



Milieuwinst door meer tweedehands handel in Rotterdam

Hoe kan de gemeente dit stimuleren?



CE Delft

Committed to the Environment

Milieuwinst door meer tweedehands handel in Rotterdam

Hoe kan de gemeente dit stimuleren?

Dit rapport is geschreven door:
Geert Bergsma, Jessica de Koning en Lynn Snijder

Delft, CE Delft, oktober 2022

Publicatienummer: 22.200371.142

Gemeenten / Beleid / Hergebruik / Producthergebruik / Kringloop / Markt / Vraag / Aanbod / Doelgroepenbeleid

Opdrachtgever: Gemeente Rotterdam

Alle openbare publicaties van CE Delft zijn verkrijgbaar via www.ce.nl

Meer informatie over de studie is te verkrijgen bij de projectleider Geert Bergsma (CE Delft)

© copyright, CE Delft, Delft

CE Delft

Committed to the Environment

CE Delft draagt met onafhankelijk onderzoek en advies bij aan een duurzame samenleving. Wij zijn toonaangevend op het gebied van energie, transport en grondstoffen. Met onze kennis van techniek, beleid en economie helpen we overheden, NGO's en bedrijven structurele veranderingen te realiseren. Al meer dan 40 jaar werken betrokken en kundige medewerkers bij CE Delft om dit waar te maken.



Inhoud

	Samenvatting	4
1	Inleiding	7
	1.1 Onderzoeksdoelstellingen	8
	1.2 Afbakening	8
2	Milieueffect spullen	10
	2.1 Consumentenperspectief	10
	2.2 R-Ladder om de impact van spullen te verlagen	12
3	Consumptiegoederen in Rotterdam	14
	3.1 Schatting impact spullen inwoners gemeente Rotterdam	14
	3.2 Huidige tweedehandshandel in Rotterdam	16
	3.3 Potentieel tweedehandshandel Rotterdam	17
	3.4 Kenmerken tweedehandshandel Rotterdam bottom-up	17
4	Huidige beleid consumptiegoederen	19
	4.1 Huidige realisatie	20
	4.2 Tweedehands in huidige realisatie	21
5	Vraag, aanbod, bottlenecks en oplossingen	23
	5.1 Hoe hangen keten en stakeholders samen?	23
	5.2 Drie hoofdkanalen voor tweedehandshandel	24
	5.3 Bottlenecks in de keten - waarde en aard van ingrepen	26
	5.4 Aan welke knoppen kun je draaien en hoe?	28
6	Koppeling aan persona uit onderzoek Muzus	43
	6.1 Aanschaf	45
	6.2 Afdanken	48
7	Prioritaire acties en oplossingen voor Rotterdam	50
	7.1 Rol van de gemeente	50
	7.2 Interventies voor in de etalage: nieuwste pareltjes	51
	7.3 Interventies in de schappen: de degelijke <i>musthaves</i>	53
	7.4 Interventies om mee te experimenteren: de no-regret bloempot	54
	Literatuur	55
A	Bijlage	56
B	Uitvoeringsagenda	59



C	Interviews	61
D	Overzicht kringloopwinkels	62
E	Marktontwikkelingen	64
	E.1 Bestaande trends in tweedehands	64
F	Winkelcentra circulaarder maken	66



Samenvatting

Klimaat- en milieubeleid is vooral gericht op energie en transport en veel minder op *voedsel* en *producten*. Voor deze domeinen beperkt het beleid zich vaak alleen tot verpakkingen en het afvalstadium. Toch wordt gemiddeld 33% van de klimaatemissies van Nederlanders veroorzaakt door spullen (inclusief kleding), voornamelijk door de uitstoot die gepaard gaat met de grondstoffen en materialen voor productie. Voor alle 17 miljoen Nederlanders gaat het dan om circa 50 Mton CO₂. Voor Rotterdammers zou dit neerkomen op ongeveer 1,8 Mton CO₂.

Voor het thema *spullen* is tweedehandshandel en het daarmee verlengen van de levensduur een belangrijke optie om de milieudruk te verlagen. Daarom heeft de gemeente Rotterdam CE Delft gevraagd om te kijken naar mogelijkheden voor het stimuleren van tweedehandshandel binnen de gemeente.

Aanpak van het onderzoek

Voor dit onderzoek hebben we milieu-impactberekeningen gedaan voor hoeveelheden spullen en afval, en interviews gehouden met een groot aantal relevante partijen. Voor het verzamelen van ideeën om tweedehandshandel te stimuleren, hebben we ook een workshop georganiseerd.

In dit onderzoek is kleding buiten beschouwing gelaten omdat Rebel reeds voor de gemeente Rotterdam uitgebreid onderzoek heeft gedaan naar deze categorie. Hiervoor verwijzen we naar het rapport 'Verkenning Textielsector Rotterdam, Tweedehands en reparatie' (Rebel, 2021). Tweedehandshandel heeft ook sterke raakvlakken met deelinitiatieven (bijvoorbeeld Peerby), reparatie, doorgeefinitiatieven en ruilinitiatieven. Waar nuttig, hebben we gerelateerde initiatieven meegenomen.

Tweedehandsketen

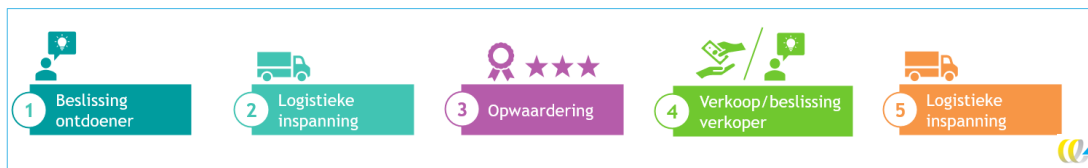
De tweedehandshandel is verre van uniform en kan via fysieke winkels of online platforms plaatsvinden. Grofweg zijn er drie hoofdkanalen te onderscheiden voor tweedehandshandel:

1. Partijen die gratis spullen inzamelen en deze eventueel na opknappen doorverkopen (bijvoorbeeld kringloopwinkels).
2. Platforms (veel online maar deels ook fysiek) waar gebruikte spullen met een inkoop- en verkoopprijs van eigenaar verschuiven (bijvoorbeeld Marktplaats.nl, maar ook Usedproducts.nl).
3. Tweedehandsspullen die als bijverkoop bij de lineaire retail verkocht worden, bijvoorbeeld na inruil. Ook refurbished handel valt hier onder.

Maar elk product dat zijn weg van de ene naar de volgende gebruiker vindt, doorloopt de volgende keten:

- De beslissing van de ontdoener (Gooi je het gewoon bij het restafval of bel je de kringloopwinkel?).
- Logistiek vanuit de ontdoener (Wat is het makkelijkst?).
- Opwaardering (schoonmaken, reparatie, etc.).
- Verkoop en beslissing nieuwe eigenaar om tweedehands te kopen.
- Logistieke inspanning om het product bij de volgende eigenaar te brengen.





Factoren voor succes, knoppen om aan te draaien

Een tweedehandsproduct kan deze stappen doorlopen als er genoeg meerwaarde in zit voor alle betrokkenen in de keten. De bepalende factoren zijn hierbij: *kwaliteit, aanbod, gemak, betrouwbaarheid, betaalbaarheid, bekendheid* en een *goed imago*. Deze factoren zijn de knoppen waaraan gedraaid kan worden om de tweedehandshandel te bevorderen. In het rapport is een groot aantal ideeën voor interventies opgenomen (Hoofdstuk 5). Deze zijn steeds gekoppeld aan de ‘knop’ waar ze aan raken, en aan de stap in de keten waar het idee aangrijpt. Hiernaast is het mogelijk om de interventies gericht te koppelen aan specifieke persona, die ieder een eigen houding hebben ten aanzien van aanschaf, gebruik en het afdanken van producten (Hoofdstuk 6).

Rol van de gemeente

De tweedehandshandel speelt zich voor een groot deel af buiten het zicht van de gemeente op websites en deelplatforms. Toch zijn er een aantal koppelingen met het gemeentelijke beleid:

1. Het afvalbeleid en de afvalinzameling: meer tweedehandshandel verlaagt de hoeveelheid afval van burgers.
2. Sociale doelen: tweedehandsgoederen verlagen de kosten van levensonderhoud voor burgers met een kleine portemonnee, en kringloopwinkels bieden arbeidsplaatsen voor mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt.
3. Beleid voor winkelcentra (detailhandelbeleid): een goede locatie voor kringloopwinkels, reparatieshops en vintagewinkels is zeer bepalend voor de zichtbaarheid en omzet. Daarnaast kunnen tweedehands- en reparatieshops een goede aanvulling zijn op winkelcentra die kampen met leegstand.
4. Beleid voor (retail)bedrijven in de stad in het algemeen: in alle contacten en gesprekken, en in het beleid voor de (retail)bedrijven, is het vergroten van tweedehandshandel een aandachtspunt.
5. Duurzaamheidsbeleid: vanwege de grote milieu-impact van producten dient tweedehandshandel een belangrijke plek te krijgen in beleid. Ook in de communicatie over duurzaamheid is het nuttig om te wijzen op tweedehandshandel als belangrijke mogelijkheid voor verduurzaming.

Prioritering - selectie van alle ideeën en interventies

De ideeën en interventies uit dit onderzoek kunnen we indelen in drie categorieën en binnen die categorieën prioriteren op basis van hun effectiviteit:

Zichtbare initiatieven - veranderingen aan de aanbodkant

- Samenwerken met deelplatforms, zoals Peerby. Als het aanbod van deelplatforms en tweedehandshandel gekoppeld wordt, kunnen deze elkaar aanvullen.

- Samenwerken met conventionele retail. Dit kan zich richten op het verankeren van hergebruik in UPV's, maar ook op het zichtbaar en normaal maken van tweedehands, en het makkelijker maken voor consumenten om producten circulair af te danken of te laten repareren.
- Circulaire ambachtscentra bundelen verschillende effecten: het maakt het makkelijker om producten op te nemen in tweedehandshandel, geeft toegang tot reparatie en biedt een inspirerende omgeving voor meerdere doelgroepen.

Achter de schermen - structurele verandering

- Bestaand potentieel benutten met grote initiatieven. Er zijn veel grote, bestaande partijen, zoals Kringloopbedrijven, die willen uitbreiden. Door dit te faciliteren, kan de omvang van de tweedehandshandel groeien. Deze facilitering behelst vooral administratieve zaken, zoals het bemiddelen van de juiste rechtsvorm en fiscale status.
- Afdanken makkelijker maken door de logistiek hierachter te organiseren of in gang te zetten.

Met consumenten - experimenteren om gedrag te veranderen

Dit zijn interventies die niet structureel hoeven te zijn, maar die ook tijdelijk uitgeprobeerd kunnen worden.

- Bij verhuizingen een tegoedbon en informatie sturen over de omliggende kringloopwinkels (zowel voor het wegbrengen van oude spullen als voor de aanschaf van nieuwe benodigdheden), ophaalservice, reparatiemogelijkheden, evenementen die met circulaire economie of tweedehandshandel te maken hebben.
- Experimenteren met 'heefttweedehandseenkans.nl' om te kijken hoe succesvol dit is.
- Campagnes gericht op het normaal maken van tweedehands.
- Harmonie als campagne in de winkelstraten (Muzus, 2020): hoe kan het gevoel van samenzijn en gelijkheid bijdragen aan het verminderen van consumptie? Harmonie is een waarde die voor veel Rotterdammers voorop staat.
- Samenwerking met rolmodellen. (Paragraaf 5.4.4).
- Samenwerking met woontijdschriften. (Paragraaf 5.4.4).
- Educatie op scholen. (Paragraaf 5.4.4).
- Verschillende tweedehands-pop-upconcepten in leegstaande winkelpanden uitproberen.



1 Inleiding

Traditioneel is het klimaat- en milieubeleid, zowel nationaal als gemeentelijk, vooral gericht op energie en transport. Onderwerpen waar het in het milieudebat voornamelijk over gaat, zijn bijvoorbeeld *duurzame energie* in de vorm van windmolens en zonnepanelen, of het stimuleren van het gebruik van het ov en elektrische auto's. Stimulering, subsidies, doelstellingen en regelmatige evaluatie van de behaalde targets zijn voor deze twee milieukwesties heel normaal.

Veel minder beleid, subsidie en doelstellingen zijn er voor de domeinen *voedsel* en *producten*. En voor deze domeinen beperken het beleid en de maatregelen zich vaak alleen tot verpakkingen en het afvalstadium¹. Echter hebben deze twee sectoren een eigen plan in de Transitieagenda gekregen, en zijn ze daarom meegenomen in het Uitvoeringsprogramma Circulaire Economie 2019-2023. Dit is niet voor niets. Als we kijken naar de klimaatemissies op consumptieniveau, die Milieu Centraal heeft laten uitrekenen, dan zien we dat voeding en ook spullen belangrijk zijn (ten opzichte van vervoer en energie):

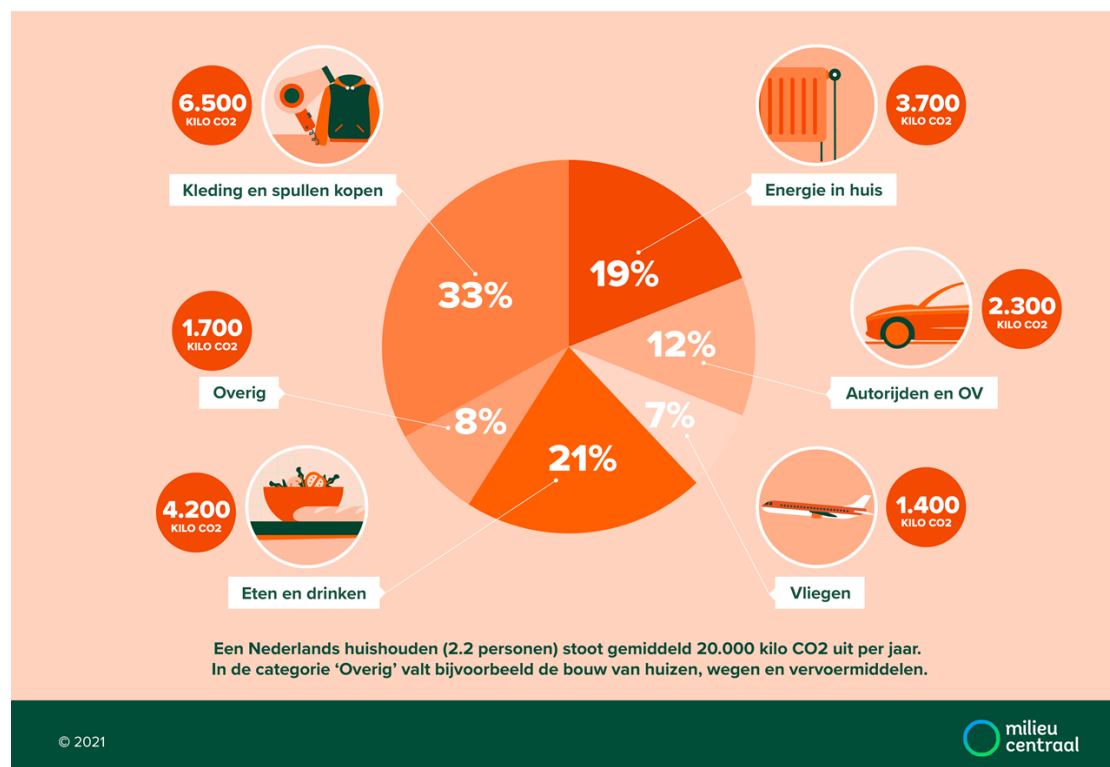
- Vervoer 19%.
- Energie in huis 19%.
- Voeding 21%.
- Spullen inclusief kleding circa 33%.
- Overig 8%.

Omdat er minder beleid is, is het goed om een eerste verkenning te doen van de mogelijkheden. Daarom heeft de gemeente Rotterdam CE Delft gevraagd om te kijken naar de tweedehandshandel binnen de gemeentegrenzen van Rotterdam.

¹ Daarbij is het goed te weten dat het klimaatteffect van alle verpakkingengebruik in Nederland ongeveer 2% van alle klimaatemissie bedraagt.

Figuur 1 - Welke vormen van consumptie hebben het grootste klimaateffect?

WAT VEROORZAAKT DE MEESTE CO₂-UITSTOOT? CO₂-UITSTOOT VAN EEN NEDERLANDS HUISHOUDEN



Bron: (Milieu Centraal, 2021).

1.1 Onderzoeksdoelstellingen

Dit onderzoek is gericht op:

1. Het inzichtelijk maken wat de status, urgentie en potentie is van de klimaatimpact van spullen in de gemeente Rotterdam.
2. Het inzichtelijk maken van de keten (met zijn knelpunten) van de tweedehandshandel in de gemeente Rotterdam.
3. Het identificeren van (beleidsmatige) oplossingen voor het vergroten van tweedehands vraag en aanbod binnen de gemeente Rotterdam.
4. En het koppelen van deze (beleidsmatige) oplossingen aan de verschillende persona uit het 'Doelgroepenonderzoek circulaire wijkaanpak', uitgevoerd door Muzus in opdracht van gemeente Rotterdam in 2020 (Muzus, 2020).

1.2 Afbakening

In dit onderzoek spreken we van producten, consumptiegoederen en/of spullen. We gebruiken deze drie begrippen als synoniemen van elkaar. Het gaat hier om allerlei producten, zoals ICT-producten (tv, ICT, audio/videoapparatuur, stofzuiger, persoonlijke verzorging), maar ook om meubels, boeken, kantoorartikelen, etc. De definitie van deze

producten is gebaseerd op eerder onderzoek van CE Delft voor Babette Porcelijn², waarbij CE Delft de milieu-impact heeft berekend van de consumptie van een gemiddelde Nederlander (CE Delft, 2020). De categorie ‘spullen’ kwam toen als hoogste uit de bus. In dit onderzoek is deze categorie gebaseerd op de volgende aannames:

1. Er wordt in Nederland niet consequent data verzameld over de spullen die consumenten kopen en waar deze vandaan komen. Er is gebruik gemaakt van meerdere bronnen, waarmee CE Delft zowel een bottom-up- als een top-down-berekening heeft gemaakt om de impact van de categorie te definiëren.
2. De categorie bevat niet alleen de productie en het transport van spullen (bijvoorbeeld een computer), maar ook het gebruik ervan (zoals het opladen door middel van elektriciteit).

Er is in dit onderzoek bewust voor gekozen om kleding buiten beschouwing te laten. Eerder is er namelijk door Rebel voor de gemeente Rotterdam uitgebreid onderzoek gedaan naar deze categorie. Voor mogelijkheden voor het stimuleren van de tweedehands-kledingsector verwijzen we u daarom naar dat rapport: ‘Verkenning Textielsector Rotterdam, Tweedehands en reparatie’ (Rebel, 2021).

² Babette Porcelijn van Think Big Act Now heeft op basis van de onderzoeksresultaten meerdere boeken geschreven. De bekendste hiervan is ‘De Verborgene Impact’.

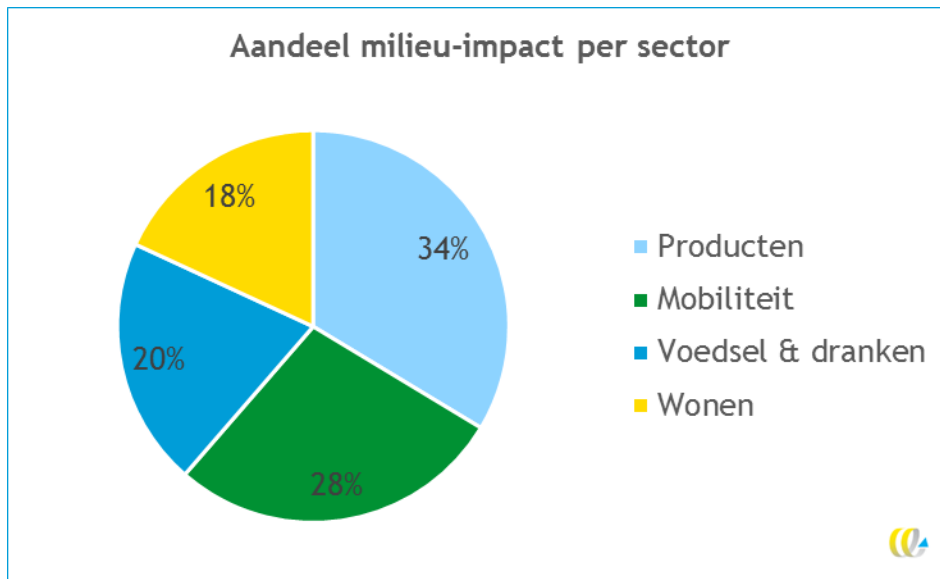


2 Milieueffect spullen

Spullen, of netter gezegd: consumptiegoederen, veroorzaken 25 à 34% van de klimaat-emissies van elke Nederlander (CE Delft, 2020). Dan gaan het om minimaal 50 Mton CO₂-emissies voor alle 17 miljoen Nederlanders. Het grootste deel van deze emissie vindt plaats tijdens het ontginnen van de materialen en het maken van al deze spullen. Een deel van de spullen gebruikt daarnaast ook nog energie (elektriciteit, etc.) tijdens het gebruik. En nog een beperkt deel komt door de verbranding van al deze spullen in afvalverbrandingsinstallaties bij het afvalstadium.

Van de 50 Mton CO₂-emissies voor alle 17 miljoen Nederlanders, is de niet -biogene emissie van alle afvalverbranding in Nederland ongeveer 3 Mton CO₂. De overige 47 Mton CO₂-emissies voor de consumptiegoederen bestaat uit zowel directe emissies (elektriciteitsgebruik, gasverbruik, etc.) als indirecte emissies (productie). De overgrote emissie die samenhangt met producten, hangt dus samen met het maken van de producten en alle materialen die in producten zitten. Omdat de cijfers uit verschillende bronnen komen, zijn ze niet helemaal precies te vergelijken, maar grofweg kan gezegd worden dat er met het maken van spullen in de hele keten ongeveer tien maal meer CO₂-emissies zijn gemoeid dan die komen uit de verbranding van spullen in het afvalstadium.

Figuur 2 - Aandeel milieu-impact per sector



Bron: (CE Delft, 2020).

2.1 Consumentenperspectief

CE Delft heeft de afgelopen jaren een aantal onderzoeken gedaan naar de klimaatimpact van verschillende soorten consumentengoederen en hun keten. Voor Babette Porcelijn heeft CE Delft vanuit het consumentenperspectief gekeken naar de impact van de gemiddelde Nederlandse consument. Het resultaat is een top 10 van de milieubelasting in milieupunten (zie Textbox 1) van de gemiddelde consumptie van één persoon per jaar in Nederland. De berekening is gebaseerd op verschillende bronnen, uit verschillende jaren, en geeft een

goede schatting van de gemiddelde milieu-impact van een Nederlandse consument. Er is gebruik gemaakt van een bottom-up-methode, waarbij is gekeken naar de individuele impact per categorie, op basis van bijvoorbeeld het aantal kilogram voedsel dat er per persoon wordt geconsumeerd (CE Delft, 2020). De zogenaamde Scope 3-emissies (emissies die indirect worden veroorzaakt) zijn hiermee ook bepaald.

De resultaten van het onderzoek zijn gepresenteerd in Figuur 3. Spullen zijn, als we het bekijken vanuit een consumptieperspectief, milieukundig de belangrijkste product-categorie, en hebben zowel een direct klimaateffect (bijvoorbeeld stroomverbruik) als een indirect klimaateffect (bijvoorbeeld productie). De consumentengoederen/spullen komen hoger uit de bus dan wonen, transport en/of voedsel.

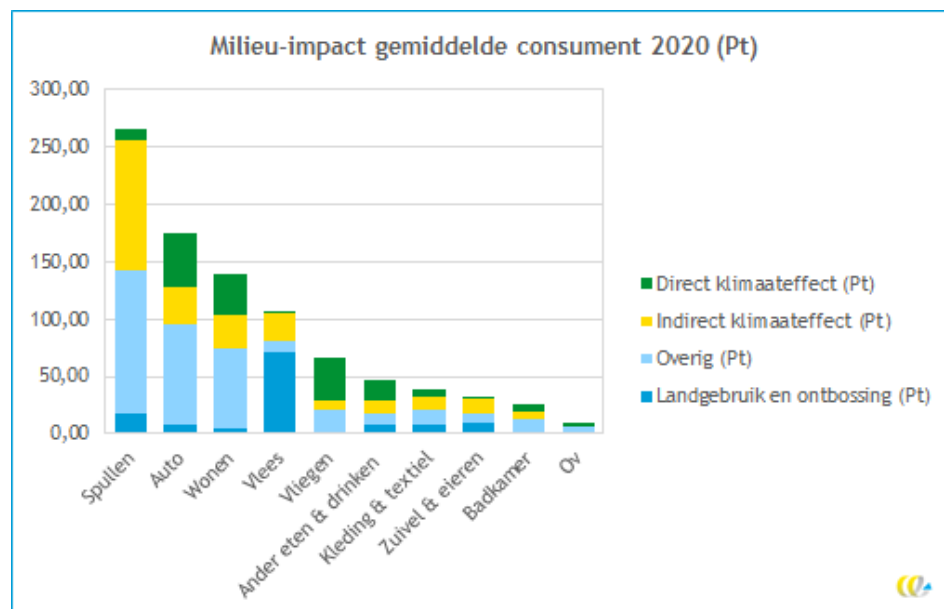
Textbox 1 - Milieupunten (Pt)

De milieu-impact per categorie is berekend met de 'ReCiPe 2008 impactassessment'-methode. Hierdoor zijn de resultaten uitgedrukt in de 'ReCiPe single score milieupunten' (Pt). Dit betekent bijvoorbeeld dat de milieu-impact voor de categorie spullen in één eenheid kan worden uitgedrukt. ReCiPe single score weegt alle impacts op basis van de gemiddelde impact van één wereldburger. Deze categorie bevat de CO₂-eq.-uitstoot van de elektriciteit die nodig is voor de laptops en ook de impact van de toxische stoffen die vrijkomen bij het produceren van de laptop.

Milieupunten zijn een indicator op basis van de gewogen milieuscore van de schade aan de volgende categorieën:

- de effecten op de menselijke gezondheid (klimaatverandering, ozonlaagaantasting, menselijke toxiciteit);
- smogvorming, fijnstofvorming en ioniserende straling;
- de effecten op ecosystemen (klimaatverandering, verzuring, vermesting, ecotoxiciteit, landgebruik, landtransformatie);
- de effecten van uitputting van grondstoffen (mineralen/metalen, fossiele grondstoffen).

Figuur 3 - Milieu-impact van de gemiddelde Nederlandse consument, 2020



Binnen het klimaatbeleid zijn spullen dus een belangrijk onderdeel, ook voor gemeenten. Mede ook omdat ze vaak bij lokale retail worden gekocht en binnen de gemeentegrenzen weer worden afgedankt. Het is daarom belangrijk om te kijken naar wat de gemeente Rotterdam en haar inwoners kunnen doen om de milieu-impact van deze spullen te verlagen.

Naast het consumentenperspectief gebruikt de landelijke overheid meestal het productieperspectief en wordt vaak gekeken naar het verduurzamen van productie/spullen. Dat is zeer belangrijk, ook voor de Rotterdamse haven, maar is geen speerpunt in deze studie. Dit komt al in veel andere studies aan de orde.

UPV's

Een ander perspectief dat ligt tussen het consumptie- en het productieperspectief, is de uitgebreide producentenverantwoordelijkheid (UPV). UPV's, opgezet door de landelijke overheid in overleg met bedrijfssectoren, regelen dat producenten/leveranciers voor sommige producten (verpakkingen, wit- en bruingoed, auto's, etc.) verantwoordelijk zijn voor het inzamelen en organiseren van recycling van producten. Voor textiel wordt er op dit moment gewerkt aan een UPV. UPV's gaan echter vooral over recycling van materialen in producten en hebben geen doelen voor hergebruik en tweedehandshandel. Dit voorliggende onderzoek is daarmee een aanvulling op wat er nu in UPV's gebeurt.

2.2 R-Ladder om de impact van spullen te verlagen

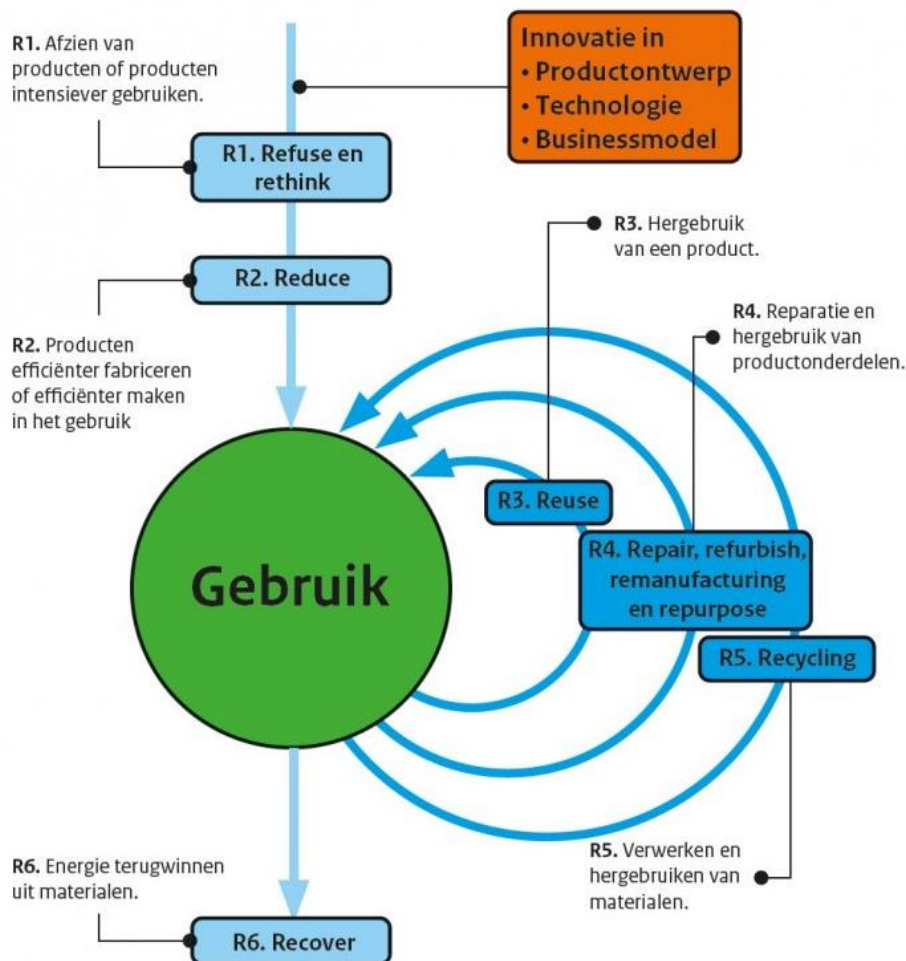
De keten van spullen is ingewikkeld. Toch zijn er veel manieren om de impact van spullen te verlagen. Vaak wordt daarbij de R-Ladder gebruikt; een prioriteitsladder waarop de mate van waardebehoud te definiëren is. Deze ladder bestaat uit zes R-en, waarbij R1. 'Refuse en Rethink' het hoogste scoort en R6. 'Recover' het laagst. Een korte samenvatting van de R-ladder is dat het beter is om te voorkomen dat (onnodige) consumptiegoederen worden geproduceerd, dan dat ze worden gerecycled/worden verbrand voor energietेरugwinning. Eén van de mogelijkheden om minder consumptiegoederen te produceren/gebruiken, is om deze niet te kopen. Maar ook het verminderen of hergebruiken levert een meer circulaire economie op. Oftewel; huren, delen, het vergroten van de levensduur en de tweedehands-handel zijn cruciale factoren in het versterken van de circulaire economie.

De R-ladder van Rijksbrede Programma Circulaire Economie bestaat uit:

- R1.= Refuse en Rethink (afwijzen en heroverwegen).
- R2.= Reduce (verminderen).
- R3.= Re-use (hergebruiken).
- R4.= Repair, Refurbisch, Remanufacture en Repurpose (repareren, opknappen, reviseren en hergebruiken).
- R5.= Recycling.
- R6.= Recover (terugwinning).



Figuur 4 - R-ladder met strategieën van circulariteit



Bron: (RVO, 2020).

Er zijn andere varianten van de R-ladder waarbij er meer uitsplitsing is van opties (vooral R4.), waardoor er meer R-stappen zijn. In de kern gaat het steeds om dezelfde opties. De mate van circulariteit wordt vaak gerelateerd aan deze R-ladder. De hoogst gewaardeerde circulaire strategieën staan bovenaan de ladder. Naarmate er naar beneden wordt gegaan, worden deze als minder circulair beschouwd.

Wat hergebruik (R3. 'Re-use') kan opleveren, heeft CE Delft in 2019 berekend voor Marktplaats. CE Delft heeft onderzoek gedaan door een uitgebreide analyse te doen voor vier veel verhandelde categorieën (elektronica, meubels, kleding en kinder- en baby-artikelen). Voor deze vier verschillende categorieën is in eerste instantie de levensduur van verschillende producten bepaald. Met behulp van een enquête onder de kopers en verkopers van Marktplaats is bepaald dat het platform een levensduurverlening van 1,4 tot 1,6 keer de normale levensduur faciliteert. De geschatte klimaatimpactreductie is ongeveer 43 kiloton CO₂-eq. voor elektronica, 21 kton CO₂-eq. voor meubels, 7 kton CO₂-eq. voor kleding, ongeveer 52 kton CO₂-eq. voor kinderen en baby's, in één jaar. Gezien de onzekerheden die in de analyse aanwezig zijn, schatten we dat de totale vermindering van de impact op de klimaatverandering door het hergebruik van de spullen (voor de vijftien geselecteerde productsubcategorieën) binnen het bereik van 80 tot 140 kton CO₂-eq. per jaar zal liggen.

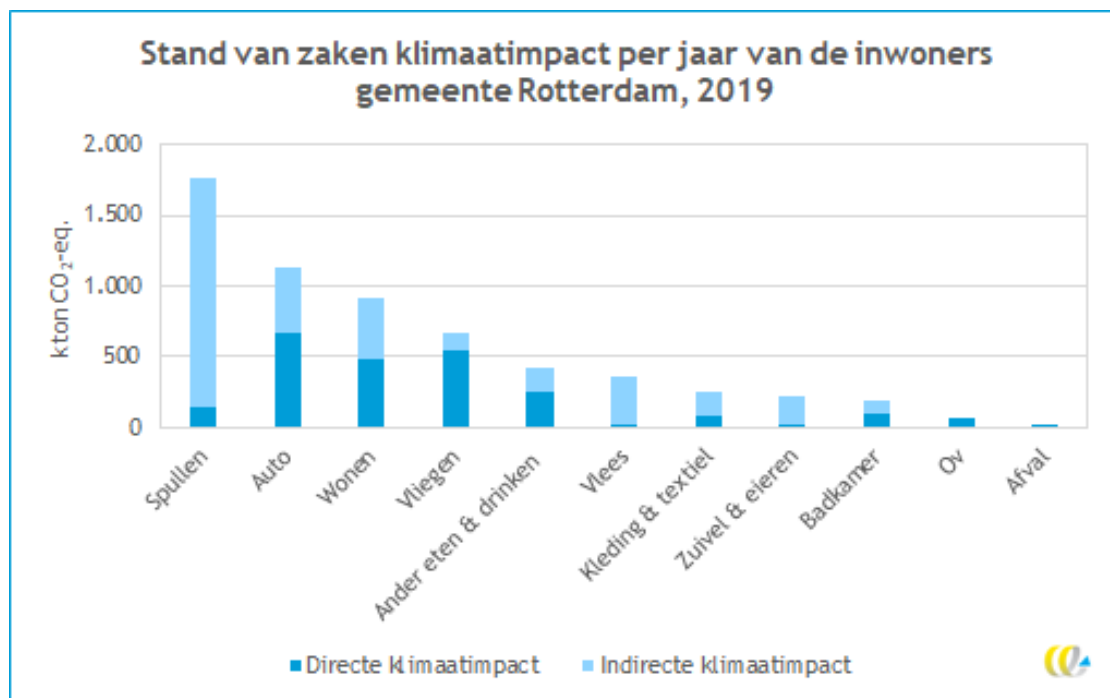
3 Consumptiegoederen in Rotterdam

3.1 Schatting impact spullen inwoners gemeente Rotterdam

Op basis van de impact van de gemiddelde Nederlandse consument, kan er een inschatting worden gemaakt van de impact van de inwoners van Rotterdam. Bij de berekening is CE Delft uitgegaan van 644.373 inwoners in Rotterdam, in het jaar 2019. De impact van de Rotterdammers is berekend door de impact per gemiddelde Nederlandse consument te vermenigvuldigen met het aantal inwoners in de gemeente Rotterdam. (In de praktijk zullen Rotterdammers wellicht iets afwijken van de gemiddelde Nederlander, maar in de aankoop en het gebruik van spullen verwachten wij geen groot verschil).

In de eerdere studie voor Babette Porcelijn is de afvalverwerking niet meegenomen. Deze is daarom hier toegevoegd. De impact van de afvalverwerking is gebaseerd op de afvalgegevens van het CBS voor de gemeente Rotterdam (CBS, 2020). Deze inschatting is daarom specifiek voor de gemeente Rotterdam (en hier hebben inwoners direct invloed op). Voor verdere uitleg van de berekening, zie Bijlage A.

Figuur 5 - Totale kton CO₂-eq./jaar uitstoot inwoners gemeente Rotterdam, 2019



De totale impact van de inwoners van de gemeente Rotterdam (voor alle producten in bovenstaande figuur) is ongeveer 5.982 kton CO₂-eq. voor Scope 1, 2 en 3 samen. In Figuur 5 is deze impact te zien, uitgesplitst in elf categorieën.

De impact van de categorie ‘spullen’ (netter aangeduid met de term ‘consumptiegoederen’) is het grootst; bijna 1.800 kton CO₂-eq. Deze categorie bevat de impact van de productie van gebruiksgoederen (zoals televisies en smartphones, maar ook bankstellen en koffiezet-apparaten), het elektriciteitsgebruik (inclusief datacenters) voor het laten werken van deze spullen, vervoer en bouwwerkzaamheden voor gebouwen die een commercieel doeleinde hebben. Kleding en textiel is apart weergegeven. De totale impact van de inwoners van Rotterdam voor deze categorie bedraagt 259 kton CO₂-eq. De impact van deze beide categorieën kan worden verlaagd door het verlengen van de levensduur, het kopen van tweedehandsspullen/-kleding en het niet kopen van spullen/kleding.

Tekstbox 1 - Directe en indirecte klimaateffecten

Direct klimaateffect gaat over de uitstoot van emissies, waaronder CO₂ en het brandstofverbruik, wat direct zichtbaar is voor de consument. Denk bijvoorbeeld aan het gasgebruik in huis of het benzinegebruik voor de auto. Indirect klimaateffect daarentegen gaat over de uitstoot van emissies, waaronder CO₂, buiten het blikveld van de consument. Denk bijvoorbeeld aan emissies tijdens mijnbouw, productie, vervoer en afvalverwerking.

Voor textiel geldt ook dat er vrij veel andere milieueffecten als toxiciteit, landgebruik en watergebruik spelen. Textiel is milieukundig dus eigenlijk belangrijker dan lijkt in een alleen een klimaatanalyse (Figuur 5).

Het valt op dat het getal bij afval bijna gelijk aan 0 is. Het verwerken van afval voor de gemeente Rotterdam levert in deze (vereenvoudigde) berekening een uitstoot op van 3 kton. Er zijn twee processen die bijdragen aan een negatieve impact van afvalverwerking (soms ook negatieve emissies genoemd):

1. Het scheiden van afval levert grondstoffen op. Het scheiden van glas zorgt er bijvoorbeeld voor dat er minder nieuw glas moet worden geproduceerd. Het hergebruiken van grondstoffen levert een CO₂-eq.-besparing op.
2. Het verbranden van restafval in een afvalverbrandingsinstallatie levert energie en warmte op. Deze energie en warmte zorgen ervoor dat er minder energie wordt geproduceerd op basis van fossiele brandstoffen. Ook dit levert een CO₂-eq.-besparing op.

Echter is het ook zo dat in Rotterdam minder afval wordt gescheiden dan gemiddeld in Nederland, waardoor deze twee processen minder milieuwinst opleveren dan milieuverlies. Het is niet zo dat het scheiden en recyclen van afval ervoor zorgt dat de impact van de productie, het vervoer en het gebruik van een (voedsel)product volledig wordt gecompenseerd. Het levert alleen een bescheiden besparing op.

Tot de afval emissies behoren niet alleen de categorieën ‘spullen’ en ‘kleding & textiel’, maar ook voedselverpakkingen, bouw- en sloopafval en gft-afval. Deze 3 kton CO₂-eq. per jaar voor het consumentenafval van Rotterdam is daarom niet volledig toe te wijzen aan de categorieën ‘spullen’ en ‘kleding & textiel’. De impact van afvalverbranding is dus niet zo heel groot wat betreft CO₂-emissies. Dit wil niet zeggen dat het voorkomen van verbranding niet nuttig is. Als verbranding wordt voorkomen, wordt immers tegelijkertijd ook nieuwe productie van spullen voorkomen. En dat is wel heel belangrijk wat betreft CO₂-emissie.

Om deze veel grotere emissie van productie te verlagen, zijn er een aantal mogelijkheden die aangeduid worden met ‘circulaire economie’. Op volgorde van voorkeur zijn daar een aantal R-strategieën voor mogelijk.



Uitzonderingen: veel energieverbruikende spullen en emissie- veroorzakende spullen

De stelregel dat tweedehandshandel en levensduurverlenging leidt tot een flinke verlaging van producten, heeft een aantal uitzonderingen waar we ons hier niet op richten:

- Huizen: veel tweedehands verhandeld, energieverbruik is hierbij heel belangrijk, naast materialen.
- Auto's: nieuwe auto's zijn deels energiezuiniger en emissies vaak veel lager.
- Witgoed, zoals koelkasten, vaatwassers, wasmachines en drogers: het energieverbruik van nieuwe producten is vaak een stuk lager, waardoor vervangen na ongeveer zeven jaar vaak duurzaam is. Zie ook www.milieucentraal.nl/energie-besparen/apparaten-in-huis/repareren-of-vervangen/.

3.2 Huidige tweedehandshandel in Rotterdam

Op dit moment worden er veel nieuwe spullen gekocht, zowel online als offline in fysieke winkels. Toch zijn er ook al veel Rotterdamers die de spullen die ze niet meer nodig hebben via bijvoorbeeld Marktplaats.nl of kringloopwinkels ter beschikking stellen voor een tweede leven.

Online

CE Delft heeft voor Marktplaats berekend wat het huidige milieuvoordeel is van de handel via het Marktplaatsplatform van de vier belangrijkste productcategorieën (kleding (19 kton CO₂), meubilair (52 kton CO₂), elektronica (52 kton CO₂) en kinder- en babyartikelen (88 kton CO₂), (CE Delft, 2019)). Landelijk komt dat op een totaalvoordeel van 150 à 260 kton CO₂-eq. per jaar. In deze studie is vervolgens ingeschat wat het effect van alle handel via Marktplaats is als de andere niet-onderzochte categorieën vergelijkbare milieuvoordelen hebben als de vier onderzochte categorieën. Dat geeft een inschatting van het klimaatvoordeel van alle handel via Marktplaats van naar schatting 600 à 1.000 kton CO₂ per jaar. Voor Rotterdam betekent dit omgerekend ongeveer een voordeel van 22 à 38 kton CO₂-eq. per jaar.

Kringloopwinkels

Verder is er ook fysieke tweedehandshandel via kringloopwinkels. De brancheorganisaties van kringloopwinkels BKN heeft cijfers gepubliceerd voor de 214 winkels die bij hen zijn aangesloten. In 2019 werd er 150 miljoen kilogram goederen ingezameld. Hiervan werd 78% nuttig verwerkt, wat naar hun eigen berekeningen goed was voor een besparing van 130 kton CO₂ (BKN, 2020). Voor Rotterdam zou dit 4,4 kton CO₂-eq. bedragen.

Bij deze analyse lijkt alleen de vermindering van verbrandingsemisatie meegenomen. In het algemeen is de emissie van vermeden productie van nieuwe producten die niet nodig zijn door tweedehandshandel, echter veel groter. In een eerdere analyse komt 790 kton naar voren als besparing. Dat is voor Rotterdam 30 kton.



Tweedehands bij niet-kringloopwinkels

Met name voor kleding is er ook een toenemend aanbod van tweedehandsproducten in 'normale' fysieke winkels; soms exclusief, soms in combinatie met nieuwe kleding. In het onderzoek van Rebel, specifiek naar kleding, is hier dieper op ingegaan (Rebelgroup, 2021). In dit onderzoek nemen we kleding niet mee. In andere branches is deze vorm van tweedehandsverkoop nog veel beperkter. Sommige foto- en elektronica-zaken verkopen bijvoorbeeld ingeruilde apparatuur weer aan andere klanten, maar het aandeel in de verkoop is nog beperkt. Precieze data over hoeveelheden blijken hiervan nu niet beschikbaar. Wel is deze tweedehandsverkoop in winkels die vooral nieuwe producten verkopen een potentiële groeiemarkt.

Afvalverwerking

Momenteel gaan de meeste van deze grondstoffen verloren: maar 30% van de totale massa aan consumptiegoederen wordt apart ingezameld en gerecycled (Metabolic, 2018).

3.3 Potentieel tweedehandshandel Rotterdam

De 1.800 kton CO₂-emissie veroorzaakt door de aankoop van alle spullen door burgers in Rotterdam, en de 68 kton (38 via online en 30 via offline) totale besparing door de huidige tweedehandshandel, laten zien dat er nog een groot potentieel is om de spullenemissies omlaag te brengen.

De Marktplaatsanalyse van CE Delft laat zien dat een tweedehandshandel de levensduur van producten circa 40 à 60% langer maakt (CE Delft, 2019). Als we dat op alle producten zouden kunnen toepassen dan zou de milieubelasting van producten dus theoretisch met 33% kunnen dalen (100% - (1/1,5)). Voor Rotterdam is dat een potentieel van 600 kton emissie per jaar. Nu is dit natuurlijk niet voor alle producten mogelijk, maar als we even uitgaan van 50% van het theoretisch potentieel dan is 300 kton CO₂-reductie denkbaar. Dat betekent dus grofweg een factor 4,5 keer meer tweedehandshandel. En met die factor 4,5 verhoging gaan we dus nog maar tot de helft van het theoretisch potentieel.

3.4 Kenmerken tweedehandshandel Rotterdam bottom-up

We hebben van de gemeente diverse bronnen gekregen over de huidige tweedehandshandel in Rotterdam. Daaruit is geen totaalbeeld te halen, maar er zijn wel een aantal dingen die opvallen en die we kunnen zien als aanvulling op de top-down-benadering die we hiervoor gebruikten.

Handel - tweedehands

We zien dat de omzet van de kringloopwinkels per categorie vrij veel gelijkenis hebben met de omzet bij Marktplaats. De categorieën 'meubels' en 'kleding' lopen ook bij de kringloopwinkels goed. Daarnaast zien we dat huishoudelijke artikelen en accessoires veel omzet hebben. Naast kringloop- en andere tweedehandswinkels is er op de Binnenrotte Centrummarkt, één van de grootse markten in Nederland, ook een tweedehandsgedeelte voor onder andere meubels. Deze markt is twee keer per week.

Delen

Rotterdamers delen spullen met elkaar, bijvoorbeeld via deelplatform Peerby. Hier kunnen leden hun eigen spullen te leen of te huur aanbieden en spullen lenen of huren van andere leden. Samen hebben de gemeente, Milieu Centraal en Peerby in Blijdorp een digitale buurtschuur ingericht. Dit is een online platform waar bewoners van de wijk kunnen zien wat voor gereedschap en andere producten hun burens te leen aanbieden.

Ruilen

Rotterdam heeft twee ruilwinkels: LETS Rotterdam Schiebroek en Stichting Heyse Bazar. Hier kunnen bewoners hun goederen inleveren en zij krijgen daarvoor een tegoed terug dat ze bij dezelfde winkel kunnen besteden.

Doorgeven

Stichting Rotterdamse Uitdaging zorgt er onder andere voor dat gebruikte spullen een nieuwe bestemming krijgen bij organisaties die iets goeds doen voor de stad en haar bewoners. In één van hun projecten, de 'Laptop Challenge'³, zamelen zij bijvoorbeeld gebruikte laptops van bedrijven in, maken deze op een betrouwbare manier leeg, en geven deze door aan maatschappelijke organisaties, stichtingen en verenigingen. Het doel van Stichting Rotterdamse Uitdaging is om behoeftes van maatschappelijke organisaties in de vorm van kennis, menskracht of materiaal te matchen aan het aanbod dat vanuit andere organisaties of personen komt.

In verschillende wijken zijn er inmiddels ook doorgeefkasten waar mensen informeel en anoniem spullen aan elkaar doorgeven.

Reparatiecultuur

De bedrijfscontactfunctionaris van Hoek van Holland, Pernis en Feyenoord vertelt dat het in deze wijken heel gebruikelijk is om kleding te laten repareren. In sommige gemeenschappen met een Afrikaanse achtergrond laten mensen hun kleding vaak op maat maken. Deze kledingstukken zijn voor de eigenaar speciaal en kostbaar, en daarom het repareren waard. Ook bestaan er in deze wijken nog veel ijzerwaren winkels, waar de verkopers grote expertise hebben in het repareren van diverse voorwerpen. Als een klant vertelt wat er kapot is, weten de verkopers hier meestal raad mee. Het is dan mogelijk om losse onderdelen, bijvoorbeeld spijkers of kroonsteentjes, te kopen, en niet gelijk een heel doosje. Dit scheelt - samen met de reparatie op zich - grondstoffen. Ook de verschillende repair-café's en vele winkels die reparatie vaak naast nieuwe verkoop doen, zijn hier een voorbeeld van.

³ [Laptop Challenge van Rotterdamse Uitdaging](#)

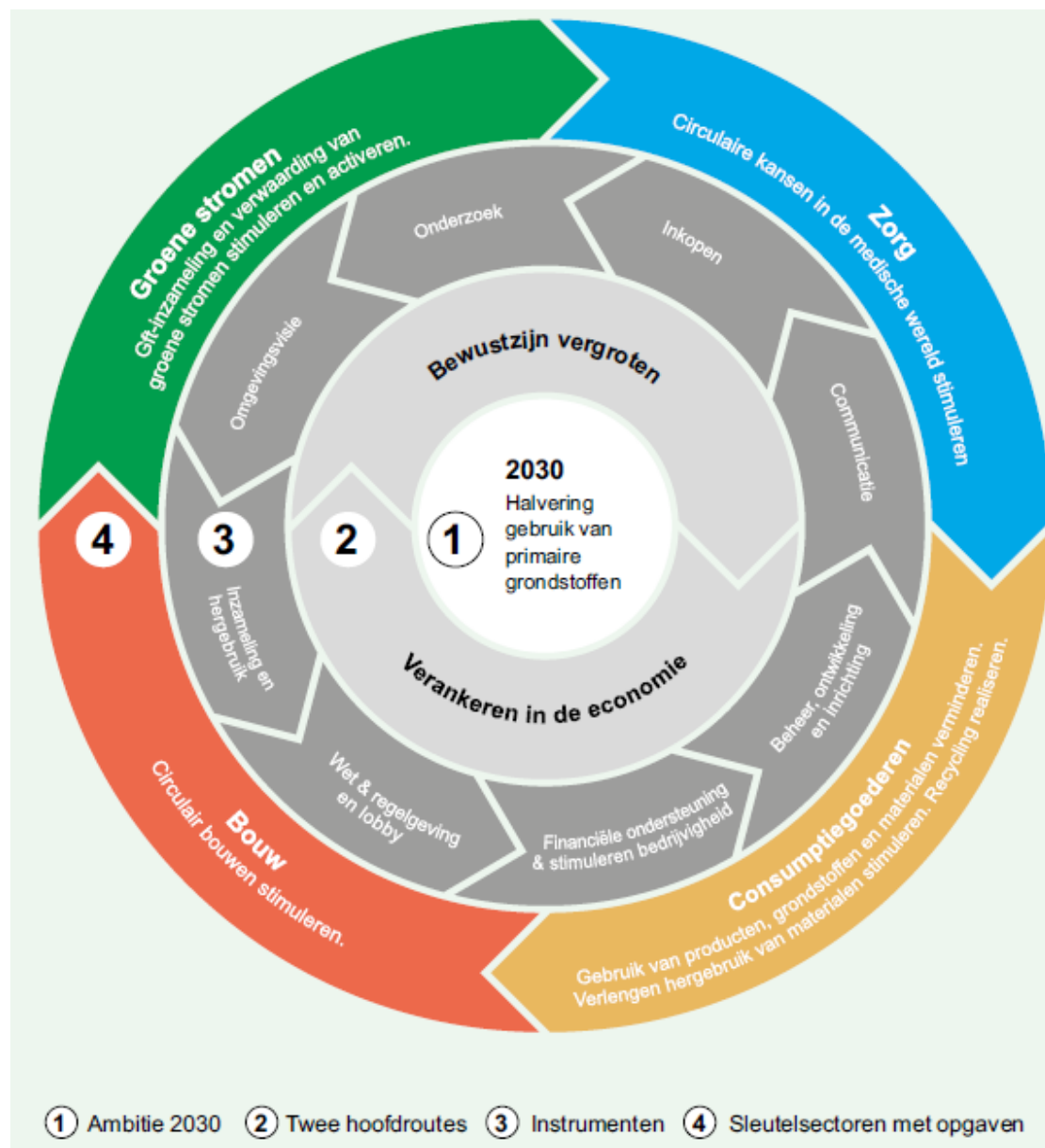


4 Huidige beleid consumptiegoederen

Momenteel heeft de gemeente Rotterdam een programma om de circulaire ambities (halvering gebruik van primaire grondstoffen) waar te maken. Het circulaire programma is gebaseerd op twee hoofdroutes: het vergroten van het bewustzijn en het verankeren van de circulaire economie in de huidige economie. De eerste hoofdroute is er vooral op gericht om Rotterdammers, Rotterdamse bedrijven en de gemeente meer circulair te laten denken en handelen. De tweede is gericht op het vergroten van de werkgelegenheid en economische ontwikkelingen in de circulaire economie (Gemeente Rotterdam, 2021). Een overzicht van het volledige programma is te vinden in Figuur 6.

Eén van de sleutelsectoren die in het programma worden meegenomen zijn de consumptiegoederen. Van de consumptiegoederen in huishoudens en kantoren wordt ongeveer 30% gerecycled, 4% van de materialen gaat naar de stortplaats en maar liefst 66% gaat de verbrandingsoven in (Metabolic, 2018). De opgave voor de sector consumptiegoederen (2019-2023) werd samengevat als: *“Stimuleren van minder en langer gebruik van producten en grondstoffen. En meer hergebruik van materialen en recycling”*. Op de R-ladder focust dit programma zich op R2. en R3. t/m R5.

Figuur 6 - Rotterdamse circulaire ambities in één oogopslag



Bron: (Gemeente Rotterdam, 2019 b).

4.1 Huidige realisatie

Op [deze website](#) is de Uitvoeringsagenda te vinden van Rotterdam Circulair. Hier staan de verschillende inspanningen en projecten beschreven. In juni 2021 omvatte de Uitvoeringsagenda Consumptiegoederen 55 inspanningen en projecten, waarvan er acht volledig waren afgerond. Voor een overzicht van deze projecten, zie Bijlage B.

Wanneer je kijkt naar deze projecten voor de Uitvoeringsagenda Consumptiegoederen, zijn deze voornamelijk gericht op het verminderen van afval en zwerfafval, het inkoopbeleid van de gemeente en het realiseren van recycling. Een greep uit de inspanningen en projecten is gericht op de consumptie van de inwoners, zoals het gebruik van wasbare luiers en

een opt-insysteem voor huis-aan-huisbladen (zie Bijlage B). Alleen het realiseren van de Upcycle Mall en het project Circulariteit in de wijk zijn gericht op tweedehands consumptiegoederen. Daarnaast zijn er op het gebied van textiel ook nieuwe activiteiten opgestart (zie (Rebel, 2021))

Tekstbox 2 - Upcycle Mall

Het nieuwe milieupark met de Upcycle Mall past bij de ambitie van de gemeente om te zorgen dat afval op den duur niet meer bestaat. Met elkaar moeten we betere producten gaan gebruiken, met een langere levensduur, producten hergebruiken waar dat kan en nieuwe producten maken van 'afval' (upcycling).

Niet alleen wordt het een plek waar Rotterdammers hun grof huishoudelijk afval en andere spullen die ze niet meer gebruiken naar toe kunnen brengen, het wordt een inspirerende plek waar alles draait om hergebruik.

Zo kun je nog steeds gebruikmaken van de containers, maar ook spullen doneren, zodat deze hergebruikt kunnen worden en een tweede leven krijgen. Dit gebeurt in de Upcycle Mall.

Ambachtslieden, ontwerpers en kunstenaars ontwerpen en maken op vakkundige en creatieve wijze weer iets nieuws en nuttigs van de gedoneerde spullen. Ook kunnen spullen gerepareerd worden en is er een winkel waar je zowel voor kringloop als voor design terecht kunt.

Schoolklassen gaan op excursie in het experience center en vanuit verschillende onderwijsinstellingen kunnen scholieren en studenten praktijkles volgen en stagelopen; zij zijn tenslotte de circulaire professionals van de toekomst. Bovenal wordt het een bruisende plek voor iedereen om te bezoeken en te zien en ervaren wat circulariteit, hergebruik en upcycling inhoudt.

Het doel van de Upcycle Mall is tweeledig:

1. Het stimuleren van circulair bewustzijn en gedrag van Rotterdammers, en daarmee het verminderen van de milieu-impact van grof huishoudelijk afval.
2. Het stimuleren van circulair vakmanschap door middel van educatie en daarmee het creëren van de circulaire makers van de toekomst.

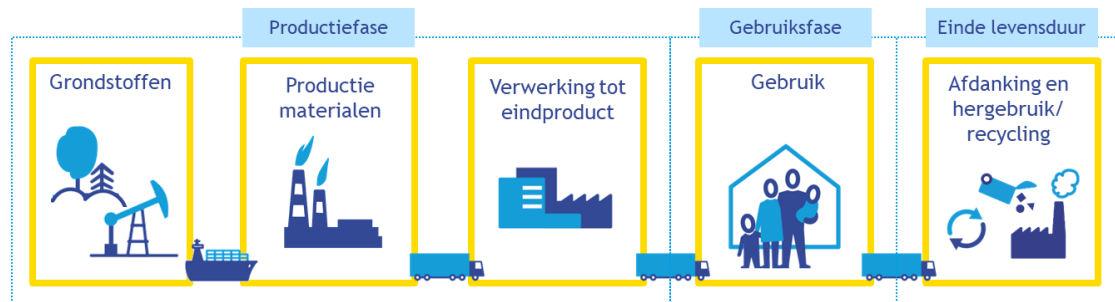
Circulariteit in de wijk

Het doel is het verhogen van circulair handelen bij de inwoners van Rotterdam. Daarvoor inventariseert de gemeente hoe de 'circulaire inwoner' er in 2030 uitziet, wat ze van inwoners willen en kunnen vragen, wat er in wijken speelt op het gebied van circulair en wat ze als gemeente in huis hebben qua financieringsbronnen, advies en netwerk. De twee circulaire richtwijken zijn Blijdorp en Prins Alexander. De gemeente Rotterdam wil minimaal één concreet experiment opstarten.

4.2 Tweedehands in huidige realisatie

Wat opvalt in de huidige aanpak van Rotterdam Circulair is dat het zich voornamelijk richt op twee van de drie fasen in de levenscyclus van consumptiegoederen: de ontwerp- en productiefase in het begin en de afvalfase aan het eind (zie). In de productiefase wordt nagedacht over alternatieve ontwerpen van producten. Dit is bijvoorbeeld het geval bij de aanbesteding van circulaire bedrijfskleding en circulaire rolcontainers. Hierbij worden er keuzes gemaakt voor bijvoorbeeld minder milieubelastende materialen, gebruik van minder materialen of het hergebruik van materialen. Aan het eind van de levensduur wordt voor een afvalscenario gekozen. Dit staat lager op de R-ladder en gaat vooral over het recyclen en zo goed mogelijk verwerken van afval. Projecten die hierop gericht zijn, zijn bijvoorbeeld de recycling van matrassen en het opnemen van circulair slopen in sloopopdrachten.

Figuur 7 - Productieketen



Tweedehandshandel vindt plaats in de gebruiksfase van producten en zorgt ervoor dat er geen nieuwe materialen worden gebruikt of afval ontstaat. Traditioneel bemoeit de gemeente zich hier weinig mee. Zij richt zich op haar verantwoordelijkheid aan het eind van het leven van producten; de afvalverwerking. Toch zijn de potentiële milieuvordelen door meer tweedehandshandel en producten met een langere levensduur groter. Daarom hebben we in dit project gekeken welke acties de gemeente zou kunnen ondernemen.

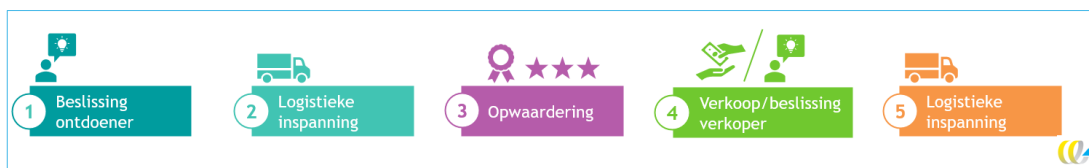
5 Vraag, aanbod, bottlenecks en oplossingen

5.1 Hoe hangen keten en stakeholders samen?

Om te zien hoe de gemeente tweedehandshandel kan vergroten, bekijken we eerst hoe de keten van tweedehandshandel er stap voor stap uitziet. Deze informatie is voor een groot deel gebaseerd op interviews met partijen in de tweedehandsketen (zie Bijlage C voor de lijst van geïnterviewden).

Een product dat zijn weg van de ene naar de volgende gebruiker vindt, doorloopt de volgende keten:

1. Beslissing om het product aan potentiële nieuwe eigenaren aan te bieden of weg te gooien.
2. Logistieke inspanningen om het product beschikbaar te maken voor potentiële volgende gebruikers.
3. Opwaardering: kwaliteit beoordelen, sorteren, schoonmaak, reparatie.
4. Verkoop/transactie naar de nieuwe eigenaar.
5. Logistieke inspanning om het product bij de volgende eigenaar te brengen.



Voorbeelden

Er zijn veel verschillende manieren hoe het doorlopen van deze keten van een product er in de praktijk uit kan zien. Denk bijvoorbeeld aan een bank die via Marktplaats wordt verkocht aan iemand tien kilometer verderop, die de bank met de auto op komt halen. Dat is een andere weg dan een leeslamp die door iemand naar een kringloopcentrum is gebracht, een maand in de opslag ligt, dan naar één van de aangesloten winkels wordt gebracht en daar wacht op zijn volgende eigenaar. Voor de bank waren er bijvoorbeeld minder handelingen nodig dan voor de lamp. Daarnaast is Marktplaats als bedrijf anders georganiseerd dan de kringloop. Dit voorbeeld illustreert dat verschillende soorten spullen via verschillende kanalen een nieuwe gebruiker vinden. Om tot de juiste ingrepen te komen, is het nodig om een overzicht te krijgen over deze verschillen en hun oorzaken: waarom doorlopen bepaalde spullen bepaalde kanalen? Wat leren we daaruit over de ingrepen die we kunnen doen om consumptie van spullen om te leiden van nieuw naar tweedehands?

Waarde in de keten

Om een product om te leiden van de afvalberg naar een nieuwe gebruiker, is het nodig dat iedereen die een inspanning levert in de keten tevreden is met de waarde die deze transactie vanuit hun belang oplevert. Deze waarde kan diverse vormen hebben:

- financieel (voor degene die het te koop aanbiedt);
- sociaal (degene die ervaring opdoet op de leer-werkplek in de kringloopwinkel);
- idealistisch (degene die de moeite neemt om zijn of haar lamp naar de kringloop te brengen in plaats van weg te gooien met het huisvuil);
- plezier (degene die de bank koopt);
- gemak (degene die nu licht heeft aan zijn tafel);
- etc.

Door deze waarde (in welke vorm dan ook) zo groot mogelijk te maken voor zo veel mogelijk producten, zorg je voor een maximale omloop van spullen. Dit inzicht ontstond uit het antwoord dat we vaak kregen op de vraag: 'Is het een probleem van vraag of aanbod?'. Het gaat gelijk met elkaar op. Als het aanbod beter en groter wordt, wordt de vraag ook groter. Als de vraag groter wordt, heeft het zin om meer inspanning te leveren om meer goede spullen aan te kunnen bieden. Of: hoe hoger de waarde is die een product in zijn kanaal door de tweedehandshandel potentieel toevoegt, hoe groter het aanbod en de vraag, en hoe groter de kans van het product om een tweede leven te krijgen.

Een belangrijk voorbeeld om dit samenspel tussen waarde en omloop van tweedehandsspullen concreet te maken is het sociale component van veel kringlooporganisaties. Het ligt aan de specialisatie en financiële hoogwaardigheid van een tweedehandshandel welke soort relatie het bedrijf heeft met de medewerkers. Een vintage kledingwinkel handelt in geselecteerde, hoogwaardige producten en heeft werknemers; in een kringloopcentrum is dit anders omdat de financiële waarde van veel van de producten die de kringloop verwerkt laag is. De kringloopwinkels zijn aangewezen op vrijwilligers en andere mensen die een andere waarde vinden in het werk dan alleen financiële compensatie. Zo werken kringlooporganisaties vaak met mensen die een afstand tot de arbeidsmarkt hebben en in de bijstand zitten. Het werk bij de kringloopwinkel is laagdrempelig en divers, waardoor bijna iedereen hier kan werken. Werken bij kringloopwinkels biedt onder andere de mogelijkheid om werkervaring op te doen en daarmee door te stromen naar de reguliere arbeidsmarkt. Ook is voor veel kringloopmedewerkers de sociale omgeving en het hebben van een dagritme een belangrijk onderdeel. Hier raken het sociale domein en circulaire economie elkaar: hoe meer menskracht er is om het werk te doen dat bij het verzamelen, de opwaardering en het verkopen van tweedehandsspullen hoort, hoe meer spullen er ook in de tweedehandshandel om kunnen gaan. Hoe meer leer-werkplekken kringloopwinkels kunnen bieden, hoe meer mensen er sociaal op vooruit gaan. Kringloopbedrijven hebben vaak al van oorsprong ook een sociale insteek en zijn ervaren in het begeleiden en opleiden van mensen met afstand tot de arbeidsmarkt. Een hechte samenwerking tussen kringloopwinkels en gemeente biedt dus mogelijkheden voor het behalen van doelen, zowel op het gebied van circulaire economie als werkgelegenheid.

5.2 Drie hoofdkanalen voor tweedehandshandel

Tijdens ons onderzoek naar de tweedehandshandel zagen we een grote diversiteit aan vormen van tweedehandshandel. We zien hierbij drie belangrijke hoofdkanalen.

Welk kanaal een product doorloopt heeft het meeste te maken met zijn financiële waarde. Bij de drie kanalen loopt de financiële waarde van de producten op van één naar drie:

1. Allereerst zijn er organisaties en bedrijven die spullen niet innemen. Dit zijn spullen die anders zouden eindigen in de afvalverbranding of recycling. Dit is over het



algemeen het kanaal voor de goedkopere spullen. Hieronder vallen kringloopwinkels, ruilwinkels⁴ en weggeefwinkels⁵.

2. Daarnaast zijn er platforms en bedrijven voor producten die een consument wel kwijt wil, maar waar hij/zij voor betaald hoopt te worden. Dit gaat om een heel brede groep aan producten die nog meer waarde hebben dan de kringloopspullen. Voorbeelden zijn Marktplaats.nl, Usedproduct.nl die ook fysieke winkels heeft, en ook pagina's en groepen op sociale media, zoals Marketplace op Facebook, waar lokaal gebruikte spullen worden verkocht door particulieren.
3. Ten derde is er de verkoop van complexere en duurdere tweedehandsspullen bij de normale retail, zoals auto's en camera's. Vaak kunnen klanten hier hun gebruikte apparaat aanbieden in ruil voor korting op een nieuwe aankoop, of ook tegen gewone betaling. Refurbishment, zoals LEAPP⁶ doet met Apple producten, valt hier ook onder.

Naast deze routes is er natuurlijk ook nog het informele circuit, waarbij bijvoorbeeld babykleden rouleren in de familie- en vriendenkring. Deze route laten we buiten deze analyse.

Bij de aanpak van de drie kanalen ligt de nadruk op verschillende delen van de keten, en op verschillende beleidsdomeinen.

Beleidsdomeinen

Het eerste kanaal raakt aan meerdere beleidsdomeinen van de gemeente, zoals afval, sociaal- en vestigingsbeleid; het derde kanaal raakt eerder aan retailbeleid en samenwerking met conventionele retail. De organisatie van het tweede kanaal staat wat verder af van de gemeente.

Delen van de keten

In Figuur 8 is schematisch weergegeven op welke stap in de keten de nadruk ligt als het doel is om de verkoopkanalen te vergroten.

Voor alle drie de kanalen zijn er mogelijkheden om mensen te stimuleren er meer gebruik van te maken, en zullen ingrepen helpen die ontdoeners en kopers tot de beslissing leiden om voor tweedehands te gaan.

Voor Kanaal 1 is het belangrijk om meerwaarde te creëren op niet-financieel vlak, omdat het anders economisch niet haalbaar is om de logistieke inspanning te leveren en een opwaarderingsstap te bewerkstelligen voor de goedkope goederen.

Kanaal 2 organiseert zichzelf, zolang de goederen waardevol genoeg zijn. Hier zitten mogelijk effectieve ingrepen vooral bij de beslissing (1 en 4) van ontdoeners en kopers om van de tweedehandsmarkt gebruik te maken.

Voor Kanaal 3 geldt hetzelfde als voor Kanaal 2. Omdat het hier om duurdere producten gaat, is het van belang dat er veel zekerheid wordt geboden over de kwaliteit (3), en dat de handel (4 Verkoop) en nazorg voor de koper betrouwbaar is (5 bijvoorbeeld: kan de koper het product opsturen voor reparatie?).

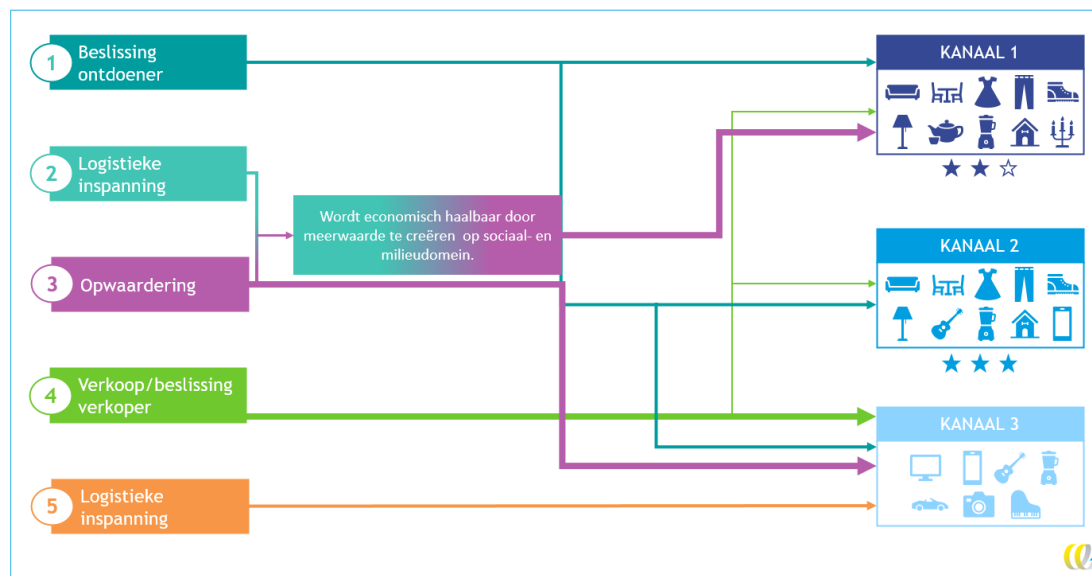
⁴ Bijvoorbeeld de Ruilwinkel Feijenoord <https://www.ruilwinkelfeijenoord.nl/>

⁵ Bijvoorbeeld de weggeefwinkel in Utrecht <https://www.weggeefwinkelutrecht.nl/>

⁶ [LEAPP](#) koopt gebruikte Apple-devices op, refurbisht deze en verkoopt ze weer.



Figuur 8 - Tweedehandsketen en verkoopkanalen



5.3 Bottlenecks in de keten - waarde en aard van ingrepen

In dit hoofdstuk gaan we in op de bottlenecks in de verschillende stappen van de tweedehandsketen, wat dit met de waarde van de spullen te maken heeft, en welke soorten ingrepen er passen om deze bottlenecks te voorkomen of verhelpen. Paragraaf 5.4 gaat verder in op voorbeelden van ingrepen, en hoe deze gelinkt zijn aan het vergroten van de handel in tweedehandsspullen.

5.3.1 Beslissing van manier van afdanken

Een beslissing om een product af te danken wordt vaak uitgesteld met het idee dat het in de toekomst nog gebruikt zal worden door de eigenaar of diens (klein)kinderen of bekenden. Zo liggen er garages, zolders en kelders vol spullen die haast niet gebruikt worden. Ingrepen die eigenaren ertoe aanzetten om hun spullen af te danken en beschikbaar te maken voor anderen hebben met bewustwording te maken: spullen voegen bij een nieuwe eigenaar meer waarde toe dan op de zolder, en er ontstaat milieuwinst omdat de nieuwe eigenaar geen nieuwe spullen hoeft te kopen. Bewegingen als het minimalisme⁷ krijgen daarnaast miljoenen aanhangers door het reduceren van materieel bezit te relateren aan vrijheid, geluk en zingeving.

Voor iemand die besluit om een product af te gaan danken, kan het zo zijn dat hij het niet 'de moeite waard' vindt om de inspanning te leveren die nodig is om zijn product beschikbaar te maken voor hergebruik. Als de inspanning om het product als afval af te danken veel lager is, belandt het product bij het afval. Dit gebeurt ook als de ontdoener zich niet bewust is van de waarde voor hergebruik, of als hij de inspanning te groot vindt. Als de ontdoener bijvoorbeeld weet dat hij zijn product voor een goede prijs kan verkopen, zal hij er eerder voor kiezen om het aan te bieden voor hergebruik. Daarom werken hier ingrepen die ontdoeners bewust maken van de financiële waarde van hun producten, én ingrepen die de drempel verlagen om het product beschikbaar te maken. Daarnaast werken ingrepen die de beslissing van de ontdoener afnemen: een keuring van de producten nádat de ontdoener

⁷ [Website van het Amerikaanse duo 'The Minimalists'](#)

deze al als afval heeft afgegeven, bijvoorbeeld op de milieustraat of bij het grofvuil aan de straat. Al deze ingrepen voegen waarde toe voor de ontdoener, waardoor deze zijn producten eerder beschikbaar zal maken. Maar, ze moeten ook weer voldoende waarde toevoegen voor degene die de ingrepen doet. Dit kan financiële waarde zijn, maar ook het bereiken van een (beleids)doel op het gebied van bijvoorbeeld circulaire economie of werkgelegenheid.

5.3.2 Logistiek vóór verkoop

Als de logistiek vóór verkoop uit handen wordt genomen van de ontdoener, is het voor diegene sneller de moeite waard om zijn product aan te bieden. Als de logistieke inspanning om het product in aanbidding te brengen te groot is, blijft het product langer bij de ontdoener of gaat naar het afval, als deze optie makkelijker is. Ingrepen raken hier aan het verbeteren van de logistiek door tegemoetkoming aan de ontdoener. Ook gaat dit over wat er nodig is om bijvoorbeeld goederen af te vangen bij milieustraten.

5.3.3 Opwaardering

Consumenten willen erop kunnen vertrouwen dat de kwaliteit van het product dat ze kopen, is wat ze ervan verwachten. Hoe meer garantie er is dat een tweedehandsproduct van voldoende kwaliteit is, hoe meer kans er is dat consumenten op de waarde van een tweedehandsproduct vertrouwen en ervoor kiezen. Ingrepen hierop hebben onder andere te maken met kwaliteitskeuringen, schoonmaken, reparatie en refurbishment.

5.3.4 Verkoop

Aan de kant van de verkoper - Online

Het kan zijn dat er een potentiële online vraag is naar een productgroep, maar dat het voor de partij die de productgroep in handen heeft niet de moeite waard is om de onlinehandel te organiseren. Ingrepen die dit wél de moeite waard kunnen maken, zijn gerelateerd aan het beschikbaar maken van services die de organisatie van online handel zo makkelijk mogelijk maken. De knoppen en oplossingen die we hiervoor hebben geïdentificeerd, hebben te maken met passende software voor de handel en de operatie daar omheen.

Aan de kant van de consument - Stimuleren en afremmen

Bij de vraag naar tweedehandsproducten hoort ook de beslissing van consumenten om voor tweedehands in plaats van nieuw te gaan, en daar voorafgaand het bewustzijn dat tweedehands een optie is. Een voorbeeld ter illustratie: je gaat een nieuw bordspel kopen als verjaardagscadeau. Vaak zul je dan gaan kijken bij een online webwinkel of opzoeken hoe je een lokale spelletjeswinkel kan ondersteunen met je aankoop. Bij dit soort aankopen wordt vaak vergeten dat er ook nog een enorm aanbod is in tweedehands bordspellen. Het ligt vaak niet in je gedachteroute om een tweedehands verjaardagscadeau te kopen. Het aanpassen van routines vraagt een grote gedragsverandering.

James Clear beschrijft in zijn boek 'Elementaire gewoontes' manieren om een gedragsverandering in gang te zetten. Dit zijn mechanismen die de optie voor tweedehands bekend maken bij consumenten, en hier voor hen meer waarde aan toevoegen. Ingrepen die we hebben verzameld, raken veelal aan deze principes. Clear beschrijft dat je goede gewoontes moet stimuleren en slechte gewoontes moet afremmen.



Gedrag wat gemakkelijk gaat of wat je wilt stimuleren, gaat van het volgende uit:

1. Maak het zichtbaar (context): op het moment dat je vaker te maken krijgt met tweedehandsproducten, wordt het ook gangbaarder om ervoor te kiezen.
2. Maak het aantrekkelijk (verlangen): het kopen van een tweedehandsproduct moet zo leuk mogelijk zijn. Bijvoorbeeld doordat het een stuk goedkoper is dan een nieuw product, of dat de ervaring je een goed gevoel geeft.
3. Maak het gemakkelijk (handeling): het moet net zo makkelijk zijn om met drie kliks een tweedehandsproduct te kunnen kopen.
4. Maak het bevredigend (beloning): gewoonten zijn makkelijker vol te houden als je er een beloning voor krijgt. Een spaarprogramma, zoals Airmiles of zegeltjes, is hier een goed voorbeeld van (Clear, 2019)

Daarbij wil je ongewenst gedrag afremmen. Gedrag wat afgeremd moet worden, moet juist onzichtbaar, onaantrekkelijk, moeilijk en onbevredigend worden gemaakt.

5.3.5 Logistieke inspanning om het product bij de volgende eigenaar te brengen

Hier geldt hetzelfde als voor de logistieke inspanning vóór verkoop. Als deze te groot is voor de nieuwe eigenaar, of niet de moeite waard voor de verkoper om de nieuwe eigenaar uit handen te nemen, zal dit klanten ervan weerhouden om voor tweedehands te kiezen.

Consumenten willen het liefst zekerheid of garantie dat zij goed worden geholpen, ook ná hun aankoop. Dit geldt zeker bij spullen die hoogwaardig en technisch complex zijn. Goede aftersales-service helpt om klanten zekerheid te geven dat zij niet voor teleurstellingen komen te staan.

5.4 Aan welke knoppen kun je draaien en hoe?


Er is een palet aan ingrepen die de tweedehandshandel kunnen bevorderen door het aanbod en de vraag naar tweedehandsproducten te verhogen. Deze ingrepen verhogen allemaal de waarde voor de klant of de aanbieder. Door de samenhang van vraag en aanbod inzichtelijk te maken, wordt duidelijk wat de 'knoppen' zijn waar men met een ingreep aan moet draaien om de tweedehandshandel te bevorderen.

Figuur 9 tot en met Figuur 13 tonen schema's waarin we vraag en aanbod aan elkaar hebben gelinkt. Helemaal rechts in de figuren is te zien wat voor klanten van tweedehandsproducten belangrijk is. Met andere woorden: voor een grote vraag naar tweedehandsproducten is nodig:

- goede kwaliteit;
- aanbod;
- gemak;
- betrouwbaarheid;
- betaalbaarheid;
- bekendheid;
- een goed imago van belang.

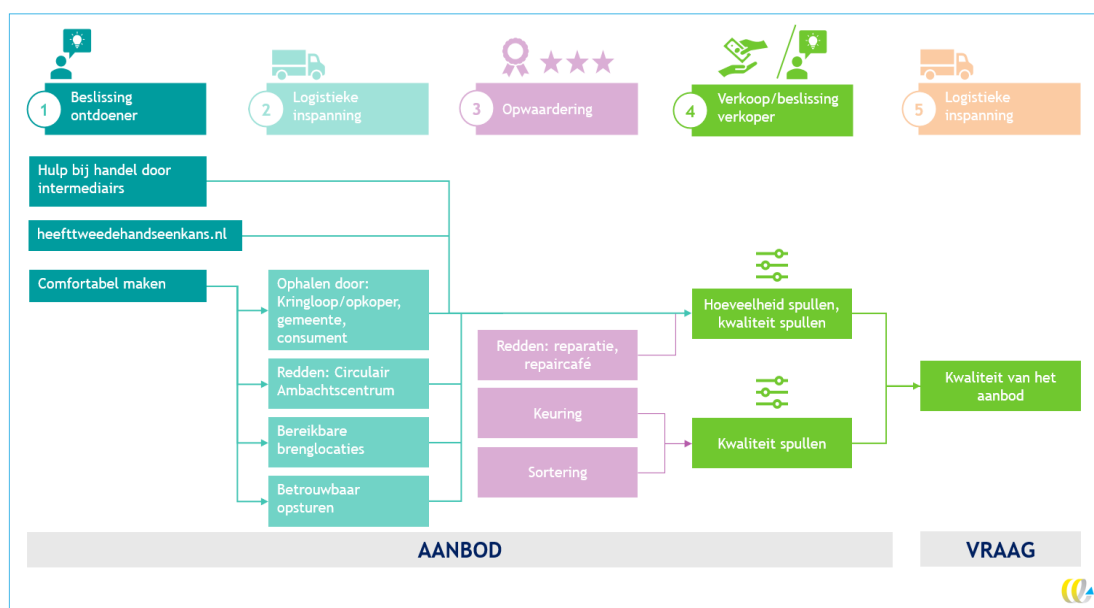
Links van deze factoren is in de figuren te zien wat concreet de zaken zijn die het voor een consument aantrekkelijk maken om tweedehands te kopen - wat maakt bijvoorbeeld de kwaliteit van het aanbod hoog? Wat hoort er bij gemak voor de klanten?



De woorden die gekenmerkt zijn met een knoppensymbool (), zijn vanuit de aanbodkant de knoppen die ervoor zorgen dat er kan worden voldaan aan het aantrekkelijk maken voor consumenten om tweedehands te kopen. Links van de knoppen staan zaken die tweedehandshandelaren in staat stellen om hun aanbod zo goed mogelijk op de vraagverhogende eisen aan te laten sluiten. Hier kunnen gemeenten in veel gevallen (indirect) invloed op uitoefenen. Hier staan ook zo concreet mogelijk de ingrepen waar de gemeente potentieel aan bij kan dragen. Alle ingrepen sluiten ook aan op een stap in de tweedehandsketen, zoals geschreven in Hoofdstuk 5, en voegen daar waarde toe. Deze waarde verhoogt wederom de kans dat meer producten in omloop blijven. De blokken hebben de kleur van de bijbehorende stap in de keten waar zij mee te maken hebben. Stappen in de keten die geen rol spelen bij de knop waar de figuur over gaat, zijn minder fel weergegeven.

5.4.1 Kwaliteit van het aanbod

Figuur 9 - Kwaliteit van het aanbod



Als de kwaliteit van het aanbod hoog is, zullen klanten sneller kiezen voor tweedehands. Een goede kwaliteit van het aanbod bestaat uit goede spullen, voldoende keuze, en genoeg aanbod. Wat goede spullen zijn, kan per doelgroep verschillen (Moet het er mooi uitzien? Moet het vooral functioneel zijn?). Bij voldoende keuze gaat het erom dat er keuze is op een spectrum van hoge prijs en kwaliteit ('Ik wil een mooie kast voor de woonkamer') tot lage prijs en kwaliteit ('Ik heb een kast nodig voor in de berging'), en tussen verschillende typen van één product. Als een klant weet dat er een breed aanbod is, verwacht die ook een grotere kans van slagen.

Hoeveelheid spullen

Om de hoeveelheid spullen te verhogen, zijn ingrepen nodig die raken aan de logistiek om de spullen bij de verkoper te krijgen én aan de beslissing van ondoeners om hun spullen beschikbaar te maken.

- **Hulp bij handel**
Voor sommige mensen is tweedehandshandel zelf uitvoeren te lastig, onbekend of spannend. Meer intermediairs die tweedehandsvkoop regelen is nuttig voor deze doelgroep. Daarbij gaat het om spullen die mensen te waardevol vinden om gratis aan kringloopwinkels af te staan. Hier gaat het om meer professionele inkoop van tweedehandsspullen te regelen.
- **Heeftdittweedehandseenkans.nl**
Een manier om meer spullen te redden van de recycling of afvalverbranding, is door meer groepen kennis te laten maken met de waarde van hun spullen. Van eigen spullen die niet meer worden gebruikt, gaat de waardering omlaag en blijft het voor langere tijd liggen. Voor kleding geldt dat het gemiddeld 2,8 jaar in de kast blijft liggen voordat besloten wordt om het te doneren, weg te gooien of te verkopen (WRAP, 2016). Het is daarom belangrijk om inzichtelijk te maken wat voor waarde de producten die men heeft liggen nog hebben voor anderen. Een mogelijkheid is een website die inzicht geeft in de waarde van bepaalde producten. De website biedt de mogelijkheid om de product(groep) in te vullen, de conditie van het product en de leeftijd. Zo krijgt de gebruiker inzicht of het product tweedehands een kans heeft.

Een dergelijke website speelt mooi in op een aantal psychologische mechanismen. Ten eerste is het voor iemand die juist afscheid neemt van een product lastig te bedenken dat iemand anders dat product nog goed kan gebruiken (bijvoorbeeld: de smartphone type S7 is te langzaam en het favoriete spel doet het niet meer). En ten tweede ervaren mensen schaamte als ze iets langsbrengen bij de kringloopwinkel en het product gelijk afgekeurd of geweigerd wordt.
- **Comfortabel maken**
De gemeente zit ‘aan de touwtjes’ van de logistiek. Zij heeft mogelijkheden om het voor ontdoeners **zo comfortabel mogelijk te maken** om hun herbruikbare spullen voor een volgende eigenaar beschikbaar te maken. Deze opties spelen een rol nádat de ontdoener de beslissing heeft genomen om zijn of haar product aan te bieden voor hergebruik.
 - **ophaalservice:**
 - door kringloopwinkel of opkoper;
 - door gemeente;
 - door consument.
 - **goed bereikbare brenglocaties;**
 - **betrouwbaar kunnen opsturen:** een ontdoener kan zijn product naar de post (of een andere service) brengen en kan erop vertrouwen dat hij of zij voor het product betaald krijgt, en dat het product intact aankomt.
- **Redden**
Als de ontdoener nog niet de beslissing heeft gemaakt om zijn product aan te bieden, zijn er ingrepen om spullen alsnog te ‘redder’. Zoals door er alsnog voor te zorgen dat de ontdoener besluit om het product aan te bieden voor hergebruik, door bewustmaking en/of spullen ‘onderscheppen’, zoals gebeurt bij circulaire ambachtscentra.
 - **Circulaire ambachtscentra**
Wanneer we bestuurders van kringloopbedrijven vroegen wat hun droomproject zou zijn, noemden zij allemaal hetzelfde: het Circulair ambachtscentrum bij de nieuwe milieustraat van Rotterdam. Hier komen verschillende activiteiten samen, zoals een afgiftepunt voor goederen en materialen, verschillende werkplaatsen, een repair-café, verkoop van tweedehandsproducten, horeca, sociale werkplaatsen,

dagbesteding, evenementen rondom circulaire economie, educatie en samenwerking met creatieve mbo-opleidingen. Een aantal voorbeelden zijn hier van belang:

- Experimenteeruimte om verschillende concepten en activiteiten uit te proberen.
- Ruime openingstijden (zes dagen in de week, tot de vroege avond).
- Aandacht voor obstakels die puur met de huidige wet- en regelgeving te maken hebben. Dit is een nieuw concept en past nog niet in de huidige juridische kaders. Er is samenwerking tussen verschillende beleidsdomeinen noodzakelijk om hier de nodige flexibiliteit in te creëren.

Huidige circulaire ambachtscentra die als lichtend voorbeeld werden genoemd, zijn het Duurzaamheidsplein Oss en afvalbrengpunt Rijssen (zie Textbox 2). Meer voorbeelden zijn te vinden in het [Inspiratiedocument Circulaire Ambachtscentra](#)⁸ van VANG.

- **Repaircafé:** door spullen te repareren, bijvoorbeeld als onderdeel van repaircafés, worden deze ook 'gered'. Dit vergroot het aanbod van tweedehandsspullen.

Textbox 2 - Duurzaamheidsplein Oss en afvalbrengpunt Rijssen

In [Oss](#)⁹ lagen de milieustraat en een kringloopwinkel al lang naast elkaar. Sinds mei 2019 is er één gemeenschappelijk terrein en inrit. Hier komen bezoekers met hun afgedankte spullen en materialen eerst langs een centrale acceptant. Die beoordeelt de spullen die de bezoeker bij zich heeft, en verwijst deze vervolgens naar verschillende loketten langs een centrale route:

- twee loketten van de kringloopwinkel voor verkoopbare spullen;
- loket van de demontagehal voor goederen waarvan het materiaal herbruikbaar is of in mono-stromen wordt gesorteerd voor recycling.

Aan het einde van de centrale route is de milieustraat voor alles wat afval is.

Win-winsituatie

- De (groe) inschatting is dat door deze opzet circa 30% meer verkoopbare producten bij de kringloop belanden.
- Dit, en het hergebruiken en recyclen van gedemonteerde materialen, vermindert de hoeveelheid afval die de milieustraat hoeft af te voeren aanzienlijk.

Afvalbrengpunt Rijssen

In [Rijssen](#)¹⁰ heeft de gemeente het beheer van de milieustraat (afvalbrengpunt) uitbesteed aan kringloopwinkel n'Roondgaank. Bruikbare spullen kunnen op één plek op het terrein worden afgegeven. Hier heeft de kringloopwinkel een magazijn om goederen op te slaan. Ook hier worden nu aanzienlijk meer spullen gered van het afval.

Kwaliteit spullen

Aan de aanbodkant zorgt **keuring** en een **scherpe selectie** van nog te verkopen producten ervoor dat deze voldoen aan de verwachtingen van klanten. **Sortering** zorgt ervoor dat de goede spullen 'tevoorschijn' komen en aangeboden kunnen worden.

⁸ Inspiratiegids Vang: www.vang-hha.nl/kennisbibliotheek/@255619/inspiratiedocument-circulaire-ambachtscentra/

⁹ Duurzaamheidsplein Oss: www.circulairambachtscentrum.nl/nieuws-achtergronden/2020/duurzaamheidsplein-oss/

¹⁰ Afvalbrengpunt Rijssen: www.kringlooprijssen.nl/afvalbrengpunt-2/abp-rijssen/



5.4.2 Gemak

Hoe groter het gemak, hoe sneller klanten zullen kiezen voor tweedehands.

Wat hoort er bij gemak?

Toegankelijkheid

Bij gemak hoort ten eerste toegankelijkheid. Dit betekent bijvoorbeeld:

- fysiek makkelijk bereikbare winkels;
- goed vindbaar online aanbod;
- mogelijkheid tot bezorging van goederen.

Vinden wat je zoekt

Het is belangrijk dat een klant makkelijk kan vinden wat hij of zij zoekt, als deze eenmaal heeft besloten om voor tweedehands te gaan.

Afhandeling

Voor gemak is het belangrijk dat de afhandeling van de kooptransactie soepel verloopt. Hierbij spelen betaalmethode en contact met de verkoper een rol, zodat de klant weet waar hij of zij aan toe is.

Hoe kan een aanbieder van tweedehandsspullen hierop aansluiten?

Aanbod dichtbij brengen

Om de voorwaarden voor gemak te realiseren, helpt het om ervoor te zorgen dat de verkoop zo veel mogelijk daar plaatsvindt waar de doelgroep zich toch al bevindt. Uit de interviews bleek dat voor kringloopwinkels geldt dat klanten best bereid zijn om een eindje te reizen, als ze weten dat ze gaan vinden wat ze zoeken. Voor grote goederen is het juist handig als de verkooplocatie goed bereikbaar is met de auto. Dat is meestal niet het geval in de centra van steden (zie voorbeelden onder ‘Aanbod dichtbij brengen’ op Pagina 32).

- **Pop-ups in andere inrichtingen.** In Amersfoort wordt nu door MilieuCentraal geëxperimenteerd met de verkoop van tweedehandskleding in horecagelegenheden. Het doel is om meer tweedehandskleding te verkopen en klanten in aanraking te laten komen met tweedehandskleding op een locatie waar zij toch al zijn.
- **Warenhuisconcept.** Veel grotere kringloopwinkels kiezen voor het warenhuisconcept met meer afdelingen en verdiepingen. In Leiden heeft dit in het **Kringloopwarenhuis**¹¹ nog verder doorgevoerd. Zo is er ook twee uur gratis parkeren, net als bij lineaire winkels.

Gemakkelijk en aantrekkelijk maken (principe van Clear, zie Paragraaf 5.3.4)

De gemeente kan mede faciliteren dat vervoer van tweedehandsspullen zo makkelijk mogelijk wordt. Dit geldt vooral voor grote spullen die niet mee kunnen op de fiets, en als klanten geen auto tot hun beschikking hebben, of als een locatie met het ov ook slecht te

¹¹ [Het Warenhuis: stichting kringloopbedrijf](#)



bereiken is. Zeker als dit vervoer gratis is, net als vaak bij nieuwe bestellingen, zal dit tweedehandsaankopen aantrekkelijker kunnen maken. Voor het brengen van grofvuil naar milieustraten leent de gemeente Rotterdam nu elektrische bakfietsen uit. Wellicht is het mogelijk om dit uit te breiden naar tweedehandshandel.

Aandacht voor de klant

Door aandacht te besteden aan de verwachtingen van de klanten, kan er met het juiste advies en de juiste inrichting voor worden gezorgd dat klanten vinden wat ze zoeken. Ook voor online handel in tweedehandsgoederen is het essentieel dat een klant goed kan vinden wat hij zoekt. Net als bij fysieke winkels helpt het om zo goed mogelijk advies te geven en een overzichtelijke webshop of app aan te bieden.

Gebruikersvriendelijk

Bij online handel speelt de afhandeling van de transactie een grotere rol dan bij fysieke handel, omdat online handel minder direct is. Een lange of onzekere levertijd of het moeten ophalen van een product kan al snel een reden zijn om toch voor nieuw te kiezen. Net als de afwezigheid van de gewenste betaalmethode.

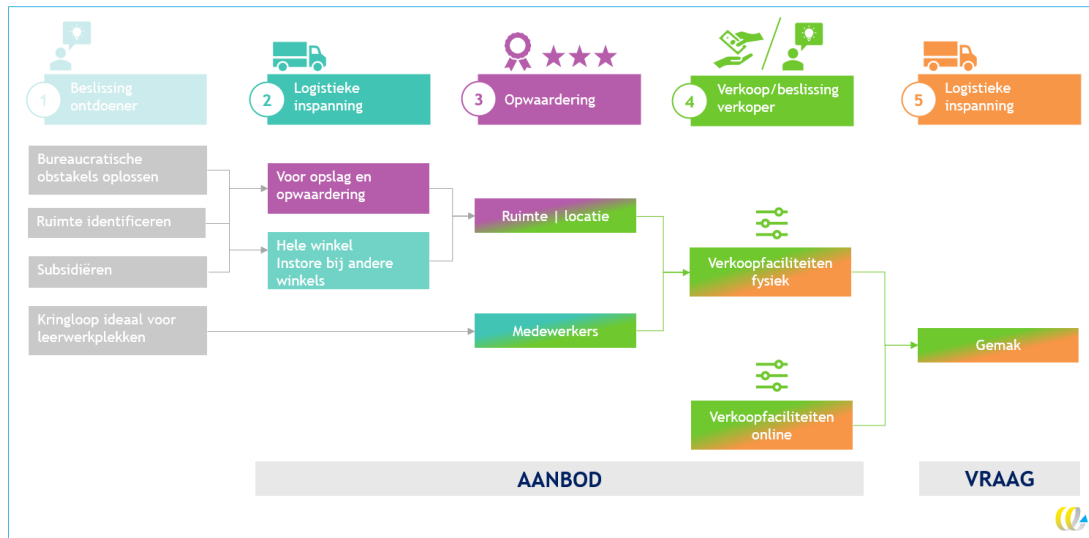
Gewenste betaalmethode. Bij de pop-ups van tweedehandskledingverkoop in Amersfoort (zie 'Aanbod dichterbij brengen' op Pagina 32) was één van de obstakels dat de betalingen van de horecagelegenheid zelf, en de verkoop van de kleding gescheiden moesten blijven. Dit is opgelost door met QR-codes te werken, waarmee de klant wordt verwezen naar een betaalverzoek. Dit is een goede oplossing en voor de meesten tegenwoordig ook het makkelijkst. Alleen is contant betalen dan niet mogelijk.

Betrouwbaarheid

Consumenten willen geen moeilijkheden met betaling of levering. Ze willen erop kunnen vertrouwen dat ze niet opgelicht worden en dat ze hun product in de verwachte staat ontvangen. Ook willen consumenten het liefst een kwaliteitsgarantie. Hoe beter deze gegeven kan worden, hoe groter de kans dat consumenten kiezen voor tweedehands.

Wat kan de gemeente doen?

Figuur 10 - Gemak, verkoopfaciliteiten fysiek



Voor de gemeente zijn er twee zaken ('knoppen') waar zij invloed op heeft. Hiermee kan ze het gewenste effect sorteren, zodat consumenten zo gemakkelijk mogelijk voor tweedehands kiezen: de fysieke en online verkoopfaciliteiten.

Verkoopfaciliteiten fysiek

Wat verkopers in staat stelt om het aanbod dichtbij te brengen, aandacht voor de klant te hebben, en gebruikersvriendelijk en betrouwbaar te zijn, is de juiste locatie, hoeveelheid ruimte, en medewerkers.

Locatie en ruimte

Ingrepen waarbij de gemeente een rol kan spelen, zijn:

- het beschikbaar stellen van ruimte;
- **bureaucratische obstakels uit de weg te ruimen** (bijvoorbeeld gerelateerd aan bestemmingsplannen);
- **ruimte identificeren en eventueel subsidiëren:**

- **Structureel**

Voor partijen die structureel tweedehandsgoederen verkopen. Bij het identificeren van geschikte ruimte kan het om verschillende concepten gaan.

Het kan gaan om:

- **complete winkels;**
- **pop-ups;**
- **ruimte in andere winkels of inrichtingen (horeca, musea, etc.).**

Hiermee kan worden geëxperimenteerd om te kijken wat goed werkt. Uit de interviews met de kringloopbestuurders bleek dat concepten als pop-ups in binnensteden of in andere inrichtingen voor de bedrijfsvoering minder aantrekkelijk zijn, maar wel nieuw publiek naar de kringloopcentra kunnen trekken.

- **pop-ups als leegstandbeheer.**

Eén van de bestuurders van een kringloopbedrijf die we gesproken hebben, geeft aan dat onder voorwaarden het opzetten van tweedehands-pop-upwinkels interessant kan zijn. Hier zou bijvoorbeeld verkoop van een selectie hoogwaardige goederen plaats kunnen vinden. Volgens hem zou dit aantrekkelijk worden op het moment dat de huur (bijna) volledig wegvalt. Huur is namelijk een grote kostenpost. Een ander groot aandeel van de kosten voor een kringloopbedrijf is het personeel. Hiervoor is de optie van een pop-up minder gunstig. Met dezelfde hoeveelheid personeel kan in een groot kringloopcentrum meer winkelruimte worden bedreven dan in een kleine winkel in het stadscentrum. Daarnaast is het veel werk om eens in de paar maanden een winkel te verhuizen. Het concept van pop-ups in leegstand kan er wel voor zorgen dat er nieuwe klanten naar de grotere kringloopcentra worden getrokken. Als dit voordeel opweegt tegen de inspanning en de kosten, is het dus een goed middel om aandacht te genereren voor tweedehandshandel. Dit zou de gemeente door middel van experimenten kunnen ondervinden. Dit kan met bestaande kringloopbedrijven, maar eventueel ook via inschrijving met mogelijk nieuwe partijen die hier voor hun productcategorieën een mogelijkheid in zien.

- **Particulier/incidenteel**

Hiermee worden partijen bedoeld die incidenteel ruimte zoeken om goederen te verkopen, bijvoorbeeld particulieren. Hier gaat het om plekken als **vlooiemarkten**. Om hier meer verkopers naartoe te trekken, kan het helpen om drempels te verlagen voor verkopers:

- **facilitering voor mensen die willen verkopen op vlooiemarkten;** www.jouwmarktkraamrotterdamnoord.nl/: een formule die de verkoop van tweedehandsspullen uit handen neemt en een funshop-ervaring geeft. Een voorbeeld uit het buitenland is www.garagesaletrail.com.au. Australische gemeenten ondersteunen deze organisatie om in steden in meerdere dagen 'garagesales' te laten plaatsvinden. Alle artikelen staan ook online, zodat consumenten vóóraf hun route uit kunnen stippelen langs de stands waar zij hun kans van slagen het grootst achten.
- **idee: organiseer 'zet je afdankertjes voor de deur'-dagen.** In iedere wijk kan de gemeente één keer in de maand een dag aanwijzen. Iedereen die dat leuk vindt, kan op die dag naar de betreffende wijken wandelen om gratis tweedehandsspullen te shoppen.

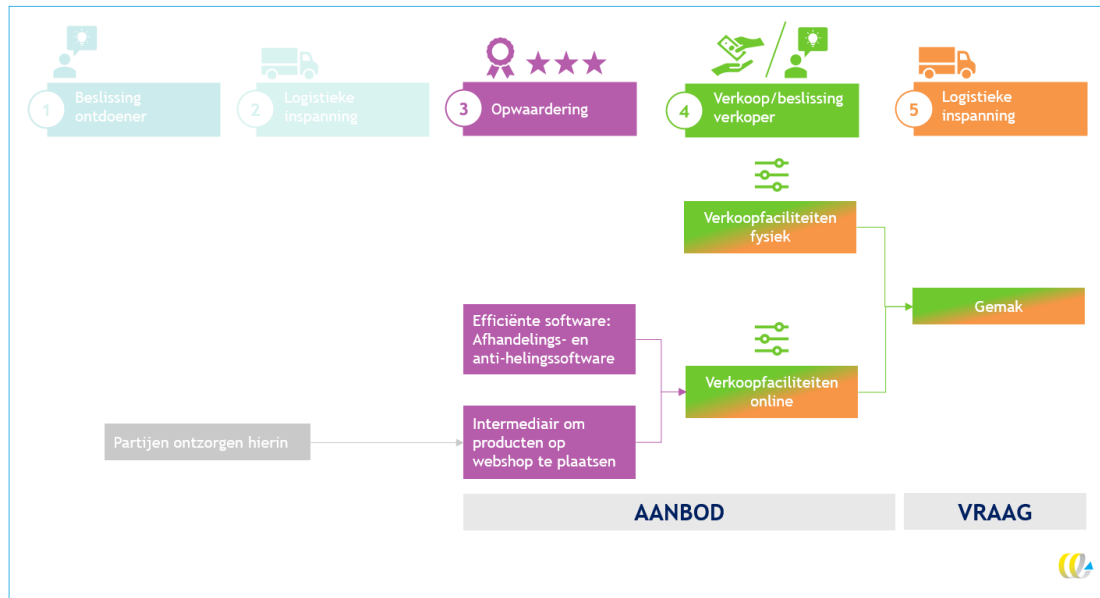
Medewerkers

Het ligt aan de specialisatie van een tweedehandshandel welk soort medewerkers er nodig is, en welke soort relatie het bedrijf heeft met de medewerkers. Hoe hoogwaardiger de producten zijn in financiële zin, hoe meer een bedrijf gebruik zal maken van de reguliere arbeidsmarkt. Hoe minder financiële waarde de producten hebben, hoe meer de waarde uit sociale aspecten van het werk moet komen. Zie Paragraaf 5.1 voor de samenhang tussen het sociale domein en de kringloopsector. Deze samenhang geldt ook voor bijvoorbeeld circulaire ambachtscentra en repaircafés.

De gemeente kan een rol spelen door bijvoorbeeld: **leer-werkplekken te bemiddelen aan kringloopcentra of circulaire ambachtscentra.**

Verkoopfaciliteiten online

Figuur 11 - Gemak, verkoopfaciliteiten online



Voor veel consumenten is het doorslaggevend voor hun keuze als zij hun inkopen online kunnen doen. Het is voor de gemeente goed om te weten wat de aanknopingspunten zijn om online verkoop eventueel te faciliteren.

Efficiënte software

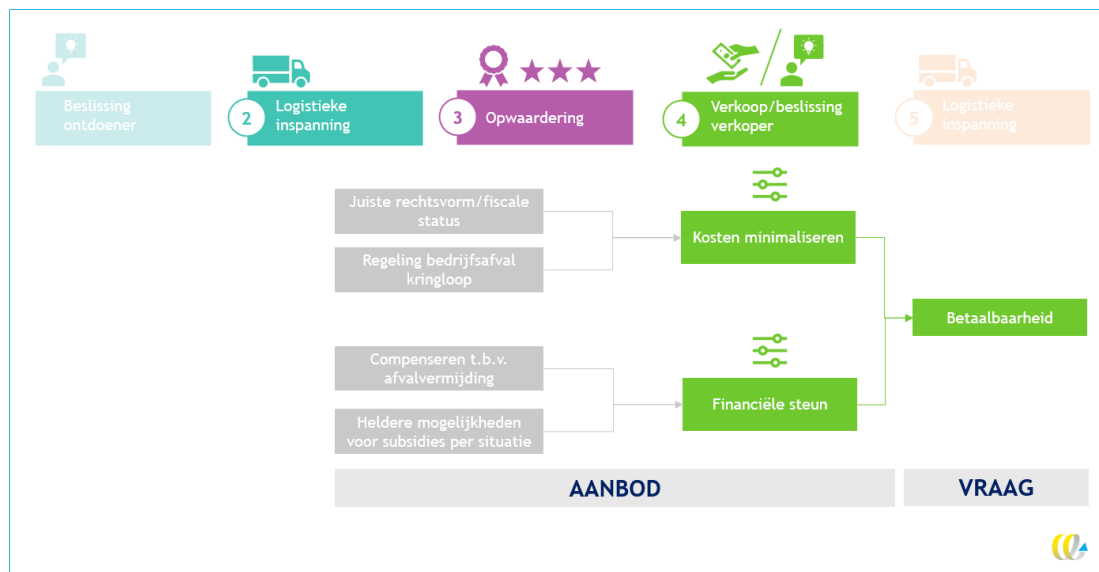
- **verkoop;**
Efficiënte software maakt het mogelijk om de bedrijfsprocessen rond de afhandeling te versnellen en de kosten ervan te verlagen. Dit zorgt voor een grotere capaciteit en daardoor een grotere doorstroom aan goederen.
 - **Camera Express:** “Binnenkort gaan wij met een nieuw softwaresysteem werken, helemaal afgestemd op onze werkzaamheden welke het verwerken van tweedehandsproducten nog makkelijker zal laten verlopen. Dit resulteert in minder kosten voor ons als bedrijf en daardoor kunnen we ook méér redden van de prullenbak of andere bestemmingen en op deze manier ook mooi bijdragen aan een circulaire economie én het is goed voor het milieu.”
- **anti-heling.**
Handelaren die tweedehandsgoederen opkopen, moeten deze opgeven in het Digitaal Opkopers Register om heling op te sporen en te voorkomen. De efficiëntie waarmee dit register werkt, maakt veel uit voor de operatie van een opkoper/tweedehandshandelaar. Nu gebeurt de invoer per stuk. Efficiënter zou zijn als alle invoer één keer per week of per maand middels een softwarematige koppeling naar de gemeente en politie kan worden geüpload. De overheid heeft invloed op de keuze voor de software die wordt voorgeschreven.

Producten op de webshop

Producten op een webshop plaatsen is een werkintensief proces. Om het aanbod van tweedehandsspullen te vergroten, kan het helpen om partijen te ontzorgen die toegang hebben tot een productgroep waar een grote potentiële online vraag naar is.

5.4.3 Betaalbaarheid

Figuur 12 - Betaalbaarheid



Het spreekt voor zich dat hoe financieel aantrekkelijker de tweedehands optie is ten opzichte van nieuwe producten, hoe sneller een consument voor tweedehands zal kiezen. Als de kosten van alle stappen in de keten laag genoeg zijn, en het product kwalitatief goed genoeg is, zijn de opbrengsten voor de verkoper hoog genoeg en is de prijs voor de consument nog steeds aantrekkelijk genoeg ten opzichte van een nieuw product. Hoe meer financiële waarde een product heeft, hoe makkelijker dit te realiseren is (bijvoorbeeld bij camera's). Daarom is vooral bij financieel laagwaardigere producten (bijvoorbeeld huisraad) extra aandacht nodig. Voor de handel in deze goederen (vaak in de kringloopsector), hebben ingrepen daarom vaak te maken met het minimaliseren van kosten en financiële steun voor organisaties die waarde toevoegen. Hier liggen mogelijkheden voor de gemeente.

Kosten minimaliseren

Juiste rechtsvorm/fiscale status

Bij concepten waar het verkopen van goederen en sociale (werk)voorzieningen met elkaar worden gecombineerd, overlappen ook verschillende beleidsdomeinen van de gemeente. Vaak wordt een organisatie echter maar vanuit één van deze beleidsdomeinen bekeken. Hierdoor past de juridische en fiscale status die de organisatie krijgt vaak maar bij één van de activiteiten. Dit is vaak ongunstig voor de organisatie. Het helpt om organisaties integraal vanuit alle beleidsdomeinen te bekijken waaraan hun activiteiten raken.

Eén van de kringloopbestuurders merkte op dat kringloopwinkels vaak zijn aangemerkt als detailhandel. Dit heeft financiële nadelen, omdat deze rechtsvorm niet past bij de daadwerkelijke (economische) activiteiten. Bijvoorbeeld: een kringloopwinkel moet btw afdragen, terwijl er over de producten al btw is betaald toen deze nieuw waren. De kringloopwinkel koopt zelf geen nieuwe goederen in die ze weer verkoopt.

Detailhandel wordt vaak geweerd uit industriegebieden. Echter, kringloopbedrijven zijn vaak aangewezen op betaalbare ruimte buiten stadscentra, die groter is dan voor de gemiddelde detailhandel (opslag en werkruimte om de goederen te sorteren en voor te bereiden), en die makkelijk bereikbaar is voor auto's en vrachtverkeer. Gezien de toegevoegde waarde van kringloopbedrijven die vaak verder gaat dan detailhandel, kan het goed zijn om beslissingen over de locaties voor kringloopbedrijven los te zien van de rechtsvorm detailhandel.

Detailhandel is namelijk vaak maar één van de activiteiten van een kringloopbedrijf, bijvoorbeeld naast het bieden van zorg-werkplekken en dagbesteding. Dit raakt aan drie beleidsdomeinen: bedrijfsleven, zorg en werkgelegenheid. De rechtsvorm 'detailhandel' kan bijvoorbeeld in de weg zitten bij het aanvragen van subsidies die bedoeld zijn voor zorginstellingen, terwijl het kringloopbedrijf wel taken uitoefent die hierbij passen.

Een kringloopwinkel vermindert de totale hoeveelheid afval, maar heeft wel veel bedrijfsafval. Dit bestaat vooral uit goederen die worden uitgesorteerd omdat ze niet geschikt zijn voor de verkoop. Deze waren anders via een andere weg bij het afval beland, en dit is juist wat een kringloopbedrijf voorkomt voor de goederen die wél worden verkocht. Kringloopwinkels betalen voor hun bedrijfsafval. Dit geldt voor alle organisaties die goederen of materialen 'redden' door een grotere inkomende bulk te sorteren. Het zou in een circulaire economie passen om na te denken over een regeling die de kostenpost van bedrijfsafval voor dit soort organisaties verlaagt.

Regeling bedrijfsafval kringloopwinkels en andere circulaire bedrijfsconcepten

Kringloopwinkels en andere circulaire bedrijfsconcepten (bijvoorbeeld ruilwinkels) zorgen voor minder of uitgesteld afval. De uitgesorteerde goederen en materialen die niet verder gerecycled of hergebruikt kunnen worden, zijn het bedrijfsafval van de kringloopwinkel. Gemeenten gaan hier verschillend mee om. Omdat zij profiteren van het verminderde of uitgestelde afval, bestaan er compensatieregelingen voor de kosten van het afvoeren van dit bedrijfsafval, of bieden gemeenten aan om het bedrijfsafval van de kringloop gratis op te halen (NVRD & BKN, 2021). BKN en NVRD hebben in 2021 gezamenlijk een document opgesteld waarin zij schetsen welke vormen van samenwerking er kunnen bestaan tussen kringloopwinkels, afvalinzamelaars en gemeente. In het document staat ook een voorbeeld voor een dienstverleningsovereenkomst (DVO) met deze partijen (NVRD & BKN, 2021).

Financiële steun

Compenseren voor afvalvermindering

Als een bedrijf erop gericht is om materialen of producten te hergebruiken door ze van de afvalstatus te 'redden', vermijdt dit bedrijfsafval. Dit zou men kunnen zien als vergelijkbare functie als afvalverwerking, waar een financiële compensatie mee verbonden is.

Heldere mogelijkheden voor subsidies per situatie

Organisaties als kringloopbedrijven, die circulaire economie en sociale aspecten combineren, komen vaak in aanmerking voor subsidies. Het is vaak niet duidelijk of bij deze organisaties bekend is welke subsidies dit precies zijn, en of zij aan de criteria voldoen. De subsidies zijn namelijk vaak voor één beleidsdomein ontworpen en het is niet éénduidig of de organisatie daar met haar verschillende activiteiten onder valt. Een duidelijk over-

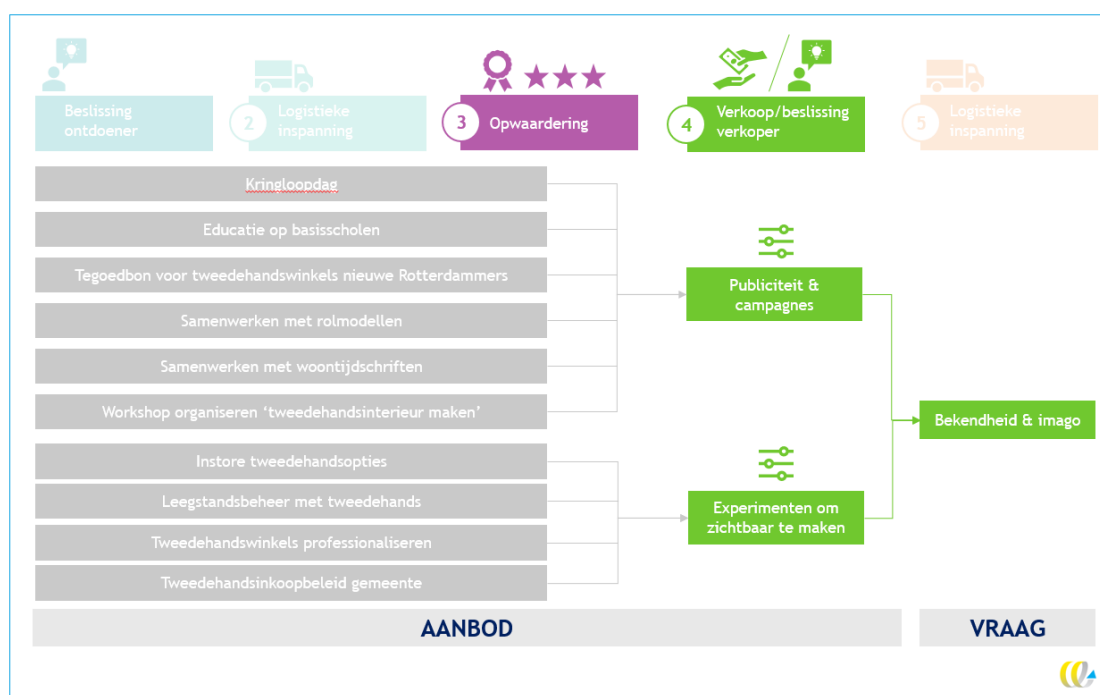


zicht en actieve communicatie hierover naar organisaties, kan subsidies op de juiste plek brengen en daar de bedoelde waarde toevoegen.

Voorbeeld: Kringloopcentrum Hoek van Holland biedt voor 30 ouderen met problemen op het gebied van inkomen en wonen een dagbestedingsplaats aan. Hier dragen zij, samen met andere vrijwilligers, naar eigen kunnen bij aan de werkzaamheden van het Kringloopcentrum. Het Kringloopcentrum steunt in ruil een stichting die activiteiten voor ouderen organiseert voor een lage prijs. Zulke concepten komen in aanmerking voor subsidie vanuit de algemene voorzieningen vanuit de Wmo, en kunnen hiermee uitgebreid en verbeterd worden.

5.4.4 Bekendheid en Imago

Figuur 13 - Bekendheid en imago



Bekendheid en een passend imago gaan samen op in de ingrepen die ervoor nodig zijn. In de interviews hoorden we van verschillende bestuurders van kringloopbedrijven dat zij zien dat twee inzichten er de afgelopen jaren in het bijzonder voor hebben gezorgd dat kringloopwinkels steeds meer klanten krijgen uit nieuwe groepen: 1) tweedehands is normaal geworden, ook voor mensen met een wat grotere beurs, en 2) er is een steeds grotere bewustwording dat de milieu-impact van spullen hoog is. Dit besef trekt consumenten steeds meer naar tweedehandsproducten, omdat zij weten dat ze op deze manier de impact van hun gedrag kunnen verlagen.

‘Tweedehands is normaal en ik ben goed bezig voor het milieu’: als mensen dit ervaren, is dit een reden voor hen om tweedehands te kopen. Deze mind-set kan bevorderd worden door diverse soorten campagnes en praktische ingrepen. Het effect van deze campagnes en ingrepen is vaak nog niet goed tastbaar, omdat campagnes en ingrepen nog niet lang worden gedaan of gemeten. Daarom is het aan te raden om hiermee te gaan experimenteren.

Publiciteit en campagnes

Campagnes lijken te werken om het kopen van tweedehandsspullen bekend en normaal te maken. Dit geven de bestuurders van kringloopbedrijven aan. Gemeenten kunnen helpen bij het opzetten en faciliteren van zulke campagnes.

Bestaand

- **Nationale Kringloopdag**
Op de eerste zaterdag van oktober wordt Nationale Kringloopdag georganiseerd door Branchevereniging Kringloopbedrijven Nederland (BKN) en alle 100%-Kringloopwinkels. Op deze dag organiseren de aangesloten bedrijven evenementen en acties. Ze betrekken de media hierbij en gebruiken hun eigen social-mediakanalen om aandacht te genereren. Hierbij is het de organisaties eraan gelegen dat wordt benadrukt dat de kringloopwinkels er zijn voor alle burgers, en dat het voor steeds meer mensen normaal wordt om bij kringloopwinkels in te kopen. Rotterdam gaat met Het Goed en Opnieuw&co meedoen aan deze dag.
- **Educatie op basisscholen**
Sommige kringlooporganisaties organiseren activiteiten op basisscholen om de kinderen te leren over de positieve effecten van tweedehands-spullen en de kringloop. Dit zou ook effect kunnen hebben op het gedrag van de familie van de schoolkinderen, waardoor zij sneller voor tweedehandsproducten kiezen. Naar zeggen van een kringloopbestuurder zijn de effecten nog niet aangetoond, maar er zou een kringloop in Amersfoort zijn die hier metingen naar doet. Het Rotterdamse programma Schone Stad organiseert al enige jaren op scholen een race against waste en een race against e-waste. Binnenkort wordt hier een textielrace aan toegevoegd.
- Sommige tweehandswbsites als Marktplaats adverteren ook met tweedehandsspullen op internet, maar het aantal advertenties voor tweedehandsartikelen die mensen zo te zien krijgen, is een fractie van de advertenties voor nieuwe spullen.

Voorstellen uit de sector, om mee te experimenteren

- Richting burgers dient tweedehands inkopen als **kernpunt** voor milieubeleid gemaakt te worden, naast energiebesparing en duurzaam transport.
- **Tegoedbon voor nieuwe Rotterdammers**
Als nieuwe mensen naar Rotterdam verhuizen, kan de gemeente hen op tweedehands-winkels wijzen voor diverse spullen die zij nodig hebben, of waar zij juist nog vanaf willen. Er kan ook worden gedacht aan een kleine tegoedbon voor tweedehands-winkels als welkomstcadeau. Volgens de observatie van een van de kringloopbestuurders komen nieuwe klanten die eenmaal een kringloopcentrum hebben bezocht hier ook meestal weer terug.

Voorbeelden die raken aan Clear's principes, om mee te experimenteren

- **Bevredigend maken**
Uit een interne workshop bij CE Delft kwamen de volgende ideeën naar voren, die te maken hebben met publiciteit en campagnes, en die de ervaring van het kopen van een tweedehandsproduct bevredigender kunnen maken:
 - **samenwerken met (lokale) rolmodellen** om tweedehands populair te maken, en rolmodellen laten kiezen voor tweedehands;
 - **woontijdschriften** stimuleren om mooie interieurs samen te stellen met tweedehandsspullen;
 - **workshops organiseren:** 'stel je interieur samen uit tweedehandsspullen' (voorbeelden hiervan zijn te vinden in Middelland het Oude Westen);



- een Rotterdams tv-programma over tweedehands inkopen (na voorbeelden van Frank en Rogier en een VPRO-serie over kringloopwinkels), bijvoorbeeld op RTV Rijnmond met Rotterdamse rolmodellen. Van Zooi naar Mooi op RTV Rijnmond was hier een mooi voorbeeld van.
- **Aantrekkelijk maken**
Voorbeelden van aandacht voor presentatie van tweedehandskleding:
 - In deze blog staan de top-10 kringloopwinkels van deze blogger. Het valt op dat deze mooi zijn ingericht, en dat mooie vintage spullen verrassend goed scoren. [Weekends in Rotterdam, Kringloop Rotterdam](#)
 - Tweedehandskledingwinkels worden steeds mooier, zoals de winkels van Reshare Store¹² en de Swapshop¹³. Het programma Rotterdam Circulair zou hier meer aandacht aan kunnen besteden.

Ingrepen om mee te experimenteren

Er zijn steeds meer platforms voor tweedehandshandel waar ook steeds breder gebruik van wordt gemaakt. Zo komen mensen vaker in aanraking met tweedehandsproducten, en daardoor wordt het steeds normaler om voor tweedehands te kiezen, aldus één van de kringloopbestuurders. Dit komt overeen met het principe ‘Maak het zichtbaar’ dat James Clear in zijn boek ‘Elementaire gewoontes’ beschrijft (zie Paragraaf 5.3.4). Hierbij passen experimenten waarbij tweedehandsproducten op nieuwe plekken worden aangeboden.

Zichtbaar maken

- **Instore tweedehandsopties**
Steeds vaker wordt er in winkels een combinatie gemaakt tussen nieuw en tweedehands. Zo worden mensen die niet meteen met tweedehands in aanraking zouden komen, ermee geconfronteerd. Momenteel loopt er bij Zeeman een proef in zes winkels waarbij resale van gebruikte kleding plaatsvindt. Dit wordt gedaan in samenwerking met Het Goed (Zeeman).
- **Leegstandbeheer met tweedehands-pop-upwinkels**
Een mogelijkheid om tweedehandsverkoop te stimuleren is om het zichtbaarder te maken in de winkelstraten. Er worden dan niet alleen nieuwe producten verkocht in de Koopgoot (Rotterdam Centrum), maar ook tweedehandsproducten. Hierbij is het interessant om verschillende concepten uit te proberen. Bijvoorbeeld: diverse kringlooppop-ups, specifieke producten met een hogere financiële waarde, zoals elektronica, gereedschap, hoge kwaliteit keukengerei, apparatuur en servies, waardevolle vintage/tweedehands designmeubelen en -interieur in combinatie met kleding, audioapparatuur en muziek. Zie ‘pop-ups als leegstandbeheer’ op Pagina 34 voor toelichting over de mogelijke werking. (Vooral de centra in beheer bij de gemeente zouden hiervoor kunnen gaan.)

¹² www.resharestore.nl/winkels/reshare-store-rotterdam

¹³ www.the-swapshop.com/nl/shops/



De norm maken

- Het Goed heeft als strategie om haar **winkels te professionaliseren** en deze zo goed mogelijk te laten aansluiten op de ‘mainstream’ van moderne warenhuizen.
- Als gemeente is het mogelijk om **bij inkoop standaard de voorkeur te geven aan tweedehands(meubels)**. Hiervoor kan de gemeente bijvoorbeeld deelnemen aan, en gebruik maken van de rijksmarktplaats voor tweedehands kantoormeubilair. Zie www.denkdoeduurzaam.nl/actueel/nieuws/2021/05/04/rijksmarktplaats-geeft-kantoormeubilair-tweede-leven en www.domeinenrz.nl/onderwerpen/verwerking-overtollige-rijksgoederen.



6 Koppeling aan persona uit onderzoek Muzus

In dit hoofdstuk koppelen we de resultaten van het ‘Doelgroepenonderzoek circulaire wijkaanpak’ van bureau Muzus aan de resultaten van deze studie. Muzus heeft met circa 50 Rotterdammers gesproken over spullen: hoe komen ze in hun leven, hoe gaan ze ermee om en hoe gaan ze uit hun leven? Hiermee heeft Muzus drijfveren, gedrag en keuzes van de Rotterdammers in kaart gebracht. Daarbij heeft Muzus gebruik gemaakt van verschillende frameworks. Eén daarvan is het identificeren van vijf persona. In de vijf persona is beschreven welke kijk en relatie zij hebben tot circulaire economie en spullen, en het gedrag dat zij daardoor vertonen. Het gaat bij de persona niet over karaktereigenschappen of andere persoonsgebonden eigenschappen. Muzus gebruikt het woord ‘persona’ omdat dit een verzameling van motivaties en gedrag is. Dit kan voor één specifiek persoon veranderen per domein of over de tijd. Bijvoorbeeld: iemand die er in inkomen op vooruit gaat, kan overgaan op het kopen van nieuwe kleding in plaats van tweedehands. Meerdere persona kunnen in de doelgroep zitten van één product, dienst of maatregel. Eén persoon kan ook een combinatie van verschillende persona belichamen.

Hieronder worden de persona kort beschreven, zoals overgenomen uit het rapport van Muzus (2020).

Gemakzuchtige Investeerder

“Circulariteit is voor deze inwoners: doen wat ze kunnen. Ze willen niet inleveren op levenskwaliteit en hebben geen zin in extra gedoe. Deze inwoners werken hard om de maatschappij draaiende te houden. Zij functioneren goed, dus hun producten moeten ook goed functioneren.”

Goedbedoelde Doorgever

“Circulariteit is voor deze inwoners: de (lokale) economie steunen en producten doorgeven aan bekenden. Zij zijn zich ervan bewust dat er mensen zijn die wel wat hulp kunnen gebruiken en dragen daarom graag een steentje bij. Zij begrijpen en erkennen de verschillende leefstijlen van inwoners in de stad.”

Nuchtere Aanhaker

“Circulariteit is voor deze inwoners: doen wat hoort. Dit is gebaseerd op normen en waarden die afhankelijk zijn van hun achtergrond. Deze inwoners zijn volgzzaam. Ze hoeven zich niet per se te onderscheiden van de rest, maar willen gerespecteerd worden door hun handelingen.”

Zuinige Aanpakker

“Circulariteit is voor deze inwoners een toevallige bijkomstigheid als ze keuzes maken in het dagelijkse leven. Zij willen een normaal leven leiden. Ze werken hard voor hun geld en geven dit zorgvuldig uit. Het is een sport een zo goed mogelijke deal te vinden, daar zijn ze trots op.”

Bewuste Voorloper

“Circulariteit is voor deze inwoners leuk. Zij willen minimaal afval creëren door bewuste keuzes te maken. Deze inwoners zijn begaan met het milieu. Zij ontdekken nieuwe manieren om iets bij te dragen aan een betere wereld. Zij leggen graag uit waar ze mee bezig zijn en waarom dit belangrijk is.”

Tabel 1 vat samen wat de houding van de vijf persona is bij het aanschaffen, gebruiken en afdanken van spullen.

Tabel 1 - Persona en hun houding bij aanschaf, gebruik en afdanken van spullen

Persona	Aanschaf	Gebruik	Afdanken
Gemakzuchtige Investeerder	Goedkoop is duurkoop, lenen en delen liever niet, goedkoop om uit te proberen, nieuwste van het nieuwste.	Artikelen voor onderhoud, waardebehoud voor verzorging, eigen systeem.	Producten zijn soms total loss, afval scheiden goed regelen, met gemak in de prullenbak.
Goedbedoelde Doorgever	Nieuw is normaal, economie stimuleren, lokaal als gewoonte.	Gebruiksproducten voor nu, hergebruik als excuus.	De waarde doorgeven, bewaren ‘voor het geval dat’, verkopen is te veel moeite.
Nuchtere Aanhaker	Doe maar normaal, verantwoordigd als gewoonte geen optie is, afwegingen rondom nieuw of tweedehands.	Jong geleerd is oud gedaan, invloed van omgeving, uitlenen bij vertrouwen.	Op het milieupark, in de juiste bak of op de juiste plek.
Zuinige Aanpakker	De prijs is leidend, dure aankopen op afbetaling met garantie en vragen rond in netwerk.	Zorgvuldig hergebruik, alleen betaalbare reparaties, opgebruiken.	Producten zijn soms total loss, afval scheiden goed regelen, met gemak in de prullenbak, waarde is geld waard.
Bewuste Voorloper	Limiteren van aanschaf, lenen als oplossing, schaffen duurzame producten aan.	Een afgedankt product een nieuwe functie geven, spullen (laten) repareren.	Een afgedankt product een nieuwe functie geven, spullen (laten) repareren.

Muzus heeft interventies samengesteld, die ervoor kunnen zorgen dat de verschillende doelgroepen stappen zetten in de richting van circulair aanschaffen, gebruiken en afdanken van spullen.

Een aantal interventies die Muzus noemt, komen overeen met interventies uit dit rapport en sluiten aan bij wat we in dit rapport ‘Stap 1. Beslissing ontdoener’ en ‘Stap 4. Beslissing koper’ hebben genoemd. Deze interventies gaan over hoe het voor de doelgroepen van

consumenten aantrekkelijk en de moeite waard wordt om voor tweedehandsproducten te kiezen en gebruikte producten weer beschikbaar te maken voor een volgende gebruiker. Deze interventies werken door in andere delen van de tweedehandsketen en in de manier waarop de gemeente een rol kan spelen. In het vervolg wordt beschreven bij welke persona de interventies uit dit onderzoek aansluiten, en hoe deze doorwerken in de tweedehandsketen. We hebben deze ingedeeld in aanschaf en afdanken.

(Bundels van) interventies spelen in op motivaties en houdingen die de persona typeren. Voor de meeste persona is er één factor die bijzonder goed bij hen past: bijvoorbeeld ‘gemak’ bij de Gemakzuchtige Investeerder. Dat wil zeggen dat interventies die voor meer gemak zorgen, voor de Gemakzuchtige Investeerder het beste werken om hem/haar over de streep te trekken. Maar sommige persona hebben hier ook overeenkomsten in. Zo heeft het normaal maken van tweedehands zowel op de Goedbedoelde Dorgever als op de Nuchtere Aanhaker veel invloed. Daarom zijn deze twee persona samengevat bij het gedeelte over aanschaf.

6.1 Aanschaf

Gemakzuchtige Investeerder: gemak centraal stellen

In dit onderzoek hebben we het vergroten van de vraag en het aanbod als uitgangspunt gebruikt om het effect van interventies navolgbaar te maken. Hierbij bleek **gemak** één van de belangrijke factoren te zijn om de vraag te vergroten. Bij de persona ‘Gemakzuchtige Investeerder’ is deze factor bijzonder belangrijk. Extra moeite is voor deze persona al snel een drempel om zich circulair te gedragen. Hierbij helpt het als het aanbod toegankelijk en goed vindbaar is, en als de afhandeling van de verkoop makkelijk is (zie Paragraaf 5.4.2). Aanbieders kunnen hierop aansluiten door het aanbod zo dicht mogelijk bij de Gemakzuchtige Investeerder te brengen. Concrete ingrepen die hierbij horen, overlappen met de resultaten van het onderzoek van Muzus: tweedehandsspullen aanbieden in de vorm van pop-ups in andere winkels of gelegenheden waar deze doelgroep zich al beweegt, en het aanbod zo presenteren dat het past in de luxe uitstraling die de Gemakzuchtige Investeerder gewend is.

Om dit mogelijk te kunnen maken, hebben deze initiatieven de juiste ruimte en locaties nodig. Hierbij kan de gemeente een rol spelen, zoals is beschreven voor structurele verkoop van tweedehandsgoederen onder de kop ‘Verkoopfaciliteiten fysiek’ in Paragraaf 5.4.2.

Ook noemt Muzus interventies als inzamelwinkels en gratis winkels. Deze werken door op de medewerkers die nodig zijn. In inzamelwinkels worden nieuwe spullen verkocht, en gebruikte spullen ingezameld om ze een tweede leven te geven. In gratis winkels worden ingezamelde en ingeleverde spullen weggegeven. Ruilwinkels zijn een vergelijkbaar concept dat met een puntensysteem werkt. Hoe minder financiële waarde deze concepten toevoegen, hoe belangrijker het is dat het werk dat verricht wordt ook een sociale waarde krijgt (zie Paragraaf 5.1). Een overzicht van de interventies voor de Gemakzuchtige Investeerder staat in Tabel 2.

Tabel 2 - Interventie voor Gemakzuchtige Investeerder

Interventie	Doorwerking in de keten	Paragraaf
Tweedehandsspullen aanbieden in pop-ups op plekken waar deze persona zich beweegt (conventionele winkels, horeca, bioscopen, etc.)	Verkoopfaciliteiten fysiek	5.4.2
Tweedehands een luxe uitstraling geven	Beslissing van de koper	5.4.4
Inzamelwinkels en ruilwinkels (Muzus, 2020)	Medewerkers Samenhang sociaal domein	5.4.2 5.1

Figuur 14 - Voorbeeld van vintage kledingwinkel met luxe uitstraling



Bron: Eigen foto met toestemming van Serendipity.

Zuinige Aanpakker: tweedehands is goedkoper, maar ook de beste deal?

Naast gemak bleek betaalbaarheid één van de belangrijke factoren te zijn om de vraag naar tweedehandsspullen hoog te houden en te verhogen. Omdat het maken van een goede deal voor de Zuinige Aanpakker de voornaamste reden is om voor tweedehands te kiezen, is betaalbaarheid het belangrijkste om deze persona voor tweedehands te doen kiezen. In dit onderzoek hebben we beschreven hoe de gemeente er een rol in kan spelen dat tweedehandsbedrijven hun operatie kostendekkend kunnen blijven uitvoeren. Om kosten voor tweedehandsbedrijven te minimaliseren, kan het helpen om de juiste rechtsvorm en fiscale status toe te kennen aan een bedrijf, en een regeling te treffen voor bedrijfsafval (zie Paragraaf 5.4.3). Daarnaast helpt financiële steun. Dit kan zijn in de vorm van een compensatie voor het vermijden van afval, maar ook een helder overzicht over bestaande mogelijkheden voor subsidies per situatie zou helpen (zie Paragraaf 5.4.3). Een overzicht van de interventies voor de Zuinige Aanpakker staat in Tabel 3.

Tabel 3 - Interventies voor Zuinige Aanpakker

Interventie	Doorwerking in de keten	Paragraaf
Juiste rechtsvorm en fiscale status toekennen	Juiste ruimte, betaalbaar houden voor tweedehandsbedrijven en dus ook voor klanten	5.4.3
Regeling bedrijfsafval	Betaalbaar houden voor tweedehandsbedrijven en dus ook voor klanten	
Compensatie voor vermijden van afval		
Helder overzicht bestaande subsidies		
Garantie geven op tweedehandsproducten	Dit betekent iets voor de service die een verkoper moet bieden. Dit werkt weer door in de ruimtes en personeel dat deze nodig heeft.	(Muzus, 2020)

Goedbedoelde Doorgever en Nuchtere Aanhaker: tweedehands normaal maken

Muzus schrijft dat deze persona zich houdt aan wat voor hem of haar normaal is, en dat het daarom belangrijk is om campagnes en activiteiten hierop in te richten. Ook wij hebben in de interviews meerdere keren gehoord dat het normaler worden van tweedehands steeds meer klanten naar de tweedehands optie trekt, en dat dit een belangrijke pijler is om campagnes op te richten. Zowel in het onderzoek van Muzus als in dit onderzoek staan diverse voorstellen voor acties en campagnes die publiciteit geven aan tweedehands, en deze persona meer in aanraking laten komen met tweedehands (zie Paragraaf 5.4.4.). Een overzicht van de interventies voor de Goedbedoelde Doorgever en Nuchtere Aanhaker staat in Tabel 4.

Tabel 4 - Interventies voor Goedbedoelde Doorgever en Nuchtere Aanhaker

Interventie	Doorwerking in de keten	Paragraaf
Kringloopdag	Tweedehands wordt mainstream, daardoor kiezen consumenten eerder voor tweedehands. Zo ontstaat meer vraag.	5.4.4.
Educatie op basisscholen		
Tegobon voor tweedehandswinkels nieuwe Rotterdammers		
Samenwerken met rolmodellen		
Samenwerken met woontijdschriften		
Instore tweedehands opties		
Leegstandsbeheer met tweedehands		
Tweedehandswinkels professionaliseren en moderniseren		
Tweedehandsinkoopbeleid gemeente		

Bewuste Voorloper: omarmt nieuwe mogelijkheden

Hoe meer mogelijkheden deze persona ziet om bij te dragen aan circulariteit, hoe meer zij hier ook aan mee zal doen. Alle voorstellen die andere persona over de streep kunnen trekken, zullen voor de Bewuste Voorloper een welkome extra optie zijn om zijn of haar consumentengedrag te verbeteren richting hun idealen. Hierbij is wel belangrijk om de informatie hierover bij deze persona te laten landen, zodat deze op de hoogte is van de initiatieven. Een overzicht van de interventies voor de Bewuste Voorloper staat in Tabel 5.

Tabel 5 - Interventies voor Bewuste Voorloper

Interventie	Doorwerking in de keten	Paragraaf
Workshop organiseren ‘tweedehands interieur maken’	Extra mogelijkheden voor de voorlopers, waardoor meer vraag.	5.4.4.
Alles wat geldt voor de andere persona geldt ook voor de Bewuste Voorloper.		

6.2 Afdanken

Bij het afdanken van spullen is er meer overlap tussen de persona dan bij het aanschaffen. Daarom hebben we de persona hier geclusterd in twee groepen:

1. Gemakzuchtige Investeerder, Goedbedoelde Doorgever, Zuinige Aanpakker

Deze persona danken hun spullen vaak af zonder dat deze een tweede leven krijgen. Dit heeft ermee te maken dat zij het te veel moeite vinden en dat zij zich er niet van bewust zijn dat hun spullen voor anderen nog van waarde kunnen zijn. Deze persona kunnen mogelijk over de streep worden getrokken door ingrepen die het comfortabeler maken om spullen op een circulaire manier af te danken. Helemaal als dit makkelijker wordt dan ze als afval af te danken (zie Paragraaf 5.4.1). Daarnaast zal het helpen om hen ervan bewust te maken hoeveel waarde hun spullen nog hebben voor anderen. Bij de Goedbedoelde Doorgever kan dit er ook voor zorgen dat spullen sneller worden doorgegeven en minder lang ongebruikt in opslag liggen. Voor de Zuinige Aanpakker kan een financiële prikkel de beslissing om circulair af te danken bepalen. Als die bijvoorbeeld een vergoeding krijgt voor het inleveren van gebruikte producten bij de winkel waar het is gekocht, zal diegene dit minder snel weggoien.

Als deze drie persona overgaan tot circulair afdanken, wordt het aanbod van tweedehandsspullen ook groter en beter. Dit kan wederom zorgen voor een grotere vraag en zo de hele tweedehandshandel vergroten.

2. Nuchtere Aanhaker en Bewuste voorloper

Voor deze persona is het al een gewoonte om circulair af te danken, maar het comfortabeler maken hiervan zal deze persona nog vaker tot de circulaire keuze leiden. Een voorbeeld uit dit onderzoek dat goed aansluit op de Nuchtere Aanhaker, is een kringlooppunt bij de milieustraat. De Nuchtere Aanhaker brengt zijn afgedankte spullen uit gewoonte al naar de milieustraat, maar is zich misschien niet bewust van de waarde ervan voor hergebruik. Deze spullen worden dan afgevangen en ‘gered’. De Bewuste Voorloper kan op een circulair ambachtscentrum (of andere plaatsen waar afdanken is gecombineerd met andere activiteiten) inspiratie opdoen.

Een overzicht van de interventies voor alle persona staat in Tabel 6.

Tabel 6 - Interventies voor alle persona

Interventie	Doorwerking in de keten	Paragraaf
Ophalen door: kringloopwinkel/opkoper, gemeente, consument	Logistieke operatie	5.4.1
Redden: 'afvangpunt' op milieustraat van Circulair Ambachtscentrum	Ruimte beschikbaar maken, vergunningen, afspraken welke partij dit doet	5.4.1
Bereikbare brenglocaties	Vestigingsbeleid	5.4.1
Betrouwbaar opsturen	Welke partij regelt dit en neemt de verantwoordelijkheid?	5.4.1
Hulp bij handel door intermediairs	Meer kans op verkoop in plaats van afval	5.4.1
heefttweedehandseenkans.nl	Meer kans op verkoop in plaats van afval	5.4.1

7 Prioritaire acties en oplossingen voor Rotterdam

7.1 Rol van de gemeente

Tijdens dit onderzoek kwam regelmatig de vraag op of de gemeente zich zou moeten bemoeien met de tweedehandshandel in de stad. De tweedehandshandel speelt zich voor een groot deel af buiten het zicht van overheden en de gemeente. Zo is er levendige toenemende online handel via websites als Marktplaats en Vinted. Ook het delen van spullen komt steeds meer voor op deelplatforms, zoals Peerby. Toch zijn er een aantal koppelingen met het gemeentelijke beleid waardoor de tweedehandshandel, reparatie en ook het delen van spullen raken aan beleid en activiteiten van de gemeente. We zijn tijdens dit onderzoek ook een aantal raakvlakken met gemeentelijke activiteiten tegengekomen:

1. Het afvalbeleid en de afvalinzameling: meer tweedehandshandel verlaagt de hoeveelheid afval van burgers. De gemeente bespaart hiermee kosten voor logistiek en verwerking en realiseert milieudoelen in het afvaldomein. De gemeente stimuleert middels voorlichting, tarieven en inzamelmiddelen het scheiden van afval en het zoveel mogelijk hergebruiken van producten. In dit beleid kan tweedehandshandel een grotere plek krijgen.
2. Sociale doelen: tweedehandsgoederen verlagen de kosten van levensonderhoud voor burgers met een kleine portemonnee en met name kringloopwinkels bieden interessante arbeidsplaatsen voor mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt. Daarom is het logisch om ook vanuit sociale beleidsdomeinen te richten op het steunen en opzetten van tweedehands-initiatieven.
3. Beleid voor winkelcentra (detailhandelbeleid): een goede locatie voor kringloopwinkels, reparatieshops en vintagewinkels is zeer bepalend voor de zichtbaarheid en omzet. Daarnaast kunnen tweedehands- en reparatieshops een goede aanvulling zijn op bestaande winkelcentra die kampen met leegstand. Reparatie in de wijk is een goede stimulans voor meer reparatie. Tijdens trajecten die de gemeente heeft lopen om winkelcentra te revitaliseren, is integreren van reparatie en tweedehands logisch. In de detailhandelsnota Rotterdam is ook opgenomen dat kringloopbedrijven zich bij voorkeur vestigen in winkelgebieden¹⁴. Dit zou ook nog omgedraaid kunnen worden naar de wens om in alle winkelgebieden ook tweedehands- en reparatiedetailhandel aan te trekken. Speciale actiedagen met winkeliers rond tweedehandshandel zijn hier ook een optie voor. (In Bijlage F is een overzicht gegeven van andere gemeenten die bezig zijn met het meer circulair maken van winkelcentra).
4. Beleid voor (retail)bedrijven in de stad in het algemeen: in alle contacten en gesprekken, en in het beleid voor de (retail)bedrijven in het algemeen, is het vergroten van tweedehandshandel een aandachtspunt. Daarbij is het zaak om ook beter te weten hoe groot dit aandeel is in verschillende retailsectoren en duidelijk te maken dat de gemeente dit als speerpunt ziet voor de komende jaren.
5. Duurzaamheidsbeleid en voorlichting hierover: omdat de milieu-impact van producten vanuit consumentenperspectief ongeveer 34% van alle milieu-impacts bedraagt, is het logisch dat consumptiegoederen en het verlengen van de levensduur van producten via tweedehandshandel een prioriteit vormen in dit beleid. Ook in de communicatie over duurzaamheid, die gemeenten steeds meer verricht, is het nuttig om naast aandacht

¹⁴ www.rotterdam.nl/nieuws/wonen-in-lege-winkelpande/Concept-Detailhandelsnota-Rotterdam-2017.PDF



voor de energietransitie, duurzaam transport en duurzaam voedsel, ook te wijzen op tweedehandshandel als belangrijke mogelijkheid voor verduurzaming.

Anders dan het energiebeleid of het lokaal verkeer- en vervoersbeleid is het lokaal grondstoffenbeleid (waaronder ook het stimuleren van tweedehandshandel valt) nog meer pionieren. Veel gemeenten doen nog niet aan lokaal circulair beleid en productbeleid. Ook landelijk staat het beleid nog in de kinderschoenen. Zeker voor de grotere gemeenten in Nederland met veel impact van consumptie en afval, is er echter flink wat milieuwinst te realiseren. Samen met lokale ondernemers en initiatieven is hier lokaal veel te winnen. We geven een aantal concrete voorbeelden van interessante concrete interventies en samenwerkingen hiervoor. Door de bovengenoemde aanknopingspunten in beleid aan te passen, hebben deze initiatieven en samenwerkingen de grootste kans om tot bloei te komen en effectief te zijn.

Er zijn vormen van samenwerkingen die direct en zichtbaar het tweedehandslandschap vernieuwen, en er zijn interventies die iets meer achter de schermen plaatsvinden en de bestaande structuren helpen om hun volle potentieel te bereiken. Ook zijn er interventies om mee te experimenteren, die consumenten kunnen aanzetten om hun gedrag te veranderen richting tweedehands consumeren. Voor de prioritering van deze drie soorten interventies, vergelijken we deze met producten in een tweedehandswinkel: de eerste soort interventies zou je kunnen zien als de nieuw binnengekomen pareltjes die in de etalage van de tweedehandswinkel staan uitgesteld; de tweede soort interventies zijn de degelijke *musthaves*, die voor de stabiele omzet zorgen en verderop in de schappen te vinden zijn; en de derde soort zijn die spullen waarvan je niet uit je hoofd weet of ze wel het goede formaat hebben, maar waarbij het geen kwaad kan als ze dat toch niet helemaal zijn.

7.2 Interventies voor in de etalage: nieuwste pareltjes

Samenwerken met deelplatforms zoals Peerby

Samenwerken met deelplatforms die burgers faciliteren om meer spullen te delen, is zowel interessant voor het verlagen van het aantal benodigde spullen als de sociale cohesie in wijken. In dit project hebben we uitgebreid contact gehad met Peerby. De conclusies hieruit gelden ook voor andere deelplatforms, zoals bijvoorbeeld COSH.

Peerby is een online deelplatform waar leden hun eigen spullen te leen of te huur aan kunnen bieden en spullen kunnen lenen van andere leden. Het concept heeft als doel om bestaande spullen beter te benutten, zodat zo min mogelijk nieuwe spullen nodig zijn. Gereedschap, apparaten en sportuitrusting worden vaak een groot deel van hun levensduur niet gebruikt, maar worden weggegooid voordat ze hun potentiële gebruiksduur hebben bereikt. Peerby heeft een groot netwerk van gebruikers en breidt dit ook actief uit, bijvoorbeeld door brieven te sturen naar bewoners van bepaalde wijken. Peerby heeft hierdoor veel data over hoe het platform wordt gebruikt, en ziet mogelijkheden om het platform ook in te zetten om tweedehandshandel te bevorderen.

Voorbeeld: deelplatformen zoals Peerby en kringloopwinkels hebben een grote overlap in hun publiek. In een samenwerking tussen Peerby en een kringloopwinkel zouden producten die door leden te huur of te leen worden aangeboden bijvoorbeeld gelinkt kunnen worden aan het aanbod van de kringloopwinkel in de buurt. Zo zien gebruikers van het platform dat het product dat zij proberen te lenen bij de kringloop in de buurt te koop is. Dit kan

voorkomen dat gebruikers tóch een nieuw product kopen als het bijvoorbeeld niet te leen of te huur is in hun buurt. Andersom kan de kringloop klanten ook verwijzen naar het deelplatform als alternatief voor het kopen van bepaalde producten, mocht de klant niet vinden wat hij of zij zoekt. Zo worden producten in totaal efficiënter gebruikt, en wordt de koop van nieuwe producten voorkomen.

Samenwerken met conventionele retail

Door het grote bereik kan samenwerking met de conventionele retail een belangrijke stap vormen in de richting van een nieuwe inrichting van de keten - met reparatie en hergebruik als standaard. Deze stap is nodig om de milieu-impact van spullen te reduceren.

Bij deze samenwerking zou aangesloten kunnen worden bij de bestaande producentenverantwoordelijkheid (UPV's) die bijvoorbeeld de verkopers van wit- en bruingoed verplicht om bij nieuwe verkoop oude apparaten in te nemen. UPV's richten zich echter op vernietiging van deze spullen voor recycling en nog niet op hergebruik, opknappen en tweedehandsverkoop. Via de VNG, die heel kritisch is hoe het instrument UPV in de praktijk werkt (gemeenten dragen toch nog veel verantwoordelijkheid en kosten voor afval waar bedrijven eigenlijk verantwoordelijk voor zijn), is hergebruik wellicht ook meer in UPV's te verankeren.

Samenwerkingen met de conventionele retail kunnen zich erop richten tweedehands zichtbaar en normaal te maken, maar ook om het makkelijker te maken voor consumenten om oude producten af te danken of te laten repareren. Denk bijvoorbeeld aan een loket in winkels als Blokker en Mediamarkt, waar klanten kapotte spullen kunnen laten repareren en/of af kunnen danken. Vervolgens kunnen de gerepareerde en functionerende afgedankte spullen als occasions weer worden verkocht in dezelfde winkel. Het inrichten van deze services gaat gepaard met een extra inspanning. Om winkels hiertoe te motiveren, zou de gemeente ervoor kunnen kiezen om winkels die dit aanbieden voorrang te geven bij de keuze welke winkels zich mogen vestigen. Dit geldt ook voor bedrijfsconcepten die hergebruik of reparaties juist als kern hebben (bijvoorbeeld ruil- en weggeefwinkels). Om op grotere schaal een gelijk speelveld te creëren voor bedrijven die reparatie en hergebruik van hun producten faciliteren, is beleid nodig: geen belasting op reparatie, wél belasting op nieuwe grondstoffen.

Circulaire ambachtscentra

Bij circulaire ambachtscentra kunnen veel interventies voor verschillende persona en doelgroepen worden gecombineerd. Ter illustratie geven we enkele voorbeelden hoe het circulaire ambachtscentrum een rol kan spelen in de levensduur van de spullen van de verschillende persona: het 'afvangpunt' op de milieustraat redt de spullen van de Nuchtere Aanhaker en maakt circulair afdanken makkelijker voor de Bewuste voorloper. De Zuinige Aanpakker kan diens kapotte huishoudapparaten laten repareren bij het repaircafé. De Goedbedoelde Doorgever wordt getrokken door de evenementen en het sociale karakter van het centrum. Zij worden (idealiter) geïnspireerd om hun spullen vaker hier weg te geven als ze binnen hun bekendenkring geen liefhebber kunnen vinden. Al deze persona komen tegelijk in aanraking met het tweedehandswarenhuis op het circulaire ambachtscentrum. Omdat dit de luxe uitstraling van conventionele retail heeft, voelen ook de gemakzuchtige investeerders zich aangetrokken tot de goede tweedehandsdeals. Door deze bundeling van effecten is het circulaire ambachtscentrum een krachtige en inspirerende interventie.



7.3 Interventies in de schappen: de degelijke *musthaves*

De tweedehandssector ziet een toename in vraag, doordat het imago van tweedehands steeds meer richting normaal beweegt. Hoe beter aan deze vraag kan worden voldaan, hoe meer spullen worden hergebruikt, en hoe minder nieuwe spullen er in omloop komen. De degelijke *musthaves* zijn mogelijkheden en initiatieven om het aanbod beduidend te vergroten. Op basis van impact en haalbaarheid zijn de twee belangrijkste oplossingsrichtingen: bestaand potentieel benutten met grote initiatieven, en afdanken makkelijker maken.

7.3.1 Bestaand potentieel benutten met grote initiatieven

Grote initiatieven, zoals circulaire ambachtscentra bij milieustraten en kringloopbedrijven die willen uitbreiden, zien bestaand potentieel dat alleen nog maar benut hoeft te worden. Kringloopcentrum Hoek van Holland verwacht door een samenwerking bijvoorbeeld tot 40% afval te reduceren bij een milieustraat. Opnieuw & CO wil twee nieuwe warenhuizen openen.

Wat kan de gemeente doen?

De gemeente kan de initiatiefnemers faciliteren door intern het besluitproces over deze initiatieven te organiseren. Het is belangrijk dat initiatiefnemers snel bij het juiste aanspreekpunt terechtkomen, zodat besluitvorming en realisatie spoedig in gang gezet kunnen worden.

Om de potentie van tweedehands-ondernemers zo goed mogelijk tot ontplooiing te brengen, helpt het om hen op administratief gebied te ondersteunen door bijvoorbeeld het bemiddelen van de juiste rechtsvorm en fiscale status. Ook een regeling met betrekking tot bedrijfsafval of compensatie voor het verminderen van afval helpt. Dit haalt belemmeringen weg die er nu voor zorgen dat tweedehands-ondernemers minder spullen aan kunnen of willen nemen. Daarnaast helpen mogelijkheden voor subsidies uit verschillende beleidsdomeinen.

7.3.2 Afdanken makkelijker maken

Als mensen hun spullen makkelijker af kunnen danken op een manier waarop deze beschikbaar worden gesteld voor een volgende eigenaar, zal dit ook vaker gebeuren. Dit hebben we zowel ondervonden in dit onderzoek, als ook in het rapport van Muzus. Dit geldt voor alle persona. Hierbij zal het effect voor de Gemakzuchtige Investeerder, Goedbedoelde Doorgever en de Zuinige Aanpakker het grootst zijn, omdat zij nog het minst circulair afdanken. De Nuchtere Aanhaker en Bewuste Voorloper danken al circulair af uit gewoonte, maar zullen dit nog meer gaan doen als de mogelijkheden breder zijn. Voor het makkelijker maken van circulair afdanken, werken interventies die te maken hebben met het gedeelte 'logistiek' van de tweedehandsketen.

Veel mensen handelen uit gewoonte bij het afdanken van hun spullen, waardoor deze bij het afval terechtkomen. Dit geldt vooral voor de Gemakzuchtige Investeerder, Goedbedoelde Doorgever en de Zuinige Aanpakker. Hier werken interventies die aangrijpen aan het gedeelte 'beslissing van ontdoener' in de tweedehandsketen.



Wat kan de gemeente doen?

De gemeente kan de logistiek van het afdanken makkelijker maken door zelf aan te bieden om goederen op te halen. Dit kan zijn op afspraak of door regelmatig een ophaaldag in te stellen. Alternatief kan de gemeente dit uitbesteden aan één of meerdere kringloop- of andere tweedehandsbedrijven. Een ophaaldag kan het voordeel hebben dat het voor omwonenden zichtbaar is als er spullen aan de straat staan. Hierdoor zijn ze snel op de hoogte van de mogelijkheid. Hierbij is het belangrijk om de opgehaalde goederen op een eerlijke manier beschikbaar te stellen aan de verschillende tweedehandsbedrijven.

Bij het aanwijzen van locaties voor grotere tweedehandsbedrijven is het belangrijk om te letten op de bereikbaarheid. De locatie is idealiter toegankelijk voor auto's en (klein) vrachtverkeer voor het afleveren en ophalen van grote hoeveelheden spullen en goederen, zoals meubels. Maar ook klanten zonder auto kunnen voor kleinere producten de locatie idealiter bereiken met het ov of de fiets.

7.4 Interventies om mee te experimenteren: de no-regret bloempot

Een aantal interventies die tijdens het onderzoek en in het rapport van Muzus naar voren zijn gekomen, zijn interessant om eerst uit te proberen en de effecten te testen. Dit zijn interventies die niet structureel hoeven te zijn.

Hierbij horen:

- bij verhuizingen een tegoedbon en informatie sturen over de omliggende kringloopwinkels (zowel voor het wegbrengen van oude spullen als voor de aanschaf van nieuwe benodigdheden), ophaalservice, reparatiemogelijkheden, evenementen die met circulaire economie of tweedehandshandel te maken hebben;
- experimenteren met 'heefttweedehandseenkans.nl' om te kijken hoe succesvol dit is;
- campagnes die gericht zijn op het normaal maken van tweedehands;
- harmonie als campagne in de winkelstraten (Muzus, 2020): hoe kan het gevoel van samenzijn en gelijkheid bijdragen aan het verminderen van consumptie? Harmonie is een waarde die voor veel Rotterdammers voorop staat;
- samenwerking met rolmodellen (Paragraaf 5.4.4);
- samenwerking met woontijdschriften (Paragraaf 5.4.4);
- educatie op scholen (Paragraaf 5.4.4);
- verschillende tweedehands-pop-upconcepten in leegstaande winkelpanden uitproberen.



Literatuur

- AD. 2020. *Nederlanders in coronatijd massaal op zoek naar gratis spullen: 'Liever hand op de knip'* [Online]. Available: <https://www.ad.nl/economie/nederlanders-in-coronatijd-massaal-op-zoek-naar-gratis-spullen-liever-hand-op-de-knip-a36915bd/> [Accessed 2022].
- BKN, 2020. BKN Benchmark Factsheet 2020 (peiljaar 2019). Arnhem, Branchevereniging Kringloopbedrijven Nederland (BKN).
- CBS. 2020. *Statline: Huishoudelijk afval per gemeente per inwoner, richtjaar 2019* [Online]. Available: <https://opendata.cbs.nl/statline/#/CBS/nl/dataset/83452NED/table?fromstatweb> [Accessed].
- CE Delft, 2019. The environmental benefit of Marktplaats trading. Delft, CE Delft.
- CE Delft, 2020. Top 10 milieubelasting gemiddelde Nederlandse consument - update versie 2020. Delft, CE Delft.
- CE Delft, 2021. Klimaatimpact van afvalverwerkroutes in Nederland. Delft, CE Delft.
- Clear, 2019. *Elementaire gewoontes*, Lev.
- Gemeente Rotterdam, 2021. Voortgangsrapportage Rotterdam circulair Rotterdam, Gemeente Rotterdam.
- Metabolic, 2018. *Circulair Rotterdam : Kansen voor nieuwe banen in een afvalvrije economie*. Amsterdam, Metabolic.
- Milieu Centraal. 2021. *Klimaatklappers* [Online]. Available: <https://www.milieucentraal.nl/klimaat-en-aarde/klimaatverandering/klimaatklappers/> [Accessed 3 maart 2022].
- Muzus, 2020. Eindrapportage Rotterdammers circulair. Rotterdam
- NVRD & BKN, 2021. Samenwerking tussen gemeente en de kringloop. NVRD; Branchevereniging Kringloopbedrijven Nederland (BKN).
- Onderzoek010. 2019. *Bevolking* [Online]. Gemeente Rotterdam. Available: <https://onderzoek010.nl/dashboard/onderzoek010/bevolking/> [Accessed 2021].
- Rebel, 2021. Verkenning Textielsector Rotterdam, Tweedehands en Rotterdam. Rotterdam, Rebel.
- Rotterdam Circulair. 2021. *Uitvoeringsagenda consumptiegoederen* [Online]. Available: <https://uitvoeringsagenda.rotterdamcirculair.nl/uitvoeringsagenda?advancedSearchDisplayed=&akID%5B55%5D%5BatSelectOptionID%5D%5B%5D=Consumptiegoederen%3E> [Accessed 2022].
- RVO. 2020. *R-ladder - strategieën van circulariteit* [Online]. Available: <https://www.rvo.nl/onderwerpen/duurzaam-ondernemen/circulaire-economie/r-ladder> [Accessed].
- Trouw. 2021. *Nu de kledingruilfeestjes niet meer kunnen is er de kettingkledingtas* [Online]. Available: <https://www.trouw.nl/duurzaamheid-natuur/nu-de-kledingruilfeestjes-niet-meer-kunnen-is-er-de-kettingkledingtas-b4f64c43/> [Accessed 2022].
- WRAP. 2016. *Measuring the active life of clothing* [Online]. Available: <http://www.wrap.org.uk/sustainable-textiles/scap/extending-clothing-life/report/measuring-active-life-of-clothing> [Accessed 2021].
- Zeeman. *Resale* [Online]. Available: <https://www.zeeman.com/nl/resale> [Accessed februari 2022].



A Bijlage

De afvalgegevens van 2019 komen van het CBS (CBS StatLine, 2019). Een overzicht van de hoeveelheden per afvalfractie is te zien in Tabel 7. Aan alle afvalfracties is de gemiddelde impact van broeikasgassen (in CO₂-eq.) gekoppeld. Hiervoor zijn verschillende bronnen gebruikt, onder andere een recent onderzoek van CE Delft voor de NVRD (nog niet gepubliceerd) en Ecoinvent. Een overzicht hiervan is te zien in Tabel 7, waar ook de aannames voor het uitvoeren van de berekeningen zijn opgenomen.

Een overzicht van de hoeveelheden per afvalfractie is te zien in Tabel 9. Aan alle afvalfracties is de gemiddelde impact van broeikasgassen (in CO₂-eq.) gekoppeld. Hiervoor zijn verschillende bronnen gebruikt, onder andere een recent onderzoek van CE Delft voor de NVRD (nog niet gepubliceerd) en Ecoinvent. Een overzicht hiervan is te zien in Tabel 8, waar ook de aannames voor het uitvoeren van de berekeningen zijn opgenomen.

Tabel 7 - Huishoudelijk afval per inwoner in Rotterdam

Afvalsoort	Huidige situatie (2019) (kg per inwoner)
Huishoudelijk restafval	287,1
Grof huishoudelijk restafval	37,4
Verbouwingsrestafval	0
Gft-afval	17
Oud papier en karton	19,5
Textiel	3,5
Verpakkingsglas	9,3
Pmd-fractie	2,6
Klein chemisch afval (kca)	0,6
Grof tuinafval	3,5
Afgedankte elektr(on)ische apparaten	3,3
Bruikbare huisraad	0
Harde plastics	0,6
Matrassen	0,4
Schoon puin	16,2
Houtafval (A- en B-hout)	13,1
Houtafval (C-hout)	1,3
Metalen	2,5
Vlakglas	0,3
Bitumenhoudende dakbedekking	0,2
Gips	1
Asbesthoudend afval	0,1
Schone grond	2,6
Autobanden	0,1
Piepschuim	0

Bron: (CBS StatLine, 2019).

Tabel 8 - Bronnen en aannames voor berekening milieu-impact afvalstromen

Afvalsoort	Aanname	Bron
Huishoudelijk restafval		Op basis van wat we eerder hebben gedaan voor ander onderzoek
Grof huishoudelijk restafval	Bestaat voor 50% uit elektr(on)ische apparaten en 50% uit C-hout.	Zie 'Afgedankte elektr(on)ische apparaten' en 'Houtafval (C-hout)'
Verbouwingsrestafval	Bestaat voor 50% uit schoon puin, 20% uit kunststoffen, 20% uit C-hout en 10% uit metaal.	Zie 'Schoon puin', 'Harde plastics', 'Houtafval (C-hout)' en 'Metalen'
Gft-afval		Gegevens onderzoek (CE Delft, 2021)
Oud papier en karton		Gegevens onderzoek (CE Delft, 2021)
Textiel		Gegevens onderzoek (CE Delft, 2021)
Verpakkingsglas		Gegevens onderzoek (CE Delft, 2021)
Pmd-fractie	Verdeling van drankenkarton (14%), metaal (8%) en kunststof (78%) in de pmd-fractie. Drankenkarton bestaat uit 74% karton, 24% plastics en 2% aluminium en wordt volledig gescheiden.	Gegevens onderzoek (CE Delft, 2021)
Klein chemisch afval (kca)		Op basis van: <i>Hazardous waste, for incineration {Europe without Switzerland} market for hazardous waste, for incineration Cut-off, U</i>
Grof tuinafval		Gegevens onderzoek (CE Delft, 2021)
Afgedankte elektr(on)ische apparaten		Op basis van: <i>Waste electric and electronic equipment {GLO} market for Cut-off, U</i>
Bruikbare huisraad	Wordt hergebruikt in de kringloop, en is daarom niet meegenomen als afval.	
Harde plastics	Op basis van 100% kunststofafval.	Gegevens onderzoek (CE Delft, 2021)
Matrassen	Op basis van 50% textiel en 50% porschuim.	Zie 'Textiel' en op basis van <i>Waste polyurethane {RoW} market for waste polyurethane Cut-off, U</i>
Schoon puin		Gegevens onderzoek
Houtafval (A- en B-hout)		Gegevens onderzoek (CE Delft, 2021)
Houtafval (C-hout)	Op basis van 90% A- en B-hout en 10% verfafval.	Zie 'Houtafval (A- en B-hout)' en op basis van <i>Waste emulsion paint {Europe without Switzerland} market for waste emulsion paint Cut-off, U</i>
Metalen	50% aluminium verpakkingen, 50% stalen verpakkingen. Gebaseerd op AVI met terugwinning uit bodemas.	Gegevens onderzoek (CE Delft, 2021)
Vlakglas	Op basis van verpakkingsglas.	Zie 'Verpakkingsglas'
Bitumenhoudende dakbedekking		Op basis van: <i>Waste bitumen {Europe without Switzerland} market for waste bitumen Cut-off, U</i>
Gips		Op basis van: <i>Waste gypsum plasterboard {GLO} market for Cut-off, U</i>
Asbesthoudend afval	Op basis van 50% schoon puin en 50% gevaarlijk afval.	Zie 'Schoon puin' en op basis van <i>Hazardous waste, for underground deposit {GLO} market for Cut-off, U</i>

Afvalsoort	Aanname	Bron
Autobanden		Op basis van: <i>Used tyre {GLO} market for Cut-off, U</i>
Piepschuim		Op basis van: <i>Waste expanded polystyrene {CH} market for waste expanded polystyrene Cut-off, U</i>



B Uitvoeringsagenda

Tabel 9 - Uitvoeringsagenda Rotterdam Circulair op consumptiegoederen (Rotterdam Circulair, 2021)

Hoofdroute	Inspanningen en projecten	Onderwerp	Gericht op consumenten
Bewustzijn vergroten	Borgen van circulariteit binnen assetmanagement	Inkoop gemeenten	
	Circulaire wet- en regelgeving	Inkoop gemeenten	
	Circulariteit in de wijk	Tweedehands	Ja
	Educatieprogramma voor circulair opstellen	Diversen	
	Gedragsverandering over wasbare luiers	Afvalvermindering	Ja
	Grote jaarlijkse evenementen als Rotterdam Marathon, Rotterdam Unlimited en de Wereldhavendagen worden circulairder	Afvalvermindering	
	Inzetten op de invoering van statiegeld op plastic flesjes	Recycling	Ja
	Klimaatafel consumptie	Diversen	
	Marine Litter/Plasticvangers	Afvalvermindering	
	Opt-insysteem voor huis-aan-huisbladen	Afvalvermindering	Ja
	Recyclen matrassen	Recycling	Ja
	Circulair is opgenomen in het evenementen-(vergunningen)beleid van de gemeente	Diversen	
	Deelname aan Green Deal Circulair Inkopen	Inkoop gemeenten	
	Verankeren in de economie	Eén Upcycle Mall in de stad	Tweedehands
	Circulair inbedden in minimaal drie leer-werkakkoorden	Diversen	
	Circulair slopen opnemen in sloopopdrachten	Afvalvermindering/ recycling	
	Circulaire criteria in aanbesteding betonputten, kunstgrasvelden, ondergrondse afvalcontainers, rolcontainers, verwerken van koffiebekers, oud ijzer	Inkoop gemeenten	
	CityLab010: innovatieve circulaire businesscases	Diversen	
	De bedrijfskleding van stadsbeheer is circulair	Inkoop gemeenten	
	Stimuleren circulaire innovaties	Diversen	
	Traject Zero Waste Expeditie Cultuursector	Afvalvermindering	
	Uitvoeren Programma Versnellen Innovatie (brede) mkb	Diversen	Ja
	Circulair adviseren in minimaal twee grote inkooptrajecten per jaar	Inkoop gemeenten	
	Nascheidingsinstallatie pmd	Recycling	

Tabel 10 - Winnaars CityLab010 op gebied van circulaire economie

Project	Sector	R-strategie
Circulaire energieopslag	Energie, consumptiegoederen	Remanufacture
Circulaire medische handschoenen	Consumptiegoederen	Reduce
Circulaire zeep tegen verspilling	Consumptiegoederen	Repurpose
Falafval	Voedsel	Reduce
Green Roof Initiative	Bouw	Remanufacture
Leafy	Voedsel	Reduce
De Wierfabriek	Bouw	Reduce
Rotterdam Maakstad	Consumptiegoederen	Reduce
SavFood	Voedsel	Reduce
Seaweed Yarn & Dye	Consumptiegoederen	Remanufacture
Vegghap	Voedsel	Reduce

Jaaroverzicht 2020: circulaire ruilmarkt www.rotterdamcirculair.nl/circulaire-ruilmarkt/.

C Interviews

Tabel 11 - Geïnterviewde personen en hun functie

Naam	Functie
Henny Game	Uitvoerend bestuurder Kringloopcentrum Hoek van Holland
Willem van Rijn	Directeur kringloopbedrijf Het Goed
Ronald van den Heerik	Projectcoördinator Branchevereniging Kringloopbedrijven Nederland
Nico Sizoo	Bedrijfscontactfunctionaris bij gemeente Rotterdam
Thom (schriftelijk via e-mail)	Teamleider Afdeling Tweedehands bij Camera Express
Daan Weddepohl	CEO van Peerby
Marcel van Gogh (schriftelijk via e-mail)	Directeur van Opnieuw & Co

D Overzicht kringloopwinkels

Naam	Adres	Soort
Het Palet	Duikerstraat 29	Kringloopwinkel
Kringloop Second Life	Baarlandhof 51 Rotterdam	Kringloopwinkel
Kringloopwinkel Rotterdam	Gordelweg 243	Kringloopwinkel
RataPlan Rotterdam	Aristotelesstraat 30	Kringloopwinkel
Spullen voor in je Huis	Stadhoudersweg 39d	Vintagewinkel
Stichting de Majum	Schoonderloostraat 235	Kringloopwinkel
Wijkkringloop Inloop De Habbekratz	Van der Sluysstraat 438	Kringloopwinkel
Woord en Daad Afrikaanderplein	Pretoriaaan 47c	Kringloopwinkel
5313 Vintage	Pleinweg 196a	Vintagewinkel
Boek met een Doel	Nieuwe Binnenweg 194	Boekenwinkel
D. Tabbernee	Benthuizerstraat 81/83	Kringloopwinkel
DC Community Market Rotterdam-West	Van Deventerstraat 33	Kringloopwinkel
DC Community Market Rotterdam-Zuid	Plomperstraat 16	Kringloopwinkel
De Garage Interieur	Beneden Oostzeedijk 13c	Vintagewinkel
De Oorzaak	Vijverhofstraat 60	Platenzaak
De Zwarte Vos	Katendrechtse Lagedijk 446b	Kringloopwinkel
Episode Rotterdam	Witte de Withstraat 19a	Kledingwinkel
Het Nieuwe Spoor	1e Pijnackerstraat 100b	Kledingwinkel
Het Tweedehandswinkeltje	Sluisjesdijk 70	Kringloopwinkel
Jouw Marktkraam Rotterdam-Noord	Zaagmolenkade 117	Shop-in-shop
KickaBoo	Zwaanshals 263	Kledingwinkel
Klus en Werk Cool - Oude Westen	Schietbaanstraat 33	Kringloopwinkel
Kringloop het Harnas	Langenhorst 253	Kringloopwinkel
Kringloopwinkel GI-Cycle	Katendrechtse Lagedijk 440-432	Kringloopwinkel
Kringloopwinkel Keigoed	Keileweg 65a	Kringloopwinkel
Kringloopwinkel Marian Werner	Evenaar 8	Kringloopwinkel
Leger des Heils Kledingwinkel Rotterdam	Kooikerweg 12	Kledingwinkel
LETS Rotterdam Schiebroek	Asserweg 413	Ruilwinkel
Nieuwe Hoop Kringloop Rotterdam	Oudedijk 94	Kringloopwinkel
No47	Mathenesserweg 47	Kringloopwinkel
Opnieuw & Co Rotterdam	Koperstraat 31	Kringloopwinkel
Het Goed Centrum	Mariniersweg 255	Kringloopwinkel
Het Goed Charlois	Wolphaertsbocht 246	Kringloopwinkel
Het Goed Hoogvliet	Middenbaan Noord 218	Kringloopwinkel
Het Goed Prins Alexander	Aluminiumstraat 6	Kringloopwinkel
Pluspunt Noord	Noorderhavenkade 142	Kringloopwinkel
Pluspunt West	Samuel Mullerplein 17c	Kringloopwinkel
ReShare Store Rotterdam	Zwart Janstraat 33	Kledingwinkel
Robin Hood	Boergoensestraat 17b	Kringloopwinkel
Schroeder Kringloopwinkel	Paul Krügerstraat 96	Kringloopwinkel
Stichting Heyse Bazar	Heysekade 4	Ruilwinkel
Stichting Remar Hollanda - Oostkousdijk	Oostkousdijk 25	Kringloopwinkel
Stichting Remar Hollanda - Zaagmolendrift	Zaagmolendrift 32	Kringloopwinkel
Swapshop010	Westewagenstraat 80	Kledingwinkel
't Snuffelhoekje Manos	Deensestraat 61a	Kringloopwinkel



Naam	Adres	Soort
't Snuffelhoekje Minos	Engelsestraat 135	Kringloopwinkel
ZOT Rotterdam	Bergweg 256a	Kledingwinkel
Kledingbank Rotterdam	Oostkousdijk 13c	Kledingwinkel
Stichting Kledingbank Rotterdam Zuid	Oude Watering 324	Kledingwinkel
Plaatboef	Nieuwe Binnenweg 81a	Platenzaak
Speelgoedbank Rotterdam	Batavierenstraat 15	Speelgoedwinkel
Kledingbank Om de Hoek	Prins Hendrikstraat 260	Kledingwinkel
Sallies Boothiek	Hillevliet 139	Kledingwinkel



E Marktontwikkelingen

In Hoofdstuk 7 hebben we gezien dat er een groot potentieel is om tweedehandshandel te versterken en dat dit ook een groot milieueffect kan hebben. Dan is natuurlijk wel de vraag wat er denkbaar is om deze toename mogelijk te maken.

E.1 Bestaande trends in tweedehands

De tweedehandsspullenmarkt kent verschillende ontwikkelingen die nu nog wat langs elkaar heen gaan. We constateren daarin vijf ontwikkelingen:

1. Steeds verdere groei van online tweedehandshandel

Op Marktplaats.nl werden in 2019 350.000 advertenties per dag geplaatst. Er worden nu 47% meer advertenties geplaatst dan 2012. Kopen en verkopen via online platforms wordt steeds gangbaarder. Ook socialemediaplatforms als Facebook.nl hebben mogelijkheden om tweedehandsgoederen aan te bieden.

En daarnaast maakt ook Vinted, dat zich richt op kleding, een grote groei door. Sinds maart 2020 (coronaperiode) is het aantal advertenties op Marktplaats ook gegroeid (AD, 2020). Daarnaast zijn er nieuwe initiatieven, ook in Rotterdam. Doordat fysieke kledingruilfeestjes niet meer kunnen, zijn er in meerdere steden kledingruilkettingen opgezet. Bij deze kettingen worden tassen vol kleding van persoon naar persoon doorgegeven. In Rotterdam is een ketting voor grote maten (Trouw, 2021).

2. Een opleving van de fysieke kringloopwinkel met ook media-aandacht

Er blijkt meer media-aandacht te gaan naar de fysieke kringloopwinkels. Frank en Rogier kopen bijvoorbeeld elke week in bij kringloopwinkels, wat eerst op SBS6 werd uitgezonden, maar nu op RTL4, en eerder zond de VPRO twee series uit van 'Het succes van de kringloopwinkel'. Zo was er van 3 t/m 9 oktober 2020 de Nationale Kringloopweek. In verband met de pandemische situatie was deze week vooral online aanwezig.

3. Het concept van circulaire ambachtscentra, waarbij milieustraten samenwerken met kringloopwinkels

Circulaire ambachtscentra maken deel uit van het uitvoeringsprogramma Circulaire Economie 2019-2023. Rijkswaterstaat ondersteunt gemeenten met het ontwikkelen van deze ambachtscentra, waarbij een combinatie wordt gemaakt van een milieustraat, kringloopwinkel, repaircafé en een ambachtswerkplaats.

Ook de gemeente Rotterdam is hier actief mee bezig. Zo is er onlangs een onderzoek gedaan naar de zogenoemde 'Upcycle Mall'; een circulaire hotspot om meer hergebruik en recycling van materialen te stimuleren. Copper8 en Excess Materials Exchange concluderen hierin dat deze Upcycle Mall mooie kansen biedt, maar dat er ook nog haken en ogen aanzitten. De belangrijkste conclusies zijn dat:

- voorscheiding erg belangrijk is;
- ondernemers zich graag op een aantrekkelijke circulaire plek zouden vestigen;
- er door de verschillende functies juridische uitdagingen zijn voor de gemeente;
- het lastig economisch rendabel te krijgen is;
- het van belang is dat het een concept is wat in de toekomst aanpasbaar is.

4. De verkoop van tweedehands/refurbished producten in traditionele retail

H&M kondigde een jaar geleden aan dat zij binnen een pilot tweedehandskleding ging verkopen in de winkels van hun dochterlabel '‡ Other Stories'. Ook is te zien dat webwinkels zoals Zalando en Coolblue retourzendingen met korting aanbieden via hun eigen platform.

5. Een herwaardering van de reparatiesector (schoenen, fietsen, kleding) bij beleids-makers

Ook de reparatiesector heeft de potentie om te zorgen voor levensduurverlenging van producten.



F Winkelcentra circulairder maken

Bij met name de optie ‘winkelcentra circulairder maken’ kwam de vraag op of dit wel kan (veel vastgoed in handen van particulieren) en of andere gemeenten hier ook al mee bezig zijn. In deze bijlage staan een aantal links naar initiatieven bij andere gemeenten, vooral ook ter inspiratie. Daarbij valt op dat veel andere gemeenten ook zoekende zijn.

Hier vindt u een overzicht van de ambities en aanpak van circulaire economie in coalitieakkoorden 2018-2022 door het hele land: www.startcirculair.nl/wp-content/uploads/2018/12/Ambities-en-aanpak-CE-gemeenten-rapport-2.pdf

- Amersfoort wil een upgrade naar een retourboulevard;
- Hilversum wil inzamelpunten voor afval en producten in alle winkelcentra.

Amsterdam stimuleert het opzetten van bedrijveninvesteringszones (BIZ) waarin bedrijven onder andere in winkelcentra samenwerken en gesprekspartner zijn voor de gemeente over sociaal en duurzaam beleid. www.amsterdam.nl/bestuur-organisatie/volg-beleid/economie/ondernemen/

In het circulaire economieprogramma www.kansenvoorwest2.nl/files/strategie-amsterdam-circulair-2020-2025.pdf wordt er gesproken over winkelgebiedsmanagers die ook de taak hebben om hoogwaardig hergebruik van afval te stimuleren. Ook is er het plan om ‘circulaire winkelcentra’ op te zetten. Ook is het de bedoeling dat deelinitiatieven gaan werken vanuit buurthuizen en winkels. Daarbij is het doel dat circulaire winkels even makkelijk bereikbaar worden als winkels met nieuwe producten.

De gemeente Amersfoort wil aan de slag met een retourboulevard en vraagt bedrijven contact op te nemen. Zie www.amersfoort.nl/circulaire-economie.

Urbanos voerde in 2013 een pilot uit voor een circulair winkelcentrum in Arnhem www.urbanos.nl/portfolio-items/methodologie-en-pilot-voor-duurzaam-winkelcentrum/.

En Maxis Muiden van Blue Rev is een interessant voorbeeld van een vastgoedbedrijf dat zich profileert met een circulair winkelcentrum www.blue-buildings.nl/case/maxis-muiden-al-shoppend-naar-een-paris-proof-en-circulair-winkelcentrum. Nu is dit nog sterk gebaseerd op energie en de gebouwen, maar heel logisch is ook de stap naar wat er in de winkel gebeurt.

Bedrijven hebben vaak ook zelf circulaire doelen. IKEA noemt hier bijvoorbeeld www.ikea.com/nl/nl/this-is-ikea/sustainable-everyday/ dat zij in 2030 volledig circulair zou willen zijn. Hier zou tweedehands ook goed bij kunnen horen. De vestiging in Barendrecht, die zich richt op Rotterdam en omgeving, zou hiervoor benaderd kunnen worden.

