

FOTOCREDITS: © NIEKE MARTENS 2025



Joris Jansen van den Berg en Peter van der Sandt

SL BAGS ZET DE TOON:

DUURZAAMHEID ALS SERIEUZE KOERS EN GEEN BIJZAAK MEER

In een markt waarin de discussies over greenwashing soms harder klinken dan de maandelijkse sirenetest, kiezen sommige bedrijven ervoor om voorop te lopen. SL Bags is zo'n voorbeeld. Een specialist, een familiebedrijf, een speler die het moet hebben van focus, vakmanschap en nuchter ondernemerschap. Maar juist daarom is hun nieuwe duurzaamheidsstrategie opvallend: ambitieus, kostbaar en ongebruikelijk voor een kleinere speler.

Tijdens een uitgebreid gesprek met Peter van der Sandt en Joris Jansen van den Berg wordt snel duidelijk: dit is geen marketingfoefje, geen groene saus en geen trendgevoelig projectje "voor erbij". Dit is een koerswijziging. Eentje met impact.

Het kan wél

"Als we A zeggen, moeten we ook B zeggen," vertelt Peter, terugblikkend op het moment waarop SL Bags zo'n tien jaar geleden begon met tassen van gerecyclede PET-flessen. "Dat was het startschot. Niet voor een productlijn, maar voor een mentaliteit."

Sindsdien is duurzaamheid langzaam maar zeker in de haarvaten van het bedrijf gekropen. Van ecovadis-goud naar platinum, van losse initiatieven naar een doordachte strategie. Nu is het tijd voor de volgende stap — eentje die de meeste distributeurs tot nu toe alleen zagen bij de echte groten van onze branche. Vanaf 1 januari introduceert SL

Bags voor alle nieuwe producten een digitaal productpaspoort. Niet omdat het al verplicht is — integendeel — maar omdat ze vinden dat het moet.

"Het is tijd om iets neer te zetten waar we als branche niet meer omheen kunnen," zegt Joris. "De klant verwacht transparantie. En wij willen dat eerlijke verhaal kunnen vertellen."

Een stap die veel verder gaat dan 'gerecycled'

Het productpaspoort vertelt het volledige verhaal van een tas: welke materialen zijn gebruikt, waar die materialen vandaan komen, welke fabrieken hebben geproduceerd, wat de CO₂-uitstoot per artikel is, én — vooral — dat deze gegevens transparant en verifieerbaar zijn. SL Bags doet dit in samenwerking met Aware™ waarbij elk nieuw product een unieke QR-code in de tas krijgt. Niet alleen op het hangtag, maar ook in het product zelf.

"Niet langer verdwijnt die route in de keten, het paspoort ►►

maakt er een digitaal logboek van dat met de tas meereist. Zelfs wanneer de hangtag is weggegooid, blijft die informatie beschikbaar, omdat de unieke QR-code ook in de tas zelf zit” legt Peter uit. “Van grondstof tot productie tot transport, volledig onderbouwd met blockchain-gebaseerde data. Geen claims — feiten. Hierbij maken we gebruik van de Aware-technologie. Onder meer de grote generalisten als XD Connects en PF Concept maken hier ook gebruik van. “Het is een antwoord op de vraag die steeds vaker gesteld wordt in onze branche: “Ja leuk, gerecycled, maar hoe weet ik of het klopt?” SL Bags wil niet alleen zeggen dat het klopt, maar het ook bewijzen.

Duurzaamheid kost geld — maar geen geloofwaardigheid

Peter en Joris zijn de eersten om het toe te geven: deze koers is niet de makkelijkste. Het kost tijd, geld en vooral capaciteit. Grote spelers betalen duurzaamheid uit de ruime kas en ruime teams; SL Bags moet het “erbij doen”. “Maar het moet,” zegt Joris. “En als een klant het niet waardeert... dan is het misschien niet onze klant.”

Het is een stevige uitspraak — maar wel een die past bij het huidige tijdperk. Waar duurzaamheid vroeger een USP was, wordt het nu steeds meer een minimale verwachting. Distributeurs merken dat dagelijks in aanbestedingen, corporate tenders en elke briefing waar de woorden CO₂ traceerbaar, circulariteit of transparantie in staan. SL Bags kiest ervoor om die realiteit te omarmen in plaats van achteraan te hobbelen.

SL Bags is bovendien een bedrijf dat al jaren onderweg is, soms in kleine stappen, soms in grote sprongen. Van de eerste tassen gemaakt van gerecycled PET, tot een volwassen, data gedreven duurzaamheidsaanpak. De introductie van het digitale productpaspoort markeert een nieuw hoofdstuk in die reis van “bewust bezig” naar een volledig transparante, meetbare keten.

Nieuwe producten, nieuw materiaal, nieuwe transparantie

Een opvallend nieuw hoofdstuk in hun strategie is de introductie van tassen van gerecycled katoen. Niet bio-katoen. Niet “50% recycled cotton”. Maar tassen van post-industrieel snijafval uit de kledingindustrie, op kleur gesorteerd, opnieuw gesponnen tot garens en opnieuw geweven tot nieuwe tassen — zonder extra verfprocessen. De productie gebeurt in India, waar de kledingindustrie groot genoeg is om de benodigde reststromen te leveren.

“Bio-katoen is mooi, maar nog steeds nieuw katoen,” zegt Peter. “Dit haalt echt materiaal uit de afvalberg én bespaart verf, water en energie. Wat anders afval zou zijn geweest, krijgt een nieuw leven, volledig herleidbaar en digitaal vastgelegd in het productpaspoort inclusief CO₂-calculatie.”

Het is een logisch vervolg op hun missie en een nieuwe stap in de reis die het bedrijf zelf maakt: voortdurend zoeken naar manieren om materialen opnieuw te gebruiken, processen te verbeteren en transparantie te verhogen. Elke tas vertelt zo niet alleen haar eigen verhaal maar ook dat van een bedrijf dat stap voor stap zijn duurzaamheidsambities vormgeeft en professionaliseert. Uiteraard — en dat zal niemand verbazen — worden deze gerecyclede katoenen tassen gelanceerd met productpaspoort en CO₂-calculatie.

Europa vs. China: de ongemakkelijke waarheid

Het gesprek raakt ook een gevoelig onderwerp: productie dichterbij huis. Iedereen wil het — maar bijna niemand lukt het. SL Bags heeft uitgebreid onderzoek gedaan in Europa, onder andere in Turkije en Oost-Europa. De kwaliteit is er. De fabrieken zijn er. De wens is er. Maar de markt? Die blijft prijs-gedreven. En dan blijkt iets verrassends: Transport vanuit China is in de totale CO₂-footprint slechts 2-3%.

“Zeevracht heeft veel minder impact dan veel mensen denken,” zegt Peter. “Een truck die vier dagen onderweg is uit Turkije, kan qua uitstoot veel slechter uitpakken dan een container uit Xiamen.”

Als distributeur wil je misschien lokaal produceren. Maar als de klant het niet wil betalen — en het verschil in footprint is nihil — dan blijft China voor veel productcategorieën de realiteit. Daar komt nog bij dat veel in Europa verwerkte grondstoffen alsnog geïmporteerd worden uit het Verre Oosten. Een ongemakkelijke, maar eerlijke conclusie.

“We willen laten zien dat het kan”

Misschien is dat wel de kern van het verhaal. Niet: wij willen duurzaam lijken. Niet: wij volgen de wet. Niet: wij doen wat verplicht is. Maar: wij willen laten zien dat een specialist, zonder miljardenomzet, zonder een duurzaamheidsafdeling van twintig man, tóch een koploper kan zijn.

“We willen een frontman zijn,” zegt Joris. “En hopen dat anderen volgen. Want uiteindelijk moeten we dit met z’n allen doen.” Peter valt bij: “Deze reis betekent niet alleen veel voor ons, maar ook voor onze klanten. Ze kunnen straks aantonen wat ze leveren met echte data, verifieerbaar en transparant. Ze kunnen eindklanten overtuigen met feiten in plaats van gevoel. Bovendien kun je jezelf positioneren als partner in realistische duurzaamheid — zonder zelf de investeringen te hoeven doen. Kortom, wij doen het werk en jij kunt het verhaal vertellen.

SL Bags heeft geen grote woorden nodig. Ze doen het gewoon. En dat maakt hun verhaal misschien wel sterker dan menig glossy duurzaamheidsrapport. In een branche die worstelt met regelgeving, reputatie en realisme is het verfrissend om een speler te zien die zegt: “We kunnen niet alles perfect doen — maar we kunnen wel het goede doen.”