



DUURZAAMHEIDSVERSLAG 2011/2012 Amsterdam ArenA. Vanzelfsprekend duurzaam.

Projectdirecteur Henk van Raan:
“Wat hier gebeurt, is uniek in de stadionwereld”

Ajax-trainer Frank de Boer:
“Fantastisch dat de ArenA zich inzet voor duurzaamheid”

WNF-directeur Johan van de Gronden:
“Bedrijven spelen een enorme rol bij het verduurzamen van de samenleving”

AMSTERDAM ARENA VANZELFSPREKEND DUURZAAM



De Amsterdam Arena wil voor Nederland een icoon zijn op het gebied van duurzaamheid. Daar werken we concreet aan. Ook in het afgelopen verslagjaar 2011/2012. Het einddoel: de Amsterdam Arena is in 2015 per saldo CO₂-neutraal. Onze CO₂-uitstoot moet dan fors zijn teruggebracht.

In dit verslag kunt u lezen wat we doen om ervoor te zorgen dat onze milieu-impact kleiner wordt. Gelukkig staan wij daarin niet alleen: we werken eraan met zo'n veertig Green Deal-partners. Bedrijven, overheden en maatschappelijke organisaties die ons helpen om de ambities te verwezenlijken.



In 2009 verzocht de gemeente Amsterdam ons om een prominente voortrekkersrol op te pakken waar het gaat om duurzaamheid. Een eervol en begrijpelijk verzoek, want als stadion vervullen we een belangrijke maatschappelijke rol. Jaarlijks krijgen we hier zo'n twee miljoen bezoekers over de vloer. Voor evenementen, sport en business. Daarnaast heeft de Amsterdam Arena een wereldwijde uitstraling en bekendheid. Vanwege deze sociaal-maatschappelijke impact hebben we die relevante rol graag opgepakt.



Waar 2010/2011 nog in het teken stond van opstarten, was 2011/2012 het jaar van vaart maken. De duurzaamheidsstrategie is herijkt, aangescherpt en meetbaar gemaakt. Dit leidde tot duidelijke doelen, prioritering en een heldere focus. De duurzaamheidsstrategie richt zich in hoofdzaak op drie aspecten: energie,

grondstoffen en inkoop. Daarnaast wil de ArenaA fungeren als 'Living Lab', een plek voor duurzame innovaties. Het beleid is verankerd in de strategie van de onderneming. Sturing vindt plaats op business cases en gekwantificeerde doelstellingen in de vorm van KPI's. Over de voortgang vindt overleg met en rapportage aan de Raad van Commissarissen plaats.

De ArenaA neemt haar maatschappelijke verantwoordelijkheid. En verantwoordelijkheid nemen, betekent volgens ons ook verantwoording afleggen. Als state-of-the-art-stadion waar topprestaties voor iedereen zichtbaar zijn, willen we ook op topniveau onze score zichtbaar maken. Voor de ArenaA betekent dit dat we rapporteren over onze duurzaamheidsprestaties conform de internationale richtlijnen van het Global Reporting Initiative.

Als ArenaA willen we een showroom zijn, een Living Lab. Hier gebeurt het, óók als het aankomt op duurzaamheid. We bieden onze Green Deal-partners graag de mogelijkheid om duurzame innovaties te tonen aan een breed publiek. Dit is de plek waar duurzame vernieuwing zichtbaar en tastbaar wordt. Een plek voor duurzame innovatie. Ook dat is Amsterdam ArenaA. Kijk, lees en oordeel zelf.

Henk Markerink, algemeen directeur
Amsterdam ArenaA

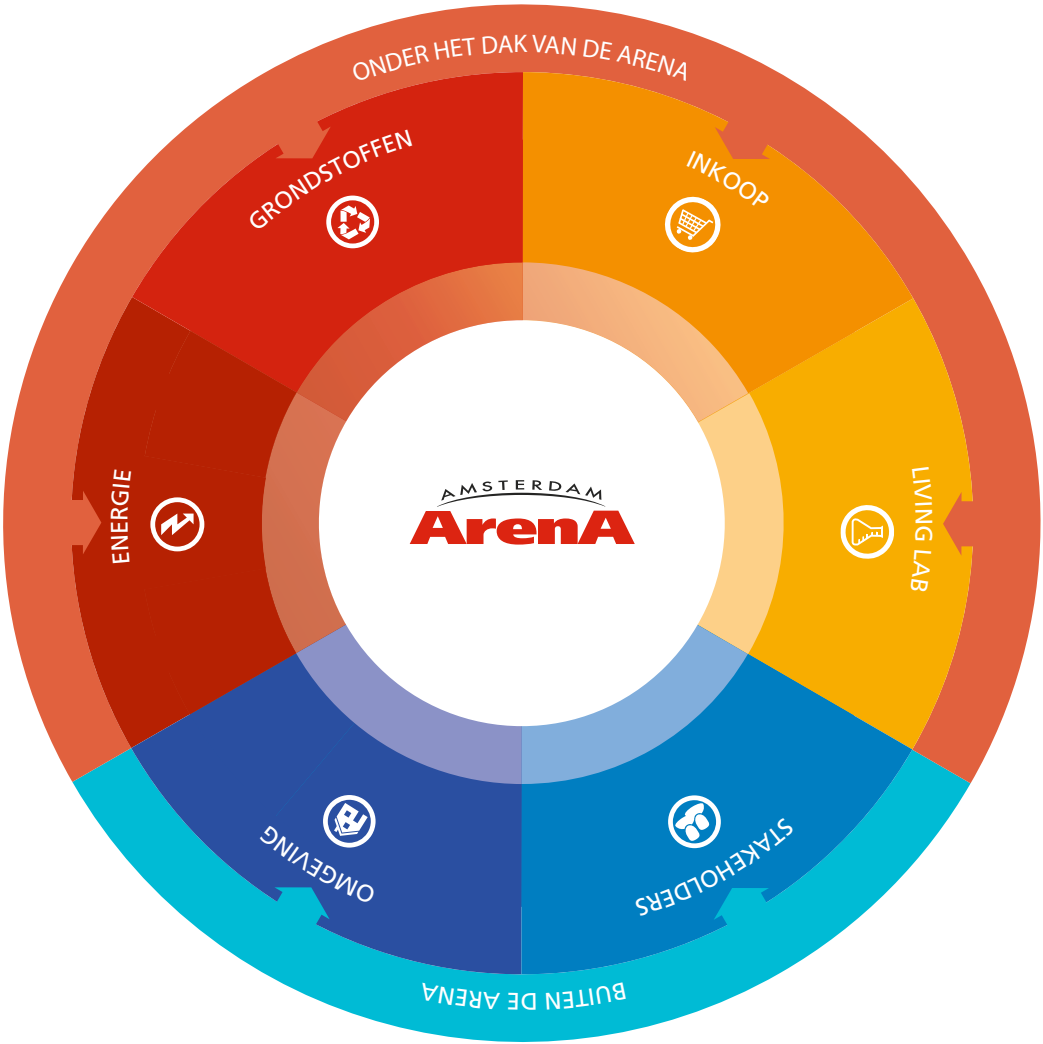
Henk van Raan, projectdirecteur
Amsterdam ArenaA. Vanzelfsprekend duurzaam.

Hans Zwarts, voorzitter
Raad van Commissarissen Amsterdam ArenaA

AMSTERDAM ARENA

Het beperken van de milieu-impact van het stadion en die van evenementen. Een podium zijn voor duurzame innovaties. Samen met anderen onze duurzame impact vergroten. Een goede buur zijn, en een positieve uitwerking op de economie. Dat zijn de speerpunten van Amsterdam ArenaA. Vanzelfsprekend duurzaam.

Om de CO₂-uitstoot in 2015 per saldo terug te brengen tot nul, richt de ArenaA zich op zaken die ze zelf kan beïnvloeden. Daarbij maakt het stadion onderscheid tussen hetgeen onder en buiten het dak van de ArenaA gebeurt. Er vindt sturing plaats op zes thema's. Bijvoorbeeld door verbruik van **energie** en **grondstoffen** te verminderen en te verduurzamen en duurzame **inkoop** te stimuleren (onder het dak). Daarbij werpt de ArenaA zich op als podium voor duurzame innovaties, een **Living Lab**. Wie voor een groot publiek wil experimenteren met duurzame en vernieuwende producten krijgt van ons alle kans. Buiten de ArenaA doen we dat door bezoekers te stimuleren anders te reizen, en door duurzaamheid bij én met **stakeholders** te agenderen via Green Deals. Ook dragen we bij aan de leefbaarheid en veiligheid, om zo **impact op de omgeving** te hebben. Stadion Amsterdam exploiteert de Amsterdam ArenaA, het multifunctionele megatheater van internationale allure voor het brede publiek. Samen met alle partners willen we onderdak verschaffen aan voetbal en allerlei multiculturele kleine en grootschalige evenementen, waarbij een hoge mate van service en publieksvriendelijkheid wordt geboden. Amsterdam ArenaA. Daar gebeurt het.



Colofon

Uitgave

Amsterdam ArenA

Redactie

Leene Communicatie (coördinatie en tekst- en eindredactie)
Platform Duurzame ArenA-team Amsterdam ArenA

Fotografie

Louis van de Vuurst Images
Amsterdam ArenA

Ontwerp

2D3D

Druk

Drukkerij Tesink

Oplage

300

Contactgegevens

Amsterdam ArenA
ArenA Boulevard 1
Postbus 22981
1100 DL Amsterdam

Henk van Raan, projectdirecteur Amsterdam ArenA.
Vanzelfsprekend duurzaam.
Telefoon: 020-311 13 11
E-mail: duurzaamheid@amsterdamarena.nl

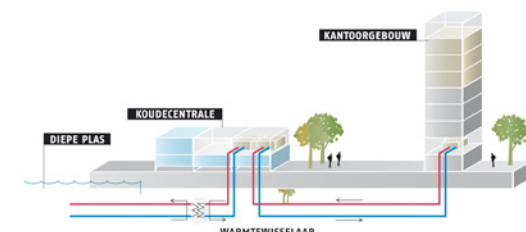
© 2012 „Amsterdam ArenA. Aan de inhoud van deze uitgave kunnen geen rechten worden ontleend. Alle teksten uit deze uitgave mogen zonder schriftelijke toestemming, maar met bronvermelding worden overgenomen.

Energie



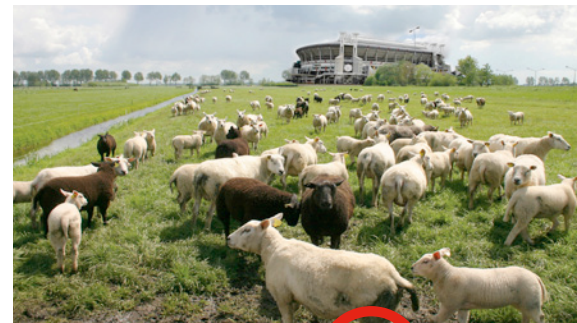
6 Amsterdam ArenA opent slim en zuinig Hoofdgebouw

Het Hoofdgebouw van de Amsterdam ArenA ondergaat een ingrijpende modernisering en uitbreiding. De nieuwbouw draagt flink bij aan de duurzame ambities van het stadion.



9 Nu beste grasmat, straks ook groenste

De ArenA-grasmat is de best bespeelbare van de Eredivisie. Doel is straks de groenste te zijn.



Grondstoffen



10 Strijd tegen afval

Zo min mogelijk afval produceren. En het afval dat resteert zoveel mogelijk gescheiden inzamelen voor hergebruik. De aanpak werkt: de afvalberg nam flink af.



11 Verminderen afval gaat alle partners in keten aan

Van Gansewinkel is een 'grondstoffenleverancier'. Want: 'afval bestaat niet'.

‘Hier gebeurt het’



Inkoop



12 Groene schoonmaak, schone frisdrank

Wie duurzaam inkoopt, stimuleert leveranciers tot innovaties. Of het nu gaat om schoonmaak of verkoop van frisdrank, vergroenen kan altijd.

13 Zuinige winterstop

Geen evenementen of voetbal? Dan ook een winterstop voor koelingen en elektrische apparaten.

Living Lab



14 ArenA Mobility Portal laat bezoekers duurzaam reizen

Bezoekers vlot én duurzaam laten reizen. Dat kan met de innovatieve online applicatie ArenA Mobility Portal, die afgelopen jaar is gelanceerd.

Samen met stakeholders



16 Duurzaamheid mag geen window dressing zijn

WNF-directeur én overtuigd Ajacied Johan van de Gronden: "Afspraken maken, prestaties meten en daarover verantwoording afleggen. De Amsterdam ArenA doet dat en dat juich ik toe."

18 'ArenA als duurzaam rolmodel'

De ArenA kan echt een rolmodel worden op het gebied van duurzaamheid. Goed voor Ajax, goed voor de gemeente Amsterdam, vinden Ajax-trainer Frank de Boer en wethouder Maarten van Poelgeest.



Impact op de omgeving



20 Stadionmanagement; leercyclus voor topveiligheid

"Met een schaalgrootte van een stad is het beheersbaar houden en managen van bezoekersstromen een kunst die nooit af is."

Overige

23 Amsterdam ArenA in cijfers

24 Over de Amsterdam ArenA

Overzicht van structuur en organisatie van de Amsterdam ArenA – en het Platform Duurzame ArenA.

25 Verslag

Reikwijdte van het verslag en verantwoording.

26 Kerncijfers op een rij

Prestatie-indicatoren Amsterdam ArenA in beeld.

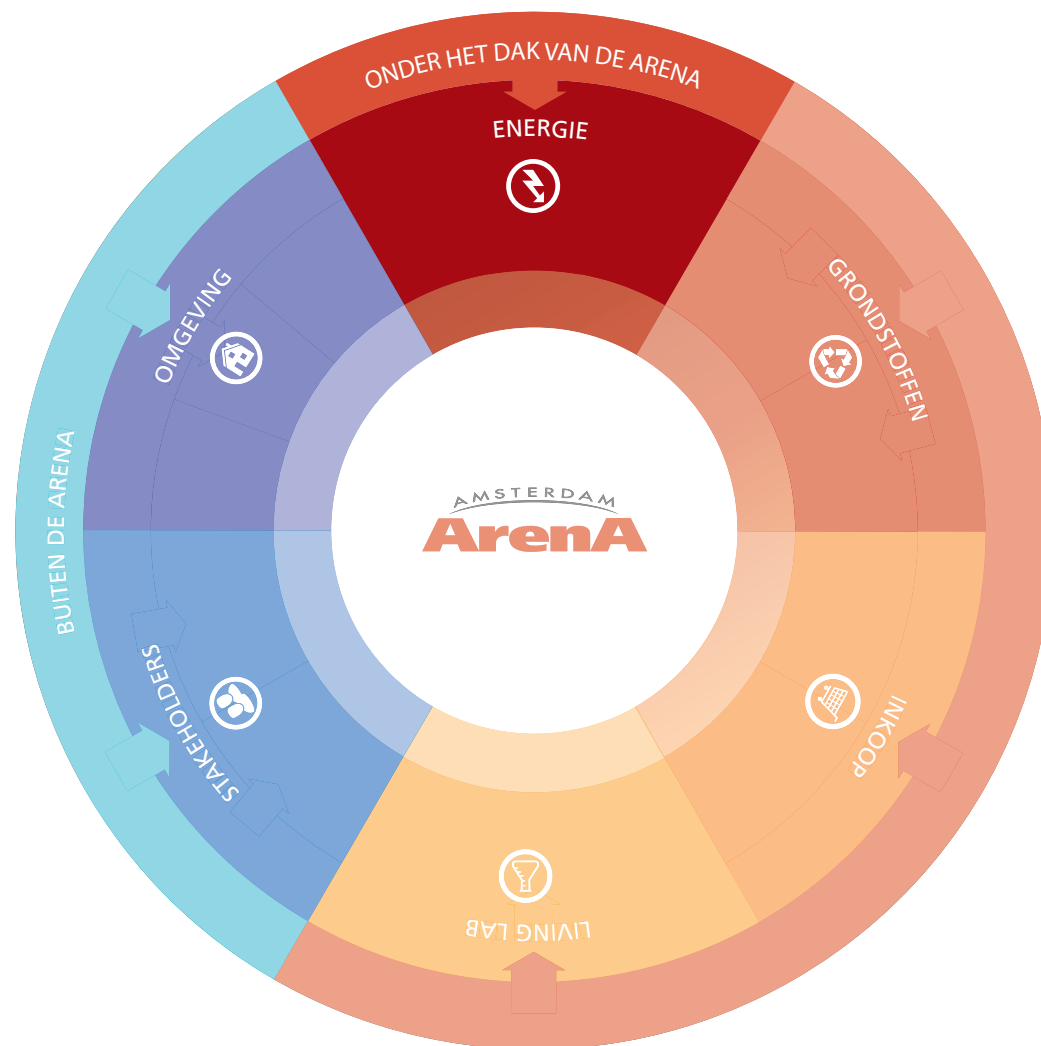
‘Showroom voor duurzame innovaties’

ONDER HET DAK VAN DE ARENA

Minder energie gebruiken en de energie die je nodig hebt duurzaam maken. Dat is kort samengevat de kern van één van de belangrijkste pijlers van het duurzaamheidsprogramma: energie.

In 2011/2012 bracht de Amsterdam ArenA het totale elektriciteitsverbruik met circa 7% terug ten opzichte van 2009/2010. Sinds januari is circa 6% van de elektriciteit afkomstig uit hernieuwbare bronnen. Ook werden belangrijke stappen gezet op weg naar de ambitie om in 2015 CO₂-neutraal te zijn. Het afgelopen boekjaar werd 12% minder CO₂ uitgestoten dan het boekjaar ervoor.

Het is de ambitie van de ArenA om deze percentages aanzienlijk te verhogen. Dat moet lukken via onder meer energiebesparingsmaatregelen. Op dit terrein zijn ook komend boekjaar belangrijke stappen te verwachten. We hadden nog meer aardgas nodig voor verwarming. De reden: onderhoudswerkzaamheden aan het warmtenet. In juni namen we echter voorgoed afscheid van aardgas en schakelden we volledig over op stadswarmte. Dit kost de helft aan CO₂ ten opzichte van aardgas.





AMSTERDAM ARENA OPENT SLIM EN ZUINIG HOOFDGEBOUW

Het Hoofdgebouw van de Amsterdam ArenA onderging in 2011 en 2012 een ingrijpende modernisering en uitbreiding. Het project draagt flink bij aan de duurzame ambities van het stadion. Sinds de bouw van de roltrappen en additionele liften in 2005 is dit de belangrijkste bouwkundige ingreep.

De aanpassing van het Hoofdgebouw en de faciliteiten zijn nodig om de Amsterdam ArenA in de internationale top van multifunctionele evenementaccommodaties te houden. Kern van de modernisering is een nieuw zalencentrum, tussen het Entreegebouw en het eigenlijke stadion. "Naast het verbeteren van toegankelijkheid, way finding en veiligheid hebben we

de nieuwbouw aangegrepen om het stadion sterk te verduurzamen. Wat hier gebeurt is uniek in de stadionwereld. Duurzaamheid ziet men vaak als extra kostenpost, terwijl het juist een mogelijkheid is om te besparen", aldus Henk van Raan, projectdirecteur 'Amsterdam ArenA, vanzelfsprekend duurzaam'.

Duurzame maatregelen

BAM Techniek zat vanaf de eerste schetsontwerpen aan tafel en realiseerde de technische installaties. Het bedrijf adviseerde een aantal duurzame maatregelen, zoals energiezuinige liften en roltrappen,



LED-verlichting en zonnepanelen op het Entreegebouw. De maatregelen zijn gecombineerd met een intelligent en geïntegreerd gebouwbeheersysteem. Jaap Hazeleger, directeur van BAM Techniek: "Met het nieuwe systeem gaan we de energiestromen

die nodig zijn voor bijvoorbeeld verlichting, klimaatinstallaties en roltrappen continu monitoren en analyseren. Zo sturen we bij op een zo efficiënt mogelijke energieconsumptie. Verspilling van energie voorkomen we op deze wijze." Voor verwarming en koeling is het stadion volledig overgestapt op stadswarmte (tot wel 50% minder CO₂-uitstoot) en stadskoude (tot wel 75% minder CO₂-uitstoot) van Green Deal-partner Nuon.

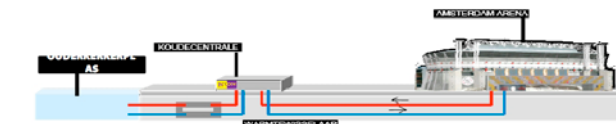
Windmolen

De ambities van de ArenA gaan verder dan het verminderen van de CO₂-uitstoot. Van Raan: "Het is onze ambitie om meer elektriciteit op te wekken dan we zelf nodig hebben. Daar hebben we naast zonnepanelen ook een windmolen voor nodig. We zoeken partners en zijn met de gemeente Amsterdam in gesprek over de plaats waar we een windmolen kunnen bouwen of plaatsen waarin we kunnen participeren. Zo kan de ArenA over een paar jaar in dalperiodes zelfs energie produceren voor de omgeving."

Windbollen en zonnepanelen

Iedereen die de Amsterdam ArenA wel eens bezoekt, heeft ze wellicht zien staan: de zes windbollen, gecombineerd met zonnepanelen bij de toegang naar het ArenA-dek. Ze waren op 11-11-2011 een eerste stap in de richting van grootschalige toepassing van duurzame energiebronnen.

Samen met de gemeente Amsterdam onderzoekt de ArenA de mogelijkheden van een eigen windmolen en zonnepanelen op het dak van het stadion. De ambities zijn groot: de ArenA wil uiteindelijk energieleverancier worden voor de directe omgeving in plaats van gebruiker.



Klimaatvriendelijk koelen en verwarmen

Elektrische airco's, koelmachines en verwarmingsketels tref je niet meer aan in de Amsterdam ArenA. Het stadion maakt alleen nog maar gebruik van duurzame warmte en koude.

Duurzaam verwarmen levert een CO₂-reductie, ten opzichte van aardgas, op tot wel 50% en is mogelijk dankzij aansluiting op het stads-warmtenetwerk. De (rest)warmte is afkomstig van een centrale voor elektriciteitsproductie in de buurt – en houdt zelfs de grasmat op temperatuur. Het stadion is vanaf najaar 2012 aangesloten op het warmte- en koudenet van Nuon. Het koude water uit de nabijgelegen Ouderkerkerplas fungeert als koudebron om kantoren en andere ruimten koel te houden. Hiermee daalt de CO₂-uitstoot met maximaal 75% ten opzichte van conventionele technieken.

Pilot met elektrische scooters voor woon-werkverkeer

Amsterdam ArenA en Leasemaatschappij ALD Automotive zijn een pilot gestart voor het gebruik van elektrische scooters. Vijf medewerkers van de ArenA gebruiken een elektrische scooter voor dagelijks woon-werkverkeer. Daarnaast is een elektrische scooter beschikbaar voor algemeen gebruik, bijvoorbeeld voor zakelijke ritten binnen de stad.

De ArenA stimuleert naast haar bezoekers ook haar medewerkers om zo veel mogelijk te kiezen voor duurzame mobiliteit. Het leasen van e-scooters is een invulling van die ambitie. Ook ALD Automotive is blij met de pilot. Op basis van de pilot krijgt het bedrijf een beter inzicht in hoe organisaties reageren op het gebruik van de e-scooter. ALD hoopt bovendien dat de proef andere organisaties inspireert na te denken over alternatieve vervoersmiddelen.



Green Deal-partners

Bijna veertig Green Deal-partners investeren sinds 2011 tijd, kennis en geld in een groene ArenA. Aan elke maatregel ligt een business case ten grondslag, met een berekening van de CO₂-besparing, investeringen en opbrengsten in kennis-ontwikkeling en mediawaarde.

Zuinig hoofdgebouw

In 2011 en 2012 is het Hoofdgebouw gemoderniseerd en uitgebreid. De ingebruikname zal eind 2012 plaatsvinden. In het nieuwe Hoofdgebouw zijn hypermoderne installatietechnieken gecombineerd met een nieuw gebouwbeheersysteem. Dit stuurt de energiestromen voor elke ruimte. De nieuwe technologie zorgt ervoor dat er minder verwarming en koeling nodig is.

Earth Hour

In maart 2012 deed de Amsterdam ArenA één uur de lichten uit. Zo vraagt het stadion met het WNF jaarlijks aandacht voor natuur en milieu.

Stadswarmte en -koude

De ArenA is volledig aangesloten op duurzame continue levering van stadswarmte en -koude van Nuon. Het gebruik van stadswarmte halveert de CO₂-uitstoot voor verwarming. De stadskoeling komt uit de nabijgelegen Ouderkerkerplas. Dat levert een CO₂-besparing op van 75% ten opzichte van de huidige koelinstallaties.

Groen gras

De ArenA won in seizoen 2011-2012 de bokaal voor de beste grasmatt van de eredivisie. Om het veld in topconditie te houden, maakt de ArenA gebruik van assimilatielampen. De ArenA en SGL maakten in 2012 bekend dat zij het energiegebruik van deze grasgroeiverlichting willen terugdringen via onder meer slimme ICT-oplossingen en ledlampen. Hierdoor zal het energieverbruik meer dan halveren. Voor de resterende energiebehoefte onderzoekt de ArenA de mogelijkheid van groene stroom.

Afvalscheiding

De miljoenen bezoekers van de ArenA gaan hun afval scheiden. De ArenA voerde hiernaar in 2012 onderzoek uit met onder meer Van Gansewinkel. Komend seizoen gaat dit zijn beslag krijgen.

Tribunestoelen van suikerriet

De ArenA onderzoekt de vervanging van de tribune-stoelen door stoelen gemaakt van 100% afbreekbaar materiaal. De Braziliaanse Green Deal-partner Braskem maakt de grondstof voor de stoel van ethanol uit suikerriet in plaats van uit aardolie.

Mobiliteit

Bezoekers van de ArenA kunnen sinds juni 2012 online de slimste vervoers-optie kiezen en ook reserveren met de ArenA Mobility Portal. Stadionbezoekers zien ook welke manier van reizen het milieuvriendelijkst is. Ruim vijftienduizend mensen maakten er in 2012 gebruik van. De portal is ontwikkeld in samenwerking met Green Deal-partner Transelect.

Energie

De ArenA wil duurzame energie gebruiken. Dat gebeurt onder meer door groene stroom, stadswarmte en stads-koude in te kopen tijdens evenementen. In het seizoen 2011/2012 was 3% van alle energie groen. Daarnaast wil de ArenA zelf energie opwekken. Bijvoorbeeld door zonnepanelen op het stadiondak te installeren en via een eigen windmolen.

4-D oppervlakte

De ArenA is proeflocatie voor de 4-D oppervlakte-ontwikkeling van de Sublean Group. Deze techniek maakt de buitenkant van de ArenA multifunctioneel. Bijvoorbeeld door overdag stroom op te wekken uit zonne-energie en 's nachts fijnstof uit de lucht te zuiveren.

Grasmattverwarming

De ArenA krijgt stadswarmte van 80 tot 90°C aan-gevoerd. Eerst verwarmt dit onder meer de kleedkamers en kantoren. Door een technische ingreep gaat het niet direct terug, maar houdt het warme water ook het grasveld op temperatuur in de winterperiode. Hierdoor daalt de CO₂-uitstoot.

Lokale leveranciers

De Amsterdam ArenA werkt voor de catering graag samen met lokale en duurzame leveranciers. Dit vermindert de CO₂-uitstoot, doordat er minder kilometers afgelegd worden.

De broers Jan (rechts) en Kees (links) Jong

NU BESTE GRASMAT, STRAKS OOK GROENSTE

Volgens de Eredivisieclubs is de ArenA-grasmatt de best bespeelbare van het voetbalseizoen 2011/2012. Een erkenning waar de Amsterdam ArenA trots op is. Maar meer nog inspireert dit tot een nieuwe ambitie. Doel is om straks ook de groenste te zijn. Samenwerking met Green Deal-partners is hiervoor essentieel.

Jan en Kees Jong vormen samen het ArenA-grasteam. Het is hun dagelijks werk om het gras op topniveau te onderhouden. "We zien de onderscheiding van de spelers als een kwaliteitskeurmerk voor onze grasmatt", vertelt Jan. "Het is een logische stap om nu ook te streven naar een duurzaamheidskeurmerk."

Een volledig duurzame grasmatt is een veelomvattend proces. De diverse Green Deal-partners vervullen sleutelrollen om de groene doelstelling ook waar te maken.

Volledige kringloop in beeld

Als eerste stap naar een duurzame grasmatt gaat de ArenA de volledige kringloop in beeld brengen, inclusief de uitstoot van CO₂. Het gaat hierbij om wat er bij het onderhoud komt kijken. Als veldverzorgers schrikken de broers niet terug voor het duurzaam maken van de complexe kringloop die verbonden is met het onderhoud van de grasmatt. "Wij leveren vooral veel praktische informatie aan, zoals de hoeveelheid maaisel die wekelijks afgevoerd moet

Op weg naar een duurzame grasmatt

In het seizoen 2012/2013 werkt de ArenA op de volgende punten aan de verduurzaming van de grasmatt:

- Gedetailleerd in kaart brengen van de grasmatt-kringloop en bijbehorende CO₂-uitstoot. Green Deal-partner: FieldTurf AAsportsystems
- Recyclen graszoden. Green Deal-partner: Support Partners in Sport B.V. (SIS)
- Halveren CO₂-uitstoot assimilatielampen door ICT-oplossingen en gebruik LED-lampen. Green Deal-partner: SGL
- Terugdringen (70%-90%) CO₂-uitstoot veldverwarming door gebruik restwarmte. Green Deal-partner: Nuon
- Elektrische grasmaaiers aangedreven door groene stroom (tot 70% minder CO₂-uitstoot). Green Deal-partner: FieldTurf AAsportsystems.

worden", licht Kees toe. "Ook zijn we bijvoorbeeld betrokken bij het testen van nieuwe, milieuvriendelijke grasmaaiers op groene stroom. Het geeft een goed gevoel dat we hier vanuit onze praktijkervaring aan kunnen bijdragen."

Extra uitdaging

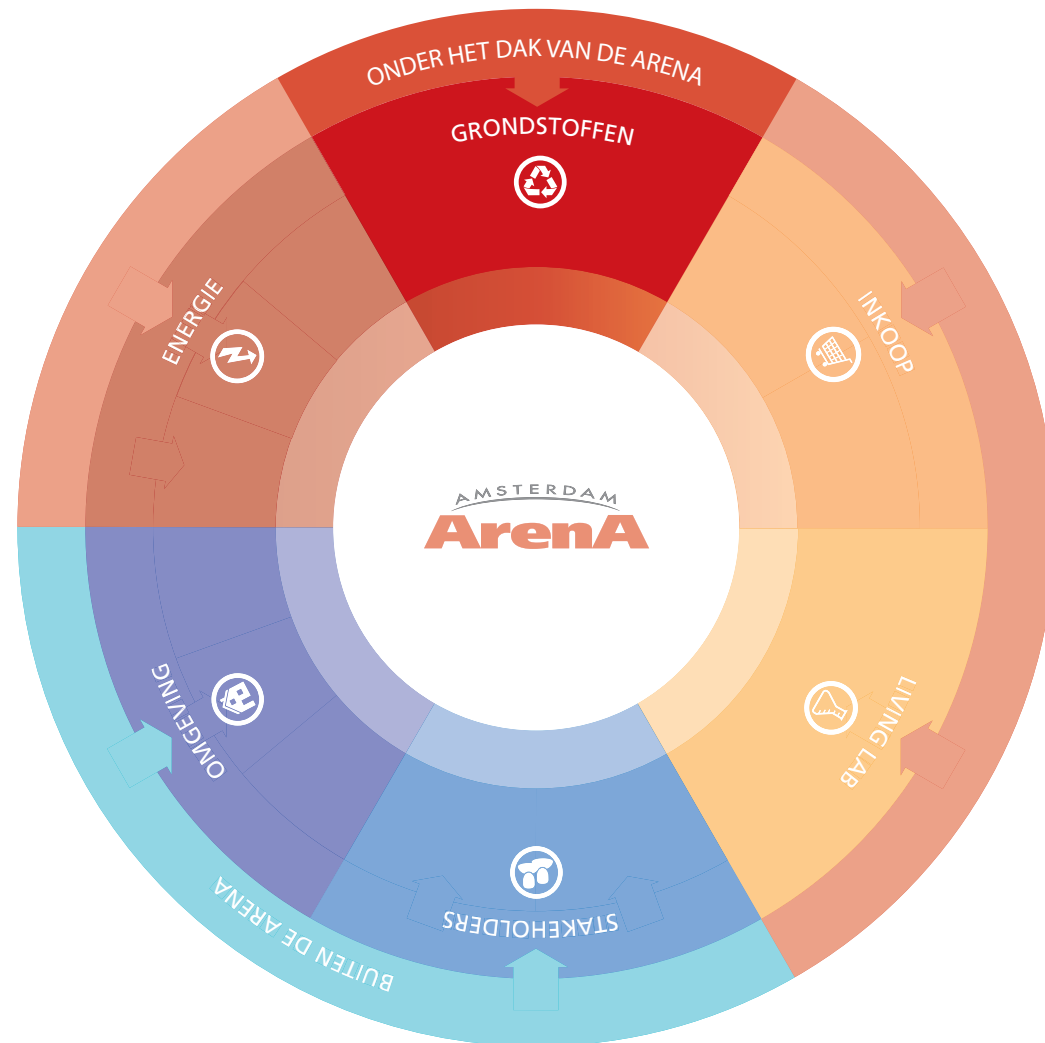
Andere belangrijke winstpunten zijn er op het vlak van energievoorziening, bijvoorbeeld door veldverwarming via restwarmte. Jan: "Natuurlijk komt er veel bij kijken. Het geeft ons werk een extra uitdaging. Maar we hebben met de ArenA ook een maatschappelijke verantwoordelijkheid en daar hoort bij dat je serieus kijkt naar je impact op het milieu. Ook als het gaat om de grasmatt."

ONDER HET DAK VAN DE ARENA

Minder water gebruiken, de afvalberg kleiner maken en vervolgens zoveel mogelijk gescheiden afvoeren. Daar draait het om in de tweede pijler van het duurzaamheidsprogramma: grondstoffen.

De afvalberg was in het boekjaar 2011/2012 in totaal liefst 10% kleiner dan in 2010/2011 en daalde tot iets meer dan 360.000 kilo. Een gemiddelde bezoeker gooide circa 200 gram rommel weg.

In totaal werd circa 68.000 kilo afval gescheiden afgevoerd, bijna een vijfde van het totaal. Het apart inzamelen van plastic bekertjes is in de praktijk lastig omdat ze 'schoon' moeten zijn voor hergebruik. De ArenA bezint zich met organisatoren van evenementen op alternatieven. Het waterverbruik nam dit jaar nog iets af en is nu 14% lager dan in het boekjaar 2009/2010.



STRIJD TEGEN AFVAL



Bezoekersafval

Bijna 1,8 miljoen bezoekers bezochten de ArenA in het afgelopen jaar voor wedstrijden, evenementen, rondleidingen en zakelijke bijeenkomsten. Het resultaat: een afvalberg van ruim 360.000 kilo. Gemiddeld genomen gaat er bijna 200 gram afval per bezoeker de prullenbak in. Dit zijn veelal plastic bekertjes, verpakkingsmateriaal en etenswaren.

De afvalberg van de ArenA nam dit seizoen zienderogen af. In totaal ging er 360.418 kilo de deur uit, tegen 423.712 kilo in het seizoen 2010/2011. Daar staan weliswaar minder bezoekers tegenover dan een jaar geleden, maar het gemiddelde afvalpercentage per bezoeker daalde eveneens, met zo'n 5%.



Bedrijfsafval

De ArenA probeert het afval zoveel mogelijk gescheiden in te zamelen. Zo werd er bijvoorbeeld een kleine 30.000 kilo grond en gras apart afgevoerd in de 'groene bakken'. In totaal werd er 19% gescheiden ingezameld. GFT, hout en bouw- en sloofafval, papier en karton zijn de belangrijkste categorieën. Chemisch afval vormde 0,3% van het totaal. Dat is evenveel als vorig jaar, maar bijna een halvering ten opzichte van twee jaar geleden.



VERMINDEREN AFVAL GAAT ALLE PARTNERS IN DE KETEN AAN

*“Plastic bekertjes zijn
het meest zichtbaar
voor het publiek.”*

Friedus van der Minne is sustainability consultant bij Van Gansewinkel, marktleider op het gebied van afvalinzameling in de Benelux. Al spreekt het bedrijf liever van ‘grondstoffenleverancier’, want ‘afval bestaat niet’ aldus hun credo. Sinds 2009 is Van Gansewinkel betrokken bij het ontwikkelen van een aanpak op dit terrein voor de Amsterdam ArenA.

Wat is jullie rol op dit gebied?

“Wij helpen onze klanten om afval een nuttig, tweede leven te geven – het liefst in de vorm van een grondstof. Ook bij de Amsterdam ArenA is daarin veel mogelijk door goed naar de hele keten te kijken.”

Waar zijn jullie begonnen?

“Het begon met een workshop die Amsterdam ArenA hierover organiseerde. Met alle partijen hebben we nagedacht over vragen omtrent het verbeteren van afvalstromen. Neem de drinkbeker. Welk materiaal is het beste? Welke materialen moeten cateraars inkopen? Kunnen we zorgen dat die bekertjes apart worden ingezameld? Hoe kunnen we het bezoekers zo makkelijk mogelijk maken om dat ook te doen? Hoe kunnen schoonmakers afval scheiden? Kortom: hoe krijgen we het proces zo optimaal mogelijk?”

Wat vraagt dat specifiek voor de ArenA?

“Je hebt te maken met verschillende soorten gebruik, en dus ook verschillende processen en eisen. Bijvoorbeeld op het gebied van veiligheid. Dat heeft

gevolgen voor de keuze voor bepaalde materialen. ArenA is een multifunctionele evenementenlocatie. Met het verbeteren van afvalstromen tijdens het voetbalseizoen hadden we al een flinke slag gemaakt. Sensation-organisator ID&T is ook bezig met duurzaamheid en wil dat op haar evenementen tot uiting te laten komen. Daar hebben we hen bij geholpen. Bijvoorbeeld door mensen beter te instrueren en faciliteren. Ook hebben we een analyse gemaakt van de gebruikte materialen voor disposables en van wat we beter kunnen doen.”

Over welke afvalstoffen hebben we 't eigenlijk?

“Plastic bekertjes zijn het meest zichtbaar voor het publiek en hiermee een mooi middel om duurzaamheid uit te stralen. Maar dat is niet het gros van het afval. Dat bestaat vooral uit het karton van de dozen waarin de cateraars hun spullen krijgen geleverd. In gewicht is dat vele malen meer dan de kunststof bekertjes.”

Wat is je tip?

“Maak het makkelijk. Mensen lopen echt geen tien meter verder om hun beker apart weg te gooien, als er dichtbij ook een prullenbak staat.”

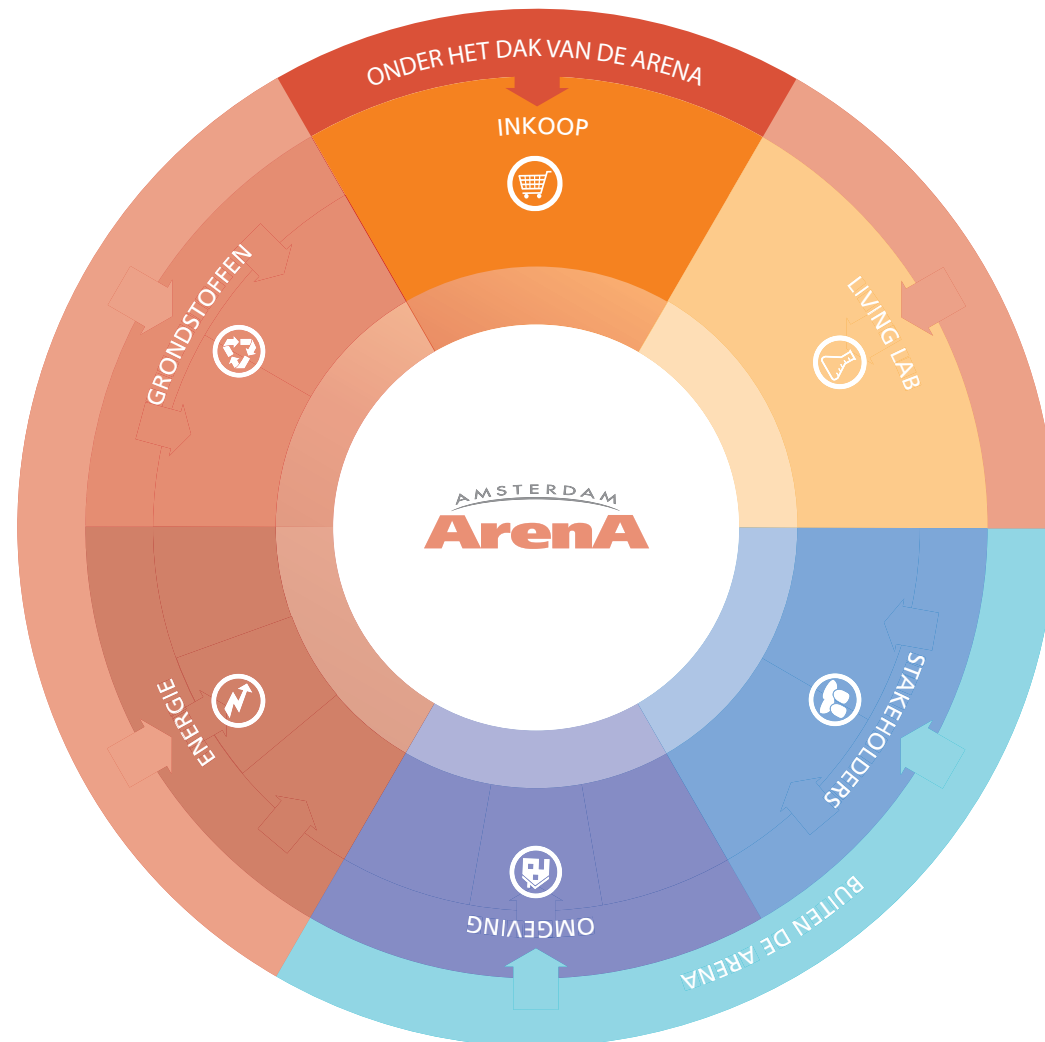
ONDER HET DAK VAN DE ARENA

Wat je duurzaam inkoopt, hoef je zelf niet te verduurzamen én stimuleert de leveranciers tot innovatie.

Duurzaam inkopen is vanaf dit seizoen opgenomen in onze duurzaamheidsstrategie en zal op zeer effectieve en efficiënte wijze bijdragen aan het behalen van de CO₂-reductiedoelen.

In het afgelopen jaar zijn enkele pilots gestart op het gebied van duurzaam inkopen. Met verschillende leveranciers hebben we hierover gesprekken gevoerd. Dit leidde al tot concrete stappen, bijvoorbeeld van schoonmaakbedrijf CSU. Komend jaar zal de Amsterdam ArenA dit beleid verder handen en voeten geven. Dat gebeurt door de footprint in kaart te brengen, doelstellingen te benoemen en een duurzaam inkoopbeleid te formuleren.

Ook met de modernisering van het nieuwe Hoofgebouw hebben we gekeken naar duurzame inkoopalternatieven. Enkele voorbeelden daarvan zijn de aangebrachte LED-verlichting en de cradle-to-cradle vloertegels.





GROENE SCHONE

Om de CO₂-uitstoot van de bedrijfsvoering te verminderen, let je bij de inkoop op de duurzaamheidsprestaties van je leveranciers. Dat is de gedachte achter duurzaam inkopen door de Amsterdam ArenA. Het gebeurt bijvoorbeeld met schoonmaakdiensten en de verkoop van frisdranken in het stadion. Green Deal-partners CSU Cleaning Services en Coca-Cola vertellen hoe zij de ArenA helpen met vergroenen.

SCHOONMAAK, FRISDRANK

Dankzij een nieuw frisdranksysteem van Coca-Cola produceert de ArenA minder afval. “Door centralisering van de siroop- en koolzuuropslag realiseren we een aanzienlijke jaarlijkse besparing op deze grondstoffen”, vertelt Wilco Koerntjes van Coca-Cola. “En dat betekent minder afval én minder transport.” Bovendien is de nieuwe installatie zuiniger in energieverbruik door betere isolatie en koeltechnieken. In totaal is het jaarlijkse energieverbruik teruggebracht van zo’n 80 MWh naar circa 75 MWh. “En dat terwijl de totale verkoopruimte in het stadion is gestegen.”

‘Living Lab’

De besparingen komen volgens Koerntjes met name voort uit tactische verbeteringen. “Waarom zou je een koelinstallatie bijvoorbeeld 24/7, 365 dagen per jaar aan laten staan terwijl hij op veel momenten geen dienst doet? Door het toepassen van een ‘sleepmodus’ koelen de installaties nu alleen als het nodig

is. Simpel maar efficiënt.” De aanpak zoals Coca-Cola die in samenwerking met Catering Club in de ArenA toepast is voor het bedrijf een eerste grootschalige pilot. “Daarna hebben we de installaties ook bij andere klanten in de Benelux toegepast”, aldus Koerntjes. “De techniek past perfect binnen ons streven om altijd met duurzaamheid in de weer te zijn en te kijken waar het beter en efficiënter kan.”

Elektrische Gator

Ook bij schoonmaakbedrijf CSU staat duurzaamheid hoog in het vaandel. Het bedrijf is ISO 26000-gecertificeerd en onderneemt 100% klimaatneutraal. “In de ArenA geven we bijvoorbeeld invulling aan die filosofie door zorgvuldige scheiding van onder meer papier, gras, bouw- en sloofafval, schroot, hout, elektro en restafval”, vertelt Martijn Baljé van CSU. “Na een concert ligt er op het veld en de tribune een mix van afval, alsof je op een festivalterrein bent. Het is ondoenlijk om dat allemaal efficiënt te scheiden.

Daarom zijn we samen met de ArenA in gesprek met de producenten van bijvoorbeeld de koffiebeker-tjes. Want als we het afval bij de bron verduurzamen, bereiken we ook een positief effect.” Binnenkort hoopt CSU bovendien een elektrische ‘Gator’ in gebruik te nemen, het wagentje waarmee afvalcontainers worden opgehaald. “Sinds de ArenA elektrische oplaadpalen heeft is dat natuurlijk een voor de hand liggende investering.”

Duurzaam doseren

Ook in het gebruik van schoonmaakmiddelen is CSU milieubewust. Baljé: “We gebruiken middelen die niet alleen schoon maken, maar vooral schoon zijn. Dus met een zo klein mogelijke milieubelasting. Ook besteden we veel aandacht aan het voorkomen van verspilling. Zo hebben we een nieuwe schrobzuigmachine die heel efficiënt met water en chemicaliën omgaat dankzij een innovatief doseersysteem.”



ZUINIGE WINTERSTOP

Tijdens de winterstop zijn er geen voetbalwedstrijden en grootschalige concerten. Voor de Amsterdam ArenA reden te meer om in die periode qua energiegebruik flink op de rem te trappen.

Chantal Nienhuis, manager huisvestingszaken van de ArenA, attendeert voorafgaand aan de winterstop alle stadionegebruikers op de mogelijkheden om het energiegebruik tot een minimum te beperken. “Maak de koeling leeg en zet die vervolgens uit. Stop resterende producten bij elkaar in de vriezer. Vermijd de standby-stand van alle elektrische apparaten, van computers tot keukenapparaten. Trek de stekkers eruit als het kan. En de verwarming kan naar acht graden voor alle ruimten die tijdens de winterstop niet worden gebruikt.”

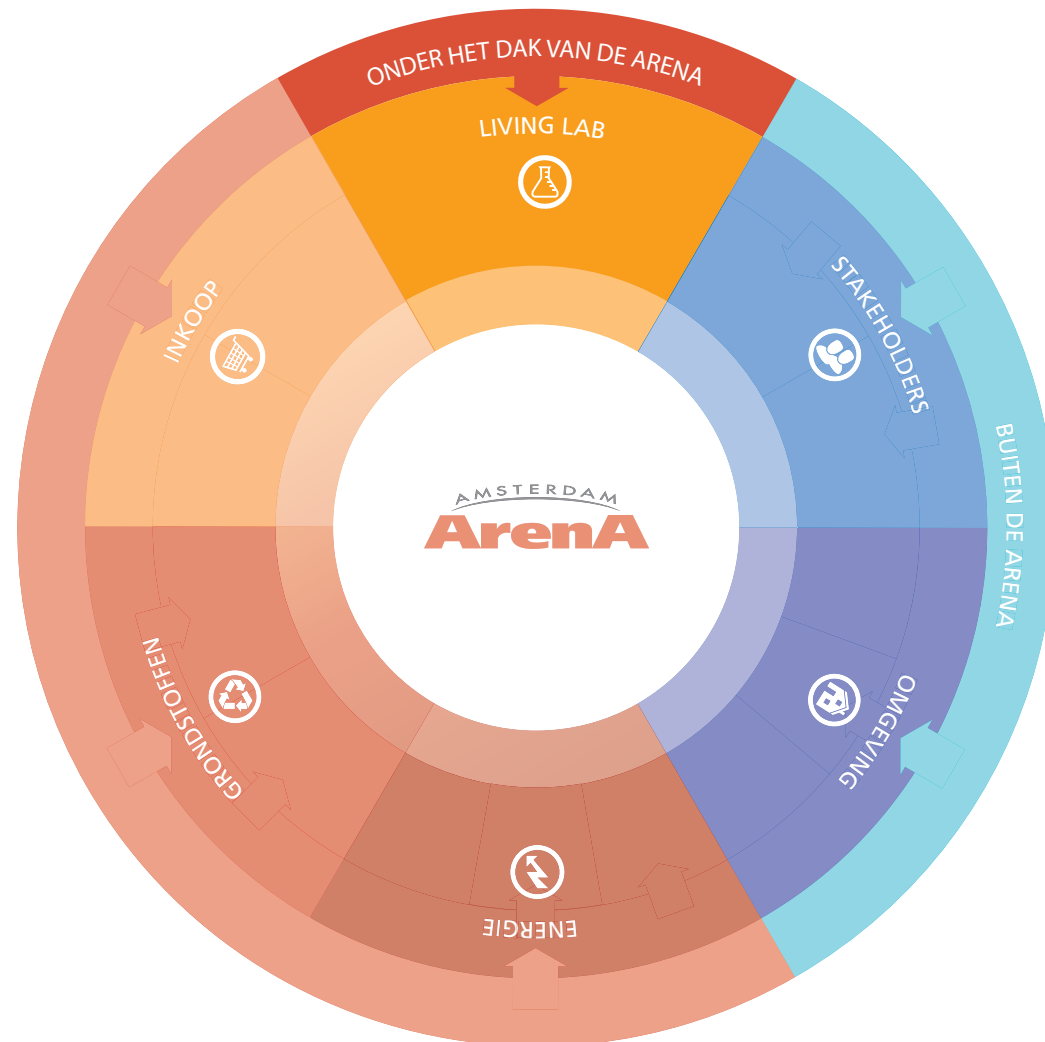
Kleine tips, maar met een groot effect. Uit onderzoek van overheidsinstantie Agentschap NL blijkt dat besparingsadvies op het juiste moment, kan leiden tot 5% tot 10% minder energieverbruik.

ONDER HET DAK VAN DE ARENA

De ArenA werpt zich op als showroom voor duurzame innovaties. Bedrijven die producten willen testen in een stadion van wereldformaat en voor een groot publiek zijn meer dan welkom in ons Living Lab.

Grasgroeiverlichting is bijvoorbeeld noodzakelijk om het veld in topconditie te houden. Maar het is ook een energievreter. In het afgelopen boekjaar was hiervoor ruim 2.000 MWh elektriciteit nodig. Dat willen we de komende jaren fors terugdringen. Wij bieden producenten de mogelijkheid om hun duurzame alternatieven op het hoogste niveau uit te proberen. Samen met Green Deal-partners onderzoekt de ArenA bijvoorbeeld LED-varianten. Daarnaast werd in het gemoderniseerde Hoofdgebouw een Tarkett-vloer neergelegd die 100% afbreekbaar is.

Ook experimenteren we met online alternatieven om meer bezoekers te laten kiezen voor andere vormen van vervoer. Dat is goed voor het milieu en draagt bij aan een betere verkeersdoorstroming rond het stadion. Afgelopen jaar lanceerden we samen met Transelect bijvoorbeeld de ArenA Mobility Portal. Hoewel realisatie van gedragsverandering bij consumenten niet eenvoudig is, lieten vele tienduizenden mensen zich informeren over vervoersalternatieven. Gemiddeld daalde het autoverbruik met 4%.



De Amsterdam ArenA ontvangt jaarlijks een kleine twee miljoen bezoekers voor voetbalwedstrijden en evenementen. Die reizen op verschillende manieren van en naar het stadion. De uitdaging is om het voor reizigers gemakkelijk te maken om dat op een vlotte én duurzame manier te doen. In mei 2012 lanceerde de ArenA daarom een innovatieve online applicatie die bezoekers een overzicht geeft van de reismogelijkheden: de ArenA Mobility Portal. Deze draagt daarmee direct bij aan een betere verkeersdoorstroming en vermindering van de CO₂-uitstoot van de ArenA.

Dankzij de ArenA Mobility Portal zien bezoekers in één oogopslag de reismogelijkheden naar het stadion op een bepaalde datum of voor een specifiek evenement. Elke reisoptie is voorzien van uitgebreide informatie – zoals een routebeschrijving – en kan direct online worden geboekt. Bijvoorbeeld een treinkaartje bij de NS of een parkeerplaats bij TripTicket. Bovendien ziet de bezoeker hoe duurzaam elke optie is aan de hand van energielabels.

One-stop-shop

“Onze doelstelling was om op één plek – de website van de ArenA – alle vervoersopties bijeen te brengen en beschikbaar te maken. Het zogenoemde one-stop-shop-idee”, vertelt Jurgen Rutgers van Transelect, het bedrijf dat de portal samen met de ArenA ontwikkelde. “De grootste uitdaging was daarbij om de informatie van verschillende vervoersaanbieders overzichtelijk te maken, zonder enorme lappen tekst. Ook op technisch gebied waren er flink wat hobbels te nemen. Zo gebruikten de aangesloten partijen uiteenlopende software die in één applicatie beschikbaar moest worden. Maar het resultaat mag er zijn. De ArenA is de eerste evenementlocatie die zo’n overzichtelijk en volledig reisadvies kan bieden. Bovendien ziet de bezoeker aan drie labels – groen, geel en rood – direct wat de minst milieubelastende vervoerswijze is.”

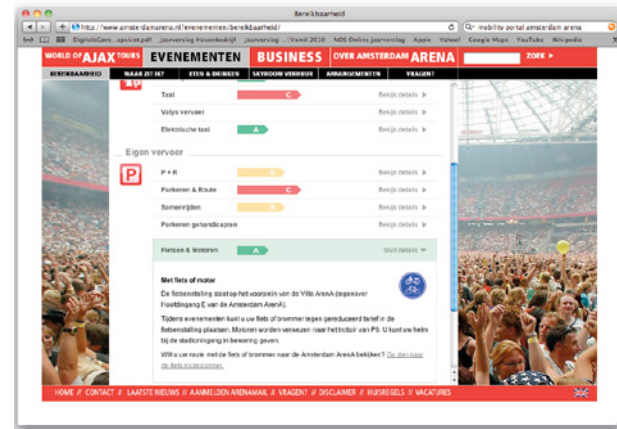
Efficiënter verkeersmanagement

De ArenA Mobility Portal is een middel om het milieubewustzijn van bezoekers te vergroten en om een gedragsverandering teweeg te brengen. Dat kan op verschillende manieren. Gedragsverandering betekent niet dat bezoekers met het openbaar vervoer moeten komen in plaats van met de auto. “Door automobilisten bijvoorbeeld direct een alternatieve route naar hun parkeerplaats te bieden, voorkom je onnodige verkeersdrukke op cruciale plekken”, aldus Rutgers.

“Bezoekers staan niet onnodig in de file en het verkeer van en naar de ArenA wordt efficiënter verwerkt. Sinds de lancering van de portal is het aantoonbaar rustiger op de weg rond evenementen. Dat bevestigt ook de politie.”

Stil succes

De ArenA Mobility Portal is in stilte gelanceerd in aanloop naar de concerten van De Toppers op 17, 18 en 19 mei 2012. Hoewel er geen ruchtbaarheid aan is gegeven, lieten maar liefst 70.000 van de 200.000 bezoekers zich direct of indirect informeren via de Mobility Portal en zijn er ten minste 2.000 transacties geteld. Bij de wedstrijden van het Nederlands elftal



zijn vergelijkbare resultaten geboekt. Inmiddels wijzen partijen als Ajax, de Toppers en de KNVB hun bezoekers actief op de applicatie.

Input mobiliteitsaanpak

Alle keuzes die bezoekers maken via de portal worden anoniem geregistreerd, zodat de Mobility Portal voor de ArenA ook waardevolle informatie oplevert voor haar mobiliteitsaanpak. Rutgers: “Uit die cijfers blijkt dat – tegen de verwachtingen in – bezoekers gemiddeld drie alternatieve reismogelijkheden bekijken voordat ze een keuze maken. Zowel bezoekers van evenementen als van voetbalwedstrijden!”

ArenA aanjager van Smart Grids

Duurzaam opgewekte energie heeft de toekomst. Daarvoor is het echter nodig dat het elektriciteitsnet realtime kan reageren op een wisselende vraag en aanbod.

De huidige elektriciteitsnetten zijn onvoldoende flexibel om van duurzame energie een succes te maken. Daarom zet de Amsterdam ArenA zich in als aanjager van nieuwe vormen van samenwerking. Als koploper in Amsterdam-Zuidoost werkt de ArenA met de gemeente Amsterdam mee aan het project ‘Energiek Zuidoost’ voor een toekomstbestendig elektriciteitsnet.

Smart Grids zijn slimme, lokale elektriciteitsnetten die vraag en aanbod op elkaar afstemmen. Gaat bijvoorbeeld de zon schijnen of zet de wind op, dan is dat een ideaal moment om bijvoorbeeld je elektrische auto op te laden. Is het windstil dan kun je daar beter even mee wachten.

Duurzaam dankzij 4D-oppervlakteontwikkeling

Zonne-energie opwekken, lucht en water zuiveren of reclameboodschappen weergeven. Dat kan zonder ruimteverlies met een innovatief systeem van Sublean, één van de Green Deal-partners van de Amsterdam ArenA. 4D-Oppervlakteontwikkeling combineert duurzaamheid met optimale ruimtebenutting.

De 4D-technologie is een systeem van roterende driehoekige of vierkante frames van aluminium of kunststof. Al naar gelang de behoefte kan het multifunctionele systeem andere oppervlakten inzetten. Bijvoorbeeld voor het opwekken van elektriciteit door zonnecollectoren, het zuiveren van fijnstof en stikstof uit de lucht, het verwerken van piekregenval of het communiceren van informatie via een energiezuinig LED-scherm. Het systeem kan snel en breed worden uitgerold en biedt met name in de gebouwde omgeving een kansrijk toekomstperspectief. Gebouwen krijgen als het ware een ‘tweede schil’ die het zelfvoorzienende karakter vergroot. In het kader van Living Lab wil de ArenA minimaal 250 vierkante meter benutten met 4D-oppervlakteontwikkeling.



Tribunestoeltjes van duurzaam suikerriet

In de Amsterdam ArenA zal een test worden gedaan met tribunestoeltjes gemaakt van plastic met suikerriet als grondstof. In eerste instantie komt er een proef met tien stoeltjes, later vervangt de ArenA er rond de honderd. Op termijn kunnen alle stoeltjes worden vervangen door de duurzame suikerrietvariant.

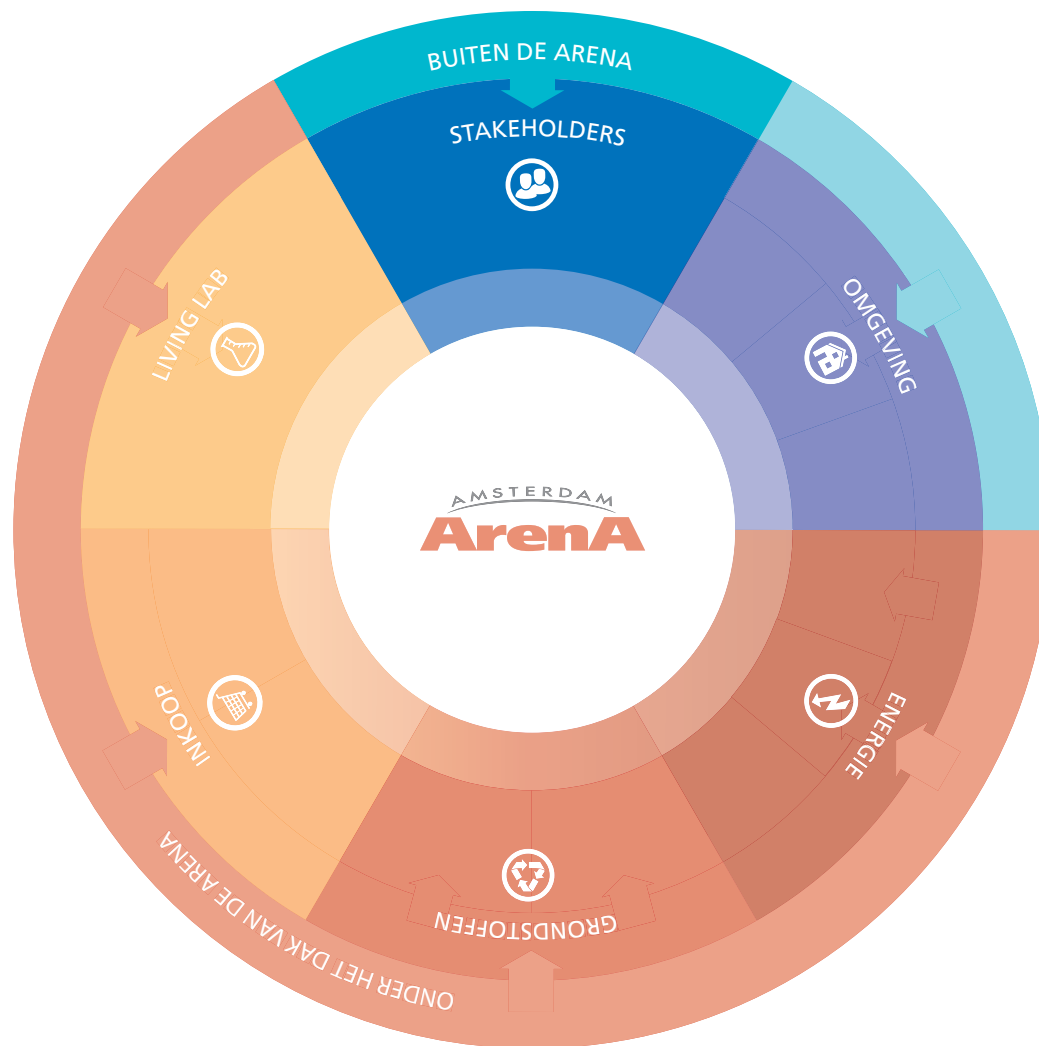
De grondstoffen voor de stoeltjes worden geleverd door Green Deal-partner Braskem, een Braziliaanse fabrikant van duurzaam bio-plastic. Het bedrijf produceert biologisch plastic van ethanol dat wordt gewonnen uit suikerriet in plaats van uit aardolie. Het bio-plastic heeft dezelfde technische eigenschappen als plastic dat van aardolie is gemaakt. Daarnaast is suikerriet niet alleen een hernieuwbare grondstof, er wordt bij de productie van bio-plastic ook nog eens CO₂ opgenomen in plaats van uitgestoten. En doordat slechts 1,5% van de Braziliaanse landbouwgrond voor de winning van ethanol wordt gebruikt, gaat de suikerrietteelt niet ten koste van andere landbouwgewassen.

BUITEN DE ARENA

Met de benen op tafel brainstormen over verduurzaming. En die ideeën omzetten in concrete plannen met onder meer Green Deal-partners en organisatoren van evenementen. Niet vrijblijvend, maar heel doelgericht. Bijvoorbeeld over hoe we meer ArenA-bezoekers samen kunnen laten rijden. Zo werken we samen met stakeholders aan een duurzame ArenA.

De ArenA stimuleert niet alleen haar bezoekers om te kiezen voor duurzame mobiliteit, maar ook haar medewerkers. Samen met leasemaatschappij ALD Automotive startte de ArenA een pilot voor het gebruik van elektrische scooters. Ook zijn in samenwerking met netbeheerder Liander een vijftal laadstations voor elektrische voertuigen gerealiseerd.

Ook met onder meer ID&T – bekend van het grote dance-event Sensation – werd een zogeheten Green Deal gesloten. De duurzame ambities van ID&T en de ArenA resulteerden dit jaar in veel hoger recyclingpercentage. Ook gaven cateraars gehoor aan de oproep





Johan van de Gronden
directeur WNF

“DUURZAAM- HEID MAG GEEN WINDOW DRESSING ZIJN”

Samen met bedrijven aan duurzaamheidsdoelen werken. Het is voor het Wereld Natuur Fonds (WNF) een belangrijke methode om aan het eigen doel – het beschermen van de natuurlijke rijkdommen op aarde – invulling te geven. Johan van de Gronden, van huis uit filosoof en sinds 2006 directeur van het WNF, schetst hoe duurzaamheid aan een onherroepelijke opmars bezig is die leidt tot nieuwe verhoudingen.

“De val van Lehman Brothers markeert het einde van het oude denken en het begin van volstrekt nieuwe verhoudingen. Het moment waarop de crisis uitbrak heeft iedereen erg opgeschrikt. Ineens bleken mensen in krijtstreep niet te vertrouwen. En waren we toen bang voor de dubbele dip, nu zien we een nog veel grilliger beeld. Mensen vragen zich af op wie en wat je nog kunt vertrouwen. Menigeen is van z’n voetstuk gevallen. Ook politiek zagen we een chaotische situatie ontstaan.”

Bestuurskamers

“Nu het stof wat neerslaat zie je een andere behoefte ontstaan. Iedereen ziet in dat de verhoudingen van voor 2008 niet meer terugkomen. Het oude economische denken, het verwaarlozen van de omgeving, het niet verder kijken dan eigen belangen en het dedain voor de klant hebben afgedaan. We zijn duidelijk op zoek naar nieuwe ankers, nieuwe zekerheden. Duurzaamheid is zo’n anker. Dat is ook tot de bestuurskamers van grote bedrijven doorgedrongen, sterker nog dan in de politiek.”

Focus op lange termijn

“Als het in bedrijven gaat om de vraag hoe je zorgt voor continuïteit, dan is duidelijk dat de energiefactor omlaag moet en de ‘resourcefactor’, het efficiënt gebruik van grondstoffen dus, omhoog. Groei ziet men niet meer

los van milieudruk. Zoals Paul Polman van Unilever het prachtig zei: ‘We gaan de omzet verdubbelen en de milieudruk halveren.’ Dat is een prachtige ontwikkeling. Polman kondigde ook aan te stoppen met kwartaalcijfers. Kortom: niet meer focussen op de korte termijn, maar op de lange termijn. Dat is écht duurzaam ondernemen.”

Macht van de consument

“Als WNF kijken we liever naar de kansen dan naar de bedreigingen. In die zin zijn we optimisten. Daarin past ook dat we afspraken maken met bedrijven. Dat doen we nu sinds enkele jaren op deze manier. Als je ketens wil veranderen, moet je zorgen dat je de dominante spelers meekrijgt. Met steeds meer van die grote spelers komen we tot heel scherpe, afrekenbare afspraken over verduurzaming. Het vraagt soms een lange adem voor die afspraken er zijn, maar bedrijven zijn er wel voor in. Simpelweg omdat men gewend is te werken op basis van prestatie-indicatoren. Kijk naar de afspraken met Albert Heijn die we hebben gemaakt. En kijk hoe de visserijsector veranderd is. Vis die niet duurzaam gevangen is komt gewoon het schap niet meer in. Als consument heb je ook veel invloed. Als je alleen biologisch vlees wil, dan dwing je producenten om uitsluitend diervriendelijk te werken.”

Prestaties meten

“Bedrijven spelen een enorme rol bij het verduurzamen van de samenleving. Daarom juich ik, als overtuigd Ajacied, ook de manier toe waarop de Amsterdam ArenA duurzaamheidsafspraken maakt met bijvoorbeeld leveranciers en het energiegebruik terugdringt. Afspraken maken, prestaties meten, daarover verantwoording afleggen, kritisch zijn op elkaar en het verhaal uitdragen. Daar gaat het om. Er zal altijd een mix zijn van verschillende intenties om aan duurzaamheid te gaan werken, dat is ook niet erg. Het resultaat telt uiteindelijk. Maar je moet wel voorkomen dat duurzaamheid een vorm van window dressing wordt.”

Nieuwe balans

“Wat de rol van de overheid nog is als bedrijven, consumenten en organisaties als het WNF samen al tot afspraken over verduurzaming komen? De overheid moet vooral een duidelijke stip op de horizon zetten. Aan een duidelijke visie en een consistent beleid heeft het in Nederland de afgelopen tien jaar sterk ontbroken. Kijk even wat het Duitsland gebracht heeft, door over twintig jaar zekerheid te bieden over de inkoopprijs van zonne-energie. Ik hoorde met ongeloof maar ook veel genoeg de uitslag van de Nederlandse Kamerverkiezingen. Deze ruk naar het midden en een tweepartijkabinet kunnen zorgen voor een stabiele periode, voor een nieuwe balans. En hopelijk voor een duidelijke duurzaamheidskoers.”

Amsterdam ArenA dooft lichten voor beter klimaat

Amsterdam ArenA deed ook in 2012 weer het licht uit tijdens Earth Hour, de internationale campagne van het Wereld Natuur Fonds (WNF). Op 31 maart 2012 ging om 20.30 uur het licht een uur uit om de noodzaak van een duurzame toekomst te benadrukken. De ArenA was in goed gezelschap: ook Buckingham Palace en de Eiffeltoren doofden de verlichting. Astronaut André Kuipers is namens het WNF-ambassadeur van Earth Hour. Tijdens het wereldwijde evenement waaraan sinds 2006 1,8 miljard mensen meededen, zweefde hij op circa 400 kilometer afstand van de aarde. “Beter dan op deze manier kunnen we geen aandacht vragen voor de mooiste planeet in het universum. Het is mooi dat ook de Amsterdam ArenA al jarenlang aan dit initiatief meedoet. Ik zal het stadion zelf ook bezoeken tijdens het sustainability diner op 12 december 2012 om met eigen ogen te zien wat de ArenA doet op het gebied van duurzaamheid.”

Liander en Amsterdam ArenA realiseren elektrische oplaadpalen

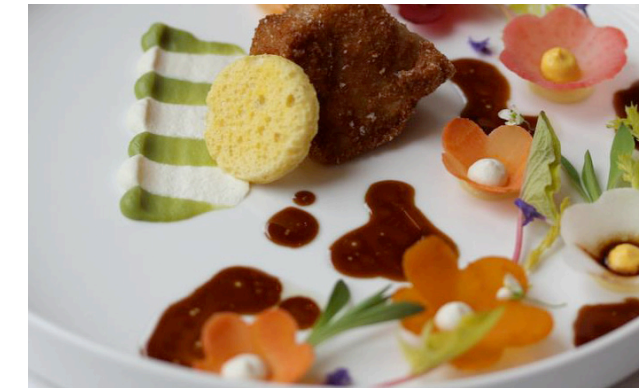
Netbeheerder Liander en de Amsterdam ArenA werken samen aan oplaadpunten voor elektrische voertuigen. Tot nu toe zijn vijf laadstations gerealiseerd. Neemt de vraag toe, dan komen er meer.

Voor mensen met een elektrische auto is het prettig niet alleen afhankelijk te zijn van laadpunten thuis of langs de openbare weg. Door de plaatsing van laadpalen op semi-openbare locaties, zoals het VIP-dek bij de ArenA waar auto's vaak enkele uren staan, kunnen automobilisten eenvoudiger grotere afstanden afleggen. Voordat de grootschalige uitrol bij de ArenA begint, moet eerst duidelijk zijn dat vaak genoeg geladen wordt bij de laadpunten. Zodra er regelmatig een tekort aan onbezette laadpalen blijkt te zijn, zullen op verzoek van de ArenA nieuwe laadpunten worden geplaatst.

“De samenwerking tussen Liander en de ArenA is succesvol gebleken ondanks enkele praktische uitdagingen die in het traject naar voren kwamen. Die zijn in goed overleg pragmatisch opgelost”, aldus Mereille Klein Koerkamp van Liander. “De palen werken inmiddels naar volle tevredenheid, al zouden er wel wat meer auto's gebruik van mogen maken!”



SAMEN MET STAKEHOLDERS



Duurzaamheidsdiner op 12 december 2012

In het voorjaar van 2012 besloot de Amsterdam ArenA om een duurzaamheidsdiner te organiseren op 12-12-2012. De ArenA wil het diner benutten om aandacht te vragen voor duurzaamheid. Het is het eerste Sustainability Dinner dat plaatsvindt in het nieuwe Hoofdgebouw.

Sterrenkok Ron Blaauw zet de aanwezigen samen met Jonathan Karpathios een duurzame maaltijd voor. Andere sterren van de avond zijn astronaut André Kuipers (tevens ambassadeur van Steun Stichting Emma Kinderziekenhuis), Robert Seegers, Director Public Affairs & Communications Coca-Cola Enterprises Nederland, en Marcel Levi, voorzitter van de Raad van Bestuur van het AMC. Zij verzorgen key note speeches. Zangeres Oleta Adams zal het duurzaamheidsdiner muzikaal opluisteren. Het Amsterdam ArenA Sustainability Dinner is een officieel side event van de internationale sportbeurs 'The Panstadia Expo' die op 12 en 13 december plaatsvindt in de RAI. De ArenA benadrukt tijdens deze beurs de noodzaak om stadions wereldwijd te verduurzamen.



Maarten van Poelgeest, wethouder Ruimtelijke Ordening, Grondzaken en Klimaat en Energie van Amsterdam

“ARENA ALS DUURZAAM ROLMODEL”

Maarten van Poelgeest en Frank de Boer. Beiden staan pal voor de Amsterdam Arena. Wethouder Van Poelgeest omdat hij het stadion ziet als visitekaartje van Amsterdam. De Boer omdat de Arena zijn hoofdpodium is als trainer van Ajax. Maar wat als je van de Arena het groenste stadion van de wereld wilt maken?

Een groene Arena? Ajax-trainer Frank de Boer fronsst zijn wenkbrauwen. “Rood-wit is mijn kleur”, zegt hij beslist. “Nog vele jaren wat mij betreft!” Toch is het onderwerp duurzaamheid hem niet vreemd. Vooral toen hij voetbalde in Qatar en er dagelijks mee te maken had. “Qatar is gewoon een oliestaat. Zo simpel is het. Waar je ook loopt: je kunt er niet omheen dat ze daar met energie hun brood verdienen. Maar zelfs daar weten ze: het is tijdelijk. De olie raakt op, hoewel ze alles uit de kast trekken om de laatste druppel eruit te persen.”

Green Deal-partners Amsterdam Arena

De Arena maakt afspraken met stakeholders om het stadion te verduurzamen. Zij investeren tijd, geld, kennis en diensten. De 36 Green Deal-partners op 1 juli 2012 zijn (in alfabetische volgorde):

ABN AMRO Bank N.V.	Goudappel Coffeng B.V.	Piet Boon Ontwerpstudio B.V.	Nieuwe Green Deals zijn in voorbereiding met:
Aegon Nederland N.V.	Grolsche Bierbrouwerij Nederland B.V.	Pricewaterhousecoopers B.V.	AASportSystems B.V.
AFC Ajax N.V.	ID&T B.V.	SGL B.V.	Dyson BV
Ballast Nedam N.V.	KNVB	Stichting Urgenda	FieldTurf Tarkett Inc.
BAM Techniek B.V.	Kone B.V.	Sublean Group	Hulskamp Audiovisueel B.V.
Braskem SA	KPN B.V.	Transelect B.V.	Label Hospitality B.V.
Catering Club B.V.	Liander N.V.	Van Gansewinkel Nederland B.V.	Leene Communicatie B.V.
Chess embedded Technology International B.V.	Maison van den Boer B.V.	Vemo Catering B.V.	L'Exception Lenselink B.V.
Cisco Systems International B.V.	Mercedes-Benz Nederland B.V.	Ontspitst (VerkeerAdvies Zuidoost)	Randstad Nederland B.V.
Coca-Cola Enterprises Nederland B.V.	Microsoft NV	Ontspitst (VNO-NCW)	Support Partners in Sport B.V. (SIS)
CSU Cleaning Services B.V.	N.V. Nuon Energy	XXImo	
DVP B.V.	Nijboer Interieurbouw B.V.		
Gemeente Amsterdam	Opalio Media B.V.		

Business cases

Maarten van Poelgeest is wethouder Ruimtelijke Ordening, Grondzaken en Klimaat en Energie van Amsterdam. Hij is een warm pleitbezorger van duurzame energie. Hoewel hij de Arena een warm hart toedraagt, hoeft het stadion wat hem betreft niet te rekenen op overheids geld. “Subsidie voor duurzame energie is niet nodig: investeringen verdienen zichzelf snel terug door de stijgende energieprijzen en de verbeterde technieken.” Van pioniers – zoals hij de Arena noemt – verwacht hij dat ze blijven aantonen dat energiebesparing en –opwekking mogelijk is én geld oplevert. “Met de Arena laten we als Amsterdam zien dat duurzaam ondernemen echt mogelijk is. Het afgelopen jaar spraken wij bijvoorbeeld over wind-energie, zonne-energie en duurzame inkoop. Dat gaat om enorme investeringen. Het zijn concrete business cases waarmee het stadion laat zien dat duurzaamheid de kinderschoenen is ontgroeit.”

Zonnepanelen

Frank de Boer vindt het opmerkelijk dat juist in Qatar iedereen lijkt te beseffen dat de rijkdommen in de grond tijdelijk zijn. In westerse landen ziet hij die overtuiging nog niet. “In 2022 mogen ze in Qatar het WK voetbal organiseren. Prachtig natuurlijk! Dat zou ook wel in Nederland mogen gebeuren wat mij betreft. Maar goed, zij krijgen de kans. Daar stoppen ze heel wat oliedollars in. Toch weten ze dat het op termijn ‘over en sluiten’ is met de olie uit de grond. Het raakt een keer op.” Om het WK binnen te halen zette Qatar in op duurzame energie: het moet een energienetraal kampioenschap worden. Zonnepanelen moeten bijvoorbeeld de stadions koel gaan houden. De Boer: “De zon komt elke dag op. Die energiebron is oneindig. In Nederland vragen we ons af of investeren in zonnepanelen economisch wel slim is. Onvoorstelbaar eigenlijk, als we zeker weten dat andere energiebronnen tijdelijk zijn.”

Icoon voor duurzaamheid

Hoe dragen Van Poelgeest en De Boer bij aan een duurzame Arena? De Boer is daar duidelijk over: “Ik ben Ajax-trainer. En ik vind het fantastisch dat de Arena zich inzet voor duurzaamheid. Als stadions laten zien dat zij duurzaamheid belangrijk vinden, bereiken zij miljoenen mensen. Dat is een goede zaak. Duurzaam betekent ook daadkrachtig zijn en dat is dit stadion. De Arena kan echt een rolmodel worden op het gebied van duurzaamheid. Zoals wij van Ajacieden verwachten dat ze hun voorbeeldfunctie goed invullen. Laat dus als stadion maar zien hoe dat kan, dat trekt bedrijven over streep.” Wethouder Van Poelgeest is het daarmee volledig eens. “De Arena is bijzonder omdat zij echt een proeftuin wil zijn voor duurzame innovatie. Als gemeente verbinden we partijen met elkaar. We leggen contacten en denken mee over oplossingen. De gemeente neemt belemmeringen in wet- en regelgeving zoveel mogelijk weg. We hebben een financieringsfaciliteit opgezet en zorgen dat kennis algemeen beschikbaar komt. Uiteindelijk is het geheel meer dan de som der delen. Je hebt elkaar gewoon hard nodig om projecten voor elkaar te krijgen.”



Frank de Boer, trainer Ajax



Sensation steeds duurzamer

Sensation, het grootste dance-event ter wereld dat elk jaar plaatsvindt in de Amsterdam Arena, wordt steeds duurzamer. Dat is onder meer het resultaat van de Green Deal die organisator ID&T eind 2011 sloot met het stadion.

De duurzame ambities van Sensation en de Arena resulteerden dit jaar in een recyclingpercentage van maar liefst 43%. Dat is een forse toename vergeleken met vorig jaar toen 10% van het totale afval werd hergebruikt.

Naast de afvalscheiding heeft Sensation de verschillende cateraars gevraagd het aanbod van voedsel en drank zoveel mogelijk te verduurzamen. Alle cateraars gaven aan deze oproep gehoor. Afgaande op de metingen van energiegebruik, watergebruik en de gegevens rond mobiliteit verwacht Sensation in de toekomst in samenwerking met de Arena nog veel meer duurzame successen te kunnen behalen.

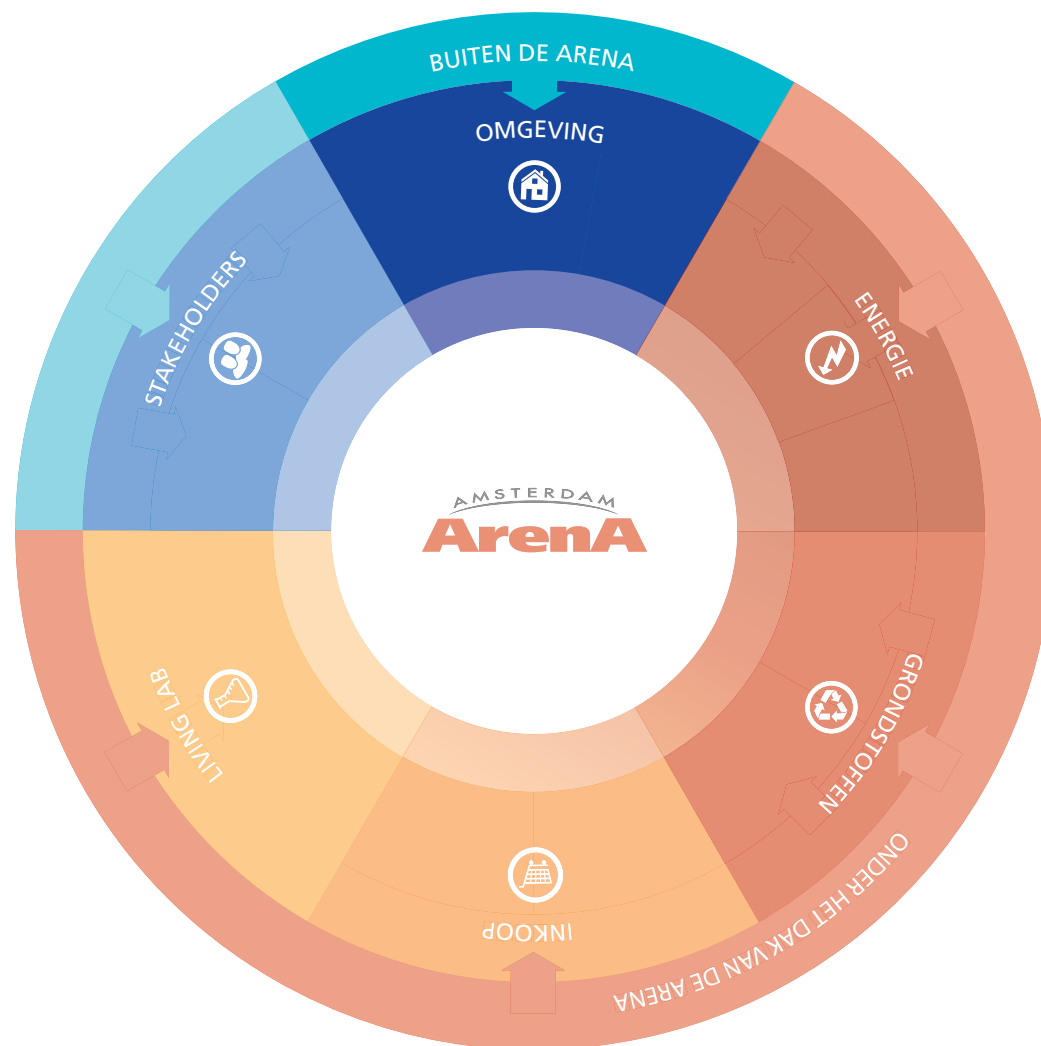
BUITEN DE ARENA

Bijdragen aan de Ajax Foundation. Meedenken én meedoen om het ArenA-gebied veilig en leefbaar te houden. En steun geven aan initiatieven die bijdragen aan een sterke economie. Dat zijn onze maatschappelijke speerpunten.

De Ajax Foundation zet zich in voor maatschappelijke projecten op het gebied van sport en gezondheid, sociale integratie en educatie. Hieraan dragen we structureel bij met geld en tijd. ArenA-directeur Henk Markerink is bijvoorbeeld bestuurslid van de Foundation, wat de warme band tussen het stadion en de voetbalclub onderstreept. Ook zetten we ons in voor veiligheid en leefbaarheid rondom het stadion, in nauwe samenwerking met het bevoegd gezag. En we onderzoeken het veiligheidsgevoel. Onder ons dak ligt dat gevoel gemiddeld hoger (7,8) dan buiten het stadion (7,6).

Uit onderzoek van de KNVB blijkt ook dat Ajax de veiligste club van de Eredivisie is, mede dankzij de inzet van de ArenA. Ten aanzien van het stimuleren van de lokale economie zetten wij ons bijvoorbeeld in voor Energiek Zuidoost, dat zich onder meer richt op de realisatie van een innovatief energienet in het ArenA-gebied. En we participeren in het bestuur van de bedrijvenvereniging, de VAZO.

Vanzelfsprekend zetten we ons in voor meer werkgelegenheid, bijvoorbeeld door de ruim 400 stewards en beveiligers bij wedstrijden liefst te werven in de regio.





STADIONMANAGEMENT; LEERCYCLUS VOOR TOPVEILIGHEID

Steward Pieter van de Glind; "Het gaat om een duidelijke lijn die je samen trekt."

Amsterdam, woensdag 3 oktober...

Ver voordat de scheidsrechter het startsignaal geeft voor de eerste thuiswedstrijd van Ajax in de Champions League heeft, onzichtbaar voor het publiek, een belangrijke aftrap al plaatsgevonden. Niet op de middenstip, maar in de briefingsruimte voor hoofd-stewards die zich in het verder nog lege stadion hebben verzameld. Op het programma vanavond staat de topontmoeting met Real Madrid. De Amsterdam ArenA is uitverkocht en maakt zich op voor de ontvangst van 52.000 bezoekers. Daar hoort geconcentreerde aandacht bij. Voor topveiligheid en topservice.

Safety, security en service

Voor Marco Gerrese is het dan ook geen werkdag als elke andere. Als manager Crowd services en Public affairs is hij verantwoordelijk voor de operationele aansturing van alles wat de ontvangst van bezoekers raakt. 'Safety, security en service, maar ook optimale mobiliteit', vat hij de taakstelling samen. En dat, geeft hij toe, levert op dagen als deze een gezonde spanning op. Het dertigtal hoofdstewards en teamleiders beveiliging luistert ondertussen aandachtig naar de instructies die ze krijgen. "Geen alcoholverkoop, zoals gebruikelijk bij een UEFA-wedstrijd", "Let op vuurwerk", "Verwijs bezoekers na de wedstrijd actief door naar de uitgangen". Straks briefen de aanwezigen op hun beurt de in 400 stewards. Verdeeld over de vakken en sectoren zijn zij de ogen, oren, handen en voeten om de ArenA-gastvrijheid uit te dragen en de huisregels te handhaven.

Een simpele lijn

Eén van die stewards is Pieter van de Glind. Hoewel het op papier 'slechts' een bijbaan naast zijn studie is, draagt hij zijn uniform met zichtbaar plezier en trots. Al vijf jaar, vertelt hij. "Het is vormend, je leert met onverwachte situaties omgaan. Krijg je een belediging

naar je hoofd, dan kan je niet met een knalrood gezicht verlegen staan te zijn. Je bent de steward, daar hoort een uitstraling bij. Ken de huisregels, weet dat er iets schokkends kán voorvallen en bewaak je eigen grens." Als dat goed zit kan je niks gebeuren, weet Pieter. "Het gaat om een duidelijke lijn die je samen handhaaft. Hoe simpeler die lijn is, hoe meer zekerheid voor bezoekers. Dat maakt het voor ons weer makkelijker waardoor we meer rust uitstralen en mensen ervaren dat we in control zijn."

Commitment bij het 'product' ArenA

"Stadionmanagement is leren en blijven leren", benadrukt Gerrese. "Met een schaalgrootte van een stad is het beheersbaar houden en managen van bezoekersstromen een kunst die nooit af is."

Het doel is om als ArenA bij de absolute top te horen. Gerrese: "Het moet voor bezoekers veilig zijn – no matter what. Dat is in elke afweging leidend en cruciaal voor de beleving van ons product." Want,

zo ziet hij het, de ArenA is een totaalproduct. En het succes hangt af van heel veel uiteenlopende partijen met zowel commerciële als publieke doelstellingen. Van de NS, Rijkswaterstaat, parkeerexploitanten en de politie tot en met onze cateraars en schoonmakers.

De hoofdstewards weten inmiddels wat ze te doen staat en trekken hun halflange, opvallend kleurige jassen aan. Onder schouderklopjes en handen schudden waaieren ze uit naar de sectoren voor de doorbriefing. Straks, na de wedstrijd nemen zij hun ervaringen weer mee terug. De lerende organisatie, een cyclus die nooit ophoudt, heeft dan voor vandaag z'n waarde weer bewezen.

Stewards, beveiligers, hostessen van Triple A

Triple A (de samenwerking tussen Ajax en de ArenA) levert voor wedstrijden, concerten en andere evenementen de medewerkers om binnen de Amsterdam ArenA de hospitality, stewarding, beveiliging en medische verzorging in te vullen.

Veiligheidsgevoel stabiel hoog

Hoe veilig voelen bezoekers van het stadion zich? De Amsterdam ArenA onderzoekt dit door per type evenement – voetbal, dance of entertainment – gericht de waardering van veiligheid te meten. In 2011 gaven zowel mannen als vrouwen een ruime voldoende (7,7/7,6) voor hoe veilig ze zich in het stadion voelen. Als het gaat om de situatie rondom het stadion komt het gemiddelde cijfer op een 7,4.

KNVB-audit: Ajax veiligste club

Volgens de jaarlijkse KNVB Kwaliteitsmeting Voetbal en Veiligheid is Ajax de veiligste club van de Eredivisie. In deze audit wordt gekeken naar drie onderdelen op het gebied van wedstrijdorganisatie en veiligheid. Belangrijke aspecten hierin zijn bijvoorbeeld de rol van de veiligheidscoördinator binnen de organisatie, het beleid rondom opleiding van stewards, maar ook de verschillende overlegvormen met partners in de veiligheidsketen. Op twee van de drie onderdelen van de KNVB-audit behaalde Ajax de maximale score.



Briefing stewards voor de wedstrijd



Extra service levert geld op voor Emma Kinderziekenhuis
Kwam je als bezoeker van een skybox aanrijden bij de Amsterdam ArenA, dan kon je rekenen op een extra service: Valet Parking. Je auto werd weggezet, de ramen tijdens het bezoek schoongepoetst en na afloop werd de auto weer voorgereden. Een service waarvoor veel bezoekers een fooi gaven. Niet nodig volgens de ArenA, maar onbeleefd om niet aan te nemen. Daarom verzamelde de ArenA alle fooien, om deze over te maken naar het Emma Kinderziekenhuis. Tijdens de modernisering van het Hoofdgebouw hebben we door verlies aan parkeerplaatsen deze service ingesteld.

Ingenomen eten en drinken voor de Voedselbank
Bezoekers van een evenement mogen geen flesjes en blikjes meenemen. Dat is voorgeschreven in de huisregels van de Amsterdam ArenA. Voorheen werd alles weggegooid, tot een beveiliging – zelf afkomstig uit Amsterdam-Zuidoost – op het idee kwam om al het ongeopende eten en drinken in te zamelen voor de Voedselbank. Dat levert per evenement achttien grote kratten op met flesjes en blikjes drinken. Bovendien doen bezoekers dan gemakkelijker afstand van hun eten en drinken. En het begrip dat zij hebben voor het initiatief helpt stewards bij het doen van hun werk.



Duurzaamheid stadions belangrijk voor consument
Het overgrote deel van de Nederlanders (73%) vindt dat stadions aandacht moeten besteden aan het onderwerp duurzaamheid. Dat blijkt uit een onderzoek dat Maurice de Hond in opdracht van de Amsterdam ArenA uitvoerde onder ruim 1200 Nederlanders.

Opvallend is dat vrouwen de aandacht voor duurzaamheid van stadions belangrijker vinden dan mannen. Ook leeftijd blijkt een rol te spelen: hoe ouder men is, des te vaker men vindt dat stadions hier aandacht aan moeten besteden. De gemeente is volgens de ondervraagden de meest logische partner bij de verduurzaming van een stadion, gevolgd door de stadionsponsors en de organisatoren van wedstrijden en evenementen. Op de lijst van stadions met het duurzaamste imago eindigt de Amsterdam ArenA op een derde plaats achter het Arnhemse GelreDome en het Groningse Euroborg Stadion.



	2009/2010	2010/2011	2011/2012
Netto-omzet			
Opbrengsten*	31.771	30.980	28.998
Resultaat			
Bedrijfsresultaat*	3.082	3.118	1.364
Resultaat uit gewone bedrijfsuitoefening voor belastingen*	2.510	2.769	974
Geïnvesteed vermogen			
Balanstotaal*	120.891	123.477	130.729
Personeel (gemiddeld)			
Vast en tijdelijk dienstverband	54	56	58
Uitzendkrachten	2	2	2
Stewards	395	405	421
Oproepkrachten	60	75	75
Evenementen			
Voetbal			
Ajax	23	30	25
Jong Ajax	2	0	0
Nederlands Elftal/KNVB	5	4	4
Concerten	7	6	4
Overige grootschalige evenementen	13	6	3
Overige evenementen	48	40	32
Bezoekers			
Aantal bezoekers (evenementen)	1.753.000	1.790.000	1.695.000
Aantal bezoekers (rondleidingen)	65.000	81.000	79.000

* Bedragen in € 1.000

OVER DE AMSTERDAM ARENA

Dit duurzaamheidsverslag heeft betrekking op alle activiteiten die samenhangen met de exploitatie van de Amsterdam ArenA.

Structuur

Stadion Amsterdam NV is gevestigd in Amsterdam en eigenaar van de Amsterdam ArenA. Stadion Amsterdam NV houdt 100% van de aandelen van Stadion Amsterdam Exploitatie BV, Amsterdam ArenA Advisory BV en Amsterdam ArenA Outdoor BV, alsmede 99% van de aandelen van ArenA do Brasil Ltda. Stadion Amsterdam Exploitatie BV treedt op als beherend vennoot van Stadion Amsterdam CV, waarin de exploitatie van het stadion plaatsvindt. Op haar beurt houdt Stadion Amsterdam CV 100% van de aandelen van Grace BV en is zij de enige beheerende en commanditaire vennoot van Grace CV. Grace is de organisatie die het ArenA card-betaalsysteem exploiteert.

De overige vennoten van Stadion Amsterdam CV zijn ABN AMRO, Ballast Nedam Bouw B.V., Koninklijke BAM Groep nv, Coca-Cola Nederland, Grolsche Bierbrouwerij Nederland B.V., KPN, Stichting Exploitatie Nederlandse Staatsloterij, Philips Electronics Nederland B.V. en Amsterdam RAI B.V. Als ‘founders’ van de Amsterdam ArenA maakten zij de bouw van het stadion destijds mogelijk.

Organisatie

De leiding van de Amsterdam ArenA is in handen van algemeen directeur Henk Markerink. Hij is tevens voorzitter van het Management Team dat bestaat uit Hidde Salverda (Directeur Evenementen bedrijf), Han Mouton (Financieel Manager), Henk van Raan (Directeur

Facilitair bedrijf) en Hendrik Jan de Mari (Directeur Commerciële Zaken). De directie van de Amsterdam ArenA brengt verslag uit en legt verantwoording af aan de Raad van Commissarissen van de Amsterdam ArenA.

Platform Duurzame ArenA

Het duurzaamheidsprogramma van de Amsterdam ArenA staat onder leiding van Henk van Raan en wordt uitgevoerd door het Platform Duurzame ArenA (PDA). Zeven medewerkers hebben zitting in het projectteam dat de duurzaamheidsinitiatieven coördineert. Via het PDA kunnen alle medewerkers van de ArenA ideeën en suggesties inbrengen om zo invloed uit te oefenen op het duurzaamheidsbeleid. In verband met de omvang van de organisatie zijn de informele kanalen echter minstens zo effectief.

Dialoog met stakeholders

De verduurzaming van de ArenA vindt plaats in een voortdurende dialoog met stakeholders, waaronder founders, bedrijven in de regio Zuid-Oost, de lokale overheid, ketenpartners op bezoekers, organisatoren evenementen en Green Deal-partners, een kleine veertig organisaties die de ArenA helpen om de CO₂-uitstoot per saldo te reduceren tot nul in 2015. De Amsterdam ArenA organiseert ten minste viermaal per jaar bijeenkomsten waar deze stakeholders de mogelijkheid hebben om aanbevelingen te doen aan het PDA, het MT en de directie van de Amsterdam ArenA.

Kernresultaten

In het afgelopen jaar bedroegen de maatschappelijke investeringen circa 4,2 miljoen euro. De CO₂-uitstoot is met ruim 12% afgenomen ten opzichte van vorig jaar. Komend jaar ligt de prioriteit bij verdere verduurzaming van het energiegebruik en duurzaam inkopen bij leveranciers. De ArenA wil belangrijke stappen zetten op dit gebied. Duurzaamheid maakt integraal deel uit van de strategie van de Amsterdam ArenA. Het werkt door in alle lagen van de organisatie en staat hoog op de strategisch agenda. Dat kost energie, maar bovenal geeft dat energie!



PDA-team v.l.n.r.: Reinout Huisman, Claire Sleijffers, Marco Gerrese, Frank de Leeuw, Josine Rienks en Henk van Raan (Hein Steer ontbreekt op de foto).

Verslagprofiel

Dit duurzaamheidsverslag heeft betrekking op de verslagperiode 1 juli 2011 t/m 30 juni 2012. Deze verslagperiode is gelijk aan de verslagperiode van het financiële jaarverslag. Het is het eerste duurzaamheidsverslag van de Amsterdam ArenA dat opgesteld is conform de richtlijnen van het Global Reporting Initiative. Het verslag voldoet aan rapportageniveau C. Voortaan zal verslaggeving jaarlijks op deze wijze plaatsvinden, waarbij het de ambitie is om uiteindelijk conform GRI A+ te rapporteren.

Reikwijdte van het verslag

De hoofddoelstelling is om in 2015 per saldo een CO₂-neutraal stadion te zijn. In dit verslag laat de ArenA de vorderingen zien. Het basisjaar voor de verslaggeving en vergelijkingen is fiscaal jaar 2009-2010. Belangrijk om te vermelden is dat de ArenA focust op zaken waarop zij zelf invloed heeft. De rapportage richt zich daarom op vermindering van de directe CO₂-uitstoot, de uitstoot waar de oorzaken ‘onder het dak’ van de ArenA te vinden zijn. Immers: de ArenA kan bijvoorbeeld niet bepalen hoe bezoekers naar het stadion komen. Dat is aan de consument. Echter, de ArenA kan daarop wel invloed uitoefenen via bijvoorbeeld voorlichting en stimuleringsbeleid. En doet dit ook, samen met stakeholders, organisatoren en bezoekers, met impact op de omgeving. Zoals ook te lezen valt in dit verslag.

Om de doelstelling te realiseren vindt sturing plaats op zes thema’s die binnen de invloedssfeer van de ArenA liggen. **Energie, grondstoffen en inkoop** zijn hierbij de belangrijkste. De andere thema’s zijn **Living Lab, samen met stakeholders en impact op de omgeving**. Hier gaat het vooral om zaken als stimulering, voorlichting en bewustwording. De ArenA fungeert hierbij als voortrekker én etalage: zij wil een voorbeeldrol vervullen,

	2009/2010		2010/2011		2011/2012	
	Kg	%	Kg	%	Kg	%
BSA	12.704	2,9	31.360	7,4	9.800	2,7
Gevaarlijk afval	2.050	0,5	1.302	0,3	1.237	0,3
GFT	2.240	0,5	38.780	9,2	28.360	7,9
Grond	21.460	4,9	800	0,2	1.280	0,4
Hout	7.080	1,6	9.420	2,2	11.200	3,1
Papier & karton	17.570	4,0*	24.190	5,7*	16.125	4,5*
Restafval	371.976	85,6**	317.860	75,0**	292.416	81,1**
Totaal	435.080		423.712		360.418	
		*Papier tov karton 4,72% **Restafval papier per bezoeker 0,22 Kg			*Papier tov karton 7,61% **Restafval papier per bezoeker 0,19 Kg	*Papier tov karton 5,51% **Restafval papier per bezoeker 0,18 Kg

een icoon zijn op het gebied van duurzaamheid en organisaties die daaraan meewerken een podium geven. Het duurzaamheidsverslag is voor de ArenA een belangrijke stap in het markeren en verantwoorden van de duurzaamheidsdoelstellingen. In zowel informerende artikelen als actuele cijfers van verschillende KPI’s laat de ArenA de voortgang zien van het duurzaamheidsprogramma. De emissies zijn berekend op basis van de vereisten aan indicator EN16 van de GRI.

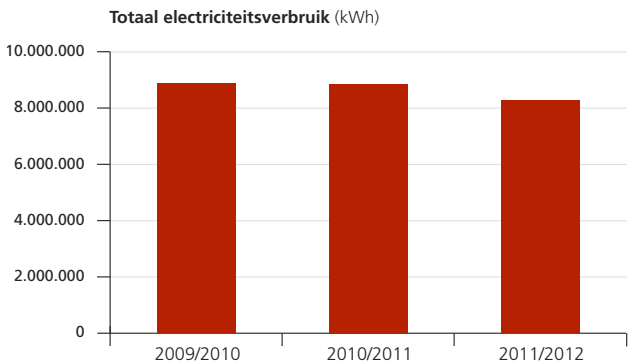
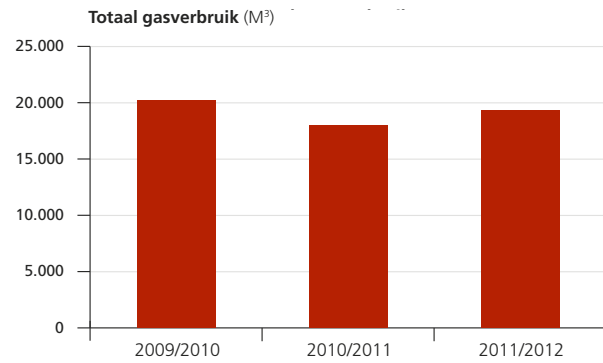
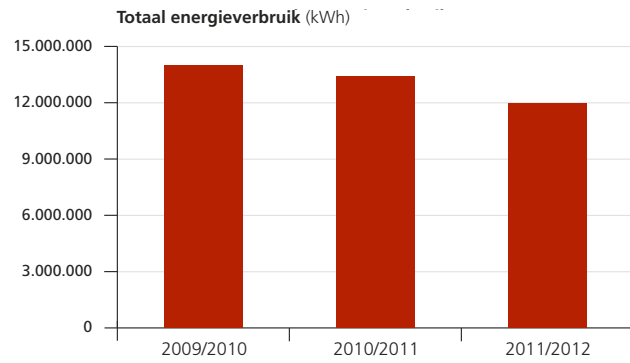
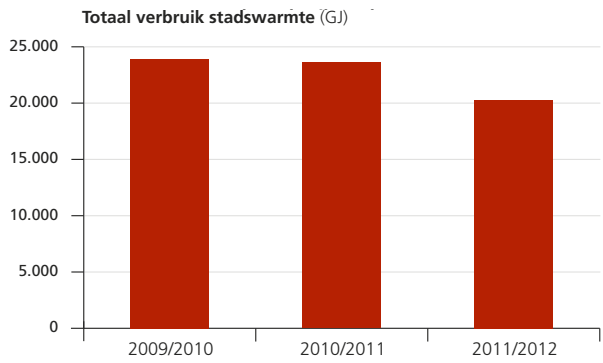
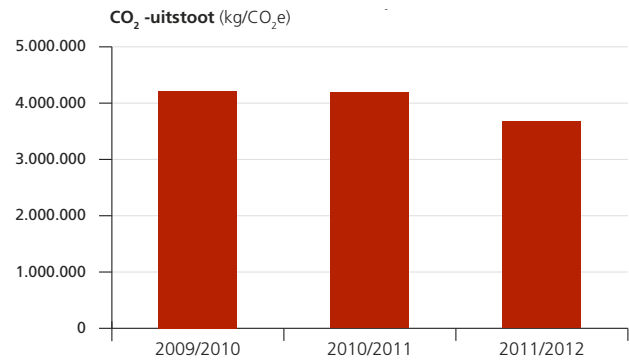
Dit verslag is opgesteld door de leden van het Platform Duurzame ArenA (PDA), waaraan zeven medewerkers van het stadion deelnemen. Voor wat betreft de inhoud van het verslag zijn de keuzes onder meer bepaald door het jaarplan 2011/2012, de herijkte en aangescherpte strategie die vastgesteld is in het voorjaar van 2012, werksessies met stakeholders, samenwerking met een kleine veertig Green Deal-partners en vanzelfsprekend de GRI-standaarden.

Meer weten?

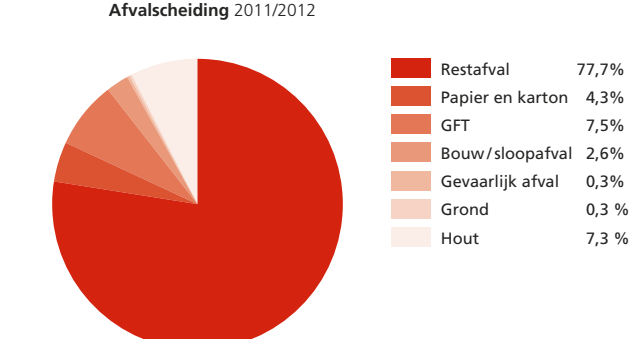
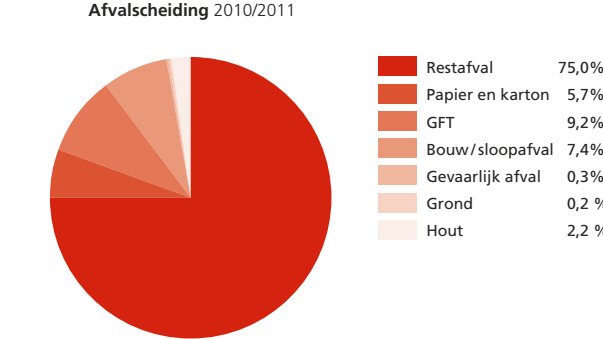
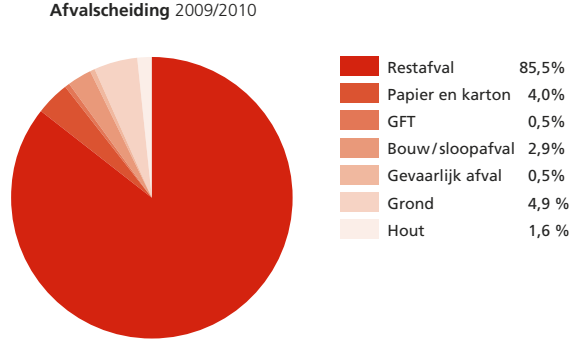
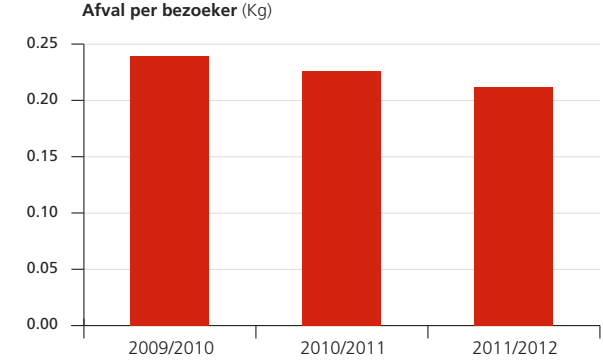
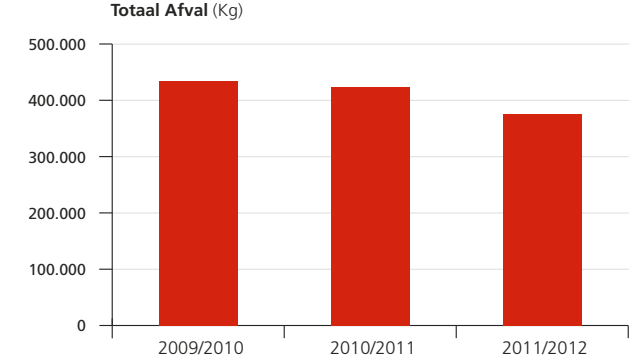
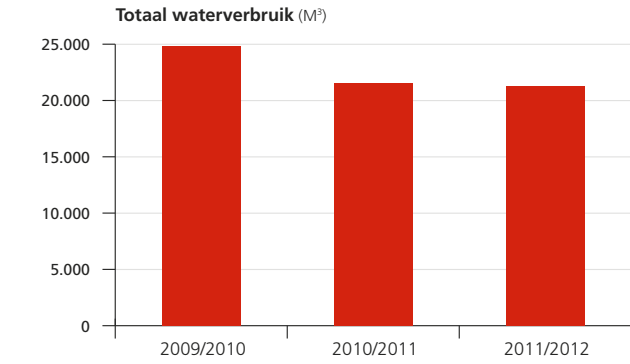
Neem dan contact op met Henk van Raan, projectdirecteur Amsterdam ArenA. Vanzelfsprekend duurzaam, telefoon 020 - 311 13 11 e-mail duurzaamheid@amsterdamarena.nl

KERNCIJFERS OP EEN RIJ

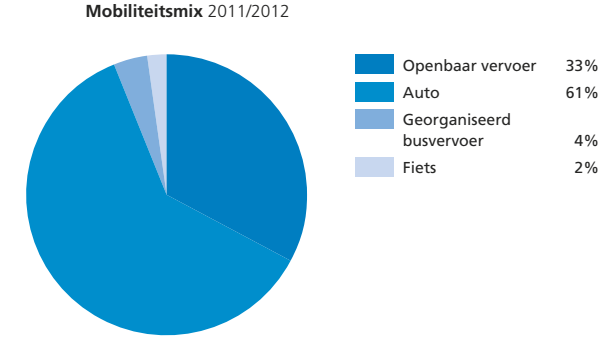
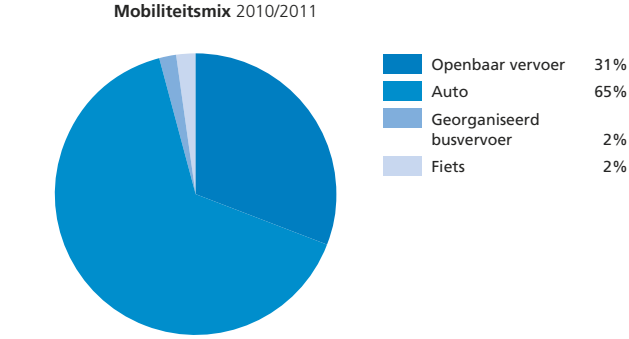
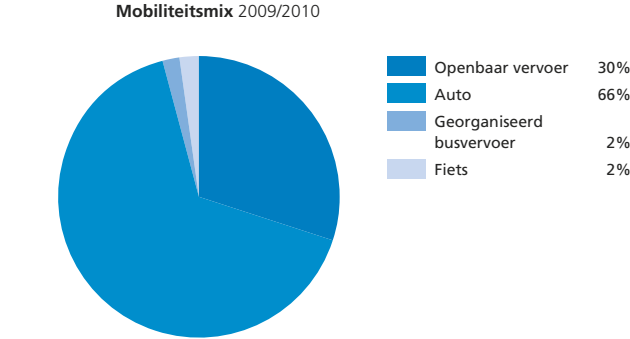
ENERGIE



GRONDSTOFFEN



SAMEN MET STAKEHOLDERS



AMSTERDAM ARENA. VANZELFSPREKEND DUURZAAM.

De Amsterdam ArenA wil in 2015 per saldo een klimaatneutraal stadion zijn. Een duurzaam icoon, voor entertainment, sport en business. De ArenA is een state-of-the-art-stadion, óók op het gebied van maatschappelijk verantwoord ondernemen. Duurzaamheid en winstgevendheid gaan hand in hand. Daarom het motto: 'Amsterdam ArenA. Vanzelfsprekend duurzaam.'

De Amsterdam ArenA heeft de volgende ambities:

- We willen een podium zijn voor duurzame innovaties
- We willen onze eigen milieu-impact en die van de evenementen verlagen
- We willen een goede buur zijn en een positieve uitwerking hebben op de economie
- We willen samen met anderen onze duurzame impact vergroten