



Stijn Fischer - Dik & Schil
Koen Masselink - Set
Anne Yntema - Set



5 minuten



Interview

Hoe circulariteit tot fantastische producten kan leiden

Koffiedik en sinaasappelschillen als grondstoffen voor een nieuw product. Twee jonge psychologie studenten laten met hun start-up **Dik & Schil** zien dat het kan.

Anne en Koen gingen in gesprek met **Stijn Fischer, een van de oprichters**. Door zijn horecaervaring weet hij dat er in de horeca erg veel eten en drinken verandert in afval, oftewel een reststroom, terwijl het nog veel voedingsstoffen en smaak bevat. Vanuit deze constatering ontstond de visie: een circulaire productieketen waarbij een restproduct een grondstof is.



Koen: Hoe is Dik & Schil ontstaan? Hoe zijn jullie op het idee gekomen?

"Ongeveer vier jaar geleden volgde ik de minor Ondernemerschap aan de Universiteit van Amsterdam. Voor een project moest

ik met twee andere jongens, Branco en Luc, een bedrijf oprichten waarmee we daadwerkelijk omzet gingen draaien door een product aan iemand te verkopen. Momenteel runnen Branco en ik Dik & Schil. We wilden toen alle drie iets met duurzaamheid doen. Tijdens onze opleiding leerden we dat we niet moeten beginnen met zoeken naar oplossingen, maar juist problemen in kaart moeten brengen. Als het probleem dan groot genoeg is, heb je gelijk een doelgroep en kan je eigenlijk zo risicoloos mogelijk een bedrijf oprichten. We werkten toentertijd alle drie in de horeca en gingen daar op zoek naar mogelijkheden om iets te verduurzamen. Dat werden de reststromen van koffie en sinaasappels. Met koffiedik kunnen wij koffielikeur produceren en met sinaasappelschillen kunnen we sinaasappellikeur produceren. Vandaar de naam Dik & Schil."

Anne: Wat zijn grote uitdagingen waar jullie tegenaan lopen?

"Het is voor de productie van de likeuren erg belangrijk dat de ingrediënten vers zijn. In het begin was het lastig om het koffiedik en de sinaasappelschillen goed gescheiden en schoon aangeleverd te krijgen. Bij koffiedik bijvoorbeeld, zat er nog wel eens thee of melk doorheen. Als de koffie niet in de juiste omstandigheden wordt gezet, of het koffiedik wordt niet in de juiste omstandigheden bewaard, dan kunnen wij het eigenlijk niet meer gebruiken. Koffiedik van gezette koffie op bijvoorbeeld een zaterdag, moet uiterlijk zaterdagavond in een koelcel staan."



Koen: Wat is jullie rol binnen de duurzaamheidstransitie?

"We zijn aan het onderzoeken of we de horeca kunnen helpen verduurzamen. Dit doen we bijvoorbeeld door kennis te delen over efficiënter omgaan met ingrediënten voor cocktails. Zo is er een techniek waarbij je vijfhonderd milliliter citroenzuur uit een citroen kunt halen in plaats van honderd milliliter, wat gebruikelijk is. Met deze techniek kun je afgekeurde citroenen gebruiken. Zo spaar je de verse. We gaan deze kennis bij een stuk of tien cocktailbars delen in de vorm van een pilot. Als de bartenders deze techniek succesvol kunnen gebruiken dan worden er zo'n tweeduizend citroenen per maand bespaard. Uiteindelijk willen we in elk horecasegment oplossingen bieden voor het verduurzamen van activiteiten. Wat we nu samen met ons netwerk van duurzame bedrijven willen doen, is alles wat we maken vanuit pakketten aanbieden, zodat we niet allemaal vanaf onze eilandjes werken."

Anne: Hoe gaan jullie de focus op duurzaamheid bewaken als je gaat groeien?

"Momenteel zijn wij nog volledig zelfstandig en wij nemen duurzaamheid altijd heel bewust mee in onze keuzes. Veel dingen die wij doen, kosten meer omdat we kiezen voor bijvoorbeeld duurzame labels of dozen. Wij willen niet dat een aandeelhouder zegt dat we moeten bezuinigen op verpakkingsmateriaal. Op sommige punten kom je niet verder dan te kijken hoe we onze producten zo duurzaam mogelijk van Nederland naar Duitsland kunnen transporteren. Dat is vrij makkelijk. Voor dat soort groot vervoer, kan je heel makkelijk de duurzaamste optie kiezen. Wat voor ons echter wat lastiger en kostbaarder gaat worden, is het correct in beeld brengen van onze scope 1, 2, 3 emissies, wat gebruikt wordt om de CO₂-uitstoot te kwantificeren. En dan voornamelijk scope 2 en 3. Wij kunnen bijvoorbeeld voor Duitsland nog niet volledig in kaart brengen waar onze likeuren precies naartoe gaan en hoe dat fijnmazige transport daar naartoe geregeld is."

Koen: Wat zijn de uitdagingen binnen jullie supply chain voor de komende jaren?

"Het nog beter in kaart brengen van wat op welk moment waar is wat betreft de reststromen. Je hebt namelijk een overzees en een Europees seizoen voor sinaasappels. Daar zit een tussenperiode in van één à twee maanden. In die periode zijn er veel minder sinaasappels beschikbaar. Dan is er voor ons dus minder beschikbaar voor productie. Het gaat een heel gepuzzel worden om met onze leveranciers en contactpersonen beter in kaart te brengen wanneer we vooruit moeten produceren."

Anne: Welke doelstellingen hebben jullie voor de korte en lange termijn?

"We willen in ieder geval voor alle gedistilleerde dranken die er bestaan een duurzaam alternatief aanbieden. Nu kun je vaak als alternatief voor je cocktail een variant met 0% alcohol kiezen. Daarnaast willen we een volledig duurzame variant aanbieden. We onderzoeken daarbij welke restproducten er nodig zijn voor een bepaalde cocktail en hoe we deze kunnen verkrijgen. Tegelijkertijd willen wij een plek aanbieden waar mensen hun restproducten kunnen brengen. Zo gaan we met de seizoenen mee. In het aardbeiseizoen bieden we dan bijvoorbeeld tijdelijk een aardbeienlikeur aan."


Koen: Heb je nog tips voor jonge professionals?

"Mijn algemene tip voor iedereen is: denk na over zelf een onderneming beginnen. In het begin van je carrière zit je vaak nog niet vast aan bijvoorbeeld een gezin of een hypotheek. Dan heb je de tijd om hier mee bezig te zijn, en je leert er veel van. Daarnaast zou ik zeggen: werk voor een bedrijf dat je wat toffer vindt dan een bedrijf waar je net iets meer kunt verdienen. Uiteindelijk ga je bij het toffere bedrijf een stuk leuker vinden."



"We willen voor alle gedistilleerde dranken die er bestaan een duurzaam alternatief aanbieden"

Anne: Heb je nog lees-, kijk- en/of luistertips?

"Ja, twee leestips. Het eerste boek is 'Designing your life' van Dave Evans. Een boek over het actief vormgeven van je leven dat aansluit bij je waarden en doelen op persoonlijk en professioneel vlak. Het tweede boek is 'Purple Cow' van Seth Godin. Hierin beschrijft Godin hoe je in je bedrijf bepaalde dingen kunt inbouwen waardoor mensen het over je bedrijf gaan hebben. Dan hoeft je minder uit te geven aan marketing, want je verhaal spreekt tot de verbeelding. Zoals bij Dik & Schil." 



Ready,
set,
go!



Een talent ontwikkelt zich niet alleen

Samen
ontwikkelen we
de supply chain
leiders van de
toekomst