



Casus Gemeente Amersfoort

Van eisensteller naar waardebrenger

1. De dynamiek van goede bedoelingen

Amersfoort bruist van circulaire ambities: een groene kringlooeconomie, 100% CO₂-neutraal en circulair inkopen, en bedrijven aantrekken die passen bij een gezond stedelijk leven. Binnen die ambities werken verschillende teams aan grote opgaven van de stad.

In die dynamiek ontstaan soms spanningen die breder voelbaar zijn: projectleiders vrezen dat circulair bouwen projecten vertraagt of duurder maakt, beleidsmakers twijfelen over wat “circulair” precies betekent en wet- en regelgeving blijft uit. Sommige afdelingen zien CE nog als extra.

2. De kern van het probleem

Binnen de organisatie wordt circulariteit soms gezien als iets wat vertraagt, belemmert of duurder maakt. Daardoor krijgt het CE-team soms onterecht het imago van eisensteller in plaats van waardecreëerder. CE-teams zoeken naar hoe zij hun toegevoegde waarde duidelijk kunnen overbrengen.

Die beeldvorming wordt versterkt door een paar structurele patronen:

- **Geen tastbare voordelen:** het team beschikt over weinig middelen om directe waarde te bieden (zoals subsidies, expertise of netwerkvoordeel).
- **Verkeerde meetlat:** succes wordt beoordeeld op snelheid en kosten waardoor circulaire criteria zelden winnen.
- **Ontbrekende showcases:** zonder zichtbaar bewijs van circulaire successen blijft het een abstract ideaal.
- **Rolverwarring:** afdelingen verwachten een meedenkende partner, maar ervaren ten dele een ‘controlerende’ instantie.

En zo wordt het gesprek met het CE-team gekleurd door wat gedragswetenschappers het *negatieve halo-effect* noemen: één kenmerk (“zij leggen eisen op”) overschaduwde alles wat daarna komt. Zelfs neutrale opmerkingen worden gelezen als weerstand.

Om patronen te doorbreken, is een nieuw verhaal nodig. Gedrag verandert pas als het beeld verandert. Mensen moeten eerst ervaren dat de CE-boodschap waarde brengt, voordat ze het ook zo kunnen zien.

3. De kans: van eisensteller naar waardebrenger

De grootste kans ligt in waarde creëren en identiteitsvernieuwing: van eisensteller die in de ogen van andere afdelingen en misschien de ondernemers problemen creëert naar waardebrenger die oplossingen biedt.

De vraag die het CE-team zichzelf dan stelt is: "Hoe kunnen wij anderen helpen succesvol te zijn, waarbij circulariteit de sleutel wordt tot dat succes?"

4. De vier strategieën voor waardecreatie

1. Subsidie en financiering faciliteren

"Wat als het CE-team degene wordt die extra budget binnenhaalt?"

Maak van circulair denken een financiële kans. Miljoenen aan EU-subsidies blijven onbenut omdat niemand weet hoe ze aan te vragen. Het CE-team kan projecten helpen deze middelen te benutten, en zo van kostenpost naar geldgenerator verschuiven.

2. Netwerk en samenwerking faciliteren

"Wat als het CE-team degene wordt die waardevolle verbindingen legt?"

Door bedrijven, afdelingen en kennisinstellingen te koppelen, ontstaan win-wins. Denk aan maandelijkse "circulaire netwerkbijeenkomsten" waar uitdagingen en oplossingen elkaar vinden, of een lokale database van circulaire spelers.

3. Vernieuwing en uitstraling bewaken

"Wat als circulariteit Amersfoort op de kaart zet?"

Verzamel succesvolle cases, toon ze op podia en gebruik ze als visitekaartje van de stad. Van "extra last" naar "bron van trots": Amersfoort als "Circulair vernieuwingslab" van Earth Valley.

4. Risico wegnemen en zekerheid bieden

"Wat als het CE-team risico's wegneemt in plaats van toevoegt?"

Bouw vertrouwen door met proefprojecten te werken, verzekeraars en toezichthouders vroeg te betrekken en een database van bewezen oplossingen te delen. Zo wordt onzekerheid vervangen door zekerheid.

5. De les van Amersfoort

Door samen taal te geven aan wat ons bindt, bouwen we aan een gezamenlijk belang. Een gedeeld narratief waarin belangen niet botsen, maar elkaar aanvullen.

De gemeente Amersfoort heeft dit inzicht toegepast in de communicatieparagraaf in het Omgevingsprogramma Circulaire Stad: [Omgevingsprogramma Circulaire Stad | Gemeente Amersfoort](#)

Ook in artikelen past de gemeente het nieuwe narratief toe. Amersfoort benadrukt het innovatieve karakter van de stad (vanuit het positieve) door middel van storytelling met artikelen of video's. Enkele voorbeelden:

- [Boxo](#)
- [Swapped](#)
- [Jori Hermesen](#) Theater Broedplaats Amersfoort (ook circulariteit toegevoegd aan het artikel)
- [Circulair opdrachtgeven en inkopen: de standaard voor Amersfoort](#)

WE ARE 

Tom De Bruyne
tom@wearesata.com
0655360771

Het adviesbureau [SUE & The Alchemists](#) heeft bovenstaand adviestraject bij de gemeente Amersfoort begeleid in het kader van het programma Circulair Doen van Rijkswaterstaat. Zie voor een uitgebreide beschrijving van het traject de toolbox 'Toepassen circulair narratief'.

➔ [Toolboxen met tips en methodes](#)