



Versnelling en opschaling circulaire economie in Utrecht

Er zijn op dit moment niet veel initiatieven die werken aan bewustwording en gedragsverandering onder consumenten, omtrent materiaalgebruik en circulaire economie. Initiatieven zijn in de regel gericht op de aanbodkant (nieuwe circulaire producten en diensten) of circulair inkopen – B2B, de vraag v.d. zakelijke markt. Circle That is gericht op het opbouwen van een gemeenschap van burgers/consumenten, en springt daarmee in dit gat.

Nieuwe vormen van samenwerken, interactie, consumptiecultuur en gemeenschapsgevoel raken het hart van de systeemtransitie. Als Circle That dit initiatief weet op te schalen, dan kunnen zij zeker bijdragen aan versnelling van de circulaire transitie in Utrecht. Vraag is wel hoe zij voorbij de niche van ‘duurzame consumenten’ verschillende groepen burgers weten te bereiken. Anders gezegd, Circle That kan alleen bijdragen aan versnelling en opschaling als zij voorbij de *usual suspects* weten te komen en nieuwe mensen enthousiast weten te maken die nog weinig met ‘circulair’ of ‘duurzaam’ hebben. Of de inzet op social media hierbij helpt is de vraag; social media zorgen juist voor polarisatie en gescheiden bubbels. Een gerichte strategie lijkt nog te ontbreken.

Inspirerend en stimulerend

De activiteiten van Circle That zijn gericht op inspireren en stimuleren. De Common Closet, de Community Fridge en Foodsharing Market zijn allemaal gericht op betrekken en verbinden van mensen. Bovendien zijn ze makkelijk te kopiëren naar andere wijken of gemeenschappen. Circle That wekt de indruk te overstromen van nieuwe ideeën om nieuwe mensen geïnteresseerd te krijgen.

Innoverend

Initiatieven zoals het uitwisselen van kleren of benutten van weggegooid eten zijn op zichzelf niet innovatief; dit gebeurt al lang op lokaal niveau, in families of via buurtcentra. Het innovatieve zit vooral in de marketing en communicatie eromheen, om een groep consumenten hierbij te betrekken. Er is nog ruimte om ook in de keuze van activiteiten te innoveren. Het benutten van de ‘restjes’ lijkt op optimalisatie van het huidige systeem i.p.v. fundamentele systeemverandering. Wellicht kunnen zij ook consumenten aanzetten hun eigen koopgedrag te veranderen, bijvoorbeeld door meer onderling te delen, of zelf te maken; prosumers, ‘parksharing’.

Gezond stedelijk leven

Het sociale aspect, het gemeenschapsgevoel, ziet de jury als belangrijk onderdeel van gezond stedelijk leven. De traditionele consumptiemaatschappij, die burgers als individuele consumenten ziet die niet per se verantwoordelijkheden jegens elkaar hebben – anders dan geld blijven uitgeven om de economie draaiende te houden – is niet altijd goed voor het geestelijk welzijn. De circulaire economie, met haar deelconcepten en haar nadruk op (geopolitieke) grondstoffen-onafhankelijkheid, zorgt voor nieuwe manieren om onze gemeenschappelijkheid als burgers van dezelfde stad te begrijpen en beleven. De nadruk van Circle That op het bouwen aan een ‘community’ draagt daarom bij aan gezond stedelijk leven. Sportieve activiteiten zoals de voorgestelde ‘green bike tour’ dragen uiteraard ook bij aan gezond stedelijk leven.

Wel is er ruimte om in de keuze voor projecten en productgroepen/grondstofstromen na te denken over wat de stad gezonder maakt. Textielafval en voedselverspilling zorgen voor vervuiling in de keten, maar niet direct in de stad zelf. Zijn er bijvoorbeeld mogelijkheden om via Circle That ook aan gezonde mobiliteit te werken?