

DGBC brengt circulaire koplopers samen

14-02-2020 12:12

Circulariteit in de gebouwde omgeving is een *no-brainer*. Tenminste voor de zogenoemde koplopers uit de branche. Maar hoe zorg je ervoor dat ook het 'peloton' het circulair bouwen gaat omarmen? Met deze en andere vragen gingen ruim twintig circulaire koplopers met elkaar in gesprek op uitnodiging van DGBC, tijdens de Week van de Circulaire Economie.

Ruim twintig 'believers' gingen met elkaar in gesprek. Zij hoefden elkaar niet meer te overtuigen van het belang van circulariteit. Maar het wierp juist een andere vraag op: hoe overtuig je de zogenoemde non-believers van het nut en de noodzaak van circulair bouwen? Het peloton achter de believers. Dat was dan ook één van de obstakels die werd genoemd in Circl, het circulaire vlaggenschip van ABN AMRO.

'Perverse prikkel'

Non-believers op het goede spoor brengen. Binnen en buiten je eigen organisatie. Want hoe krijg je eigen verkopers zover dat ze circulaire producten en diensten verkopen, terwijl zij gewend zijn aan een lineair verdienmodel? Met een bonus voor hoge verkoopcijfers op eenmalige transacties. Deze 'perverse prikkel', zoals Jim Teunizen van Alba Concepts het noemt, kan je volgens Arnoud Walrecht van KPMG juist goed gebruiken: "Je kunt die prikkels best gebruiken, ook al zijn ze pervers. Alleen moet je ze aanpassen aan de wetten van circulariteit."

Vier verdienmodellen

Wat die wetten zijn, heeft Walrecht net daarvoor tijdens een presentatie toegelicht. Ruwweg zijn er vier verdienmodellen in de circulaire economie: pay-per-use, verhuur, koop en terugkoop en lease. Liften kunnen bijvoorbeeld prima per-use worden aangeboden. Per verticale beweging wordt er dan een bedrag gerekend. Keramiek tegels, zoals de Koninklijke Mosa ze aanbiedt, lenen zich meer voor koop en terugkoop. En zo valt ieder product of dienst wel binnen de vier verdienmodellen.

BTW

Maar hoe geschikt die modellen ook zijn, circulariteit heeft een duwtje in de rug nodig van de overheid om op een eerlijke manier te kunnen concurreren met de lineaire economie. Die mening is van Petran van Heel van ABN AMRO. "Is belasting op arbeid in plaats van op nieuwe grondstoffen in het voordeel van de circulaire economie? En is bijvoorbeeld het huidige BTW-stelsel geschikt voor de circulaire economie?", vraagt hij zich af.

Momenteel is het namelijk zo dat er dan twee keer, of zelfs vaker, BTW betaald wordt over één product. Bij iedere verkoop moet opnieuw BTW worden betaald, en vaak ook nog eens het volle tarief. Opnieuw haakt Walrecht van KPMG in: "Hier moet de overheid echt werk van maken, dat kan prima. In Zweden is voor gerecycled materiaal een lager tarief ingesteld." Dat leidt tot instemmend geknik onder de andere gesprekleden.

Cirkel rond krijgen

Om de circulaire economie echt te lanceren, moet niet alleen het verdienmodel op de schop, ook het handelen van organisaties zelf. Wim Sliepenbeek van ETAP lighting omschrijft het beeldend: "We moeten niet de klant, maar de wereld centraal stellen." Hij heeft er een toelichting bij. "We moeten bij circulariteit letterlijk de cirkel rond krijgen. Dus het is niet enkel een product dat wordt aangepast, maar de hele keten. En iedereen binnen de organisatie moet het handhaven."

Patrick van Haften van Falk Bouwsystemen is het daar helemaal mee eens. "Het gaat nu bij bedrijven wel veel over het verdienmodel en hoe circulair dat is, maar het moet ook gaan over een ander product. Circulariteit

gaat verder dan je bestaande product met een ander verdienmodel in de markt zetten” De andere panelleden zijn het daar helemaal mee eens.

Enablers

Juist dat soort keuzes moeten zorgen voor een vliegwieleffect. En dat zorgt ervoor dat de markt in beweging komt. De ‘believende’ koplopers zijn al onderweg. Of zoals Van Heel afsluit: “We moeten ons geen believers noemen, maar enablers. Het is geen kwestie van dromen, maar van doen.”

Redactie