



Hoe komen bedrijven in de meubelsector aan informatie over stimulerend circulair beleid en wat hebben zij nodig om dit te implementeren?

Pilotstudie behoeftepeiling

Rapport

24 december 2024



Ministerie van Infrastructuur
en Waterstaat

FFact

strategy &
implementation

1 Inleiding en doel	<u>3</u>
2 Aanpak en methode	<u>6</u>
3 Behoeftepeiling	<u>8</u>
4 Vergelijking met de textielsector en aanbevelingen	<u>16</u>

1 Inleiding en doel



FFact

strategy &
implementation



1 Inleiding

Het programma *Circulair Doen* heeft als doel dat circulaire keuzes voor inwoners van Nederland makkelijker, logischer en eerlijker zijn. Dat betekent dat de fysieke, sociale en economische omgeving zo ingericht is dat het circulair gedrag uitlokt. Daarmee draagt het programma *Circulair Doen* bij aan de transitie naar een volledig circulaire economie in 2050.

Dit onderzoek valt onder lijn 3 van het programma *Circulair Doen*. Deze lijn is gericht op intermediairs, zoals bedrijven en medeoverheden. Het doel van lijn 3 is dat deze intermediairs die betrokken zijn bij de productgroepen meubels, textiel en elektronische apparaten, gebruik maken van de beleidsmaatregelen en instrumenten die bijdragen aan het makkelijk, logisch en eerlijk maken van de circulaire gedragingen. De kennis hierover wordt ontwikkeld in de lijnen 1 en 2. Het is belangrijk dat intermediairs weten dat deze kennis beschikbaar is, dat zij gemotiveerd zijn om hier mee aan de slag te gaan en dat ze de middelen hebben om deze kennis toe te passen in hun dagelijks werk, waarbij ze circulaire gedragingen van consumenten beïnvloeden.

Het ministerie van Infrastructuur en Waterstaat (IenW) wil in kaart brengen hoe bedrijven in de benoemde sectoren het Europees en

nationaal beleid op het gebied van circulaire economie implementeren. Denk bijvoorbeeld aan (toekomstige) wettelijke eisen zoals opgenomen in de EU-richtlijn over het recht op reparatie, maar ook aan nationaal (stimulerend) beleid, zoals in het *Nationaal Programma Circulaire Economie* (NPCE).

Doel van het onderzoek:

Bepalen waar de behoeften van brancheorganisaties en bedrijven in de meubelsector liggen op het gebied van de informatie over en de inhoud van stimulerende maatregelen.

1.1 Pilotstudie naar behoeften in de meubelsector

Dit onderzoek sluit nauw aan bij het onderzoek dat wij in opdracht van het ministerie van IenW uitvoerden binnen de textielsector¹. In dat onderzoek voerden wij een stakeholderanalyse en behoeftepeiling uit bij bedrijven en brancheorganisaties in de textielsector. Het onderzoek richtte zich op het implementeren van Europese en nationale stimulerende maatregelen op het gebied van de circulaire economie. Naar aanleiding van dit onderzoek is behoefte ontstaan bij het ministerie van IenW om een dergelijk onderzoek ook uit te voeren in andere sectoren waar het programma *Circulair Doen* zich op zal richten. In dit geval de meubelsector.

Het huidige onderzoek betreft een *pilotstudie* naar de behoeften van de meubelsector, wanneer het aankomt op het informeren over en implementeren van stimulerend circulair beleid. Het betreft slechts een kleine steekproef en moet een indicatie geven waar de verschillen en overeenkomsten zitten met de behoeften binnen de textielsector. Hiervoor hebben wij in totaal vijf interviews uitgevoerd met brancheorganisaties en bedrijven in de meubelsector.

Daarbij zijn de onderzoeksvragen:

1. Hoe deze sector zich informeert over nieuw (stimulerend) beleid (bijv. welke informatiekkanalen gebruiken ze);
2. Hoe wordt dit beleid vervolgens geïmplementeerd in het bedrijf;
3. Welke barrières bedrijven ervaren bij het uitvoeren van beleid, en wat zij nodig hebben van de Nederlandse overheid (en eventueel andere stakeholders) om dit proces te verbeteren.

De uitkomsten van deze behoeftepeiling kunnen handvatten bieden voor het programma *Circulair Doen* om de bedrijven in de meubelsector te ondersteunen in het doorvoeren van maatregelen gericht op circulair gedrag. Omdat het om een kleine *pilotstudie* gaat, moeten de uitkomsten van het onderzoek voorzichtig worden geïnterpreteerd. Daar waar er sterke overeenkomsten bestaan met andere sectoren, kan de informatie uit dit onderzoek worden gebruikt om de maatregelen voor de meubelsector in het programma *Circulair Doen* verder vorm te geven. Wanneer er echter sprake is van een verschil met andere sectoren, is het raadzaam om hier eerst verdiepend onderzoek naar uit te voeren.

¹ Hoe komen bedrijven in de textielsector aan informatie over stimulerend circulair beleid en wat hebben zij nodig om dit te implementeren? – FFact, 2024



2 Aanpak en methode

FFact

strategy &
implementation

2 Aanpak en methode

Het doel van dit onderzoek is om inzicht te krijgen in hoe bedrijven in de meubelsector informatie ontvangen over stimulerend beleid en welke behoeften en obstakels zij ervaren bij de implementatie van circulaire maatregelen. Om dit te bereiken, hebben we een verkenning van de meubelsector uitgevoerd, gevolgd door een behoeftepeiling bestaande uit interviews. Voor de aanpak sloten we nauw aan bij de methode die gehanteerd is tijdens het eerdere onderzoek in de textielsector (zie [pagina 5](#)).

2.1 Sectorverkenning

Tijdens de sectorverkenning stelden we de meest relevante brancheorganisaties vast. Voor dit onderzoek ging het om de koninklijke CBM, INretail en Thuiswinkel.org. Omdat INretail en Thuiswinkel.org ook in het kader van het textielonderzoek al zijn geïnterviewd hebben we ervoor gekozen tijdens dit onderzoek te spreken met CBM. Naar aanleiding van de gesprekken met de brancheorganisaties is er een overzicht gemaakt van de belangrijkste stakeholders die een rol spelen bij het informeren, inspireren en ondersteunen van brancheorganisatie en bedrijven in de meubelsector bij het implementeren van nieuw stimulerend beleid. Dit overzicht is tijdens de interviews met de bedrijven verder getoetst. Naar aanleiding van de gesprekken met de brancheorganisaties en in overleg met de opdrachtgever is er een lijst samengesteld met bedrijven om te interviewen. Daarbij hebben we ondanks de kleine steekproef van in totaal vijf interviews zo goed mogelijk rekening proberen te houden met de diversiteit in de sector. We selecteerde een kleinere en grotere meubelbouwer, een online retailer en een retailer met fysieke winkels. Naar aanleiding van de uitkomsten van het onderzoek in de textielsector is ervoor gekozen om bedrijven te selecteren die zich hoofdzakelijk richten op de Nederlandse markt.

2.2 Behoeftepeiling

De interviews waren bedoeld om de behoeften en standpunten van stakeholders inzichtelijk te maken. Hierbij werd het concept-overzicht van de stakeholders uit de verkenning gepresenteerd en werden deelnemers gevraagd naar hun perspectief op de belangrijkste onderzoeksthema's zoals benoemd in [hoofdstuk 1](#). De interviews werden afgenomen aan de hand van een interviewprotocol dat samen met de opdrachtgever is ontwikkeld.

Het interviewprotocol bevatte de volgende hoofdonderwerpen:

1. Hoe komen bedrijven aan informatie over nieuwe stimulerende circulaire maatregelen?
2. Hoe worden stimulerende circulaire maatregelen in de organisatie besproken en geïmplementeerd?
3. Barrières voor deelname aan circulaire maatregelen
4. Motivaties om deel te nemen aan circulaire maatregelen

Voor elk van de onderwerpen werd een reeks verdiepingsvragen opgesteld die de gespreksstructuur borgden en voor diepgang zorgden. De interviews leverden verschillende inzichten op die worden uiteengezet in [hoofdstuk 3](#).



3 Behoeftepeiling

FFact

strategy &
implementation

3 Behoeftepeiling

In dit hoofdstuk worden de resultaten van de interviews met vertegenwoordigers van brancheorganisaties en bedrijven besproken. Er is één interview afgenomen met een brancheorganisatie en vier interviews met bedrijven uit de meubelsector.

De uitkomsten van de interviews worden besproken aan de hand van de volgende onderwerpen:

- (1) De meubelsector: een diverse een veelzijdige sector
- (2) Hoe komen meubelbedrijven aan informatie over stimulerend (circulair) beleid?
- (3) Wat zijn de barrières en behoeften rondom het doorvoeren van stimulerend (circulair) beleid?

De bevindingen in dit hoofdstuk worden beschreven vanuit het perspectief van de geïnterviewde deelnemers. Het reflecteert hun ervaringen en inzichten rondom de bovengenoemde thema's. Het hoofdstuk dient als basis voor verdere analyse en reflectie, maar bevat nog geen interpretaties. Deze volgen in [hoofdstuk 4](#), waar wij onze beschouwingen en aanbevelingen formuleren.



3.1 De meubelsector: een diverse een veelzijdige sector

Het onderzoek naar de meubelsector bracht verschillende belangrijke inzichten naar voren over de huidige stand van zaken en de uitdagingen die bedrijven ervaren rondom circulair beleid. In dit hoofdstuk worden er eerst diverse kenmerken van de sector geschetst, gevolgd door een beschrijving van hoe bedrijven toegang krijgen tot relevante beleidsinformatie. Tot slot worden de barrières en behoeften besproken die bedrijven hebben bij het implementeren van stimulerend circulair beleid.

De meubelsector is een veelzijdige branche waarin diverse spelers actief zijn, van meubelbouwers tot retailers, en van online platforms tot fysieke winkels. De sector kent grote verschillen in bedrijfsmodellen, zoals voorraadbeheersende bedrijven, *dropshippers* en bedrijven die op bestelling produceren. Deze variatie bepaalt in grote mate hoe bedrijven omgaan met duurzaamheid en de uitdagingen die daarbij horen.

Meubelbouwers bestaan grotendeels uit MKB-bedrijven, waarbij de aanpak rondom duurzaamheid sterk varieert:

- **Kleine meubelbouwers:** werken vaak zonder CSR-afdeling en zijn *hands-on* georganiseerd, zoals Label van den Berg, Montis, en Arco.
- **Middelgrote meubelbouwers:** hebben soms een CSR-verantwoordelijke, afhankelijk van de organisatie. Voorbeelden zijn Lande Family, Leolux, en Gelderland.

Retailers laten eveneens een divers beeld zien, met verschillende bedrijfsmodellen:

- **Online *dropshippers*:** zoals VidaXL, Sohome, en AliExpress, die doorgaans geen voorraad aanhouden.
- **Online voorraadhoudende retailers:** zoals FonQ, Flinders, en Otto.
- **Retailers met fysieke winkels (vaak ook met online winkels):**
 - **Voorraadhoudend:** zoals Kwantum, Leen Bakker, IKEA, en Jysk.
 - **Op bestelling / commissie:** met name in het hogere segment, zoals Loods5, Goossens, De Bommel, en Prominent.

De diverse brancheorganisaties, zoals CBM (voor de meubelbouw) en INretail en Thuiswinkel.org (voor de retail), spelen een belangrijke rol in de ondersteuning van bedrijven. De veelkleurigheid maakt de meubelsector uniek, maar vormt ook een uitdaging bij het implementeren van circulaire en duurzame maatregelen. Dit komt omdat de werkprocessen, met name rondom de logistiek, sterk kunnen verschillen. Hierdoor is een maatregel niet altijd voor alle bedrijven even toepasbaar, wat de impact ervan kan doen variëren.



3.2 Hoe komen meubelbedrijven aan informatie over stimulerend (circulair) beleid?

De beschikbaarheid en toegang tot informatie over circulair beleid zijn cruciaal voor de transitie naar een duurzamere meubelsector. In deze sectie wordt ingegaan op hoe bedrijven momenteel samenwerken aan circulariteit, de rol van brancheorganisaties in de informatievoorziening, en de behoefte aan een centrale toegang tot beleidsinformatie voor de sector. Dit biedt waardevolle inzichten in de informatiebehoeften van de sector en hoe deze kunnen worden ingevuld.

3.2.1 De rol van de brancheorganisaties

In de meubelbouw zijn de medewerkers vaak heel *hands-on* bezig met het primaire proces. Er zijn daar nog weinig specifieke verantwoordelijke personen of afdelingen op het gebied van duurzaamheid. In de retail is dat bij de kleinere bedrijven ook niet het geval. Daarom spelen de brancheorganisaties een belangrijke rol in het verspreiden van informatie over nieuw (circulair) beleid. Door de grote diversiteit in de sector zijn er veel verschillende brancheorganisaties waarbij de meubelbedrijven zijn aangesloten. Enkele voorbeelden zijn CBM, Techniek Nederland en Metaalunie voor de meubelbouw, INretail voor de retailers en Thuiswinkel.org voor de online retailers (zie ook het stakeholderoverzicht op [pagina 12](#)). Er is een klein aantal (grote) meubelbedrijven dat de informatievoorzieningen rondom nieuw circulair beleid zelf organiseert.

3.2.2 Events en andere (online) bijeenkomsten

Bedrijven komen samen op events zoals de Dutch Design Week, Orgatec en Salone del Mobile. Daar spreken zij met andere bedrijven, informeel of in kleine groepjes, ook over duurzaamheidsthema's zoals modulair bouwen en reparatie

en hoe dit te organiseren. Ook bij de brancheorganisaties worden (online) bijeenkomsten georganiseerd om met bedrijven binnen de sector over circulariteit te praten. De overheid is hier vaak nog niet bij aanwezig en dit zou wel een waardevolle toevoeging kunnen zijn, omdat er dan direct van de bron toegelicht kan worden wat de impact van een bepaald beleid is. De deelnemers geven aan dat het ook nuttig zou zijn als de overheid zelf dergelijke bijeenkomsten zou organiseren. Daarmee kan er een grotere groep bedrijven bereikt worden. De bedrijven zouden het fijn vinden als er op dergelijke bijeenkomsten een duidelijk overzicht voor de sector wordt gegeven en er concrete handvatten aangereikt worden om met beleid aan de slag te kunnen gaan.

3.2.3 Stakeholderoverzicht

Tijdens de interviews is er een overzicht met de belangrijkste stakeholders bij het verspreiden van informatie over beleid in de meubelsector voorgelegd. Dit overzicht is naar aanleiding van de interviews gereviseerd en verder aangevuld. Het overzicht is weergegeven op [pagina 12](#), waarbij in globale indeling is gemaakt naar type stakeholder. Het overzicht van stakeholders is opgenomen om een eerste indruk te geven welke partijen zich bezig houden met het verspreiden van informatie over circulair beleid. Omdat het een kleine steekproef betreft, doen wij in dit onderzoek geen uitspraken over de mate van invloed die individuele stakeholders hierbij uitoefenen.



Sector	Overheid	Netwerk	Pers / Media	Intermediair	Kennis instelling	Certificering	Andere bedrijven
-- Brancheorganisaties --	Ministerie IenW	Congressen	Landelijke Media	Accountants	DCTV	GRS label	Koplopers
CBM (meubelbouw)	Ministerie EZ	Branche evenementen	Vakbladen	Juridisch adviseur (compliance)	TNO, Fraunhofer (DE), VITO (BE), CNRS (FR), RISE (SE)	FSC	Inspirerende bedrijven in andere sectoren
Inretail (retail)	Rijkswaterstaat	Inkoopbeurzen	Nieuwsbrieven	ESG adviseur	Universiteiten en Hogescholen (bijv. TU Delft en Wageningen Universiteit)	PEFC	
Thuiswinkel (e-com)	Provincie		Websites	Subsidieadviseur		ISO	
Techniek Nederland	Gemeente	--- voorbeelden ---	Sociale Media (met name LinkedIn)	ICT adviseur	Cicular Economy Research Center (CERC)	TUV	
Metaalunie	Circulaire ambachtcentra	Circo Tracks		Marktplaatsen	Het groene brein	Kiwa	
--- Producentenorganisaties ---	KvK	Re-Use Alliance	--- voorbeelden ---	Banken / fondsen	Horizon 2020 projecten	SGS	
Matras Recycling Nederland (NL)	Belastingdienst	Dutch Design Week	Vakblad Meubel				
Ecomaison (FR)	Versnellingshuis CE	Circulaire Economie Festival	De Interieurbouwer				
Valdelia (FR)	RVO (subsidies)	Nationale Conferentie CE	Cobouw				
-- Overige --		MaterialDistrict Rotterdam	Emerce.nl				
VNO/NCW	--- Buitenland ---	De Groene Zaak	Wonen360				
MKB NL	Europese Commissie (EU)	Orgatec (DE)	Duurzaam-ondernemen.nl				
European Furniture Industries Confederation (EFIC) (EU)	OECD (Global)	Salone del Mobile (IT)	Milieu Centraal				
World Furniture Confederation (WFC)	UNEP (VN)	Maison & Objet (FR)	Furniture Today (Global)				
Business and Institutional Furniture Manufacturers Association (BIFMA)	WTO (Global)	WEF – Circular Economy Initiative (Global)	Dezeen (Global)				

3.2.4 Informatievoorziening en ondersteuning vanuit de overheid

Bedrijven geven aan dat het voor hen erg lastig is om relevante informatie over beleid te vinden. Ze hebben behoefte aan een centrale plek waar specifiek voor de meubelsector informatie beschikbaar is. Daarbij is het belangrijk dat deze informatie gefilterd kan worden, zodat bedrijven snel inzicht krijgen in wat voor hen relevant is. Ze benoemen dat er veel verschillende beleidsprogramma's en nieuwe regelgeving aankomen, maar dat het vaak onduidelijk is wat dit precies voor hun bedrijfsvoering betekent. Een duidelijke *roadmap* voor de sector zou hen helpen om overzicht te krijgen en tijdig voorbereidingen te treffen om met deze veranderingen aan de slag te gaan.

Daarnaast ervaren bedrijven dat ze regelmatig vastlopen bij het implementeren van circulaire maatregelen en niet goed weten waar ze terecht kunnen met hun vragen. Ze zouden graag een vast aanspreekpunt of een helpdesk zien waar ze ondersteuning kunnen krijgen. Zo'n helpdesk zou hen kunnen doorverwijzen naar een expert bij meer specifieke vraagstukken.

Verder geven bedrijven aan dat er veel behoefte is aan kennis over circulariteit. Ze missen een centrale plek waar *best practices* en inspirerende *businesscases* worden gedeeld. Deze informatie zou hen helpen om duurzaamheidsmaatregelen binnen hun organisatie beter te onderbouwen en te implementeren. Ze hebben bijvoorbeeld behoefte aan antwoorden op vragen zoals: "Wat levert duurzaamheid mijn bedrijf op? Hoe overtuig ik mijn manager? Hoe informeer ik mijn ketenpartners?"





3.3 Wat zijn de barrières en behoeften rondom het doorvoeren van stimulerend (circulair) beleid?

Hoewel er in de meubelsector groeiende aandacht is voor duurzaamheid, gaven deelnemers aan dat bedrijven nog voor diverse obstakels staan bij het invoeren van circulaire maatregelen. De besproken uitdagingen hebben onder andere betrekking op consumentenvoorkeuren, concurrentiedruk en hoge kosten. Dit heeft ook invloed op het doorvoeren van maatregelen om de levensduur van producten en materialen te vergroten. Ook brengen de huidige en toekomstige regelgeving en stimuleringsmaatregelen mogelijk barrières met zich mee. Tijdens het onderzoek benadrukten de geïnterviewden specifieke behoeften, zoals ondersteuning en duidelijke richtlijnen, om deze barrières te overwinnen.

3.3.1 Consumentenvoorkeuren

Tijdens de gesprekken werd aangegeven dat consumenten over het algemeen weinig expliciete vraag hebben naar duurzame producten en diensten. Daarbij gaven de deelnemers aan dat consumenten soms voorkeur hebben voor duurzame keuzes als deze worden aangeboden, maar alleen als deze qua prijs en kwaliteit minimaal gelijkwaardig zijn aan niet-duurzame alternatieven. Als duurzaamheid extra kosten of concessies vereist, zoals een beperktere kleurkeuze, minder aantrekkelijke ontwerpen of langere levertijden, is het voor veel consumenten geen doorslaggevende factor.

3.3.2 Hoge kosten, concurrentie en de Nederlandse maakindustrie

Verschillende deelnemers benadrukten dat de hoge loonkosten in Nederland, gecombineerd met de concurrentie van goedkope, niet-duurzame producten uit het buitenland, de meubelbouwsector onder grote druk zet. Sommigen vrezen dat deze trend op de lange termijn kan leiden tot het verdwijnen van Nederlandse meubelbouwbedrijven.

Ook werd de opkomst van *fast furniture* als een toenemende uitdaging genoemd. Hoewel deze ontwikkeling in de meubelsector nog niet zo vergevorderd is als in de textielsector, wezen deelnemers erop dat het probleem vergelijkbare bedreigingen met zich meebrengt. Hierbij noemden ze dat de milieu impact van het weggooien van een bank na twee jaar aanzienlijk groter is dan die van een T-shirt dat na een jaar wordt afgedankt.

Verder werd er opgemerkt dat veel meubelbouwers reparatiediensten aanbieden, maar dat deze op dit moment vanwege de hoge materiaal- en arbeidskosten vaak niet aantrekkelijk zijn voor consumenten. Een nieuw product is in veel gevallen bijna net zo duur. Deelnemers merkten op dat nieuwe ontwerpen kunnen worden voorbereid op goedkopere en betere reparaties, bijvoorbeeld door minder lijm en nietjes te gebruiken, maar dat dit bij bestaande producten vaak nog niet het geval is. Bovendien werd benadrukt dat reparatie en reiniging specialistische vakkennis vereisen, welke niet altijd breed beschikbaar zijn. Hierdoor worden er regelmatig fouten gemaakt als een reparatie door een externe bedrijf wordt uitgevoerd.

3.3.3. De levensduur van producten en materialen vergroten

Tijdens de interviews werd duidelijk dat het ontwikkelen van duurzame businessmodellen, zoals de verkoop van tweedehands meubels of andere levensduurverlengende initiatieven, een grote uitdaging is. Verschillende deelnemers gaven aan dat retailers moeite hebben om dergelijke modellen op een goede manier te implementeren. Ze noemden dat er hiervoor gebruik gemaakt moet worden van een platform infrastructuur waarvoor op dit moment nog geen duidelijke businesscase bestaat naast de huidige dienstverlening. Ook zijn er al bestaande initiatieven zoals marktplaatsen en de kringloopwinkels.



Omdat dergelijke initiatieven omvangrijk zijn om te realiseren en geen kernonderdeel zijn van de bedrijfsvoering, blijft de implementatie volgens hen op dit moment beperkt.

Daarnaast werd door deelnemers de vraag gesteld door welke partij bepaalde levensduurverlengende maatregelen het beste kunnen worden uitgevoerd. Zoals eerder aangegeven kunnen de meubelbedrijven verschillende maatregelen treffen bij het ontwerp van producten. Daarentegen worstelen zij met de invulling van reparatiediensten en de verkoop van 2^e hands producten. Volgens sommige deelnemers is het lastig om deze rol in te vullen, vanwege het ontbreken van een sterke consumentenvraag en de hoge arbeidskosten. Daarnaast zijn er andere partijen die al een infrastructuur hebben rondom dergelijke dienstverlening, zoals bijvoorbeeld kringloopwinkels en gemeentelijke reparatiewinkels. De meubelbedrijven gaven aan dat het belangrijk is om te onderzoeken waar deze dienstverlening al wordt aangeboden en dit verder te optimaliseren. Zij lieten tijdens de interviews blijken ervoor open te staan om verder te verkennen hoe zij hierbij kunnen samenwerken, bijvoorbeeld bij het leveren van materialen en kennis over hoe producten hoogwaardig gerepareerd moeten worden. Op dit moment gebeurt dit nog niet op grote schaal. De deelnemers gaven aan dat het mogelijk zou kunnen helpen als de overheid initiatief neemt om de verschillende partijen hierover met elkaar in gesprek te brengen.

Ook bij het recyclen van meubels werden er barrières aangestipt. Deelnemers gaven aan dat er weinig vraag is naar gerecyclede materialen, waardoor verbranding vaak de goedkoopste optie blijft. Ze benadrukten dat financiële prikkels en innovaties in productie- en recyclingprocessen nodig zijn om deze situatie te veranderen. Dit is een complex vraagstuk waarbij veel verschillende stakeholders betrokken zijn. In andere sectoren wordt dit bijvoorbeeld opgepakt

door producentenorganisaties in het kader van UPV-wetgeving

3.3.4 Regelgeving en stimuleringsmaatregelen

Meerdere deelnemers wezen op de komst van nieuwe regelgeving, zoals de CSRD (Corporate Sustainability Reporting Directive) en DPP (Digital Product Passport). Ze gaven aan dat deze wetgeving bedrijven dwingt om hun bedrijfsvoering aan te passen, vooral op het gebied van databeheer en ketensamenwerking. Hoewel zij de noodzaak van deze veranderingen erkenden, benadrukten zij ook dat veel bedrijven zich onvoldoende voorbereid voelen. Hierbij werd vooral de behoefte aan ondersteuning in de vorm van kennis, middelen en personeel genoemd.

Een specifiek punt dat werd benoemd, was de uitdaging rondom het verzamelen van data binnen de keten. Deelnemers gaven aan dat bedrijven hier nog weinig ervaring mee hebben. Ze suggereerden dat de overheid kan helpen door gestandaardiseerde tools, databanken en trainingen aan te bieden. Daarnaast werd opgemerkt dat subsidies vaak onbekend zijn in de sector, en dat betere voorlichting hierover bedrijven kan ondersteunen bij circulaire initiatieven. Nu worden zij hiervoor wel benaderd door subsidieadviseurs die hen bijvoorbeeld wijzen op een subsidie zoals de WBSO-regeling (Wet Bevordering Speur- en Ontwikkelingswerk).

Ten slotte merkten verschillende deelnemers op dat bedrijven behoefte hebben aan duidelijke richtlijnen en criteria voor duurzaamheid. Ze gaven aan dat het momenteel niet altijd duidelijk is wat als duurzaam wordt beschouwd, bijvoorbeeld bij de keuze van materialen, productiemethoden of logistieke processen. De angst om beschuldigd te worden van *greenwashing* remt volgens hen de bedrijven af om sterker in te zetten op duurzaamheid. Hierin zagen zij een belangrijke rol weggelegd voor de overheid, die regie zou kunnen voeren en heldere kaders kan stellen.

4 Aanbevelingen



FFact

strategy &
implementation

4 Conclusies en aanbevelingen

In dit hoofdstuk worden de belangrijkste inzichten samengevat die voortkwamen uit het *pilotonderzoek* naar de behoeften van brancheorganisaties en bedrijven in de meubelsector. Veel van de aanbevelingen sluiten direct aan bij de resultaten uit het uitgebreidere onderzoek binnen de textielsector. We hebben ervoor gekozen om deze aanbevelingen in dit rapport nogmaals kort te benoemen, aangevuld met voorbeelden uit de meubelsector.

Het beleidsprogramma *Circulair Doen* heeft als doel om circulaire keuzes onder consumenten in Nederland te stimuleren. Dit wordt nagestreefd door een omgeving te creëren waarin circulair gedrag makkelijk, logisch en eerlijk is. Bedrijven in de meubelsector kunnen hierin een belangrijke rol spelen door bij te dragen aan het faciliteren van zo'n omgeving. De aanbevelingen in dit hoofdstuk zijn erop gericht om het programma beter te laten aansluiten op de behoeften en uitdagingen van bedrijven en brancheorganisaties in de meubelsector, en daarmee de overgang naar een circulaire economie te versnellen.

De conclusies en aanbevelingen in dit hoofdstuk richten zich op vijf kernthema's die cruciaal zijn voor het bevorderen van circulariteit in de sector:

1. Consumentengedrag
2. Samenwerken aan circulariteit in de meubelsector
3. Verbeterde en gecentraliseerde informatievoorziening
4. Circulaire verdienmodellen en een gelijk speelveld
5. Data en ICT als fundament voor duurzaamheidstransities

Tot slot worden ook enkele verschillen tussen de meubelsector en de textielsector toegelicht. Het is daarbij belangrijk te benadrukken dat deze behoeftepeiling in de meubelsector is gebaseerd op een zeer kleine steekproef. Op sommige punten kan daarom verdere opvolging of verdieping wenselijk zijn.



4.1 Consumentengedrag

4.1.1 Versterk de consumentenvraag naar circulaire producten

Een van de grootste uitdagingen voor bedrijven is het verschil tussen wat consumenten zeggen te willen en hoe zij daadwerkelijk handelen. Veel consumenten geven aan dat duurzaamheid een belangrijke factor is in hun aankoopbeslissingen. In de praktijk blijkt echter dat andere factoren, zoals prijs, esthetiek en gemak, vaak zwaarder wegen. Bij het uitzoeken van een stof voor een bank of stoel wordt er bijvoorbeeld nauwelijks door de consument gevraagd welke stoffen het meest duurzaam zijn. Dit is op dit moment dus geen doorslaggevende factor bij de aankoopbeslissing.

Het gebrek aan een vraag naar duurzame producten (of diensten) ontmoedigt bedrijven om grote stappen te zetten richting circulaire bedrijfsvoering, omdat de kosten van deze innovaties vaak hoog zijn en leiden tot margeverlies. Er zijn verschillende strategieën die het ministerie van IenW kan toepassen om bij te dragen aan een gedragsverandering bij consumenten. De eerste stap is om consumenten beter te informeren over duurzaam gedrag, bijvoorbeeld via een campagne. Daarna(ast) zou het ministerie specifieke prikkels kunnen introduceren aan consumenten om hen aan te zetten tot duurzame acties.

4.1.2 Publiekscampagnes voor bewustwording

Het gericht informeren en prikkelen van consumenten kan ertoe leiden dat zij meer behoefte hebben aan circulaire producten en diensten. De meubelbedrijven in dit onderzoek geven aan dat dit een belangrijke drijfveer voor hen is om meer circulaire maatregelen te nemen.

Het ministerie van IenW zou de kennis van consumenten actief kunnen vergroten. Dit kan bijvoorbeeld bereikt worden door voorlichtingscampagnes te

initieëren. Het doel daarbij is dat er bij consumenten meer bewustwording ontstaat over de waarde van (afgedankte) meubels. Wanneer consumenten zich bewust worden dat zij bij de aankoop, het gebruik en de afdanking van meubels invloed hebben op circulariteit ontstaat een fundament voor gedragsverandering.

4.1.3 Consumentengedrag bijsturen

Naast voorlichting is het voor het ministerie van IenW ook mogelijk om consumenten met prikkels aan te zetten tot wenselijk gedrag (*nudging*). Dit kun je doen door consumenten gerichte prikkels aan te bieden waarmee duurzame producten en diensten, zoals reparaties of tweedehands aankopen, aantrekkelijker worden gemaakt.

De waarde van oude meubels

Een effectieve manier om consumenten de waarde van oude meubels in te laten zien, is door het introduceren van een "*oud voor nieuw*"-regeling, vergelijkbaar met wat al gebruikelijk is bij elektronica. Bij de levering van nieuwe meubels kan de leverancier de oude meubels meenemen. Dit benadrukt dat oude meubels nog steeds waardevol zijn. Sommige meubelbedrijven bieden deze service al aan.

Het probleem is echter dat er momenteel nog weinig geschikte bestemmingen zijn voor oude meubels. Het merendeel belandt in het tweedehands circuit, vaak in het buitenland. Andere opties, zoals materiaalhergebruik of recycling, zijn duurder dan vernietiging. Dit komt doordat demontage veel arbeid vergt en de vrijgekomen materialen vaak niet geschikt zijn voor nieuwe producten.



Als consumenten horen dat opgehaalde meubels uiteindelijk vernietigd worden, kan dit hun motivatie juist ondermijnen. Het is daarom belangrijk eerst te investeren in innovaties voor meubelrecycling en materiaalhergebruik of financiële prikkels in te zetten om deze opties aantrekkelijker te maken.

Maak reparatie goedkoper

Een andere mogelijkheid die het ministerie van IenW kan overwegen, is het aantrekkelijker maken van reparatiediensten door de kosten te verlagen. Uit de interviews blijkt dat hoge arbeidskosten een hoofdoorzaak zijn waarom een meubelreparatie vaak bijna net zo duur is als het aanschaffen van een nieuw product. Dit maakt het voor consumenten vanzelfsprekend om voor een nieuw product te kiezen.

Door reparatiediensten goedkoper te maken, wordt repareren een aantrekkelijker alternatief. Een voorbeeld hiervan is het verlagen van de btw op reparatiediensten, zoals dit ook in andere sectoren (bijvoorbeeld bij kleding en fietsen) is toegepast. Een vergelijkbare financiële prikkel kan ook worden ingezet voor hoogwaardige tweedehands meubels, om zo hergebruik verder te stimuleren.

Schep duidelijkheid over wat duurzame producten zijn

Het is essentieel om consumenten duidelijkheid te geven over welke producten duurzaam zijn en welke niet. Bedrijven willen graag duurzaamheidsclaims maken, maar vrezen beschuldigingen van *greenwashing*. Dit belemmert hen eerder dan dat het hen stimuleert om stappen te zetten richting meer circulariteit.

Het ministerie van IenW kan een belangrijke rol spelen door richtlijnen op te stellen die helder definiëren wat duurzame producten zijn. Een keurmerk kan hierbij helpen, maar het landschap van keurmerken is momenteel zo versnipperd dat het voor bedrijven moeilijk is om te bepalen wat echt duurzaam is. Moet

duurzaamheid worden afgemeten aan het gebruik van gerecyclede materialen? Of aan de toepassing van duurzame grondstoffen, lokale productie, een lange levensduur, of slim ontwerp dat hergebruik en reparatie vergemakkelijkt? Door hierover duidelijkheid te scheppen, kunnen bedrijven en consumenten gericht bijdragen aan een circulaire economie.

Laat de keerzijde van de 24-uurs economie zien

Consumenten zijn gewend geraakt aan de snelheid van een 24-uurs economie, waarin producten die vandaag worden besteld, morgen al in huis zijn. Om aan deze verwachting te voldoen, houden bedrijven vaak grote voorraden aan. Dit brengt echter een keerzijde met zich mee: overvloedige voorraden die, bij tegenvallende verkopen, vaak worden vernietigd.

Voorraadvernietiging, zeker van nieuwe producten, behoort tot de minst circulaire praktijken binnen een bedrijf. Dit probleem werd bijvoorbeeld zichtbaar tijdens de coronapandemie, toen teruglopende verkopen leidden tot het vernietigen van grote hoeveelheden niet verkochte en ongebruikte meubels.

Om gedrag te veranderen, is het belangrijk consumenten bewust te maken van hun rol in deze keten. Door hen te laten zien welke impact de vraag naar snelle levering heeft, kan de voorkeur verschuiven naar duurzamere alternatieven, zoals producten die op bestelling worden geproduceerd. Dit zou niet alleen verspilling verminderen, maar ook bijdragen aan een meer circulaire economie.

Een deel van de meubelbedrijven produceert op dit moment al hoofdzakelijk op bestelling. Het ministerie zou samen met deze bedrijven kunnen verkennen hoe de impact hiervan op duurzaamheid breder naar de consument kan worden gecommuniceerd.



4.2 Samenwerken aan circulariteit in de meubelsector

De mate van implementatie van stimulerende circulaire maatregelen varieert sterk tussen bedrijven, afhankelijk van hun grootte, structuur en internationale context. Brancheorganisaties spelen een belangrijke ondersteunende rol om de kloof tussen beleid en bedrijfsvoering te overbruggen en bedrijven bij elkaar te brengen. Er is ruimte om dit proces te verbeteren en verder uit te bouwen, bijvoorbeeld door middel van een nauwere samenwerking tussen de overheid en de brancheorganisaties en door samenwerking bij sectorspecifieke tools. Daarnaast is er ruimte om de samenwerking tussen bedrijven onderling verder te stimuleren.

4.2.1 Stel een vaste sectorvertegenwoordiger aan als eerste aanspreekpunt

Brancheorganisaties geven aan dat het wenselijk is dat er een vaste sectorvertegenwoordiger is vanuit de overheid die goed is ingelezen en weet wat er in de sector speelt. Daarnaast zou deze vertegenwoordiger een goed overzicht moeten hebben van alle beleidsmaatregelen die relevant zijn voor de sector of dat in de toekomst worden. Met deze vertegenwoordiger heeft de sector een aanspreekpunt voor vragen rondom stimuleringsmaatregelen en ander relevant beleid. Hierdoor wordt de communicatie verder gestroomlijnd en kunnen de brancheorganisaties en bedrijven sneller de juiste informatie en ondersteuning krijgen. Ook de andere kant op kan het waardevol zijn. Door de lijnen met de brancheorganisaties te verkorten, kan de dag-tot-dag realiteit van de bedrijven in de sector eerder worden meegenomen bij het tot stand komen van nieuw beleid. De deelnemende brancheorganisatie heeft tijdens dit onderzoek aangegeven dat zij open staan voor een nauwere samenwerking.

4.2.2 Versterk de samenwerking met brancheorganisaties

Het ministerie van IenW kan de brancheorganisaties ook praktisch ondersteunen bij communicatie en implementaties. Door intensiever samen te werken wordt de impact van de dienstverlening van de brancheorganisaties, rondom de ondersteuning bij de implementatie van circulaire maatregelen, vergroot. Dit kan bijvoorbeeld door samenwerking bij bijeenkomsten, trainingen of tools waarmee zij bedrijven beter kunnen adviseren en informeren.

Een sprekend voorbeeld is de duurzaamheidscertificering van Thuiswinkel.org. Deze hebben zij ontwikkeld met een comité van deskundigen bestaande uit milieuorganisaties, specialisten uit de wetenschap en het bedrijfsleven. Het biedt bedrijven houvast om op structurele wijze aan verduurzaming te werken. Thuiswinkel.org adviseert daarbij hoe de bedrijven concrete stappen kunnen ondernemen om veranderingen door te voeren. Het zou echter een grote toegevoegde waarde hebben wanneer het ministerie van IenW participeert in dit soort initiatieven. Het ministerie kan controleren of er voldoende diepgang in de maatregelen zit en of deze aansluiten bij actuele wet en regelgeving. Daarnaast kan er direct een link worden gemaakt met lopende stimuleringsmaatregelen die het proces naar meer circulariteit verder faciliteren.

4.2.3 Faciliteer samenwerking en kennisdeling tussen bedrijven

Bedrijven kunnen veel leren van elkaar, maar vaak ontbreekt de structuur om kennis en ervaringen uit te wisselen. Bovendien kan het verschil in voortgang tussen koplopers en volgers de samenwerking bemoeilijken. Het is belangrijk om de samenwerking tussen bedrijven te faciliteren, zodat de gedeelde kennis breder beschikbaar wordt.

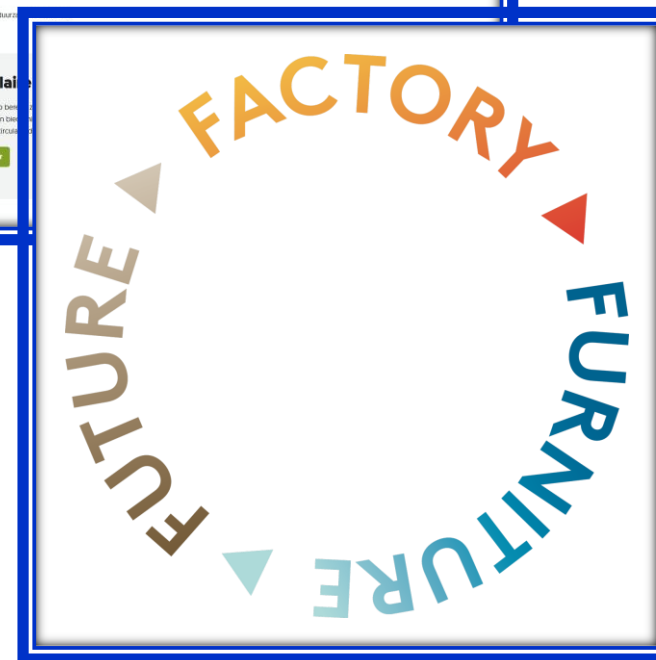
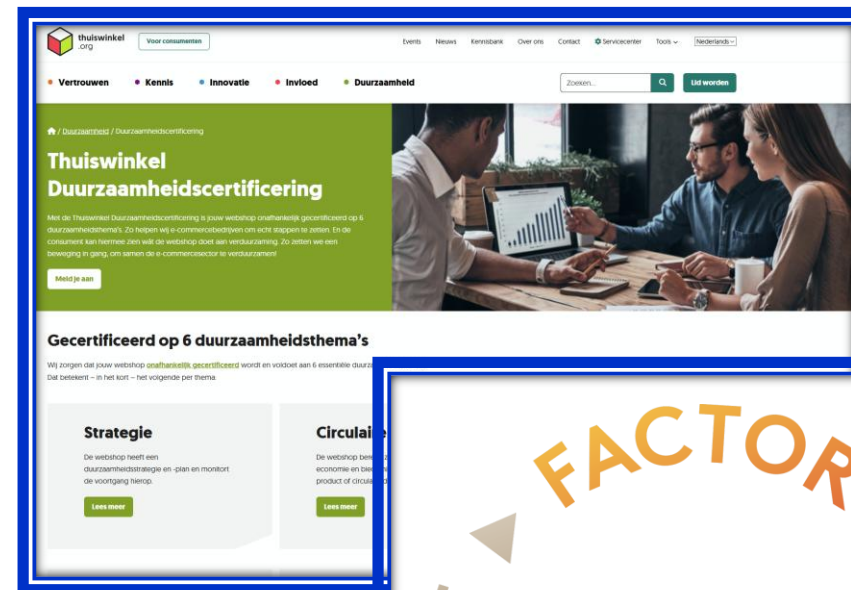


Het ministerie van IenW zou de sectorale en regionale samenwerking tussen bedrijven kunnen stimuleren, zodat zij gezamenlijk circulaire oplossingen kunnen ontwikkelen. Een voorbeeld van een sectorale samenwerking is het collectief *Future > Factory > Furniture* bestaande uit zeven Nederlandse meubelmerken en de brancheorganisatie CBM. Zij hebben het doel om samen de transitie te maken naar een circulaire keten van duurzame producten. Daarmee willen zij tegenwicht bieden aan goedkope, niet-duurzame interieurproducten die de markt steeds verder overnemen, én bijdragen aan het behouden van de ambachtskunst, kennis, werkgelegenheid, trots en kwaliteit waar de iconische Nederlandse interieurbranche om bekendstaat. Recentelijk heeft dit collectief bijvoorbeeld aandacht gegeven aan een Nederlands initiatief om hoogwaardige industriële textielproducten te maken van gerecyclede materialen. Ook denken zij samen na over implementatie van het *Digital Product Passport*.

Deze samenwerking laat zien dat bedrijven binnen de sector het vermogen hebben om zelf circulaire initiatieven te organiseren. Waar het ministerie van IenW bij zou kunnen faciliteren is het samenbrengen van koploperbedrijven voor nieuwe samenwerkingsverbanden. Daarbij kunnen zij samenwerken met de brancheorganisaties, die veel ervaring hebben met het samenbrengen van kennis en organisaties in de sector. Maar ook het stimuleren van samenwerking met lokale overheden en circulaire ambacht centra is kansrijk. Er zijn veel kansen voor kruisbestuiving. Meubelbedrijven zouden bijvoorbeeld materialen kunnen leveren en kennis over hoe hun producten op hoogwaardige manier gerepareerd kunnen worden. Het ministerie zou hierbij een katalysator kunnen zijn door de verschillende partijen met elkaar in contact te brengen.

Een belangrijk voordeel van samenwerkingen zoals collectieven en *green deals* is dat bedrijven die minder ver zijn in hun duurzaamheidstransitie kunnen profiteren van de ervaringen van koplopers. Wel is het belangrijk dat er ook voor de koplopers incentives zijn om aan dit soort initiatieven bij te dragen. Hierbij kan

gedacht worden aan *exposure* of financiële steun om verder te innoveren.





4.3 Verbeterde en gecentraliseerde informatievoorziening

Een belangrijke bevinding van dit onderzoek is dat bedrijven in de meubelsector vaak kampen met een gefragmenteerde en moeilijk toegankelijke informatievoorziening rondom circulaire (stimulerende) maatregelen. Om dit probleem te verhelpen bevelen we aan een centraal informatieplatform op te richten, gericht op sectorale behoeften. Een dergelijk platform kan bedrijven direct toegang geven tot relevante informatie, maatregelen en tijdlijnen. Daarnaast zou het platform kunnen faciliteren met aanvullende tools en diensten.

4.3.1 Creëer een informatieplatform voor de meubelsector

De deelnemende bedrijven geven aan dat er een sterke behoefte is aan een sectorgericht informatieplatform met filter mogelijkheden. Het ministerie van IenW zou, eventueel in samenwerking met een partner, een centraal digitaal platform voor de sector kunnen creëren dat alle circulaire maatregelen overzichtelijk en *up-to-date* aanbiedt. Door een filter of geleide keuze systeem te integreren kunnen bedrijven eenvoudig nagaan welke maatregelen relevant zijn voor hun specifieke activiteiten en type organisatie. Dit stelt hen in staat om direct en zonder veel zoekwerk een volledig overzicht te verkrijgen van de geldende wet en regelgeving en de beschikbare stimuleringsopties. De mogelijkheid tot het instellen van meldingen bij updates over bepaalde thema's zou daar verder aan bij kunnen dragen. Een dergelijke sectorgerichte informatie hub zou niet alleen de toegankelijkheid verbeteren, maar ook het draagvlak vergroten voor deelname aan nieuwe stimulerende maatregelen in de circulaire economie.

4.3.2 Breng tools en diensten voor de sector samen

Aansluitend zou een dergelijk informatieplatform aanvullend ook tools en diensten kunnen aanbieden of samenwerking vanuit de bedrijven kunnen stimuleren. Daarbij kun je denken aan een helpdesk functie waarbij bedrijven advies kunnen inwinnen bij een adviseur van (of gefaciliteerd door) de overheid. Ook kun je denken aan een plaats waar bedrijven zelf kennis en ervaringen kunnen delen, kunnen samenwerken en toegang krijgen tot goede voorbeelden van circulaire bedrijfsvoering.

Een database met *factsheets*, *flowcharts* en *casestudies* over succesvolle circulaire maatregelen in de sector wordt door de deelnemende bedrijven als zeer waardevol gezien. Bijvoorbeeld een succesvolle *businesscase* voor een circulaire transitie in jouw organisatie, een praktische en eenvoudige *factsheet* om toeleveranciers te informeren of een checklist van activiteiten om aan bepaalde regelgeving te kunnen voldoen. Deze voorbeelden kunnen gericht zijn op verschillende doelgroepen, zoals grote en kleine bedrijven, en kunnen zich richten op verschillende onderdelen van de bedrijfsvoering. Wanneer er voldoende ondersteuning wordt geboden bij de totstandkoming van de tools geeft het ook een kans aan koploper bedrijven om op een laagdrempelige manier hun successen via een breed platform te delen.



4.4 Circulaire verdienmodellen en een gelijk speelveld

Hoewel er een duidelijke wil is om duurzamer te opereren, staat dit vaak op gespannen voet met de kortetermijn-focus op winstgevendheid. Veel bedrijven erkennen dat duurzame maatregelen op de lange termijn voordelen kunnen opleveren, maar de initiële investeringen zijn hoog en het duurt vaak lang voordat deze zich uitbetalen. Daarnaast ontbreekt de capaciteit om de bedrijfsvoering rigoureus te herzien. Ook geven bedrijven aan dat ze moeite hebben om de impact van circulaire maatregelen meetbaar te maken. Dit maakt het moeilijk om een *businesscase* te bouwen die op korte termijn aantrekkelijk is.

Naast het maken van een sterkere businesscase voor de meubelbedrijven, zou er vanuit het ministerie van IenW voor levensduur verlengende initiatieven ook gesproken kunnen worden met andere dienstverleners in de meubelsector zoals kringloopwinkels, marktplaatsen, de reparatiesector en gemeenten met circulaire ambachtcentra. Daarnaast is er een groep koploperbedrijven die het aandurft om vanuit hun overtuiging innovaties te doen op het gebied van circulariteit. Het is belangrijk dat het ministerie deze bedrijven daarbij zo goed mogelijk ondersteunt. Ook kan het ministerie van IenW circulaire verdienmodellen stimuleren door een gelijk speelveld voor duurzame bedrijven te creëren.

4.4.1 Stimuleer innovatieve circulaire modellen van koplopers

Voor innovatieve circulaire modellen, zoals product-dienstsysteem (e.g., verhuurmodellen), geldt dat deze vaak hoge opstartkosten met zich meebrengen, terwijl ze op korte termijn niet winstgevend zijn. Er moeten vooraf producten worden geproduceerd of worden aangeschaft en er zijn kosten voor de logistiek en de reparatie en reiniging van de producten. Hierdoor komen deze modellen moeilijk van de grond, ondanks hun potentieel op lange termijn.

Een voorbeeld hiervan is een modulaire bank die een van de deelnemers levert aan Justitiële Jeugdinrichtingen (JJl). Dit product is modulair ontworpen zodat de componenten van deze bank in verschillende situaties kunnen worden inzet (of hergebruikt). Ook maakt dit mogelijk dat onderdelen van de banken kunnen worden vervangen of gerepareerd. Een dergelijk product zou zich ook kunnen lenen voor een verhuurmodel, maar de kosten om zo'n model te implementeren zijn zeer hoog. Dit leidt tot een hoge huurprijs en bij een uitblijvende vraag vanuit consumenten is het zeer risicovol om met een dergelijk systeem te starten.

Een andere manier om meer circulariteit te stimuleren in de meubelsector is door in te zetten op reparatie. Het probleem is dat reparatie van kwaliteitsmeubels erg arbeidsintensief is en Nederlandse bedrijven te maken hebben met hoge arbeidskosten. Dit maakt dat reparatie soms bijna net zo duur is als het kopen van een nieuw product. Om reparaties betaalbaarder te maken kan er tijdens het design van nieuwe producten nagedacht worden over het eenvoudig maken van reparatie.



Dit kan gerealiseerd worden door bijvoorbeeld modulair te bouwen en het kiezen van bepaalde materialen en productiemethoden (bijvoorbeeld minder lijm gebruiken). Hoewel dit een kansrijke manier is om reparatie te stimuleren, gaat het hier wel om een langetermijn-oplossing. Bij veel van de producten die momenteel op de markt zijn is hier nog weinig bij stil gestaan en blijven de reparaties duur. Daarnaast heeft het anders ontwerpen van producten veel impact op bijna alle werkprocessen. Er is een langetermijn-visie nodig bij bedrijven en daarmee een goede *businesscase* (risico's, *return-on-investment*, urgentie). Wanneer deze businesscase ontbreekt kan dit, met name bij bedrijven met externe investeerders of aandeelhouders, doorslaggevend zijn en het proces naar circulariteit vertragen.

Om de repareerbaarheid van nieuwe meubels verder te stimuleren kan er aangesloten worden bij de Ecodesign for Sustainable Products Regulation (ESPR). Dit is een kaderverordening op basis waarvan producteisen gesteld kunnen worden aan vrijwel alle fysieke producten. Deze producteisen zijn erop gericht om producten duurzamer te maken. Het doel van de ESPR is om de negatieve milieu-impact van producten gedurende de hele levenscyclus te verminderen en producteisen op het gebied van duurzaamheid binnen de interne markt te harmoniseren. Aansluitend op deze ambitie kan er binnen ESPR bijvoorbeeld ook stilgestaan worden bij hoe innovatief productdesign bijdraagt aan eenvoudigere reparaties. Het ministerie van IenW zou hier in de informatievoorziening rondom ESPR binnen de meubelsector extra aandacht aan kunnen besteden.

Hoewel dit soort maatregelen niet voor alle producten binnen de sector geschikt zijn, kunnen ze voor sommige producten cruciaal zijn voor de langetermijn-transitie naar een circulaire economie. Het zou goed zijn om dit soort initiatieven aantrekkelijker te maken en de drempel te verlagen om hiermee te starten. Dit kan met gerichte subsidies en overbruggingsfinanciering voor innovaties en voor de opschaling van dergelijke circulaire modellen. Daarmee kunnen de kosten die

vooraf gemaakt moeten worden deels worden gecompenseerd. Dit maakt de implementatie van nieuwe circulaire bedrijfsmodellen financieel aantrekkelijker en haalbaarder op korte termijn.

4.4.2 Creëer een gelijk speelveld voor duurzame bedrijven

Een belangrijk obstakel voor bedrijven die circulaire maatregelen willen invoeren, is het gebrek aan een gelijk speelveld. Nederlandse bedrijven hebben te maken met strenge wet- en regelgeving op het gebied van duurzaamheid, terwijl buitenlandse concurrenten, met name uit lagelonenlanden, onder veel minder strikte voorwaarden opereren. Dit zorgt voor oneerlijke concurrentie. Hoewel veel bedrijven achter strengere duurzaamheidseisen staan, hebben zij moeite om hun duurzame businessmodellen te laten concurreren met goedkope, niet-duurzame alternatieven.

Dit probleem wordt verder versterkt door de groeiende vraag van consumenten naar goedkope producten. Het prijsverschil tussen duurzame en niet-duurzame producten is vaak aanzienlijk en kan niet eenvoudig worden goedgemaakt door alleen een verschil in kwaliteit. Hoewel *fast furniture* in de meubelsector nog niet zo ver is gevorderd als *fast fashion* in de textielsector, begint het ook hier terrein te winnen. De meubelsector loopt enigszins achter op deze ontwikkeling, maar de dreiging is reëel. Nederlandse bedrijven kunnen sterk onder druk komen te staan door de toenemende concurrentie van buitenlandse aanbieders van goedkope producten. De duurzaamheidsimpact van *fast furniture* zou, door de eigenschappen van de producten waar het om gaat, uiteindelijk zelfs groter kunnen zijn dan die van *fast fashion*.



Strengere handhaving op niet-duurzame import

Er zijn een aantal factoren die kunnen bijdragen aan een gelijk speelveld. De basis is een strengere handhaving op niet-duurzame import. De overheid zou de handhaving op niet-duurzame en onethische productiemethoden, zoals goedkope producten uit landen met lage arbeidsstandaarden en milieueisen, kunnen intensiveren. Dit kan bijvoorbeeld door invoerrechten of hogere belastingtarieven op producten die niet aan circulaire standaarden voldoen. Daarnaast wordt er door deze bedrijven vaak gebruik gemaakt van marketing en verkoopstrategieën die voor Nederlandse bedrijven verboden zijn, maar wel effectief zijn om de consument tot een (impuls)aankoop over te laten gaan (bijv. nepkortingen, gamificatie zonder transparantie, niet verifieerbare reviews). Dit zou verder aan banden kunnen worden gelegd.

Ecomodulatie

Aanvullend kan er gebruik gemaakt worden van een vorm van ecomodulatie. Ecomodulatie is een instrument waarbij financiële of andere prikkels worden aangereikt om milieuvriendelijk gedrag te stimuleren en schadelijke impact te ontmoedigen. Het wordt toegepast om duurzaamheid te bevorderen door bijvoorbeeld hogere kosten te koppelen aan vervuilende keuzes en voordelen te geven aan milieuvriendelijke alternatieven. Zo wordt ecologisch verantwoord gedrag economisch aantrekkelijker gemaakt. Ecomodulatie kan een onderdeel zijn van de implementatie van een systeem voor uitgebreide producenten verantwoordelijkheid. Brancheorganisaties en producenten in de meubelsector oriënteren zich momenteel op de invulling van een eventuele uitgebreide producentenverantwoordelijkheid voor de meubelsector.





4.5 Data en ICT als fundament voor duurzaamheidstransities

Data en ICT spelen een cruciale rol in de transitie naar een circulaire economie, vanwege hun rol in het creëren van inzicht in de levenscyclus van een product. Initiatieven zoals de CSRD en het DPP onderstrepen het belang van deze inzichten. Het DPP legt cruciale informatie vast over de herkomst, samenstelling en recycleerbaarheid van producten. Hierdoor kunnen bedrijven en consumenten geïnformeerde keuzes maken en kunnen materialen efficiënter worden hergebruikt. Tegelijkertijd dwingt de CSRD bedrijven om gedetailleerde rapportages over hun duurzaamheidsimpact te leveren, wat nauwkeurige datastromen vereist over energiegebruik, afval en emissies in de hele keten. Data en ICT maken het mogelijk om deze inzichten in real-time te verzamelen, analyseren en delen. Dit ondersteunt niet alleen het voldoen aan wet- en regelgeving, maar stimuleert in potentie ook innovaties en verbetert de samenwerking in de keten. Het maakt de impact van een verandering in de bedrijfsvoering meetbaar en de deelnemers geven aan dat zij hier een sterke behoefte aan hebben.

4.5.1 Maak ICT-tools en dataplatforms toegankelijk

Een grote uitdaging is dat de IT-infrastructuur van veel meubelbedrijven, met name de kleinere bedrijven, nog onvoldoende uitgerust is om deze datastromen inzichtelijk te maken. Ook de kennis hierover ontbreekt vaak. Dit maakt dat bedrijven hiervoor vaak aangewezen zijn op externe partijen. Deze diensten zijn zeer kostbaar, wat een grote druk legt op het verdienmodel van de bedrijven. Daarnaast begrijpen de bedrijven vaak nog onvoldoende hoe zij meerwaarde uit de complexere elementen van de datastromen, zoals levenscyclusanalyses (LCA's), kunnen halen.

Het ministerie van IenW kan bedrijven hierbij faciliteren door sectorgerichte ICT-oplossingen of platforms beschikbaar te stellen. Een open data register voor leveranciers zou bedrijven bijvoorbeeld kunnen helpen om makkelijker keteninformatie te verzamelen. Door te ondersteunen met sectorgerichte ICT-tools kunnen bedrijven daarnaast eenvoudiger hun voortgang monitoren en rapporteren, zonder dat dit te veel tijd en middelen kost. De overheid hoeft een dergelijke tool niet zelf te ontwikkelen, maar kan hiervoor ook strategisch samenwerken met verschillende aanbieders in de markt. Daarnaast kan het ministerie van IenW overwegen om *workshops* of *e-learning*s aan te bieden aan bedrijven. Daarmee krijgen de bedrijven meer inzicht in wat de data die zij verzamelen hen op kan leveren en hoe zij aan de hand van de analyses circulaire maatregelen kunnen treffen. Deze maatregelen kunnen verschillende positieve effecten hebben op de bedrijfsvoering, waaronder verduurzaming.



4.6 Verschillen met de textielsector en suggesties voor vervolgonderzoek

Deze *pilotstudie* naar de behoeften van meubelbedrijven op het gebied van stimulerende circulaire maatregelen toont veel overeenkomsten met de eerder uitgevoerde studie binnen de textielsector. Beide sectoren ondervinden vergelijkbare uitdagingen, zoals de behoefte aan centrale sectorale informatievoorziening en ondersteuning bij het implementeren van circulaire bedrijfsmodellen. Toch zijn er ook duidelijke verschillen die in overweging moeten worden genomen bij het vormgeven van beleid en maatregelen.

Een van de verschillen is de diversiteit binnen de meubelsector. De meubelsector kent diverse uiteenlopende bedrijfsmodellen, van meubelbouwers en retailers tot *dropshipping* bedrijven en e-commerceplatforms. Deze diversiteit maakt brede samenwerking binnen de sector lastiger, maar benadrukt ook de noodzaak van gerichte aanpakken per subgroep. Voor een effectieve vertaalslag van beleid naar de praktijk kunnen brancheorganisaties een belangrijke rol spelen, net zoals in de textielsector. Omdat er verschillende brancheorganisaties voor verschillende subgroepen bestaan, kan het nuttig zijn om het bereik van de verschillende brancheorganisaties verder te onderzoeken. Ook zijn door de beperkte steekproef van deze *pilotstudie* niet alle type meubelbedrijven even goed vertegenwoordigd. Wanneer er gekozen wordt voor een gerichte aanpak voor een bepaalde subgroep, kan het wenselijk zijn om de behoeften van deze subgroep eerst uitgebreider in kaart te brengen.

De meubelsector heeft enkele unieke kenmerken die invloed hebben op circulariteit. Zo ligt er in het kader van duurzaamheid een belangrijke focus op het produceren van kwalitatief hoogwaardige producten met een lange levensduur. Dit sluit goed aan bij circulaire initiatieven, omdat meubels hierdoor vaker kunnen worden hersteld, hergebruikt of de materialen opnieuw kunnen worden gebruikt. Tegelijkertijd brengt deze focus op levensduur ook uitdagingen

met zich mee, vooral op het gebied van logistiek en kostenefficiëntie. Het transport van meubels is bijvoorbeeld aanzienlijk duurder dan dat van textiel, wat complicaties oplevert voor initiatieven zoals reparatie- en leasemodellen waarbij meubels vaak moeten worden opgehaald en teruggebracht. Een ander belangrijk logistiek vraagstuk betreft retourzendingen: een aanzienlijk deel van geretourneerde meubels (circa 10%) heeft kleine beschadigingen, waarvan een derde niet meer als nieuw verkoopbaar is. Hoewel outletverkoop of herbestemming van deze meubels een oplossing kan bieden, is dit proces nog onvoldoende georganiseerd. Hierdoor worden grote volumes aan producten geëxporteerd of vernietigd, terwijl er in Nederland wel degelijk vraag lijkt te zijn naar tweede-kansproducten. Wanneer dit op grote schaal te organiseren is kan een dergelijke outlet voor meubelbedrijven of retailers een haalbare optie zijn. Voor kleinere bedrijven is dit lastiger en zou kunnen worden verkend of er samenwerking met een andere partij zoals een kringloopwinkel of circulair ambachtcentrum mogelijk is. Het ministerie zou kunnen faciliteren bij initiatieven om dit voor de meubelsector breed op zetten (met uiteindelijk wellicht een verbod op vernietiging van goede kwaliteit retourproducten).

Een ander onderscheidend punt is dat de meubelsector, in tegenstelling tot textiel, nog geen uitgebreide producentenverantwoordelijkheid (UPV) kent. In de textielsector heeft de UPV niet alleen bijgedragen aan meer bewustwording over circulariteit, maar ook aan de oprichting van producentenorganisaties die een belangrijke rol vervullen bij het informeren en ondersteunen van bedrijven. De aankomende implementatie van regelgeving zoals de CSRD en het DPP zouden voor de meubelsector een soortgelijk effect kunnen hebben op verdere bewustwording over circulariteit. Er is echter wel voldoende ondersteuning nodig om de sector bij deze implementaties te helpen.



Tenslotte is de Nederlandse maakindustrie in de meubelsector een belangrijk aandachtspunt. In tegenstelling tot textiel, waar de productie grotendeels uit Nederland is verdwenen, bestaat er in de meubelsector nog een substantiële maakindustrie. Deze sector staat echter onder druk door hoge arbeidskosten en concurrentie uit het buitenland. Het behoud van deze industrie is niet alleen van belang voor onafhankelijkheid, innovatie en werkgelegenheid, maar ook voor circulariteit, aangezien Nederlandse meubelmakers doorgaans hoogwaardige en duurzame producten produceren. Om de meubelbouw in Nederland te ondersteunen is er actie nodig. Het ministerie zou hierbij nauw kunnen samenwerken met brancheorganisaties zoals CBM om maatregelen te ontwikkelen die de concurrentiepositie van deze bedrijven versterkt.



4.7 Conclusie

Het beleidsprogramma *Circulair Doen* biedt een belangrijke kans om de transitie naar een circulaire economie in Nederland te versnellen. Door barrières weg te nemen en gerichte stimulansen in te zetten, kan het programma bedrijven en consumenten beter ondersteunen bij het maken van circulaire keuzes. Deze *pilot-behoeftepeiling* heeft waardevolle inzichten opgeleverd in de kernbehoeften en uitdagingen die door brancheorganisaties en bedrijven worden ervaren.

De meubelsector deelt veel kansen met de textielsector als het gaat om het stimuleren van circulariteit. Zo is er in beide sectoren behoefte aan samenwerking en aan een betere, gecentraliseerde informatievoorziening. Daarnaast is ondersteuning cruciaal bij het ontwikkelen van circulaire verdienmodellen en het verkrijgen van grip op data en ICT, die een fundamentele rol spelen in duurzaamheidstransities. Het versterken van consumentenbetrokkenheid en het creëren van vraag naar circulaire producten en diensten is daarbij ook in de meubelsector een belangrijke hefboom.

De meubelsector kent tegelijkertijd unieke uitdagingen die een gerichte, sectorspecifieke aanpak vereisen. De diversiteit in bedrijfsmodellen binnen de sector vraagt in sommige gevallen om beleidsmaatregelen die op maat worden toegesneden. Ook zijn er logistieke aspecten binnen de meubelsector die speciale aandacht verdienen in de transitie naar circulariteit. Daarnaast is het behoud van de Nederlandse meubelmaakindustrie belangrijk, gezien de hoogwaardige producten die deze sector levert en de belangrijke bijdrage die zij kan leveren aan de circulaire economie.

Om deze sectorspecifieke uitdagingen beter te begrijpen en effectief aan te pakken, kan het ministerie van IenW verdiepend onderzoek binnen de meubelsector uitvoeren dat zich richt op deze specifieke behoeften. Bijvoorbeeld wat de behoeften en motivaties van *dropshipping* bedrijven zijn om circulaire maatregelen te nemen. Of op welke manier afgedankte meubels aantrekkelijker gemaakt kunnen worden voor recycling en grondstofhergebruik.

Door in te spelen op zowel de gedeelde kansen als de sectorspecifieke uitdagingen, kan het ministerie van IenW de meubelsector met het programma *Circulair Doen* doelgericht ondersteunen in de transitie naar circulariteit.



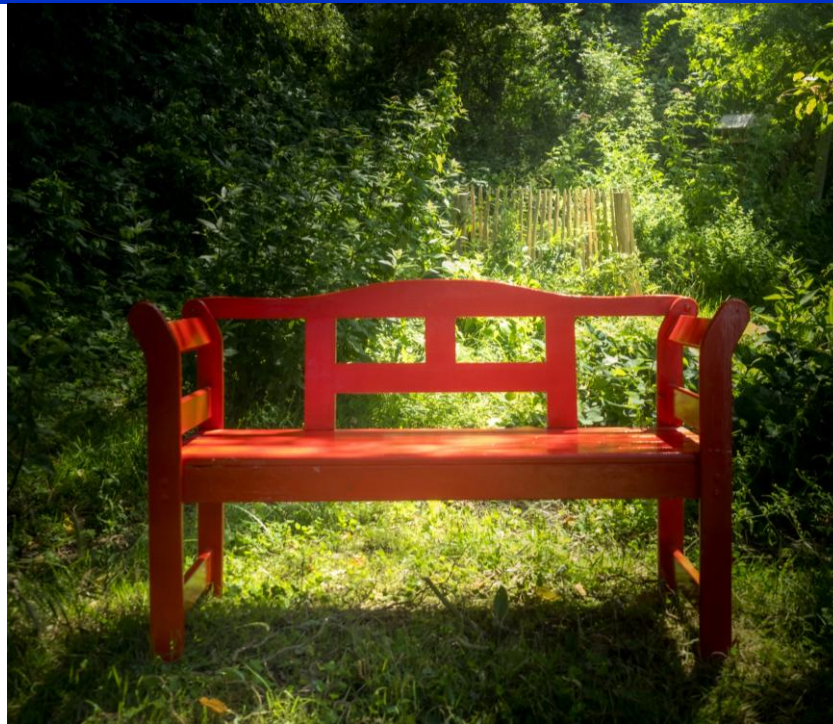
Samen maken we duurzaamheid zichtbaar

dr. J.F. (Jesper) Hopstaken

www.ffact.nl
info@ffact.nl

+31 15 257 6384
+31 6 5383 2456

FFact Mcs B.V.
Het Slot 9
2622 KH Delft



Figuren
by Unsplash

FFact

strategy &
implementation