

# Is een circulair product niets meer dan een geleased product?

03 oktober 2023, 16:23

Thomas Vandenhaute

## Hindernissen voor circulaire economie wegnemen - blog 3

In de circulaire economie is het gebruikelijk dat producten niet aan de klant worden verkocht, maar ‘as a service’ worden aangeboden. Lijkt dit circulaire businessmodel dan niet heel erg op leasing? Welk voordeel hebben bedrijven bij gerichte diensten voor het verlengen van de levensduur van producten?

Sirris en Agoria delen in een blogserie enkele inzichten van toonaangevende bedrijven in de circulaire economie, afgeleid van het Agoria-Sirris Lerend netwerk CE Connect voor de technologische en productiesector. Tijdens de Executive Exchange-sessie in april 2023 deelde het C-level management van het netwerk zijn inzichten en geleerde lessen in een paneldiscussie met Atlas Copco, Signify, BSH, conTeyor en Barco. De inzichten van het panel werden gebundeld in een blogserie: ‘Hindernissen voor de circulaire economie wegnemen’.

In de circulaire economie worden radicaal nieuwe businessmodellen verkend, waarbij eigenaarschap en verantwoordelijkheid van de klant naar de leverancier verschuiven. Tijdens het debat over circulariteit bij het Agoria-Sirris Lerend netwerk CE Connect werd een vergelijking met

het leasingmodel gemaakt. Maar gaat deze vergelijking wel op? De panelleden van Atlas Copco, BSH, Barco, conTeyor en Signify kregen aan het begin van de discussie een gedurfde stelling voorgelegd: ‘Een circulair product is niets meer dan een product dat wordt geleased’.

## Leasing is geen circulaire oplossing

Onze panelleden zien inderdaad enkele overeenkomsten tussen circulariteit en leasing. De gebruiker van het product is geen eigenaar van het product, maar kan het wel gebruiken. Tegen een periodieke vergoeding geniet hij van een aantal aanvullende diensten, zoals onderhoud. Leasing en circulariteit lijken in dit opzicht op elkaar.

Voor het panel is het echter duidelijk dat leasing niet per se een circulaire oplossing is.

Leasing leidt immers niet automatisch tot een langer en verantwoorder gebruik van het product (langere levensduur), integendeel zelfs. Als leasing bijvoorbeeld slechts een financiële constructie is zonder circulaire ruggengraat, is het zelfs slechter dan een reguliere, lineaire verkoop. Denk maar eens aan de steps die in de stad worden geleased. Niet alle gebruikers voelen zich verantwoordelijk en behandelen de steps zoals het hoort. Sommigen rijden bruusk van de stoeprand af of parkeren de step in de regen. Er is ook niet nagedacht over wat er met de steps zal gebeuren aan het einde van hun levensduur.

## Circulair ontwerpen

"Leasing ondermijnt de mogelijkheid om de levensduur van een product te verlengen," bevestigt Guy Van Wijmeersch, Directeur Innovation & Design Thinking bij Barco. Daarom ziet hij de noodzaak om circulair te ontwerpen, in combinatie met nieuwe ‘as a service’ businessmodellen: "Ontwerpers, ingenieurs en productmanagers moeten over de juiste mindset en vaardigheden beschikken. Circulariteit vraagt om een specifiek ontwerp en een holistische innovatiefocus van productmanagers, waaronder zorg voor de planeet, veiligheid en sociale aspecten."

Volgens Bert Derom, voorzitter van de Portable Air Division bij Atlas Copco, bevinden we ons in een onhoudbare situatie. "Beginnen we met het (her)ontwerpen van producten, zodat we in een later stadium een langere dienstverlening en levensduur kunnen aanbieden? Of beginnen we met het uitbreiden van onze serviceactiviteiten op suboptimale producten, om te leren hoe we onze producten kunnen verbeteren? Beide benaderingen zijn waardevol. We zetten best in op beide aspecten tegelijkertijd, zeker gezien de enorme druk."

## Uw organisatie aanpassen en met kleine stapjes beginnen

Circulaire businessmodellen winnen aan belang, maar vragen wel om aanzienlijke veranderingen. Volgens onze ervaring kunnen we best kleine stapjes zetten, experimenten opzetten en intussen onze kennis verruimen.

Bruno Vermoesen, hoofd van het Brussels Office for Environmental Governmental Affairs bij BSH, merkt op dat de resultaten van deze eerste experimenten zich spontaan binnen de organisatie zullen verspreiden: "Alle afdelingen moeten betrokken worden bij het nieuwe circulaire businessmodel. Zo zullen contracten bijvoorbeeld complexer worden. Het ERP-systeem wordt niet langer alleen gebruikt om omzet uit losse verkopen te analyseren, maar moet ingrijpend worden aangepast en afgestemd op nieuwe vormen van waardevastlegging. De IT-diensten moeten aanpassingen doorvoeren om producten te volgen en bij te werken. Verkoop, service,

voorraadbeheer en logistiek moeten anders worden georganiseerd en verrijkt met aanvullende data. Bij kostenberekeningen moet de volledige levenscyclus in aanmerking worden genomen. Aan het einde van de levensduur moet de materiaalkringloop worden gesloten. Enzovoort."

### Geschikter model kiezen

Conclusie? We merken dat de focus van verkoop naar service verschuift. "Leveranciers worden verantwoordelijk voor de volledige levenscyclus," benadrukt Gert Roeckx, Country Manager van Signify, "Daarom moeten ze zich concentreren op service, upgradebaarheid, demontage, …."

Leasemodellen moedigen dit allesomvattende beheer niet altijd aan. Hoewel leasing gunstig kan zijn voor circulariteit, zijn nieuwe servicemodellen wellicht beter geschikt.

In deze modellen delen producenten en klanten dezelfde doelen en ambities: meer doen met minder en de levensduur verlengen. Enkele mogelijkheden zijn een terugnamegarantie, upgrademogelijkheden, 15 jaar beschikbaarheid van reserveonderdelen, conditiebewaking, contracten voor onderhoud, upgrades, reparaties enzovoort. Elk bedrijf kiest het model dat het best bij hem past en ontwikkelt, zo nodig, een toegewijd ondersteuningsnetwerk van partners. Niemand kan deze circulaire uitdaging immers op zijn eentje volbrengen.

**5 inzichten van het Agoria-Sirris Lerend netwerk CE Connect:**

1. Besef dat eigenaarschap en verantwoordelijkheid van de klant naar de leverancier verschuiven.
2. Maak circulaire ontwerpen, en gebruik nieuwe ‘as a service’ businessmodellen.
3. Stimuleer de klant om het product langer en verantwoorder te gebruiken.
4. Zet kleine stapjes, zet experimenten op en verruim uw kennis.
5. Ontwikkel een toegewijd netwerk van partners om uw nieuwe businessmodel te ondersteunen.

Hoe gaat uw bedrijf om met deze uitdagingen en wat heeft u tot dusver geleerd? Deel gerust uw mening over dit onderwerp.

## Auteurs



Thomas Vandenhaute