



**NEDERLAND  
CIRCULAIR!**

**VERSNELLINGSHUIS**

**Stappenplan**

# **Doorbraak in de toepassing van Kunststof recyclaat**

Ilonka Nennie, Marc Pruijn en Marloes Gerritsen (MVO Nederland)  
Maart 2021



## Inhoud

Inleiding.....	2
Stappenplan voor de ontwikkeling van de markt voor kunststof recycalaat.....	3
1. Productselectie .....	3
2. Ketenganalyse.....	3
3. Routevorming .....	3
4. Realisatie (=uitvoering route) .....	4
Het Stappenplan Markt Recycalaat toegepast op productfamilie verfemmers.....	5
1. Productselectie .....	5
2. Ketenganalyse.....	5
3. Routevorming .....	6
4. Realisatie (=uitvoering route) .....	7
Nawoord .....	9
Bijlage 1 Impactgedreven innovatiesysteem methodiek van marko hekkert toegepast op kunststof recycalaat .....	10

## Inleiding

Het Moonshot-project 'Ontwikkeling van de markt van kunststof recycalaat' wordt uitgevoerd door Rijkswaterstaat, MVO Nederland en Polymer Science Park en gefinancierd door Het Versnellingshuis Nederland Circulair! In dit project worden drie resultaten opgeleverd:

1. Een lijst van productfamilies waarin recycalaat nu al goed toegepast kan worden in aanzienlijke volumes met behoud van de benodigde eigenschappen.
2. Aanzet tot een sectorgericht, breed gedragen stappenplan gemaakt in samenwerking met de markt en overheid.
3. Bovenstaande resultaten worden aangeboden aan de trekkers van het Actieplan Toepassen Recycalaat om mede basis te vormen voor dit op te stellen Actieplan.

Het stappenplan voor een doorbraak in de toepassing van kunststof recycalaat is het tweede resultaat van het Moonshotproject. Het eerste deel van dit document (pagina 3-4) bevat het Stappenplan Markt Recycalaat, waarin staat beschreven hoe er per productfamilie op de korte termijn kansen zijn om te komen tot toepassing en verhoging van het percentage van kunststofrecycalaat in producten. Er staat ook aangegeven hoe partijen deze kansen verkennen, uitwerken en oppakken door zich te committeren aan deze acties. Zo werken zij aan een te realiseren businesscase per sector voor een specifieke productfamilie. Hierbij staan de bottlenecks voor het grootschalig toepassen van recycalaat, waar mogelijk al weggenomen of een route wordt geschetst hoe dit aan te pakken. Voor het maken van het stappenplan is het in ontwikkeling zijn de Missiegedreven Innovatiesysteem (MIS) van prof. Marko Hekkert, Universiteit Utrecht gebruikt. Een uitgebreide toelichting van het MIS, toegepast op de innovatie van het toepassen van kunststof recycalaat, staat in Bijlage 1.

Uit het eerste resultaat van het doorbraakproject bleek dat de productfamilie verfemmers kansrijk is om recycalaat in toe te passen. Om deze reden is het stappenplan toegepast op de productfamilie verfemmers. De resultaten hiervan zijn te vinden in het tweede deel van dit document (pagina 5-7).

## Stappenplan voor de ontwikkeling van de markt voor kunststof recycklaat

Hieronder staat het stappenplan om een doorbraak te realiseren bij een innovatie, zijnde de toepassing van recycklaat in een specifieke productfamilie. Dit stappenplan refereert als Stappenplan Markt Recycklaat.

### 1. Productselectie

Kies een geschikt product op basis van een positieve inschatting van de potentiële impact en de technische en organisatorische haalbaarheid van deze innovatie. Indien er geen significante impact mogelijk is of het niet haalbaar lijkt om over te stappen op recycklaat, wordt er een ander product gekozen.

Hoofdvragen per productfamilie:

- Inschatting volumes: gewicht en type kunststof? Potentie gewicht recycklaat?
- Inzicht kansrijkheid in huidige staat van de markt: wat gebeurt er al bij de koplopers? In welke mate wordt recycklaat toegepast in de productfamilie? Zijn er onoverkomelijke weerstanden?

### 2. Ketenanalyse

Breng voor het gekozen product het systeem in beeld door middel van deskresearch en interviews waarin wordt gekeken naar de belangrijke partijen en de sleutelprocessen die innovaties kunnen versnellen.

Hoofdvragen:

- Welke sleutelprocessen zijn relevant voor deze productgroep en moeten worden beschouwd als oplossingsrichting? Zie bijlage 1 voor uitgebreide toelichting. Denk aan:
  - Welke partijen in de keten van deze productfamilie spelen een belangrijke rol in de doorbraak en zijn interessant om te benaderen, op de hoogte te stellen en uit te nodigen? Denk aan grondstofleveranciers, producenten, afvalverwerkers, verkopers, brancheverenigingen, stichtingen etc. (F1, ondernemers).
  - Wat is het afzetpotentieel in deze productfamilie? Denk aan de hoeveelheid producten die in Nederland op de markt komen, welke gewichten daar mee samen hangen, hoeveel recycklaat er nu al gebruikt wordt en de specificaties van het benodigde recycklaat F3, kennisuitwisseling).
  - Welke bestaande doelen, afspraken, coalities, pledges, ambities, brancheverduurzamingsplannen, etc. zijn er rondom recycklaat in deze productfamilie? En naar welke gezamenlijke ambitie en concreet doel kunnen betrokken partijen toewerken (F4, richting geven)?
  - Hoe is de markt vraag nu, zijn er mogelijkheden die direct te vergroten? Bij welke randvoorwaarden is ruimte voor verbetering om afzet van recycklaat in deze productfamilie te vergroten (F5, marktvorming)?
  - Welke inkopers kunnen als *launching customer* fungeren (F5, marktvorming)?

### 3. Routevorming

De ketenanalyse geeft een kader voor oplossingsrichtingen voor het aanpakken en versnellen van de innovatie. Analyse en oplossingsrichtingen worden in individuele gesprekken en via rondetafels besproken met de betrokken partijen om een haalbare richtinggevende doelstelling te formuleren, het proces vast te stellen en iedereen hieraan te verbinden.

Hoofdvragen:

- Welke acties zijn nodig om voor deze productfamilie recycklaat toe te passen? Denk aan aanscherpen ambitie, aan de slag met hele keten of met 'coalition of the willing', definiëren randvoorwaarden, benoemen van belemmerende en stimulerende wetgeving, uitdragen stappenplan door betrokken partijen, etc.

- Wie is verantwoordelijk voor welke acties?
- Wat zijn eventuele gevolgen van de toename aan vraag naar recyclelaar? Denk aan wat gaat schuiven, waar knelpunten en/of uitdagingen komen.

#### 4. Realisatie (=uitvoering route)

Uitvoeren van de gekozen route om de gezamenlijke ambitie te bereiken.

Hoofdvragen:

- Welke structuur is nodig voor de ketenpartijen om de in het stappenplan opgenomen ambitie te realiseren? Dat kan op allerlei manieren, bijvoorbeeld met een green deal, pledge, community of practice, buyer/suppliergroups en/of pilots starten t.b.v. innovaties.
- Welke andere relevante partijen zijn interessant om te betrekken (afnemers en leveranciers) om de markt te vergroten?
- Wie borgt de coördinatie van de activiteiten, begeleidt het leerproces en stemt af met strategische partners?
- Waar en hoe worden de resultaten uitgedragen?

## Het Stappenplan Markt Recycalaat toegepast op productfamilie verfemmers

De hierboven geformuleerde stappen zijn toegepast op de productfamilie verfemmers. De resultaten van de doorlopen stappen staan hier beschreven.

### 1. Productselectie

Verfemmers zijn gekozen als productfamilie aan de hand van de volgende argumenten, voortkomend uit de lijst Productfamilies opgesteld door PSP:

- **Relevant volume.** Verfemmers worden gemaakt van PP. Samen met PE is dit al ongeveer 50 procent van het volume qua grondstof (nieuw en recycalaat) en deze kunststofsoorten hebben te weinig marktvraag, waardoor overschotten dreigen. Een toename in het recycalaatgebruik in dit product zorgt voor veel impact.
- **Kansrijke sector.** De sector *non-food packaging* is een van de grootste en meest kansrijke sectoren om recycalaat toe te passen volgens de geïnterviewde recyclers.
- **Technisch mogelijk.** Technisch gezien is het al mogelijk om verfemmers van recycalaat te maken. Een aantal jaar geleden werkten Veolia, Dijkstra Plastics en Van Wijhe Verf samen waarbij ze kwamen tot een verfemmer van 100 procent recycalaat; deze staat al in de winkel. Technische specificaties zijn dus geen onoverkomelijk probleem op de korte termijn.

### 2. Ketenanalyse

Door middel van deskresearch, een rondetafel, individuele interviews en een enquête is een ketenanalyse uitgevoerd en zijn de sleutelprocessen bij het toepassen van recycalaat in verfemmers in kaart gebracht:

- De volgende partijen spelen een belangrijke rol in de doorbraak en zijn benaderd van dit project en hebben hun medewerking verleend:
  - Producenten virgin granulaat: LyondellBasell, SABIC en Plastics Europe
  - Producenten regranulaat: Van Werven, Morssinkhof Plastics, P.V.L Recycling, QCP en Veolia Polymers
  - Producenten verpakkingen: Dijkstra Plastics en Houweling Holding
  - Producenten verf (en/of soortgelijke producten, branchevereniging): AkzoNobel, Baril Coatings, Bruil, KEIM, PPG, RIGO Verffabriek, Van Wijhe Verf en VVVF
  - Groothandels: Bark Verpakkingen en E de Nobel Onderhoud
  - Retailers: Intergamma en Maxeda (Praxis)
  - Inzamelaars: SUEZ
  - Overig (oa consultants): Bouwend Nederland (Vakgroep GLAS), Ecoras, KNN cellulose, Partners for Innovation, Seenons, VNO-NCW en Veridis Instruments B.V.
- Het exacte afzetpotentieel in deze productfamilie is nog niet bekend, omdat hier geen overzicht zit bij één partij. De cijfers worden dus nog samengevoegd. Tot op heden is de volgende informatie opgehaald:
  - Een emmer weegt afhankelijk van volume verf gemiddeld tussen de 150 en 500 gram.
  - Er zijn organisaties die nog geen of beperkt gebruik maken van recycalaat en gezamenlijk wel honderdduizenden emmers inkopen. Hier is dus nog potentie.
  - De doe-het-zelfbranche verkopen al veel emmers bestaande uit recycalaat. In de groothandel - waar de meeste verf verkocht wordt - veel minder
  - Bij toepassing van recycalaat bestaan de emmers (vrijwel) volledig uit recycalaat. De deksel en hengsel nog niet. Vaak is er ook één of een aantal productlijnen die recycalaat als grondstof gebruiken, andere productlijnen gebruiken nog *virgin* granulaat en kunnen nog omgezet worden. Hier zit potentie.

- Er is een beperkt aantal doelen, coalities, pledges, ambities, brancheverduurzamingsplannen, etc. rondom recycalaat in deze productfamilie gevonden:
  - Het Brancheplan Duurzaam Verpakken 2019-2022 van de VWDHZ waarin het volgende staat: “Kunststof verfemmers, kitkokers, tubes, flessen en containers bevatten 50-80% gerecycled kunststof in 2022”.
  - Het Plastic Pact waarin het volgende is afgesproken: “Alle eenmalig te gebruiken plastic producten en verpakkingen bevatten gemiddeld minstens 35 procent recycalaat in 2025”.
  - Daarnaast hebben een aantal verfproducenten duurzaamheidsambities in de eigen organisatie. Waaronder AkzoNobel met hun ambitie om voor 2025 50 procent gerecycled content te hebben in de verpakkingen voor de EU decoratieve verfmarkt.
- Met de betrokken partijen willen we toewerken naar 100 procent recycalaat in 100 procent van de verfemmers in Nederland. De belangrijkste randvoorwaarden voor betrokken partijen om recycalaat in deze productfamilie toe te passen zijn:
  - Geen/ een beperkt prijsverschil tussen *virgin* en recycalaat. Voor de consument is er maar een beperkt prijsverschil, die koopt immers een emmer verf waar het verschil in kostprijs zeer beperkt is. Dat is anders eerder in de keten bij de verkoop van de verfemmers aan de verffabrikant. Dan ervaart een minderheid van de verffabrikanten een significant prijsverschil. Doorbelasting van eventuele meerkosten naar het eindproduct is een oplossingsroute.
  - Voldoende kwaliteit van het kunststof. De verfemmers van 100 procent recycalaat laten zien dat dit al mogelijk is. Tegelijkertijd zien andere partijen het als een risico om recycalaat toe te passen, aangezien verf een waardevol product is en men geen risico wil lopen dat het product beschadigt bij verandering van de verpakking. Er moeten testen uitgevoerd worden voor specifieke producten om dit te bevestigen voor alle typen verfemmers.
  - Marketing. Een aantal producenten hebben felgekleurde, witte of transparante verfemmers. Dit kan een uitdaging zijn met recycalaat dus hier moet een technische of marketing-oplossing voor komen.
- De overheid kan een rol nemen in het invoeren van stimulerende wetgeving of het wegnemen van belemmerende wetgeving voor het toepassen van recycalaat in verfemmers. De transitie versnelt doordat de overheid het bedrijfsleven richting geeft en risico's voor het bedrijfsleven om recycalaat toe te passen verkleint.
- De betrokken verfproducenten die nog geen recycalaat toepassen zijn geïnteresseerd om de emmers gemaakt van recycalaat in te kopen indien rekening wordt gehouden met bovenstaande randvoorwaarden. Daarnaast kan de overheid een belangrijke inkoper zijn van verfemmers met recycalaat door bij eigen inkoop voor beheer en nieuwe gebouwen gebruik van verf aangeleverd in verpakkingen met een maximale hoeveelheid recycalaat voor te schrijven.

### 3. Routevorming

Uit de ketenanalyse wordt een eerste route gevormd. Deze route wordt vervolgens voorgelegd aan de betrokken partijen uit de verfemmer productfamilie. De belangrijkste acties, die we nu voorzien, staan hieronder beschreven. Wie verantwoordelijk is voor iedere actie wordt nader bepaald en afgestemd.

- Nader inzicht verkrijgen in marktpotentie zodat helderder wordt hoeveel ton recycalaat wordt toegepast zodra de markt om is naar 100% recycalaat in 100% van de verfemmers op de Nederlandse markt.
- De koplopers die al op 100% zitten bereid krijgen om mee te werken en met hen als voorbeeld de sector te overtuigen.

- Producenten en merkeigenaren betrekken en oproepen om hun maatschappelijke verantwoordelijkheid te nemen en kunststof recycklaat toe te passen in verfemmers.
- Met de betrokken partijen wordt bepaald op welke termijn de ambitie 100 procent recycklaat in 100 procent van de verfemmers op de Nederlandse markt realiseerbaar is. De termijn moet ambitieus maar praktisch haalbaar zijn, bijvoorbeeld tussen de 1-3j aar.
- Indien niet alle partijen direct mee willen doen, starten we met een eerste groep welwillenden, de zogenaamde 'coalition of the willing', om toe te werken naar de ambitie 100 procent in 100 procent. Hiermee zijn we slagvaardig.
- Ophalen wat de behoefte is bij betrokken partijen rondom stimulerende of belemmerende wetgeving.
- Vaststellen welke interesse er is om deel te nemen aan een Convenant/ Pact/ Pledge/ Community of Practice/ buyer en supplier groups en welke condities daarvoor gelden.
- Route toetsen bij betrokkenen.

#### 4. Realisatie (=uitvoering route)

Samen met stap 3 zal stap 4 een deel zijn van fase 2 van het doorbraakproject. De belangrijkste acties, die we nu voorzien, staan hieronder beschreven. Wie verantwoordelijk is voor iedere actie wordt nader bepaald en afgestemd.

- Ontwikkelen en uitrollen: Convenant/ Pact/ Pledge/ Community of Practice, buyer en supplier groups vormen met een coalition of the willing om zo de gestelde doelen te behalen.
- Bovenstaande structuur uitbreiden naar de rest van de verfemmerketen, met als doel dat de volledige markt om gaat. Dit door middel van het inzetten van verschillende (druk)middelen. Onder andere communicatie over de koplopers die naar voren brengen waarom zij recycklaat toepassen in hun verfemmers.
- Faciliteren van het mogelijk maken van de gestelde ambitie binnen het convenant/GD/Pact, bijvoorbeeld door:
  - Het begeleiden van pilots
  - Het beantwoorden van vragen
  - Matchmaking tussen partijen
  - Het coördineren van activiteiten
  - Het leerproces begeleiden
  - Afstemming met strategische partners
  - Het communiceren van best practices en resultaten
- Pilot met koplopers om deksels, hengels en mengverfemmers ook naar 100 procent recycklaat te krijgen
- Advies wetgeving opstellen:
  - Certificering recycklaat om greenwashing te voorkomen
  - Verplicht minimum percentage recycklaat waar dat kan
  - Recyclebaar materiaal beprijzen om verbranden en export te ontmoedigen waar andere toepassingen mogelijk zijn
  - UPV-regeling voor verfemmers of DHZ-producten
  - Positieve prijsprikkels voor toepassen van recycklaat
- Inkopers bij overheid en marktpartijen gaan meer circulair inkopen. Er wordt een haalbaar minimum percentage recycklaat in verfemmers opgenomen in de aanbestedingsregels voor aannemers en dit percentage wordt jaarlijks omhoog bijgesteld.



- Pilot met koplopers om naar closed loop systeem te gaan. Producenten, retailers en merkeigenaren gaan producten en verpakkingen zodanig ontwerpen dat ze geproduceerd kunnen worden met recyclelaat en na gebruik geschikt zijn voor recycling. De partijen die al op 100 procent in 100 procent zitten, willen graag een stap verder en dit is geschikt voor een pilot om verdere vooruitgang bij deze partijen te faciliteren.

## Nawoord

Het Stappenplan Markt Recyclaat geeft houvast voor het realiseren van een doorbraak voor de toepassing van recyclaat in een specifieke productfamilie. Hiermee kan snel en efficiënt stappen worden gezet om de markt van kunststof recyclaat te vergroten. Dit draagt bij aan het realiseren van de circulaire economie. Samen met resultaat 1 en resultaat 2 van het doorbraakproject, is er een fundering gelegd die in een volgende fase tot uitvoer kan worden gebracht.

## Wil je aan de slag met het Stappenplan Markt Recyclaat?

Neem contact op met

**Elsbeth Roelofs**

*Senior Program manager Duurzame Chemie MVO Nederland*

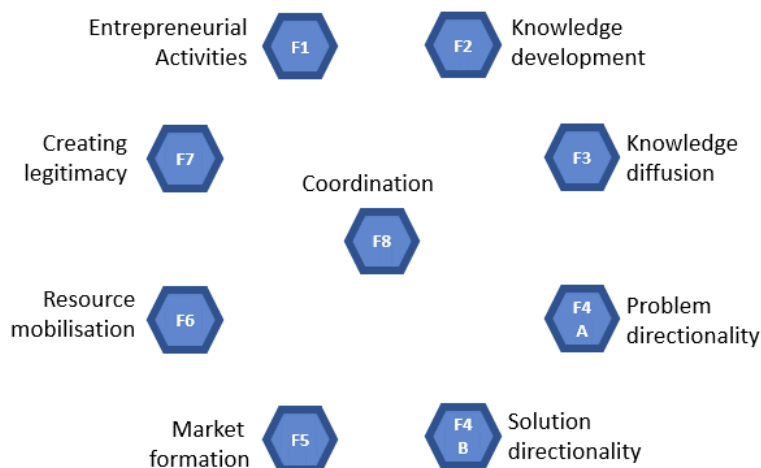
[e.roelofs@mvonederland.nl](mailto:e.roelofs@mvonederland.nl)

0652376408

## Meer weten?

Wil je meer informatie over het doorbraakproject Ontwikkeling van de markt van kunststof recyclaat? Neem contact op met Rijkswaterstaat, projectleider van het doorbraakproject.

**Bijlage I Missiegedreven Innovatiesysteem Methodiek van prof Marko Hekkert (Copernicus Instituut Universiteit Utrecht) toegepast op kunststof recycalaat<sup>1</sup>**



<b>Innovatie</b>	Toepassen recycalaat in plaats van primair kunststof. Specifiek maken voor een concreet product ("productgroep").
<b>Systeem</b>	Alle bedrijven en organisaties die een rol hebben in de keten waarin de innovatie speelt
<b>Doel</b>	Een doorbraak realiseren voor deze innovatie waarmee ketensluiting en circulaire doelstelling dichterbij komt. Een doorbraak voor die innovatie vraagt om ontwikkelen van dit systeem. Het stappenplan richt zich daarop.

F1. Ondernemers

Het bedrijfsleven doet al veel aan het toepassen van recycalaat in plaats van virgin. Er is onderscheid tussen koplopers en peloton. Betrokkenheid van allen is nodig, maar soms helpt het om eerst de koplopers te betrekken. Ook andere relevante partijen met interesse in het onderwerp worden betrokken. Brancheverenigingen kunnen een bijdrage leveren aan de innovatie, zowel passief (aandacht op de website en/of in het jaarverslag) en/of actief (organisaties meehelpen met het zetten van stappen).

F2. Kennisontwikkeling

Kennis over het toepassen van recycalaat is er voldoende en is aanwezig bij inkopers van de producent, dit vertaalt zich in specificaties. Bij selectiecriteria wordt gekozen voor producten waar kennisontwikkeling geen belemmering is.

F3. Kennisoverdracht

Niet altijd is de benodigde kennis bij alle partijen beschikbaar; soms simpelweg omdat het niet gevraagd wordt, maar ook doordat partijen kennis niet willen delen en doordat veel initiatieven los van elkaar plaatsvinden.

<sup>1</sup> De systematiek is nog ontwikkeling. Het is in dit project door de uitvoerders toegepast omdat het geschikt is bevonden voor het toepassen van kunststofrecycalaat. UU is niet betrokken bij de uitvoering van het project.

Marktkennis delen is ook relevant: uiteraard weten veel partijen hoeveel producten er in Nederland op de markt komen, welke gewichten daarmee samenhangen en hoeveel recycklaat er nu al gebruikt wordt. Dit komt echter moeilijk boven tafel vanwege concurrentiegevoeligheid, terwijl dat uiteindelijk het afzetpotentieel van recycklaat geeft.

#### F4. Richting geven

Het probleem van het gebruik van virgin is bekend; uitstoot van CO<sub>2</sub> en afhankelijkheid van oliewinning wat op langere termijn onwenselijk is.

Het ministerie en diverse marktpartijen die hun maatschappelijke verantwoordelijkheid willen nemen, spelen een belangrijke rol in het richting geven bij het kiezen van oplossingen. Dit wordt voor recycklaat gedaan binnen het Rijksbeleid (Nederland Circulair in 2050), naderende wetgeving, de Transitieagenda Kunststoffen, het Plastic Pact en diverse andere coalities en samenwerkingsverbanden. Maar ook individuele bedrijven en organisaties geven richting in hun (corporate) beleid. Dus is inzicht gewenst in bestaande coalities, pledges, ambities, brancheverduurzamingsplannen, etc. rondom recycklaat in deze productfamilie, zodat de gezamenlijke ambitie hierop kan aansluiten.

Een praktische manier om richting te geven is om voor de geselecteerde toepassing een concreet doel te benoemen en daar betrokken partijen aan te verbinden (zacht of hard). Dit doel ligt dan in het verlengde van de ambities van belangrijke spelers in het systeem. De partners van Het Versnellingshuis kunnen een rol spelen bij het geven van richting en het activeren van partijen in het netwerk.

#### F5. Marktvorming

Versnellen van inspanningen kan het beste door het ontstaan van een rendabele markt voor de afzet van recycklaat en producten die ervan gemaakt zijn. Als belangrijke randvoorwaarden voor deze marktvorming niet bekend of aanwezig zijn, dan blijft de markt vaak klein. Voorbeelden van randvoorwaarden die bijdragen aan het vormen van een markt voor recycklaat zijn:

- de prijs van recycklaat vs. De prijs van virgin,
- eisen aan de kwaliteit van recycklaat
- leveringszekerheid van recycklaat,
- marketingeisen (kleur, geur, imago)
- ervaringen met inkopen en gebruik van recycklaat

Het verschilt per productfamilie welke randvoorwaarden het belangrijkst zijn. Bij de selectie van de productfamilie moet gekeken worden of er op de korte termijn geen belangrijke randvoorwaarden missen. De markt kan gevormd worden doordat inkopers (publiek maar ook privaat) het goede voorbeeld geven en als launching customer fungeren. En afnemers kunnen steeds meer vragen om producten gemaakt van recycklaat. Afnemers kunnen consumenten zijn, detailhandel of brandowners zijn.

#### F6. Beschikbaarheid van mensen en middelen

Dit kan een belemmering zijn om innovaties naar de markt te brengen. Of dit zo is, hangt af van het gekozen product. Maar meestal is dit geen belemmering bij het gebruiken van recycklaat als er markt vraag is. En bij de selectie van producten is deze factor als belemmerend impliciet uitgesloten.

### F7. Legitimiteit creëren

Er kan weerstand opkomen vanuit de producenten van primair kunststof en eventueel van partijen die discontinuïteit in het aanbod van recyclelaat vrezen. Bedrijven en branches (en brancheverenigingen) kunnen ook kiezen voor andere prioriteiten (klimaat, corona). Veel partijen zien echter wel de onafwendbaarheid van de transitie naar gebruik van recyclelaat, weerstand lijkt beperkt.

### F8. Coördinatie

Om te komen tot een succesvolle innovatie is coördinatie van de inspanningen en activiteiten nodig. Dit gebeurt voor het toepassen van recyclelaat nog nauwelijks op het hele systeem. Voor het toepassen van recyclelaat wordt naar de overheid of het transitieteam gekeken voor coördinatie. Het Versnellingshuis en de partijen die daarin verenigd zijn, kunnen hier een rol in spelen.

Bovenstaande analyse geeft aangrijpingspunten voor oplossingsrichtingen en hoe deze inwerken op andere sleutelprocessen.

- Bij het toepassen van recyclelaat heeft de oplossingsrichting dat brand owners uitspreken dat ze recyclelaat toe gaan passen (richting geven) effect op een aantal ander sleutelprocessen, zoals marktforming, kennisoverdracht en beschikbare middelen.
- Een andere oplosrichting kan marktforming zijn door een financiële prikkel die gebruik recyclelaat aantrekkelijker maakt dan virgin of een marktprikkel door wettelijke verplichting van bijmengen recyclelaat in producten waardoor de keten ook in beweging komt.