



1

Kaart met de bedrijven



2

Interview vragen

Duurzaamheid van de productieketen

Herkomst materialen en vervoer

Vermindering van CO₂ uitstoot

Recycling

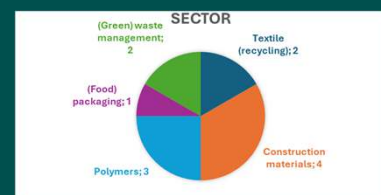
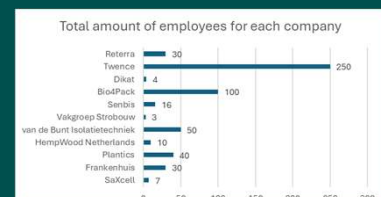
Prijs en kwaliteit van de producten

Barrières en obstakels

3

Algemene informatie

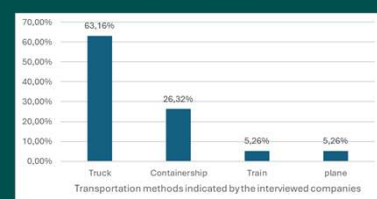
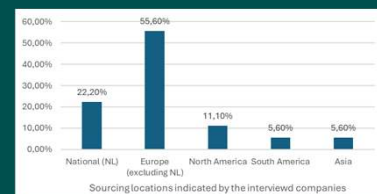
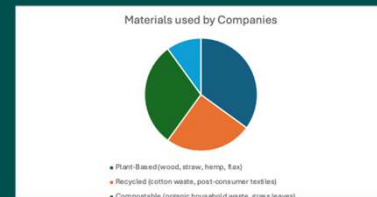
- Bouwsector het grootst
- 7 bedrijven hebben maar 1 locatie, 5 bedrijven meerdere locaties
- Twence is het grootst
- The Compound Company 2^e meeste locaties
- Bio4Pack 2^e meeste werknemers



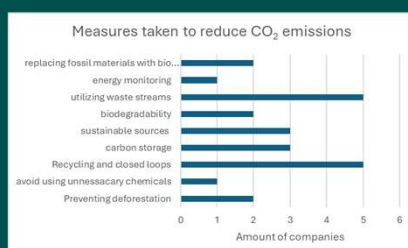
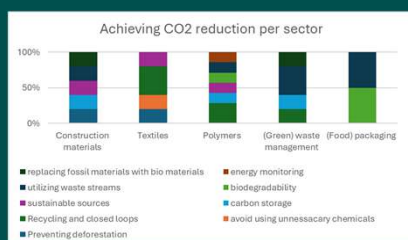
4

Materialen

- Alleen biobased (7), bio en fossiel (5)
- Plant-based en compostable → vooral lokaal
- Meeste materialen uit andere landen in Europa
- Gevolgd door Nederland
- Meeste vervoer met vrachtwagens
- Transport veroorzaakt ~20% van globale CO₂ emissies [1]
- ~75% door vervoer via de weg [1]



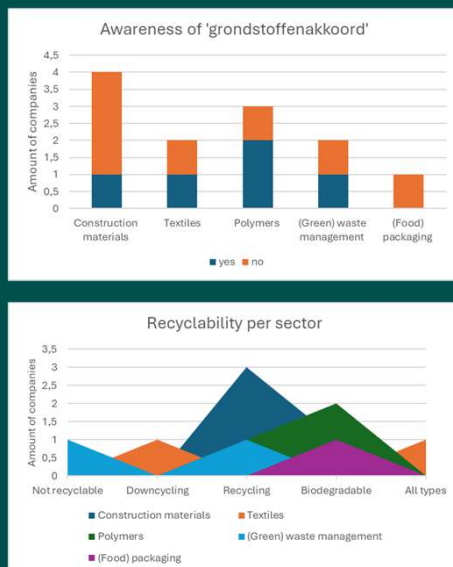
5



Duurzaamheid – CO₂ reductie

- Recycling and closed loops & utilizing waste streams → in bijna elke sector
- Ook de 2 meest aangegeven maatregelen in het algemeen
- Textiel industrie → 10% van CO₂ uitstoot [3]
- 12-25% van globale antropogene broeikasgas uitstoot door ontbossing [8]
- Lineaire economie naar circulaire economie → draagt bij aan duurzame toekomst [12]

6



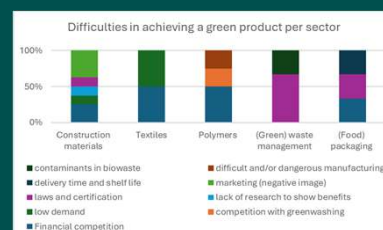
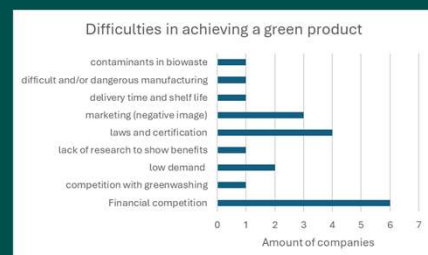
Duurzaamheid – recycling en grondstoffen akkoord

- Recycling (bouwsector)
- Biodegradeerbaar (polymeren/ bioplastic sector)
- Stap in de goede richting, maar recycling is geen eenvoudig proces:
 - Scheiding van fossiele- en biobased producten nodig
 - Biodegradatie vereist bepaalde omstandigheden [16]
 - Bio4Pack → biodegradeerbare verpakkingen vaak in het normale plastic afval
- Merendeel van bedrijven niet bewust van grondstoffen akkoord
- Maar 1 van de bewuste bedrijven doet er iets mee
- Andere bewuste bedrijven vinden: Geen concrete maatregelen, teveel gepraat, te weinig actie

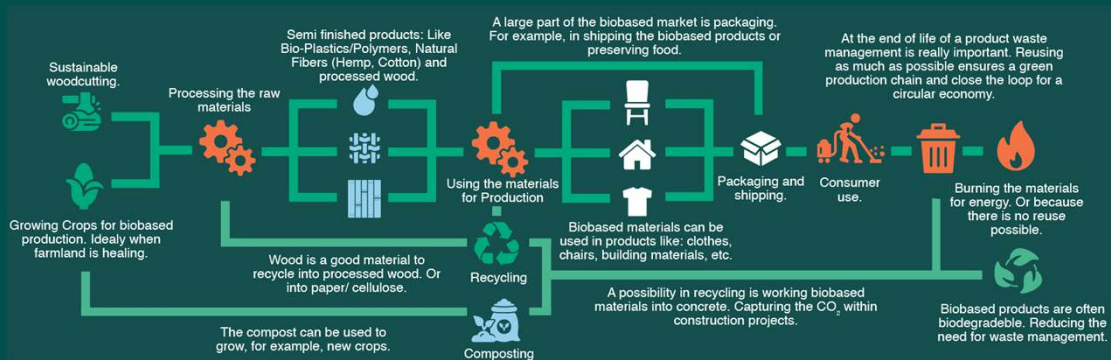
7

Groei barrières

- Prijs competitie → in bijna alle sectoren, en de meeste aangegeven reden in het geheel
- Wet en regelgeving → 4 bedrijven in 3 sectoren
- Negatief beeld bij consumenten (bouwsector)
- Meer onderzoek naar voordelen van biobased nodig:
 - Bestrijd negatief beeld
 - Kan consumenten overtuigen om meer te betalen, bijv. voor gezondheidsvoordelen
- Wet en regelgeving gemaakt voor fossiele producten:
 - Bestaande regels onder de loep nemen
 - Biobased een voordeel geven over de bestaande fossiele industrie



8



De biobased productieketen

9

SWOT-Analyse

Strengths	Weaknesses	Opportunities	Threats
Regional Focus: Concentrating on Eastern Netherlands allows BEON to address local energy and climate goals effectively. Green Materials is a USP: A unique selling point for BEON is the sustainability factor of the materials. BEON needs to highlight that they want to promote the market of green materials and products	The market price of biobased materials: The price of these materials are substantially higher than the price for fossil products. This might be a problem when you look at the demand for these materials. Downcycling of products: Most of the products that are biobased are used for downcycling instead of recycling or upcycling.	Growing Demand for Sustainable alternatives: The increasing emphasis on renewable sources presents opportunities for BEON to expand its initiatives and influence. Policy Support: Alignment with national and EU sustainability goals can attract funding and policy support for BEON's initiatives.	Regulatory Changes: Shifts in environmental policies and regulations could impact BEON's operations and project viability. Slow growth of the market: The biobased market is growing at the moment but it is not growing at a fast rate. The slow growth of the market is a threat for BEON because when changes i the market are favourable for biobased materials, the transition will accelerate.

10

Conclusie

Biobased bedrijven in Oost-Nederland hebben al veel stappen genomen richting een duurzame toekomst, maar externe factoren staan hun verdere groei en ontwikkeling in de weg.

Duurzaamheids-inspanningen

- 7 van 5 bedrijven maken en verkopen alleen biobased producten
- ~77% feedstocks uit Europa
- >60% transport met vrachtwagens (ipv vrachtschepen en vliegtuigen)
- Veel toepassing van recycling en circulariteit

Tegenwerkende factoren

- Niet genoeg wetenschappelijk onderzoek om het imago van biobased te verbeteren en de voordelen aan te prijzen
- Productie processen, en afvalscheiding en verwerking zijn niet ingesteld op biobased
- De huidige wet en regelgeving is teveel toegepast op de fossiele industrie