



10 lessen uit de praktijk, na 10 jaar Circular Economy Connect

06 juli 2026, 13:00

Thomas Vandenhaute

Wat tien jaar praktijkervaring ons leert over circulaire businessmodellen

Circulaire economie wordt vaak voorgesteld als een ontwerpvraagstuk. Ontwikkel producten die langer meegaan. Gebruik minder materialen. Maak herstel en recyclage eenvoudiger.

Het zijn belangrijke principes: wie kijkt naar de ervaringen van bedrijven die al jaren experimenteren met circulaire businessmodellen, merkt nog iets anders op. De grootste obstakels blijken bij al die bedrijven zelden technisch van aard. Ze gaan over klanten overtuigen. Over nieuwe samenwerkingen opzetten.

Over controle behouden over producten die jarenlang in gebruik blijven. Over data verzamelen. Over andere inkomstenmodellen ontwikkelen. Over interne processen aanpassen.

En vooral: over anders leren denken.

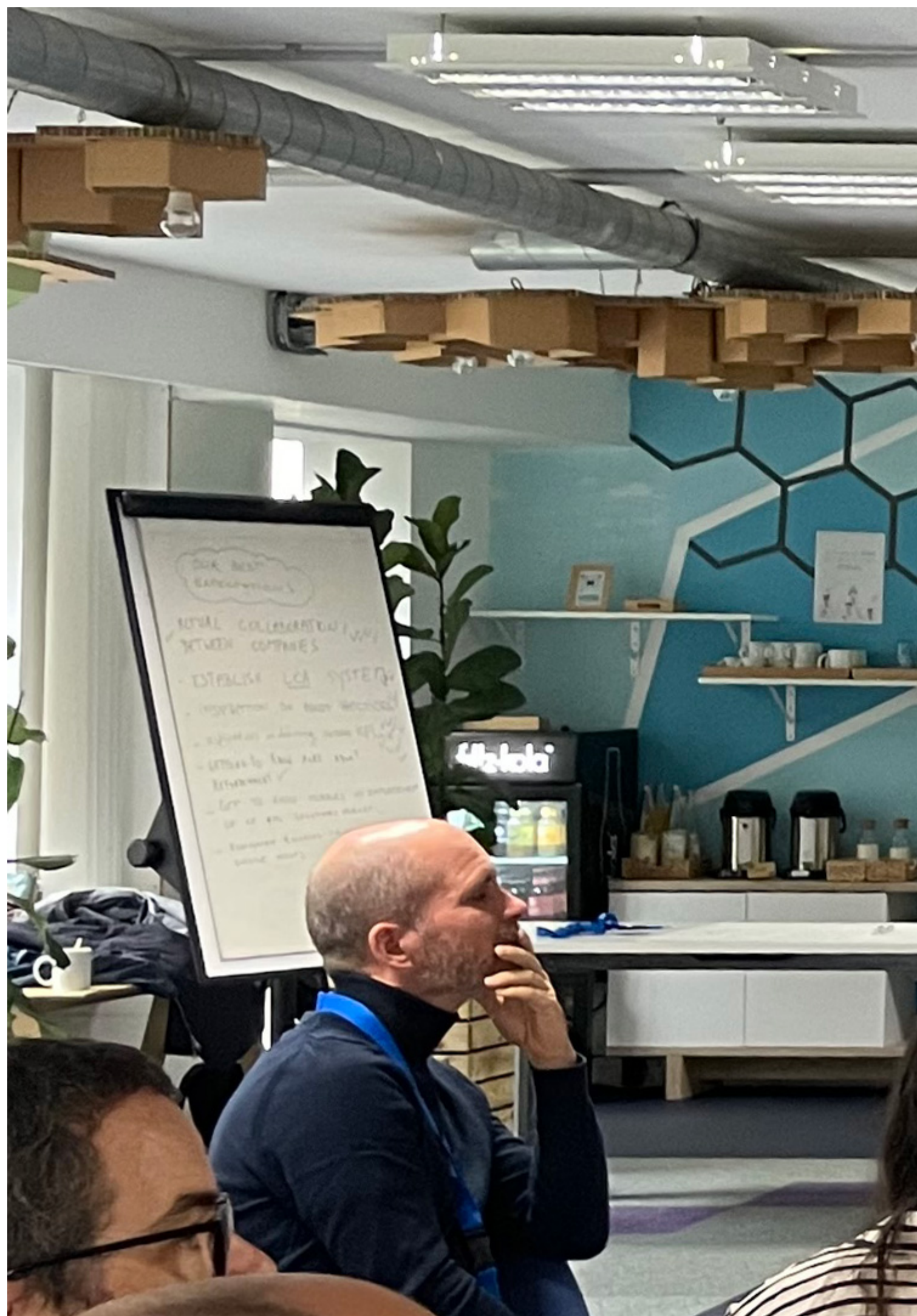
Dat is een van de opvallendste conclusies uit **10 jaar Circular Economy Connect**, het lerend netwerk van Sirris en Agoria. Tien jaar lang deelden bedrijven uit uiteenlopende sectoren hun ervaringen rond circulariteit.

Hun producten verschillen fundamenteel. Hun markten evenzeer. Toch komen ze opvallend vaak uit bij dezelfde vragen.

[nie: 10](#)

lessen samen
ichten we





OUR BEST PRACTICES

REAL COLLABORATION BETWEEN COMPANIES

- ESTABLISH LCA SYSTEM
- INFORMATION TO BEYOND RECORD
- EXPLORE ACHIEVING MORE EFFICIENT
- ATTACH TO THE FULL TIME
- TRY TO ADD MORE TO THE SYSTEM
- TRY TO ADD MORE TO THE SYSTEM
- TRY TO ADD MORE TO THE SYSTEM

Circulaire economie: andere producten, dezelfde uitdagingen

Atlas Copco ontwikkelt industriële compressoren. Samsonite verkoopt koffers. Proximus beheert telecomapparatuur. Signify levert verlichting. Daikin produceert warmtepompen en koelsystemen. Op het eerste gezicht hebben die bedrijven weinig gemeen. Toch botsen ze tijdens hun circulaire traject opvallend vaak op dezelfde uitdagingen.

- Hoe behoudt u contact met klanten nadat een product verkocht is?
- Hoe organiseert u herstel, onderhoud en terugname?
- Hoe bepaalt u de waarde van een product na vijf of tien jaar gebruik?
- Welke partners heeft u nodig om materialen en producten opnieuw in omloop te brengen?
- Hoe organiseert u dat alles zonder uw bestaande business te verstoren?

Wat opvalt, is dat die vragen gaan over businessmodellen, klantcontact, samenwerking en organisatie. Net daarom groeit circulariteit bij veel bedrijven uit van een innovatieproject naar een strategisch vraagstuk.

Circulariteit start vanuit een bedrijfsuitdaging, niet vanuit duurzaamheid

Het klinkt verrassend en tegelijkertijd lijkt het ook evident. Veel bedrijven starten hun circulaire traject niet vanuit (de wens naar) duurzaamheid, maar vanuit een concreet bedrijfsprobleem:

- Hoe bouwen we een klantrelatie op die langer duurt dan één verkoopmoment?
- Hoe creëren we nieuwe en/of stabiele inkomstenstromen?
- Hoe verminderen we onze afhankelijkheid van (schaarse) grondstoffen?
- Hoe verlengen we de levensduur van producten zonder in te boeten op kwaliteit?

Die vragen en problemen zijn niet uniek voor circulaire economie. De voorbije jaren zijn bedrijven geconfronteerd met een opeenstapeling van uitdagingen. Toeleveringsketens bleken kwetsbaarder dan gedacht.

Grondstoffen werden duurder en minder voorspelbaar beschikbaar. Klanten verwachten meer flexibiliteit, meer dienstverlening en meer garanties.

Tegelijkertijd neemt de druk toe om duurzamer te produceren.

In die context krijgt circulaire economie een andere betekenis: ze vormt niet alleen een antwoord op milieu-uitdagingen, maar ook een strategie om competitief en veerkrachtig te blijven.

Circulaire economie vraagt ander leiderschap

Een andere les uit tien jaar praktijkervaring gaat over leiderschap. Veel bedrijven starten met een circulair project binnen innovatie, engineering of duurzaamheid. Zodra zo'n project groeit, raken ook andere afdelingen betrokken. Verkoop, aankoop, logistiek, service, financiën en management moeten mee evolueren, en dat vraagt duidelijke keuzes.

Investeert u in producten die langer meegaan? Bouwt u diensten uit naast productverkoop? Neemt

u producten terug voor hergebruik of remanufacturing? Dan veranderen ook inkomstenstromen, investeringen en manieren om succes te meten.

De bedrijven die het verst staan delen nog een tweede les. **Circulariteit vraagt een langetermijnvisie.** De opbrengsten zitten niet altijd in snelle winst, maar vaak in sterkere klantrelaties, meer controle over materialen, nieuwe inkomstenmodellen en een grotere weerbaarheid tegenover toekomstige uitdagingen.



In de whitepaper bundelen Sirris en Agoria 10 inzichten uit meer dan twintig praktijkcases van bedrijven zoals Atlas Copco, Signify, Proximus en Daikin. Ontdek welke keuzes circulaire koplopers maken, welke uitdagingen ze tegenkomen en welke lessen daaruit voortkomen.

[Download de whitepaper](#)

Wilt u zelf aan de slag?

Deel ervaringen met andere technologiebedrijven en werk samen aan concrete circulaire uitdagingen tijdens het Lerend Netwerk Circular Economy Connect 2026-2027.

[Ontdek het lerend netwerk.](#)

Auteurs



Thomas Vandenhaute