Zonder wrijving geen glans

Het NVZ duurzaamheidsbeleid nader beschouwd.

Inhoudsopgave
Zonder wrijving geen glans

1. De NVZ-methode 5
1.1 Zestig jaar NVZ
1.2 De vereniging
1.3 Het beeld
1.4 Lessen voor de toekomst
1.5 Leeswijzer

2. NVZ-Duurzaamheidsbeleid in context 9
2.1 NVZ-duurzaamheidsbeleid van de afgelopen decennia
2.2 Een bepalend proces: de ‘Overleggroep wasmiddelen en milieu’ 9
2.3 Een tragisch ongeval met grote consequenties
2.4 Public eye

3. NVZ en de overheid 19
3.1 De beleidsmakers aan het woord
3.2 De inspectie spreekt

4. NVZ en andere stakeholders 25
4.1 Maatschappelijke organisaties
4.2 Verschillende ketenpartners

5. De NVZ intern 31
5.1 Een blik op ontwikkelingen in het verleden
5.2 Interne beleidsvoering bij de NVZ
5.3 NVZ en A.I.S.E.
5.4 NVZ-leden aan het woord

6. Perspectief voor de toekomst 39
6.1 Waar staat de NVZ nu?
6.2 Toekomstige dossiers
6.3 De toekomstige NVZ

De enquête 45
Verantwoording 91
De interviews 91
Literatuur 93

Inhoudsopgave
Enquête

1. Inleiding 47

2. Doel en aanpak 49
2.1 Doel
2.2 Aanpak

3. Resultaten 55
3.1 Inleiding
3.2 De voornaamste taken
3.3 Contact met het NVZ-bureau
3.4 Bepalende dossiers
3.5 Stoffendossiers
3.6 Succes van projecten
3.7 Interne en externe communicatie
3.8 Grootste succes
3.9 Gemiste kansen
3.10 Toekomst

4. Conclusies en toekomst 75
4.1 Conclusie
4.2 Toekomst

Bijlage A:
Resultaten van de enquête 77

1

De NVZ-methode

1.1 Zestig jaar NVZ

De Nederlandse Vereniging van Zeepfabrikanten, de NVZ, bestaat 60 jaar. Een periode waarin van alles gebeurde, onder andere op het gebied van duurzaamheid: innovaties op technisch gebied, vermindering van milieubelasting, minder verpakkingsmateriaal, lager energieverbruik maar ook communicatie over veilig gebruik van producten voor consument en werknemer.

Een jubileum is een mooie aanleiding voor een terugblik, een moment om eens te kijken welke lessen uit het verleden geleerd kunnen worden en wat dat betekent voor de toekomst van de NVZ. Wij, Bureau KLB, voerden op verzoek van de NVZ met zo'n 15 externe relaties een goed gesprek over de vragen: "hoe beoordeel je het optreden van de NVZ op het gebied van duurzaamheid over de afgelopen 15 jaar" en "wat zijn belangrijke zaken die voor de toekomst van de NVZ een rol gaan spelen".

Dezelfde hoofdvragen stelden we ook aan de leden van de NVZ door middel van een enquête. In deze publicatie doen we verslag van dit onderzoek en presenteren we belangrijke aandachtspunten voor de toekomst van de NVZ.

1.2 De vereniging

De NVZ is in 1948 opgericht als de brancheorganisatie van de was- en reinigingsmiddelenbranche. De vereniging behartigt de belangen van haar leden bij de Nederlandse overheid, in de Europese Unie, en andere nationale en internationale organisaties. De leden van de NVZ zijn zowel actief op de consumenten- als op de professionele markt.

Op vier deelgebieden is de vereniging ingedeeld:

- consumentenproducten
- professionele reinigingssystemen (NVZ-Nifim)
- desinfectiemiddelen (NVZ-Nedefa)
- NVZ-Producenten (leden behorende tot het midden-en kleinbedrijf)

De NVZ heeft een door haar leden vastgestelde visie, missie en strategie. Jaarlijks stelt de vereniging een openbaar plan op met de doelstellingen voor dat jaar. Het hoogste beslissende orgaan van de NVZ is de Algemene Ledenvergadering.

De NVZ wordt geleid door een bestuur, dat in de uitvoering van haar beleid ondersteund wordt door een bureau. De vereniging staat open voor iedereen. Het beleid van de vereniging met betrekking tot mededinging is vastgelegd in een openbare brochure.

1.3 Het beeld

'Een briljante stakeholder', 'ze steken er met kop en schouders boven uit', 'de NVZ luistert' en 'de NVZ heeft een uitstekend gevoel voor verhoudingen'. Zo maar een aantal citaten die we te horen kregen in onze interviews met de verschillende relaties van de NVZ. Een beeld dat over de hele linie positief blijkt en blijft – zowel uit de hoek van de overheid maar ook bezien door inhoudelijk betrokkenen. Natuurlijk zijn er ook aandachtspunten en kritische kanttekeningen, maar die zijn bescheiden te noemen vergeleken met de positieve waardering over het optreden van de NVZ over de afgelopen 15 jaar. Tel daarbij op het zeer positieve beeld dat de leden van de vereniging zelf schetsen in de enquête, en het resultaat is een zeer rooskleurige uitkomst: zowel de binnen- als de buitenwacht is zeer tevreden over het optreden van de NVZ.

Twee elementen komen naar voren zowel uit de interviews met de verschillende stakeholders als uit de enquête onder de leden.

- Het belang van 'kennis'
  'Kennis', zowel bij het bureau als de leden, is een belangrijk bezit van de NVZ. Dit wordt door iedereen gezien en gewaardeerd. Het draait hierbij niet alleen om de inhoudelijke kennis zelf, maar ook om de kennis (en inzet) van het contactennetwerk en procedures in Den Haag en Brussel.

- De strategische en open houding van de NVZ
  Men karakteriseert de NVZ als strategisch en open. De vereniging klopt bij de stakeholders aan als dat nodig is, en is bereid kennis te delen. De vereniging en de leden staan open voor initiatieven vanuit de overheid en men denkt in een vroeg stadium na over de gevolgen van nieuwe initiatieven en wetgeving.

Kennis en een strategische, open houding zijn daarmee de twee kerningrediënten van de wijze waarop de NVZ opereert: de NVZ-methode.

1.4 Lessen voor de toekomst

Natuurlijk gaan nieuwe en andere dossiers in de toekomst spelen. Nieuwe *issues* op het gebied van chemische stoffen in het REACH of het CLP dossier zullen zeker ook voor de NVZ een rol gaan spelen. Ook nanodeeltjes worden genoemd als een inhoudelijk onderwerp dat zeker op de agenda gaat komen en mogelijk ook voor de NVZ van belang gaat worden.

De echt belangrijke lessen bevinden zich meer op een structureel niveau. Zo staan de contacten met maatschappelijke organisaties op dit moment op een laag pitje. Om het netwerk niet te veel te laten krimpen, verdient het aanbeveling actief de banden aan te halen. Verder zit veel inhoudelijke kennis en kennis van het netwerk bij de vereniging bij een beperkt aantal personen. Voor de toekomst is het belangrijk de continuïteit te waarborgen door spreiding van kennis en netwerk. Tenslotte is het continueren van een platvorm voor goede kennisuitwisseling door leden van de NVZ belangrijk voor het bereiken van de doelstellingen van de NVZ. De meerwaarde van die samenwerking moet voor iedereen zichtbaar blijven waardoor ook multinationale bedrijven het belang van een nationale vereniging blijven zien, en niet alleen de Europese arena als hun speelveld beschouwen.

1.5 Leeswijzer

In het volgende hoofdstuk zetten wij de duurzaamheidsontwikkeling van de NVZ in een wat bredere context en leggen het vergrootglas op twee belangrijke ontwikkelingen. Het hoofdstuk ‘NVZ en de overheid’ doet verslag van de opbrengsten van de interviews met de vertegenwoordigers van de overheid. In ‘NVZ en andere stakeholders’ beschrijven we de resultaten van de interviews met de maatschappelijke organisaties en de ketenpartners van de NVZ. ‘De NVZ-intern’ gaat in op de gesprekken met vertegenwoordigers uit de was- en reinigingsmiddelenindustrie en geeft de hoofdconclusies van de enquête onder de NVZ-leden. ‘Perspectief voor de toekomst’ gaat in op *issues* en leerpunten voor de NVZ in de toekomst.

2

NVZ-Duurzaamheidsbeleid in context

2.1 NVZ-duurzaamheidsbeleid van de afgelopen decennia

'Duurzaamheid' is een breed begrip, waaronder veel verschillende ontwikkelingen binnen de sector zijn te scharen. De afzonderlijke initiatieven, onderwerpen en gebeurtenissen komen naar voren in de tijdlijn (zie tabel 2.1). De initiatieven uit dit duurzaamheids-spectrum zijn divers: van technisch wetenschappelijke ontwikkelingen tot communicatie naar gebruiker.

De tijdlijn laat zien dat in de afgelopen decennia belangrijke ontwikkelingen en innovaties plaats-vonden die in het licht van duurzaamheid bekeken kunnen worden. Zo zijn er mooie, technisch-wetenschappelijke ontwikkelingen zoals de introductie van TAED en enzymen waar-door effectief wassen op lagere temperatuur mogelijk werd. De ontwikkelingen in de industrie lopen vaak parallel met maatschappelijk ont-wikkelingen. In de jaren '80 en '90 bijvoorbeeld richt de politiek-maatschappelijke aandacht zich sterk op de ingrediënten van was- en reinigingsproducten. Ook de aandacht in de sector zelf richtte zich in het bijzonder op vermesting (fosfaten) en de schadelijkheid en afbreekbaarheid van afzonderlijke ingrediënten. In de jaren '80 komt ook al aandacht voor de verpakking in het 'Convenant verpakkingen', gevolgd door een campagne rond het verbruik (dosering) van producten in de jaren '90 in het kader van milieugerichte productzorg.
Het begin van de 21ste eeuw staat in het teken van minder energieverbruik en beoordeling van de duurzaamheid van het gehele was- en reinigingsproces. De Charter voor duurzaam schoonmaken uit 2004 richt zich op een integrale beoordeling van het gehele proces, inclusief de productie en afvalfase.

In de tijdlijn is ook de groeiende rol van communicatie als onderdeel van het duur-zaamheidsbeleid zichtbaar. Communicatie naar consument, professional maar ook naar overheid, maatschappelijke organisaties en ketencommunicatie vormen gaandeweg een steeds belangrijker element in het scala van duurzaamheidsinitiatieven van de NVZ.

Uit de tijdlijn blijkt ook de zeer belangrijke rol die chemische stoffen voor de sector spelen. Was- en reinigingsmiddelen zijn een duidelijk voorbeeld van producten waarin 'chemie', zowel in samen-stelling als in werkzaamheid, een belangrijke rol speelt. Chemische stoffen, stoffenwetgeving en –beleid spelen dan ook een cruciale rol in de ontwikkeling van de NVZ op het gebied van duur-zaamheid. Zo speelden de 'schuimbergen' een belangrijke rol bij de introductie van beter af-breekbare producten en raakte de sector in de jaren '80 stevig betrokken in de discussie over vermesting van het oppervlaktewater als gevolg van het gebruik van fosfaten. In die periode speelde ook *issue*-gestuurde problematiek van afzonderlijke ingrediënten (NPEO, EDTA, NTA, kationische tensiden). Maar met SOMS en REACH krijgt ook beleid, wet- en regelgeving in toenemende mate een integrale en generieke benadering. De aandacht en bemoeienis van de NVZ verschuift dan ook van beoordelingen op ingrediëntniveau naar bijdragen aan deze generieke regelgeving.

Het 'geïntegreerde milieudenken' en de ontwikke-lingen op het gebied van duurzaamheid maken dus een zichtbare ontwikkeling door in de sector. Duidelijk zichtbaar ook, is een blijvende nadruk op 'chemische stoffen' en een voortdurende interactie met de overheid, vooral op het gebied van wet- en regelgeving van stoffen.
Deze interactie is, samen met de wisselwerking met maatschappelijke organisaties, cruciaal voor de ontwikkeling van de NVZ.

Duurzame ontwikkelingen door de jaren heen.
(Zie tabel 2.1 op pag. 13)

Moment	Ontwikkelingen van belang
1948	Oprichting NVZ
1950	Wasmachines komen beschikbaar voor het grote publiek
1960	Bergen schuim ➜ op zoek naar alternatieven voor biologisch slecht afbreekbare oppervlakte actieve stoffen (oas)
1970	Minder energie / lagere temp wassen ➜ enzymen aan wasmiddelen toegevoegd
1973	Introductie TAED ➜ overgang hygiënisch wassen op lagere temperaturen
	EU-Richtlijnen 73/404/EEG voor niet-ionogene oas en 73/405/EEG voor anionogene oas
1980	Eutrofiëring oppervlaktewater ➜ vanaf 1981 fosfaat vervangen door zeoliet
	Ontwikkeling gestandaardiseerde terminologie voor de schoonmaak (SIS-T)
1985	Oprichting Overleggroep deskundigen Wasmiddelen-Milieu (W/M)
1986	Ontwikkeling van een niet-mengen symbool + campagne
1986	Vrijwillige etikettering in lijn met de Europese Stoffenrichtlijn
1987	Ontwikkeling gestandaardiseerde pictogrammen n.a.v. moedertaal
	Fosfaatconvenant
1988	Europese Preparatenrichtlijn
	Ontwikkeling NVZ verpakkingsbeleid
	Ontwikkeling van een Europees geharmoniseerd systeem om de belangrijkste ingrediënten en doseervoorschriften op het etiket weer te geven
1989	Professionele gebruikers uitgebreidere informatie geven over milieu- en gezondheidsaspecten van institutionele reinigingsmiddelen.

1989	Aanbeveling EU Commissie 89/542/EEG
	Na 1990 vrijwillige staking gebruik nonylfenolethoxylaten (NPEO's) in professionele producten.
1990	Afspraak NVZ en VROM over vervanging van de slecht afbreekbare kationogene oas DTDMAC, DHTDMAC en DSDMAC voor gebruik in wasverzachters
1991	Plan van Aanpak opgesteld door NVZ en VROM om de effecten van was- en reinigingsmiddelen op het milieu nader te bestuderen
	RIVM i.s.m. Overleggroep W/M studie naar 4 belangrijke oas
	Convenant Verpakkingen I
1992	SIS-M ➜ invoering gestandaardiseerd format om de onderlinge vergelijking van reinigingsmachines eenvoudiger te maken.
1992	NL implementatie Preparatenrichtlijn
	(Aangepast) pictogrammen systeem wordt in heel Europa overgenomen
	OSPAR-aanbeveling 92/8: afschaffing gebruik van NPEO's in industriële producten uiterlijk in 2000
1994	Consumenten uitgebreidere informatie geven over milieu- en gezondheidsaspecten van was- en reinigingsmiddelen
1996	A.I.S.E. Code of Good Environmental Practice en Nederlandse campagne 'Met minder net zo schoon', in het kader van milieu-gerichte productzorg
1998	NVZ maakt website voor voorlichting aan consumenten en professionele gebruikers over was- en reinigingsmiddelen. Tegelijkertijd is er een intranet opgezet voor informatie aan de leden over andere wet- en regelgeving.
	Aanbeveling EU-Commissie 98/480/EG
1999	Start HERA (Human and Environmental Risk Assesments) ➜ samenwerking leveranciers en fabrikanten om te komen tot een goede risico-afweging van het gebruik van stoffen in een bepaalde toepassing.
2002	Uitvoering SOMS proeftuin 'Consumenten en Chemie': ontwikkeling website www.isditproductveilig.nl
	Aansluiting Convenant Stoffen ➜ kennis over stoffen in de keten vergroten

2003	Ontwikkeling A.I.S.E. Charter voor duurzaam schoonmaken
2004	Lancering Charter
	Europese Detergentenverordening (EG 648/2004)
2005	Verbodsrichtlijn (item 46) verbod voor gebruik NPEO's in o.a. was- en reinigingsmiddelen
2006	A.I.S.E. Laundry Sustainability project
2006	A.I.S.E. Save Energy and Water project
2007	Implementatie REACH
2008	CLP verordening aangenomen

2.2 Een bepalend proces: de ‘Overleggroep Wasmiddelen en Milieu’

Een kernperiode in de ontwikkeling van het duurzaamheidsbeleid is de jaren ’80-’90, waarin ‘de werkgroep wasmiddelen en milieu’ een platform biedt voor overleg tussen NVZ, overheid en later ook milieubeweging. In de fosfaatdiscussie eind jaren ‘70 - begin jaren ’80 werden nog duidelijk de eigen stellingen betrokken. De overheid vond vervanging van fosfaat de oplossing, en zette in met de dreiging van meer en steviger regelgeving voor de sector. De NVZ en haar leden benadrukten het belang van fosfaat als ingrediënt en wezen op de mogelijkheid van verwijdering in de waterzuivering. Maar ‘milieu’ werd in toenemende mate een *issue* en de fosfaatproblematiek werd een symbool en had de aandacht van de milieubeweging. Was- en reinigingsmiddelen stonden plots synoniem voor milieuvervuiling en speelden een grote rol in de maatschappelijke discussie en verontwaardiging. In die bewogen periode is de ‘Overleggroep Wasmiddelen en Milieu’ in het leven geroepen.

Dit platform was een plek voor deskundigen; de deelnemers waren kennishouders uit de industrie en deskundigen van overheidszijde. Later nam ook een vertegenwoordiger van de milieubeweging deel aan het overleg. Zaken en problemen die tot dan toe op een politiek-maatschappelijk niveau speelden, konden hier op een technisch wetenschappelijk niveau worden besproken en uitgediept. De zeepindustrie en de overheid zaten aan één tafel en bouwden zo aan een relatie. In dit inhoudelijk overleg kon elke partij zijn waarde tonen op het gebied van inhoudelijke kennis en zich als een betrouwbare en interessante gesprekspartner laten zien.

Dit bleek een meer dan vruchtbare samenwerking die zich vertaalde in belangrijke inhoudelijke resultaten. De discussies die hier gevoerd werden, waren vaak fundamenteel van aard. Zo stonden de methodieken voor de milieubeoordeling van chemische stoffen nog in de kinderschoenen.

In dit platform zijn in de ontwikkeling van deze methodieken belangrijke stappen gezet en zijn uiteindelijk de kern geworden van de Europese aanpak rond risicobeoordeling (EUSES). De kennisinbreng van de industrie was belangrijk, want juist hier zat de kennis over eigenschappen van de stoffen en producten en over het gebruik. Naast de methodische ontwikkeling zijn er in en door dit platform grote stappen gezet in de *beoordeling* van ingrediënten. Dit is later geconcretiseerd in het Plan van Aanpak wat op zijn beurt weer een belangrijke bijdrage was aan het Europese HERA project.

Plan van Aanpak – Samenwerking tussen branche en overheid. (Zie casus op pag. 17)

De samenwerking leidt tot vertrouwen, eerst aan de gesprekstafel en later ook breder. De zichtbare resultaten bestendigen en versterken de onderlinge samenwerking. Het openen van de dialoog leidt voor beide partijen tot meerwaarde, en intussen weten ze de weg naar elkaar te vinden in geval van vragen en problemen.

Niet alleen de overheid speelt een rol in deze overleggroep, maar ook vertegenwoordigers van de milieubeweging. Ook zij werden betrokken bij de technisch-inhoudelijke discussies, waardoor er een dialoog ontstond rond de niet-politieke zaken. Door het aangaan van het gesprek ontstond er bij de milieubeweging begrip voor de problematiek rond was- en reinigingsmiddelen. De NVZ profiteerde weer doordat men tijdig inzicht kreeg in *issues* en redenaties bij de milieubeweging. Dus ook hier leidde de uitwisseling van kennis tot een verbeterde relatie met begrip voor elkaars opstelling.

Casus: Plan van Aanpak
Samenwerking tussen branche en overheid

Een van de directe uitvloeisels van het werk van de Werkgroep W/M is de start van het Plan van Aanpak in 1991. In dit Plan van Aanpak werkten de NVZ en VROM samen om de effecten van was- en reinigingsmiddelen op het milieu nader te bestuderen. Volgens verschillende betrokkenen uit die tijd was deze samenwerking tussen branche en overheid een revolutie. Industrie en overheid gingen gezamenlijk op zoek naar wat het afdankgedrag van stoffen is, door een methodiek voor beoordeling daarvan en bijbehorende meet- en analysemethoden te ontwikkelen. Hierbij wilde de industrie niet afhankelijk zijn van de overheid, maar zelf het initiatief nemen. Zodoende is een reeks ingrediënten, met name oppervlakteactieve stoffen, fosfonaten en optische witmiddelen, geanalyseerd op microniveau.

2.3 Een tragisch ongeval met grote consequenties

Een tragisch ongeval halverwege de jaren ’80 na het mengen van chloor en zure reiniger was aanleiding voor de NVZ om van start te gaan met een campagne gericht op het informeren van de consument. Een speciaal ‘niet mengen’ symbool werd ontwikkeld en met een grote multimediale campagne werd het risico van het mengen onder de aandacht van het publiek gebracht. De crisissituatie als gevolg van het ongeluk plaatste de NVZ plots in het middelpunt van de negatieve belangstelling. Vanaf dat moment was er eigenlijk geen discussie meer over de noodzaak om te communiceren over de risico’s en het veilig gebruik van producten uit de branche. Communicatie rond dit onderwerp wordt met verve opgepakt. Tegelijkertijd krijgt ‘communicatie’ in bredere zin een duidelijke plek op de agenda van de NVZ.

Uit de tijdlijn blijkt dat de aandacht voor en inzet van communicatie en voorlichting van gebruikers, zowel professioneel als consument, alleen maar is toegenomen. Er wordt specifiek voorlichtingsmateriaal ontwikkeld voor de professionele gebruiker, in eerste instantie gericht op veilig werken (“De grote schoonmaak”). In een latere versie wordt in dit materiaal ook aandacht besteed aan milieuaspecten. Daarnaast wordt er gewerkt aan systemen om communicatie vanuit de branche eenduidiger en helderder te maken. Zo wordt het SIS-C systeem ontwikkeld, waarmee de toepassing van een product in een oogopslag duidelijk wordt. Belangrijke aanleiding hiervoor is het gegeven dat de schoonmaaksector veel niet-Nederlands sprekende werknemers kent.

Ook aan de voorlichting van consumenten besteedt men flink aandacht. Enerzijds door het ontwikkelen van voorlichtingsmateriaal over de veiligheids- en milieuaspecten van wasmiddelen in een publicatie en later ook via internet. Anderzijds heeft de etikettering op het gebied van samenstelling en risico’s van de producten van NVZ-leden al vroeg aandacht. Vooruitlopend op wetgeving vindt vrijwillige etikettering van producten plaats.

Daarnaast neemt ook communicatie in de wat engere zin toe. De NVZ (en haar leden) treden in toenemende mate op als gesprekspartner van beleidsmakers bij de overheid en de rijksinspecties. De houding van de NVZ is er een van toenemende openheid, zoals blijkt uit samenwerkingprojecten met een inspectie. Intussen treedt de NVZ op als kennishouder - onder andere op het gebied van wet en regelgeving - die kennis intern overdraagt aan de lidbedrijven, maar ook deelt met onderdelen van de rijksoverheid.

Communicatie in het kader van duurzaamheid ontwikkelt zich daarmee van een pure noodzaak naar aanleiding van een incident tot een instrument dat de NVZ op strategische wijze inzet.

2.4 Public eye

De houding van de NVZ is door de jaren heen veranderd en wordt nu gekarakteriseerd als een open speler, kennishouder en gesprekspartner met inhoud. Maatschappelijke onrust, zoals bij het fosfaatdossier en later bij specifieke ingrediënten van was- en reinigingsmiddelen, heeft een duidelijk negatieve uitstraling op de gehele branche. Ook het ongeluk door het mengen van chloorbleek met een zure reiniger is daar een duidelijk voorbeeld van. Negatieve publiciteit kan economische schade tot gevolg hebben, maar leidt in ieder geval tot maatschappelijke druk, dalend consumentenvertrouwen en politieke onrust. Dit kan vervolgens weer nadelige gevolgen hebben voor de sector, bijvoorbeeld in de vorm van extra regelgeving of een dreiging van extra regelgeving.

In een sector die van nature in de publieke belangstelling staat – wasmiddelen en schoonmaakmiddelen gebruiken we immers allemaal– is het voorkómen van negatieve beeldvorming van groot belang. Niet alleen bij de consument en de professionele gebruiker, maar ook bij de milieubeweging en beleidsmakers bij de overheid. Voor de NVZ en haar leden is the public eye een belangrijk gegeven en een motor gebleken voor de ontwikkelingen die zich in de jaren ’80 hebben voorgedaan.
De belangen van de individuele leden van de branche, groot en klein, lopen hier parallel. Een uitglijder door een willekeurig lidbedrijf kan grote schade hebben voor de hele sector. Binnen de branche bestaat er dus een duidelijk gezamenlijk belang.

3

NVZ en de overheid

Om een indruk te krijgen van het beeld dat verschillende overheidspartijen hebben van de NVZ, hebben we gesprekken gevoerd met vertegenwoordigers van beleidsafdelingen van het ministeries van VROM, VWS en Economische Zaken. Ook zijn er gesprekken gevoerd met vertegenwoordigers van de Voedsel en Waren Autoriteit (VWA).

Uit deze interviews komt naar voren dat vanuit de overheid bezien de NVZ om diverse redenen een waardevolle partner is:

- De NVZ treedt als branche eensgezind op – grote en kleine bedrijven - en heeft een hoge dekkingsgraad. De NVZ is daarmee een voor de overheid legitieme gesprekspartner.
- De productgroep die de NVZ vertegenwoordigt, heeft een zeer grote verspreiding (zowel consumenten als institutioneel als industrieel). Goede voeling houden met deze sector is dus voor de overheid van belang.
- De overheid ziet de NVZ als een kennishouder. Goede kennis van bijvoorbeeld de complexe wet- en regelgeving maakt dat communicatie met de NVZ de vorm van een dialoog kan aannemen en daarmee voor beide partijen interessant is.
- De NVZ is open en pro-actief. De NVZ signaleert zelf problemen, maar is ook actief bij het zoeken naar oplossingen en staat open voor samenwerking met de overheid (beleid/inspectie).

3.1 De beleidsmakers aan het woord

Zonder uitzonderling beoordelen de beleidsmakers bij de d epartementen de huidige samenwerking met de NVZ als positief. De overheid ziet de NVZ als een belangrijke brancheorganisatie als gevolg van het soort product dat de NVZ bedrijven op de markt brengen – chemische producten voor de consumenten of professionele markt. De directe maatschappelijke link maakt de inbreng van de NVZ van belang voor de overheid. Daarbij is de organisatiegraad van de NVZ hoog (consumenten: > 95%; I&I: > 80%) waardoor de NVZ echt kan optreden namens alle bedrijven uit de setor – groot en klein.

Men waardeert de NVZ om haar openheid en deskundigheid. Zo zit er veel inhoudelijke kennis bij de NVZ over producten en ingrediënten, maar is ook de kennis van wet- en regelgeving groot. Consequenties van nieuwe wetgeving of beleid zijn daardoor door de NVZ goed op waarde te schatten; deze inschattingen zijn daarmee belangrijke input voor de overheid.

De overheid is ook te spreken over de NVZ-kennis van het beleids- en wetgevingsproces en het goede gevoel voor bestuurlijke verhoudingen dat de NVZ kenmerkt.

Ionenmengsels- inzet van kennis en netwerk (Zie casus op pag. 23)

De kennis van het netwerk maakt ook dat de NVZ eenvoudig de weg naar de juiste beleids-maker in Den Haag kan vinden. De overheid waardeert dit met de kanttekening dat voor de overheid bredere belangen spelen. Het herhaaldelijk onder de aandacht brengen van een probleem voor NVZ bedrijven ervaart men soms als ‘drammerig’.

Het valt de overheidsmedewerkers op dat de NVZ veel tijd en aandacht besteedt aan zaken als trainingen en cursussen voor de leden. De vertegenwoordigers van de rijksoverheid waarderen het handelen van de NVZ over het algemeen als initiatiefrijk, strategisch en communicatief sterk.

Door een pro-actieve inzet op een tijdig gesignaleerd probleem heeft de was- en reinigingsmiddelenindustrie veel potentiële problemen met de uitvoering van de REACH wetgeving weten te voorkomen. Onder REACH moeten producenten van chemische stoffen dossiers aanleveren met allerhande gegevens over die stoffen. Het maken van zo’n dossier is kostbaar en tijdrovend. In de was- en reinigingsmiddelenindustrie worden verschil-lende ingrediënten met elkaar vermengd. Vaak zijn het stoffen die zich in ionen splitsen.

In een dergelijk ionenmengsel ontstaan vanuit de optiek van de REACH wetgeving nieuwe stoffen die afzonderlijk geregistreerd moeten worden. NVZ fabrikanten werden dus plots registratieplichtig voor een zeer groot aantal nieuwe stoffen. Door dit probleem tijdig bij de Nederlandse en Europese overheid aan te kaarten is er een uitzonderingspositie bedongen voor de REACH-registratie van ionenmengsels. Hierdoor zijn veel problemen en kosten voor leden van de NVZ (maar ook veel breder dan de NVZ alleen) voorkomen.

3.2 De inspectie spreekt

Ook de VWA, een van de belangrijke rijks-inspecties voor NVZ bedrijven, is zeer te spreken over de samenwerking met de NVZ en haar leden.

Vanuit de VWA bezien heeft de NVZ veel gedaan voor de goede implementatie van regelgeving bij haar leden. Bijvoorbeeld door het geven van cursussen en trainingen, maar ook door het ontwikkelen en beschikbaar stellen van software die behulpzaam is bij naleving van de regels. Het sterke kennisdelen tussen leden van de branche ziet de inspectie hierbij als zeer opvallend en nuttig. Daarnaast roemt de VWA de pro-actieve instelling van de NVZ. Daar waar regelgeving nog vaag was, zocht de VWA in samenwerking met de leden van de NVZ naar een duidelijke invulling (zie casus: samenwerking met een strategisch doel). Een aanpak die de inspectie als zeer ‘strategisch’ beoordeelt.

Samenwerking met een strategisch doel
(Zie casus op pag. 25)

Het kennisdelen wordt door de inspectie nog eens extra geïllustreerd door de gezamenlijke (NVZ en VWA) kennisopbouw op het gebied van de stoffen- en preparatenregelgeving. Zo was iemand van het NVZ-bureau betrokken bij het geven van training over de inhoud van wetgeving aan VWA inspecteurs.

Het goede relatienetwerk van de NVZ met de inspectie is ook van waarde bij de afhandeling van individuele klachten over producten van een bij de NVZ aangesloten bedrijf. De goede contacten zorgen ervoor dat er snel, eerlijk en open over de problemen gesproken kan worden. De functie van kennisdelen binnen de sector zorgt er weer voor dat vaak snel een oplossing gevonden kan worden.

Casus: Samenwerking met een strategisch doel

Bij de introductie van nieuwe regelgeving werkt de NVZ nauw samen met de inspectie om tot een goede implementatie van de regelgeving te komen. Bij de introductie van de stoffen- en preparatenrichtlijn ontstond de verplichting voor bedrijven om dossiers bij te houden, waarin terug te vinden was of het bedrijf op een juiste manier haar wettelijke verplichtingen vervulde. Welke informatie precies in het dossier opgenomen moest worden, was niet in de wetgeving vastgelegd. Lidbedrijven van de NVZ en de inspectie organiseerden een project om tot een concrete, hanteerbare en handhaafbare invulling van een dergelijk dossier te komen.

Kennis als NVZ-karakteristiek. Veel geïnterviewden gebruiken het woord ‘kennis’ in relatie tot de NVZ:

- Vertegenwoordigers van het NVZ-bureau worden gezien als kennishouders op specifieke delen van de wet- en regelgeving en natuurlijk van de sector zelf.
- De lidbedrijven karakteriseert men als kennishouders o.a. op het gebied van stoffen en hun eigenschappen en milieu.
- De NVZ en haar leden hebben in de jaren ’80 en ’90 in belangrijke mate bijgedragen aan de kennisontwikkeling op het gebied van milieubeoordelingen van chemische stoffen.
- De NVZ en haar leden delen kennis met de overheid.
- De leden van de NVZ delen onderling inzichten over beleid, wetgeving en technologische/ wetenschappelijke ontwikkelingen op gebied van duurzaamheid.
- Het NVZ-bureau zorgt voor opbouw en overdracht van kennis naar de leden.
- Vertegenwoordigers van het NVZ-bureau hebben kennis van het (beleids)proces en weten de weg in Den Haag en Brussel.
- De NVZ heeft een groot en goed onderhouden netwerk.

4

NVZ en andere stakeholders

4.1 Maatschappelijke organisaties

Om zicht te krijgen op het beeld dat verschillende maatschappelijke organisaties hebben van de NVZ, hebben we interviews gehouden met het IVAM, datin de Werkgroep Wasmiddelen en Milieu (Werkgroep W/M) als vertegenwoordiger van de milieubeweging optrad, Greenpeace en de Consumentenbond.

Opvallend is dat op dit moment zeer beperkt contact is tussen de NVZ en deze organisaties. De interactie van de NVZ met maatschappelijke organisaties leverde en kan in potentie nog steeds een waardevolle bijdrage leveren aan de invulling van de rol van de NVZ. Opvallende punten zijn:

- Het hebben en delen van kennis door de NVZ heeft ook voor maatschappelijke organisaties in hoge mate bijgedragen aan de geloofwaardigheid van de industrie. Omgekeerd heeft inzicht in de argumenten van de milieubeweging bij de industrie weer een beter begrip voor de milieubeweging opgeleverd.
- Individuele personen zijn vaak belangrijk bij het in gang zetten en houden van een proces.
- De inzet van de milieubeweging is sterk *issue*-gestuurd. Was- en reinigingsmiddelen zijn op dit moment geen *issue*; dat wil niet zeggen dat ze dat ook in de toekomst niet zullen zijn.
- De afstand tussen NVZ en de maatschappelijke organisaties is relatief klein – de lijntjes worden als kort beschouwd en contact wordt gelegd indien noodzakelijk.

4.1.1 Samenwerking in een cruciale periode

De vertegenwoordiger van de milieubeweging beschrijft de samenwerking met de NVZ in de Werkgroep W/M als 'bijzonder'. Zo waren de discussies onverwacht open, fundamenteel en wetenschappelijk georiënteerd. Juist het wetenschappelijke karakter maakte dat er op conceptueel niveau begrip kon ontstaan tussen de was- en reinigingsmiddelenindustrie en de milieubeweging. De periode is als zeer belangrijk ervaren vanwege de methodiekontwikkeling op het gebied van milieutechnische beoordelingen.

Opvallend was ook de open kennisbijdrage van de grote producenten aan de discussie. Het aanleveren van al die kennis was al bijzonder. Echter, nog opvallender was het vrijuit delen van milieukennis door verschillende bedrijven uit dezelfde sector daar waar het de wetenschappelijke kennis betrof, terwijl in de 'marketingarena' volop gevochten werd (en wordt) om de plaats in het schap.

De NVZ nam de milieuproblematiek zeer serieus en is hier op een zorgvuldige wijze mee omgegaan. De NVZ is daarmee een voorbeeld van een branche die zich pro-actief en effectief opstelt. Het is de rol van individuele personen geweest, zoals de voorzitter van de Werkgroep W/M, die het gehele proces drive en momentum hebben gegeven. Daarnaast was het essentieel dat de vertegenwoordiger van de milieubeweging als volwaardige gesprekspartner werd gezien in de werkgroep.

De verklaring voor de pro-actieve instelling van de NVZ zoekt de geïnterviewde in gebeurtenissen uit het verleden. Fosfaatproblematiek als politiek *issue* en de bestempeling van wasmiddelen als 'milieuprobleem' heeft deze tak van industrie juist innovatiever en opener gemaakt.

Ook op het communicatieve vlak heeft deze vertegenwoordiger een rol gespeeld

Strategisch communiceren
(Zie casus op pag. 30)

4.1.2 De huidige samenwerking

De contacten tussen de NVZ en maatschappelijk organisaties staan op dit moment op een laag pitje. Zo is contact met de milieubeweging feitelijk afwezig. Hiervoor worden eigenlijk twee redenen aangegeven. Wasmiddelen zijn niet 'hot' op dit moment; er spelen geen zaken die om actie vanuit de milieuhoek vragen. De milieubeweging moet op het bredere gebied van 'gevaarlijke stoffen' immers speerpunten kiezen. Was- en reinigingsmiddelen zijn dat op dit moment niet. De NVZ is echter niet van het netvlies van deze organisaties verdwenen. Nieuwsbrieven en andere openbare uitingen worden gevolgd om toch een vinger aan de pols te houden. Daarnaast geeft men aan dat 'de lijntjes' kort zijn en dat contact indien nodig snel is gelegd.

Ook voor de Consumentenbond geldt dat het contact op dit moment feitelijk afwezig is. En ook hier: was- en reinigingsmiddelen staan niet in de belangstelling, dus ook vanuit de consumentenbond is hier slechts beperkt aandacht voor. Mochten zich vragen voordoen, dan zoekt de Consumentenbond uit eigen beweging contact met brancheorganisaties.

4.2 Verschillende ketenpartners

Ook verschillende ketenpartners zijn benaderd en bevraagd over de NVZ. Het gaat hierbij om Milieu Centraal, de Vereniging voor de Nederlandse Chemische Industrie (VNCI) en de OSB.

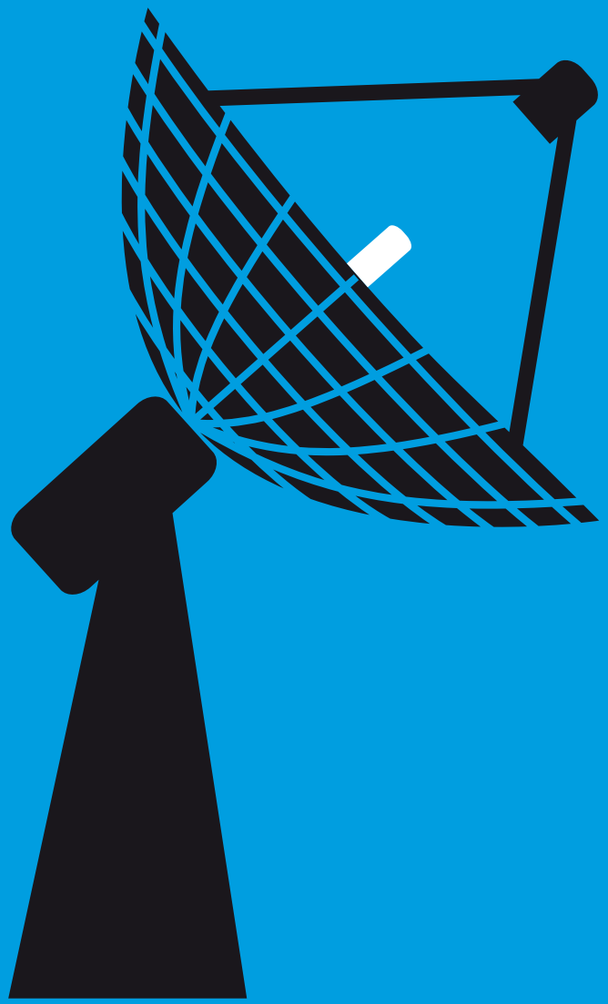
4.2.1 Milieu Centraal

Milieu Centraal heeft wel de nodige ervaringen opgedaan met de NVZ. Zo is er samengewerkt op het onderwerp 'met minder net zo schoon''. Een samenwerking die naar tevredenheid is verlopen. Opvallend vond men het gegeven dat een industrie een lager verbruik van eigen producten propageerde. Ook bij de website 'isditproductveilig' is er samenwerking geweest. Voor dit project zocht de NVZ expertise hoe je een publieksgerichte website bouwt. Bij dit project zijn vooral op operationeel niveau onvoldoende afspraken gemaakt, waardoor het onderlinge contact over dit onderwerp is verwaterd.

Milieu Centraal heeft belang gehad bij de samenwerking met de NVZ. Voor de geloofwaardigheid van de het startende Milieu Centraal was de samenwerking met de industrie van groot belang. De laatste jaren doet Milieu Centraal weinig met was- en reinigingsmiddelen.
Er bestaat dan ook geen structureel contact. Echter men staat zeker open om een samenwerking op te zetten, bijvoorbeeld bij een thema als energiebesparing.

4.2.2 VNCI

De brancheorganisatie voor de chemische industrie in Nederland vertegenwoordigt o.a. de toeleveranciers van de lidbedrijven van de NVZ. Maar de NVZ is als collegavereniging ook geassocieerd lid van de VNCI. Voor de VNCI is contact met een branche als de NVZ van belang, omdat ketencommuniciatie in toenemende mate een rol speelt. De NVZ staat hierbij dicht bij de consument en heeft daardoor een betere voeling met wat er leeft. Volgens de VNCI heeft de NVZ haar netwerk stevig op orde en kent zij de klappen van de zweep in Den Haag en Brussel.



Door de Chemiewinkel UvA (tegenwoordig IVAM) is een aantal publicaties gemaakt in samenwerking met of in opdracht van de NVZ. De publicaties geven een beschrijving van de veiligheids- en milieurisico's van was- en reinigingsmiddelen, en waren bedoeld voor de professionele gebruiker en later ook de consument. De Chemiewinkel was lid van de Werkgroep Wasmiddelen en Milieu, was mede daardoor kennishouder, en trad hier op als vertegenwoordiger van de milieubeweging. Communicatie naar professionals en consument verliep zo via een onafhankelijk kanaal.

Strategisch en open als NVZ-karakteristiek. Veel geïnterviewden beschrijven de NVZ met de woorden open en pro-actief:
• De NVZ neemt zelf initiatief naar overheid en maatschappelijke organisaties indien nodig.
• De NVZ heeft een goed gevoel voor bestuurlijke verhoudingen.
• De NVZ zoekt actief en gericht de samenwerking met verschillende partijen – van overheid tot maatschappelijke gerichte organisaties.
• De NVZ is als kennishouder en kennisdeler een belangrijk gesprekspartner.
• De NVZ signaleert problemen in wetgeving voor de sector tijdig.

5

De NVZ intern

Door middel van interviews met drie leden van technische commissies en een enquête onder de leden van de NVZ hebben we ons een beeld gevormd over de mening van de leden over de NVZ. De begeleidingscommissie van de evaluatie hebben we geconfronteerd met een aantal resultaten van het onderzoek op basis waarvan nieuwe meningen en inzichten zijn ontlokt. Enkele opbrengsten uit dit onderzoek hebben we tevens aan de Europese vereniging A.I.S.E. voorgelegd.

Het beeld dat van binnen de NVZ naar voren komt, is gelijkluidend met het beeld dat verschillende externe partijen schetsen:

- Goede contacten met de overheid en maatschappelijke organisaties hebben gezorgd voor vertrouwen en dat heeft handelingsruimte gecreëerd.
- Juist strubbelingen en incidenten zorgen voor een interactie met overheid en maatschappelijke partijen. Die interactie is weer nodig om in contact te blijven, zichtbaar te zijn en een rol te kunnen spelen.
- De rol van ‘kennis’ in de breedste zin van het woord wordt ook hier weer benadrukt.

Daarnaast valt een aantal andere aspecten op:

- Vanuit het perspectief van de industrie is de interactie met de overheid ook een ‘stepping stone’ geweest voor het naar Europa brengen van de Nederlandse verworvenheden, in combinatie met de rol van kennishouder van de NVZ binnen de A.I.S.E.
- Verder komt het belang naar voren van de interne verhoudingen binnen de NVZ. Het samenspel en de rolverdeling tussen bedrijven is belangrijk voor het bereiken van de strategische doelstellingen van de vereniging.
- De waardering van de lidbedrijven over het optreden van de NVZ is groot op alle fronten – van stoffenbeleid, duurzaamheidsbeleid in het algemeen, tot aan de interne en externe communicatie.

5.1 Een blik op ontwikkelingen in het verleden

Ook vertegenwoordigers van de was- en reinigingsmiddelenindustrie wijzen op het belang van de periode van de Werkgroep W/M. Juist opereren op technisch-wetenschappelijk niveau maakte communicatie met overheid en milieubeweging mogelijk, omdat emoties geen rol speelden in de discussies. Zo ook binnen het Plan van Aanpak, waarin de industrie zich initiatiefrijk opstelde om mede bepalend te kunnen zijn voor de agenda. Door het leveren van kennis kon dit ook waargemaakt worden. De NVZ speelde hier als vereniging een belangrijke intermediaire rol.

Voor de sprong naar Europa was de wisselwerking tussen overheid en industrie eveneens belangrijk. Dit gold voor een traject als 'Met minder net zo schoon' als voor het Plan van Aanpak, dat zich weerspiegeld zag in het EU HERA project. Vanuit een Nederlands milieubesef en een groot enthousiasme van de deelnemende mensen – zowel van de zijde van de industrie als vanuit overheidskringen - wordt vanuit Nederland naar Europa gewerkt. De inzet van Nederland werd en wordt binnen Europa serieus genomen: de kwaliteit van het gebodene is namelijk hoog. Zo speelt de industrie een rol in Nederlandse beleidsontwikkelingen, bijvoorbeeld SOMS met de nadruk op ketencommunicatie. Een element dat weer terug te vinden is in de Charter voor duurzaam schoonmaken en in regelgeving als REACH.

De industrievertegenwoordigers betitelen de interactie met maatschappelijke organisaties in de jaren '80 als zeer waardevol. Bijvoorbeeld tijdens crises, zoals het eerder genoemde tragische ongeval als gevolg van het mengen van twee reinigingsproducten (chloorbleek en een zure reiniger). Dit was een kiem voor een steviger communicatiebeleid naar de consument. Ook in de professionele markt speelt communicatie een belangrijke rol – producten zijn hier vaak chemisch agressiever, gezien een veeleisender toepassingsbereik. Al in een vroeg stadium werd erkend dat communicatie met symbolen noodzakelijk was, gezien het grote aandeel niet-Nederlands sprekende werknemers in de schoonmaakbranche. Maar ook eenduidige communicatie naar de afnemers over technische specificaties (standaardisatie) speelde al snel een rol. De NVZ speelde als vereniging een belangrijke rol in deze communicatie- en standaardisatietrajecten.

5.2 Interne beleidsvoering bij de NVZ

Veel beleid - ook dat op het gebied van duurzaamheid - wordt gemaakt bij de technische commissies (TC), de formele besluitvorming ligt bij het bestuur. De agendering van onderwerpen ligt enerzijds bij de leden en anderzijds bij het bureau. Gezamenlijk wordt geadviseerd of, hoe en door wie een onderwerp wordt opgepakt. De samenwerking binnen de TC verloopt prima, ondanks de concurrentie tussen bedrijven zien ze een duidelijk gezamenlijk belang. De grote kennis en het netwerk van de bureaumedewerkers maakt dat deze medewerkers in toenemende mate een belangrijke bijdrage kunnen leveren aan het te voeren beleid. Dit wordt als positief beoordeeld, omdat dit tot een snelle signalering en aanpak van problemen heeft geleid.

NVZ-bureaumedewerkers als kennishouders (Zie casus op pag. 36)

Grote en kleine bedrijven werken binnen de vereniging samen voor het bereiken van de strategische doelstellingen van de branche. In de TC's nemen ook kleine bedrijven deel en iedereen heeft evenveel recht van spreken. Elk TC-lid neemt namelijk deel op basis van zijn of haar inhoudelijke expertise. Natuurlijk hangt de mate van invloed in de TC af van het kennisniveau van de vertegenwoordiger. Dit kennisniveau wordt enerzijds bepaald door de grootte van het bedrijf – grotere multinationale bedrijven hebben nu eenmaal van nature meer resources beschikbaar. Anderzijds speelt persoonlijke interesse en belang bij meer nationaal georiënteerde wetgeving een rol. Echter de strategische doelstellingen van de branche zijn gelijk voor groot en klein waardoor in het spel van geven en nemen dit algemene belang voorop staat.

Interne samenwerking (Zie casus op pag. 37)

De open houding van de NVZ is impliciet beleid van de vereniging. Zo is de samenwerking met de inspectie duidelijk historisch gegroeid. Beide partijen hadden en hebben belang bij een goede verstandhouding, ze hebben namelijk 'dezelfde groep als klant' zoals een NVZ-lid het uitdrukt. Ook voor de huidige relatie met het Haagse beleid ligt de start van de samenwerking in het verleden. Maar ook de persoonlijke inzet en belangstelling van individuen bij de NVZ, overheid en inspectie speelt een belangrijke rol. Ook voor de sector is duidelijk dat de samenwerking met externe partijen voordelen heeft opgeleverd en er bestaat op dit moment tussen die partijen waardering en onderling vertrouwen.

5.3 NVZ en A.I.S.E.

Nederland loopt als land voorop in Europa. De noordelijk landen (Scandinavië, Duitsland, Nederland) tonen vaak meer initiatief en zijn meer georiënteerd op duurzaamheid dan de zuidelijke, mediterrane landen. In vergelijking met andere Europese brancheorganisaties laat de NVZ zich karakteriseren als wetenschappelijk en technisch. Binnen de A.I.S.E. speelt de NVZ een actieve rol en men ziet Nederland als kennishouder.

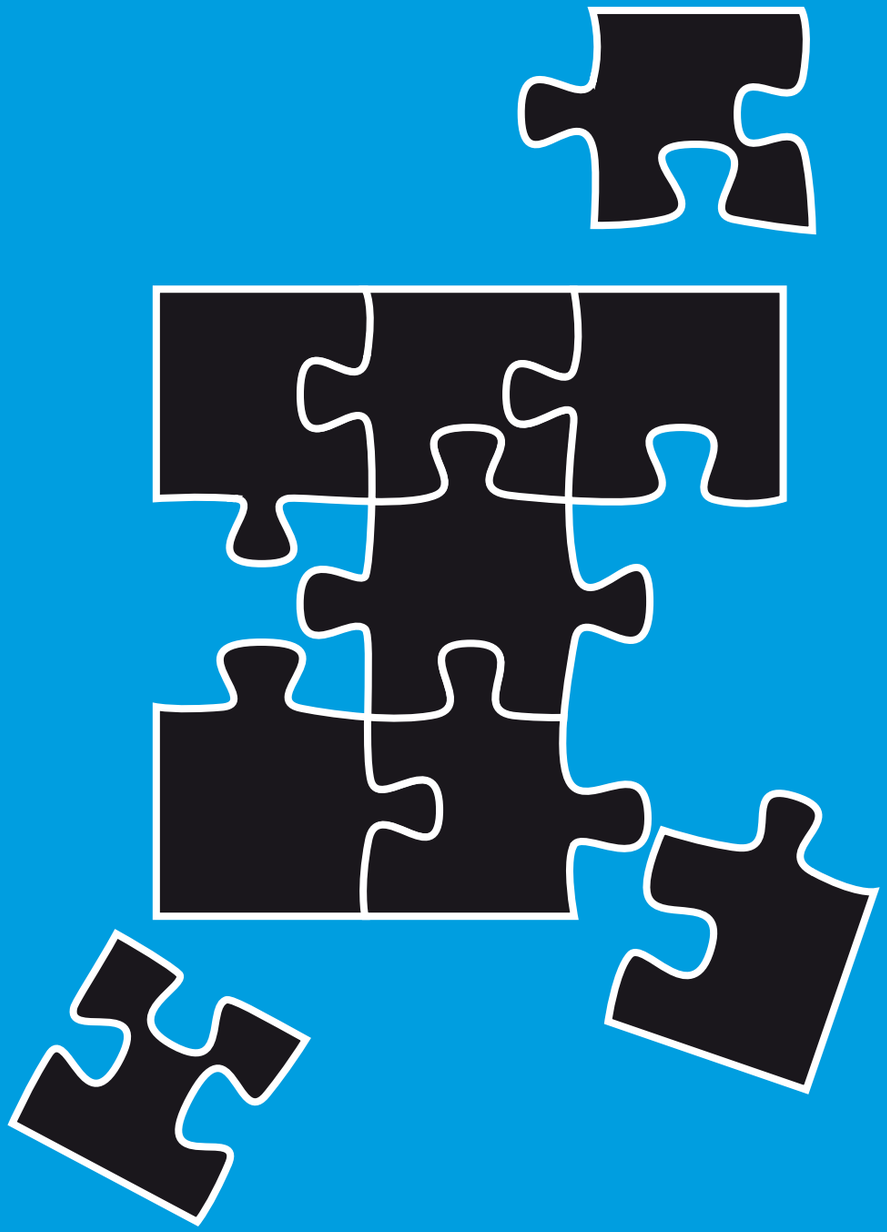
De grote bedrijven hebben een dubbelrol: ze zijn sterk vertegenwoordigd in de A.I.S.E. maar zijn ook lid van nationale verenigingen zoals NVZ. De grote bedrijven brengen kennis mee van het internationale naar de Nederlandse situatie. De NVZ helpt weer met de vertaling van die kennis. De MKB bedrijven profiteren hier op hun beurt weer van. Aan de andere kant hebben ook de grote bedrijven er belang bij dat de hele sector de regelgeving op de juiste wijze implementeert om incidenten (die afstralen op de branche als geheel) te voorkomen.

Europa wordt in toenemende mate belangrijk. Er bestaat mogelijk een risico dat grotere bedrijven zich voornamelijk op het EU-speelveld gaan richten en niet langer lid blijven van de nationale verenigingen. Op dit moment lijkt de deelname van grote bedrijven aan de nationale verenigingen nog in het voordeel van zowel grote als kleinere bedrijven. Daarnaast kan een goed werkende nationale vereniging *issues* op nationaal niveau signaleren en dit langs de lijn van de A.I.S.E. en de grote bedrijven naar Europa brengen.

Casus: NVZ-bureaumedewerkers als kennishouders

Een voorbeeld van de grote inhoudelijke kennis van NVZ-bureaumedewerkers blijkt uit het uitbrengen van publicaties over interpretatie en implementatie van regelgeving op het gebied van chemische stoffen. Deze publicaties worden echter niet uitgegeven onder de NVZ-vlag, maar zijn commercieel ook beschikbaar voor bedrijven uit andere sectoren. Kenmerkend voor de verstandhouding is dat in een aantal gevallen de publicatie wordt gemaakt met een beleidsspecialist van het Ministerie van VROM.

Casus: Interne samenwerking



Binnen de NVZ worden praktische problemen soms projectmatig door verschillende bedrijven opgepakt en opgelost. Onder REACH moeten zogeheten ‘exposure scenario’s’ worden opgesteld waarin voorschriften voor veilig werken met reinigingsmiddelen zijn weergegeven. Dit is een complex en gelaagd probleem. Binnen de NVZ is dit bijna projectmatig opgepakt: het probleem is in stukken gehakt en verdeeld onder een aantal lidbedrijven. Zo wordt gezamenlijk gewerkt aan een oplossing.

5.4 NVZ-leden aan het woord

Onder de NVZ-leden is een enquête uitgezet waarin is gevraagd naar de waardering voor de NVZ op verschillende dossiers en brancheuitingen op het gebied van duurzaamheid. De conclusie van dit vragenlijstonderzoek is overduidelijk: het duurzaamheidsbeleid van de NVZ wordt door de NVZ-leden op alle aspecten met grote overtuiging als (zeer) positief beoordeeld. De vragenlijst is door 75% van de leden van de NVZ ingevuld.

De inzet van de NVZ in drie stoffendossiers (fosfaatconvenant, Plan van Aanpak en REACH) en het succes van drie projecten met betrekking tot duurzame innovatie (Stoffenbeleid, Verpakkingen en Duurzaamheidprogramma's) wordt door meer dan 70% van de respondenten als (ruim) voldoende gewaardeerd. De respondenten beschouwen REACH als meest bepalende dossier. Een voorbeeld van de waardering voor het onderwerp Verpakkingen is te vinden in figuur 1. Zoals te zien is de waardering zeer positief. Voor de andere vragen is de waardering nog positiever.

Waardering van de NVZ inzet rond het onderwerp verpakkingen (compacteren, concentreren) (Zie figuur 1 op pag. 39)

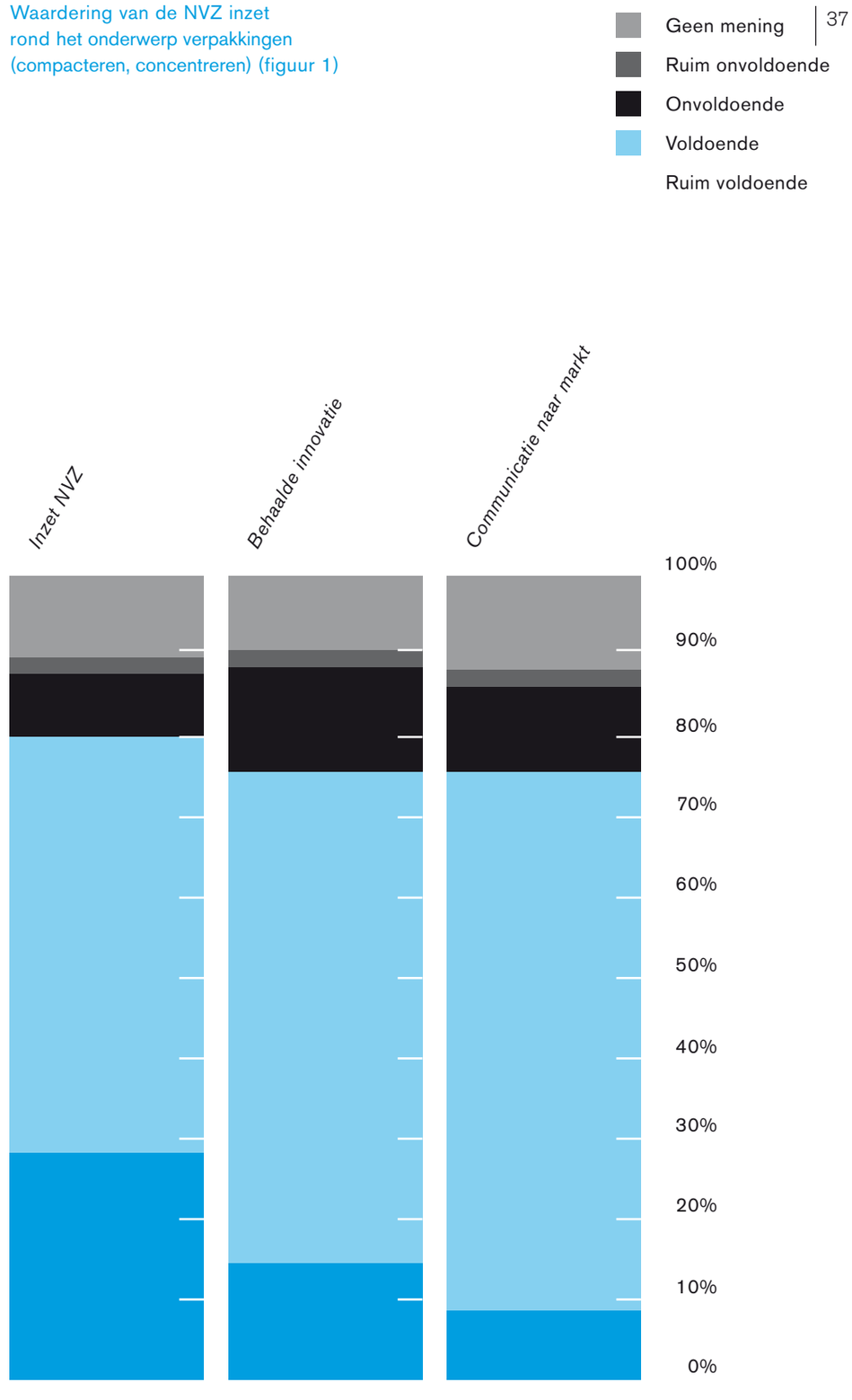
Ook de interne en externe communicatie beoordeelt ruim de helft van de respondenten als positief; een relatief groot aantal respondenten onthoudt zich hier van een mening en het aantal negatieve scores blijft klein (max. 13%). Informatieverstrekking aan de leden wordt als voornaamste taak van de NVZ beschouwd. Deze communicatie wordt door meer dan 70% van de respondenten positief gewaardeerd. Ook hier is de maximale negatieve score zo'n 10%. Bovendien is de NVZ zowel met de interne als externe communicatie in staat om aandacht te besteden aan leden die tot verschillende sectoren behoren (en daardoor andere activiteiten en belangen hebben) en hun belangen te vertegenwoordigen. Tevens wordt kennis- en informatiedeling bij interne en externe communicatie als specifieke succesfactor benoemd.

Dit werkt door in de deskundigheid die door middel van voorlichtingsbijeenkomsten en cursussen wordt ontsloten. De NVZ als vertegenwoordiger van belangen van de branche bestempelen de respondenten zelfs tot het grootste succes van de NVZ: men heeft grote waardering voor de dialoog binnen een netwerk met de overheid en NGO's en het neerzetten van een betrouwbaar en innovatief imago van de NVZ binnen dit netwerk.

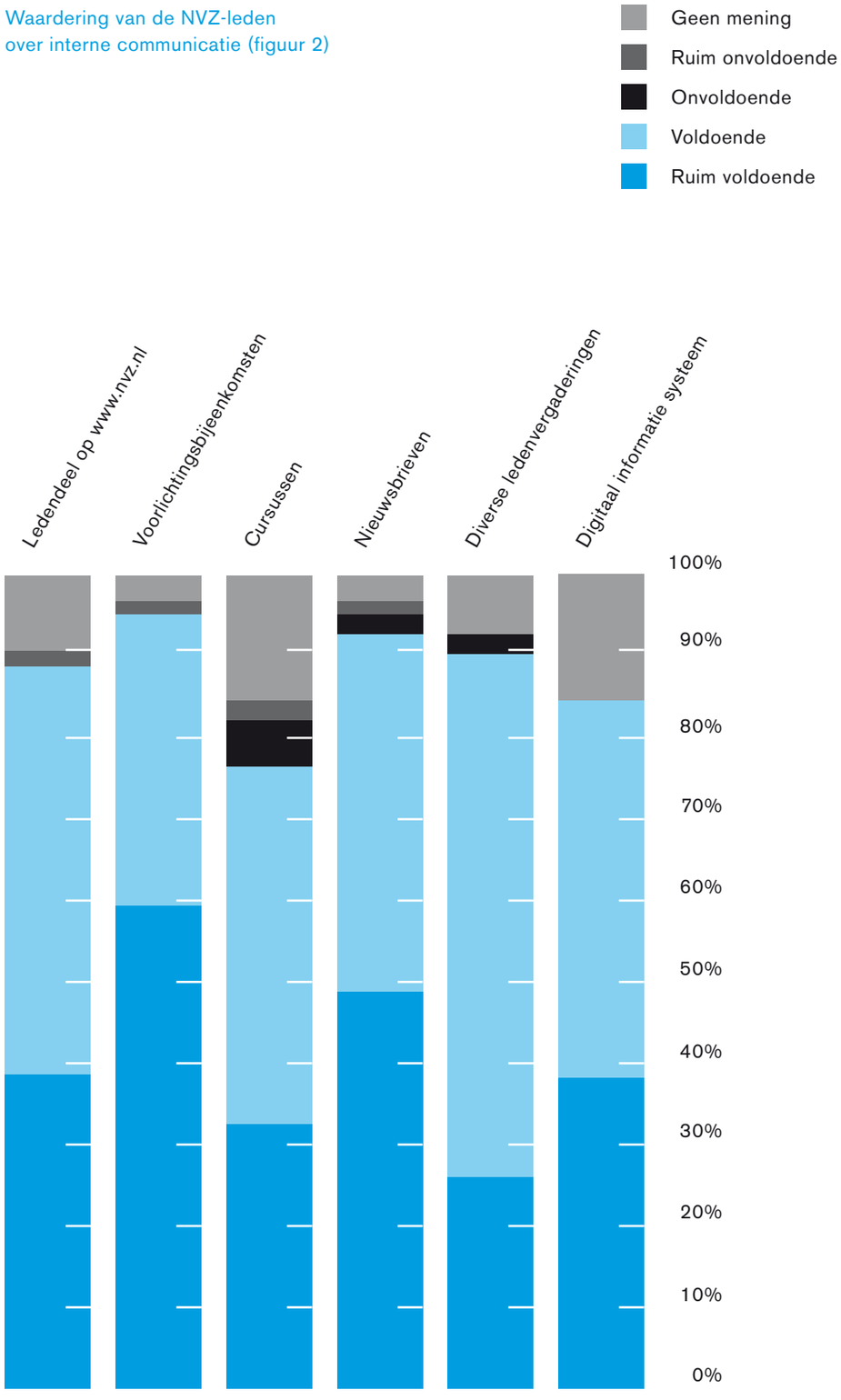
Waardering van de NVZ-leden over interne communicatie (Zie figuur 2 op pag 40)

De respondenten zijn van mening zijn dat de NVZ de afgelopen jaren op het gebied van duurzaamheidsbeleid weinig kansen heeft gemist en nauwelijks onderwerpen heeft laten liggen. Een aantal respondenten adviseert de NVZ wel om haar profilering in Europa en binnen A.I.S.E. te verbeteren.

Waardering van de NVZ inzet rond het onderwerp verpakkingen (compacteren, concentreren) (figuur 1)



Waardering van de NVZ-leden
over interne communicatie (figuur 2)



6

Perspectief voor de toekomst

6.1 Waar staat de NVZ nu?

Het beeld dat naar voren komt uit de interviews en de enquête onder de leden is eenduidig. Gebeurtenissen in de jaren ‘60 en ‘70 van de vorige eeuw zorgden ervoor dat de was- en reinigingsmiddelenindustrie in een negatief daglicht kwam te staan. Maatschappelijk begint het idee van milieuvervuiling zich te ontwikkelen en was- en reinigingsmiddelen komen in de spotlight.

Als reactie hierop vindt een ontwikkeling plaats met een opvallend resultaat. De industrie neemt haar verantwoordelijkheid ten opzichte van het milieu zeer serieus. Mede door de alledaagsheid en de zichtbaarheid van de producten zet de industrie in op kennisontwikkeling op verschillende terreinen. Methodologieontwikkeling, risicobeoordeling van veelgebruikte ingrediënten, verpakking en energieverbruik - alle aspecten van duurzaamheid komen tot nu toe aan de orde. Met de ‘Charter’ staat zelfs de duurzaamheid van het gehele proces – van grondstof tot afvalfase – centraal.

De wrijving en maatschappelijke onrust over deze productgroep leidt tot concrete, zichtbare resultaten als het gaat om duurzaamheid van was- en reinigingsmiddelen. Maar deze dynamiek leidt tot meer. De NVZ ontwikkelt goede relaties met beleidsdirecties in Den Haag, maar ook met rijksinspecties en maatschappelijke organisaties. De rol van de NVZ groeit uit tot één waarin ze gezien wordt als een belangrijke kennishouder, een speler van formaat en een waardevolle gesprekspartner. De bijdragen van de NVZ aan de verschillende ontwikkelingen op het gebied van duurzaamheid – met een belangrijke rol voor het nationale en Europese stoffenbeleid – hebben een niet te onderschatten nevenopbrengst: invloed.

Ook communicatief heeft de NVZ de handschoen opgepakt. De kennis over gevaren en risico’s komt beschikbaar voor de gebruikers – voor professional en consument worden specifieke communicatiesymbolen ontwikkeld. Breed informeren wordt belangrijk en de NVZ kan dat met geloofwaardigheid doen, omdat ze als waardevolle gesprekspartner wordt gezien. Pro-actief naar buiten treden geeft voorsprong en dient als tegenwicht van mogelijke negatieve aandacht vanuit maatschappelijke organisaties.

Ook binnen de branche vertalen ‘kennis’ en ‘openheid’ zich in concrete opbrengsten. Het imago van de branche geldt als een groot goed en als een gezamenlijk belang van alle leden. Kennis delen en uitwisselen, waarin de grotere bedrijven een van nature zwaardere rol hebben, zorgt voor een gelijkwaardig en hoog kennisniveau binnen de sector. Dit zorgt voor een goed begrip en goede implementatie van wet- en regelgeving. De branche minimaliseert daarmee de kansen op slechte publiciteit. De hechtheid van de branche zorgt er anderzijds voor dat ze een legitieme gesprekspartner is voor beleid, inspectie en maatschappelijke organisaties.

Kortom, komende vanuit een situatie met veel negatieve aandacht heeft de aanpak van de NVZ in brede zin op het gebied van duurzaamheid geleid tot een positieve ontwikkeling.

6.2 Toekomstige dossiers

De stevige dynamiek – wrijving op verschillende niveaus - maakt dus de NVZ tot wat de NVZ is op dit moment. En zoals eerder gezegd, dat beeld is positief. Verbeterpunten zitten hem daarmee meer in de details. Een belangrijkere en interessantere vraag is: hoe zorgen we dat de NVZ in de toekomst op deze manier blijft opereren?

Om zicht te krijgen op dossiers en zaken die in de toekomst gaan spelen, hebben we zowel in de enquête als in de interviews deze vraag expliciet aan de orde gesteld. De onderstaande tabel geeft een overzicht van de verschillende onderwerpen die zijn genoemd.

Tabel 6. Overzicht van onderwerpen voor de toekomst (Zie pag. 44)

De grote opvallende is het dossier ‘nanodeeltjes’. Vanuit veel verschillende hoeken wordt dit onderwerp benoemd als hot topic. De meningen verschillen of het onderwerp inhoudelijk gaat spelen voor de was- en reinigingsmiddelenindustrie. Mogelijk speelt het inzetten van nanodeeltjes geen rol voor de sector, maar is er wel technologische ontwikkeling nodig op het gebied van reiniging van dit soort materialen. Maar het onderwerp heeft de potentie voor veel *public exposure* en kan mogelijk uitgroeien tot een gevoelig dossier.

Ook de stoffendossiers (REACH en CLP) worden genoemd, soms in combinatie met specifieke stoffen als boraten en formaldehyde. De uitvoering en implementatie van deze relatief nieuwe wetgeving zal ook binnen de branche zijn uitwerking hebben. Zo zal er voortgebouwd moeten worden op de al bestaande kennis en zal er geanticipeerd moeten worden op mogelijke *issues* met individuele stoffen (of andere consequenties van de regelgeving). Ook de ‘combinaties van stoffen’ in relatie tot schadelijkheid noemt men als mogelijk toekomstige *issue*. Daarnaast worden de onderwerpen energie en water naar voren geschoven. Beide onderwerpen raken ook aan de was- en reinigingsmiddelenindustrie.

Op een meer generiek niveau zijn de volgende zaken genoemd:

- De drive, kennis en netwerk binnen de NVZ is geconcentreerd bij een beperkt aantal personen. Dit houdt een risico in voor de continuïteit.

- Verder ziet men een toenemende samenwerking met andere brancheorganisaties (NCV, Aërosolvereniging). De samenwerking waardeert men positief met de kanttekening dat de vereniging wel voldoende uniformiteit moet behouden om op te kunnen treden als gesprekspartner namens de sector.

- De NVZ wordt gezien als een brancheorganisatie die voorop loopt en daarmee een voorbeeldfunctie vervult voor andere branches. De NVZ zou deze voortrekkersrol steviger in kunnen vullen. Dit impliceert een bredere blik voorbij de belangen van de branche, zonder deze overigens uit het oog te verliezen.

- De rol van Europa wordt steeds belangrijker. Steeds meer zaken zullen zich primair op Europees niveau ontwikkelen. Ook de grote bedrijven die nu lid zijn van de NVZ richten hun pijlen in toenemende mate op Europa. Natuurlijk blijft het nationale niveau van belang, maar er bestaat een risico dat een rol van de grote bedrijven binnen nationale verenigingen minder vanzelfsprekend wordt. Dit kan grote gevolgen hebben voor de structuur en slagkracht van de vereniging.

Inhoudelijke onderwerpen	Structurele onderwerpen
Nanodeeltjes	Continuïteit binnen de vereniging
Stoffen, REACH en CLP	Toenemende samenwerking met andere brancheorganisaties
Energie	De voortrekkersrol van de NVZ als voorbeeldorganisatie
Water	De toenemende rol van Europa

6.3 De toekomstige NVZ

Het huidige plaatje van de NVZ is zeer zonnig. Voor de nabije toekomst is geen reden voor grote zorg. Er zijn en komen mooie, grote dossiers vanuit Europa. Dossiers waarbinnen ongetwijfeld *issues* naar boven komen die tot de nodige wrijving zullen leiden met wetgevers, inspecties of maatschappelijk organisaties. De historie van de NVZ laat zien dat dit een dynamiek genereert die alleen maar nuttig is. Het biedt kansen tot interactie, zowel intern als extern, en draagt daardoor bij aan het consolideren en verstevigen van de rol van NVZ als gesprekspartner en kennishouder.

De huidige interactie met maatschappelijke organisaties is beperkt. De belangrijkste reden hiervoor is de afwezigheid van echte *issues* die in de publieke belangstelling staan. Hoewel de lijntjes nu nog kort zijn, lijkt het aan te bevelen dat de NVZ zich pro-actief opstelt en de banden nauwer aanhaalt. Onderwerpen als de stoffendossiers (REACH en CLP), energie, water en nanodeeltjes bieden hiertoe zeker kansen.

Een punt van aandacht is het thema continuïteit. Zoals vaak in processen zijn er echte trekkers en duwers nodig om een proces voort te stuwen. Vaak is dit terug te voeren op het enthousiasme van een beperkt aantal personen – personen die de noodzakelijke kennis en het netwerk hebben. Dit lijkt ook bij de NVZ het geval te zijn. Daarnaast richt de overheid zich steeds sterker op ‘het proces’, waardoor bij de overheid posities sneller wisselen en er minder kennis aanwezig is. Dit geeft extra druk op het element continuïteit. Spreiding van kennis door intensievere samenwerking met andere branches kan mogelijk leiden tot het spreiden van risico’s. Het bewaken van het netwerk vraagt extra aandacht. Afwezigheid van *issues*, en daarmee afwezigheid van interactie met bijvoorbeeld de overheid, in combinatie met snellere positiewisselingen bij de overheid maakt het netwerk minder stabiel. Uit eigen initiatief optreden naar de actoren is hier een mogelijke strategie.

Tot slot de interne structuur van de vereniging. De huidige NVZ heeft een goede balans: de grote en kleine(re) leden zijn beide nodig om de NVZ goed te laten functioneren. De toenemende rol van Europa kan gevolgen hebben voor de rol die grote bedrijven binnen een nationale vereniging nog willen spelen. De meerwaarde van die samenwerking moet voor ieder, groot en klein, zichtbaar blijven en worden benoemd. Zo maakt de huidige constellatie het mogelijk op te treden als vertegenwoordiger van de gehele sector. De NVZ is daarmee een legitieme gesprekspartner voor de overheid. De huidige branchebrede implementatie van wet- en regelgeving is een stevige bewaker van het publieke imago van de branche. Een situatie die ontstaat door de interactie tussen de grote en kleine(re) leden.

Ontwikkelingen rond ‘duurzaamheid’ in de afgelopen decennia zorgden voor een dynamiek waarbinnen de NVZ uitstekend wist te gedijen. Wrijvingen met overheid en maatschappelijke organisaties zorgden voor een glansrijke opkomst van de NVZ. Wrijvingen die ook voor een toekomstige NVZ van belang blijven om haar voortrekkersrol te kunnen blijven waarmaken.

Enquête onder NVZ-leden

Analyse vragenlijstonderzoek

De enquête onder de leden is opgesteld in overleg met het bureau van de NVZ. De vragenlijst is geprogrammeerd in een internetapplicatie. Na een looptijd van anderhalve week is er een herinnering verstuurd, waarin de einddatum van het vragenlijstonderzoek is benadrukt. Bovendien heeft het NVZ-bureau nog enkele leden nagebeld om hen te attenderen op het onderzoek. Na drie weken
is de enquête gesloten.

Uiteindelijk is 69% (n=53) van de 77 benaderde leden met de vragenlijst begonnen en hebben 46 leden (60%) de vragenlijst afgerond. Dit betrof 75% van de leden. Met een dergelijke respons wordt een goed beeld van de sector verkregen. Uitsplitsing van de resultaten naar de verschillende deelsectoren is niet goed mogelijk, omdat de populatiegrootte per groep te klein wordt om statistisch harde uitspraken te doen.

De resultaten van de enquête zijn uitgebreid beschreven in een afzonderlijke rapportage.

1

Inleiding

De Nederlandse Vereniging van Zeepfabrikanten bestaat 60 jaar. Een periode waarin veel is gebeurd, ook op het gebied van duurzaamheid. Een goede gelegenheid dus om terug te kijken op het duurzaamheidsbeleid van de vereniging: welke lessen kunnen geleerd worden uit het verleden en wat betekent dit voor de toekomst van de NVZ? Het totale onderzoek bestaat uit deskresearch, interviews en een enquête onder de leden. In dit deelrapport beschrijven we de resultaten van de ledenenquête.

Wij voerden een enquête onder de NVZ-leden uit om een beeld te krijgen van hun visie op de inzet van de vereniging en het bureau in het duurzaamheidsbeleid van de afgelopen jaren. Hoe beoordelen de leden de NVZ inzet op specifieke dossiers? Wat vindt men het grootste succes van de NVZ? Waar moet de NVZ zich de aankomende jaren op richten? De antwoorden op deze en andere vragen komen in deze rapportage aan bod.

Het doel en de aanpak van het onderzoek zijn in hoofdstuk 2 beschreven. Aan de hand van de uiteenzetting van de resultaten van de enquête in het daaropvolgende hoofdstuk, vormt de conclusie (hoofdstuk 4) een overzicht van de belangrijkste bevindingen en aanbevelingen van dit onderzoek.

2

Doel en aanpak

2.1 Doel

De doelstelling van het enquêteonderzoek is het in kaart brengen van de visies van de leden op het duurzaamheidsbeleid van de NVZ.

Duurzaamheidsbeleid is een breed begrip en daarom zijn de volgende subdoelen gedefinieerd:

- Wat is de mening van NVZ- leden over de inzet van de NVZ op specifieke dossiers?
- Wat is de mening van de NVZ-leden op de interne en externe communicatie van het bureau?
- Wat is naar de mening van de leden een succes, een gemiste kans en een mogelijkheid voor de toekomst?

2.2 Aanpak

2.2.1 De vragenlijst

Na een aantal initiële gesprekken hebben wij, in overleg met het NVZ-bureau' een vragenlijst opgesteld die bestond uit de volgende onderdelen:

- De taken van het bureau / wijze van contact met het bureau (2 vragen);
- Mening en waardering over de inzet van de NVZ op specifieke dossiers (3 vragen). De keuze voor de dossiers is gemaakt in overleg met het NVZ-bureau en gebaseerd op het belang voor de verschillende NVZ-leden;
- Mening en waardering over verschillende aspecten van interne en externe communicatie (1 vraag);
- Successen, gemiste kansen en mogelijkheden voor de toekomst (3 vragen);
- Achtergrondinformatie van de respondent (3 vragen);
- Ruimte voor opmerkingen.

Deze vragenlijst is geprogrammeerd in een internetapplicatie. Door het NVZ-bureau is een brief met een aankondiging van het vragenlijstonderzoek verstuurd naar alle leden. Vervolgens is de hyperlink naar internetvragenlijst per e-mail verstuurd; de e-mailadressen hiervoor zijn
aangeleverd door het NVZ-bureau. Na een looptijd van anderhalve week is er een herinnering verstuurd, waarin de einddatum van het vragenlijstonderzoek is benadrukt. Bovendien heeft het NVZ-bureau nog enkele leden nagebeld om hen te attenderen op het onderzoek. Na drie weken is de enquête gesloten.

Uiteindelijk is 69% (n=53) van de 77 benaderde leden met de vragenlijst begonnen en hebben 46 leden (60%) de vragenlijst afgerond. Het gaat hier om 75% van de NVZ-leden. Met een populatie van 53 wordt een mooi beeld van de sector verkregen. Uitsplitsing van de resultaten naar de verschillende deelsectoren geeft echter alleen een kwalitatieve indicatie, omdat de populatiegroottes over het algemeen te klein zijn om statistisch harde uitspraken te doen.

2.2.2 Structuur van de NVZ

De bedrijven die in de NVZ verenigd zijn, houden zich met vier deelgebieden bezig:

- Consumentenproducenten
- Desinfectiemiddelen (NVZ-Nedefa)
- Leden behorende tot het midden- en kleinbedrijf (NVZ Producenten)
- Professionele reinigingssystemen (NVZ-Nifim)

De verdeling van de respondenten over deze vier categorieën zoals bepaald in de enquête is terug te vinden in figuur 1. Bij de besprekingen van de resultaten in hoofdstuk 3 gaan we, daar waar nodig, in op verschillen in antwoord per groep.

Respondenten ingedeeld naar verschillende sectoren (Zie figuur 1 op pag 56)

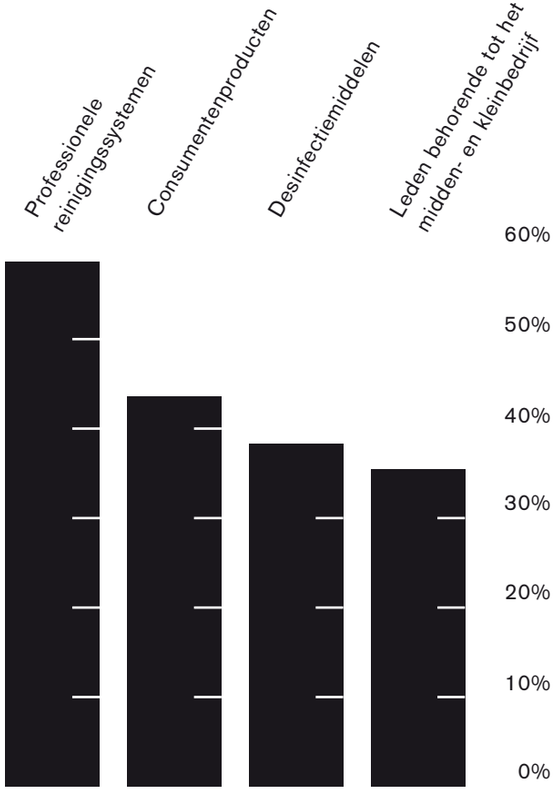
Echter is het mogelijk dat een respondent zich bezighoudt met de productie van bijvoorbeeld professionele reinigingssystemen en consumentenproducten, waardoor het totaal aan sectoren (81) groter is dan het aantal respondenten (n=46).

In de enquête is ook gevraagd naar de bedrijfsgrootte in termen van aantal werknemers.

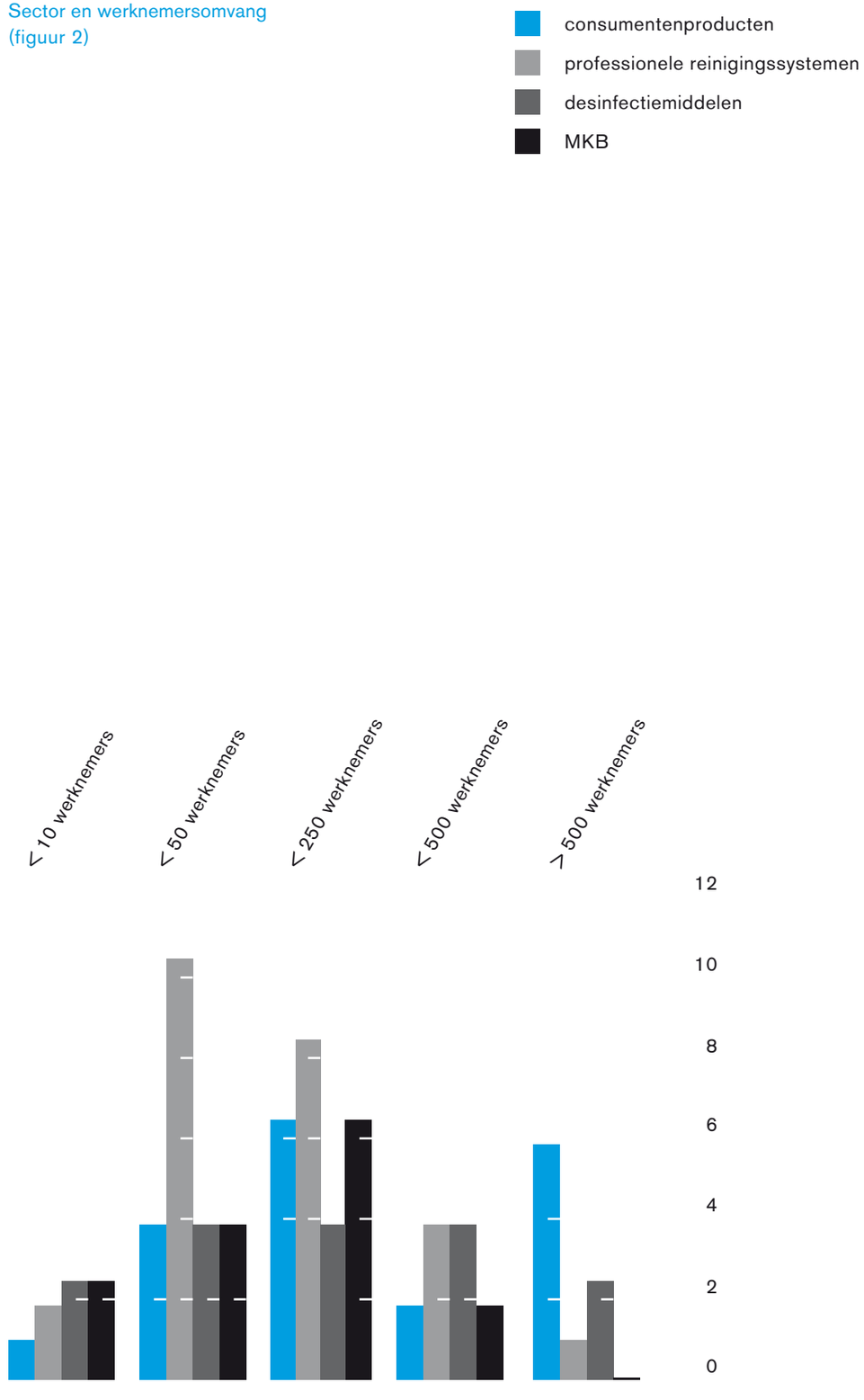
Sector en werknemersomvang (Zie figuur 2 op pag 57)

Het aantal werknemers per bedrijf is per sector redelijk overeenkomstig. De professionele reinigingssystemen is meer vertegenwoordigd met een bedrijfsgrootte tussen de 50 en 250 werknemers.

Respondenten ingedeeld naar verschillende sectoren (figuur 1)



Sector en werknemersomvang (figuur 2)



3

Resultaten

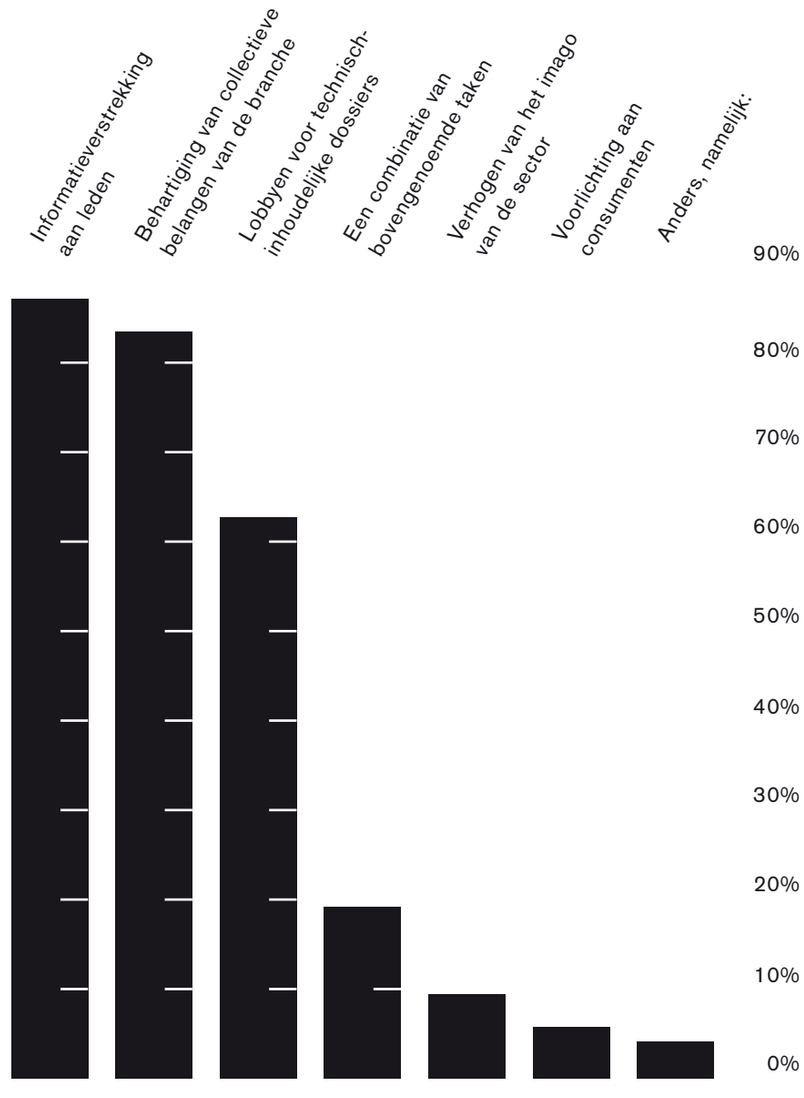
3.1 Inleiding

In dit hoofdstuk presenteren we de resultaten van de enquête. In de bespreking van deze resultaten is de volgorde van de vragenlijst aangehouden. De complete rechte tellingen zijn terug te vinden in Bijlage A van deze rapportage.

3.2 De voornaamste taken

Informatieverstrekking aan de leden (88%) en behartiging van collectieve belangen (84%) worden door de deelnemende NVZ-leden als de voornaamste taken van het bureau gezien. Ongeveer 2/3 van de respondenten (n=49) vindt het lobbyen voor technisch-inhoudelijke dossiers van belang. Andere aspecten (imago, voorlichting aan consumenten) scoren beduidend lager (<20%). Figuur 3 geeft een overzicht van de antwoorden.

Voornaamste taken NVZ
(Zie figuur 3 op pag 61)

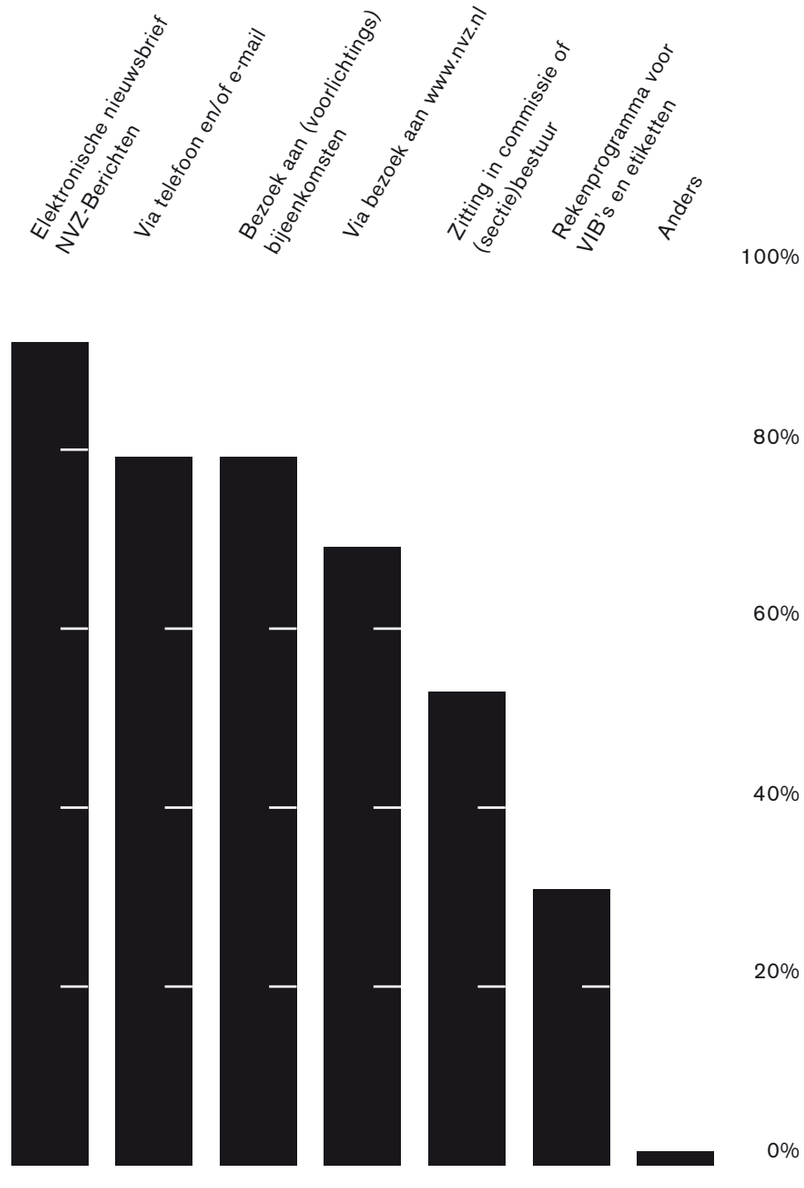


3.3 Contact met het NVZ-bureau

Als lid van de NVZ zijn er verschillende manieren om met het bureau van de NVZ of met activiteiten van het bureau in contact te komen. Figuur 4 geeft de wijze weer waarop de leden van de NVZ met het bureau in aanraking komen:

Contact met het bureau
(Zie Figuur 4 op pag 63)

De elektronische nieuwsbrief (92%) is de meest voorkomende wijze van contact tussen het bureau en de leden. Contact via telefoon en e-mail en bezoek aan (voorlichtings) bijeenkomsten nemen met 80% de tweede plaats in. De helft van de respondenten neemt zitting in commissies of (sectie)bestuur.



3.4 Bepalende dossiers

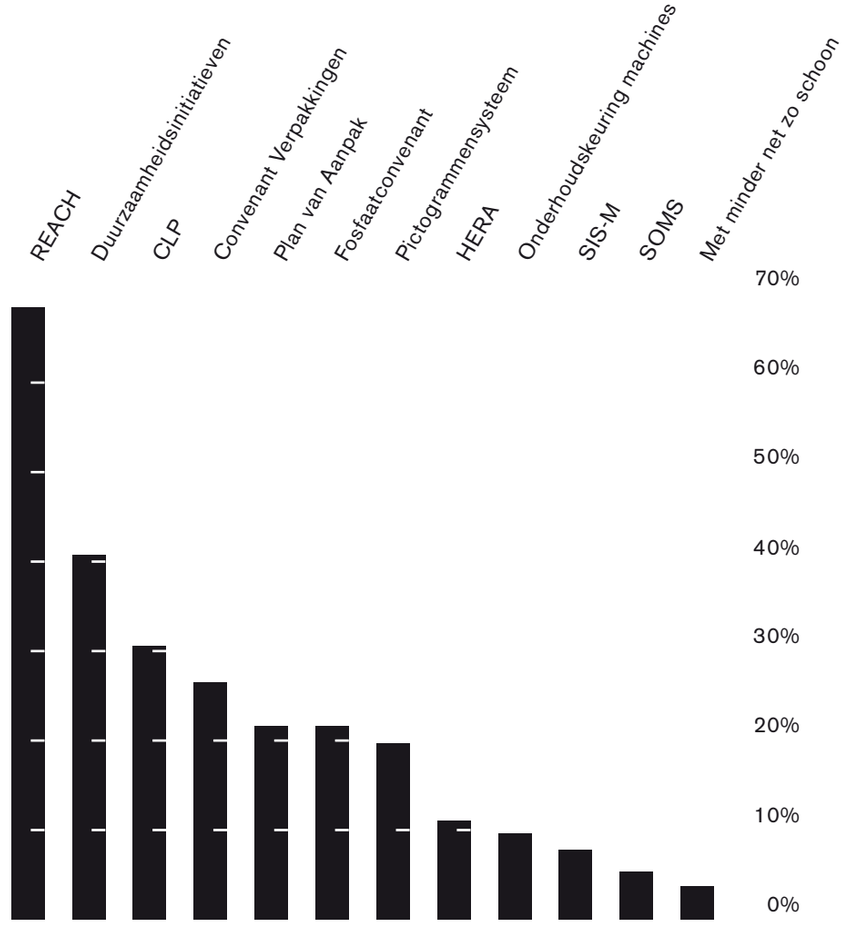
In de volgende vragen hebben we 12 dossiers voorgelegd met het verzoek aan te geven welke drie dossiers het meest bepalend zijn geweest om een uitkomst te krijgen ten gunste van de branche. De uitkomsten van deze vraag zijn terug te vinden in figuur 5.

Bepalende dossiers (Zie figuur 5 op pag 65)

Het REACH dossier steekt bij deze vraag met kop en schouders boven de anderen uit. Duurzaamheidsinitiatieven kan met een score van 41% ook als bepalend dossier worden beschouwd.

Vervolgens hebben we de respondenten gevraagd een top 3 te maken van hun keuze. REACH scoort hier veruit het vaakst als nummer 1 (22 x gekozen), op afstand gevolgd door het Fosfaatconvenant (5x) en het Convenant Verpakkingen (4x). Wanneer we de resultaten uitsplitsen naar de verschillende sectoren dan zien we hetzelfde beeld, zoals in figuur 6 is te zien. Wel zijn er kleine verschillen tussen de sectoren in de waardering van het fosfaatconvenant en het convenant verpakkingen. Gezien het kleine aantal stemmen is dit verschil alleen indicatief.

Top 3 meest bepalende dossiers
(Zie figuur 6 op pag 66)



3.5 Stoffendossiers

Vervolgens hebben de respondenten het Fosfaatconvenant, Plan van Aanpak en REACH beoordeeld op een viertal aspecten:

- Inzet NVZ
- Behaalde resultaat
- Communicatie met leden
- Informatie/Voorlichting

De beoordeling van de drie stoffendossiers op deze vier aspecten geeft een zeer positief beeld. In alle gevallen geldt dat meer dan 70% van de respondenten de aspecten als voldoende beoordeelt. Het aantal respondenten dat een negatief oordeel velt, blijft in alle gevallen beperkt tot 1. Wel is er een relatief grote groep 'geen mening'. Ter illustratie zijn de uitkomsten van deze vraag voor het Fosfaatconvenant in figuur 7 weergegeven. De resultaten van de andere twee dossiers laten hetzelfde beeld zien (en zijn terug te vinden in de bijlagen).

Fosfaatconvenant (Zie figuur 7 op pag 78)

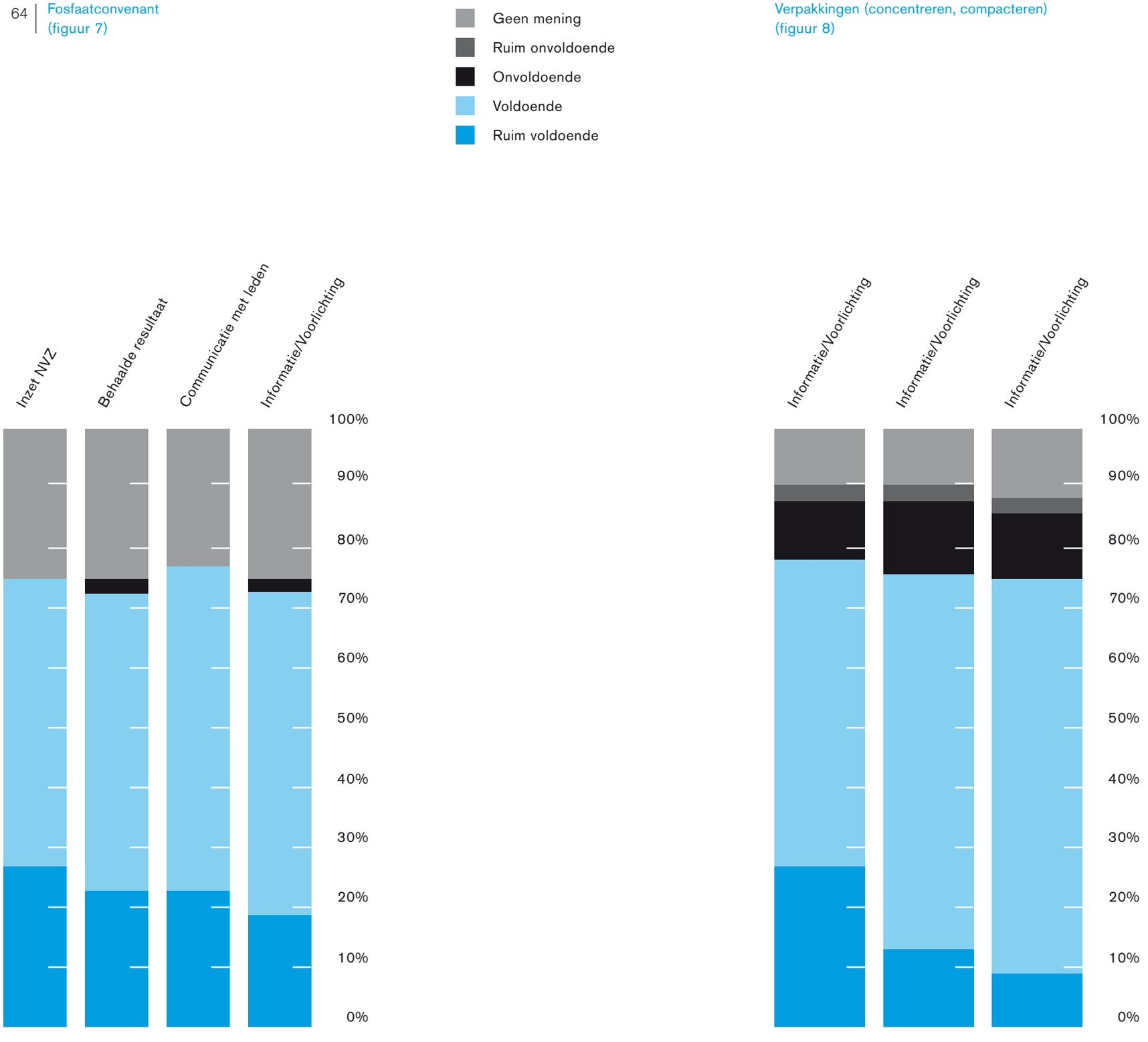
Bij zowel het Fosfaatconvenant als Plan van Aanpak geeft ruim 20% van de respondenten aan geen mening te hebben over de dossiers. Een mogelijke verklaring voor dit resultaat is dat een deel van de respondenten op dat moment geen lid was van de NVZ of dat de respondent op dat moment nog niet werkzaam was binnen het betreffende bedrijf of in de branche. Dit beeld wordt versterkt door het feit dat slechts een klein aantal van de respondenten geen mening heeft over REACH.

3.6 Succes van projecten

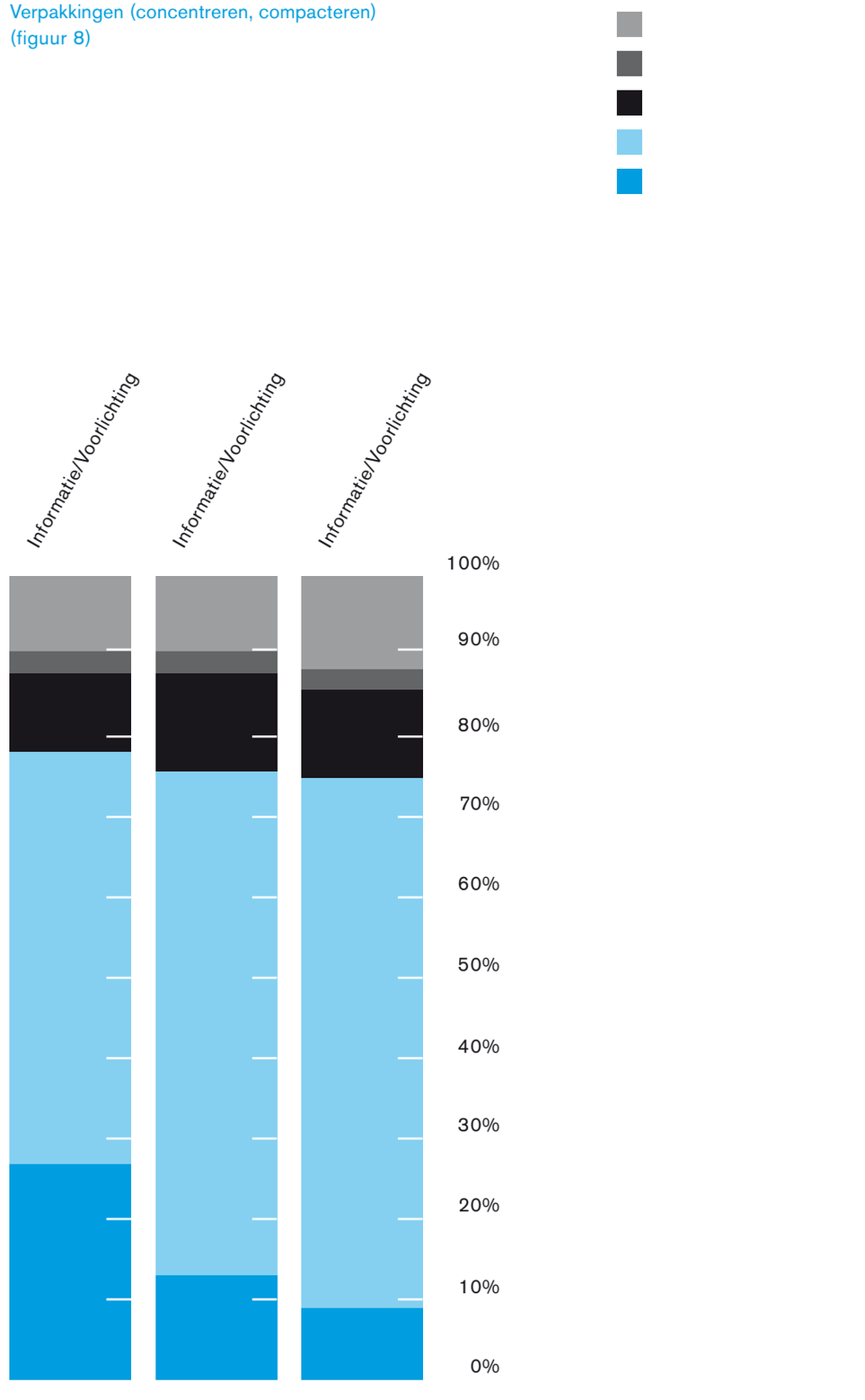
De NVZ heeft met een aantal projecten het voortouw genomen in de duurzame innovatie van de branche. We hebben de respondenten gevraagd het succes van drie innovatieprojecten te waarderen. Het ging hierbij om stoffendossiers, verpakkingen en duurzaamheidsdossiers (Met minder net zo schoon, Charter). Bij deze projecten overheerst hetzelfde beeld als bij de beoordeling van de stoffendossiers; meer dan 70% van de respondenten waardeert het succes van het stoffenbeleid, verpakkingsbeleid en duurzaamheidsprogramma's als voldoende of ruim voldoende. Het project Verpakkingen wordt het meest als onvoldoende gewaardeerd en is in figuur 8 weergegeven. Een overzicht van de resultaten van de andere projecten is terug te vinden in de bijlage. Overigens scoren de vier sectoren hetzelfde bij alle drie de projecten.

Verpakkingen (concentreren, compacteren) (Zie figuur 8 op pag 79)

Fosfaatconvenant
(figuur 7)



Verpakkingen (concentreren, compacteren)
(figuur 8)



3.7 Interne en externe communicatie

3.7.1 Interne communicatie

Het NVZ-bureau treedt via diverse kanalen in contact met haar leden, variërend van het ledendeel van de website tot aan ledenvergaderingen. We vroegen de respondenten naar hun oordeel over de interne communicatie van de NVZ naar de leden. Figuur 9 geeft de resultaten van deze vraag weer:

Interne communicatie (Zie figuur 9 op pag 71)

De figuur laat zien dat er grote tot zeer grote tevredenheid is over de verschillende interne communicatie-uitingen van de NVZ: meer dan 70% is in alle gevallen tevreden. Het relatief grote aandeel geen mening bij de onderdelen ‘cursussen’ en ‘digitaal informatie systeem’ is afkomstig van twee bedrijven uit de sectoren consumentenproducten en professionele reinigingssystemen.

De resultaten van vraag 1 toonden dat informatieverstrekking aan de leden als een van de belangrijkste taken van de vereniging wordt gezien. De resultaten van deze vraag laten zien dat men de huidige inzet van de NVZ op dit gebied positief waardeert.

3.7.2 Externe communicatie

Ook de externe communicatie van de NVZ is door de respondenten beoordeeld (figuur 10). Het oordeel hierover is weliswaar op bepaalde aspecten minder positief, maar ook hier is ten minste meer dan de helft van de respondenten tevreden over de verschillende onderdelen van externe communicatie.

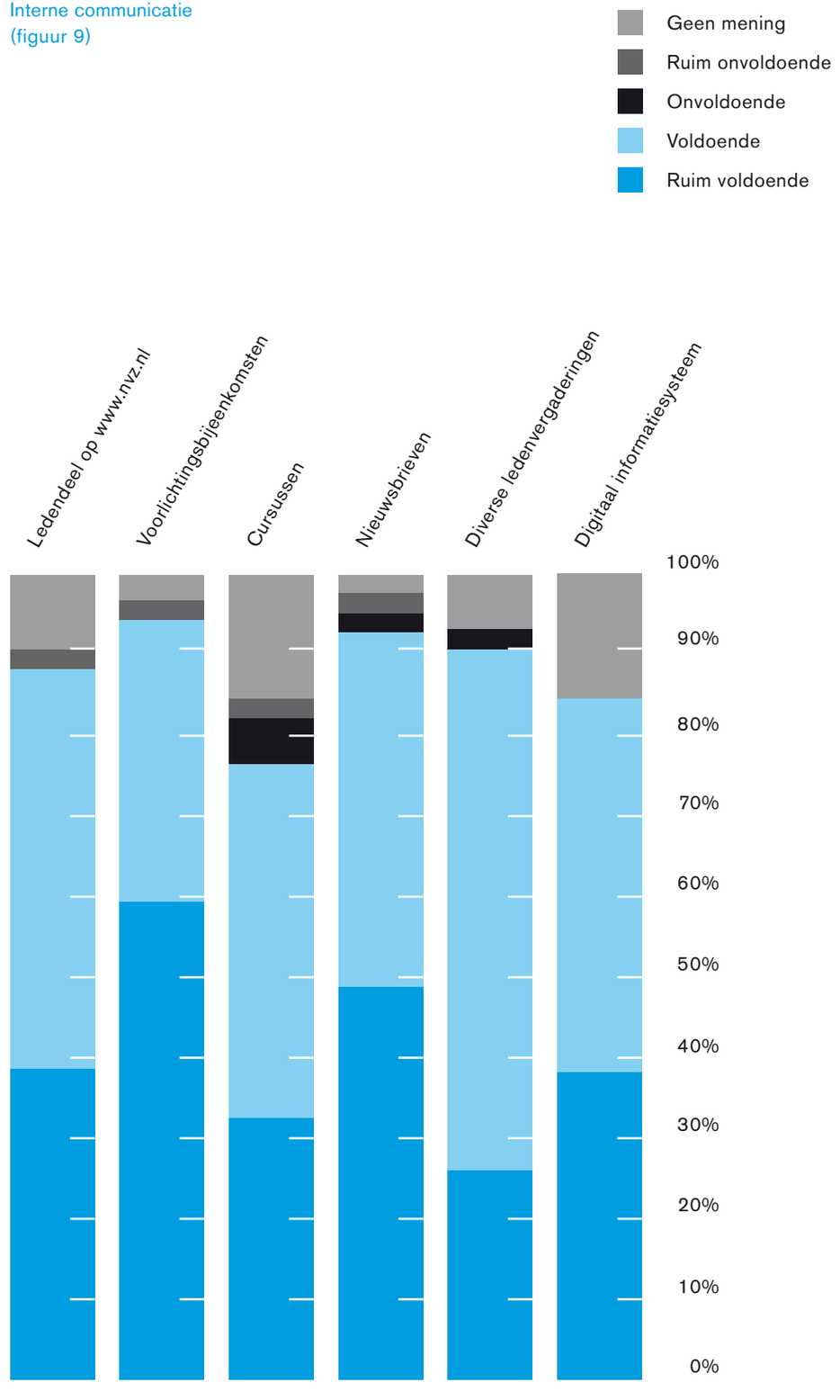
De negatieve waardering bij “effectiviteit voorlichting van consumenten” en “van nut bij contacten met consumenten” is niet toe te kennen aan bedrijven uit een specifiek deelgebied van de NVZ.

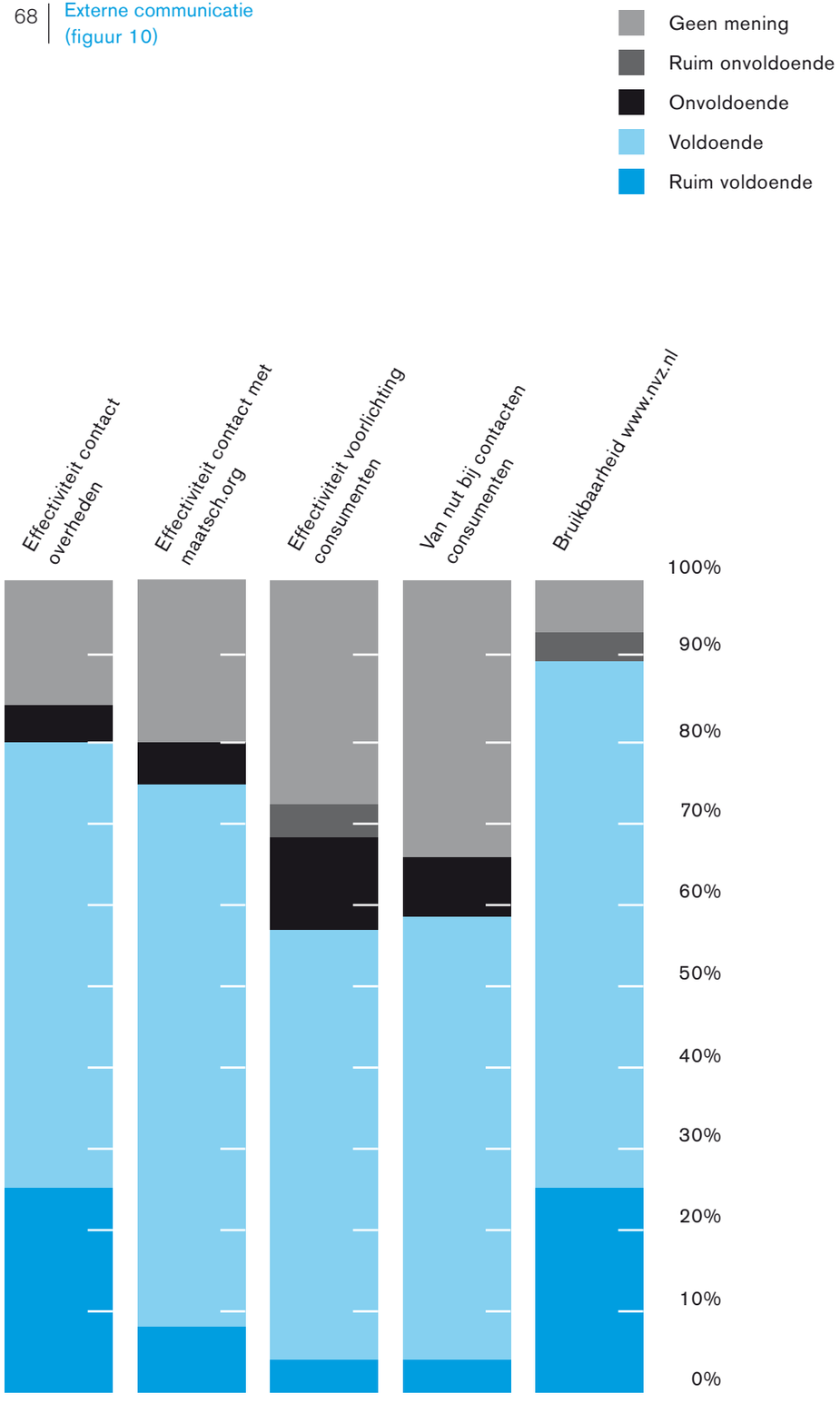
Het aantal respondenten (15) dat geen mening geeft over het onderdeel “van nut bij contacten met consumenten” komt voor het grootste gedeelte uit de sector van de professionele reinigingssystemen. Dit is begrijpelijk aangezien deze producenten geen direct contact

hebben met consumenten. De 13 respondenten die geen mening hebben gegeven over “effectiviteit voorlichting van consumenten” zijn verspreid over de vier sectoren.

Externe communicatie (Zie figuur 10 op pag 72)

Interne communicatie
(figuur 9)





3.8 Grootste succes

We boden de respondenten de mogelijkheid een eigen invulling te geven aan de volgende vraag: “Wat is in uw ogen het grootste succes van de NVZ?” Figuur 11 geeft de uitkomsten van deze vraag samengevoegd in zes categorieën (het overzicht van de gemaakte opmerkingen is terug te vinden in de bijlage).

Van de 47 respondenten hebben 19 respondenten aangegeven de dialoog binnen het netwerk van de NVZ (de overheid en ngo’s) en de kennis- en informatiedeling binnen dit netwerk als het grootste succes van de NVZ te beschouwen. Maar ook interne communicatie wordt door 11 respondenten als een succes beschouwd. Bovendien vinden 9 respondenten het neerzetten van een betrouwbaar en innovatief imago ten opzichte van de markt, overheid en leden een succesvol resultaat dat door de NVZ is verwezenlijkt. Tenslotte beschouwen 8 respondenten het samenbrengen van producenten en het creëren van een platform voor discussies als een groot succes van de NVZ als vereniging.

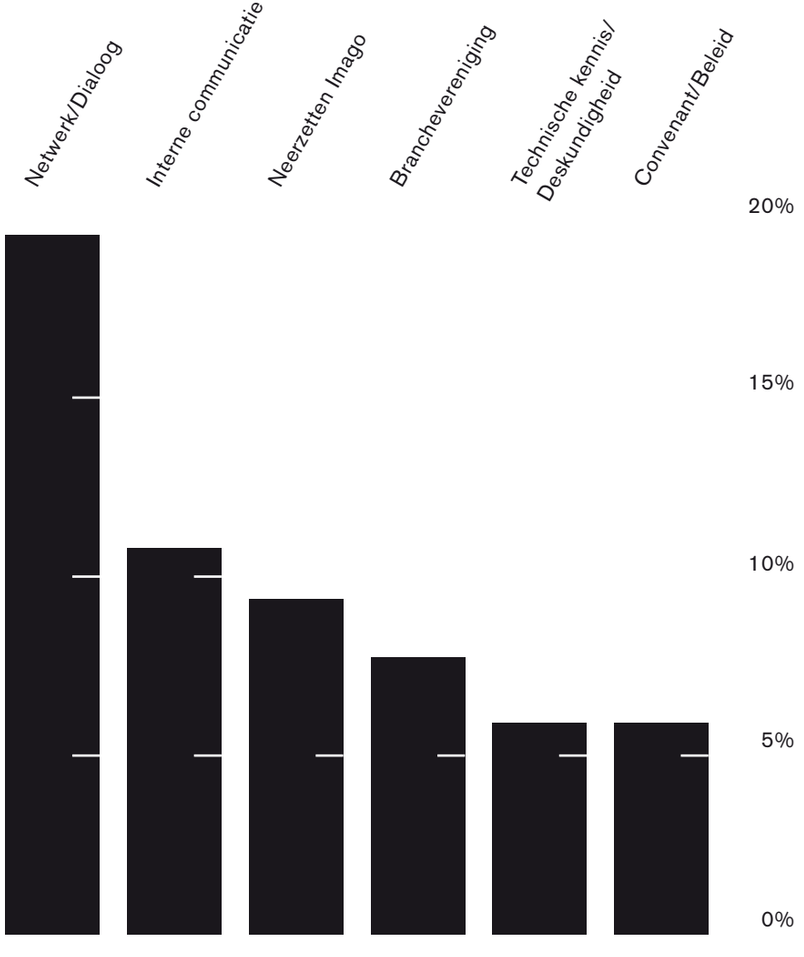
Grootste succes in aantallen stemmen
(Zie figuur 11 op pag 74)

3.9 Gemiste kansen

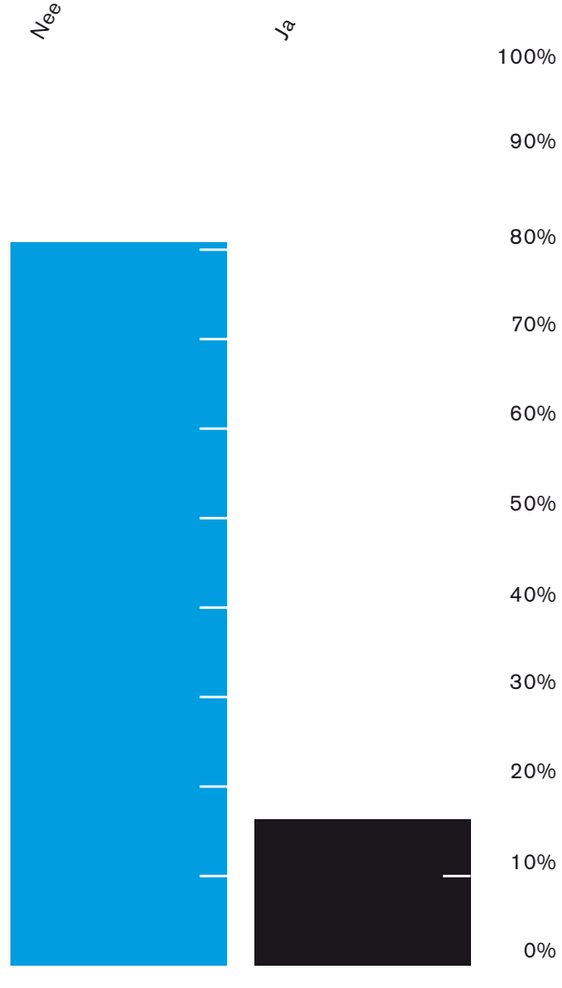
In het duurzaamheidsbeleid van de afgelopen jaren, zijn er keuzes gemaakt die mede het succes van de NVZ hebben bepaald. Wij hebben de leden gevraagd of er mogelijk onderwerpen en/of kansen gemist zijn in de afgelopen jaren. Uit figuur 12 blijkt dat het merendeel van de respondenten vindt dat er geen kansen gemist zijn. Slechts een klein aantal (9) van de respondenten is van mening dat de NVZ de afgelopen jaren kansen of onderwerpen heeft laten liggen. Voorbeelden hebben betrekking op nadrukkelijker profileren en invloed uitoefenen binnen Europa en op biociden beleid. Ook onderwerpen op het gebied van industriële reiniging hadden meer aandacht moeten krijgen.

Kansen en onderwerpen laten liggen?
(Zie figuur 12 op pag 75)

Grootste succes in aantallen stemmen (figuur 11)



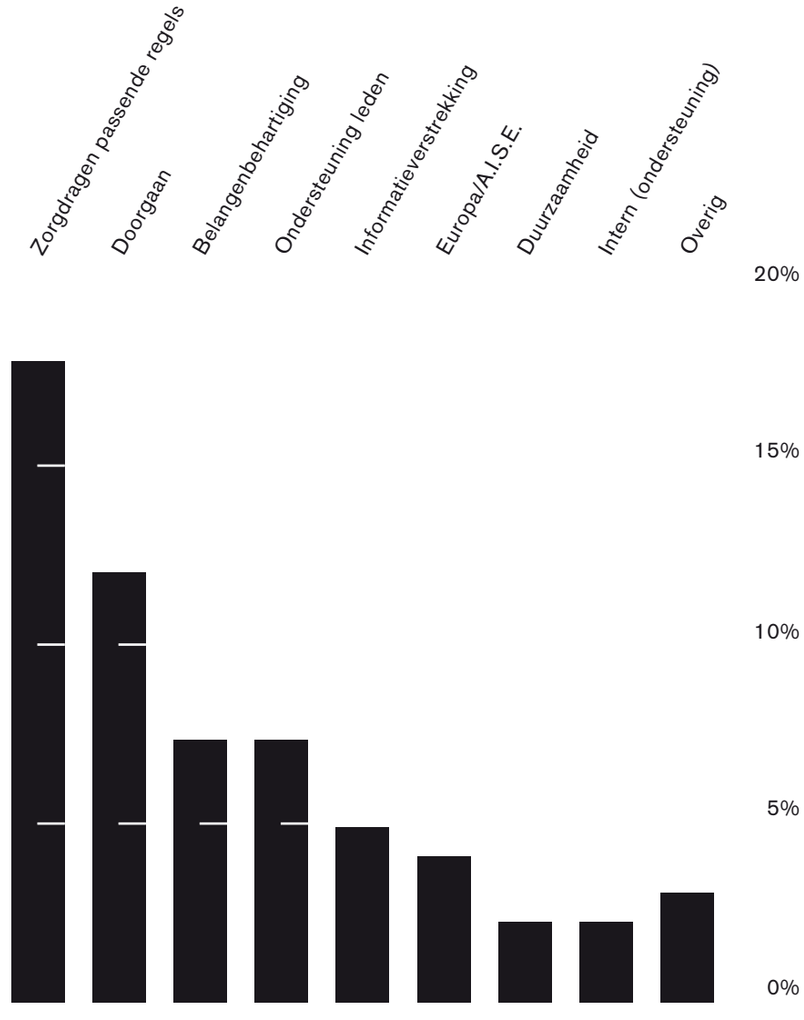
Kansen en onderwerpen laten liggen? (figuur 12)



3.10 Toekomst

Bij het vragen naar aspecten waar de NVZ zich de aankomende jaren op zal moeten richten, geven 18 van de 46 respondenten aan dat de NVZ zorg moet dragen voor passende regels in het kader van dossiers zoals REACH en CLP. Uit figuur 13 blijkt tevens dat 12 respondenten benadrukken dat de NVZ moet doorgaan zoals het de afgelopen jaren heeft gefunctioneerd, in lijn met de overheersende positieve waardering in de gehele enquête. De specifieke antwoorden per categorie zijn terug te vinden in de bijlage.

Focuspunten voor de toekomst
(Zie figuur 13 op pag 87)



4

Conclusie

4.1 Conclusie

De conclusie uit dit vragenlijstonderzoek is overduidelijk: het duurzaamheidsbeleid van de NVZ wordt door de respondenten op alle aspecten met grote overtuiging als (zeer) positief beoordeeld, zonder noemenswaardige verschillen tussen de verschillende sectoren van de NVZ. Het responspercentage op de enquête was 60%.

De respondenten hebben veel waardering voor de inzet van de NVZ in drie stoffendossiers: in meer dan 70% van de gevallen is het oordeel positief en velt slechts een enkeling een negatief oordeel. REACH is een bepalend dossier voor de NVZ inzet. Dit positieve beeld klopt met de verwachting van de inzet van het bureau van de NVZ. De leden vinden 'opkomen voor collectieve belangen' en het 'lobbyen voor technisch inhoudelijke dossiers' kerntaken van het NVZ-bureau. Dit wordt verder onderschreven door de positieve waardering voor de externe communicatie naar overheden en maatschappelijke organisaties. Kortom: als het gaat om 'stoffen' dan is de waardering van de leden groot en pakt het NVZ-bureau de goede dossiers op, op een manier die voldoet aan de verwachtingen.

Voor de duurzaamheidselementen als 'stoffenbeleid', 'verpakkingen' en 'duurzaamheidsprogramma's (bijv. Charter) geldt eenzelfde beeld. De mening van de respondenten is overwegend positief, met iets meer – maar overigens nog steeds zeer beperkte - negatieve bijklank. Ook hier is de waardering congruent met wat men verwacht van de vereniging en de waardering voor de externe communicatie als belangrijk NVZ succes.

Infomatieverstrekking wordt gezien als één van de belangrijke taken van de NVZ. De waardering voor de uitvoering van die taak is, ook hier, hoog.

De verwachtingen van rol van NVZ en de zeer positief gewaarde invulling van die rol door de NVZ-leden laat eigenlijk maar ruimte voor één conclusie: de leden van de NVZ vinden dat de vereniging doet wat ze moet doen en op een zeer gewaardeerde manier. Dat de respondenten van mening zijn dat de NVZ de afgelopen jaren op het gebied van duurzaamheidsbeleid weinig kansen heeft gemist en nauwelijks onderwerpen heeft laten liggen, ligt in de lijn der verwachting bij zulke positieve beoordelingen.

4.2 Toekomst

Door de positieve resultaten uit het verleden, geven de NVZ-leden aan dat de vereniging en het bureau door moeten gaan zoals het de afgelopen jaren heeft gefunctioneerd.
Het zorgen voor passende regels voor dossiers als REACH en CLP zien de respondenten als belangrijkste aandachtspunt voor de toekomst. Het continueren van de ondersteuning van de leden door middel van vertaling van regelgeving en het behartigen van de belangen van leden zijn aspecten waar de NVZ zich in de toekomst mee bezig moet blijven houden. Samenvattend lijkt de algemene boodschap van de respondenten als aanbeveling voor de toekomst het voortzetten en verder uitbouwen van al het goede werk dat de afgelopen jaren is uitgevoerd en het duurzaamheidsbeleid inhoud heeft gegeven.

Bijlage A: Rechte tellingen enquête

Vraag 1: Wat zijn in uw ogen de drie voornaamste taken van het NVZ-bureau?

n=49	Aantal	Percentage
Informatieverstrekking aan leden	43	88%
Behartiging van collectieve belangen van de branche	41	84%
Lobbyen voor technisch-inhoudelijke dossiers	31	63%
Een combinatie van bovengenoemde taken	10	20%
Verhogen van het imago van de sector	5	11%
Voorlichting aan consumenten	3	7%
Anders, namelijk: • contact met de overheid • platform voor overleg tussen fabrikanten	2	4%

Kunt u op basis van uw geselecteerde taken een top 3 samenstellen?

n=49	Aantal 1	Aantal 2	Aantal 3
Informatieverstrekking aan leden	20	11	9
Behartiging van collectieve belangen van de branche	15	15	7
Lobbyen voor technisch-inhoudelijke dossiers	3	12	14
Een combinatie van bovenstaande taken	5	1	4
Voorlichting aan consumenten	1	1	1
Verhogen van het imago van de sector	0	1	4
Anders, namelijk: • contact met de overheid • platform voor overleg tussen fabrikanten	0	1	1

Vraag 2: U bent lid van de NVZ. Op welke manier**(en)** komt u in contact met **(de activiteiten van)** het NVZ-bureau?

n=49	Aantal	Percentage
Door de elektronische nieuwsbrief NVZ-Berichten	45	92%
Door contact via telefoon en/of e-mail	39	80%
Via bezoek aan NVZ (voorlichtings)bijeenkomsten	39	80%
Via bezoek aan www.nvz.nl	34	69%
Door zitting in een commissie of (sectie)bestuur	26	53%
Door het rekenprogramma voor VIB's en etiketten	15	31%
Anders, namelijk: • A.I.S.E. Commissies	1	2%

Vraag 3: Op welke drie dossiers is het werk van de vereniging NVZ het meest bepalend geweest om een uitkomst te krijgen ten gunste van de branche?

n=49	Aantal	Percentage
REACH	34	69%
Duurzaamheidsinitiatieven	20	41%
Convenant Verpakkingen	13	27%
Plan van Aanpak	11	22%
Ontwikkeling pictogrammensysteem	10	20%
Fosfaatconvenant	11	22%
CLP	15	31%
HERA	6	12%
Onderhoudskeuring machines	5	10%
SIS-M	4	8%
SOMS	3	6%
Met minder net zo schoon	2	4%

Kunt u op basis van uw geselecteerde dossiers een top 3 samenstellen?

n=49	Aantal 1	Aantal 2	Aantal 3
REACH	22	6	3
Fosfaatconvenant	5	4	1
Convenant Verpakkingen	4	3	6
Duurzaamheidsinitiatieven	3	6	10
Plan van Aanpak	3	5	2
Ontwikkeling pictogrammensysteem	3	4	3
HERA	3	1	2
SIS-M	2	0	1
CLP	0	11	4
Onderhoudskeuring machines	0	2	2
SOMS	0	2	1
Met minder net zo schoon	0	1	1

Vraag 4: De NVZ heeft haar leden in een aantal belangrijke stoffendossiers zowel nationaal als internationaal vertegenwoordigd. Hoe beoordeelt u de inzet van de NVZ in de volgende drie dossiers?

Fosfaat-convenant n=48	Ruim voldoende	Voldoende	On-voldoende	Ruim on-voldoende	Geen mening
Inzet NVZ	**13**	**23**	0	0	12
Behaalde resultaat	**11**	**24**	1	0	12
Communicatie met leden	**11**	**26**	1	0	11
Informatie/ Voorlichting	**10**	**25**	0	0	12

Plan van Aanpak n=48	Ruim voldoende	Voldoende	On-voldoende	Ruim on-voldoende	Geen mening
Inzet NVZ	**13**	**24**	0	0	11
Behaalde resultaat	**8**	**28**	1	0	11
Communicatie met leden	**6**	**32**	0	0	10
Informatie/ Voorlichting	**6**	**32**	0	0	10

REACH n=48	Ruim vol-doende	Voldoende	On-voldoende	Ruim on-voldoende	Geen mening
Inzet NVZ	**21**	**26**	0	1	0
Behaalde resultaat	**15**	**29**	0	1	3
Communicatie met leden	**20**	**27**	0	1	0
Informatie/ Voorlichting	**21**	**26**	0	1	0

Vraag 5: De NVZ zet zich al jaren in voor duurzame innovatie in de branche. Met een aantal projecten heeft de vereniging hierin het voortouw genomen. Hoe beoordeelt u het succes van onderstaande projecten?

Stoffen-beleid n=48	Ruim voldoende	Voldoende	On-voldoende	Ruim on-voldoende	Geen mening
Inzet NVZ	**17**	**20**	1	0	10
Behaalde innovatie	**7**	**29**	2	0	10
Communicatie naar markt	**3**	**30**	3	0	12

Ver-pakkingen n=48	Ruim voldoende	Voldoende	On-voldoende	Ruim on-voldoende	Geen mening
Inzet NVZ	**14**	**24**	4	1	4
Behaalde innovatie	**7**	**30**	6	1	4
Communicatie naar markt	**5**	**32**	5	1	5

Duurzaam-heids programma's n=48	Ruim voldoende	Voldoende	On-voldoende	Ruim on-voldoende	Geen mening
Inzet NVZ	**17**	**25**	0	1	5
Behaalde innovatie	**9**	**32**	1	1	5
Communicatie naar markt	**8**	**33**	2	1	4

Vraag 6: Hoe beoordeelt u de interne en externe communicatie van de NVZ op de volgende aspecten?

Interne communicatie n=48	Ruim voldoende	voldoende	on-voldoende	Ruim on-voldoende	Geen mening
Ledendeel op www.nvz.nl	**19**	**24**	0	1	4
Voorlichtings-bijeenkomsten	**29**	**17**	0	1	1
Cursussen	**16**	**21**	3	1	7
Nieuwsbrieven	**24**	**21**	1	1	1
Diverse ledenvergaderingen	**13**	**31**	1	0	3
Digitaal informatie-systeem	**19**	**22**	0	0	7

Externe communicatie n=48	Ruim voldoende	voldoende	on-voldoende	Ruim on-voldoende	Geen mening
Effectiviteit contact met overheden	**13**	**26**	2	0	7
Effectiviteit contact met maatschappelijke organisaties	**4**	**33**	2	0	9
Effectiviteit voorlichting van consumenten	**2**	**26**	6	1	13
Van nut bij contacten met consumenten	**2**	**27**	4	0	15
Bruikbaarheid www.nvz.nl	**13**	**31**	0	1	3
Bruikbaarheid www.isditproductveilig.nl	**17**	**24**	1	1	5

Vraag 7: Wat is in uw ogen het grootste succes van de NVZ?

n=47	Aantal
Netwerk / Dialoog:	19
• Overheid	10
• Belangenbehartiging	4
• NGO's	2
• Voorlichting consument	2
• Externe communicatie: Kennis en informatiedeling	1
Interne communicatie	11
• Communicatie naar leden	2
• Kennis en informatiedeling	5
• Interpretatie	4
Neerzetten imago	9
• T.o.v. markt	1
• T.o.v. overheid	3
• T.o.v. leden	1
• Innovativiteit	2
• Verantwoordelijkheid nemen	1
• Betrouwbaarheid	1
Brancheverenging:	8
• Platform discussies	3
• Samenbrengen producenten	2
• Ondersteuning MKB, gedragen door A-merken	2
• Bijeenhouden leden	1
Technische werkzaamheden / Deskundigheid (intern/extern)	6
Convenant/Beleid:	6
• Annex IV en V	2
• Convenant Verpakkingen	1
• Fosfaatconvenant	1
• Stoffenbeleid	1
• REACH	1

Vraag 8: Heeft de NVZ in uw ogen de afgelopen jaren kansen of onderwerpen laten liggen?

n=47	Aantal	Percentage
Nee	38	81%
Ja • Uitdrukkelijker profileren bij A.I.S.E. op Europese dossiers • Niet alle onderwerpen zijn behandeld, maar wel juiste keuzes gemaakt • Te makkelijk meegegaan in A.I.S.E. charter • Onderwerpen op gebied van industriële reiniging • Jaarlijkse vergadering met bijbehorende overnachting • Grotere invloed op biocidenbeleid	9	19%

Vraag 9: Waar moet de NVZ zich de komende jaren op richten?

n=46	Aantal	
Zorgdragen voor passende regels		18
• REACH	7	
• CLP	6	
• BPD	1	
• Ecolabel	1	
• Sustainability	1	
• MVO	1	
• Biocidenwetgeving	1	
Doorgaan, waaronder:		12
• Voorlichting leden	1	
• Contact overheid (eventueel verbeteren)	1	
• Voorlichting consumenten	1	
• Juiste acties op juiste tijdstippen	1	
• Netwerk in stand houden	1	
• Bewaken kwaliteit	1	

n=46	Aantal
Belangenbehartiging	7
• SME's	1
• MKB	1
• Leden	1
• Verbeteren imago	2
• Locale Nederlandse *issues*	1
• Kleine leden	1
Ondersteuning leden:	7
• Vertaling regelgeving / Implementatie REACH en CLP	2
• Druk / Potentiële problemen voor MKB	3
• Verminderen regeldruk	1
• Consequenties implementatie regelgeving	1
Informatieverstrekking	5
• Over regelgeving	1
• Grondstoffendossiers	1
• Voorlichting consumenten	1
• Bedrijven adviseren / begeleiding bij regelgeving	1
Europa / A.I.S.E.	4
• Belangenvertegenwoordiging multinationals	1
• Samenwerking en integratie Europese brancheverenigingen	1
• Actievere rol in Europees beleid	1
• Waardige gesprekspartner op Europees niveau	1
Duurzaamheid (Imago en grafische industrie)	2
Intern (ondersteuning)	2
• Minder krampachtig op sociale en informele aspecten	1
• Uitbouw sterke aanpak Technische Commissies	1
• Overig (Veilig werken, Vervangen van stoffen als NTA en anticiperen)	3

Vraag 10: In welke sectie / deelgebied van de NVZ is uw bedrijf actief?

n=46	Aantal	Percentage
Professionele reinigingssystemen (NVZ-Nifim)	27	59%
Consumentenproducenten	20	43%
Desinfectiemiddelen (NVZ-Nedefa)	18	39%
Leden behorende tot het midden- en kleinbedrijf (NVZ Producenten)	16	35%

Vraag 11: Hoeveel werknemers heeft uw bedrijf?

n=46	Aantal	Percentage
< 50 werknemers	14	30%
< 250 werknemers	13	28%
> 500 werknemers	8	17%
< 500 werknemers	6	13%
< 10 werknemers	5	11%

Vraag 12: Is uw bedrijf een:

n=46	Aantal	Percentage
Zelfstandig bedrijf	21	46%
Onderdeel van een multinational	19	41%
Multinational	6	13%

Vraag 13: Hebt u nog opmerkingen naar aanleiding van deze vragenlijst?

Opmerking
Neen, graag medewerking verleend om een duidelijk beeld te krijgen van de vereniging.
Vragenlijst is in belangrijke mate toegespitst op de NVZ-leden - wij zijn NVZ-Nedefa lid en hebben vanuit die invalshoek minder met de 'reinigingsproducten' te maken, waardoor niet alle vragen voor ons even relevant zijn.
De NVZ heeft een leidende figuur gespeeld als vaandrager in de wereld van de nationale associaties dankzij haar zeer wetenschappelijke aanpak van de dossiers. Betreffende de vragenlijst, nuances zijn moeilijk te verwoorden als u met knop keuzes moet antwoorden. Ik had graag één en ander commentaar gegeven om beter mijn antwoorden te kunnen onderbouwen. Anders was het ok.
Er wordt te weinig onderscheid gemaakt tussen consumentenactiviteiten en professionele reinigingsactiviteiten.
Ik verwachtte meer focus op duurzaamheid / MVO.
Wij zijn als bedrijf lid van de technische commissie machines waardoor een groot deel van de vragen voor ons niet relevant is.

Verantwoording

De inhoud van deze publicatie is gebaseerd op interviews met betrokkenen, (zie tabel op pag. 47) een ronde tafel gesprek met de begeleidingscommissie, een enquête onder de leden van de NVZ, en literatuuronderzoek.

De eerste resultaten van het onderzoek zijn getoetst en aangevuld in een ronde tafel gesprek met de begeleidingscommissie. Deze bestond uit vertegenwoordigers van Alpheios, JohnsonDiversey, Henkel, Proctor&Gamble, en Unilever.

Interviews

Ministerie van VROM
Ministerie van VWS
Ministerie van Economische Zaken
Voedsel en Waren Autoriteit
IVAM
Greenpeace
Vereniging van de Nederlandse Chemische Industrie (VNCI)
Milieu Centraal
Consumentenbond
TNO Kwaliteit van Leven
Unilever
JohnsonDiversey
Ecolab
A.I.S.E.

Literatuur

Voor het onderzoek hebben wij gebruik gemaakt van de volgende bronnen.

Daarnaast zijn de websites van relevante organisaties & projecten gebruikt

Titel	Auteurs	Organisatie	Jaartal
Veilig gebruik van professionele schoonmaakmiddelen; www.IsDitProductVeilig.nl	Gezamenlijke uitgave van NVZ en Milieu Centraal	NVZ en Milieu Centraal	Mei 2008
Jaarbericht 2002; Nederlandse Vereniging van Zeepfabrikanten	NVZ	NVZ	2002
Jaarbericht 2003; Nederlandse Vereniging van Zeepfabrikanten	NVZ	NVZ	2003
Jaarbericht 2004; Nederlandse Vereniging van Zeepfabrikanten	NVZ	NVZ	2004
Jaarbericht 2005; Nederlandse Vereniging van Zeepfabrikanten	NVZ	NVZ	2005
Jaarbericht 2006; Nederlandse Vereniging van Zeepfabrikanten	NVZ	NVZ	2006
Jaarbericht 2007; Nederlandse Vereniging van Zeepfabrikanten	NVZ	NVZ	2007
Rapport NVZ-NIFIM; Onderzoek onder Leden	Research International	Research International	17 september 1997
Wasmiddelfosfaten en wasmiddelfabrikanten	Oude, ir. N.T. de	NVZ	1979
Rapport van de overleg groep fosfaatreductie	De overleg groep fosfaatreductie		Januari 1980
Fosfatennota; Maatregelen voor het terugdringen van de fosfaatbelasting van het Nederlandse oppervlaktewater	Tweede Kamer nota		1979
Fosfaatverbod in wasmiddelen; Gevolgen voor milieu en consument in Nederland	Oude, ir. N.T. de, dr. A.L. de Jong	NVZ	1 maart 1982
Talking about chemicals with consumers; confidence through communication? The fourth HERA workshop	HERA	HERA	2004
Talking about chemicals with consumers; The language of risk communication. The third HERA Workshop	HERA	HERA	2003
Five years ahead of REACH; The HERA Reference Book. A description of HERA from 1999 to 2005	HERA	HERA	June 2005
Streamlining the activities of HERA		HERA	25-7-2001
Minutes of the HERA communications meeting		HERA	5th february 2001
Practical Aspects of Environmental Hazard Assessment of Detergent Chemicals in Europe; Outcome of AIS 2nd workshop, LIMELETTE, June 1992	Association Internationale de la Savonnerie et de la Détergence	Association Internationale de la Savonnerie et de la Détergence	June 1992
Environmental risk characterization of 4 major surfactants used in the Netherlands	Feijtel, T.C.J., E.J. van de Plassche	NVZ en RIVM	September 1995
Evaluatierapport van het Plan van Aanpak was- en reinigingsmiddelen	Ministerie van VROM en NVZ	Ministerie van VROM en NVZ	Maart 1994
Environmental risk assesment of detergents; Proceedings of a Dutch Government-Industry workshop on April 9th 1992 Leidschendam, The Netherlands	Bruring, W.J., J.W. van Hoogstraten	VROM-DGM, RIVM, NVZ	1992

Titel	Auteurs	Organisatie	Jaartal
Environmental Rist Assesment of Detergent Chemicals; Proceedings of the A.I.S.E./ CESIO Limelette III Workshop on 28-29 November 1995	A.I.S.E. en CESIO	A.I.S.E. en CESIO	1996
Fate of organic compounds in a pilot-scale activated sludge plant: DynTreat model validation study: RIZA report 98.059	Temmink, Hardy, Bram Klapwijk	A.I.S.E./CESIO, RIZA, VROM, EC	1998
Phosphonates in domestic laundry- and cleaning agents; Environmental fate, behaviour, ecotoxicology and environmental risk assessment	Overleggroep Deskundigen Wasmiddelen-Milieu	Overleggroep Deskundigen Wasmiddelen-Milieu	December 1997
Expert Meeting on Ultimate Biodegradability; Bilthoven November 9th 1990, Proceedings	Overleggroep Deskundigen Wasmiddelen-Milieu	Overleggroep Deskundigen Wasmiddelen-Milieu	Mei 1991
Milieuaspecten van kationische oppervlakte actieve stoffen als wasverzachters (aanvulling); Aanvullende onderzoeksgegevens, conclusies en onderzoeksaanbevelingen. Supplement: Conclusions and recommendations for research in English	Overleggroep Deskundigen Wasmiddelen-Milieu	Overleggroep Deskundigen Wasmiddelen-Milieu	Januari 1991
Milieu-effecten van tensiden	Vollebregt, mw. drs. L.H.M., dr. J. Westra	Chemiewinkel, Onderzoeks- en Adviescentrum Chemie Arbeid Milieu, Universiteit Amsterdam	December 1997
De grote schoonmaak: totaal vernieuwd; Over de aard, gezondheidsrisico's en milieu-effecten van reinigingsmiddelen en adviezen voor een veilige en milieubewuste reiniging	Vollebregt, Lucie, Ron de Mooy, Pieter van Broekhuizen	Chemiewinkel, Onderzoeks- en Adviescentrum Chemie Arbeid Milieu, Universiteit Amsterdam	1994
Tussen wasmand en afdruiprek; Over de aard, gezondheidsrisico's en milieu-effecten van was- en reinigingsmiddelen en tips voor een veilig en minder milieubelastend produkt	Vollebregt, Lucie, Pieter van Broekhuizen	Chemiewinkel, Onderzoeks- en Adviescentrum Chemie Arbeid Milieu, Universiteit Amsterdam	1994
De grote schoonmaak; Aard en toxiciteit van schoonmaakmiddelen en aanbevelingen voor veilig gebruik	Luijk, Ronald, Pieter van Broekhuizen, Rina Spruyt,	Chemiewinkel, Onderzoeks- en Adviescentrum Chemie Arbeid Milieu, Universiteit Amsterdam	Februari 1989
Wassen met ZEEP, Een alternatief?	Jong, dr. A.L. de	NVZ	Februari 1992
Was-en reinigingsmiddelen & convenant verpakkingen	NVZ	NVZ	
A.I.S.E. Code of Good Environmental Practice; Baseline report tot the European Commission, Year 1996	PriceWaterhouse-Coopers	PriceWaterhouseCoopers	October 1998
Resultaten van de milieustudie voor de verpakkingssystemen van waspoeders	Razenberg, dr. J.A.S.J.	NVZ	Mei 1994
Resultaten van de milieustudie voor de verpakkingssystemen van wasgoedverzachters	Razenberg, dr. J.A.S.J.	NVZ	Mei 1994
Batterijen voor het gebruik in reinigingsmachines	NVZ-NIFIM	NVZ-NIFIM	
Bewust en verantwoordelijk omgaan met verpakking; Over efficiënt en verantwoord verpakken van was- en reinigingsmiddelen, het beleid van de fabrikanten en de verwachtingen voor een reductie van het verpakkingsafval in de toekomst	NVZ	NVZ	December 1990

Titel	Auteurs	Organisatie	Jaartal
Gedragscode Mededingingsrecht	NVZ, NCV	NVZ, NCV	2007
Huishoudelijk Regelement NVZ	NVZ	NVZ	Mei 2005
Statuten van de NVZ	NVZ	NVZ	Februari 2008
A.I.S.E. Member Companies Satisfaction	A.I.S.E.	A.I.S.E.	April 2006

Colofon
Dit is een publicatie van
Nederlandse Vereniging
van Zeepfabrikanten

Waterigeweg 31
3703 CM Zeist

Postbus 914
3700 AX Zeist

Telefoon: +31 (0)30 6921880
Internet: www.nvz.nl

Druk
Vandenberg drukwerken

Tuindorpstraat 25
Postbus 2
3950 AA Maarn

Telefoon: +31 (0)343 442344
Fax: +31 (0)343 441384

E-mail: info@bergdruk.nl
Internet: www.bergdruk.nl

Ontwerp
Vandenberg drukwerken
Ron van Otterlo

Auteurs: Zonder wrijving geen glans
Jaco Westra
Yaël Schwarz
Emily van de Vijver
m.m.v. Dr. Markus Haverland
Erasmus Universiteit Rotterdam

Auteurs: Enquête onder NVZ-leden
Yaël Schwarz
Jaco Westra

Bureau KLB
Postbus 137
2501 CC Den Haag

Telefoon: +31 (0)70 3025830
Fax: +31 (0)70 3025839

E-mail: info@bureauklb.nl
Internet: www.bureauklb.nl

© Bureau KLB
Niets uit deze uitgave mag worden vermenigvuldigd en/of openbaar gemaakt worden door middel van druk, fotokopie, microfilm of op welke wijze dan ook zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

2 oktober 2008