

# Wat de markt niet wil, pomp je er niet in'

De doe-het-zelf-retailketen Intergamma in Baarn voert sinds enige jaren een actief milieubeleid. Duurzaamheid betekent voor Intergamma het opbouwen van een duurzame relatie met de klant door, naast uiteraard het leveren van kwaliteit, het tonen van maatschappelijke verantwoordelijkheid. Intergamma doet dit dan ook door het verkopen van duurzaam geproduceerde producten en het voorlichten van de consumenten. Volgens Eric-Jan Schipper, Hoofd Consumentenzaken, is echter het slagen van duurzame producten afhankelijk van wat de markt toelaat.

**M**arktleider Intergamma, met een marktaandeel van 30% in de doe-het-zelf-wereld in Nederland, heeft op dat gebied, volgens een vertegenwoordiger van Vereniging Milieudefensie zelfs een voortrekkersrol. Zo heeft Intergamma in 1993 een intentieverklaring ondertekend met NOVIB en het Wereld Natuurfonds, waarin het beloofde zo snel mogelijk over te gaan op de verkoop van duurzaam geproduceerd tropisch hout. Dezelfde vertegenwoordiger van Milieudefensie verklaarde daarbij dat de weg naar de ondertekening van de intentieverklaring eigenlijk zonder problemen verliep en binnen enkele maanden was afgerond.

Volgens Schipper moet de markt uitgangspunt zijn voor de verkoop van milieuvriendelijke producten.

Misschien duurt het dan allemaal wat langer, maar het uiteindelijke doel: duurzame ontwikkeling zal dan zeker bereikt worden. Intergamma is ooit begonnen met het verkopen van natuurverf, begeleid door een goede verkoopcampagne. Maar het bleek al gauw dat de consument nog niet bereid was over te gaan tot aankoop van dit product. Eric-Jan Schipper ervaart in zijn werk dan ook totaal geen tegenstelling tussen economie en milieu, integendeel: het aansluiten bij de markt is voorwaarde voor succesvolle duurzame ontwikkeling.

## Betere voorlichting nodig

De komst van de paarse regering heeft geen gevolgen gehad voor het 'duurzaamheidsstreven' van Intergamma. Schipper ziet voor de toekomstige regering wel een taak weggelegd: op dit moment is de consument zich nauwe-




*Eric-Jan Schipper, Hoofd Consumentenzaken Intergamma.*

lijks bewust van de effecten van zijn handelen op het milieu. De consument kan kopen wat hij wil, zonder te weten wat hij daar mee aanricht. De Nederlandse regering zou de consument daar beter over moeten voorlichten. Daarnaast is Schipper van mening, dat bedrijven en organisaties sneller bereid zijn over te gaan tot duurzame ontwikkeling wanneer de Nederlandse regering duidelijke en concrete doelstellingen zou stellen.

Intergamma beweegt zich op het internationale vlak alleen naar België, en heeft daardoor nauwelijks ervaringen met de Europese politiek. Schipper zou

echter wel willen zien dat de Verpakkingsrichtlijn uit Brussel overal op dezelfde wijze zou worden uitgevoerd.

Op de vraag of er nog toekomst is voor een duurzaam 'Nederland doe-het-zelf-ketenland' antwoordt Schipper overtuigd: 'Volgens mij is de duurzame ontwikkeling de enige toekomst!' 

*Fajari Them*