

Vind uw circulaire stuurcijfers

30 november 2021, 01:00

Thomas Vandenhaute

Veel bedrijven nemen stappen richting circulariteit. Sommige zetten in op hernieuwbare materialen en verlengen de levensduur van hun producten. Andere richten zich op nieuwe verdienmodellen, waarbij diensten helpen om de componenten en producten langer en optimaler te benutten. Nog andere kiezen voor deelsystemen en platformen om producten intensiever te benutten. Elk van deze strategieën kan zinvol zijn, maar hoe weet u welke strategie en acties voor uw bedrijf de circulaire economie best vooruit helpen?

Onze bedrijven zijn decennia lang ingericht volgens de lineaire doelen en maatstaven. Hierdoor werden de interne structuren, doelstellingen, triggers, … over de jaren heen steeds solider en effectiever. Een voorbeeld: zolang de verkopers uitsluitend doelstellingen krijgen op eenmalige verkoop en niet op terugname, herstel, upgrade, … zal eenmalige verkoop blijven domineren. De gebruikte KPI’s sturen de organisaties. Deze stuurcijfers zijn bijzonder krachtig en invloedrijk om de prestaties te verbeteren.

Leveranciersbeoordeling, transport en logistieke efficiëntie, dienst-na-verkoop,… zijn op gelijkaardige wijze geëvolueerd. Ook de verdeling via distributeurs, aannemers en onderaannemers tot bij de klant is kosteneffectief, zelf als die klant niet noodzakelijk de eigenaar of gebruiker is. Dus ook voor complexe leverancier-klantrelaties werken onze processen en organisaties erg efficiënt gezien vanuit een lineair perspectief.

Zoektocht naar nieuwe maatstaven

Kortom, niet alleen elk bedrijf afzonderlijk, maar ook de waardeketen, heeft ingeslepen processen gebaseerd op de lineaire doelstellingen ('take, make, use, dispose'). Dat hierdoor de producten weinig aanzetten krijgen tot circulaire productontwerp, productlevensduurverlening, reductie van de milieu-impact is duidelijk. De kosten en de baten van investeringen in circulaire producten en diensten zijn in zo'n context erg moeilijk over de gehele waardeketen te balanceren. Illustratief is dat we dankzij e-commerce efficiënt zijn in de verdeling van (kleine) pakjes op elk denkbaar adres. Anderzijds slagen we er niet in kleine gescheiden afvalfracties ook efficiënt in te zamelen bij bedrijven.

Niet alle kosten (en baten) komen in beeld. Via deze blog kan u meer lezen over externaliteiten en hoe deze in de (nabije) toekomst ook voor u voor impact zullen zorgen.

We kunnen dus niet vertrouwen op de doelstellingen en metrics vanuit de lineaire economie om onze circulaire doelen te behalen. De zoektocht naar nieuwe maatstaven is aan de gang en er zijn al heel wat bedrijven die erg knappe beoordelingsmodellen en methodes in hun processen integreren. Het meten van uw ambities en prestaties op het vlak van circulair ondernemen geeft u een referentiepunt, genereert acties voor verbetering en toont of deze acties resultaten opleveren. Maar hoe gaat u concreet aan de slag?

Eerst is het interessant om te bekijken welke indicatoren er zijn en welke nuttig zijn voor uw organisatie. Selecteer een indicator of een set van indicatoren die past uw organisatie, specifiek product, project of proces. U dient hierbij te focussen op de indicator die op dit moment het meeste meerwaarde biedt voor uw onderneming. De volgende stap is concrete doelen stellen. Afspraken en definities zijn in deze van groot belang. Om het meten en registeren van de vooruitgang intern te organiseren, moet u bepalen wie u zal betrekken en wie daadwerkelijk een invloed heeft op de indicatoren. Aangezien verschillende afdelingen betrokken zijn (productontwerp, productie, sales, etc.) zal een multidisciplinaire aanpak nodig zijn.

Hoe kan u deze vooruitgang communiceren? Eerst en vooral is het belangrijk om te bepalen **welke vooruitgang u wenst te communiceren**. Deze vooruitgang kan zich op verschillende niveaus situeren. Denk bijvoorbeeld aan het reduceren van de milieu-impact door in te zetten op productontwerp en -gebruik. In een volgende stap zal u de indicatoren die u wenst te communiceren **objectiveren**. Dit betekent dat u erkende wetenschappelijke methodes hanteert om de indicatoren te communiceren. Meer hierover kunt u nalezen in een eerdere blog over dit thema.

Daarenboven zijn er steeds meer tools beschikbaar die u kunnen helpen het evenwicht te bewaren tussen inzoomen op lineaire KPI's & circulaire KPI's.

Een goed startpunt is het overzicht van tools dat u vindt op de website van Vlaanderen Circulair via deze l
bijvoorbeeld zijn:

Circular Transition Indicators (CTI) Framework van de World Business Council of Sustainable Developme
Material Circularity Indicator
Circulytics van de Ellen MacArthur Foundation
Circularity Check van ecopreneur.eu
Mobius van EcoChain
Circular IQ
CE Kompas
CESAR-tool
de CEvaluator (intussen ook als een webtool beschikbaar via deze link)
PRP® - tool voor circulair aankopen

Eén van de sleutelvragen is: **"breng ik nieuwe meetmethodes in mijn lineaire bedrijfsvoering of meet ik uitsluitend de circulaire vooruitgang voor de circulaire producten, diensten of projecten?"** Anders gezegd: zolang het lineaire model dominant is, moeten we nagaan hoe we circulaire vooruitgang meten.

Van theorie naar praktijk

Eén van de oplossingspistes is een doel stellen op het aantal producten en of diensten die u wilt beoordelen op zijn circulaire waarde en dit op te nemen in de bedrijfsdoelstellingen. Vanzelfsprekend komt dan de vraag naar voor wat een circulair product of dienst is.

Maakbedrijven als ABB, Agfa, Legrand, Pami, Philips, Q-lite, Veldeman, Verimpex en vele anderen hebben expliciete doelstellingen om tegen een bepaalde tijd x% hun grondstoffen gebruik of y% van hun product en service portfolio circulair te maken. Vanzelfsprekend hanteren ze specifieke definities om 'circulariteit' te bepalen en te meten. Is dit perfect? Mogelijk niet, maar wel een sterke drijfveer om versneld en consistent in te zetten op circulariteit en gaandeweg de objectiverende meetmethodes te verfijnen en te valideren.

Het belang van te weten wat u wilt meten hebben we eerder belicht en kan u nalezen in deze blog.

Van één zaak zijn we zeker: het is een hele uitdaging en niemand heeft een 'golden-bullet-oplossing'. Omdat we aangewezen zijn op elkaar om vooruitgang te boeken en dus samenwerking absoluut noodzakelijk is, zetten we in op wat voorlopende bedrijven zelf al uitgetest en geïmplementeerd hebben. Daarom bundelen we tijdens de masterclass 'De praktijk om uw circulariteitsprestaties en -ambities te meten en verbeteren' op 18 januari 2022 de krachten van Sirris, Agoria en VITO om u een staalkaart te brengen van wat u nu al kan doen en hoe u dat kan aanpakken. We laten bedrijven aan het woord die hun ervaringen met tools, methodes, metrics,… delen, zodat ook u uw weg kan vinden en snel blijvende vooruitgang kan boeken.



#industriepartnerschap #sterkondernemen

(Bron foto: https://www.dreamstime.com)]]>

Auteurs



Thomas Vandenhaute