

Samenwerken aan circulaire ketens

Baril Coatings

Samenwerking is essentieel voor
een circulaire verfindustrie

United Repair Centre

De weg naar een
schone kledingindustrie



**Set to
reinvent**



- 1 **Voorwoord**
Eline Oudenbroek
- 2 **Elkaar versterken in roerige tijden**
Carola de Jong, Evie Jetten en Ujendre Ramautarsing
blikken terug en kijken vooruit
- 5 **Samenwerking is essentieel voor een circulaire verfindustrie**
Joost Broeders, technisch directeur bij Baril, deelt zijn visie op circulariteit en samenwerking
- 7 **Bee the Change**
Het spel laat zien welke rol partijen hebben in de transitie naar een duurzame samenleving
- 8 **Annelotte over de meerwaarde van het Young Professional Program**
In dit interview vertelt ze over haar keuzes, ervaringen en toekomstplannen
- 10 **De strijd tegen voedselverspilling**
Jojan en Evie interviewen Laurine Poortmans, pr manager België & Nederland van Too Good To Go
- 12 **United Repair Centre en de weg naar een schone kledingindustrie**
Het bedrijf repareert kleding van diverse kledingmerken en ketens
- 14 **Customer of the year award voor CoreDux**
- 15 **Set at work**
Activiteiten van Set in beeld
- 16 **Een circulaire revolutie in de keukenindustrie**
Waar duurzaamheid steeds belangrijker wordt, verandert Chainable de keukenwereld
- 18 **Set gaat voor maximale impact**
Steun voor Badeloch Fonds en Stichting Niet graag een lege maag
- 20 **Lees-, kijk- en luistertips**
Voor een inclusieve en circulaire economie
- 22 **We are Set**
Supply chain professionals die het verschil maken
- 24 **Wij zijn officieel B Corp gecertificeerd!**
Set wordt erkend voor de positieve bijdrage aan de maatschappij en de arbeidsmarkt
- 25 **10 jaar Set**
Nagenieten van ons onvergetelijke jubileum event!

© 2025 Set supply chain professionals, alle rechten voorbehouden.

Het gebruiken van de artikelen in dit magazine is uitsluitend toegestaan met voorafgaande schriftelijke toestemming van de auteurs en correcte bronvermelding.

Eindredactie: Corine Spaans - Beeld en Boodschap
Vormgeving: Jos Harmsen



Uitleg circulaire supply chains

Een circulaire supply chain richt zich op het minimaliseren van afval en het maximaal benutten van grondstoffen door producten en materialen opnieuw te gebruiken in plaats van weg te gooien. Dit in tegenstelling tot traditionele, lineaire supply chains, waarbij grondstoffen worden gewonnen, verwerkt, gebruikt en uiteindelijk afgevoerd. In een circulair model worden grondstoffen teruggewonnen, gerecycled of hergebruikt om nieuwe producten te maken. Denk aan het refurbishen van elektronica, het hergebruiken van verpakkingsmaterialen of het verwerken van afgedankte kleding tot nieuwe textielvezels. Dit vereist nauwe samenwerking tussen ontwerpers, producenten, distributeurs en recyclingbedrijven. Circulaire supply chains bieden niet alleen ecologische voordelen, zoals minder afval en een lagere CO₂-uitstoot, maar ook economische kansen. Bedrijven kunnen kosten besparen, nieuwe inkomstenstromen creëren en voldoen aan strengere duurzaamheidsnormen. Ze vormen daarmee een essentieel onderdeel van de transitie naar een meer circulaire economie. Kortom, het is een innovatie die niet alleen de planeet, maar ook bedrijven toekomstbestendig maakt.



Voorwoord

Van probleem tot grondstof

Een visie op circulaire innovatie

Tapijtfabrikant Interface heeft haar mission zero-strategie, waarmee ze klimaatneutraal wil zijn over de gehele levenscyclus van hun producten (cradle to gate), al in 2019 voltooid. En inmiddels heeft ze deze ingeruild voor een nieuwe stip op de horizon: de Climate Take Back missie moet Interface in 2040 klimaatpositief en regeneratief maken. Eline Oudenbroek is met 25 jaar ervaring in strategisch management de aangewezen persoon om het bedrijf naar dit nieuwe circulaire doel te loodsen.



Eline Oudenbroek
Vicepresident supply chain & operations
Tapijtfabrikant Interface

Ik geloof in het belang van supply chain leadership en ketensamenwerking in tijden van grote uitdagingen zoals klimaatverandering en geopolitieke spanningen. Als vicepresident supply chain & operations sta ik middenin het krachtenveld van een keten in transitie, van waaruit ik mijn visie op circulaire supply chain deel.

Toen ik bij Interface begon, was het duidelijk dat duurzaamheid niet zomaar een doel was, maar een integraal onderdeel van wie we zijn. Interface heeft altijd vooropgelopen met onze visie om de negatieve impact op het milieu te elimineren. Met Mission Zero, het programma dat in 1994 door onze oprichter Ray Anderson werd gelanceerd, bereikten we in 2020 een mijlpaal: geen negatieve impact op de aarde. Inmiddels zijn we met Climate Take Back op weg naar een nog ambitieuzer doel: klimaatpositief zijn tegen 2040. Dit betekent dat we meer aan de aarde willen teruggeven dan we ervan nemen en circulariteit is daarin essentieel. Een van de dingen waar ik het meest trots op ben, is hoe we CO₂ niet langer alleen als een probleem zien, maar als een grondstof. Dankzij deze mindset hebben we nieuwe technologieën en producten kunnen ontwikkelen die niet alleen CO₂-uitstoot minimaliseren, maar zelfs CO₂ opslaan. Onze tapijttegels zijn hiervan een uitstekend voorbeeld; ze worden geproduceerd met biobased materialen en honderd procent gerecycled garen. Dit maakt ons een leider op het gebied van koolstofnegatieve en circulaire producten. Een cruciaal aspect in het realiseren van deze ambities is de samenwerking met ketenpartners. De veranderingen die wij binnen Interface hebben doorgevoerd, zoals de overstap naar biobased materialen, hebben ook een domino-effect op onze hele supply chain. We werken samen met bestaande en nieuwe leveranciers en hebben onze productieprocessen en systemen aangepast om deze duurzame transitie mogelijk te maken. Samen met hen en onze klanten blijven

“CO₂ zien we niet langer als een probleem, maar als een grondstof”

we vooruitkijken naar wat er nog meer mogelijk is. De weg naar een duurzame toekomst is uitdagend, maar essentieel om als bedrijf relevant te blijven en in elke transitie heb je voorlopers nodig. Als beursgenoteerde onderneming hebben we de slagkracht en verantwoordelijkheid om een verschil te maken – niet alleen om relevant te blijven, maar om leidend te zijn in de industrie. Bij interface geloven we dat samenwerken en innoveren als keten cruciaal zijn om de klimaatcrisis het hoofd te bieden. Een belangrijke pijler binnen onze duurzame missie is dan ook lead the industrial re-revolution, waarmee we zo snel mogelijk heel de industrie willen meekrijgen naar een duurzame en circulaire keten. Samen kunnen we de industrie heruitvinden en een circulaire, klimaatpositieve toekomst realiseren. De boodschap is helder: de tijd om te handelen is nu. In dit magazine vinden we talloze inspirerende voorbeelden van bedrijven die deze uitdaging aangaan en de weg vrijmaken voor een circulaire, klimaatpositieve toekomst. De vraag is niet langer of we deze verandering omarmen, maar hoe snel we dat doen. Samen staan we sterk.

Elkaar versterken in roerige tijden

Set supply chain professionals is het afgelopen jaar weer een stuk volwassener geworden. Dat blijkt wel tijdens het interview met het leiderschapsteam van het bedrijf. In de verduurzaamde woning van oprichter en managing director, **Ujendre Ramautarsing**, vertellen hij en **Evie Jetten**, recruitment en marketingcommunicatie manager, en **Carola de Jong**, talent development en project lead, over wat 2024 bijzonder maakte en blikken de drie vooruit.

"Het jaar is weer voorbij gevlogen, er is veel gebeurd", start Evie. "Zo zaten we eind 2023 hier nog met vier." Marielle van Gastel, voormalig director business development bij Set, koos dit jaar een andere weg. Ook waren er wisselingen binnen de rest van het team. Ujendre voorzag aan het begin van 2024 dat het een uitdagend jaar zou worden. Carola duidt 2024 een jaar waarin ze als team veel geleerd hebben, juist door alle ontwikkelingen en veranderingen.

Een duurzaam team

Er waren soms moeilijke keuzes die gemaakt moesten worden. En dat gebeurde. Daarin toonde het team

daadkracht, zegt Carola. "Ook als het moeilijk werd, pakten we door." De moeilijke gesprekken werden aangegaan. "Het was soms pittig", gaat Carola verder. Voor haar was het fijn om te zien dat ze erop kan vertrouwen dat "als het erop aan komt, Ujendre een besluit neemt en voor de keuze staat". Waarop de managing director aanvult: "Wat voor mij belangrijk is, is dat we als leiderschapsteam op één lijn zitten. En dat we transparant zijn over onze beslissingen naar de rest van het team. Dat hebben we zeker bereikt."

Meerdere complimenten worden over en weer gegeven. De drie stralen trots uit over wat ze met elkaar



Evie Jetten
Recruitment & marcom manager
evie@setsupplychain.com
06 42 48 77 66

Ujendre Ramautarsing
Founder & managing director
ujendre@setsupplychain.com
06 25 04 88 26

Carola de Jong
Talent development & project lead
carola@setsupplychain.com
06 15 87 68 23

"Wat belangrijk is, is dat we als leiderschapsteam op één lijn zitten"

vorig jaar hebben bereikt. Er kwamen maand- en kwartaalvergaderingen waarin ze de lopende zaken bespraken, maar vooral ook steeds beter vasthielden aan de strategie van Set. Evie: "Bij alles wat we doen denken we na of het bij ons past, hoe het zich verhoudt tot duurzaamheid, aan welk doel het linkt en wat we daarbij belangrijk vinden." Zo evalueerde het team bijvoorbeeld het Supply Chain Operations Reference Model (SCOR Model) naar de Set Sustainable Supply Chain Circle (SSCC – zie pagina 23) waar functies in een circulaire economie ook belicht worden.

Asiya Hussein, office manager, en Nora el Arnouki, recruitment consultant vulden de staf aan. Dat zorgde voor meer rust; de administratieve taken, zoals bijvoorbeeld facturatie, neemt Asiya nu voor haar rekening. Voorheen deed Ujendre dit, hierdoor heeft hij meer focus voor de klanten, trainees en strategie. Nora ondersteunt Evie en zo vormde zich een duurzaam team.

Erkenning voor de ingeslagen weg

Duurzaamheid en sociale impact spelen een centrale rol in de strategie van Set. Dat het bedrijf daarin op de goede weg zit, blijkt uit de eind vorig jaar behaalde Benefit Corporation certificering (B Corp). Dit certificaat is een officiële erkenning voor de positieve impact van Set op mens, milieu en maatschappij. Het certificeringsproces duurde anderhalf jaar en voltrok zich vooral achter de schermen. Ujendre: "Door dit traject zijn we nog kritischer naar onszelf gaan kijken." Zo vloeiende er een nieuwe online training voor diversiteit, gelijkheid en inclusie uit voort. Evie: "We vinden het belangrijk dat iedereen binnen Set deze training dit voorjaar volgt." De kritische blik blijft. En er is een stok achter de deur: elke drie jaar mag Set weer op voor hercertificering. ▶



“Bedrijven moeten echt op een andere manier zaken gaan doen”



“Bij alles wat we doen denken we na of het bij ons past”

“Partners legden nieuwe contacten en wij hebben weer bijgepraat met oude bekenden”, blikt Evie terug. “Het is mooi om alles op zo’n dag op zijn plaats te zien vallen.”

Het event is een van de manieren waarop Set kennis deelt en daarmee een zaadje plant voor nieuwe samenwerkingen. Dat laatste is echt een kracht van Set, stelt Ujendre. “We zitten met zijn allen in een transitie. Bedrijven hebben te maken met operationele druk, maar er is ook verandering nodig. We moeten het samen doen. Dat komt veelvuldig terug in de verhalen die je in dit magazine leest.” Een andere manier van kennisdelen vormen de trainingen. Geïnteresseerden kunnen zich inschrijven voor de duurzaamheidsstraining en de trainingen gericht op persoonlijke ontwikkeling en leiderschap. Meer informatie over de inhoud en de data voor 2025 is te vinden op de website.

Elkaar versterken

Via de opdrachten bij klanten delen de medewerkers ook hun kennis. Zo werkt Carola, in een project voor CoreDux NL, als een soort ketenregisseur aan die nieuwe benodigde samenwerkingen. Ze brengt daarin partijen die nog niet eerder met elkaar samenwerkten bij elkaar. Carola: “Bedrijven moeten echt op een andere manier zaken gaan doen. Open en transparant, willen leren van elkaar. Daarbij moet je het grotere geheel voor ogen houden en niet binnen de muren van een organisatie blijven. Als we op een andere manier gaan

samenwerken, kunnen we het verschil maken.” Ujendre vult aan: “Het is heel mooi om te ervaren dat we bij een partner als CoreDux veel ruimte krijgen om te groeien en gezamenlijk te leren. In de afgelopen jaren heeft Set de kans gekregen om kennis te delen en op te doen binnen diverse teams, zo versterken we elkaar.” Mede daarom heeft Set partner CoreDux uitgeroepen tot klant van het jaar (zie pagina 14).

Vooruitblikkend is er een belangrijk aandachtspunt, volgens Carola: “We moeten zorgen dat we de nieuwe generaties (Generatie Z, geboren tussen 2001 en 2015, Generatie Alpha, geboren tussen 2016 en 2030, red.) goed bereiken. Als we willen blijven groeien moeten we aansluiting blijven vinden met hen. Daar zullen we komend jaar nog alerter op zijn.”

Tot slot staat Ujendre nog even stil bij de tijd waarin we nu leven. “Een tijd waarin polarisatie de boventoon lijkt te voeren. Met een overheid die steeds de regels aanpast. Dat geeft een gevoel van onbehagen en ongenoegen. Er is verandering nodig. De transitie is gaande, maar is complex. Voor de een gaat de transitie te langzaam voor de ander te snel. We moeten ons van de verschillen bewust zijn en er niet door van slag raken. We moeten kijken hoe we elkaar kunnen helpen in de transitie. Wij willen als Set een partner zijn die in roerige tijden handelt. Niet alleen door een professional aan te bieden, maar ook door samen te sparren over veranderingen in de keten en industrie van de klant, en bijvoorbeeld te helpen nieuwe samenwerkingsverbanden op te zetten. We gaan samen constructief de toekomst tegemoet.”

“We moeten kijken hoe we elkaar kunnen helpen in de transitie”



10 jaar Set
Een brede glimlach verschijnt op het gezicht van Carola als ze terugblijkt op het 10-jarig jubileum, dat op 12 september werd gevierd. Een aantal enthousiastelingen uit het team kreeg volledig mandaat om het evenement voor te bereiden. Carola en Evie kregen de eer om de dag zelf te leiden. Een rol die beiden als gegoten zat. Met gastspreker Ranomi Kromowidjojo en een workshop door Stichting KlimaatGesprekken, stond er een programma dat ruim 60 mensen trok naar de duurzame locatie Antropia in Driebergen. De bijeenkomst stond volledig in het teken van duurzame keuzes en maatschappelijk verantwoord ondernemen.

Carola: “Wat ik mooi vond, was dat veel mensen daadwerkelijk als partner daar stonden. Ze kwamen écht voor ons. Om onze samenwerkingen te vieren en met ons naar de toekomst te kijken. Het was gaaf om te zien dat bijna iedereen nog lang in de avond bleef.”

Joost Broeders - Baril Coatings
Thijs Koster - Set
Carola de Jong - Set
6 minuten
Duurzaamheid

Samenwerking is essentieel voor een circulaire verfindustrie

Baril Coatings (hierna: Baril) ontwikkelt duurzame verfproducten op basis van hernieuwbare grondstoffen en loopt met diverse innovaties voorop in de Europese vermarkt. Het familiebedrijf, opgericht in 1982, integreert duurzaamheid al sinds 2001 in zijn strategie. Inmiddels is het bedrijf uitgegroeid tot ruim 80 medewerkers op 2 locaties in Brabant. Baril biedt onder meer duurzamere coatings voor de staalindustrie en bedient de professionele en particuliere vermarkt met biobased merken Copperant en fairf. **Joost Broeders**, technisch directeur bij Baril, is al ruim 25 jaar betrokken en deelt zijn visie op circulariteit en samenwerking. ▶



“De grootste uitdaging is het opschalen van onze innovaties”

Carola: Wat maakt jouw werk na al die jaren nog steeds interessant?

"Ik begon in 1998 bij Baril als R&D-medewerker en was meteen onder de indruk van de focus op innovatie en duurzaamheid, iets wat destijds nog uniek was in onze branche. Inmiddels ben ik als technisch directeur verantwoordelijk voor innovatie, R&D, kwaliteit en milieuzaken.

Wat mijn werk boeiend houdt, is de constante zoektocht naar duurzame oplossingen. We blijven innoveren en zetten stappen richting een circulair productieproces. Het geeft veel voldoening om te werken voor een bedrijf dat echt impact wil maken."

"We blijven innoveren en zetten stappen richting een circulair productieproces"



"Vooral jonge professionals hebben de kans om écht impact te maken"

Thijs: Hoe maakt Baril impact?

"We richten ons op circulariteit, waarbij zowel grondstoffen als verf hergebruikt worden, maar vooral het verfproduct zelf opgebouwd is uit hernieuwbare grondstoffen, biobased en/of gerecycled. Verf verlengt de levensduur van materialen, maar we willen ook dat de verf aan het einde van de levensduur eenvoudig verwijderd en gerecycled kan worden.

Hierbij hebben we met een onderzoeksproject al aantoonbaar gemaakt dat bijvoorbeeld schuur- en zaagstof van nieuw en restanten plaatmateriaal opgewerkt kan worden tot herbruikbare mineralen en kleurpigmenten. Middels technieken zoals pyrolyse, kunnen zo waardevolle grondstoffen teruggewonnen worden. Circulariteit zit niet alleen in onze producten, maar ook in onze bedrijfsprocessen. Het uiteindelijke doel is een volledig circulair productieproces."

Carola: Wat is de volgende stap in jullie transitie naar een circulaire keten?

"De grootste uitdaging is het opschalen van onze innovaties. Dat vraagt bij onze leveranciers en partners om investeringen in biobased grondstoffen en nieuwe recyclingtechnieken.

Als bedrijf van deze omvang kunnen we dit niet alleen. Daarom zoeken we samenwerking met kennisinstellingen, leveranciers en zelfs concurrenten. Duurzaamheid bereik je alleen als de hele keten meedoet."

Thijs: Waarom is samenwerking zo belangrijk?

"We kunnen niet alle onderdelen van de keten zelf beheersen of in elke stap investeren. Door samen te werken maken we onze innovaties commercieel haalbaar. Bijvoorbeeld, leveranciers zijn eerder bereid hun processen te verduurzamen als meerdere partijen dit vragen.

Ons evenement Barinewables is hier een mooi voorbeeld van. Het bracht bedrijven, inclusief concurrenten, samen om verantwoordelijkheid te nemen voor een circulaire keten. Samen bereik je meer dan alleen."

Carola: Wat heeft Barinewables opgeleverd?

"Het evenement creëerde bewustzijn over de mogelijkheden van circulariteit. Met het spel Bee the Change startten we waardevolle gesprekken over de stappen die nodig zijn voor een duurzame keten, die anders misschien niet hadden plaatsgevonden.

Wat me opviel, was de bereidheid van verschillende partijen, inclusief concurrenten zoals AkzoNobel, om samen te werken. Dat geeft vertrouwen dat we echt vooruitgang kunnen boeken."


Thijs: Hoe blijf je na al die jaren energiek?

"Mijn fascinatie voor chemie en de mogelijkheden ervan blijft me inspireren. Het idee dat onze innovaties bijdragen aan een duurzamere wereld motiveert me elke dag opnieuw.

Daarnaast haal ik veel energie uit samenwerken. Innovatie doe je niet alleen; juist door samen te werken aan duurzame oplossingen blijft mijn werk uitdagend en zinvol."

Carola: Heb je tips voor jonge professionals?

"Blijf nieuwsgierig en leergierig. Wees niet bang om tegen de stroom in te gaan als je ergens in gelooft. Zoek een mentor en sta open voor nieuwe ideeën.

Probeer ervaring op te doen in verschillende omgevingen. Dat helpt je breder te kijken en nieuwe oplossingen te vinden. Vooral jonge professionals hebben de kans om écht impact te maken. Grijp die kans en blijf groeien." 



Bee the Change

Het spel Bee the Change laat zien welke rol verschillende partijen in een ecosysteem hebben in de transitie naar een duurzame samenleving. Het is ontwikkeld door Nyenrode Business University. Deelnemers kruipen in de huid van overheid, bedrijven, financiële instellingen, maatschappelijke organisaties, kennisinstellingen en media.

Ujendre Ramautarsing, oprichter en managing director van Set, was spelleider van Bee the Change tijdens het evenement Barinewables van Baril Coatings. Hij speelde het spel met partners uit het echte ecosysteem van Baril.

De game liet zien waar het bedrijf in de transitie naar een duurzame samenleving tegenaan kan lopen. Aan de deelnemers de opdracht om te beredeneren wat de partijen uit het ecosysteem in elke fase zouden doen. De overheid kan bijvoorbeeld een gelijk speelveld creëren door regelgeving te ontwikkelen, maar ook de vraag stimuleren door voor eigen gebouwen alleen nog maar recyclebare verf toe te staan. Er kunnen ook barrières worden opgeworpen. Denk aan veranderende regelgeving, waardoor de transitie wordt vertraagd. Of een wetenschappelijk onderzoek waaruit blijkt dat de ingezette koers niet juist is. Het is steeds de vraag hoe je als bedrijf daarop moet inspelen.

Door de game te spelen zijn de deelnemers erin geslaagd om binnen een uur een complete roadmap voor uitvoering van de duurzaamheidsstrategie op te zetten. "Door een andere rol te spelen, leren deelnemers vanuit een ander perspectief naar dezelfde transitie te kijken. Ze ontdekken dat ze elkaar nodig hebben. Niemand kan in zijn eentje het ecosysteem veranderen, maar door samenwerking lukt dat misschien wel", aldus Ujendre. "Games helpen de discussie op gang te brengen. Het kan iets openbreken, zelfs in organisaties met een strakke hiërarchie. Daarnaast schept het een gezamenlijk referentiekader. Jaren later herinneren deelnemers zich nog die ene game. Daarom is het belangrijk om die game fysiek samen te spelen in een ruimte waar je elkaars emotie en stress voelt."



Ben je ook benieuwd naar de uitkomsten die Bee the Change voor jouw organisatie kan bieden? We denken graag met je mee!





Annelotte Vroon – Set
Nora el Arnouki – Set
Thijs Koster – Set



5 minuten



Interview

Annelotte over de meerwaarde van het Young Professional Program

Ontmoet **Annelotte**, een ambitieuze 26-jarige uit Gorinchem met een passie voor supply chain management, duurzaamheid en persoonlijke ontwikkeling. Als supply chain trainee in het Young Professional Program bij Set combineert ze haar scherpe analytische blik met een sterke drive om processen te verbeteren én te verduurzamen. In dit interview vertelt Annelotte over haar keuzes, ervaringen en toekomstplannen.

Thijs: Waarom heb je voor de studie Supply Chain Management gekozen?

"Tijdens mijn bestuursjaar bij studievereniging Asset ontdekte ik mijn interesse voor het vakgebied. Ik werkte dat jaar samen met studenten Supply Chain Management en hoorde hoe praktisch toepasbaar de theorieën waren, iets wat ik miste bij de opleiding Economie en Bedrijfseconomie. Tijdens mijn afstudeerstage bij GXO Logistics heb ik onderzoek gedaan naar procesoptimalisatie in het retourproces en gewerkt als Supply Chain Engineer. Hier leerde ik hoe een groot magazijn achter de schermen werkt. Dit was mijn eerste kennismaking met het bedrijfsleven, waarbij ik de theorieën van mijn studie in de praktijk kon toepassen. Het gaf me een dieper inzicht in hoe processen geoptimaliseerd kunnen worden binnen een bedrijf."

"Als je weet wat je drijft en hoe je dat kunt inzetten in de interactie met anderen, worden samenwerkingen veel soepeler"



Nora: Hoe ben je terechtgekomen bij Set?

"Tijdens mijn master kreeg ik een gastcollege van Set. Hoewel detachering op dat moment niet direct mijn interesse had, bleef Set toch in mijn gedachten hangen. Na mijn afstuderen heb ik contact opgenomen en werd ik aangenaam verrast door de benadering. De focus op persoonlijke ontwikkeling en groei, gecombineerd met de oprechte interesse in de gesprekken, trok mij over de streep. Dit was een goede keus. Bij verschillende bedrijven heb ik de kans gekregen om een breed scala aan functies binnen supply chain te leren kennen. Door middel van trainingen en begeleiding leer ik mezelf beter kennen en ontwikkel ik zowel vaktechnische als persoonlijke vaardigheden."

Thijs: Welke functies heb je uitgevoerd en waar lagen de uitdagingen?

"Mijn eerste opdracht was bij Royal Canin als Junior Demand Planner voor de Benelux. Ik was verantwoordelijk voor het demand plan en hielp bij de implementatie van een nieuwe planningssoftware. De grootste uitdaging was dat de senior planner na drie maanden stopte, waardoor ik tijdelijk alles zelf moest doen en onder druk resultaten moest leveren. Ik leerde dat wanneer ik me ergens op richt, ik er volledig voor ga, en ik ontwikkelde het vermogen om prioriteiten te stellen. Een van de grootste uitdagingen die ik heb ervaren, was tijdens mijn tweede opdracht bij Karo Healthcare. Mijn rol als Omni-channel Project Manager omvatte de integratie van een recent overgenomen merk in het ERP- en planningsstelsel. En de supply planning van dit merk en Offline to Online merken naar (nieuwe) online platformen. Het was erg uitdagend om het ERP-systeem te implementeren, omdat veel processen omgezet moesten worden van Microsoft Excel naar het nieuwe systeem. Deze opdracht bracht veel verantwoordelijkheden met zich mee, maar daarmee ook extra voldoening toen het merk dankzij de implementatie stabiel draaide. Momenteel werk ik bij CoreDux. Deze opdracht leert me veel over de bijzondere verhoudingen binnen de semicon-sector. Het is bovendien mijn

eerste ervaring in een productieomgeving, die een geheel andere dynamiek en manier van werken met zich meebrengt. Hierin zijn flexibiliteit en teamwork essentieel. Als Internal Accountmanager ben ik verantwoordelijk voor de logistieke KPI's voor verschillende klanten en zal ik een procesverbeteringsproject op me nemen.

Nora: Hoe heb je de trainingen van Set ervaren?

"De trainingen hebben me echt geholpen, vooral op het gebied van soft skills. Een van de meest waardevolle inzichten die ik heb opgedaan, was het begrijpen van mijn eigen motivatiebronnen. Dit heeft me geholpen om effectiever te communiceren en samen te werken. Als je weet wat je drijft en hoe je dat kunt inzetten in de interactie met anderen, worden samenwerkingen veel soepeler. Een belangrijke les was dat mijn gedrag en communicatie invloed hebben op hoe anderen reageren en presteren."

Thijs: Wat vind je het leukst aan het werken bij Set?

"De sfeer is prettig. We kunnen open en kritisch naar elkaar zijn zonder dat het de werksfeer negatief beïnvloedt. We hebben een hechte band; het voelt als een team waarin iedereen op zijn gemak is. Ik ervaar mijn werk niet als een verplichting, maar als een gezamenlijke activiteit. Het managementteam toont oprechte interesse in ons als individuen door echt met ons in gesprek te gaan, te begrijpen wat we willen leren en hoe we kunnen groeien. Niet alleen als medewerkers. Dat maakt een groot verschil."

Nora: Wat zijn je toekomstplannen?

"Ik focus me nu op het ontdekken van wat ik leuk vind. Ik vind het belangrijker om impact te maken dan om vast te zitten aan een specifieke functie of salaris. Zolang ik mijn steentje bijdraag aan belangrijke processen, voel ik me op mijn plek. Duurzaamheid speelt hierin een steeds grotere rol. Ik zou graag opdrachten doen waarbij duurzaamheid centraal staat, omdat ik het belangrijk vind dat bedrijven verantwoordelijkheid nemen voor hun impact op het milieu. Ik hoop in de toekomst een rol te vinden waarin ik zowel mijn passie voor supply chain management als mijn inzet voor duurzaamheid kan combineren."



Annelotte Vroon

Leeftijd: 26 jaar
Opleiding: Bachelor Economie en
Bedrijfseconomie, Tilburg
University
Master Supply Chain
Management, Tilburg University

Mei 2024 – heden: Internal Accountmanager bij CoreDux

Bij CoreDux is Annelotte verantwoordelijk voor het logistieke accountmanagement voor één van de klantgerichte teams. Klanten binnen haar pakket zijn o.a. ASML & Carl Zeiss. Daarnaast focust ze zich op een procesverbeteringsproject om een efficiëntere manier van werken te bewerkstelligen.

Mei 2023 – april 2024: Omnichannel Projectmanager bij Karo Healthcare

Annelotte speelde een sleutelrol in de supply chain transformatie, gericht op efficiëntere en beter uitgelijnde processen voor een specifiek merk. De implementatie van de planningstool en het ERP-systeem waren hiervan onderdeel. Daarnaast werkte ze aan de logistieke planning voor dit specifieke merk en zogenoemde 'offline to online' merken.

Mei 2022 – april 2023: Junior Demand Planner bij Royal Canin

In deze rol was Annelotte verantwoordelijk voor het maken van betrouwbare prognoses op klantniveau voor de verschillende producten die worden aangeboden in de Benelux. Daarbij hoort het opschonen van data, het aanpassen aan trends in de markt en het nauw samenwerken met collega's om tot een zo goed mogelijk resultaat te komen.

De strijd tegen voedselverspilling



Volgens het Wereld Natuur Fonds (WWF) gaat wereldwijd 40 procent van al het geproduceerde voedsel verloren. Deze voedselverspilling heeft ingrijpende gevolgen voor de samenleving, de economie en het milieu. Door voedselverspilling te verminderen, kunnen we de klimaatverandering afremmen, de kosten van levensonderhoud verlagen en voedsel beter toegankelijk maken voor iedereen. Too Good To Go zet zich in om voedselverspilling te bestrijden door bedrijven uit de voeding- en horecasector te verbinden met consumenten via een app. De app is de grootste wereldwijde marktplaats voor onverkochte etenswaren, met meer dan 100 miljoen gebruikers en 170.000 partners wereldwijd. **Laurine Poortmans, pr manager België & Nederland bij Too Good To Go**, neemt **Jojan en Evie** mee in de start van het bedrijf, wat het zo uniek maakt en wat de uitdagingen zijn voor de toekomst.

Goed voedsel voor een lage prijs

Het bedrijf onderscheidt zich door milieubewustzijn te combineren met een praktische oplossing. De app is gebruiksvriendelijk en biedt een directe verbinding tussen bedrijven en consumenten, waardoor het gemakkelijk is om voedselverspilling te voorkomen. Bedrijven verminderen hun afval en krijgen extra inkomsten, terwijl gebruikers verrassende producten ontvangen tegen een lagere prijs.

Het idee voor Too Good To Go ontstond in 2015 in Kopenhagen, toen vijf jonge ondernemers een gezamenlijke droom hadden: een oplossing vinden voor de grote hoeveelheden voedselverspilling bij buffetrestaurants in Denemarken. Hun missie was duidelijk: voedselverspilling tegengaan, de klimaatcrisis aanpakken en consumenten toegang geven tot goed voedsel voor een lage prijs.

In 2016 lanceerden ze de Too Good To Go app. Binnen enkele weken sloten honderden bedrijven zich aan en duizenden gebruikers begonnen voedseloverschotten te redden. Laurine legt uit: "Via de app kunnen horecazaken, supermarkten en bakkerijen aan het eind van de dag hun onverkochte producten aanbieden. App-gebruikers kunnen deze producten vervolgens kopen in verrassingspakketten voor ongeveer de helft van de oorspronkelijke prijs of minder."



De bedrijfsoplossingen

Met deze Verrassingspakketten, de Magic Pakketten, en het Platform, biedt Too Good To Go een uitgebreid assortiment van food management oplossingen voor de voedselindustrie.

De Magic Pakketten geven overschotten van voedselproducenten een tweede kans. Laurine legt uit hoe deze overschotten ontstaan: "Schommelingen in de vraag, productwijzigingen zoals nieuwe verpakkingen, cosmetische normen zoals beschadigde etiketten, of menselijke fouten zoals verkeerde etikettering, maken goed voedsel vaak ongeschikt voor reguliere verkoop. Too Good To Go koopt deze producten in en stelt pakketten samen die direct aan consumenten worden geleverd aan huis. Dit verlengt de levenscyclus van het voedsel." Het Too Good To Go Platform is een modulaire end-to-end oplossing voor het beheer van overtollig voedsel voor retailers, van buurtwinkels tot hypermarkten. Laurine: "Medewerkers van retailers besteden dagelijks kostbare uren aan het handmatig controleren van de houdbaarheidsdata op producten. Dit maakt het beheren van verschillende opties voor de distributie van voedseloverschotten uitdagend en tijdrovend." De algoritmes van het digitale platform genereren en presenteren een shortlist van bijna-vervallen producten voor winkelmedewerkers. Deze geeft hen aanbevelingen, zoals een kortingssticker af te drukken met een passende korting om het product nog te kunnen verkopen in de winkel, of een Verrassingspakket te creëren om via de app te verkopen, of het artikel te doneren.

Impact meten

Door deze praktische oplossingen aan te bieden voor bedrijven en consumenten, krijgen producten een langere levensduur. Hierbij worden grondstoffen gewonnen en energie bespaard die in de productie zijn geïnvesteerd. Dit helpt om de traditionele take-make-dispose-mentaliteit te bestrijden. Hierbij worden grondstoffen gewonnen ("take"), verwerkt tot producten ("make") en na gebruik weggegooid ("dispose").

Wereldwijd heeft Too Good To Go al meer dan 350 miljoen maaltijden gered van de verspilling. Het bedrijf redt dus 4 maaltijden per seconde in de wereld. "Onze impact meten we echter niet alleen in het aantal geredde maaltijden, maar ook in hoe we mensen inspireren om te voorkomen dat voedsel verspild wordt, zoals met het Kijk, Ruik, Proef-label", stelt



Laurine. "Dit label moedigt mensen aan om anders over producten na te

denken en de "ten minste houdbaar tot"-datum beter te begrijpen. Producten waarvan de houdbaarheidsdatum is verstreken, zijn vaak nog langer goed. Door te kijken, ruiken en proeven kun je dit beoordelen. In Nederland vind je het label op merken zoals RAW, Calvé en Knorr."

Wereldwijde transparantie over voedselverspilling

In Nederland hebben de gebruikers van de app sinds de lancering in 2018 al meer dan 29 miljoen maaltijden gered, vertelt Laurine. Dat staat gelijk aan 78.300 ton CO₂ die is vermeden. Om dit in perspectief te zetten: dit staat gelijk aan wat 8.330 Nederlanders per jaar uitstoten aan CO₂. Ondanks deze indrukwekkende cijfers is er nog veel ruimte voor verbetering. "We willen blijven innoveren en onze oplossingen blijven optimaliseren om voedselverspilling tegen te gaan samen met zoveel mogelijk partners," gaat Laurine verder. Om echt verschil te maken, pleit Too Good To Go voor verplichte rapportage van voedselverspilling door bedrijven. "Meten is weten: met uitgebreide, transparante gegevens kan er beter in kaart worden gebracht waar en waarom de verspilling plaatsvindt, van boer tot bord."

Een wettelijke hiërarchie voor voedselverspilling, waarbij preventie voorop staat, zou bedrijven moeten stimuleren om efficiënter met voedsel om te gaan. Dit vereist concrete maatregelen en doelstellingen die uitvoerbaar en verplicht zijn, is de stelling van Too Good To Go.



"Door praktische oplossingen aan te bieden voor bedrijven en consumenten, krijgen producten een langere levensduur"

Leestips voor verdieping

Met een duidelijke missie en innovatieve oplossingen blijft Too Good To Go ook in de toekomst werken aan een wereld waarin elk product waarde behoudt en deel uitmaakt van een duurzame keten. De strijd tegen voedselverspilling is een voortdurende inspanning die innovatie, samenwerking en aanpassingsvermogen vereist. Voor (supply chain) professionals die zich willen verdiepen in deze problematiek, raadt Laurine boeken aan zoals *The Infinite Game* van Simon Sinek en *Waste: Uncovering the Global Food Scandal* van Tristram Stuart.

United Repair Centre

op weg naar een schone kledingindustrie

United Repair Centre (URC) geeft kleding een tweede leven. Het bedrijf repareert kleding van diverse kledingmerken en ketens, zoals Patagonia, Decathlon, Bever en Lululemon. De reparaties worden uitgevoerd in twee fabrieken, een in Amsterdam en een in Londen. Omdat er in Nederland minder vakmensen zijn die goed kunnen naaien, zijn veel medewerkers van URC nieuwkomers die deze ervaring wel hebben.

Marit en Ujendre bezochten Paul Kerssens, co-founder en chief operating officer van URC, in de fabriek in Amsterdam. Het is geen klassieke fabriek. In de 'productiehal' staan naaimachines in rijen opgesteld waarop de reparaties worden uitgevoerd. Een opvallende locatie: in een woonwijk, binnen de ring, tussen een supermarkt en een school. De locatie past goed bij de uitstraling van URC. Midden in de samenleving, goed bereikbaar voor de medewerkers en zichtbaar



"Recycling is de laatste optie, repareren is beter"

voor consumenten. Dat laatste helpt om het bewustzijn te vergroten dat het beter kan in de zeer vervuilende kledingindustrie en dat repair en re-use beter zijn dan het weggooien en nieuw aanschaffen van kleding.

Marit: Hoe is URC ontstaan?

"Het is eigenlijk een vrucht uit een rondetafelgesprek geïnitieerd door de gemeente Amsterdam. Een gesprek om te kijken hoe we bepaalde sectoren binnen Amsterdam konden innoveren. Daar had destijds de gemeente meerdere ronde tafels voor georganiseerd, waaronder een rondom mode. De bijeenkomsten waren onderdeel van de circulaire agenda. Amsterdam streeft ernaar in 2030 een circulaire stad te zijn.

Aan tafel ontstond het idee dat recycling de laatste optie zou moeten zijn, repareren is beter. Daarom benaderden we vervolgens Patagonia. Een groot kledingmerk, met het regionale hoofdkantoor in Amsterdam. Ze werkten met verschillende kleine reparatie centers en een grote partij in Portugal. We deelden het idee om samen een schaalbaar reparatiecentrum op te zetten in Amsterdam, dichtbij de consumenten. Daarnaast wilden we werken met mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt. Dit alles in een open model, zodat ook andere merken mee konden doen. Patagonia zag dat als een mooie kans en stemde toe om dit samen te starten."

Marit: Jullie hebben een repair stroom en een renew-stroom. Kun je daar meer over vertellen?

"Bij de reparatiestroom repareren we kleding van consumenten. Bij de renew-stroom vernieuwen we de kleding. Dat kan onverkochte voorraad zijn, online returns of take-back-programma's. Daarbij krijgen we partijen binnen van de merken, die we vervolgens vernieuwen."

Ujendre: Dat is business to business. En de repair stroom, is dat ook B2B of B2C?

"Met de reparatiestroom richten we ons op kleding van consumenten. Bijvoorbeeld als jouw jas stuk is, dan meld je die aan, meestal online of in een winkel. Jouw kledingstuk wordt daarna op ons platform geregistreerd. Vervolgens komt het item naar ons, repareren wij het binnen 7 dagen en krijg jij het weer retour. Het platform waarmee we communiceren ziet eruit als het platform van het merk, maar het is ons platform. Dit is echt een B2B2C-stroom aan reparaties, waarbij de consument kleding instuurt en terugkrijgt. De grote stroom gaat via de winkel en dat is B2B."

Ujendre: Hoelang duurt het om een samenwerking met een klant op te zetten?

"Bij Patagonia ging het nog wat traag omdat dat de eerste klant was. Dit lukte in iets minder dan een jaar. Officieel zijn we in juli 2022 geopend. In 2023 kregen we nieuwe klanten zoals Decathlon en Lululemon. Het was nog steeds spannend of het echt zou slagen, maar dit jaar zien we een doorbraak van merken die klant worden. Nu duurt het 4 tot 6 maanden gemiddeld. Die tijd hebben we nodig voor het sales traject, om repair guidelines op te maken en standard operating procedures uit te werken."

Ujendre: En hoelang duurt dan een contract?

"Minimaal 3 jaar, want we gaan een nieuwe klant onboarden en dat is een flinke investering voor ons. Denk alleen al aan de materialen die we op voorraad moeten houden om binnen 7 dagen een reparatie te kunnen uitvoeren."



Marit: Wat zijn jullie supply chain uitdagingen?

"We hebben een reverse supply chain en dat is ingewikkeld omdat ieder item dat we binnenkrijgen uniek is. Daardoor is het behalen van schaalvoordelen moeilijker, maar nog steeds belangrijk. We hebben bijvoorbeeld te maken met steeds verschillende kleuren. Een naaimachine heeft een paar klosjes garen in een bepaalde kleur erop zitten. Als je dat bij ieder item verandert, heb je veel snijverlies. Dus je hebt volume nodig om een machine op zwart te zetten en een andere machine op paars bijvoorbeeld."

Daarnaast moeten we altijd alles op voorraad hebben, anders kunnen we niet repareren binnen die specifieke stijl. Onze grootste uitdaging in deze circulaire businessmodellen is een gebrek aan volume en schaalvoordelen."

Marit: Jullie moeten relatief grote voorraden aanhouden. Kunnen jullie leveranciers daarin tegemoetkomen met kortere lead times of kleinere Minimum Order Quantities?

"Er is een scala aan producten waarvan de leveranciers dit soort lagere bestellingen niet gewend zijn. YYK (ritsenfabrikant, red.) is gewend om bijvoorbeeld voor een van onze klanten, zoals The North Face 300 duizend ritsen te leveren. Wij vragen om 25 duizend ritsen te leveren in 100 verschillende kleuren en maten. Met garen hebben we dezelfde issues. We hebben meegemaakt dat we minimum order quantities geleverd kregen die voor ons nog steeds te hoog waren, net als de bijbehorende rekeningen. Maar als we daarover in overleg gaan met onze leveranciers en zij onze uitdagingen begrijpen, komen ze ons meer tegemoet."

Ujendre: Wat zijn jullie ambities en wat zijn daarvoor de succesvoorwaarden?

"Er zijn drie basis assumpties die we moesten bewijzen. Eén: er is een marktverraag. Twee: het platform dat we hebben ontwikkeld, creëert waarde voor klanten en

consumenten. Drie: het model moet schaalbaar zijn. Alle drie zijn bewezen. De meeste klanten maken gebruik van ons platform en zijn er blij mee. Daarnaast hebben we een duplicatie van het model gemaakt in Londen.

We willen gaan opschalen, maar ook dat heeft uitdagingen. We zijn een sociale onderneming en daar doen we geen concessies aan. We creëren banen voor mensen met afstand tot de arbeidsmarkt op een duurzame manier, zo dicht mogelijk bij de klant. Die cultuur creëren we hier en willen we dupliceren naar nieuwe locaties. We willen met klanten werken die intrinsiek gemotiveerd zijn om te veranderen.

Zolang je een T-shirt voor 5 euro verkoopt en de doelstelling hebt om in 10 jaar tijd je marktaandeel te verviervoudigen, is dat per definitie niet congruent met ons gedachtegoed van maken: Ons ultieme doel is om bijvoorbeeld H&M als klant aan te trekken. Dit zou betekenen dat we een multinational niveau bereiken, dat we een fast fashion reus hebben weten te overtuigen om het businessmodel te veranderen. Maar daar komt nog wel wat bij kijken. Daarbij werkt de ingestelde Europese richtlijn voor reparatie en hergebruik van goederen in ons voordeel." ▶



Marit: Hoe komen jullie aan goede mensen?

"We hebben een breed netwerk. We werken samen met de gemeente Amsterdam, het UWV, het Centraal Orgaan opvang asielzoekers (COA) en organisaties zoals Stichting Amina. Dat is een stichting voor vrouwen met een afstand tot de arbeidsmarkt.

Er zijn veel bedrijven die leerwerktrajecten aanbieden in de textielsector, maar dat zijn geen betaalde banen. Via deze bedrijven komen ook mensen bij ons werken. Daarnaast hebben we onze Academy opgericht in samenwerking met het ROC Amsterdam. Aan het eind van de eenjarige opleiding krijgen de deelnemers een certificaat én baangarantie bij ons.

Voor de circulaire transitie is handwerk en ambacht nodig. Of het nou gaat om installateurs voor warmtepompen of reparateurs. Die skills zijn schaars geworden in West-Europese landen. We hebben die Academy nodig om mensen op te leiden, anders kunnen we dit nooit schaalbaar maken."

"Zet je talent in waar je impact kunt maken"

Marit: Wat is jouw intrinsieke motivatie om hier te werken?

"Mijn motivatie om dit te starten, ontstond ergens in 2018 toen in de pers aandacht kwam voor de textielberg Ghana en in Chili. En dat Burberry in 2017 voor 35 miljoen dollar textiel had verbrand, omdat ze het niet wilde verkopen met korting. Dat vond ik idioot. Daarom ben ik me erin gaan verdiepen.

Ik denk dat we met URC Centre wereldwijd marktleider kunnen worden. Als wij het niet doen, doet iemand anders het, maar dan niet met onze waarden. Als impact ondernemer heb je meer uitdagingen dan een gewone ondernemer, omdat het niet alleen om winstgevendheid draait. We zijn begonnen om een probleem op te lossen voor de wereld. Als we falen, hebben we ook daarin gefaald. Dat staat bekend als de last die impact ondernemers met zich meedragen."

Ujendre: Wie of welke bedrijven inspireren jou?

"Een van mijn favoriete bedrijven is Fairphone. Zij hebben een ogenschijnlijk onmogelijke missie weten waar te maken. Tony's Chocolonely is ook zo'n bedrijf. Heb je hun documentaire gezien? Zo goed en geniaal. Binnen de kledingindustrie Patagonia natuurlijk. De enige aandeelhouder van Patagonia is nu Moeder Aarde. Al dat geld gaat naar fondsen die in Moeder Aarde investeren."

Marit: Wat is je boodschap voor jongvolwassenen die impact willen maken?

"Wat je in je eigen leven kunt doen, is beperkt. Geen vlees eten, minder kleding kopen, minder vliegen. Dat is met het vingertje van minder, dat is moeilijk voor mensen. Ik denk meer zoals Rutger Bregman. Die benadrukt om je talent in te zetten waar je impact kan maken. Als jij intrinsiek gedreven bent om de wereld te verbeteren, kun je dat het beste doen met jouw talent. Dat geeft de meeste voldoening. Dat kan eventueel bij een groot bedrijf zijn, want die moeten op een gegeven moment ook om en hebben daar andere mensen voor nodig."



Customer of the year award voor CoreDux



Wat in 2023 begon met een project bij CoreDux voor toenmalig trainee Lara Kuijpers, is inmiddels uitgegroeid tot een partnership waar al 5 medewerkers van Set mooie opdrachten hebben gedaan. **Rens Konings** (rechts op de foto) kreeg de award uit handen van **Annelotte Vroon** (midden) en **Carola de Jong** (links) die op dit moment een opdracht doen bij CoreDux. Rens is vanaf het begin nauw betrokken geweest bij de samenwerking en is vooral blij met de mindset die Set collega's meebrengen. Set waardeert het partnership omdat onze talenten bij CoreDux een plek vinden waar ze kunnen leren en groeien.



Bedrijfsbezoek Elho



Evie wordt gered tijdens de EHBO cursus



Verwelkomen van nieuwe collega's



Beachvolleybal toernooi



Uitdaging potje rolstoelbasketbal



Klaar voor de strijd



Gastcollege aan de Universiteit Maastricht in Venlo



Thijs op bezoek bij Jojan zijn opdracht bij RET



Romy en Carola bij CoreDux



Carola en Ujendre tijdens het SCM Directors Event



Asiya bij de ICT & Logistiek Jaarbeurs



Handen uit de mouwen tijdens de vrijwilligersdag



Anne heeft haar traineeship afgerond



Training Persoonlijke Effectiviteit afgerond



Simon Rombouts - Chainable
Romy Olislagers - Set
Evie Jetten - Set



5 minuten



Interview

Een circulaire revolutie in de keukenindustrie



In een wereld waarin duurzaamheid steeds belangrijker wordt, verandert Chainable de keukenwereld.

Het bewijst dat innovatieve en duurzame veranderingen mogelijk zijn in traditionele industrieën. De combinatie van duurzame producten, sterke samenwerkingsverbanden en maatschappelijke betrokkenheid maakt het bedrijf een koploper in de circulaire keukenmarkt.

Romy en Evie spraken met Simon Rombouts, CEO bij Chainable. Zijn droom is om keukens te produceren die aan het einde van hun levensduur niet eindigen als afval, maar een nieuw leven krijgen. Samen met Cees van Nispen en Jordi van Osch richtte hij daarom in juni 2020 Chainable op.

Vijftien keer de wereld rond

Jaarlijks worden in Nederland 200.000 keukens vervangen binnen de projectmarkt. "Als je al die keukens achter elkaar zou leggen, kun je vijftien keer de wereld rondgaan," zegt Simon. "Het is onvoorstelbaar dat al deze keukens simpelweg worden weggegooid. Daarom ontwerpen we onze keukens voor meerdere levenscycli, met duurzame materialen die hergebruikt kunnen worden."

Deze cijfers kwamen Simon ter ore via Cees. Cees was een ondernemer uit de keukenbranche en hij zag dat keukens vaak na vijftien tot twintig jaar op de afvalberg belanden. Bij ABN AMRO pitchte Cees zijn idee voor een circulaire keuken. Simon deed op dat moment zijn afstudeeronderzoek naar circulaire businessmodellen bij de bank. Simon was onmiddellijk enthousiast over het idee van Cees: "Het is een grote markt en het is een product met veel materiaal. Echt de moeite waard om aan te pakken." Beiden misten echter technische kennis voor het ontwerpen en het verantwoord produceren van de keukens. Simon gaat verder: "We kwamen al snel uit bij een goede relatie van Cees die hem verwees naar zijn zoon Jordi." Jordi was destijds een student duurzame technologie met ervaring in zijn familiebedrijf dat gespecialiseerd is in aanrechtbladen. Met zijn technische kennis van het product vulde hij de andere twee goed aan.

Pionieren

Met een sterke focus op circulariteit en innovatie zijn de drie gaan pionieren in de wereld van duurzame keukens. Het team koos voor een volledig circulair model gericht op woningcorporaties en beleggers. "In de consumentenmarkt worden keukens vaak vervangen als iemand het huis verkoopt. Dat maakt het lastig om circulaire processen te waarborgen", legt Simon uit. "Met woningcorporaties kunnen we duidelijke afspraken maken over de levensduur en het terugnemen van de keukens. Zo garanderen we dat materialen langer meegaan."



"De uitdaging is het overtuigen van partners om mee te werken aan circulaire processen die niet direct winst opleveren"

Circulariteit als uitgangspunt

De kracht van Chainable ligt in de eenvoud van het ontwerp en de focus op circulariteit die de basis vormt voor alle bedrijfskeuzes. De strategie van Chainable is gebaseerd op de R-ladder van de Rijksoverheid. Deze ladder geeft de mate van circulariteit aan en weergeeft de verschillende bijbehorende strategieën. De nadruk ligt hierbij op het verminderen van verspilling en het hergebruik van materialen. "We focussen ons op 'Refuse, Rethink, Reduce, Reuse'," vervolgt Simon. De keukens zijn ontworpen om eenvoudig te demonteren en opnieuw in elkaar te zetten. "De keuken functioneert als een compleet meubel, met een geïntegreerde achterwand. Hierdoor kan het eenvoudig worden geplaatst en later weer

verplaatst, zonder dat er grote aanpassingen nodig zijn. Deze flexibiliteit is een belangrijke troef in de circulaire markt." Elk model is voorzien van een robuust stalen frame, dat zonder afval opnieuw gebruikt kan worden. Dit ontwerp zorgt ervoor dat de keuken langer meegaat en er tot 47 procent aan materiaal wordt bespaard.

Minimale transport bewegingen

Naast het ontwerp is ook de samenwerking met leveranciers erg belangrijk. Alle onderdelen worden binnen een straal van 200 kilometer van de productiefaciliteit in Gilze ingekocht. "Deze regionale sourcing minimaliseert transportbewegingen en de bijbehorende CO2-uitstoot. Zo sluiten we perfect aan bij onze duurzaamheidsdoelen", aldus Simon. Daarnaast worden de keukens met minimaal verpakkingsmateriaal vervoerd om de ecologische voetafdruk zo laag mogelijk te houden.

Kansen voor de toekomst

Tegen 2030 moet de bouwsector in Nederland vijftig procent circulair zijn. Woningcorporaties en beleggers tonen steeds meer interesse in circulaire oplossingen. Sinds de oplevering van de eerste keukens in oktober 2020 is de vraag naar Chainable-keukens explosief gestegen. Waar het bedrijf in 2021 nog 80 keukens leverde, steeg dit aantal in 2023 naar 450. Voor 2024 wordt een verkoop van 900 keukens verwacht. Op basis van deze cijfers voorspelt Simon een groei naar 5000 keukens in 2028. Om deze groei te ondersteunen, werkt het bedrijf aan de implementatie van een ERP-systeem voor het stroomlijnen van voorraadbeheer en facturatie. Volgens Simon kan het bedrijf nog meer winst behalen in het beperken van het materiaal en de afvalstroom in de gehele branche: "We willen nog verder gaan dan dat we momenteel doen. We onderzoeken of we oude keukens van concurrenten kunnen overnemen, zodat die materialen opnieuw gebruikt kunnen worden." Ook internationaal ziet Chainable kansen voor de toekomst. "In sommige landen, zoals Duitsland, worden keukens gezien als roerend goed. Mensen nemen hun keuken mee bij een verhuizing. Ons modulaire systeem biedt hier een uniek voordeel. Binnen drie uur kan een

keuken worden gedemonteerd en ergens anders opnieuw opgebouwd. Dat kan geen enkele andere keukenleverancier bieden", aldus Simon.

Grootste uitdaging

Toch ervaart Chainable soms nog terughoudendheid in de markt. "De grootste uitdaging is het overtuigen van partners om mee te werken aan circulaire processen die niet direct winst opleveren", zegt Simon. Een belangrijk voordeel van circulaire keukens is dat ze op de lange termijn goedkoper zijn, stelt Simon. "Hoewel de aanschafprijs van een Chainable-keuken aanvankelijk hoger lijkt dan een traditionele keuken, zijn de totale kosten over de levensduur van de keuken aanzienlijk lager. Een volledige kostenberekening laat zien dat de totale kosten minstens 40 procent lager uitvallen. Daarnaast kunnen alle onderdelen worden hergebruikt of opgeknapt, waardoor de levensduur wordt verlengd en de kosten per gebruikscyclus dalen."

Durf imperfect te zijn

Simon deelt zijn tips voor (jonge) professionals die willen bijdragen aan de circulaire economie: "Jonge professionals die in de supply chain werken hebben zo'n belangrijke rol. Binnen een bedrijf kun je in deze rol de grootste stappen maken wat betreft duurzaamheid. Door slim in te kopen, na te denken over hoe een project in elkaar zit en afspraken te maken over de terugname van materialen. Door dat laatste te doen word je je eigen materialenbank, onderschat die impact niet." Simon moedigt anderen aan om impact te maken door simpel te beginnen en te leren van fouten: "Het ontwikkelen van een lerend vermogen en het voortdurend verbeteren van processen, is de sleutel tot succes in de circulaire economie. Pak een probleem en begin gewoon ergens om het op te lossen. Als je gaat ondernemen, moet je durven om niet perfect te zijn. Als wij direct 100 procent circulair hadden moeten zijn, dan waren we nog steeds niet begonnen."



Set gaat voor maximale impact

Welk goed doel we steunen bepalen onze medewerkers

Bij Set geloven we in het maken van een positieve impact.

Daarom doneren we ieder jaar 20 procent van onze winst aan een goed doel dat op een specifiek gebied voor maximale impact gaat.

Welk doel dat is, bepalen onze medewerkers. In een aantal

discussies verkennen ze verschillende

maatschappelijke uitdagingen waarna ze gezamenlijk tot een voorstel komen. Wanneer je zaken met ons doet, steun je initiatieven die écht het verschil maken.

Badeloch Fonds

In 2023 heeft Set een donatie gedaan aan het Badeloch Fonds. Het fonds richt zich op veelbelovende jonge mensen, die graag willen leren maar daar geen financiële middelen voor hebben. Juist in landen of situaties waar geen studiefinanciering mogelijk is, zoals in Bangladesh of de Filipijnen, biedt het fonds financiële steun om een opleiding te kunnen volgen. Vooral de kosten van voortgezet onderwijs en vakopleidingen. Het Badeloch Fonds schrijft hierover op hun website het volgende: "In veel landen gaan talenten verloren, omdat jongeren of hun familie geen geld hebben om een opleiding te betalen. Dat is niet alleen een gemis voor de jongeren die het betreft, het is ook een verlies voor de samenleving waar zij in leven."

Trainee Anne Yntema licht de keuze toe: "We zochten een doel dat echt bij ons past—een organisatie die aansluit op onze visie en kernwaarden. Bij Set vinden we kennis delen, persoonlijke ontwikkeling en gelijke kansen heel belangrijk. Ook wilden we dat onze donatie direct impact heeft en niet verdwijnt in een algemeen fonds."

Wil je meer weten of ook doneren?



"In veel landen gaan talenten verloren, omdat jongeren of hun familie geen geld hebben om een opleiding te betalen"

"Ieder kind moet de juiste voeding krijgen om naar hartenlust te kunnen spelen, leren en concentreren"



Stichting Niet graag een lege maag

In 2024 is er gekozen voor Stichting Niet Graag een Lege Maag, die zich inzet om ervoor te zorgen dat elk kind met een gevulde maag naar school gaat. Een team van vrijwilligers, donaties en partners maken het mogelijk om zo'n 2000 boterhammen per dag te leveren, samen met een pakje drinken en een stuk fruit, aan diverse scholen in heel Rotterdam.

Het team is doordrenkt met de Rotterdamse mentaliteit van solidariteit, saamhorigheid en vooral hard werken. Het is een hechte familie die niet rust totdat elke buik is gevuld en iedere glimlach is teruggekeerd. **Trainee Jojan Heinen** was betrokken bij deze keuze: "We waren er snel uit. Tijdens een boekenclub-avond van Set bespraken we het boek Armoede uitgelegd aan mensen met geld van Tim 'S Jongers. Tim beschrijft hierin ook zijn eigen ervaring met armoede en het hebben van honger. Dit greep ons erg aan en we wilden iets betekenen voor kinderen die opgroeien in armoede. Toen we gingen brainstormen had Thijs (Koster, oud-trainee bij Set, red.) het over 'Johan de Boterhammenman'." Dit is de bijnaam van oprichter Johan. Hij startte de stichting vanuit de overtuiging dat ieder kind de juiste voeding moet krijgen om naar hartenlust te kunnen spelen, leren en concentreren."

Ook een steentje bijdragen?



Lees-, kijk- en luistertips voor een inclusieve en circulaire economie: van theorie tot praktijk

Boeken, documentaires en podcasts kunnen inzicht geven in de theorie en inspireren met concrete voorbeelden uit de praktijk

De circulaire economie speelt een sleutelrol in het behalen van klimaatdoelen en het toekomstbestendig maken van onze economie. Maar hoe brengen we dit complexe concept tot leven? Boeken, documentaires en podcasts kunnen inzicht geven in de theorie en inspireren met concrete voorbeelden uit de praktijk. Of je nu meer wilt leren over innovatieve bedrijven of de nieuwste ideeën op dit gebied, er is voor ieder wat wils.

Ter inspiratie hebben we met ons team en ons netwerk een diverse selectie samengesteld om je te voorzien van theorieën en praktijkvoorbeelden. Heb je zelf waardevolle suggesties die je wilt delen? Mail ze naar: evie@setsupplychain.com.

De donut-economie van Kate Raworth is een aanrader omdat het ons helpt te denken voorbij conventionele economische modellen met aandacht voor de dringende noodzaak van duurzaamheid en rechtvaardigheid. Het biedt een praktisch en ethisch kader om samen te werken aan een betere toekomst, voor zowel mens als planeet.



Donuteconomie

Kate Raworth

We beginnen met de Donuteconomie, een belangrijk werk wat we ook in ons 2023 magazine vermeld hebben. Het boek wordt in veel bedrijven gebruikt omdat het verder kijkt dan conventionele economische modellen, en aandacht heeft voor de dringende noodzaak van rechtvaardigheid en duurzaamheid. Kate Raworth introduceert het 'donutmodel', dat streeft naar een evenwicht waarin de basisbehoeften van iedereen worden vervuld zonder de grenzen van de planeet te overschrijden. In de geactualiseerde editie wordt met een extra hoofdstuk uitgelegd hoe dit model wordt toegepast. Onder meer in Amsterdam, de eerste stad ter wereld die het donutprincipe omarmde als inspiratiebron voor duurzaambeleid.



Dealen met de Green deal

Mark de Lat, Dick de Waard, David Boekel, Jacqueline Hofstede, Alje Kuiper en Douwe Jan Joustra

Dit boek biedt een overzicht van de veranderingen in regelgeving die zijn ingevoerd met de Europese Green Deal. De auteurs leggen uit hoe bedrijven kunnen voldoen aan nieuwe eisen rond duurzaamheid en geven tips voor rapportage en samenwerking met overheden. De tweede herziene editie bevat updates over onder andere het Greenhouse Gas Protocol en andere actuele ontwikkelingen. Daarnaast verduidelijkt het boek de complexe regels voor ondernemers. De auteurs slagen er goed in om wat voor velen taai materie is, toegankelijk te maken.



Closing the Loop

Documentaire van Graham Sheldon

Deze documentaire, geïnspireerd door de Duurzame Ontwikkelingsdoelen van de VN, belicht 5 strategieën voor circulariteit: verminderen, hergebruiken, recyclen, vernieuwen en heruitvinden. Er komen diverse cases aan bod zoals tapijtfabrikant Interface. Vice president supply chain & operations bij Interface, Eline Oudenbroek, schreef het voorwoord van dit magazine. Een andere case van eigen bodem is Dutch Awearness, dat zich richt op circulaire textielinnovaties. De cases tonen aan hoe bedrijven wereldwijd bijdragen aan duurzame productie en consumptie. Een inspirerende film voor iedereen die circulariteit in de praktijk wil zien.



Tony: van chocoladecrimineel tot wereldverbeteraar

Documentaire van Benthe Forrer

In deze documentaire vertelt het verhaal van een groep Nederlandse journalisten die in 2003 de strijd tegen kinderarbeid in de cacaosector aangingen. Met een mix van archiefbeelden en nieuwe opnames laat de film zien hoe Tony's Choclonely groeide van een idealistisch idee tot het grootste chocolademerkt van Nederland. Het is een inspirerend en soms confronterend verhaal over hoe volharding en humor kunnen bijdragen aan een betere wereld.



Naomi Ellemers over Circulair & Inclusief

Podcastspecial van MVO Nederland

In deze podcast vertelt sociaal- en organisatiepsycholoog Naomi Ellemers over een onderzoek naar circulair en inclusief ondernemen, uitgevoerd door Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen Nederland en de Universiteit Utrecht. Circulair ondernemen draait om het hergebruik van producten en grondstoffen, terwijl inclusief ondernemen zich richt op het creëren van een werkomgeving waarin iedereen mee kan doen. Samen met presentator Michel van Kats bespreekt Ellemers hoe deze doelen elkaar kunnen versterken en wat succesvolle organisaties onderscheidt.

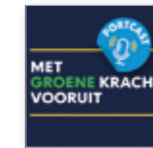


Let My People Go Surfing

Yvon Chouinard



Yvon Chouinard beschrijft in dit autobiografische boek zijn reis van ambitieuze bergbeklimmer tot oprichter van Patagonia. Een bedrijf dat bekend staat om zijn duurzame en ethische praktijken. Chouinard vertelt hoe zijn ervaringen in de natuur zijn filosofie over zaken doen hebben gevormd en hoe hij milieubescherming in de kern van zijn bedrijf heeft geïntegreerd. De nieuwste editie bevat reflecties op tien extra jaren van zakelijk leiderschap. Paul Kerssens van United Repair Centre raadt dit boek aan (pagina 12).



Met groene kracht vooruit

Podcastserie

De podcastserie Met groene kracht vooruit duikt in de energietransitie van de Rotterdamse haven. Presentator Celwin Frenzen verkent hoe dit grootindustriële gebied uitdagingen zoals netcongestie en CO₂-opslag aanpakt. Met onderwerpen als waterstof en duurzame innovaties geeft de serie een uniek inkijkje in een van de meest ambitieuze transitie van Nederland.



We are Set

Al meer dan 10 jaar de supply chain professionals die het verschil maken

Bedrijven concurreren niet met bedrijven maar supply chains concurreren met supply chains. Mensen maken daarbij nog steeds het verschil, en goede mensen zullen ook het verschil blijven maken.

Wij helpen bedrijven om goede mensen aan te trekken en te ontwikkelen, van junior professionals tot senior management. Onze passie voor supply chain management en ervaring in het ontwikkelen van de toekomstige leiders leiden tot buitengewone ervaringen en samenwerkingen. Met als resultaat mensen die in de verschillende fasen in hun loopbaan vanuit hun positie bijdragen aan het succes van hun bedrijf.

In 2014 zijn we begonnen met het Young Professional Program. De masterstudenten die we aannemen, doen gedurende drie jaar opdrachten bij verschillende klanten in verschillende supply chain rollen. Vaak planning in combinatie met procesverbetering. Daarnaast hebben we de afgelopen jaren het team ook versterkt met een aantal ervaren projectmanagers. In samenwerking met de opdrachtgevers leggen we de lat hoog om bij te dragen aan verbetering van de resultaten van klanten. De ervaring leert dat we hier een verschil maken.

Vanuit onze ervaring en kennis van de markt kunnen we goed meedenken met klanten in mogelijke oplossingen om een goede bezetting te realiseren en een evenwichtig team te vormen.

Door werving en selectie voor vaste posities en interim opdrachten op junior, medior en senior niveau. En door het geven van trainingen op het gebied van persoonlijke ontwikkeling, duurzaamheid en leiderschap. Zo kunnen we altijd een passende oplossing aanbieden.

We werken volgens onze vier kernwaarden



Klantverwachtingen overtreffen

We hebben van het begin tot het einde van een opdracht contact met de klant en maken de verwachtingen zo expliciet mogelijk. We vertalen deze verwachtingen naar doelstellingen en doen ons uiterste best om dit goed te realiseren.



Kennis vermenigvuldigen

We zijn leer- en nieuwsgierig en daarom altijd op zoek naar nieuwe kennis en ervaring. We staan open voor andere manieren van werken. Door onze ideeën te delen, laten we zien dat we een innovatieve partner zijn.



Zelfleiderschap nemen

We maken bewuste keuzes in lijn met onze waarden en drijfveren. We halen het beste uit onszelf, door open te staan voor feedback en verantwoordelijkheid te nemen. Dit leidt tot een versnelde ontwikkeling en een positieve uitstraling.



Betrokkenheid tonen

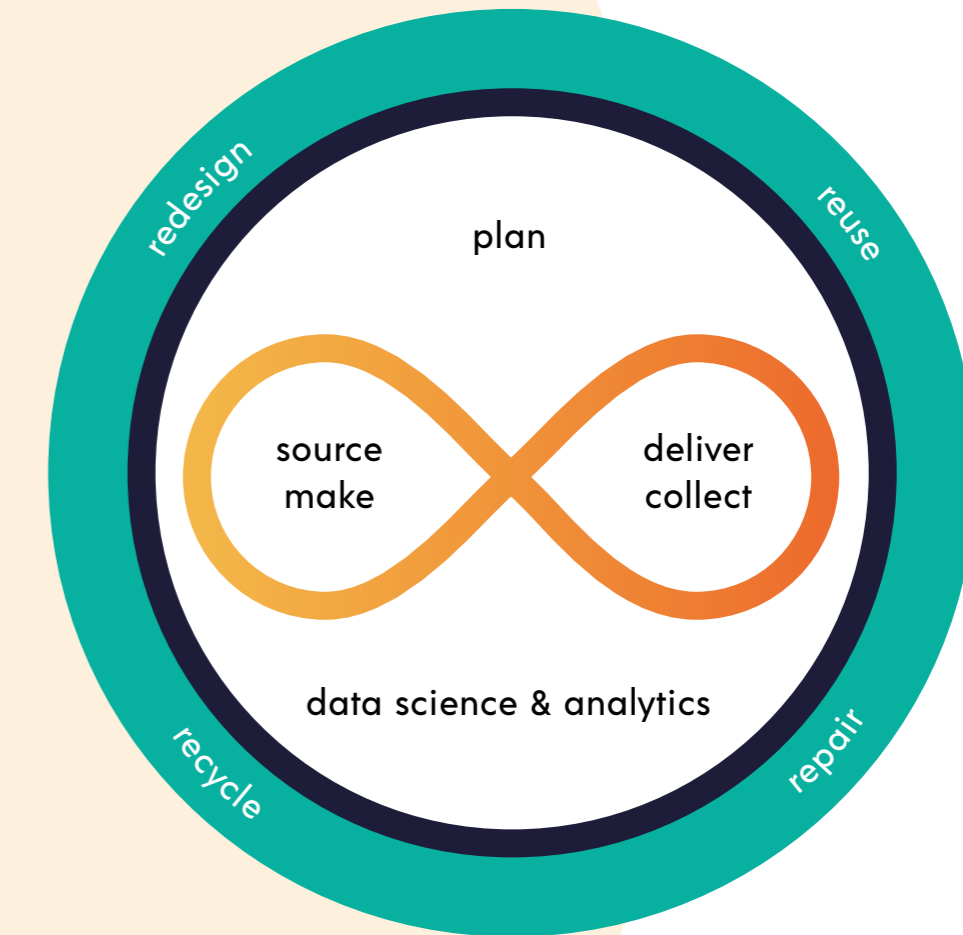
We ontwikkelen betekenisvolle relaties door de ander echt te willen begrijpen en verder te helpen. Onze acties leiden tot langdurige relaties met onze partners. We doen ons best om bij te dragen aan een positieve teamontwikkeling bij de klant en in ons eigen team van trainees.

Onze vakinhoudelijke expertise

De overgang van een lineaire naar een circulaire economie vereist een fundamentele verschuiving in de manier waarop we denken over productie, consumptie en afval. Dit vraagt om een ander model om de processen te begrijpen en te illustreren.

De kern van het model hiernaast is een lemniscaat/ infinity teken. Het heeft geen begin en geen einde en staat voor oneindigheid. Dit biedt een completere en dynamische weergave die past bij een circulaire economie. Ons oude model werd weergegeven als lineair – een eindig proces, met 'deliver' als eindpunt. In een circulaire economie worden bestaande materialen en producten zo lang mogelijk hergebruikt, hersteld, opgeknapt en gerecycleerd om meer waarde te creëren. Het model geeft weer hoe materialen en componenten in verschillende stadia terugkeren in de keten. Onder het model vind je de verschillende beroepsgroepen waar Set in gespecialiseerd is.

Set Sustainable Supply Chain Circle



circular supply chain coordinator
sustainability specialist
sustainability consultant supply chain
compliance & sustainability officer
sustainability lead
sustainability manager

forecaster
planners (demand, supply, supply chain)
analyst (inventory, network)
project lead, team lead
managers (S&OP, demand, planning)
supply chain director

data scientist
supply chain consultant
data & business analyst
life cycle management analyst
optimization algorithm expert

strategic buyer
sourcing specialist
purchasing assistant
procurement manager
buying manager
sourcing director

production planner
lean six sigma (program)manager
project manager
operations manager
manufacturing manager
site director

transport planner
warehouse manager
e-fulfillment manager
business development manager
continuous improvement manager
logistics director

Set supply chain professionals:

Wij zijn officieel B Corp gecertificeerd!

Set is sinds eind 2024 officieel B Corp. Dit betekent dat we erkend worden voor onze positieve bijdrage aan de maatschappij en de arbeidsmarkt.

Ujendre Ramautarsing, oprichter en managing director, vertelt wat het voor hem betekent: "Ik beschouw het als een erkenning voor de waarden die we uitdragen in de manier waarop we samen werken met elkaar en onze partners. En daar mag iedereen die bij ons en met ons werkt trots op zijn."

Wat waren de belangrijkste drijfveren om B Corp te worden?

"Onze missie is om toekomstige supply chain leiders te ontwikkelen die niet alleen gefocust zijn op winst, maar ook op duurzame en sociale impact. We willen dat ze leren om deze aspecten altijd mee te nemen in hun overwegingen en beslissingen. Door onze mensen hierbij actief te betrekken, geloven we dat we een positieve bijdrage leveren aan een meer verantwoordelijke en duurzame zakelijke toekomst."

Wat wordt er gedaan om een positieve impact te maken?

"Dit doen we bijvoorbeeld door te investeren in de gezondheid en het welzijn van medewerkers via flexibele werktijden, ergonomische checks om te zorgen voor goede thuiswerkplekken en toegang tot persoonlijke ondersteuning via OpenUp. Daarnaast bevorderen we gendergelijkheid en inclusie door cv's anoniem te introduceren bij klanten, gelijke beloning te waarborgen en ouderschapsverlof volledig aan te vullen."

In 2023 en 2024 werd 20 procent van de winst gedoneerd aan een goed doel, wat bijdraagt aan een rechtvaardigere samenleving. Zo combineren we onze bedrijfsvoering met maatschappelijke verantwoordelijkheid en duurzame impact."

Hoe verliep het proces naar B Corp certificering?

"Dat was intensief, maar heel waardevol. Het hele proces heeft bijna 2 jaar geduurd. Door het invullen van het assessment ga je kritisch nadenken over hoe wij als Set invloed uitoefenen op de vijf deelgebieden. Het is echt een spiegel. Daardoor zien we hoe we er als bedrijf voor staan; wat er goed gaat en waar ruimte ligt voor verbetering. Zo zijn we bezig met de ontwikkeling van een online training over diversiteit, gelijkheid en inclusie. Het is de bedoeling dat alle medewerkers deze gaan volgen. Hiermee willen we het bewustzijn vergroten en onze medewerkers de tools bieden om inclusiever te denken en handelen."

Certified



Corporation

Dit bedrijf maakt deel uit van de wereldwijde beweging die streeft naar een inclusief, rechtvaardig en regeneratief economisch systeem.

Wat betekent het om B Corp gecertificeerd te zijn?

Een B Corporation (ook wel B Corp) is een onderneming die is gecertificeerd door het Amerikaanse bedrijf B Lab. De B in B Corp staat voor 'benefit for all'. Deze certificering laat zien dat een bedrijf een positieve impact heeft op mens, milieu en maatschappij. Dat het bedrijf verder kijkt dan winstmaximalisatie. Voorbeelden van andere B Corp bedrijven zijn: Too Good To Go, Tony's Chocolonely, Seepje, Zustainabox, Royal Auping, Patagonia en Triodos Bank.

Om B Corp te worden, moet een bedrijf voldoen aan strenge normen op 5 gebieden: werknemers, klanten, gemeenschap, milieu en bestuur. Er moet een minimumscore van totaal 80 uit de maximaal te behalen 200 punten behaald worden. De certificering is niet eenmalig; bedrijven worden elke drie jaar beoordeeld.



10 jaar

Met trots blikken we terug op een decennium vol groei, samenwerking en mooie mijlpalen.

Dit jubileum markeert niet alleen onze successen, maar ook de sterke band met onze collega's, klanten en partners. We genieten nog na van ons onvergetelijke jubileum event!



Ready,
set,
go!

Een talent ontwikkelt zich niet alleen



Samen
ontwikkelen we
de supply chain
leiders van de
toekomst