

10 vragen over duurzaamheid aan:

OVER LENNY VAN KLINK

Lenny van Klink draagt als co-founder van Salacia Solutions bij aan het creëren van een duurzamere wereld. Salacia biedt software om op een slimme manier de impact op ESG (Environmental, Social en Governance) te berekenen, te monitoren en te verbeteren. Met zijn duurzame organisatie helpt Lenny bedrijven om richting hun duurzame ambities te bewegen. Als ondernemer wil hij een leidende rol vervullen in de transitie naar een meer circulaire economie.

LENNY VAN KLINK

CO-FOUNDER SALACIA SOLUTIONS

1. WAT VERSTAAT U ONDER DUURZAAMHEID?

“Duurzaamheid betekent voor mij dat bedrijven hun besluitvorming niet alleen baseren op geld, maar ook nadenken over de effecten op de omgeving die voortkomen uit het handelen van hun bedrijf.” Lenny vindt het onderscheid tussen de ESG-factoren in de Europese wetgeving hiervoor een mooi handvat. “Bij ESG kijken we naar de positieve én negatieve impact op het milieu, op mensen en op de manier waarop je zakendoet. Een bedrijf dat zich actief bezighoudt met duurzaamheid is niet alleen gefocust op het maken van winst, maar probeert ook de positieve impact op ESG te maximaliseren en de negatieve impact op ESG te minimaliseren.”

2. WAAR KOMT UW PASSIE VOOR DUURZAAMHEID VANDAAN?

Lenny is al 23 jaar bezig met het thema duurzaamheid. Hij merkt steeds weer dat bedrijven enorm stoeien met dit thema. “Duurzaamheid is net als wereldvrede: ieder weldenkend mens is voor, maar hoe bereik je het? Als adviseur heb ik veel bedrijven geadviseerd over manieren om duurzamer te worden, maar ik wilde nog een stap verder gaan. Ik ben ook vader van drie kinderen en wil de wereld graag een stukje mooier nalaten dan dat ik het aantrof. Onze economie is alleen maar op geld gericht en dat leidt tot een uitholling van ESG. Dat is mijn drijfveer om in actie te komen voor duurzaamheid.”

Duurzaamheid is net als wereldvrede: ieder weldenkend mens is voor, maar hoe bereik je het?’

3. WAT IS VOOR U HET BELANGRIJKST: PEOPLE, PLANET OF PROFIT?

Lenny antwoordt direct dat het hier niet gaat om of-of, maar om én-én. “Als we duurzaamheid zodanig promoten dat het ten koste van iets anders gaat, dan krijgen we heel moeilijk mensen mee. Daarom leidt onze software juist tot ‘unlocking business opportunities’, waarbij people, planet en profit even belangrijk zijn. Een bedrijf dat profit als leidmotief heeft, gaat uiteindelijk de concurrentiestrijd verliezen. We moeten de drie elementen in balans brengen. Dat is hartstikke moeilijk, maar het kan wel!”

4. HOE KRIJGT U MENSEN MEE IN UW IDEEËN?

“Daar pieker ik me suf over”, zucht Lenny lachend. Hij legt uit dat hij zich af en toe net een dominee voelt. “Ik begrijp dat het voor bedrijven een moeilijke keuze is. Organisaties hebben hun dagelijkse uitdagingen. Ze stoeien met inflatie, tekort aan personeel en een oorlog op het Europese continent. Het is een ingewikkelde tijd en dan moet je óók nog iets met duurzaamheid.”

‘Het is een ingewikkelde tijd en dan moet je óók nog iets met duurzaamheid.’

“We hebben er zo’n zeventig jaar over gedaan om een standaard te stellen voor financial reporting. En nu proberen we in vier à vijf jaar een compleet nieuwe verslaglegging voor impact door de strot van het bedrijfsleven te duwen. Bedrijven hebben daarom praktische en stapsgewijze hulp nodig. Bij Salacia starten

SALACIA



we met de belangrijkste KPI’s van een bedrijf en pakken de andere KPI’s bijvoorbeeld het jaar erna op. We werken met intrinsiek gemotiveerde bedrijven die duurzaamheid belangrijk vinden en gaan van grof naar klein en stap voor stap.”

5. OP WELKE PRESTATIE IN HET KADER VAN DUURZAAMHEID BENT U HET MEEST TROTS?

Hier hoeft Lenny niet lang over na te denken. Hij is trots op de oprichting en groei van zijn bedrijf Salacia Solutions. “We zijn met niks begonnen en hebben nu een bedrijf met dertien medewerkers. Ik had samen met mijn compagnon Kees Kerstens een idee en dat hebben we gerealiseerd. Dat ging zeker niet vanzelf, maar het is ons gelukt. Gandhi zei ooit: ‘First they ignore you, then they laugh at you, then they fight you, then you win.’ Dat is voor mij heel herkenbaar.”

10 vragen over duurzaamheid



“Waar ik het meest trots op ben, is dat klanten onze filosofie erkennen en dat jonge mensen vragen of ze alsjeblieft bij ons mogen werken. Ze vinden het mooi om bij onze ‘purpose-driven company’ te horen. We hebben nog een lange weg te gaan, maar we kunnen Salacia echt groot maken. Hoe meer bedrijven ons platform gebruiken, des te meer bedrijven bezig zijn met duurzaamheid.”

6. WAT IS BELANGRIJKER VOOR BEDRIJVEN: HET VERBETEREN VAN DUURZAAMHEID OF VAN DE DUURZAAMHEIDSRAPPORTAGE?

“Het antwoord op deze vraag is afhankelijk van de houding van bedrijven tegenover ESG en duurzaamheid. Een bedrijf dat intrinsiek gemotiveerd is om duurzaamheid te integreren, verduurzaamt niet vanuit de gedachte dat dit moet vanwege de wetgeving. Voor hen is het verbeteren van hun duurzaamheidsprestaties belangrijker dan de rapportages hierover. Maar er is ook een groep die de urgentie niet inziet en zich afvraagt waarom we het überhaupt over klimaatverandering hebben. Zij zien de Europese wetgeving over duurzaamheidsrapportage als een last en een kostenpost en

willen alleen de rapportage verbeteren, omdat ze dan aan de regelgeving voldoen.” Lenny hoopt dat het aantal intrinsiek gemotiveerde bedrijven heel snel groeit. “Daarvoor praat ik elke dag de blaren op mijn tong.”

7. ONDERSTEUNT SALACIA SOLUTIONS BEDRIJVEN OOK IN HET VERDUURZAMEN ZELF?

“Sterker nog, ik vind dat wij niet in onze missie slagen als we dat niet doen. Ons brein is zo geprogrammeerd dat we een object of gebeurtenis kunnen koppelen aan een geldbedrag. Maar als ik vraag; hoeveel is een ton CO2-equivalenten, dan hebben de meeste mensen hier geen antwoord op. Daarom vertalen wij het naar hoeveel bomen je daar bijvoorbeeld mee kunt laten groeien of hoeveel Big Macs je daarvoor kunt produceren. Als je de uitkomsten van je duurzaamheidsberekeningen niet tastbaar maakt, blijft het te abstract. We moeten ons brein hierop trainen. Salacia maakt de uitkomsten van duurzaamheidsberekeningen zo hanteerbaar mogelijk, zodat een bedrijf er ook echt iets mee gaat doen.”

8. ZIJN ER FINANCIËLE VOORDELEN AAN DUURZAAMHEID?

“Negatieve impact reduceren kost in eerste instantie geld, want je moet investeren om je bedrijfsprocessen te optimaliseren. Maar je moet ook kijken naar de aandeelhouderswaarde. Momenteel wordt de waardering van een onderneming nog gebaseerd op financiële KPI's. Ik ben ervan overtuigd dat bedrijven in toenemende mate zullen worden gewaardeerd op hun ESG-impact. Als je dan niet kunt laten zien welke stappen je als bedrijf hebt genomen om je impact te reduceren, kan je aandeelhouderswaarde wel eens razendsnel dalen.”

Volgens Lenny valt duurzaamheid goed te combineren met geld verdienen. “Bij verduurzaming kijken we naar optimalisatiemogelijkheden en daarmee kunnen bedrijven kosten reduceren. Hiervan hebben we bij Salacia al veel voorbeelden gezien. Het gaat erom dat bedrijven een balans vinden tussen geld en impact.”

9. WAT IS UW ADVIES AAN BEDRIJVEN DIE DE STAP NAAR DUURZAAMHEID WILLEN MAKEN?

“Begin op korte termijn en realiseer je dat het niet in één keer perfect hoeft te zijn. Als je nu niets doet, vergroot dit op langere termijn de druk om in korte tijd heel veel te moeten doen. Die wetgeving over duurzaamheidsrapportages komt er echt. Veel bedrijven vinden het lastig om nu tot een besluit te komen, maar ze moeten gewoon beginnen. Start met een eerste berekening, een eerste automatisering of een eerste reductieprogramma en probeer het voor jezelf in de tijd uit te zetten. Het klinkt misschien een beetje filosofisch, maar elke reis begint met de eerste stappen. Je komt niet bij je doel als je niet vertrekt.”

‘Je komt niet bij je doel als je niet vertrekt.’

10. WAT WILT U MEEGEVEN AAN ORGANISATIES EN INDIVIDUÛN?

“De manier waarop we nu consumeren is geen bestendig model. We moeten veranderen, anders gaat de wal het schip keren. Als je het niet voor jezelf doet, doe het dan voor de volgende generaties. Het probleem waar we voor staan, gaat ons allemaal aan.”

‘De manier waarop we nu consumeren is geen bestendig model’.

“Binnen bedrijven is het vaak onduidelijk wie er verantwoordelijk is voor duurzaamheid. Maar we moeten ons realiseren dat dit onderwerp ons allemaal aangaat. Net zo goed als dat geld verdienen voor iedereen in een bedrijf van belang is, moet duurzaamheid dat ook voor iedereen worden. Duurzaamheid moet een rol spelen in al het handelen en alle besluiten die je neemt. Ik roep iedereen op om hiermee aan de slag te gaan!”

