



2017:

'Serieuze doorbraak Circulaire Economie in kantoorinrichting'

De centrale overheid wil alleen nog maar circulair omgaan met kantoorinrichting. Ruim 60 partijen hebben de convenant Maatschappelijk Verantwoord Inkopen ondertekend, waarvan circulair inkopen een stevig deel uitmaakt. Verschillende gemeenten zijn marktverkenningen aan het houden rondom de mogelijkheden tot circulair inkopen van hun inrichting. En allen komen tot de conclusie dat die mogelijkheden inmiddels alom vertegenwoordigd en zeer interessant zijn.

Tekst Erick Wuestman, Stichting Circulaire Economie

Al deze overheden samen representeren een aanzienlijk deel van de vraag naar kantoorinrichting, wat niet wil zeggen dat zij de enige partijen zijn die de waarde inzien van circulair verantwoord inkopen. Ook de zakelijke markt ontdekt steeds vaker de aantrekkelijke kanten van slim omgaan met materialen, ons milieu en je besteedbare middelen.

Circulaire Economie in kantoorinrichting leidt tot het ontwikkelen van meubellijnen die gebruik maken van materialen met een vorig leven, tot het toepassen van biobased

grondstoffen, tot het ontwerpen op basis van aanpasbaarheid (in kleur, formaat, verstelbaarheid, materiaaltoepassingen etc.) en het optimaal kunnen onderhouden en repareren van die producten. Daarnaast steken veel partijen, aan de vraag- én aanbodzijde, in op het verlengen van de levensduur van bestaande inrichtingen. Dat kan door het opnieuw toepassen ervan in (deels) geactualiseerde omgevingen, maar dat kan ook betrekking hebben op het volledig omvormen van ladenblokken tot lockerkasten en roldeurkasten die de body vormen voor loungebank-opstellingen.

PRODUCTS AS A SERVICE

In de facility management wereld is met de komst van de activiteiten gerelateerde werkomgeving, gekoppeld aan 'Het Nieuwe Werken', al geruime tijd duidelijk dat het bieden van de juiste functionaliteit belangrijker is dan het bezitten ervan. Medewerkers hebben de beschikking over een variëteit aan soorten omgevingen, op kantoor en daarbuiten en worden daarin gefaciliteerd met mobiele ICT en de toegang tot al hun informatie vanuit de cloud en het internet in het algemeen. Deze beweging kun je zien als het dematerialiseren van het hebben van spullen, naar het kunnen gebruiken van faciliteiten, waar en wanneer je maar wilt. Producten worden een middel om service te ontvangen. Van daaruit is het nog slechts een kleine stap om die producten zelf als een service te gaan zien. En dat is waar de koplopers in de markt van Circulaire Economie nu hun pijlen op richten: Products as a Service.

WAAROM IS PRODUCT AS A SERVICE EEN MIDDEL OM DE CIRCULAIRE ECONOMIE TE STIMULEREN?

De uitdaging bij het in de kringloop houden van grondstoffen, is om na de technische gebruiksperiode van een product, richting de volgende levensfase, vanuit een zo hoog mogelijk waardesysteem te opereren. In plaats van directe recycling op grondstofniveau, is het verstandiger om de producten zelf eerst opnieuw toe te



passen of ze op componentniveau her te gebruiken. Tapijttegels die je schoonmaakt en sowieso goed hebt onderhouden, hebben een hoge hergebruikwaarde, doordat daar ook de arbeid en de energie nog in verdisconteerd zitten vanuit de productie. Stop je die tegels na 7 jaar afschrijving in de shredder, om zo de basismaterialen te recyclen, dan heb je alleen nog maar de grondstof ingrediënten die waarde vertegenwoordigen. Dat is in de ogen van velen wel circulair, maar toch een vorm van verspilling en druist in tegen het principe van waardebehoud dat we nastreven in een Circulaire Economie.

TESLA-EFFECT

Ter illustratie een voorbeeld uit de auto-industrie: een nieuwe auto die de show-

room verlaat, verliest per direct een groot deel van haar financiële waarde en na enkele intensieve jaren is de handelswaarde teruggelopen naar een fractie van de koopprijs. Met de komst van auto's als de Tesla's komt hier verandering in, doordat een elektrisch aangedreven auto minder slijtagegevoelige delen heeft en dus technisch niet in kwaliteit terug loopt en regelmatig een ICT update krijgt, waardoor de auto letterlijk en figuurlijk up-to-date blijft. Waardebehoud is dus optimaal. (Op zo'n investering zou je dus eigenlijk niet af hoeven te schrijven. Alleen boekhoudkundig zal de accountant daar anders over denken?)

Voor een reguliere fabrikant van auto's gaat dit 'Tesla-effect' ten koste van het vertrouwde verdienmodel, namelijk: onderhoudsfacturen sturen en zo snel mogelijk

Circulaire Economie

Met Circulaire Economie wordt een nieuwe vorm van omgaan met materialen aangeduid, die als effect heeft dat grondstoffen in de kringloop blijven, verspilling wordt voorkomen, waarde zo veel en zo lang mogelijk behouden blijft en al in de ontwerpfase wordt nagedacht over hoe dit zo effectief mogelijk vorm kan krijgen en behouden.

Om een einde te maken aan de huidige 'delven-maken-gebruiken-afdanken' economie zijn nieuwe businessmodellen nodig, die het uitdagend en aantrekkelijk maken om producten lang te kunnen en willen gebruiken, repareerbaar te maken, modulair te ontwerpen en te kiezen voor grondstoffen die al een vorig leven hebben gehad, of juist erg goed opnieuw te gebruiken zijn.

Dit gaat dus aanzienlijk verder dan het recyclen van ons afval. Circulaire Economie vraagt om een mindset waarin we pro-actief en preventief producten gaan gebruiken, die bijdragen aan een verantwoorde manier van omgaan met grondstoffen, energie en talent.

weer een nieuwe auto verkopen. Wanneer een autofabrikant eigenaar blijft en de auto als een dienst / een service aanbiedt, heeft de producent er ineens wel belang bij dat die auto lang meegaat, geen onderhoud vraagt, zo zuinig mogelijk rijdt en een zo hoog mogelijke (hergebruik)waarde houdt. Waarde van de auto zelf, daarna op onderdeleniveau en als dat technisch niet meer gaat, op grondstoffenniveau. En dat zijn nu precies eigenschappen die nodig zijn om producenten te verleiden tot het realiseren van een economie die zorgvuldig omgaat met middelen, verspilling tegengaat, waarde behoudt en dus vanuit kwaliteit en prestaties redeneert, in plaats van winstmaximalisatie op het moment van verkoop.

NIET HET BEZIT, MAAR TOEGANG HEBBEN TOT....

In de auto-industrie worden hierdoor ook deelautoconcepten ineens aantrekkelijk voor producenten, waardoor je ziet dat de grote merken zich inkopen in deelplatforms en zich verdiepen in ICT en big-data rondom vraag en aanbod in mobiliteit. Zij



willen aanbieders worden van vervoersdiensten, aangezien zij inzien dat het privé en zakelijk autobezit in de komende jaren een stuk minder vanzelfsprekend zullen worden.

(In de zakelijke markt kennen we al lang de lease-rijders, daar doet dit wellicht aan denken, maar de verschillen van het via een leasemaatschappij aanbieden van een auto, ten opzichte van het leveren van 'mobiliteit als een service' zijn groot.) Deze lijn van denken, waarin producten als een dienst worden aangeboden, is toepasbaar op (kopieer)machines, verlichting, gevels, daken, wegen en bruggen, maar is vooral bekend geworden in de ICT en de digitalisering in het algemeen, denk aan het werken vanuit de cloud en de manier waarop Netflix en Spotify hun diensten aanbieden. Niet het bezit, maar toegang hebben tot ... in hun geval films, series en muziek, is wat daarin de waardepropositie biedt. In de kantoorinrichting doen zich momenteel vergelijkbare ontwikkelingen voor.

CIRCULAIRE ECONOMIE SERVICE COMPANY

Een van de voorbeelden daarvan hebben we in eigen huis. De activiteiten gerelateerde werkomgeving van ons KplusV kantoor in Arnhem, wordt aangeboden als een service en is ingericht vanuit de CESCo filosofie, wat staat voor Circulaire Economie Service Company. In een CESCo

vormt een coalitie aan leveranciers samen een organisatie, die de klant bedient op basis van een service, waarbij de producten eigendom blijven van die organisatie, de CESCo en de klant betaalt voor de prestatie die zij aangeboden krijgt. Aan het eind van de contractperiode wordt dat contract verlengd, of gaan de spullen terug naar de leveranciers, die er een toepasselijke, zo hoogwaardig mogelijke, nieuwe bestemming voor vinden en er opnieuw een verdienmodel aan ontlenen. Op deze manier hoeft een gebruiker niet te investeren en krijgt hij wel de kwaliteit die hij wenst. Leveranciers zorgen namelijk voor hoogwaardige spullen en goed onderhoud, aangezien zij zelf geen kosten willen hoeven te maken in verband met slijtage, uitval en het moeten vervangen van (delen van) de inrichting.

Met 'Product as a Service'- oplossingen, het kunnen verlengen van de levensduur van bestaande producten en een almaar groeiend assortiment aan vloerbedekking, zitmeubelen en bureauopstellingen, die geschikt zijn om circulair verantwoord toe te passen, wordt de opdrachtgever gedwongen zijn/haar rol te heroverwegen. Wat wil ik? Welke ambities heeft mijn organisatie? Hoe vraag ik de markt uit en wat wordt daarin mijn inkoopbeleid? Want wil ik eigenaar zijn, of ontzorgd worden? En investeer ik zelf in inventaris, of ben ik blij wanneer ik onze financiële middelen

in plaats daarvan kan inzetten voor onze bedrijfsvoering?

INNOVATIEPARTNERS

Het effect van al deze nieuwe opties en de meervoudigheid aan kansen en uitdagingen, maken dat inkopers er verstandig aan doen om innovatie gericht te gaan inkopen. Inkopers van koplopende bedrijven in de Circulaire Economie ontwikkelen zich als een soort innovatiemanager en creëren nieuwe samenwerkingsverbanden met hun supply chain, die zij als innovatiepartners benaderen en uitdagen. Dat is een logische ontwikkeling vanuit de maakindustrie bekeken. Voor gebruikers ligt dat iets anders, maar ook daar liggen vergelijkbare kansen om echt verschil te maken, door aanbieders als innovatiepartners uit te dagen tot hoogwaardige circulaire prestaties.

Als Stichting Circulaire Economie begeleiden wij inkopers bij innovatie-gericht circulair inkopen. We creëren daarmee de mogelijkheid om de markt haar meest excellente en innovatieve proposities te laten aanbieden. We dagen coalities van aanbieders uit zich op basis van hun visie en aanpak te presenteren en op die manier vorm te geven aan de ambities van de opdrachtgever en haar gebruikers. Deze methodiek noemen wij Rapid Circular Contracting en passen wij inmiddels toe in uiteenlopende branches. Naast een aan-



besteding voor koude en warme dranken, expo-paviljoenen en de renovatie van straten en rioleringen in de buitenruimte van een na-oorlogse wijk, passen we deze manier van innovatie-gericht uitvragen ook toe in de kantoorinrichting en daar hebben we hoge verwachtingen bij. Er kunnen immers opmerkelijke resultaten worden geboekt, aangezien aanbieders in ruime mate zijn voorgesorteerd op het circulair maken van de werk-, leer- en recreër-omgeving. En juist daarom is het niet verstandig om als inkoopende partij zelf volledig voor te sorteren op een exact omschreven (circulaire) oplossing, aangezien je daarmee de creativiteit en het vakmanschap van innovatieve koplopers volledig ondermijnt, (of het te veel richt op één specifiek concept uit de markt, wat juridisch gezien niet mag), terwijl je de hele markt juist wilt uitdagen om voor jouw situatie, de meest waardevolle circulaire verantwoorde oplossing te ontwikkelen.

KOPLOPERS

Nederlandse inrichtingsproducenten lopen voorop in technisch systeemdenken en het circulair willen maken van hun supply chain; de harde kant van materialen en productie. De echte koplopers zoeken het inmiddels in het nadenken over de manier waarop zij relaties kunnen ontzorgen in hun circulaire ambities en

realiseren zich dat, circulair gezien, hun werk en betrokkenheid niet meer ophoudt bij de oplevering. Dit raakt de wat minder harde kanten van het ontwikkelen van een Circulaire Economie, zoals de manier van organiseren en bijbehorende businessmodellen, waarbij verantwoordelijkheid hebben en houden, retourlogistiek en het onderhouden van een effectieve relatie met de gebruiker, centraal komen te staan. Daar waar enkele jaren geleden leveranciers en hun directies nog wat onwennig geërden op aspecten van een Circulaire Economie, hebben diezelfde leidinggevers inmiddels hun systemen behoorlijk op orde; om te inventariseren, te optimaliseren, te beheren en circulaire mogelijkheden te integreren. Vele aanbieders ontwikkelen op deze manier hun eigen unieke proposities, maar allemaal werken ze aan het vormen van nieuwe coalities, het ontwikkelen van alternatieve businessmodellen en het uitgebreid omarmen van uiteenlopende kansen in deze nieuwe economie.

VOLLEDIG CIRCULAIRE SAMENLEVING IN 2050

In het 'Rijksbrede Programma Circulaire Economie' dat door minister Kamp is en staatssecretaris Dijkema in 2016 is gepresenteerd, geeft het kabinet aan dat we in 2050 een volledig circulaire samenleving moeten zijn geworden, met 2030

als perspectief voor het behalen van een aantal tussendoelstellingen. Inmiddels hebben verschillende provincies, regio's en gemeenten de ambitie uitgesproken in 2030 volledig afvalloos te willen zijn. Dit houdt in, ongeacht je regio, dat wanneer een van jullie binnenkort een nieuwe inrichting bestelt, die minimaal 10 jaar mee hoort te gaan, je al in het bereik van die 2030 zit en je er dus nu al voor behoort te zorgen dat niets van wat je nu bestelt tegen die tijd als 'afval' mag worden betiteld.

Met dit als officiële circulaire stok achter de deur en de waardevolle voorbeelden uit de afgelopen jaren, die laten zien dat het kan en hoe het werkt, doen zich nu kansen voor om het verschil te maken en daar in vele opzichten van te profiteren. Ik verwacht, dat in 2017, juist in de inrichtingsbranche, grote circulaire stappen zullen worden gezet en dat wie nu nog niet op dit spoor zit, geconfronteerd gaat worden met een sterk veranderende vraag en een samenleving die er druk op zal zetten om je te verantwoorden waarom je niet beweegt in een circulaire richting. En dat geldt voor inkopers, facility managers, architecten, product ontwerpers, producenten, dealers, adviseurs, ontwikkelaars en vastgoedbeheerders en ieder ander die een rol speelt in het realiseren en beheren van inrichtingen.