecolabel heeft geen categorie of certificering voor kantoorstoelen. Het is beperkt tot het gebruik van hout in meubilair. Dit betekent derhalve dat als onze concurrenten het bloemlabel aan één van hun producten hangen, ze bezig zijn met greenwashing! Zij willen zich bewust beter voordoen dan ze daadwerkelijk zijn.



GREENGUARD

Het GREENGUARD Environmental Institute (GEI) werd in 2001 opgericht met als missie de menselijke gezondheid en de levenskwaliteit te beschermen door programma's die blootstelling aan chemicaliën reduceren en de kwaliteit van de lucht binnenshuis verbeteren. De productie en het gebruik van bepaalde producten kunnen potentieel gevaarlijke gassen afgeven (denk hierbij bijvoorbeeld aan de "geur van nieuwe auto" en aan hoe pas gedrukt materiaal, stoffen enz. ruiken). Het GEI geeft alleen haar goedkeuring aan certificeringsprogramma's die strenge productie-emissienormen toepassen en aan producten met lage emissies.



Het Scandinavische Ecolabel ISO 14024 (The Swan, De Zwaan)

Het Scandinavische Ecolabel is het officiële ecolabel van de Scandinavische landen en werd in 1989 ingevoerd door de Scandinavische Ministerraad. Het label garandeert dat er rekening wordt gehouden met klimaatseisen en dat de emissies van CO₂ (en andere schadelijke gassen) beperkt zijn. Producten en diensten die het Scandinavische Ecolabel mogen dragen, zijn voorzien van het Zwaan-logo, zodat de consumenten ze meteen kunnen herkennen.

Om dit te realiseren, werden er speciale criteria opgesteld voor specifieke productgroepen. Bedrijven met producten in deze groepen en die voldoen aan de eisen, kunnen een licentie voor het Scandinavisch Ecolabel aanvragen. Het Scandinavisch Ecolabel is een ISO 14024 type I-systeem, dat gecontroleerd wordt door een onafhankelijke derde.

“De Zwaan” is het bekendste ecolabel in Scandinavië. De normen waaraan

voldaan moet worden, zijn erg strikt en garanderen dat producten met een Zwaan-logo:

- Gerecycled kunststof en metaal gebruiken
- Tijdens de productie geen overmatig giftige gassen uitscheiden
- Duurzaam zijn en een lange verwachte levensduur hebben
- Gerecycled kunnen worden
- Een actief afvalverwerkingsprogramma hebben
- Gecertificeerd hout gebruiken (minstens 70%)

HÅG Capisco 8106:
is de eerste en enige werkstoel ter wereld die gecertificeerd is met het Nordic ecolabel. Uitstekend onderzoek en ontwikkeling hebben de juiste materiaalkeuze gegarandeerd en hebben al vanaf een vroeg stadium in de productie innovatieve oplossingen mogelijk gemaakt.

Gefeliciteerd HÅG Capisco.
Je houdt onze reputatie hoog!





Bloem contra Zwaan

Het “Bloem” ecolabel omvat concrete milieu-eisen en certificeringen voor ongeveer 20 verschillende productgroepen, terwijl de “Zwaan” meer dan 60 verschillende productgroepen bestrijkt.

Het was een echte uitdaging voor de Europese landen om het eens te worden over de criteria voor de “Bloem”-certificering. In Scandinavië was het gemakkelijker om een oplossing te vinden, omdat dat slechts vijf landen betreft. Het Scandinavische “Zwaan”-ecolabel was geboren. Er zijn nu duizenden producten gecertificeerd en het Scandinavische ecolabel is sneller gegroeid dan zijn Europese tegenhanger. De Europese “Bloem” heeft geen afzonderlijke categorie voor kantoorstoelen. Het is beperkt tot het gebruik van hout in meubilair.

Cradle to Cradle®-certificering

Het “cradle-to-cradle” (wieg-tot-wieg) concept van BDC (McDonough Braungart Design Chemistry) werd in 2002 opgezet en heeft sindsdien veel aandacht gekregen op de markt. Het produceren en ontwerpen van producten die “eeuwig” meegaan omdat ze steeds opnieuw

gerecycled kunnen worden, is erg gunstig voor het milieu.

De Cradle to Cradle®-certificering is een ecolabel dat betrekking heeft op verschillende eigenschappen. Het beoordeelt de veiligheid van een product voor mens en milieu, evenals de geschiktheid van een ontwerp voor toekomstige levenscycli.

Voor dit label worden 3 hoofdgebieden beoordeeld:

1. Materiaalchemie:

Welke chemicaliën worden er gebruikt in de materialen?

Worden ze gespecificeerd?

Zijn ze de veiligste optie?

2. Demontage: Kan het product gedemonteerd worden aan het einde van zijn levenscyclus? Kan het daarna gerecycled worden?

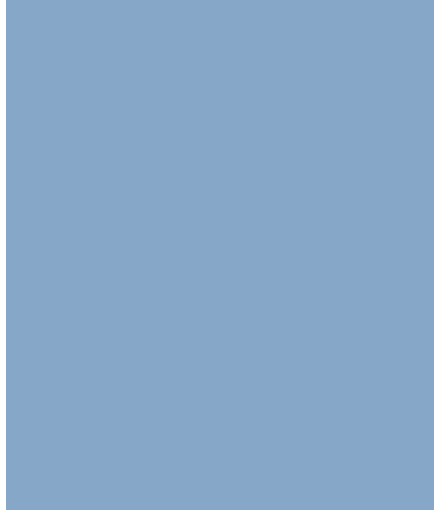
3. Recycleerbaarheid:

Worden de materialen daadwerkelijk gerecycled?

Dit vertegenwoordigt één van de vijf aandachtsgebieden met betrekking tot het bijdragen aan een beter milieu. Wat deze certificering echter niet omvat, is bijvoorbeeld het energieverbruik tijdens

transport, demontage en recycling. Omdat Scandinavian Business Seating deze aspecten wél omvat, gebruiken we de term “verder dan wieg tot wieg”. De reden dat de meeste producten niet voor 100% gerecycled kunnen worden, is dat textiel en schuim normaal niet gerecycled kunnen worden, tenminste niet in dezelfde mate als andere materialen. Zo kan wol in theorie gerecycled worden, maar stof die gemaakt is van gerecycled wol, heeft niet dezelfde kwaliteit als het oorspronkelijke materiaal (scheerwol). Dit wordt “downcycling” genoemd en wordt niet als volledig recycelen beschouwd.





Vragen & Antwoorden

In een verkoopsituatie zullen je de meest uiteenlopende vragen gesteld worden en misschien weet je niet precies hoe je daar op zou moeten antwoorden. Over de juiste kennis beschikken en in staat zijn om snel het juiste antwoord te geven, kan het verschil uitmaken tussen wel of niet verkopen.

Sommige bedrijven passen “greenwashing” toe. Dit houdt in dat ze er één product uitpikken dat aan de relevante normen voldoet en (valselijk) laten doorschemeren dat dit voor hun volledige productportefeuille geldt. Wij hoeven dat niet te doen. Onze producten zijn allemaal brandschoon en we kunnen er vol trots over praten. Ze zijn bestand tegen een grondige toetsing aan de concurrentie. Dat betekent echter niet dat je geen lastige vragen zou kunnen krijgen.

V: Hoe komt het dat Scandinavian Business Seating niet het Europese “Bloem”-ecolabel heeft?

A: Ecolabel heeft een breed productgamma in zijn certificeringsportefeuille, maar heeft geen groepcertificering voor de categorie kantoorstoelen. Het label heeft alleen betrekking op het gebruik van hout en textiel in meubilair.

Bedrijven betalen een grote som geld om hun producten te certificeren en kunnen gewoon al door milieuvriendelijk papier te gebruiken in hun printers in aanmerking komen voor het Europees Ecolabel. Zodra ze het label gekregen hebben, kunnen ze het vol trots op hun website zetten

en doen alsof het ook voor hun producten geldt. Dit wordt “greenwashing” genoemd en is bedoeld om de klanten te misleiden. Wij kiezen ervoor om volledig open te zijn over alle onderdelen van onze activiteiten, omdat ze allemaal betrekking hebben op het milieu.

V: Welke producten van Scandinavian Business Seating hebben welke certificeringslabels?

A: voor HÅG

Alle collecties: 14025 EPD, Green-guard. HÅG was als eerste Europese speler volledig gecertificeerd en heeft sindsdien de pioniersrol behouden.

HÅG Futu

HÅG Futu heeft de “Norwegian Design Council’s Sustainability Design Award” gekregen. De criteria omvatten o.a. de ontwikkeling van een product of oplossing die uit levenscyclusoogpunt belangrijke milieu-eigenschappen heeft.

HÅG Capisco

Het Scandinavische “Zwaan” Ecolabel is verstrekt op grond van het gunstige feit dat de HÅG Capisco voor 95% gerecycled kan worden en voor 43% uit gerecycled materiaal bestaat.

A: voor RBM

RBM maakt deel uit van Scandinavian Business Seating en streeft doorlopend naar verbeteringen op het gebied van milieuprestaties. Heel wat producten hebben al normen gehaald die hoger zijn dan de meeste certificeringen. RBM is in bijna al zijn stoelen gestopt met het gebruik van lijm. Aspecten zoals vervangbare stoffen, zorgvuldig gekozen dealers en nog veel meer garanderen een doorlopende verbetering op milieugebied.

A: voor RH

Alle collecties: GREENGUARD

Activ, Extend, Logic en Ambio

14025 EPD – RH behoorde tot de eersten die deze certificering ontvingen.

RH Ambio

Ventec™ is een volledig biologisch afbreekbaar bekledingsmateriaal: Dit betekent dat u het kunt weggooien en dat het op den duur één wordt met de natuur. Ventec™ is een tastbaar voorbeeld van het feit dat we graag voordoen wat voor anderen als norm gaat gelden met betrekking tot het milieu!

V: Als jullie producten hebben die verder gaan dan de nationale certificeringscriteria, waarom behaalt SBSeating dan niet gewoon al die certificeringen?

A: (voor alle producten)

Wij vinden het belangrijk om ons op de grote internationale certificeringslabels te concentreren. Er is een echt “oerwoud”

van certificeringssystemen en een groot aantal van hen heeft betrekking op dezelfde aspecten. Ons 5/2-principe omvat alle gebieden die internationaal worden toegepast, dus waarom zouden we het moeilijk maken?

V: Jullie beweren dat jullie producten verder gaan dan de Cradle to Cradle-norm. Waarom hebben jullie die certificering dan niet gewoon?

A: Voor dit label worden drie hoofdgebieden beoordeeld:

1. Materiaalchemie

- Welke chemicaliën worden er gebruikt in de materialen? Worden ze gespecificeerd? Zijn ze de veiligste optie?

2. Demontage

- Kan het product gedemonteerd worden op het einde van zijn levenscyclus? Kan het daarna gerecycled worden?

3. Recycleerbaarheid

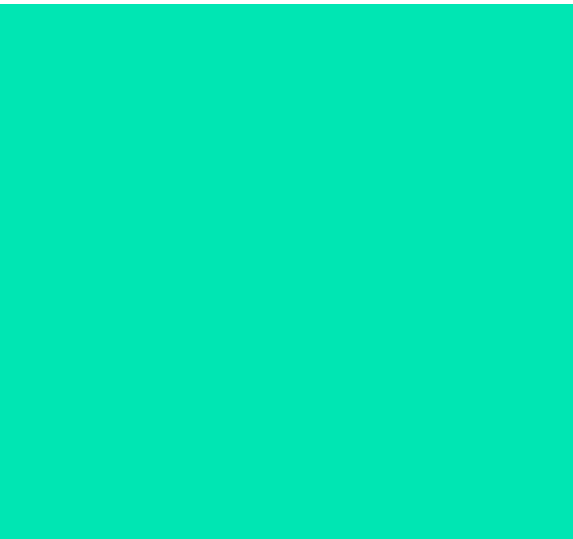
- Worden er gerecyclede materialen gebruikt in het product?

Dit vertegenwoordigt één van de vijf aandachtsgebieden met betrekking tot het bijdragen aan een beter milieu. Wat deze certificering echter niet omvat, is het energieverbruik tijdens transport, demontage en recycling. Omdat Scandinavian Business Seating deze aspecten wél van belang acht voor een milieuprofiel, gebruiken we de term “verder dan wieg tot wieg”.

V: EPD? Waarom zijn jullie de enige producent die deze onbekende certificering gebruikt?

A: Wij geloven dat de ISO 14025-EPD één van de belangrijkste hulpmiddelen zal zijn voor het beoordelen van producten waar het milieucriteria betreft. De mogelijkheid om na te gaan welke impact een product op het milieu heeft, is erg waardevol gebleken om op zitgebied de wereld te verbeteren. In 2004 was HÅG de eerste producent ter wereld die een EPD had voor al zijn producten. Woorden zijn goedkoop, maar als je ze niet kunt staven met feiten, zijn ze niet veel waard...





V: Is het mogelijk om de verschillende certificaten een cijfer te geven?

A: Nee, maar door de criteria voor elk certificaat te bestuderen, is het gemakkelijk te zien welk certificaat betrekking heeft op welke milieuaspecten.

V: Is het mogelijk om de milieuprestaties van een bedrijf een cijfer te geven, op basis van deze certificaten?

A: Ja, we geloven dat als je aan de normen voldoet die in deze brochure worden genoemd, je een bedrijf nauwkeurig kunt beoordelen op alle aspecten die u belangrijk vindt om een product te kiezen. De criteria van de verschillende normen zijn eenvoudig en duidelijk, en we zijn volledig open over onze prestaties. Bedrijven die iets te verbergen hebben daarentegen, houden minder gunstige feiten vaak verborgen.

Wist u dat?

HÅG

bijna 20 jaar geleden begon om gerecycled plastic van o.a. flessendoppen en autobumpers in de productie te gebruiken. En vandaag zowel plastic zakken als shampooflessen en gerecycled aluminium gebruikt worden en meer dan 95% van een nieuwe HÅG-stoel gerecycled kan worden. HÅG bovendien geselecteerd werd toen de Bellona Milieustichting de 101 beste oplossingen voor de klimaatcrisis presenteerde (www.101-solutions.org).

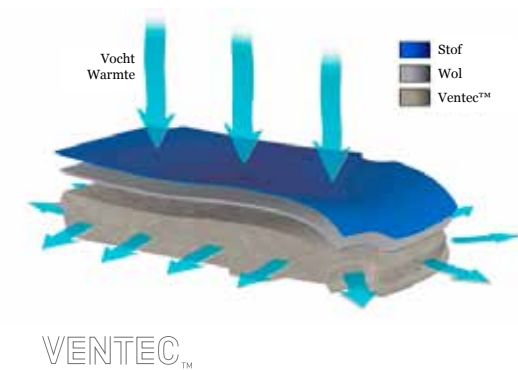


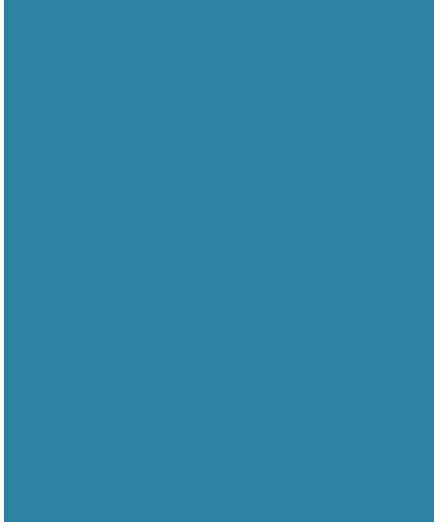
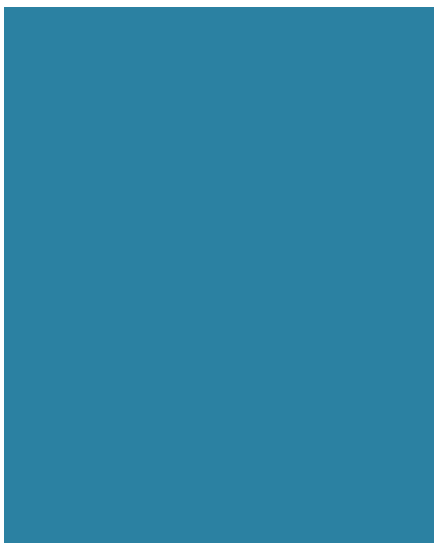
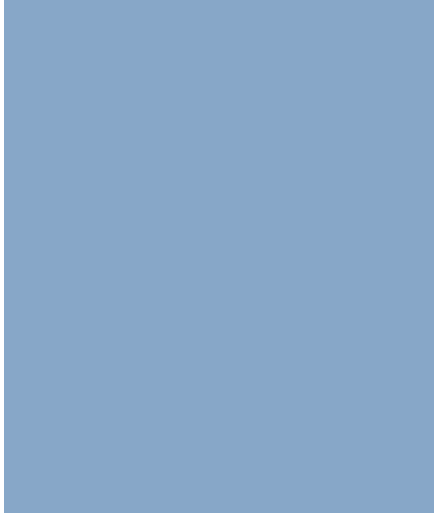
RBM

niet langer lijm gebruikt in een groot aantal van zijn stoelmodellen. Door voor de 30ste verjaardag van haar RBM Ana-modellen een nieuw gamma gelakte voeten te lanceren, geeft RBM blijk van haar streven het gebruik van chroom te beperken.

h

haar eigen stof, Ventec, gecreëerd heeft; een unieke combinatie van natuurrubber, paardenhaar en wol. Allemaal geleend van de natuur. Ventec is biologisch afbreekbaar en daarom goed nieuws voor het milieu.







BEDRIJF/ MERK	CERTIFICERING						
	GERELATEERD AAN HET PRODUCT					GERELATEERD AAN DE ORGANISATIE	
	ECO- Label	The Swan	ISO 14025 EPD	GREEN- GUARD	"Cradle to Cradle"	ISO 9001	ISO 14001
HÅG		●	●	●		●	●
RBM						●	●
RH			●	●		●	●
Kinnarps*	●**					●	●
EFG*		●**	●			●	●
Interstuhl*						●	●
Sedus				●		●	
Herman Miller					●	●	●
Comforto							
BMA Ergonomics						●	●
Dauphin				●			●
Haworth							
Steelcase*	●**		●	●	●**	●	●
Orangebox*			●		●		
Labofa							

* Verkoopt naast stoelen ook andere producten (tafels, boekenrekken enz.) ** Niet voor kantoor/werkstoelen

1. Laag gewicht
2. Weinig componenten
3. Goede materialen
4. Lange levensduur
5. Wieg tot wieg-concept



1. CO2-emissie per geproduceerde eenheid, kg (Carbon Footprint / CO2 voetafdruk)
2. MJ = verbruikte energie per geproduceerde eenheid

