

Zoek jouw melkboer 2.0

22-03-2019 12:08



Door Bart Brüggewirth

Founding partner van marketingbureau b-open en auteur van Sterke merken, betere wereld

Minder verspilling, een langere levensduur, hergebruik, delen, producten als dienst: de circulaire economie zit in een stroomversnelling. Maar we staan pas aan het begin. Volgens het Planbureau voor de Leefomgeving telt ons land weliswaar 85 duizend circulaire initiatieven, maar dat betreft vooral al langer bestaande bedrijven zoals schoenmakers of fietsenmakers. Slechts vijftienhonderd initiatieven betreffen innovaties. Dat zijn met name nieuwe technieken voor recycling. Voor substantiële besparingen van grondstoffen zijn echter nieuwe productontwerpen of baanbrekende businessmodellen nodig.

Uitdagingen

Retail vervult daarbij een spilfunctie. Maar het is een hobbelige weg met veel uitdagingen. Ketens moeten opnieuw ingericht worden, waarbij er voor iedere partij een verdienmodel moet zijn. Nieuwe logistieke systemen mogen niet meer negatieve milieu-impact hebben dan het hergebruik van producten oplevert. Bij as-a-service-businessmodellen dient er fors voorgefinancierd te worden, terwijl inkomsten pas later binnenkomen.

Instock

Tóch zijn er boeiende retailinitiatieven, die de hobbels overwinnen. Bundles biedt fabrikanten een platform voor circulaire proposities, zoals was- en koffieabonnements. Auping haalt niet alleen oude matrassen op, maar introduceerde onlangs het eerste volledig circulaire exemplaar. Instock gaat, na drie jaar onder de vlag van Albert Heijn, zelfstandig verder om voedselverspilling met nog meer partijen terug te dringen. Jumbo-klienten kunnen sinds kort via de app Too good to go tegen prikkie eten in een 'magic box' bestellen, zodat het

niet verspild wordt. IKEA start in Amsterdam een pilot om meubels te verhuren aan een woningcorporatie.

Afvalvrij webwinkelplatform

Een spannend, disruptief businessmodel komt van Terracycle, dat tijdens het World Economic Forum aankondigde te starten met Loop, het eerste afvalvrije webwinkelplatform ter wereld. Het werkt samen met onder andere Unilever, P&G en Nestlé, die voor hun merken duurzame verpakkingen leveren die wel honderd keer kunnen mee gaan. De klant stuurt de lege verpakking terug met Loop om hem na te laten vullen. Een soort melkboer 2.0.

Dergelijke innovaties bieden nieuwe shoppingexperiences en gemak. Je creëert kansen om klanten langdurig aan je te binden en ontzorgt hen met een uitgebreider dienstenpakket. Wat ook nog eens extra marge oplevert. Bovendien kun je er nieuwe klantgroepen mee aanspreken, die voorheen werden afgeschrikt door de aanschafprijs en nu laagdrempelig kunnen instappen. Wat wordt jouw melkboer 2.0?

Bron: [RetailTrends 3](#)

Bart Brüggewirth