

## Tilburg University

### **Gedragpraktijken in transitie. De gedragpraktijkenbenadering getoetst in twee gevallen**

Spaargaren, G.; Beckers, T.A.M.; Martens, S.; Bargeman, B.; van Es, T.

*Publication date:*  
2002

[Link to publication in Tilburg University Research Portal](#)

*Citation for published version (APA):*

Spaargaren, G., Beckers, T. A. M., Martens, S., Bargeman, B., & van Es, T. (2002). *Gedragpraktijken in transitie. De gedragpraktijkenbenadering getoetst in twee gevallen: Duurzaam wonen en Duurzame toeristische mobiliteit*. (Milieustrategie 2002; No. 1). Ministerie van VROM.

#### **General rights**

Copyright and moral rights for the publications made accessible in the public portal are retained by the authors and/or other copyright owners and it is a condition of accessing publications that users recognise and abide by the legal requirements associated with these rights.

- Users may download and print one copy of any publication from the public portal for the purpose of private study or research.
- You may not further distribute the material or use it for any profit-making activity or commercial gain
- You may freely distribute the URL identifying the publication in the public portal

#### **Take down policy**

If you believe that this document breaches copyright please contact us providing details, and we will remove access to the work immediately and investigate your claim.

## **GEDRAGSPRAKTIJKEN IN TRANSITIE**

*De Gedragspraktijkenbenadering getoetst in twee gevallen: Duurzaam wonen en Duurzame toeristische mobiliteit*

Gert Spaargaren, Theo Beckers, Susan Martens, Bertine Bargeman, Tosanne van Es



**Tilburg / Wageningen, 2002**



## Samenvatting

### *De Gedragspraktijkenbenadering als analytisch kader*

In een samenwerkingsverband van Tilburgse en Wageningse sociaal-wetenschappelijke onderzoekers is sinds 1999 gewerkt aan de ontwikkeling van een analytisch, conceptueel kader, dat betrokkenen bij het milieubeleid in staat moet stellen kansrijke strategieën te ontwikkelen om duurzame consumptie te bevorderen. Na een kritische analyse van bestaande verklaringsmodellen (Beckers, Ester en Spaargaren, 1999) werd gepleit voor een sociologisering van het wetenschappelijk en beleidsmatig benaderen van burger-consumenten en voor het uitvoeren van een verkenning. Het Ministerie van VROM heeft opdracht gegeven om mogelijkheden van de zogenaamde Gedragspraktijkenbenadering verder te verkennen.

De eerste stap van deze verkenning was gericht op de beoordeling van een aantal bestaande trajecten binnen het consumentgeoriënteerde beleid van het Ministerie van VROM (Perspectief, Domeinverkenningen, Warme Golfstroom, Burger en Milieu, Afvalstoffen en Duurzaam Bouwen) in termen van de Gedragspraktijkenbenadering (Beckers, Spaargaren en Bargeman, 2000). Ook is de mogelijke relatie tussen deze benadering en het nieuwe NMP4 verkend. Geconcludeerd werd, dat de Gedragspraktijkenbenadering geschikt lijkt, om te dienen als integratiekader voor afzonderlijke pogingen om de burger-consument niet alleen tot object, maar ook tot subject te maken in het milieubeleid. De Gedragspraktijkenbenadering gaat immers uit van een kundige en verantwoordelijke actor, die milieu-innovaties integreert in nieuwe routines. De burger-consument als *change agent*. De burger-consument wordt vaak nog teveel gezien als een remmende factor, die overtuigd of voorgelicht moet worden, aan het einde van een keten of beleidsplan. Te weinig wordt de burger-consument benut als start en inspiratie voor verandering.

Als tweede stap is door een samenwerkingsverband van Globus, WUR, TNO en Ecofys de Gedragspraktijkenbenadering getoetst aan de hand van een tweetal cases: Duurzame toeristische mobiliteit en Duurzaam wonen. Beide cases zijn zoveel mogelijk met dezelfde opzet en methode uitgevoerd. In beide gevallen werd voortgeborduurd op de uitkomsten van de Domeinverkenningen. In beide gevallen is geëxperimenteerd met het raadplegen van consumenten via focusgroepen. Doel was immers om uiteindelijk te komen tot een vergelijkende beoordeling van de bruikbaarheid van de Gedragspraktijkenbenadering als analytisch instrument voor het milieubeleid. Dit rapport doet daarvan verslag.

In de Gedragspraktijkenbenadering wordt aan socio-technische innovaties een belangrijke plaats toegekend, zonder echter te vervallen in het denkschema van het technologisch determinisme. Het startpunt van de analyse wordt gevormd door de socio-technische innovaties die in Nederland gedurende de laatste vijftig jaar binnen het milieuveld tot ontwikkeling zijn gekomen. De assumptie is dat er weliswaar sprake is van een scala van socio-technische innovaties, maar dat deze niet altijd 'opgepikt' worden door burger-consumenten. Er is dus sprake van een situatie, waarin al behoorlijk wat grondstof bestaat voor transities, voor veranderingen in de samenleving richting duurzamer produceren en consumeren. Die transitie komt er pas wanneer mensen hun dagelijkse gedragsroutines herinrichten.

Het begrip leefstijl wordt gebruikt om te verwijzen naar specifieke kenmerken van individuele actoren. Daarbij staan niet de attitude of de set van normen en waarden van het individu centraal. In plaats daarvan gaat het om de specifieke set gedragingen die

kenmerkend is voor de actor. Elke burger laat een specifieke mix van milieuprestaties op onderscheiden gedragsdomeinen laat zien. Duurzame leefstijlen kunnen variëren van lichtgroen tot donkergroen. Burgers schermen bepaalde praktijken specifiek af voor milieuvernieuwing en zetten hun deelname aan andere, meer milieuvriendelijke praktijken juist demonstratief voorop.

Er wordt uitgegaan van de (door een groep van mensen gedeelde) gedragspraktijk als analyse-eenheid. Wanneer we uitgaan van gedragspraktijken als zijnde de met anderen gedeelde, in tijd en ruimte gestructureerde routines, dan is de vraag naar de invloed van structuur op het handelen een analytisch hanteerbare vraag geworden. We kunnen dan immers per gedragspraktijk de sets van ‘handelingsregels’ nader onderzoeken, zoals die door een groep van mensen gedurende een zekere periode op een vergelijkbare wijze wordt gehanteerd. Structuur is niet alleen beperkend voor het handelen, maar ook faciliterend, voorwaardenscheppend. Zonder structuur is handelen überhaupt niet mogelijk. Wanneer we dit principe van structuur als zowel ‘limiterend’ als ‘faciliterend’ toepassen op het duurzamer (her)inrichten van gedragspraktijken, dan gaat de aandacht uit naar de aard en het niveau van ‘groen aanbod’ per gedragspraktijk. Dit aanbod kan kwalitatief en kwantitatief sterk verschillen per gedragspraktijk, zoals de in deze studie gekozen voorbeelden van ‘wonen’ en ‘toeristische mobiliteit’ illustreren.

Kernbegrippen in de analyse van gedragspraktijken zijn *milieuheuristieken*, *circuits* en *slots*. Bij *milieuheuristieken* gaat het om symbolische representaties van milieudoelstellingen, toegepast op en vertaald in voor actoren relevante handelingsstrategieën per gedragspraktijk. Om de vertaalslag van het milieubeleid naar het alledaagse leven te kunnen maken, zullen de vrij technische, abstracte doelstellingen, zoals verwoord in het NMP, moeten worden weergegeven in de taal van de leefwereld. Goed ontwikkelde milieuheuristieken zijn binnen veel gedragspraktijken nog maar mondjesmaat aanwezig. Het begrip *circuit* wordt gedefinieerd als een reeks geschakelde netwerken binnen een maatschappelijke keten. Via circuits worden (netwerken van) aanbieders en (netwerken van) burger-consumenten met elkaar verbonden. Dat schakelen gaat niet altijd zonder problemen. Daarom is er reden om speciaal te letten op de schakelpunten of slots. *Slots* zijn contactpunten, die schakelen tussen groepen van actoren binnen het proces van milieu-innovatie in de keten. Wanneer een van deze schakelingen niet tot stand kan komen, dan treedt stagnatie op en wordt innovatie verhinderd. Het zijn echter ook kansen op verbetering.

#### *Opzet en methode*

Om empirisch onderzoek te kunnen uitvoeren moest de Gedragspraktijkenbenadering worden geoperationaliseerd aan de hand van een set van onderzoeksvragen. Deze vormden de basis voor zowel de casestudy Duurzaam wonen als Duurzame toeristische mobiliteit.

*Vraag 1: Hoe selecteert, benoemt en operationaliseert men een voor het milieubeleid relevante set van gedragspraktijken?*

*Vraag 2: Hoe kunnen voor de geselecteerde gedragspraktijken sets van werkbare milieuheuristieken worden ontwikkeld?*

*Vraag 3: Hoe de 'circuits' worden geanalyseerd en wat zijn de typerende slots?*

Er zijn twee criteria waaraan de te selecteren gedragspraktijken moeten voldoen: relevant zijn voor het milieubeleid en relevant zijn voor burgers, in die zin dat burgerconsumenten herkennen, dat (ernstige) milieudruk wordt gegenereerd. Daarnaast moesten per gedragspraktijk socio-technische innovaties beschikbaar zijn of komen, waarmee groepen van burgerconsumenten hun huidige gedragsroutines kunnen omzetten in een duurzamer variant. De twee gedragspraktijken voldoen aan de beide criteria. Tijdens het onderzoek bleek al snel, dat een verdere specificatie in deelgedragspraktijken noodzakelijk was.

Milieuheuristieken zijn in dit onderzoek zowel aan de aanbiederskant als aan de consumentenkant onderzocht. Bij de aanbieders van innovaties werd gewerkt met gesprekken bij sleutelinformanten, zowel telefonisch als face-to-face interviews, met analyse van schriftelijke bronnen en met de organisatie van workshops en expertmeetings. Deze kennis is vervolgens gebruikt ter voorbereiding van de discussie met groepen van burgerconsumenten. De methode die hierbij werd gehanteerd is die van de focusgroep-benadering.

#### *De voornaamste resultaten*

Duurzame toeristische consumptie heeft het vervoer als de achilleshiel in termen van milieubelasting. We hebben hier te maken met een 'prioritair milieuprobleem in wording', dat zich nog helemaal aan het begin van de beleidslevenscyclus bevindt. Waar de objectieve noodzaak van een verandering van gedragsroutines kan worden aangetoond, is die noodzaak binnen het beleid, maar ook in de perceptie van consumenten en aanbieders van vakantie-reizen nog nauwelijks erkend. Duurzame vakantie-reizen krijgen slechts moeizaam en plek binnen gedragsroutines. Nog geen tien procent van de Nederlanders zegt behoefte te hebben aan informatie over de manier waarop bij de vakantie-reis rekening kan worden gehouden met aspecten van natuur en milieu.

Vergelijken we deze situatie met die bij de gedragspraktijk 'Duurzaam wonen', dan valt op, dat de milieu-aspecten van bouwen en wonen brede bekendheid en erkenning genieten, zowel onder beleidsmakers, onder aanbieders in de bouwsector als onder de bevolking. Niet het vaststellen en bekendmaken van de milieu-aspecten vormen hier het probleem, eerder de 'onderbenutting' van het innovatiepotentieel. Deze moet mede in verband gebracht worden met de sterke oriëntatie op techniek en regelgeving. Deze technische oriëntatie is kenmerkend voor Aanbiedersnetwerken die domineren in de beleidsontwikkeling van Duurzaam Bouwen (Dubo). Een overgang van Dubo naar Duwo (Duurzaam Wonen) betekent dat aan burgerconsumenten een grotere rol in het beleid moet worden toegekend.

Voor het opsporen van milieu-heuristieken is aangeknoopt bij de socio-technische innovaties die binnen de gedragspraktijk aanwezig of in ontwikkeling zijn. Voor aan-

bieders is het zaak om burger-consumenten te informeren over en te confronteren met de relevante kenmerken van de socio-technische innovatie op een zodanige wijze, dat de burger-consument de probleemdefinitie overneemt, vertrouwen krijgt in de geboden oplossing en uiteindelijk wordt verleid tot het overnemen en toepassen van de innovatie. Veel socio-technische innovaties genieten nog, worden slecht gepresenteerd en vermarkt worden en zijn omgeven zijn met onzekerheden over de feitelijke milieueffecten. Uit de interviews met aanbieders kwamen een aantal heuristieken naar voren, die meer algemeen een rol spelen. Dit leidt tot drie methodieken om groene producten en diensten aan te bieden: groene aanbieder, groen product of dienst en groene methode.

Om de circuits en de bijbehorende slots (en sleutels) nader te analyseren, werden een aanbiederesscan en een eindgebruikersscan gemaakt. Het aanbod van innovaties kan op drie manieren worden getypeerd: de wijze van aanbod (staat, markt en *civil society*), het milieu-ambitie-niveau van de aanbieders en de sector of het marktsegment.

Ook aan de eindgebruikerskant is differentiatie mogelijk op basis van gelijksoortige posities. naar het al dan niet bestaan van een (gethematiseerde) keuzemogelijkheid, het milieu-ambitie-niveau van (groepen van) consumenten en de wijze van verwerking, opgedeeld in de dimensies 'zelf', 'samen' en 'anderen'.

De slots laten zien op welke plaatsen in het innovatieproces de kritische schakelpunten zitten tussen de rationaliteiten van verschillende netwerken van actoren, die gezamenlijk dragers zijn van het innovatieproces. Slots zijn behalve potentiële fricties ook mogelijke aanknopingspunten voor verbetering (sleutels). Uit het onderzoek kwamen de volgende slots naar voren: beschikbaarheid, concurrentie, milieu-informatie en concern.

#### *Implicaties voor beleid*

In dit onderzoek is gebleken dat de 'early adopters' onder aanbieders en consumenten van de overheid een actieve en stimulerende rol verwachten. Uit beide casestudies is bovendien naar voren gekomen, dat het noodzakelijk en mogelijk is om 'milieu' te verbinden of te integreren met andere waarden, die voor consumenten van belang zijn, zoals kwaliteit, gezondheid, gemak en zekerheid

Een beleid ter bevordering van duurzame consumptie, zou heel goed geplaatst kunnen worden binnen een op transitie gericht beleid. Essentieel voor het welslagen van het transitiebeleid is het slaan van een brug tussen 'systemen' en 'actoren', het kernpunt van de Gedragspraktijkenbenadering. Een essentieel kernpunt is het proces van routinisering. Het planmatig bezig zijn met de organisatie van milieuveranderingen op het niveau van het alledaagse leven impliceert, dat vanzelfsprekende routines worden opgeschort, heroverwogen en heringericht. Uit het onderzoek is gebleken, dat de noodzaak van het doorbreken van routines niet alleen bestaat aan de kant van burgerconsumenten, maar ook in systemen van aanbod, bij aanbieders van producten en diensten. Vooral bij een gedragspraktijk, die zich nog aan het begin van de beleidslevenscyclus bevindt, zoals toeristische mobiliteit. Hier doet zich het probleem voor, dat er te weinig milieuvriendelijke alternatieven zijn ontwikkeld, dat de consument er onvoldoende mee in aanraking wordt gebracht en dat 'de markt' onduurzaam reisgedrag eerder stimuleert en beloont dan ontmoedigt.

Het bevorderen van een actieve deelname van burger-consumenten bij het ontwerpen van transitieprocessen is essentieel. Burger-consumenten zijn immers niet alleen of niet langer object van beleid, voorlichting, etc., maar ook subject en 'change agent'.

Waar burgers zich hebben georganiseerd rond (delen van) gedragspraktijken kan deze sociale infrastructuur worden benut om innovaties op te sporen en verduurzaming te bevorderen.

De belangrijkste producten van dit onderzoek zijn een uitgewerkte *set van operationele begrippen*, een *protocol* om duurzame consumptie contextueel te beschrijven en te analyseren en een *methodiek* om de actieve rol van burger-consumenten te versterken. Voor de verdere validering en toespitsing van concept en methodiek lijken drie vervolgactiviteiten nuttig en noodzakelijk: verbreding, opschaling en verdieping.





# 1. Inhoudsopgave

## Samenvatting

### Inhoudsopgave

<b>1.</b>	<b>Positionering en verantwoording van het onderzoek</b>	<b>1</b>
1.1	Inleiding	1
1.2	Naar een sociologisering van het consumentgeoriënteerde milieubeleid	1
1.3	Opzet en werkwijze	3
<b>2.</b>	<b>De Gedragspraktijkenbenadering: toelichting op de kernbegrippen</b>	<b>5</b>
2.1	Inleiding	5
2.2	De rol van menselijke actoren in transities	6
2.3	De rol van individuele leefstijlen, normen en waarden	7
2.4	Gedrag in context: gedragspraktijken als eenheid van analyse voor onderzoek en (milieu)beleid	8
2.5	Kernbegrippen voor het analyseren van transities in gedragspraktijken: milieuheuristieken, circuits en slots	9
2.6	Karakterisering van het transitieproces	12
<b>3.</b>	<b>Vragen voor onderzoek: de Gedragspraktijkenbenadering als kader voor onderzoek en beleid</b>	<b>14</b>
3.1	Inleiding	14
3.2	Selectie en operationalisering van gedragspraktijken	14
3.3	De ontwikkeling van milieuheuristieken per gedragspraktijk	16
3.4	Analyse van circuits en slots	18
<b>4.</b>	<b>Bevindingen in de case-studies</b>	<b>19</b>
4.1	Inleiding	19
4.2	De gedragspraktijken ‘Duurzame toeristische mobiliteit’ en ‘Duurzaam wonen’ nader getypeerd	19
4.3	Milieuheuristieken voor ‘Duurzame toeristische mobiliteit’ en ‘Duurzaam wonen’	22
4.4	Circuits en slots van ‘Duurzame toeristische mobiliteit’ en ‘Duurzaam wonen’	26
<b>5.</b>	<b>Conclusies en implicaties voor beleid</b>	<b>31</b>
5.1	Inleiding	31
5.2	Waarom een consumentgeoriënteerd milieubeleid?	31
5.3	Transitiemanagement voor duurzamere gedragspraktijken	32
5.4	De burger-consument als ‘change agent’	32
5.5	Een gereedschapskist voor beleid	33
	<b>Literatuur</b>	<b>35</b>



# **1 Positionering en verantwoording van het onderzoek**

## **1.1 Inleiding**

In een samenwerkingsverband van Tilburgse en Wageningse sociaal-wetenschappelijke onderzoekers is sinds 1999 gewerkt aan de ontwikkeling van een analytisch, conceptueel kader, dat betrokkenen bij het milieubeleid in staat moet stellen kansrijke strategieën te ontwikkelen om duurzame consumptie te bevorderen.

Na een kritische analyse van bestaande verklaringsmodellen (Beckers, Ester en Spaargaren, 1999) werd gepleit voor een sociologisering van het wetenschappelijk en beleidsmatig benaderen van burger-consumenten, geïnspireerd door het werk van Anthony Giddens (1984) en Ulrich Beck (1986). In dit hoofdstuk wordt een overzicht gegeven van de voornaamste resultaten van de eerdere studies (1.2) en wordt de opzet van dit onderzoek uiteengezet (1.3). In hoofdstuk 2 wordt de Gedragspraktijkenbenadering nader toegelicht. Hoofdstuk 3 bevat de algemene onderzoeksvragen. Hoofdstuk 4 is een samenvatting van de resultaten van de casestudies 'Duurzame toeristische mobiliteit' en 'Duurzaam wonen'. In hoofdstuk 5 komen de conclusies ten behoeve van het milieubeleid aan bod.

## **1.2 Naar een sociologisering van het consumentgeoriënteerde milieubeleid**

De vergelijkende analyse van een aantal sociaal-wetenschappelijke paradigma's, die tot dusver het denken en handelen van de overheid inzake een consumentgeoriënteerde milieubeleid domineerde, leidde in 1999 tot een aantal voorlopige conclusies:

1. Consumptie is meer dan individuele behoeftebevrediging, het is allereerst een contextgebonden sociale praktijk.
2. Milieumisbruik en aantasting van natuur en landschap door burger-consumenten behoren meestal tot de onbedoelde gevolgen van menselijk handelen. Loyaliteit van burgers tegenover anonieme stelsels ('het milieu') die individuele offers vragen komt niet automatisch tot stand. Milieubeleid stuit net als andere vormen van collectieve actie op pogingen om problemen te ontkennen en negeren en individuele lasten te ontlopen of af te wentelen.
3. De mogelijkheden tot de-materialisatie en de-commodificatie van consumptie, zijn beperkt, omdat onvoldoende rekening wordt gehouden met het sociale karakter van consumptie, met de routinematigheid van consumptie en de relatief bescheiden plaats die milieuoverwegingen innemen in het keuzeprocess.
4. Burger-consumenten handelen minder rationeel dan veel economen en sociologen veronderstellen en vertalen hun opvattingen over milieu minder in concreet gedrag dan veel sociaal-psychologen aangeven.
5. Ondanks de retoriek van de markt vormen niet de waarden of basisbehoeften de drijvende krachten achter de aard en volumegroei van wereldwijde consumptie, maar de groei en diversificatie van het aanbod.
6. Milieugedrag als zodanig bestaat niet, is geen afzonderlijke categorie in het alledaagse handelen van burger-consumenten. Bijna ieder menselijk gedrag is in principe milieugerelateerd.

## 7. Duurzame consumptie is sterk contextafhankelijk en domeinspecifiek.

Dit leidde tot het verzoek van het Ministerie van VROM / DGM om de Gedragspraktijkenbenadering verder te ontwikkelen, te valideren, te operationaliseren en te vertalen in een mogelijk analytisch kader ten behoeve van het milieubeleid.

De eerste stap van deze verkenning (uitgevoerd in 2000) was gericht op de beoordeling van een aantal bestaande trajecten binnen het consumentgeoriënteerde beleid van het Ministerie van VROM (Perspectief, Domeinverkenningen, Warme Golfstroom, Burger en Milieu, Afvalstoffen en Duurzaam Bouwen) in termen van de Gedragspraktijkenbenadering (Beckers, Spaargaren en Bargeman, 2000). Ook is de mogelijke relatie tussen deze benadering en het nieuwe NMP4 verkend. Geconcludeerd werd, dat de Gedragspraktijkenbenadering geschikt lijkt om te dienen als integratiekader voor afzonderlijke pogingen de burger-consument niet alleen tot object, maar ook tot subject te maken in het milieubeleid. Tot dusver richt het milieubeleid zich vaak op de burger-consument in totaliteit. In het bestaande beleid wordt de burger-consument meestal aangesproken als atomair individu, op afzonderlijke milieugerelateerde handelingen. In het toekomstige beleid zou de bevordering van duurzame consumptie moeten worden geplaatst binnen de context van met anderen gedeelde gedragspraktijken, zoals het op vakantie gaan of klussen.

Uit de analyse kwam naar voren, dat in het traditionele milieubeleid noodzakelijke gedragsveranderingen werden gepresenteerd in technische en milieukundige termen, zoals de bijdrage aan het klimaatbeleid. Deze benadering is ook terug te vinden in het NMP4. Het milieubeleid zou dichterbij de burger gebracht moeten worden. Vruchtbaarder lijkt het om uit te gaan van de vermaatschappelijking van het milieubeleid. Dit veronderstelt, dat overwegingen van milieu en duurzaamheid een plaats krijgen in de alledaagse, geroutiniseerde leefwereld van burger-consumenten en vandaaruit moeten worden gedefinieerd. Per gedragspraktijk zullen milieuheuristieken ontwikkeld moeten worden, die de aan het NMP4 of NSDO ontleende doelstellingen, (her)formuleren in de taal en regels van de leefwereld. Milieuheuristieken zijn vuistregels waarvan burger-consumenten binnen specifieke contexten gebruikmaken om snel te kunnen beoordelen hoe meer 'groen' en duurzaam gehandeld kan worden.

De Gedragspraktijkenbenadering gaat immers uit van een kundige en verantwoordelijke actor, die milieu-innovaties integreert in nieuwe routines. De burger-consument als *change agent*. De burger-consument wordt nog teveel gezien als een remmende factor, aan het einde van een keten of beleidsplan en te weinig als start en inspiratie voor verandering. Om de brug van het NMP naar het alledaagse leven te kunnen slaan, moeten de vrij technische, abstracte doelstellingen worden vertaald in de alledaagse taal van de leefwereld (Spaargaren, 2001). Dat kan niet zonder burger-consumenten serieus te nemen en hen te betrekken bij het ontwerp en de beoordeling van innovaties. Milieubeleid kan profiteren van en meeliften met voorkeuren van consumenten en zo een vanzelfsprekende plaats krijgen in leefstijlen en de routines van het alledaagse leven. Het serieus nemen van de burger-consument, strookt met actuele opvattingen over de rol van burgers in de *civil society*, over *good governance*, over het 'nieuwe consumeren' (Winsemius et al., 2001). De invloed van nieuwe technologische mogelijkheden op consumeren en consumenten is

evident (nieuwe producten, diensten en distributievormen). Consumenten krijgen mede hierdoor nieuwe mogelijkheden om zich te organiseren en te interacteren met producenten en leveranciers. Consumenten eisen niet alleen meer waar voor hun geld, maar ook meer kwaliteit, zekerheid, voorspelbaarheid en controleerbaarheid.

### **1.3 Opzet en werkwijze**

Als tweede stap is, door een samenwerkingsverband van Globus, WUR, TNO en Ecofys, de Gedragspraktijkenbenadering getoetst aan de hand van een tweetal cases: 'Duurzame toeristische mobiliteit' en 'Duurzaam wonen'. Beide cases zijn zoveel mogelijk met eenzelfde opzet en methode uitgevoerd. In beide gevallen werd voortgeborduurd op de uitkomsten van de Domeinverkenningen. In beide gevallen is geëxperimenteerd met het raadplegen van consumenten via focusgroepen. Doel was immers om uiteindelijk te komen tot een vergelijkende beoordeling van de bruikbaarheid van de Gedragspraktijkenbenadering als analytisch instrument voor het milieubeleid.

Toch zijn er enige verschillen in aanpak en resultaten. Die hangen grotendeels samen met het faseverschil in de beleidslevenscyclus. De casussen zijn juist om die reden gekozen. Op het terrein van Duurzaam wonen (bouwen) zijn er door overheid en bedrijfsleven al heel wat activiteiten ontplooid, initiatieven genomen en innovaties uitgevoerd. Al vanaf het begin van de jaren negentig is er sprake van een systematische stimulering van duurzaam bouwen. In de laatste jaren is de consument ook uitdrukkelijk doelgroep, maar nog geen partner. Hier konden dan ook concrete groene alternatieven worden doorgelicht met behulp van de Gedragspraktijkenbenadering. Binnen deze praktijk werden een aantal deelpraktijken onderscheiden: audiovisueel elektragebruik, verwarmen, inrichten, klussen en tuinieren. Duurzame toeristische mobiliteit daarentegen staat nog nauwelijks op de agenda van beleid, bedrijfsleven en burger-consument, hoewel de mondiale milieueffecten relatief groot zijn en nog in ernst toenemen. Daarom werd er in deze studie veel aandacht besteed aan een analyse van de problematiek, met bewustwording en agendasetting als doel. De geanalyseerde innovaties bevonden zich meestal in de ontwerpfase en konden slechts als idee aan de focusgroep worden voorgelegd.

In beide casestudies is op basis van een uitvoerige literatuurstudie en documentenanalyse een aantal (potentiële) innovaties geanalyseerd, zowel vanuit het perspectief van de aanbieders als van burger-consumenten. Speciaal ten behoeve van dit onderzoek werd de methodiek van focusgroepen verder ontwikkeld. Tijdens een gezamenlijke workshop op 26 november 2001 zijn de voorlopige resultaten besproken met beleidsmedewerkers, aanbieders van innovaties op het terrein van Duurzaam wonen en Duurzame toeristische mobiliteit en onderzoekers. Dit rapport bevat de synthese van beide casestudies, waarover afzonderlijke publicaties zijn verschenen (Martens en Spaargaren, 2002 en Bargeman, Beckers, Van Es, Van den Broeke en Korver, 2002).

De onderzoekers danken de leden van beide begeleidingscommissies, in het bijzonder Frans Duinhouwer en Jelle Blaauwbroek en de leden van de klankbordgroep binnen VROM/DGM voor hun stimulerend feed-back. Ze danken ook Adriaan Slob van TNO/STB voor het voorbereiden en leiden van de workshops. Zonder de medewerking

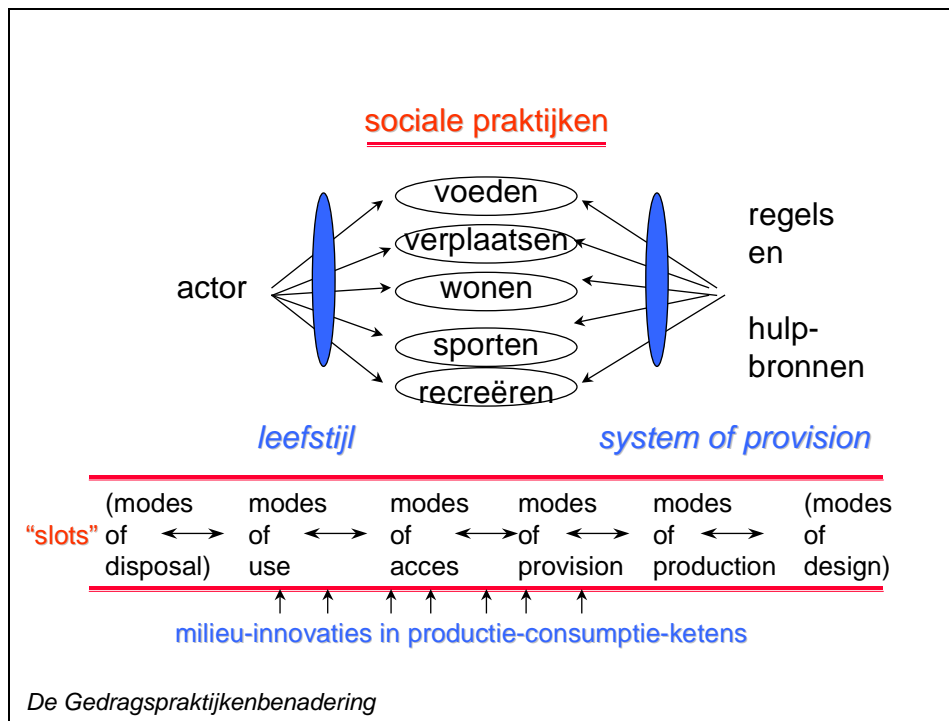
van maatschappelijke partijen en vooral van burger-consumenten zou ons verhaal niet geschreven zijn.

## 2 De Gedragspraktijkenbenadering: toelichting op de kernbegrippen

### 2.1 Inleiding

De Gedragspraktijkenbenadering probeert aandacht voor de invloed van maatschappelijke structuren op het menselijk handelen te combineren met de idee dat mensen als kundige en bekwame actoren een actieve rol spelen in de reproductie van maatschappelijke structuren en technologische systemen. De belangrijkste elementen van de Gedragspraktijkenbenadering worden in figuur 1 weergegeven.

Figuur 1 De Gedragspraktijkenbenadering



We zullen niet de sociaal-theoretische fundering van de benadering opnieuw bespreken. Daarvoor wordt verwezen naar eerdere studies (Beckers, Ester en Spaargaren, 1999; Spaargaren, 2000). Hier gaan wij nader in op enkele specifieke thema's die relevant zijn voor het onderzoek naar transitie op het niveau van alledaagse gedragspraktijken. Achtereenvolgens komen aan de orde de rol van menselijke actoren in technologische verandering of transitie (2.2), de rol van individuele normen en waarden, en leefstijlen (2.3), intermenselijke gedragspraktijken als analyse-eenheid van milieu-onderzoek en -beleid (2.4), en sleutelbegrippen voor het analyseren van (milieu)transities binnen gedragspraktijken: milieuheuristieken, circuits en slots (2.5). We besluiten het hoofdstuk met een typering van het transitieproces op het niveau van het alledaagse leven (2.6).



## 2.2 De rol van menselijke actoren in transitie

De Gedragspraktijkenbenadering vormt ons inziens een zinvolle aanvulling in het denken over transitie en systeeminnovatie. In traditionele discussies over milieuveranderingsprocessen wordt vaak in eenzijdig systeem-jargon gesproken. Wat moet veranderen is het transportsysteem, de woningmarkt, de ruimtelijke infrastructuur, de economische structuur, de voedingsindustrie. Het taalgebruik verwijst niet naar het feit dat het uiteindelijk gaat om mensen van vlees en bloed, om burger-consumenten die milieuveranderingen tot stand brengen. Het zijn uiteindelijk altijd concrete mensen die ergens wonen, zich verplaatsen en zich voeden. Een andere eenzijdigheid van het traditionele transitiedenken ligt in het feit, dat men de veranderingsdynamiek van socio-technische systemen veelal zoekt en vindt in de technologie als autonome krachtbron. De technologie brengt de omslag en dan veranderen mensen gewoon mee. Mensen passen zich aan, nemen de nieuwe gedragscodes vanzelf over. Toegepast op milieugerelateerde gedragverandering zou het er dan slechts om gaan de juiste transitie te benoemen en de dragende technologieën zódanig in te bouwen in gedragspraktijken (autorijden, voeden, wonen) dat (de doorgaans onvoldoende betrouwbare) mens als vanzelf de gewenste, milieuvriendelijke gedragslijn volgt. Milieuproblemen worden dan als het ware ‘achter de rug van mensen om’ opgelost, hoewel we allemaal weten, dat milieuproblemen voortvloeien uit menselijk gedrag. In wezen wordt het probleem niet zelf aangepakt (de techniek-gedrag-combinatie of sociale praktijk die de milieubelasting met zich meebrengt), maar wordt de oplossing gezocht in een ‘afgeleide’ strategie.

In de Gedragspraktijkenbenadering wordt aan socio-technische innovatie een belangrijke plaats toegekend, zonder echter te vervallen in het denkschema van het technologisch determinisme. In de onderste helft van figuur 1 wordt aangegeven dat het startpunt van de analyse wordt gevormd door de socio-technische innovatie die in Nederland gedurende de laatste vijftig jaar binnen het milieuveld tot ontwikkeling zijn gekomen. De assumptie is dat er weliswaar sprake is van een scala van socio-technische innovatie, maar dat deze niet altijd ‘opgepikt’ worden door burger-consumenten. Er is dus sprake van een situatie waarin al behoorlijk wat grondstof bestaat voor transitie, voor veranderingen in de samenleving richting duurzamer produceren en consumeren. Maar zo’n transitie komt er niet vanzelf. Die komt er ook (nog) niet wanneer de techniek in engere zin (volop) aanwezig is. De transitie komt er zelfs nog niet automatisch en altijd wanneer de prijs van de transitie gunstig uitpakt in vergelijking met de bestaande situatie. Die transitie komt er pas wanneer mensen met behulp van die technologie hun productieproces of hun dagelijkse gedragsroutines herinrichten. Met andere woorden de technologie zelf kan nooit verklaren waarom maatschappelijke processen in bepaalde richting verlopen. Het zijn altijd mensen die met behulp van die technologie richting geven aan hun handelen, aan hun samenleving, aan hun cultuur.

Binnen de industrie zijn technologie-geleide veranderingsprocessen van een ander karakter dan binnen de leefwereld van burger-consumenten. De grondschema’s en de terminologie van innovatie en transitie binnen het bestaande beleid zijn daarom niet zonder meer toepasbaar op alledaagse gedragspraktijken van burgers. In de Gedragspraktijkenbenadering wordt geprobeerd de actieve rol van burger-consumenten binnen transitie

analytisch nader te omschrijven en via het verrichten van toegepast onderzoek bijgedragen aan een burger-consument-georiënteerd milieubeleid.

### **2.3 De rol van individuele leefstijlen, normen en waarden**

In de Gedragspraktijkenbenadering wordt het begrip leefstijl of levensstijl gebruikt om te verwijzen naar specifieke kenmerken van individuele actoren. Daarbij staat echter niet – zoals in veel sociaal-psychologische grondschemas het geval is – de attitude of de set van normen en waarden van de individu centraal in de analyse. In plaats daarvan gaat het om de specifieke set gedragingen die kenmerkend is voor de actor. Het begrip leefstijl heeft dus niet de betekenis die er in het marktonderzoek veelal aan wordt toegekend, waarbij het gaat om een specifieke set van (voor de buitenwereld herkenbare en ten toon gespreide) voorkeuren. Levensstijl in de sociologische betekenis die Anthony Giddens daaraan geeft verwijst naar alle mogelijke denkbare combinaties van gedragspraktijken – trendy of niet – die individuele actoren kenmerken en waaraan zij zelf een verhaal verbinden. Letterlijk is de definitie van Giddens: “A lifestyle can be defined as a more or less integrated set of practices which an individual embraces, not only because such practices fulfil utilitarian needs, but because they give material form to a particular narrative of the self” (Giddens, 1991:81). Dus eerst het ‘doen’, het deelnemen aan routines, en dan pas het ermee bezig zijn op een verklarende, reden verschaffende manier.

De Gedragspraktijkenbenadering gaat uit van de assumptie dat iedereen aan milieu doet, dat iedere burger meer of minder rekening houdt met milieuaspecten. Dat komt omdat voor de meeste gedragspraktijken die kenmerkend zijn voor de moderne, (Nederlandse) samenleving, het milieuveranderingsproces al twintig jaar of meer aan de gang is en de duurzamer varianten voor steeds meer groepen zichtbaar worden en theoretisch gesproken binnen handbereik worden gebracht. Het is dus niet een kwestie van: “als de consument het wil, dan starten we.” Het proces van gedragspraktijken-in-verandering is al aan de gang. Alleen natuurlijk niet voor iedereen op dezelfde manier en tot op dezelfde hoogte. Milieuveranderingen worden door mensen uiteraard verschillend opgepikt en al dan niet gebruikt als instrument voor constructie van hun zelfidentiteit. Slechts een kleine groep is actief bezig met de ‘stileren’ van het dagelijks leven of leefstijl als milieubewust of duurzaam. Voor de allergrootste groep van de bevolking is er sprake van een ‘mee-doen omdat het zo hoort’ of ‘omdat het tegenwoordig zo gedaan wordt.’

Anders gezegd; de Gedragspraktijkenbenadering helpt te onderkennen dat elke burger een specifieke mix van milieuprestaties op onderscheiden gedragsdomeinen laat zien ten aanzien van de voor hem of haar specifieke keuzes – zowel milieugemotiveerde als niet-milieu gemotiveerde keuzes. Daarom bestaat ‘de’ milieubewuste of ‘niet-milieubewuste’ burger niet. Iedereen kan op onderdeel X van zijn of haar leefstijl een notoire (milieu) achterblijver zijn (tot de zogenoemde niet-betrokkenen behoren) en tegelijkertijd op segment Y van zijn of haar levensstijl tot de koplopergroep behoren. Duurzame leefstijlen kunnen dus variëren van lichtgroen tot donkergroen en er kan bij een individu of groep zelfs hier en daar een behoorlijk rood segment tussen zitten: burgers schermen bepaalde praktijken specifiek af voor milieuvernieuwing en zetten hun deelname aan andere praktijken juist ostentatief voorop. In het DGM beleid wordt het sprekende voorbeeld ge-

bruikt van de man die in een eco-team zit en daarnaast lid is van de Harley Davidson-club. En welke vegetariër vindt niet een wandeltocht in Nepal leuk? Dus de idee van voorlopers en achterblijvers krijgt de nuance van ‘voorlopers of achterblijvers per gedragspraktijk’. Daarmee wordt dus afgerekend met de weinig realistische idee van groepen mensen die (bijna) alles goed doen of het vrijwel helemaal fout doen op milieugebied.

#### **2.4 Gedrag in context: gedragspraktijken als eenheid van analyse voor onderzoek en (milieu) beleid**

De rol van individuele normen en waarden en de vraag naar duurzamer leefstijlen van individuen zijn belangrijk en interessant, omdat zij de ‘actor’-kant van transitie in gedragspraktijken benadrukken. Echter, de veranderingen in alledaagse routines kunnen nooit volledig of uitsluitend vanuit het actor-perspectief begrepen en verklaard worden. Om een eenzijdig nadruk op individuele factoren en processen in maatschappelijke veranderingen te voorkomen, wordt in de Gedragspraktijkenbenadering niet uitgegaan van het individu maar van de (door een groep van mensen gedeelde) gedragspraktijk als analyse-eenheid. Wanneer we uitgaan van gedragspraktijken als zijnde de met anderen gedeelde, in tijd en ruimte gestructureerde routines, dan is de vraag naar de invloed van structuur op het handelen een analytisch hanteerbare vraag geworden. We kunnen dan immers per gedragspraktijk de sets van ‘handelingsregels’ nader onderzoeken zoals die door een groep van mensen gedurende een zekere periode op een vergelijkbare wijze wordt gehanteerd.

Het loslaten van het individu als eerste en enig zinvolle eenheid van analyse lijkt een kleine stap, maar wel een met redelijk vergaande consequenties, zoals hieronder kort toegelicht zal worden. Aan de rechterkant van figuur 1 wordt als ‘tegenhanger’ van de leefstijlkant van gedragspraktijken de aandacht gevestigd op de aanbodkant van gedragspraktijken. Hiermee wordt aansluiting gezocht bij wat in de literatuur de ‘verticale<sup>1</sup> benadering van consumptie’ wordt genoemd. In deze verticale benadering wordt aandacht besteed aan de (productie)herkomst van goederen en diensten en aan de manier waarop kenmerken van het productiesysteem als het ware doorwerken in de producten en product-dienst-pakketten waarvan burgers in het alledaagse leven gebruik maken. In de Gedragspraktijkenbenadering krijgt zodoende de rol van sociale structuren in het menselijk handelen een centrale plaats, echter zonder alleen te kijken naar de beperkende, determinerende invloed die vaak aan sociale structuren in het alledaagse leven wordt toegekend. Structuur is niet alleen beperkend voor het handelen maar ook faciliterend, voorwaarden-scheppend. Zonder structuur is handelen überhaupt niet mogelijk.

Wanneer we dit principe van structuur als zowel ‘limiterend’ als ‘faciliterend’ toepassen op het duurzamer (her)inrichten van gedragspraktijken, dan gaat de aandacht uit naar de aard en het niveau van ‘groen aanbod’ per gedragspraktijk in een bepaalde maatschappij in een bepaalde periode. Dit aanbod kan kwalitatief en kwantitatief sterk verschillen per

---

<sup>1</sup> ‘Verticaal’ staat tegenover ‘horizontaal’, en met dit laatste begrip wordt in de consumptie-literatuur vooral verwezen naar het feit dat men met verschillende objecten, binnen verschillende consumptiedomeinen, dezelfde of vergelijkbare dingen kan doen. Bijvoorbeeld, men kan pronken met een gouden ring maar ook met een OV-abonnement. Wanneer men de horizontale dimensie centraal stelt, dan doet de herkomst van het product of product-dienst-pakket er feitelijk weinig toe. In het meest extreme geval wordt in de analyse van consumptie de band met producten helemaal losgelaten (zie bijvoorbeeld Douglas en Isherwood, 1979)

gedragspraktijk, zoals de in deze studie gekozen voorbeelden van ‘wonen’ en ‘toeristische mobiliteit’ illustreren.

Met de karakterisering of typering van het aanbod is direct verbonden de vraag naar de individuele verantwoordelijkheid voor en daarmee samenhangende betrokkenheid bij milieubeheer in het alledaagse leven. Wanneer er binnen een bepaalde gedragspraktijk niet of nauwelijks groen aanbod aanwezig is, dan kan het burger-consumenten niet kwalijk genomen worden wanneer zij geen werk maken van de vergroening van hun leefstijl op het betreffende segment. Wanneer echter het duurzamer aanbod volop aanwezig is en wordt aangeboden op een manier die past bij de leefstijleisen van grote groepen van burger-consumenten, dan mag een actieve inzet worden verwacht.

## **2.5 Kernbegrippen voor het analyseren van transitie in gedragspraktijken: milieuheuristicen, circuits en slots**

In Nederland wordt in het milieu-onderzoek en in het milieubeleid sinds enkele jaren gesproken over transitie (Vollenbroek, 1999; Te Riele et al., 1999; Schot et al., 1994; Rotmans et al., 2000). De vraag wat transitie precies zijn en welke de drijvende krachten zijn in het proces van (milieu)verandering, wordt daarbij vanuit verschillende theoretische stromingen en beleidstradities verschillend beantwoord. Wat ons inziens door de meeste betrokkenen wordt onderschreven, is *ten eerste* de centrale rol van technologische innovaties in transitieprocessen en *ten tweede* het feit dat die technologische ontwikkeling zich niet op een vooraf gedetermineerde wijze voltrekt maar openingen biedt voor sturing of management, waarbij *ten derde* deze sturing van van transitieprocessen moet worden begrepen als een multi-actor en multi-level proces. In enkele recente bijdragen hebben wij ervoor gepleit om in de discussie over transitie en transitie management expliciet aandacht te besteden aan de rol van burger-consumenten als 'change-agents' in transitieprocessen zoals die zich op het niveau van alledaagse gedragspraktijken of routines voltrekken. Transitie naar een duurzamer landbouw, vervoer of energiesysteem kunnen en moeten ook bestudeerd worden op het niveau van veranderingen in de manier waarop burger-consumenten eten, zich verplaatsen of hun huis verwarmen (Spaargaren, 2001; Spaargaren, Martens en Beckers, forthcoming). Daarbij stellen wij voor gebruik te maken van enkele specifieke concepten of kernbegrippen die nog niet eerder in deze context en op deze manier werden gehanteerd. Om die reden is het goed deze kernbegrippen kort toe te lichten.

### **Milieuheuristicen per gedragspraktijk**

Bij milieuheuristicen gaat het, in technische termen uitgedrukt, om *symbolische representaties* van milieudoelstellingen, toegepast op en vertaald in voor actoren relevante handelingsstrategieën per gedragspraktijk of leefstijlsegment. Milieuheuristicen verschillen van attitudes of waarden in die zin dat zij gekoppeld zijn aan specifieke gedragspraktijken. Het zijn de gedragsregels waarvan actoren bij de vormgeving van hun dagelijks leven gebruikmaken. Milieuheuristicen zijn dus niet ‘goed’ of ‘slecht’, ze zijn ‘functioneel’, ze faciliteren (milieu)gedrag, zij structureren milieuge drag. Over milieuheuristicen kan niet zinvol gesproken worden los van de bijbehorende context. Probleem met veel gangbare doelstellingen in het milieubeleid is, dat zij in sterke mate geformuleerd zijn in technische termen en denkschema's en dat zij niet specifiek genoeg zijn, dat

wil zeggen niet zijn afgestemd op de gedragspraktijken van burger-consumenten. Om beter aan te sluiten bij de leefwereld en de dagelijkse routines van burger-consumenten, zouden milieuheuristieken ontwikkeld moeten worden die per gedragspraktijk leefwereld-elementen zinvol verbinden met technische milieuarargumenten.

Feit blijft, dat er op dit moment geen NMP-achtige doelstellingen bestaan voor voeden, tuinieren, sporten, op vakantie gaan of wonen. Om de vertaalslag van het NMP naar het alledaagse leven te kunnen maken, zullen de vrij technische, abstracte doelstellingen zoals verwoord in de NMP's en de achterliggende RIVM-rapportages, 'overgezet' moeten worden in de alledaagse taal van de leefwereld. En dit kan ons inziens niet of althans niet goed, zonder de burger-consumenten er zèlf bij te betrekken.

Goed ontwikkelde milieuheuristieken zijn binnen veel gedragspraktijken nog maar mondjesmaat aanwezig. Bijvoorbeeld, waar let men als burger-consument op wanneer men 'duurzaam' of milieuverantwoord wil klussen of tuinieren of recreëren? Wat hoort erbij, en wat niet? Welk product, welke leverancier of welke procedure is het meest kansrijk en betrouwbaar wat betreft een verbeterde milieuprestatie? Wat zet milieutechnisch gesproken zoden aan de dijk en wat is symbolische groene franje? Moeten we letten op het energieverbruik (direct en indirect), op de toxiciteit van stoffen, op gezondheidsrisico's of het verlies aan biodiversiteit of aan een combinatie van dit alles? En wat betreft de oplossingsrichting, welke voor deze gedragscontext – klussen, koken, sporten – relevante strategieën leiden tot meer of minder duurzaam handelen? Gaat het om dingen anders doen of dingen laten? Om substitutie van producten door meer eco-efficiënte producten of diensten, of om een meer ingrijpende verandering van gedragsroutines? Het betreft hier vragen die voor kleden, voeden, sporten, opvoeden, recreëren of wonen steeds een andere invulling krijgen en die in de praktijk van alledag alleen hanteerbaar zijn wanneer per gedragspraktijk heuristieken beschikbaar zijn of komen, die ons helpen de complexiteit te reduceren. In hoofdstuk 4 zullen we voor duurzaam wonen en toerisme enkele heuristieken nader bespreken.

### **Circuits**

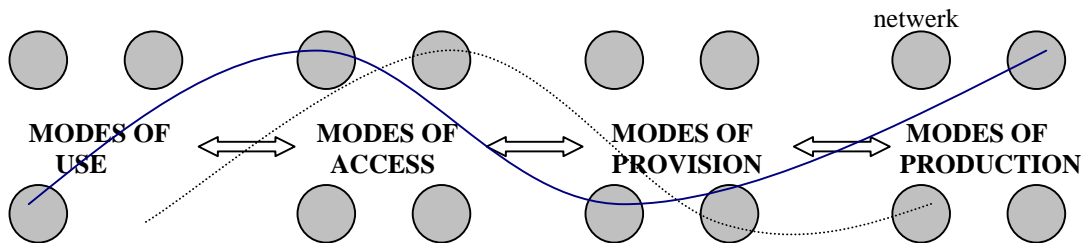
In de psychologische benadering van milieuverandering is het (kunnen en willen) accepteren van innovaties door individuen het centrale aandachtspunt. Ook in de Gedragspraktijkenbenadering is het uiteindelijk het individu dat de innovatie doorvoert in het alledaagse handelen. Waarin beide benaderingen verschillen zijn de analyse van de context en de invloed van de context op het menselijk handelen. In de sociaal-psychologische benadering wordt het (al dan niet) accepteren van vernieuwing voor een belangrijk deel verklaard vanuit de attitude van het individu en vanuit de zogenoemde achtergrondvariabelen (inkomen, opleiding, leeftijd, geslacht, religie, politieke voorkeur, etc.) die invloed uitoefenen op de attitude van het individu. Groepsvorming geschiedt in deze benadering op basis van gemeenschappelijke (scores op) achtergrondvariabelen en op basis van gelijksoortige attitudes.

In de gedragspraktijkenbenadering wordt het al dan niet (kunnen en willen) doorvoeren van milieuvernieuwing meer rechtstreeks in verband gebracht met de (machts)positie en de rol die een bepaalde groep burger-consumenten speelt in de ketens van productie en consumptie waarbinnen de milieu-innovaties zich voltrekken. Welke hulpbronnen staan bijvoorbeeld reizigers van openbaar vervoer in Nederland ter beschikking wanneer zij de milieuprestaties van het OV willen verbeteren? Welke vorm van inspraak of medebeslis-

singsrecht hebben groenestroom-gebruikers ten aanzien van beslissingen in nutsbedrijven omtrent de soort energiebronnen die als duurzaam in de markt worden gezet, etc. Mede in relatie tot deze structureel bepaalde (machts)positie wordt gekeken naar individuele variabelen als de bereidheid tot milieuverandering en de milieu-attitude, die beide dus ook variëren per gedragspraktijk.

Context is dus een sleutelbegrip in de Gedragspraktijkenbenadering, maar het is van belang om nader te bespreken op welke manier dit begrip analytisch kan worden uitgewerkt en in het model gesitueerd. Om het begrip ‘context’ nader te specificeren, wordt in de Gedragspraktijkenbenadering gesproken van routes of circuits waarlangs milieu-innovaties op een bepaald gedragsdomein zich voltrekken. Het begrip circuit wordt door Van der Meulen (2000) gedefinieerd als ‘een reeks geschakelde netwerken binnen een maatschappelijke keten’. Via circuits worden dus (netwerken van) aanbieders (Providers) en (netwerken van) Burger-consumenten (Citizen-Consumers) met elkaar verbonden, via een of meer tussenliggende schakels of netwerken. Figuur 2 illustreert dit netwerkarakter van circuits. Deze definitie van het begrip circuit sluit goed aan bij het common-sense gebruik van het begrip, bijvoorbeeld wanneer mensen spreken van het ‘alternatieve circuit’ versus het ‘gangbare circuit’ in voedselketens.

*Figuur 2      Circuits als geschakelde netwerken tussen Aanbieders en Eindgebruikers*



### Slots

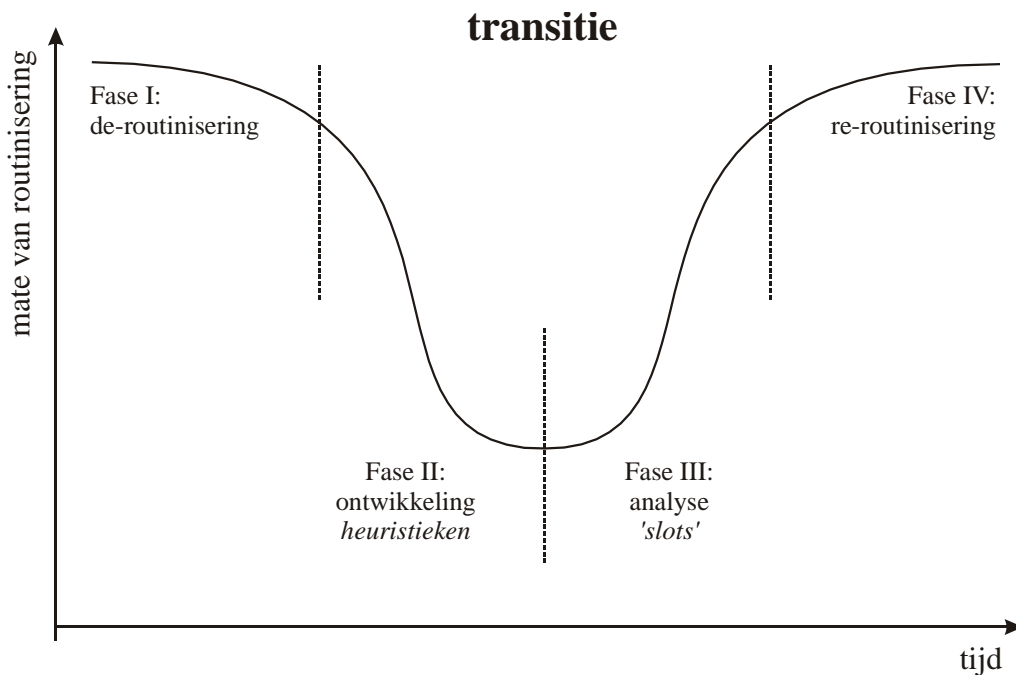
Het begrip circuit staat dus voor ‘geschakelde netwerken’, maar dat schakelen gaat niet altijd zonder problemen. Daarom is er reden om bij het bestuderen van de innovatie en diffusie van milieuvernieuwingen door de keten heen, speciaal te letten op de schakelpunten of slots. Slots zijn schakelpunten die schakelen tussen groepen van actoren die dragers zijn van het proces van milieu-innovatie in de keten. Wanneer een van deze schakelingen niet tot stand kan komen door een *mis-fit*, een niet op elkaar afgestemd zijn van het element links en het element rechts van het schakelpunt, dan resulteert stagnatie. Wanneer op verschillende plaatsen in de keten het ‘stekkertje aan de aanbodzijde’ niet past in het ‘stekkertje aan de kant van de consumptie’, dan is er sprake van een mis-fit en schiet het proces van milieuvernieuwing dus ‘op slot’. Dat is de dubbele bodem in het begrip slot. Het begrip staat enerzijds model voor het uiteindelijk perfect in elkaar moeten passen van de zeer complexe *Aanbieders-rationaliteit* met de even complexe *Eindgebruikers-rationaliteit*. Het beeld van een hedendaagse computerstekker met zeer veel puntjes die moet passen in de complementaire stekker met evenzoveel gaatjes, is een goede associatie met deze betekenis van slot. Het gaat immers in de werkelijkheid van het milieube-

leid meestal ook om ingewikkelde (actor)netwerken binnen zeer divergerende productie-consumptie-ketens. De terminologie van circuits en slots zou op het eerste gezicht ontleend kunnen zijn aan de technologiedynamica, ware het niet dat in de Gedragspraktijkenbenadering (anders dan in veel varianten van de techniek sociologie) een centrale plaats wordt ingeruimd voor de consument. Socio-technische vernieuwing wordt dus heel nadrukkelijk gerelateerd aan wensen en eisen vanuit de leefwereld van de consument. Rondom elk slot, of zich dat nu voorin of achterin de keten bevindt, gaat het om de mate van fit en misfit van twee typen van denkwerelden of rationaliteiten: de consumenten- of gebruikersrationaliteit (de term leefwereldrationaliteit wordt ook wel gebruikt) moet worden afgestemd op de aanbiedersrationaliteit (ook wel systeemrationaliteit genoemd). Het concept van slots verzoent dus een primaire focus op de burger-consument met een analytische nadruk op de contextualiteit van milieuge drag. Door met de notie van slots te werken wordt de consument niet als sluitstuk van de keten gezien maar als vitaal bestanddeel, dat van ontwerp tot eindgebruik aanwezig is.

## 2.6 Karakterisering van het transitieproces

De hierboven besproken theoretische begrippen zullen in het empirische gedeelte van dit rapport worden toegepast op de gedragspraktijken ‘Duurzaam wonen’ en ‘Duurzame toeristische mobiliteit’. Het begrippenkader is echter meer algemeen van toepassing op het bestuderen van transitie binnen alledaagse routines. Figuur 3 geeft weer hoe zo’n transitie er op het niveau van alledaagse gedragspraktijken eruit ziet.

*Figuur 3 Fasen in een transitieproces*



Uitgangspunt is het – wederom aan Giddens ontleende – gegeven dat verreweg de meeste dingen die wij in het dagelijks leven doen het karakter hebben van in tijd-en-ruimte terugkerende activiteiten oftewel routines. Deze met anderen gedeelde gedragsroutines voltrekken zich zonder dat de deelnemers zich op elk moment van de dag afvragen waarom ze bepaalde dingen doen zoals zij die doen.

Veel van ons handelen voltrekt zich op de automatische piloot, in een soort van ‘bewustzijn’ dat Giddens aanduidt als ‘praktisch’ bewustzijn. Het doorvoeren van kleine, incrementele veranderingen gaat als het ware zonder erbij na te hoeven denken. Een transitie wordt is gedefinieerd als een door actoren (mede) gethematiseerde verandering die zich in een bepaalde periode in een herkenbare richting voltrekt, en die van de deelnemers een (discursieve) reflectie vergt op de oude en nieuwe uitgangspunten en spelregels. De bestaande routines worden doorbroken of ‘opgeschort’ en er vindt een meer of minder georganiseerde discussie of reflectie plaats op de noodzaak, wenselijkheid en mogelijkheid tot verandering, bijvoorbeeld vanwege de doelstelling van duurzame ontwikkeling. Transitie op het niveau van gedragspraktijken kennen verschillende fases, waarbinnen verschillende elementen van de (omgekeerde) beleidslevenscyclus centraal staan. Zo is er in het begin een grotere nadruk op het ‘formuleren van het probleem en de oplossingsrichting’, – de milieuheuristieken dus -, en is er in de latere fasen meer aandacht voor het analyseren van innovatieroutes of circuits met de daarbij behorende, karakteristieke slots. Zijn de verschillende fasen doorlopen, dan resulteert uiteindelijk een nieuwe gedragsroutine, waarbij de actoren weer geleidelijk omschakelen naar de automatische piloot.

Zoals aan het begin van deze paragraaf reeds opgemerkt, betreft het hier een uitwerking van transitieprocessen op slechts één schaalniveau: het niveau van alledaagse routines. Daarbij is sprake van een specifieke focus op ‘micro’-processen en factoren, echter zonder dat daarbij de verbinding uit het oog wordt verloren met transitieprocessen op de hogere schaalniveaus (ook wel het ‘regime’- and ‘landscape’-niveau genoemd). Deze verbinding tussen het locale en alledaagse niveau van handelen enerzijds en het nationale en zelfs globale niveau van werken anderzijds, vormt juist een van de belangrijkste zwaartepunten in de analyse. Met het pleidooi om ook het alledaagse (micro) niveau een plaats te geven in onderzoek en beleid naar transitie is uiteraard geenszins beweerd dat onderzoek naar de specifieke kenmerken van transitie management op de hogere schaalniveaus overbodig zou zijn.



### 3 Vragen voor onderzoek: de Gedragspraktijkenbenadering als kader voor onderzoek en beleid

#### 3.1 Inleiding

Om empirisch onderzoek te kunnen uitvoeren moet de Gedragspraktijkenbenadering worden geoperationaliseerd aan de hand van een set van onderzoeksvragen. Vervolgens moet bij elke onderzoeksvraag gekeken worden met behulp van welke methodieken het beste naar een antwoord kan worden gezocht. In dit hoofdstuk presenteren wij de drie algemene onderzoeksvragen, die de basis vormden voor zowel de case-study Duurzaam wonen als Duurzame toeristische mobiliteit. Tevens geven wij per vraag aan met behulp van welke methodieken de vraag is benaderd.

Vraag 1:	<i>Hoe selecteert, benoemt en operationaliseert men een voor het milieubeleid relevante set van gedragspraktijken?</i>
Vraag 2:	<i>Hoe kunnen voor de geselecteerde gedragspraktijken sets van werkbare milieueuristieken worden ontwikkeld?</i>
Vraag 3:	<i>Hoe kunnen voor elke geselecteerde gedragspraktijk de 'circuits' of 'routes' worden geanalyseerd waarlangs socio-technische (milieu-)innovaties zich bewegen van Aanbieders naar Eindgebruikers (van Providers naar Burger-consumenten); wat zijn de typerende slots (en sleutels) per route of circuit?</i>

#### 3.2 Selectie en operationalisering van gedragspraktijken

De selectie van de gedragspraktijken die in het verdere onderzoek en in het burger-consument-georiënteerde milieubeleid als analyse-eenheid zullen worden gehanteerd, is een zaak die zorgvuldige aandacht verdient vanwege de verstrekkende gevolgen die eenmaal gemaakte keuze hebben. In meest algemene zin zijn er twee criteria waaraan de te selecteren gedragspraktijken moeten voldoen. Zij moeten ten eerste relevant zijn voor het milieubeleid. Meer specifiek betekent het dat zij in technische zin voor het milieubeleid van belang zijn vanwege de milieubelasting die de gedragspraktijk in kwestie met zich meebrengt. Elke gedragspraktijk brengt milieudruk met zich mee, maar wanneer er geen 'grote vissen' in de vijver zwemmen of wanneer er wel grote vissen zijn maar zij met het huidige instrumentarium niet tot zeer moeilijk te vangen zijn, dan is de gedragspraktijk in kwestie minder relevant voor het milieubeleid. Ten tweede moeten de te selecteren gedragspraktijken voor burgers relevant zijn in die zin dat burger-consumenten herkennen en erkennen dat op de betreffende gedragspraktijken milieudruk wordt gegenereerd, dat deze milieudruk iets met hun (consumptie)gedrag te maken heeft en dat er middelen en methoden voorhanden zijn die deze milieudruk kunnen helpen verminderen. De te selecteren gedragspraktijken moeten dus zowel milieutechnisch relevant zijn en een uitgesproken alledaags karakter hebben.

Met deze twee centrale criteria in de hand is in het onderzoek een verkenning gemaakt van de literatuur met betrekking tot milieubeleid en (consumptie)gedrag van burgers. En

hoewel de indelingen en benamingen op onderdelen verschillen, in Nederland wordt door betrokken onderzoekers en beleidsmakers vrij algemeen gebruikgemaakt van vijf tot tien domeinen of gedragspraktijken die burger-consument-georiënteerd milieubeleid zouden kunnen opspannen en structureren: voeden, kleden, verzorgen, wonen, recreëren, sporten, verplaatsen, vakantie en inkopen/boodschappen doen (zie RIVM-rapportages; VROM-Domeinverkenningen; Eco-team indelingen; Van der Meulen cs; Vringer en Blok). Al deze domeinen of gedragspraktijken voldoen aan de twee gestelde criteria van milieu- en burgerrelevantie.

De domeinen Duurzaam wonen en Duurzame toeristische mobiliteit zijn in dit onderzoek nader verkend. Deze twee gedragspraktijken voldoen aan de beide gestelde criteria. In beide gevallen is er sprake van een aanzienlijke milieubelasting, en in beide gevallen betreft het herkenbare, alledaagse praktijken voor burger-consumenten. Tijdens het onderzoek bleek al snel dat een verdere opdeling of specificering in deelgedragspraktijken noodzakelijk was. De domeinen zijn te veel omvattend om als geheel voorwerp van onderzoek te kunnen zijn. Hoe ‘de Nederlanders’ op ‘vakantie’ gaan of ‘duurzaam wonen’ is nog een te algemene vraag wanneer men doelgroep-segmentatie en beleidvorming als oogmerk kiest. Daarom is in het onderzoek besloten de gedragspraktijken Duurzaam wonen en Duurzame toeristische mobiliteit nader te omschrijven in de vorm van een serie meer gespecificeerde (deel)gedragspraktijken.

*Tabel 1 (Deel)gedragspraktijken ‘Duurzaam wonen’ en ‘Duurzame toeristische mobiliteit’*

Voor Duurzaam wonen zijn dat:	Voor Duurzame toeristische mobiliteit is dat:
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Inrichten</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vakantiereizen: Bergvakanties in Europa</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Klussen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Wandelvakantie Nepal*</i></li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tuinieren</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Fietsbus-vakantie Zuid-Europa*</i></li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Verlichten</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Weekendje Europese Hoofdstad*</i></li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Verwarmen</li> </ul>	
<p><i>* In het onderzoeksteam zijn verschillende deel-gedragspraktijken duurzame toeristische mobiliteit besproken. Binnen het bestek van het toerisme-project is gekozen voor ‘Bergvakanties in Europa’ vanwege de mogelijke uitwisselbaarheid van verschillende vervoersmodaliteiten en de aansluiting bij de activiteiten van het Nederlands Alpenplatform.</i></p>	

De keuze van deze twee gedragspraktijken en de daarbij behorende deelpraktijken is mede gedaan om reden dat beide consumptiedomeinen in verschillende fasen van de (consumptie)beleidslevenscyclus verkeren. Waar op het terrein van Duurzaam wonen het

aanbod inmiddels substantieel te noemen is, staan we wat betreft Duurzame toeristische mobiliteit nog helemaal aan het begin van de cyclus. Door twee gedragspraktijken te kiezen die van elkaar verschillen wat betreft de mate waarin milieu-overwegingen een rol spelen in de structurering van gedrag, kan beter zicht worden gekregen op de dynamiek van transitieprocessen. Lastig element was en is daarbij overigens wel, dat voor duurzame toeristische mobiliteit soms niet voldaan leek te worden aan een van de randvoorwaarden voor toepassing van de Gedragspraktijkenbenadering, namelijk de assumptie dat voldoende socio-technische innovaties aanwezig zijn om de milieudruk van het handelen op de betreffende gedragspraktijk te verminderen. We komen hierop in de slotconclusies terug.

### **3.3 De ontwikkeling van milieuheuristieken per gedragspraktijk**

#### **Milieuheuristieken**

Voor de ontwikkeling van milieuheuristieken per gedragspraktijk is allereerst onderscheid gemaakt naar twee elementen of dimensies van milieuheuristieken. Ten eerste bevat een heuristiek een definitie-element: wat is het milieuprobleem in kwestie. Gaat het om gevaarlijke stoffen, energiebesparing, bio-diversiteit, etc. Met andere woorden wat voor (prioritaire) milieuthema's zijn in het geding. Ten tweede bevat een heuristiek altijd een oplossingsrichting of een handelingsperspectief: als dat het probleem is dan kan het op die concrete wijze worden verminderd of opgelost. Bijvoorbeeld: als een vakantie in de bergen vooral milieudruk oplevert door de mobiliteit die wordt gegenereerd, dan is een mogelijke heuristiek de modal-shift van auto naar openbaar vervoer. In alledaagse termen: met de trein naar de vakantiebestemming draagt bij aan een vermindering van het broeikas-effect.

Omdat heuristieken zo direct verbonden blijken te zijn met de socio-technische innovaties die kunnen helpen de milieudruk te verminderen, is ervoor gekozen de vraag van de heuristiek-ontwikkeling te koppelen aan de socio-technische innovaties die op de gedragspraktijken 'Duurzaam wonen' en 'Duurzame toeristische mobiliteit' aanwezig of in ontwikkeling zijn. Er werd met andere woorden per (deel)gedragspraktijk een inventarisatie gemaakt van de aanwezige alternatieven waarvan betrokken actoren claimen dat zij een duurzamer inrichting van de gedragsroutines mogelijk zouden maken. Deze claims zijn op onderdelen in het project nader onderzocht – bijvoorbeeld in het geval van de milieudruk die verschillende combinaties van vervoersmodaliteiten met zich meebrengen – maar in het algemeen werd toch afgegaan op bestaande analyses in de literatuur en de beweringen die door maatschappelijke (sleutel)actoren hieromtrent werden gedaan.

Milieuheuristieken zijn in dit onderzoek zowel aan de Aanbiederskant van circuits als aan de Consumentenkant van circuits nader onderzocht. In het algemeen is de kennis over milieu-innovaties het grootst bij mensen die die socio-technische innovaties ontwikkelen en/of toepassen. Vandaar dat aan de Aanbiederskant werd gestart met interviews bij sleutelinformanten, zowel telefonisch als face-to-face interviews, en met de organisatie van workshops en expertmeetings. De kennis die uit onderzoek aan de Aanbiederskant werd verkregen, is vervolgens gebruikt ter voorbereiding van de discussie zowel met vertegenwoordigers van consumenten als met groepen van burger-consumenten. In de rechtstreekse discussie met geselecteerde groepen van burger-consumenten werd ten eerste geprobeerd te achterhalen in hoeverre de door aanbieders gehanteerde heuristieken cor-

responderen met de door burger-consumenten gehanteerde heuristische, en ten tweede om de ‘sociale’, alledaagse dimensie van milieuheuristiek te achterhalen en nader te ontwikkelen. De methode die hierbij werd gehanteerd is die van de focusgroepbenadering. Dit is een snel aan populariteit winnende maar nog niet zo bekende vorm van de zogenoemde ‘interactieve methodiek’. Vanwege het belang van deze methodiek voor het gedragspraktijkenonderzoek zal hieronder een korte beschrijving worden gegeven van deze onderzoeksvorm.

### **Intermezzo: de focusgroep-methodiek**

De focusgroep-methodiek is een interactieve onderzoeksmethodiek waarbij personen met op bepaalde punten gelijksoortige ervaringen of achtergronden bijeenkomen, om onder begeleiding van een moderator of facilitator over een specifiek onderwerp te discussiëren (Dawson et al., 1993; Stewart en Shamdasani, 1990). In de uitgevoerde casestudieonderzoeken naar de gedragspraktijken ‘Duurzame toeristische mobiliteit’ en ‘Duurzaam wonen’ is gekozen voor toepassing van de focusgroep-methodiek omdat deze in lijn is met een aantal kernassumpties van de Gedragspraktijkenbenadering. De Gedragspraktijkenbenadering bepleit dat bij het zoeken naar mogelijkheden voor verduurzaming niet langer uitgegaan moet worden van individuele normen, waarden, attitudes en daaruit voortvloeiende gedragingen, maar van sociale praktijken die individuen delen met anderen, en waarbinnen attitudes en gedragingen in sociale interactieprocessen en onder invloed van de context tot stand komen. De focusgroep-methodiek sluit hierop aan. Bij focusgroepen wordt niet uitgegaan van de assumptie, dat burger-consumenten precies zouden weten hoe zij zich (willen) gedragen en dat zij een kantklare mening paraat hebben, zoals bij veel andere methodieken het geval is (interview, survey). In focusgroepen gaan deelnemers interactie aan over de vragen en innovaties die hen worden voorgelegd en zij zullen hierop – net als in de sociale gedragspraktijk – onder invloed van onderlinge discussie en uitwisseling reageren (Krueger, 1988; Bloor et al., 2001).

Toegespitst op de focusgroepen zoals gehouden in beide casestudies moet ten eerste opgemerkt worden dat de deelnemerspanels samengesteld zijn uit ongeveer 10 burger-consumenten, die allen actief zijn binnen de gedragspraktijk in kwestie. In de focusgroepsetting reflecteren deze burger-consumenten in onderlinge interactie op duurzaamheid binnen de gedragspraktijk in het algemeen en de ervaringen die zij hebben bij het zoeken naar, en het toepassen van duurzame innovaties in hun gedragspraktijk in het bijzonder. De opzet van de focusgroep is zodanig dat burger-consumenten in hun discussie over en reflectie op duurzaamheid in de gedragspraktijk steeds verder toegespitst, ofwel gefocust raken. De discussie is in aanvang redelijk ongestructureerd. Deelnemers noemen vrij alle associaties die zij hebben met duurzaamheid in de betreffende praktijk. Vervolgens wordt de discussie in een aantal stappen verder toegespitst om uiteindelijk uit te monden in een reflectie op (deels door de onderzoekers voorgelegde) verduurzamingsroutes in de gedragspraktijk. Door deze ‘trechtersvormige’ aanpak worden zowel de algemene duurzaamheidsbeelden, als de concrete daaruit voortvloeiende handelingsstrategieën gethematiseerd. Met behulp van de focusgroep wordt kunstmatig een moment van de-routinisatie in het alledaagse leven van consumenten gecreëerd, waardoor zij in staat worden gesteld op een meta-niveau te kijken naar hun dagelijkse routinematig handelen. De onderlinge interactie in de focusgroep reconstrueert het sociale karakter van de gedragspraktijk zelf.

### 3.4 Analyse van circuits en slots

#### **Circuits en slots**

Circuits of routes waarlangs innovaties zich in de keten voltrekken, kunnen opgevat worden als geschakelde netwerken die zich uitstrekken van de Aanbiederskant van de keten naar Eindgebruikerskant van de keten. In het onderzoek werd voor de analyse van circuits en slots begonnen met de analyse van netwerken aan de Aanbiederskant van de ketens. Er vond voor beide gedragspraktijken een typering van Aanbiedersnetwerken plaats en een karakterisering van de milieustrategieën waarmee men als Aanbiedersgroepen als het ware de keten intrekt richting Eindgebruikers. Het bleek daarbij met name in de casus 'Duurzaam wonen' goed mogelijk om met de concepten van de Gedragspraktijkenbenadering te komen tot een typering van de Aanbiedersnetwerken en de daarbinnen gehanteerde milieustrategieën.

Aan de Eindgebruikerskant van de keten werd eveneens getracht om netwerken van Eindgebruikers te karakteriseren. Hier is echter in veel mindere mate sprake van geïnstitutionaliseerde verbanden dan in geval van de Aanbiedersnetwerken. Daarom is ervoor gekozen de consumenteninstek naar milieuvernieuwing in ketens te typeren in termen van onderscheiden rollen of posities van waaruit burger-consumenten bepaalde innovaties tegemoet treden.

Door combinatie van de resultaten van beide deelstrategieën, de Aanbiedersscan en de Eindgebruikersscan, ontstaat een eerste typering van circuits. Op basis van dit beeld van circuits als geschakelde netwerken moeten vervolgens de slots ingetekend en geanalyseerd worden. In het onderzoek is met deze slotanalyse een begin gemaakt, waarbij per gedragspraktijk een empirische inventarisatie werd gemaakt van de door sleutelinformanten aangedragen gegevens. De terugkoppeling van de slots- en sleutel-analyse op de kenmerken van de onderscheiden circuits, was binnen het bestek van dit onderzoek niet op een voldoende diepgravende manier mogelijk. Volstaan werd dan ook met het inventariseren en in eerste instantie duiden van de meest belangrijke slots per gedragspraktijk.

#### **Milieu-leefstijlgroepen per gedragspraktijk**

Uiteindelijk zal de Gedragspraktijkenbenadering voor het burger-consumentgeoriënteerde milieubeleid nadere suggesties op moeten leveren voor een alternatieve wijze van segmenteren van de doelgroep van burger-consumenten. De keuze voor groepen van mensen die een bepaalde gedragsroutine gemeenschappelijk hebben is daarbij een eerste en zeer belangrijke stap. Echter, duurzamer klussen of duurzamer op bergvakantie gaan is niet voor iedereen hetzelfde. De betekenis die eraan wordt toegekend varieert alsmede de manier waarop aan de duurzamer variant vorm en uitvoering wordt gegeven. Door dit gedifferentieerd gebruik van het duurzame aanbod zullen per gedragspraktijk 'stijlgroepen' of beter gezegd 'leefstijlgroepen' ontstaan, die zich van elkaar onderscheiden door de specifieke manier van 'groen' 'doen'. In het onderhavige onderzoek is met de verkenning van deze (leef)stijlgroepen slechts een eerste begin gemaakt. Het gaat daarbij om de kwalitatieve verkenning van verschillende leefstijlgroepen zoals die in de focusgroep naar voren kwamen. De systematisering en vervolgens kwantificering en opschaling van deze gegevens viel echter buiten het bestek van het onderzoek.

## **4 Bevindingen in de case-studies**

### **4.1 Inleiding**

In dit hoofdstuk zal geen poging gedaan worden de uitvoerige deelrapporten die zijn verschenen rond de casus ‘Duurzaam wonen’ (Martens en Spaargaren, 2002) en ‘Duurzame toeristische mobiliteit’ (Bargeman, Beckers, Van Es, Van den Broeke en Korver, 2002) samen te vatten. De bedoeling van dit hoofdstuk is, om te reflecteren op de belangrijkste bevindingen, om op onderdelen bevindingen uit de twee deelrapporten te vergelijken en om op basis daarvan nadrukkelijk terug te kijken naar het theoretisch kader dat aan het onderzoek ten grondslag lag. We bespreken de onderzoeksvragen in dezelfde volgorde als in hoofdstuk 3.

### **4.2 De gedragspraktijken ‘Duurzame toeristische mobiliteit’ en ‘Duurzaam wonen’ nader getypeerd**

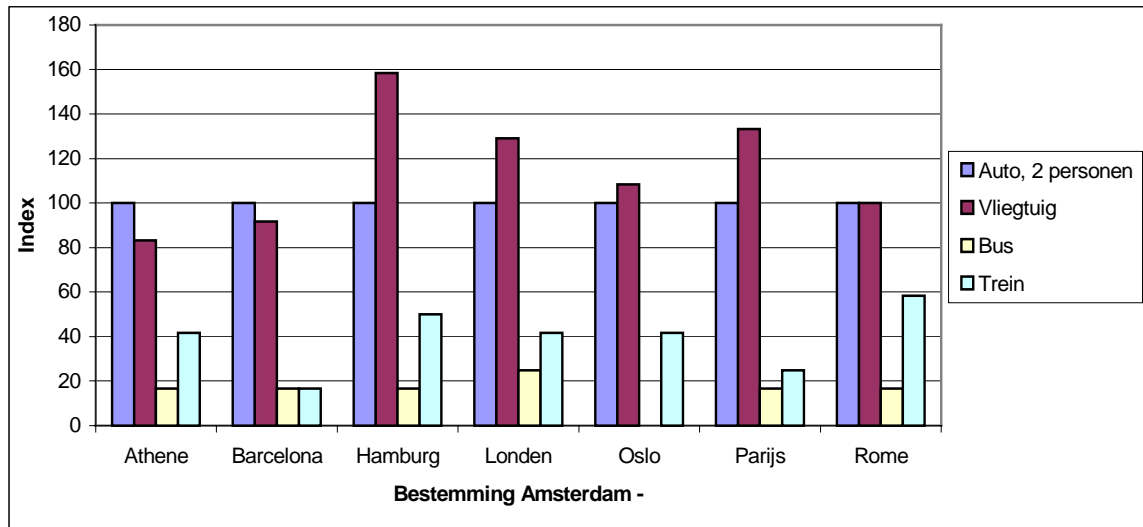
Als theoretische criteria voor de selectie van gedragspraktijken werden genoemd de relevantie voor verduurzaming van consumptie en de alledaagsheid van de gedragspraktijken. Daarnaast werd uitgegaan van de idee dat per gedragspraktijk socio-technische innovaties beschikbaar zijn of komen waarmee groepen van burger-consumenten hun huidige gedragsroutines zouden kunnen omzetten in een duurzamer variant. Met deze leidraad in het achterhoofd bespreken we kort enkele kenmerken van duurzaam wonen en duurzame toeristische mobiliteit en maken op onderdelen een vergelijking.

#### **Milieu-profielen van Duurzame toeristische mobiliteit en Duurzaam wonen vergeleken**

Duurzaam toerisme kent mobiliteit als achilleshiel, in termen van de milieubelasting. We hebben hier te maken met een ‘prioritair milieuprobleem in wording’, dat zich echter nog helemaal aan het begin van de beleidslevenscyclus bevindt. Vanaf het midden van de jaren negentig wordt ervoor gepleit om toeristische mobiliteit in het milieubeleid een plaats te geven, echter tot nu toe zonder veel succes. En hoewel binnen de transportsector milieuproblemen redelijk hoog op de agenda staan en volop voorwerp van beleid zijn geworden, geldt ook hier dat de mobiliteit die met vakantie-reizen samenhangt, een blinde vlek vertegenwoordigt.

Gebruikmakend van secundaire analyse is in het deelrapport over toeristische mobiliteit een overzicht gepresenteerd van de relatie tussen typen vervoermiddel en typen vakantie van Nederlanders, resulterend in de conclusie dat juist die modaliteiten vaker en intensiever worden gebruikt die een hogere milieubelasting met zich meebrengen. De trend is, populair gezegd dat mensen vaker en verder weggaan en daarvoor vooral auto en vliegtuig benutten. Vervolgens is na uitvoerig onderzoek een typering gegeven van de milieuprestaties van de verschillende vervoersmodaliteiten per vakantie-type, zoals weergegeven in figuur 4 en tabel 2 (zie voor een verantwoording Bargeman et al, 2002)

Figuur 4 CO<sub>2</sub>-uitstoot per reizigerskilometer voor verschillende vervoermiddelen vergeleken voor een aantal bestemmingen binnen Europa



Tabel 2 Samenvattend overzicht van milieuprestaties van verschillende vervoermiddelen uitgesplitst naar marktsegment (kwalitatieve inschatting van de onderzoekers)

Vervoermiddel	Toeristische verplaatsingen			
	Kort verblijf		Lang verblijf	
	Binnenland	Buitenland	Binnenland	Buitenland
Auto	0	0	+	+
Vliegtuig	n.v.t.	--	n.v.t.	-
Trein	++	+	++	++
Bus	+++	+++	+++	+++

Noot: Scores zijn gerefereerd aan de gemiddelde personenauto, waarbij geldt hoe meer plusjes hoe milieuvriendelijker het huidige gebruik van een bepaalde vervoerwijze is.

Waar de objectieve noodzaak van een verandering van gedragsroutines kan worden aangetoond, is die noodzaak binnen het beleid, maar ook in de perceptie van consumenten en aanbieders van vakantie-reizen nog nauwelijks erkend. Het gaat hier om 'een hardnekkig milieuprobleem', dat om meer aandacht vraagt. Ook binnen het project Perspectief is gebleken, dat mensen duurzame vakantie-gewoontes zich het minst makkelijk (blijvend) eigen maken. Binnen de Nederlandse bevolking zou volgens onderzoek nog geen tien procent van de mensen de behoefte kenbaar maken aan informatie over de manier waarop men wat betreft de reis naar de vakantiebestemming rekening zou kunnen houden met aspecten van natuur en milieu.

Deze gegevens rechtvaardigen de conclusie dat van een transitie naar duurzamer vakantiegedrag in Nederland voorsnog geen sprake lijkt en dat er de noodzaak bestaat tot het versterken van de 'sense of urgency' onder zowel aanbieders in de toeristische sector als onder Eindgebruikers.

Vergelijken we deze conclusies met de bevindingen van de gedragspraktijk ‘Duurzaam wonen’, dan valt een groot verschil op wat betreft de kansen voor transitie-processen. Ook voor deze gedragspraktijk geldt, dat de milieubelasting die ermee samenhangt op hoofdlijnen vrij simpel lijkt vast te stellen, bijvoorbeeld wanneer wordt geconstateerd dat meer dan 35% van het energieverbruik per hoofd van de Nederlandse bevolking aan het wonen gerelateerd is. Echter het grote verschil met vakantiereizen is, dat de milieu-aspecten van bouwen en wonen brede bekendheid en erkenning genieten zowel onder beleidsmakers, onder aanbieders in de bouwsector als onder de bevolking. Het beleid van duurzaam bouwen is een van de succesverhalen van de laatste vijftien jaar, en het beleid van duurzaam wonen ontwikkelt zich in aansluiting op het beleid van duurzaam bouwen. Niet het vaststellen en bekendmaken van de milieu-aspecten vormen hier het probleem, eerder het gegeven dat er veel meer kansen voor transities lijken te bestaan dan er momenteel door Eindgebruikers worden benut. In die zin bevindt Duurzaam wonen zich inderdaad verder in de beleidslevenscyclus en is het milieu-aspect daar beter geïnstitutionaliseerd en geïntegreerd dan in het geval van Duurzame toeristische mobiliteit.

Binnen het milieubeleid wordt het probleem van de ‘onderbenutting’ van het innovatiepotentieel door de meerderheid van de Nederlandse bevolking mede in verband gebracht met de sterke oriëntatie op techniek en regelgeving. Deze technische oriëntatie is kenmerkend voor Aanbiedersnetwerken die domineerden in de beleidsfase van Duurzaam Bouwen (Dubo). Een overgang van Dubo naar Duwo (Duurzaam Wonen) zou in dit verband betekenen dat naast Aanbieders vooral (vertegenwoordigers van ) Eindgebruikers een grotere rol in het beleid wordt toegekend, om daarmee transities op het niveau van het alledaagse wonen beter mogelijk te maken. Met deze heroriëntatie is in het beleid reeds een begin gemaakt, zoals uit onderstaande fragment uit het ‘Duurzaam wonen’ rapport naar voren komt:

“Bovenstaande in beschouwing nemend kan een duidelijke verschuiving waargenomen worden in de rol die door het beleid toegekend wordt aan de burger-consument. In de eerste twee perioden tot 1995 is voor de consument nog nauwelijks een rol weggelegd in het Dubo-beleid. In de tweede periode van 1995 tot 2000 wordt de consument van cruciaal belang geacht voor het welslagen van duurzaam bouwen. In het eerste gedeelte van deze periode, gekenmerkt door het eerste Plan van Aanpak 1995-1997, blijft de spilfunctie van de consument echter beperkt tot het beleid zoals dat op papier staat. In concrete acties en projecten is van consumentgerichtheid nog geen sprake. Hierin komt verandering met het Tweede Plan van Aanpak 1997-1999. De projecten voortvloeiend uit dit beleidsplan zijn veel meer direct gericht op de woonconsument en trachten de consumentenrationaliteit als uitgangspunt te nemen. Deze sterkere gerichtheid op de consument(enrationaliteit) gaat gepaard met een verbreding van de beleidsfocus, die niet langer louter gericht op duurzaam bouwen is, maar eveneens op duurzaam wonen. In deze derde periode is de rol van de consument in het Dubo-beleid nog behoorlijk passief. Er worden hoofdzakelijk instrumenten ingezet voor communicatie met en voorlichting van de consument. De consument is doelgroep van, maar geen partner in het Dubo-beleid. In de vierde periode, die van Verankering, lijkt dit te veranderen met de komst van het ‘Beleidsprogramma 2000-2004’. In bepaalde onderdelen van dit beleidsprogramma wordt gemikt op directe samenwerking met de consument. Hoe dit in de praktijk uiteindelijk vorm gaat krijgen, moet echter nog blijken.” (Martens en Spaargaren, 2002:31).



### 4.3 Milieuheuristicen voor ‘Duurzame toeristische mobiliteit’ en ‘Duurzaam wonen’

Milieuheuristicen zijn vuistregels waarmee actoren voor zichzelf snel (op het niveau van het praktische bewustzijn) ‘weten hoe te handelen’ wanneer zij in samenspel met anderen, hun alledaagse gedragsroutines volgen of vormgeven. Milieuheuristicen bevatten in analytische zin altijd twee dimensies: een meer of minder gearticuleerde definitie van het probleem en een notie over hoe gehandeld moet worden om een oplossing van het probleem dichterbij te brengen. Voor het opsporen van de in de praktijk gebruikte heuristieken is aangeknoopt bij de socio-technische innovaties die binnen de gedragspraktijk aanwezig of in ontwikkeling zijn. Met deze innovaties als startpunt zijn gesprekken gevoerd met sleutelinformanten zowel aan de Aanbiederskant als aan de Eindgebruikerskant van de keten. Wat ons in het kader van consument-georiënteerd milieubeleid daarbij vooral interesseerde was de vraag hoe uitgewerkt de milieu-heuristieken aan de kant van burger-consumenten waren en in hoeverre de Eindgebruikersheuristieken overlap vertoonden met de door Aanbieders gehanteerde heuristieken. Maar vanwege de verwachting dat aan de Aanbiederskant de meeste kennis aanwezig zou zijn met betrekking tot mogelijke heuristieken, werd bij de aanbieders begonnen met de interviews. In onderstaande tabel wordt aangegeven welke socio-technische innovaties daarbij als referentie-punten zijn gebruikt:

Tabel 3 *Socio-technische innovaties per gedragspraktijk*

Voor Duurzame toeristische mobiliteit	Voor Duurzaam wonen
Reizen per luchtschip of Zepelin	Energie Prestatie Advies
Mobiliteitsmeter	Groene electriciteit
Duurzaam Alpentoeerisme	Netgekoppelde PV-systemen
Vliegtax	Project Duurzaam Klussen
Trees for travel	Stichting de Bundel
	Milieuinnovatie IKEA
	Project Groen Tuinieren
	Duurzaam Klusbedrijf
	Wilde Weelde

#### **Categorisering van milieuheuristicen vanuit Aanbieders-perspectief**

Voor Aanbieders is het zaak om burger-consumenten te informeren over en te confronteren met de relevante kenmerken van de socio-technische innovatie zodanig, dat de burger-consument de probleemdefinitie overneemt, vertrouwen krijgt in de geboden oplossing en uiteindelijk wordt verleid tot het overnemen en toepassen van de innovatie. Wat voor zowel ‘Duurzaam wonen’ als ‘Duurzame toeristische mobiliteit’ naar voren kwam was het feit dat veel socio-technische innovaties weinig bekendheid genieten, slecht uitgevoerd of vermarkt worden en omgeven zijn met tal van milieu-onzekerheden waarvoor de Aanbieder geen pasklare antwoorden heeft. Dit maakt de kansen op een succesvol verloop van het transitieproces er niet groter op. Bijvoorbeeld in geval van ‘Duurzame toe-

ristische mobiliteit' is de discussie over de milieu-effecten van verschillende transport-modaliteiten in kringen van experts niet overzichtelijk. Reeds in zwang zijnde heuristieken als 'laat de auto staan', 'ga met de trein', 'vliegen is grote aanslag op denkbeeldig persoonlijk CO2-budget' blijken erg grof in hun uitwerking wanneer het erom gaat voor concrete vakanties de combinaties van vervoerswijzen zo te kiezen dat een duurzamer en voor burger-consumenten bruikbare mix ontstaat. In dergelijke gevallen gaat het er dus om om deze algemenere heuristieken om te werken naar heuristieken die specifiek zijn voor een bepaald type vakantiegedrag, bijvoorbeeld een meerdaagse zomer- of wintersportvakantie in de bergen. Ook op het gebied van 'Duurzaam wonen' is er sprake van heuristieken die specifiek van toepassing zijn op een bepaalde (deel)gedragspraktijk, bijvoorbeeld het vermijden van gif of het composteren van tuinafval in geval van duurzamer tuinieren of het toepassen van duurzamer materialen in geval van duurzaam klussen. In onderstaande tabel worden enkele in de interviews en workshops veel genoemde heuristieken weergegeven.

*Tabel 4 Milieuheuristieken per gedragspraktijk*

KLUSSEN	BERGVAKANTIE HOUDEN	TUINIERIEN
Isoleren	Reisbureau vraag voorleggen	Composteren
Afval vermijden	Trees for travel kopen	Gif mijden
Duurzamer materialen kopen	Trein(combi) nemen	Evenwichtstuin
Goed gereedschap	Reisgids op info checken	Water herbenutten
Alternatief voor lijmen overwegen	Hotels met certificaat boeken	Biodiversiteit bevorderen
Fsc-hout kopen		Ecolabels tuincentrum

Wat in de interviews met aanbieders vooral naar voren kwam was dat er een aantal heuristieken bestaat dat minder specifiek is voor een gedragspraktijk maar meer in het algemeen een rol speelt bij het duurzamer inrichten van consumptiepraktijken. Wij hebben deze algemene heuristieken in een drietal trefwoorden samengevat en met name in het rapport over 'duurzaam wonen' nader geïllustreerd. In onderstaande volgt een kort gedeelte – met name gebaseerd op het 'Duurzaam wonen'-rapport – waarin de Aanbieders-heuristieken worden toegelicht.

Wanneer we de verschillende socio-technische innovaties in de gedragspraktijken in beschouwing nemen, dan wordt een drietal manieren zichtbaar waarop Aanbieders(netwerken) hun milieu-innovatie in niet-technische termen aan burger-consumenten presenteren: groene aanbieder, groen product of dienst en groene methode. Hieronder zal kort uitgelegd worden wat verstaan wordt onder deze drie 'groene' of liever gezegd 'vergroenings'-heuristieken.

#### ***Groene aanbieder (Kies mij)***

Bij gebruikmaking van deze milieuheuristiek presenteert de aanbieder van een duurzame innovatie zich aan de burger-consument als zijnde milieuvriendelijk. Het gebruikmaken van de diensten of producten van deze groene aanbieder wordt dan aan de burger-

consument als strategie voor de verduurzaming van het wonen gepresenteerd. De burgerconsument hoeft niet naar milieueigenschappen van het aangeboden product te kijken, zoals ingrediënten of een keurmerk, maar weet dat het wel 'goed' zit, omdat de aanbieder milieuvriendelijk is. In de gedragspraktijk 'Duurzaam wonen' zien we het gebruik van de 'groene aanbieder'-heuristiek onder andere bij IKEA. IKEA heeft geen specifieke milieuvriendelijke producten in haar assortiment, maar probeert bij de productontwikkeling van het gehele assortiment de negatieve milieueffecten zo veel mogelijk te beperken. Niet alleen door de eigen bedrijfsvoering milieuvriendelijker te maken, maak ook door druk uit te oefenen op haar leveranciers. Hieraan wordt in de communicatie met consumenten uitgebreid aandacht besteed. Aan consumenten wordt echter ook duidelijk gemaakt dat dit streven naar reductie van milieueffecten niet ten koste mag gaan van de 'IKEA filosofie', namelijk het voor een lage prijs aanbieden van functionele meubelen met een goed design. Hierin wijkt IKEA af van bijvoorbeeld DE BUNDEL, een ander duurzaamheidsinitiatief waarop de milieuheuristiek 'groene aanbieder' van toepassing is. Voor DE BUNDEL staat het bio-ecologische aspect van de geleverde producten en diensten voorop en dit mag niet ondergeschikt worden gemaakt aan andere aspecten zoals bijvoorbeeld prijs of gebruiksgemak. Binnen de milieuheuristiek 'groene aanbieder' kan dus feitelijk een onderscheid gemaakt worden tussen 'gematigd groene aanbieders', zoals IKEA en 'geheel groene aanbieders', zoals DE BUNDEL.

### ***Groen product (Kies mijn product)***

De milieupformance en bedrijfsidentiteit van de aanbieder spelen veel minder een rol bij de milieuheuristiek 'groen product'. Bij deze heuristiek vormen de milieugerelateerde producteigenschappen van de innovatie het uitgangspunt. Het product wordt bijvoorbeeld als milieuvriendelijk gepresenteerd, omdat er geen schadelijke oplosmiddelen in verwerkt zijn, of omdat het minder energie verbruikt. Het gebruiken van het 'milieuvriendelijk' product zelf wordt dan aan de burgerconsument als een strategie voor de verduurzaming van de woonpraktijk aangedragen. Voor een succesvolle toepassing van de 'groen product'-heuristiek is het essentieel dat de burgerconsument het product kan herkennen als zijnde milieuvriendelijk. Tevens dient voor de consument inzichtelijk te zijn waarom en waardoor het product milieuvriendelijk(er) is. Zo is bij watergedragen verf van belang dat duidelijk vermeld staat dat de verf minder schadelijke oplosmiddelen bevat en moet in het geval van duurzaam hout duidelijk vermeld zijn dat het afkomstig is uit duurzaam beheerde bossen. De consument moet niet alleen op de hoogte zijn van de milieueigenschappen van een product, minstens zo belangrijk is dat de burgerconsument daar vertrouwen in heeft. Keurmerken kunnen hierbij, evenals bij de herkenbaarheid van duurzame innovaties, een belangrijke rol spelen.

In het project Duurzaam Klussen wordt ondermeer gebruikgemaakt van de 'groen product'-heuristiek. De voorlichting aan burgerconsumenten was niet gericht op het communiceren van het groene imago van de aanbieders (de meeste doe-het-zelf-zaken zijn waarschijnlijk niet uit op zo'n groen imago), maar op het promoten van milieuvriendelijke producten zoals FSC-hout en watergedragen verf. De burgerconsument moet, om te komen tot een vergroening van zijn klussen, in het assortiment van de doe-het-zelf-zaak op zoek naar 'groene' producten (gebruikmakend van de aangedragen informatie hierover).

### ***Groene Methode (Kies mijn manier)***

De derde en laatste milieuheuristiek is die van de ‘groene methode’. Niet de aanbieder of het aangeboden product vormt nu het aanknopingspunt voor de vergroening van de gedragspraktijk. Bij de ‘groene methode’-heuristiek wordt de toepassing van een innovatieve methode aan de burger-consument gepresenteerd als strategie voor de verduurzaming van het wonen. Door het toepassen van een milieuvriendelijke methode en daarmee het invoeren van een nieuwe routine kun je als burger-consument komen tot een meer milieuvriendelijke ‘woonstijl’. Een voorbeeld van de ‘groene methode’-heuristiek is het EnergiePrestatieAdvies. Het uit laten voeren van een EnergiePrestatieAdvies door een adviseur leidt op zichzelf niet tot milieuvriendelijker wonen. Verduurzaming van het wonen wordt pas bereikt als de burger-consument een aantal stappen neemt dat voortvloeit uit het verkregen advies, bijvoorbeeld de aanschaf van een nieuwe ketel, of het isoleren van de gevel. Aan de burger-consument wordt duidelijk gemaakt dat het gaat om een methode, en dat het op de juiste wijze uitvoeren van die methode leidt tot een beloning in de vorm van subsidies en uiteindelijk tot milieuvriendelijker wonen.

De hier onderscheiden categorieën van heuristieken zijn via de methode van focusgroep-bijeenkomsten uitvoerig besproken met geselecteerde groepen van Eindgebruikers. Daartoe werden per heuristiek posters gepresenteerd die voorbeelden visualiseerden van de heuristiek in kwestie. Nadat eerst via een ‘vrije discussie’ aan de Eindgebruikers was gevraagd welke probleemdefinities en daaraan gekoppelde oplossingsstrategieën zij zagen in de betreffende gedragspraktijk, werd vervolgens aan de hand van de posters aan burger-consumenten de vraag voorgelegd of zij deze heuristieken voor zichzelf respectievelijk voor hun buurman of buurvrouw de relevante vuistregels vonden die ook daadwerkelijk in de praktijk kunnen worden gehanteerd. In de deelrapporten ‘Duurzame toeristische mobiliteit’ en ‘Duurzaam wonen’ is uitvoerig verwezen naar de resultaten van de focusgroep-bijeenkomsten. Algemeen kwam naar voren dat, naast gedragspraktijk-specifieke heuristieken, vooral de volgende categorieën op grote herkenning in de focusgroepen konden rekenen:

1. *Kies een milieuvriendelijke aanbieder*
2. *Koop een milieuvriendelijk product*
3. *Hanteer een pakket van milieuvriendelijke product-diensten en bijbehorend gedrag*
4. *Volg een milieuvriendelijke methode*
- ( 5. *Vermijdt risico’s voor gezondheid en milieu*)

Deelnemers van de focusgroep ‘Duurzame toeristische mobiliteit’ wezen erop dat dat gemiddelde burger-consument wat betreft toerisme nog helemaal aan het begin staat en dat het articuleren van de vraag een eerste startpunt kan zijn, waarbij in principe alle heuristieken gebruikt zouden kunnen worden. Wat betreft ‘Duurzaam wonen’ werd geconstateerd dat ‘men’ vaak niet veel verder is dan het ‘hap-snap’ toepassen van milieuvriendelijker producten. Deelnemers aan de focusgroepen gaven daarbij aan dat het toepassen van losse producten en het daarbij behorende gedrag niet gelijk staat aan het doorvoeren van een meer ingrijpend proces van vergroenen van de gedragspraktijk in kwestie (een transitie). Voor een dergelijk meer ingrijpend en systematisch proces van vergroening is minimaal het toepassen van een pakket van producten en diensten en het daarbij behorende

gedrag nodig, terwijl een echte vergroening of transitie het beste kan worden vormgegeven door het toepassen van een ‘concept’. Tegen deze achtergrond zijn burgerconsumenten kritisch van mening dat het groene aanbod – in elk geval in de gedragspraktijk ‘Duurzaam wonen’ – nog sterk het karakter heeft van losse producten en veel minder dat van pakketten en concepten. Tegen deze achtergrond is de feitelijke praktijk nu nog veelal een ‘geleidelijke vergroening op product-niveau’ dan een echte (en door veel burgerconsumenten ook gewilde) overschakeling naar een duurzamer variant via een pakket en/of concept-strategie.

#### **4.4 Circuits en slots van ‘Duurzame toeristische mobiliteit’ en ‘Duurzaam wonen’**

Om de circuits en de bijbehorende slots (en sleutels) nader te kunnen analyseren voor de gedragspraktijken ‘Duurzame toeristische mobiliteit’ en ‘Duurzaam wonen’, werden achtereenvolgens een zogenoemde Aanbiedersscan en een Eindgebruikersscan gemaakt van de maatschappelijke ketens die Aanbieders en Eindgebruikers uiteindelijk aan elkaar verbinden. In hoofdstuk 3 is het begrip circuit nader toegelicht, waarbij werd voorgesteld om als eerste stap in het analyseren van circuits de typering of karakterisering van zowel Eindgebruikers-netwerken als Aanbieders-netwerken naar een aantal kenmerken of criteria die de insteek van deze netwerken naar de keten toe zouden kunnen typeren. In alledaagse termen: hebben we te maken met een alternatief circuit, met eigen – elkaar kenkende – klanten die een ‘door en door groen hart’ hebben, of gaat het om een gangbaar circuit waarbij bedrijven naast het gewone assortiment ook nog een groen assortiment gaan voeren om eventueel geïnteresseerde lichtgroene consumenten te bedienen. Tussen deze uitersten zitten allerlei nuances, die met een nadere analyse van circuits naar boven kunnen worden gehaald. Wanneer de circuits nader zijn benoemd, dan is het ook mogelijk meer specifiek te kijken of bepaalde slots verband houden met bepaalde circuits. Bij de analyse van circuits werd wederom begonnen aan de Aanbiederskant van de ketens.

##### **Typering van Aanbiedersnetwerken**

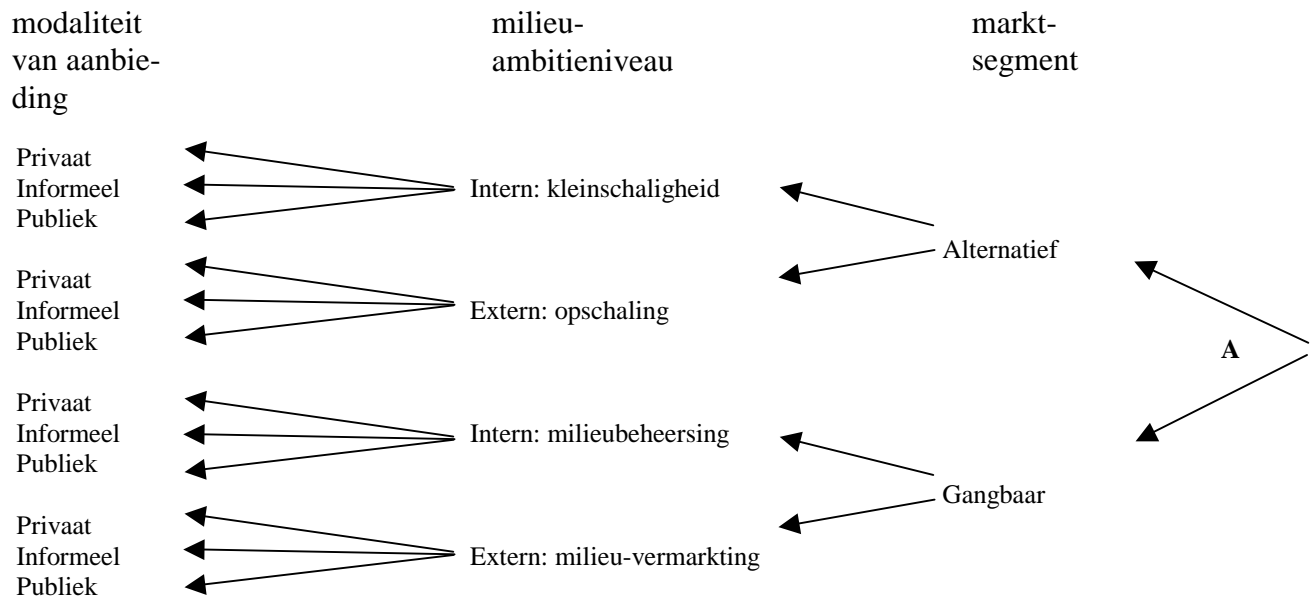
Wanneer het erom gaat te typeren op wat voor manier een socio-technische innovatie door aanbieders ‘beschikbaar gesteld wordt’ aan eventuele intermediairen en vervolgens aan (specifieke groepen van) Eindgebruikers, dan is het onderscheid naar drie soorten modaliteiten van aanbieding (modes of provision) zoals gemaakt in de consumptieliteratuur, een eerste startpunt. Of (pakketten van) goederen en diensten via de markt of via de staat (of een mengvorm daarvan) beschikbaar worden gesteld, heeft invloed zowel op de perceptie van de (milieu)kwaliteit van de producten of product-dienst-combinaties door de Eindgebruiker alsmede op de aard van de voorwaarden die gelden voor het kunnen gebruiken ervan. Naast het onderscheid tussen beschikbaarstelling via markt of staat is er de zogenoemde informele beschikbaarstelling, waarbij (verwantschaps- of bredere gedefinieerde) sociale relaties de doorslag geven.

Een tweede relevante typering betreft uiteraard het milieu-ambitie-niveau van de aanbieder. Betreft het een organisatie of bedrijf die van milieu-innovatie haar core-business heeft gemaakt of gaat het om een bedrijf dat geen specifieke strategische overwegingen heeft rond het beschikbaar stellen van socio-technische milieu-innovaties op de betreffende gedragspraktijken. In de milieu-management literatuur zijn verschillende indelin-

gen in gebruik wat betreft het milieu-ambitie-niveau van bedrijven, maar voor de eenvoud hebben wij onderscheid gemaakt naar een primair ‘intern’ gerichte versus een ‘externe’ – dus ook burger-consument gerichte – strategie.

Ten derde is de sector of het marktsegment waarin de organisatie of het bedrijf zich beweegt van belang. Een milieu-organisatie die in groene stroom of natuur gaat handelen verschilt van een nutsbedrijf of een doorsnee boerenbedrijf die deze taken erbij nemen. In tabel 5 worden de verschillende criteria gecombineerd tot (delen van) circuits.

Tabel 5 Typering van Aanbieders(netwerken) en de Aanbiederskant van circuits

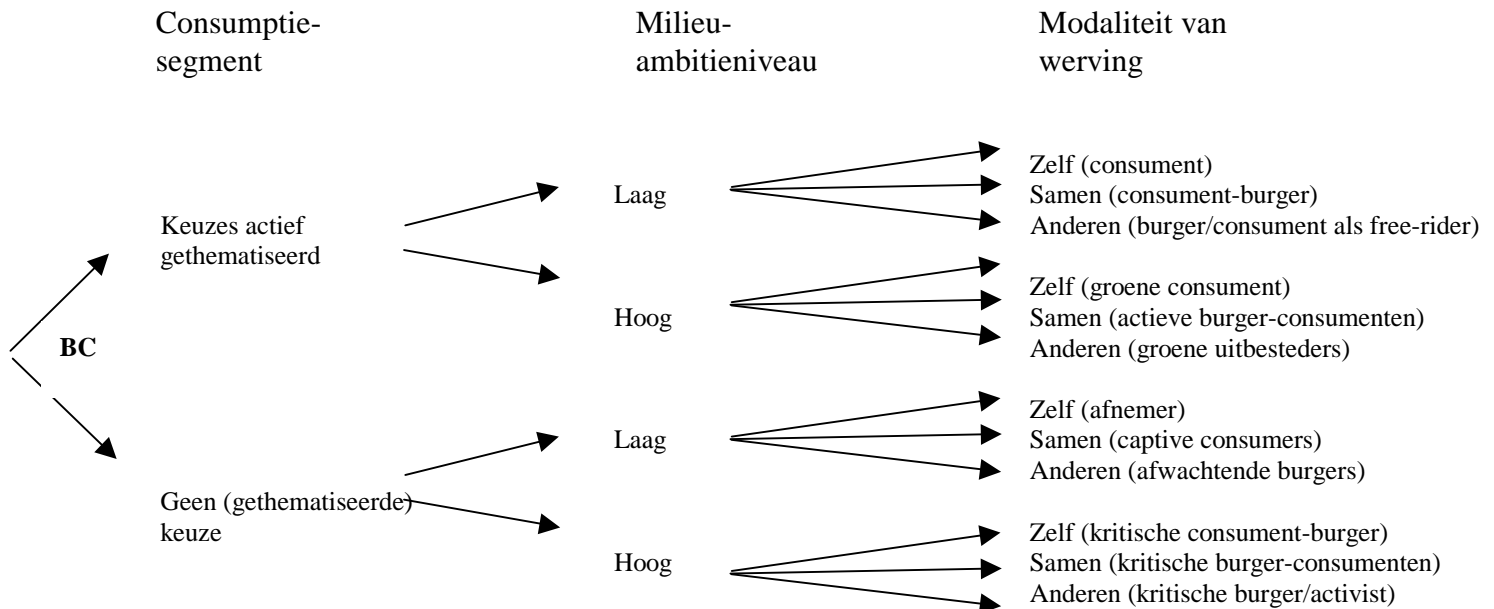


### Typering van rollen of posities van Eindgebruikers (burger-consumenten)

Ook aan de ‘Eindgebruikers-kant’ van de productie-consumptie-circuits is een differentiatie mogelijk. Hier is het minder voor de hand liggend om te spreken van netwerken, omdat de groepen van burger-consumenten die te zamen een gedragspraktijk dragen, worden gekenmerkt juist door gelijksoortige posities. Vandaar dat wij in dit verband liever spreken van rollen of posities van groepen eindgebruikers in ketens of circuits. In tabel 6 worden deze posities onderscheiden naar: 1. het consumptie-domein of segment in kwestie, getypeerd naar het al dan niet bestaan van een (gethematiseerde) keuzemogelijkheid voor burger-consumenten. Is er sprake van een gedifferentieerd aanbod en actieve eindgebruikers of is er sprake van een segment waarin eindgebruikers vooral in passieve, afwachtende rol zitten; 2. het milieu-ambitie-niveau van (groepen van) eindgebruikers op de betreffende gedragspraktijk. Hier gaat het ten dele om het klassieke thema van hoog-versus laag milieu-bewustzijn of betrokkenen maar deels ook om de tijd en activiteiten die burger-consumenten ontplooiën in verband met het toepassen van socio-technische milieu-innovaties en; 3 de typering van de posities in termen van de modaliteiten van verwerking, opgedeeld in de drie dimensies namelijk ‘zelf’, ‘samen’ en ‘anderen’. Hiermee cor-

responderen modaliteiten van verwerving die iets zeggen over het burger- danwel het consumenten-karakter van de rol of positie in kwestie.

Tabel 6 Typering van rollen of posities aan de 'Eindgebruikerskant' van circuits



De beide typologieën zoals gepresenteerd in de tabellen 5 en 6 kunnen gezien worden als het resultaat van het empirische onderzoek in de onderscheiden gedragspraktijken 'Duurzaam wonen' en 'Duurzame toeristische mobiliteit'. Het gaat hierbij om een eerste resultaat, dat in verder onderzoek nader getoetst zou moeten worden. Het is bijvoorbeeld interessant om de typologieën aan de Aanbieders-kant en aan de Eindgebruikers-kant meer rechtstreeks op elkaar te betrekken en daarbij tevens na te gaan of de zo ontstane circuits in verband gebracht kunnen worden met de verschillende slots die in het innovatieproces werden aangetroffen. In de circuits op het terrein van 'Duurzame toeristische mobiliteit' en 'Duurzaam wonen' werd een begin gemaakt met een dergelijke, meer ambitieuze empirische toepassing van de bovenstaande typologieën, maar het is te vroeg om hieromtrent reeds conclusies te trekken. Daarvoor is de methodiek nog te zeer in ontwikkeling en was het aantal geanalyseerde milieu-innovaties vooral in de gedragspraktijk 'Duurzame toeristische mobiliteit' nog te gering. We besluiten daarom het hoofdstuk met een aantal illustraties van slots zoals die empirisch werden aangetroffen, zonder de pretentie deze slots nu reeds op een systematische wijze in verband te kunnen brengen met de in de tabellen 5 en 6 onderscheiden kenmerken van de innovatie-circuits.

De empirische slots zoals aangetroffen in de gedragspraktijken 'Duurzaam wonen' en "Duurzame toeristische mobiliteit", laten zien op welke plaatsen in het innovatieproces binnen beide gedragspraktijken de schakelpunten zitten tussen de rationaliteiten van verschillende netwerken van actoren, die gezamenlijk dragers zijn van het innovatieproces. Slots wijzen op het niveau van een specifieke gedragspraktijk aan, waar zich kansen en

belemmeringen voor een duurzame transitie zich bevinden. De kansen en belemmeringen kunnen begrepen worden in termen van respectievelijk fit en mis-fit tussen Aanbieders- en Eindgebruikerslogica. Een voorbeeld van een fit is bijvoorbeeld dat in de praktijk van het wonen met name in het alternatieve, kleinschalige circuit innovaties aangeboden worden die aansluiting zoeken bij burger-consumentrollen die verder gaan dan die van uitsluitend de koper/consument en die zowel aan de Aanbieders- als aan de Eindgebruikerskant een hoog milieu-ambitie-niveau met zich meebrengen of vooronderstellen. Een voorbeeld van een mis-fit is het gegeven dat consumenten als groene koper vaak stuiten op ‘in het gangbare segment werkende’ aanbieders met een milieuambitieniveau dat niet verder gaat dan (interne) milieubeheersing, waardoor consumenten niet voldoende in hun ‘groene’ vraag tegemoet gekomen worden. Fit en mis-fit verwijzen naar het op elkaar aansluiten van Aanbieders- en Eindgebruikersrationaliteit en kunnen om die reden ook vanuit twee verschillende perspectieven geanalyseerd worden: vanuit het perspectief van de bij het innovatieproces betrokken aanbieders en vanuit het perspectief van burger-consumenten. Dit duale perspectief is terug te vinden in de hieronder gegeven voorbeelden van slots.

**Beschikbaarheidsslot in de gedragspraktijk ‘Duurzaam wonen’: consumentenperspectief**

We spreken van het beschikbaarheidsslot wanneer duurzame innovaties niet beschikbaar zijn op het moment waarop, of de vorm waarin burger-consumenten deze willen inpassen in de gedragspraktijk. In de focusgroepen worden met name door burger-consumenten met een hoog milieu-ambitieniveau voorbeelden genoemd van dit slot. Een deelnemer uit de focusgroep klussen noemt hierbij het volgende voorbeeld: “Ik start in principe elke klus vanuit een milieuvriendelijk totaalconcept. In de praktijk blijkt bijna altijd dat het concept niet te realiseren is omdat bepaalde onderdelen niet te verkrijgen zijn. En dan moet je dus concessies doen. Ik probeer die zo beperkt mogelijk te houden, maar...”. In de focusgroep verwarmen & verlichten wordt een voorbeeld omtrent de innovatie Groene Elektriciteit genoemd: “Als je belt om het aan te vragen, krijg je na heel lang wachten te horen, dat je eerst nog op een wachtlijst moet. Ja, laat dan maar zitten hoor.”

**Concurrentieslot in de gedragspraktijk ‘Duurzame toeristische mobiliteit’: consumentenperspectief**

Het concurrentieslot in de keten toeristische mobiliteit houdt vanuit een consumentenperspectief in dat gewenst milieuvriendelijk gedrag niet wordt beloond c.q. te duur is in vergelijking met niet- of minder milieuvriendelijke opties (bijv. AutoSlaap Express, Shell Pura tanken, etc.). De deelnemers aan de focusgroep zijn van mening dat, willen milieuvriendelijke initiatieven bij het grote publiek aanslaan, het omgekeerde het geval zou moeten zijn. Milieuvriendelijke vervoersalternatieven moeten goedkoper worden gemaakt en de milieukosten moeten worden doorberekend in de prijs van een reis (milieuheffing of -belasting), zodat de burger-consument een eerlijker beeld van verschillende vervoermiddelen krijgt. Toch zien de deelnemers aan de focusgroep een prijsverhoging niet als een realistische verbetering, omdat daardoor de drempel om op vakantie te gaan voor verscheidene groepen in onze samenleving hoger komt te liggen. Bovendien is niet iedereen ‘gevoelig’ voor een prijsstijging.

**Milieu-informatieslot in de gedragspraktijk ‘Duurzaam wonen’: mis-fit en fit**

Het milieu-informatieslot kan zowel vanuit het perspectief van aanbieders als vanuit het burger-consumentperspectief worden belicht. Aanbieders ervaren in het geval van dit slot, dat zij er niet in slagen de milieuinformatie die zij met betrekking tot de door hen aangeboden innovaties zouden willen communiceren aan consumenten, ook daadwerkelijk over te brengen. Volgens aanbieders zijn consumenten op de winkelvloer al zo overvoerd met informatie omtrent bijvoorbeeld prijs, levensduur en uiterlijke kenmerken, dat zij ‘ingewikkelde’ milieuinformatie over alternatieven niet meer kunnen en/of willen opnemen. Consumenten geven juist aan dat zij van mening zijn dat de milieuinformatie die gegeven wordt over duurzame alternatieven erg te wensen overlaat. Er wordt door aanbieders te weinig informatie gegeven over (de on-



derlinge verhouding in) 'milieupformance' van producten. Volgens consumenten belemmert onduidelijk milieugerelateerde productinformatie de keuze voor milieuvriendelijk alternatieven.

A-labels op verlichting zijn op het terrein van milieu-informatie een voorbeeld van een slot in de positieve zin van het woord: geen mis-fit, maar juist een goed lopend schakelpunt tussen aanbieders- en consumentenrationaliteit, een fit met andere woorden. Het eenduidige A-label wordt voor de consument in één oogopslag duidelijk wat het verschil is in energiegebruik tussen een spaarlamp en bijvoorbeeld een gewone gloeilamp. Heel visueel wordt duidelijk gemaakt hoeveel energie de consument kan besparen. Daarmee wordt de milieuprestatie van een product niet alleen zichtbaar gemaakt, maar ook nog vergelijkbaar met die van andere alternatieven.

#### **Milieu-informatieslot in de gedragspraktijk 'Duurzame toeristische mobiliteit'**

Binnen de keten toeristische mobiliteit is eveneens sprake van een informatieslot, dat zowel vanuit een producenten- als burger-consumentenperspectief kan worden belicht. Volgens de producenten hebben duurzame vormen van toeristische mobiliteit tot op heden weinig kans van slagen gehad, omdat de meeste consumenten niet bekend zijn met c.q. geïnteresseerd zijn in milieuvriendelijke vervoermiddelen naar vakantiebestedingen. Uit een interview met een vertegenwoordiger van een van de innovaties blijkt voorts, dat "de reissector een grote kennisachterstand heeft over de kansen van duurzame ontwikkeling voor hun eigen producten en diensten. Een voorwaarde voor het realiseren van een duurzaam product is dat duurzaamheid nog meer ingebakken moet worden in het hele traject van ontwikkelen, aanbieden, marketing, verkoop en informatie naar de klant, zodat duurzame ontwikkeling in de communicatie door de hele service-keten heen structureel de aandacht krijgt." Dit laatste sluit aan bij de kritiek die uit de focusgroep naar voren is gekomen. Volgens de deelnemers kiezen burger-consumenten niet voor duurzaam vervoer, omdat voorlichting over milieuvriendelijke vervoermiddelen door overheid, consumentenorganisaties (o.a. ANWB) en reisbureaus ontbreekt. Verder zijn de deelnemers van mening dat het personeel van reisbureaus niet adequaat getraind is om relevante, milieuvriendelijke informatie aan de consument te verschaffen. Uit de reactie van aanbieders en eindgebruikers is tegelijkertijd een aantal oplossingsrichtingen af te leiden om de keten toeristische mobiliteit in een duurzamer richting te sturen en te bewerkstelligen dat producenten- en consumentenrationaliteit op elkaar aansluiten. Vanuit een producentenperspectief is een grotere betrokkenheid van maatschappelijke organisaties bij bereik en informatievoorziening van verschillende doelgroepen gewenst. Burger-consumenten hebben behoefte aan (eerlijke) voorlichting door overheid, maatschappelijke organisaties en reisbureaus.

#### **Concernslot in de gedragspraktijk 'Duurzaam wonen': Aanbiedersperspectief**

In het geval van het concernslot treedt stagnatie op in het innovatieproces doordat aanbieders milieuinnovaties niet nadrukkelijk aan de consument kunnen presenteren, omdat zij hiertoe geen speelruimte krijgen van het (internationale) concern waarvan zij deel uit maken. Zo is het internationale bedrijven niet altijd toegestaan om nationale keurmerken, zoals bijvoorbeeld het Milieukeur in het assortiment te voeren. De speelruimte voor promotieacties – zoals speciale kortingen en een opvallende presentatie van milieuvriendelijke producten – is voor aanbieders met het milieuambitieniveau van vermarkting vaak klein, als dit ambitieniveau niet gedeeld wordt door het concern waartoe zij behoren.

De empirische slots geven vrij nauwkeurig aan op welke plaats in het innovatieproces in een specifieke gedragspraktijk de aangrijpingspunten voor interventies zitten, de zogenoemde sleutels. Per gedragspraktijken en per slot moet verder ingevuld worden welk karakter een 'sleutel' moet hebben en welke partijen daarbij betrokken zouden moeten zijn.

## 5 Conclusies en implicaties voor beleid

### 5.1 Inleiding

Een belangrijk doel van dit onderzoek was om na te gaan wat de mogelijke betekenis is van de Gedragspraktijkenbenadering voor beleidsontwikkeling en beleidsontwerp. Uit de analyse van consument-georiënteerde beleidspraktijken binnen DGM (Beckers, Spaargaren en Bargeman, 2000) bleek de noodzaak van een integrerend beleidskader op het terrein van consumptie en milieu. De Gedragspraktijkenbenadering, die de aandacht voor leefstijlen, waarden en behoeften van burger-consumenten verbindt met aandacht voor interventies en innovaties aan de kant van systemen en structuren, zou een dergelijk integratiekader kunnen vormen. De resultaten van de huidige studie bevestigen de onderzoekers in deze opvatting. Het definitieve antwoord op deze vraag kan echter niet gegeven worden door onderzoekers, maar is primair een zaak voor de makers van beleid.

Toch kunnen er op basis van de studie *Van gedragspraktijk naar beleidspraktijk* en de resultaten van deze studie wel een aantal conclusies en aanbevelingen worden geformuleerd. Ze zijn mede gebaseerd op de feedback die de onderzoekers kregen tijdens bijeenkomsten van begeleidingscommissies en klankbordgroep en een aantal workshops met externe deskundigen. Bij het formuleren van aanbevelingen richten we ons op het nationale, consument-georiënteerde milieubeleid, zoals dat onder regie van het ministerie van VROM gestalte krijgt, en op de rol van de rijksoverheid. Het spreekt vanzelf, dat de bevordering van duurzame consumptie ook tot de verantwoordelijkheid behoort van lokale overheden, marktpartijen, maatschappelijke organisaties en zeker van burger-consumenten zelf.

### 5.2 Waarom een consument-georiënteerde milieubeleid?

De volumegroei van consumptie, de toenemende mobiliteit en energie-intensiteit en de substitutie van tijd door geld zijn belangrijke krachten achter het groeiende ruimtebeslag, de aantasting van natuur en landschap zoals die in de Vijfde Nota Ruimtelijke Ordening (Ministerie van VROM, 2001) worden beschreven en achter de stijgende milieudruk, zoals die in het NMP4 en in rapporten van het RIVM wordt gesignaleerd. Zowel binnen het ministerie van VROM (voorbereiding NMP4 en NSDO) als daarbuiten (bijvoorbeeld het initiatief Echte Welvaart) ontwikkelt zich het besef, dat de toekomst van het beleid op het terrein van milieu en duurzame ontwikkeling voor een belangrijk deel draait om gedragsverandering en re-routinisering van burger-consumenten. Helaas is daarvan nog te weinig terug te vinden in actuele beleidsplannen.

In dit onderzoek is gebleken dat de ‘early adopters’ onder aanbieders en consumenten van de overheid juist een actieve en stimulerende rol verwachten. Uit beide casestudies is naar voren gekomen, dat het noodzakelijk en mogelijk is om ‘milieu’ te verbinden of te integreren met andere waarden, die voor consumenten van belang zijn, zoals kwaliteit, gezondheid, gemak en zekerheid

### **5.3 Transitie management voor duurzamere gedragspraktijken**

Een beleid ter bevordering van duurzame consumptie, zou heel goed verbonden kunnen worden met het op transitie gericht beleid, dat in het NMP4 is ingezet (Spaargaren, 2001). Essentieel voor het welslagen van het transitiebeleid is het slaan van een brug tussen ‘systemen’ en ‘actoren’, het kernpunt van de Gedragspraktijkenbenadering. Transitie management is vooral van belang wanneer het proces van geleidelijke verbetering van de milieuprestaties stagneert of niet het gewenste tempo of resultaat heeft. Daarvan is sprake in het geval van (on)duurzame consumptie. Het gaat dan om de vraag hoe in de periode tot 2030 op het terrein van voeden, wonen of verplaatsen het beslag op de milieugebruiksruimte van onderscheiden groepen Nederlandse burger-consumenten kan worden gereduceerd. Een kernpunt bij transitie management van gedragspraktijken is re-routinisering. Het planmatig bezig zijn met de organisatie van milieuveranderingen op het niveau van het alledaagse leven impliceert dat vanzelfsprekende routines worden opgeschort, heroverwogen en heringericht. Op het niveau van gedragspraktijken kan het transitieproces worden onderverdeeld in een aantal fasen, naar analogie van de beleidslevenscyclus. Het transitieproces wordt in fase 1 als het ware ingeleid door het uitschakelen van ‘de automatische piloot’. In fase 2 wordt door groepen van burger-consumenten het probleem nader gedefinieerd: bestaande routines worden doorgelicht aan de hand van duurzaamheidscriteria en er worden milieueuristischeken ontwikkeld. In fase 3 worden burger-consumenten geconfronteerd met innovatieve alternatieven. De in dit onderzoek ontwikkelde en toegepaste methodiek van focusgroepen was gebaseerd op deze benadering en leverde bemoedigende resultaten op.

Uit het onderzoek is gebleken, dat de noodzaak van het doorbreken van routines niet alleen bestaat aan de kant van burger-consumenten, maar ook in systemen van aanbod, bij aanbieders van producten en diensten. Vooral bij een gedragspraktijk, die zich nog aan het begin van de beleidslevenscyclus bevindt, zoals toeristische mobiliteit. Hier doet zich het probleem voor, dat er te weinig milieuvriendelijke alternatieven zijn ontwikkeld, dat de consument er onvoldoende mee in aanraking wordt gebracht en dat ‘de markt’ onduurzaam reisgedrag eerder stimuleert en beloont dan ontmoedigt.

Over de specifieke rol van de nationale overheid kan moeilijk in algemene termen gesproken worden. Ook daar spelen context, fasering en mate van routinisering een belangrijke rol. Bij gedragspraktijken, die al langer op interventies vanwege de overheid mochten rekenen is wellicht re-routinisering in denken en doen gewenst.

### **5.4 De burger-consument als ‘change agent’**

Het bevorderen van een actieve deelname van burger-consumenten bij het ontwerpen van transitieprocessen is essentieel. Burger-consumenten zijn immers niet alleen of niet langer object van beleid, voorlichting, etc., maar ook subject en ‘change agent’. Waar burgers zich hebben georganiseerd rond (delen van) gedragspraktijken kan deze sociale infrastructuur worden benut om innovaties op te sporen en verduurzaming te bevorderen. Deze onderdelen van de ‘civil society’ treft men aan op het territoriale niveau van

dorpen, buurten en wijken (zoals bewonersorganisaties, verenigingen), op het ideële niveau (zoals vrijwilligers, milieubeweging, eco-teams, kerken) en in de vorm van leefstijl-groepen (zoals reizigers openbaar vervoer, alpinisten, volkstuinders, hobbyisten). Deze worden lang niet altijd gerepresenteerd door de officiële nationale consumentenorganisaties, die meestal tot de gesprekspartners van de rijksoverheid behoren.

## 5.5 Een gereedschapskist voor beleid

De belangrijkste producten van dit onderzoek zijn een uitgewerkte *set van operationele begrippen* binnen het conceptuele model van de Gedragspraktijkenbenadering, een *protocol* om duurzame consumptie contextueel te beschrijven en te analyseren en een *methodiek* om de actieve rol van burger-consumenten te versterken.

Nagegaan moet worden op welke wijze bestaande beleidspraktijken binnen DGM gebruik kunnen maken van deze gereedschapskist. Daarbij zouden de volgende stappen gezet kunnen worden:

- Stap 1 *Het bepalen van de relevantie voor burger-consumenten*  
De overheid gaat preciezer na met welke milieuproblemen men de burger wel of niet wil benaderen. Een dergelijk selectief optreden van de overheid past binnen de aanpak van het project Burger en Milieu.
- Stap 2 *Het selecteren van relevante gedragspraktijken*  
Stel vast bij welke (delen van) gedragspraktijken het voorgenomen beleid aansluiting vindt.
- Stap 3 *Het definiëren van de milieuheuristiek 1*  
Ga op het niveau van gedragspraktijken na of bij bepalen en formuleren van de milieu-definitie aansluiting wordt gezocht bij de leefwereld van burger-consumenten.
- Stap 4 *Het definiëren van de milieuheuristiek 2*  
Ga na welk type socio-technische innovaties (aanbieder, product/dienst, methode) van belang zijn voor het realiseren van de milieu-doelen.
- Stap 5 *Het analyseren van slots*  
Ga na langs welke routes de innovatie naar burger-consumenten worden geleid en welke slots (fricties) en welke sleutels (kansen) zich op die route bevinden.
- Stap 6 *Het bepalen van de rol van burger-consumenten*  
Ga na in welke rol burger-consumenten worden aangesproken en welke de inhoud is van die rol (zelf/samen, milieukennis, gebonden of 'vrije' rol).
- Stap 7 *Het bepalen van de gevolgen voor burger-consumenten*  
Ga na welke positieve en negatieve gevolgen het beleid heeft voor de routines, kwaliteit van het alledaagse leven en de 'CCC-levels' van burger-consumenten.
- Stap 8 *Het bepalen van de rol van de rijksoverheid*

Ga na welke de rol van de overheid moet zijn, mede met het oog op de fase van de beleidslevenscyclus, en hoe deze rol zich verhoudt tot die van andere overheden en van andere actoren in innovatieproces.

Dit protocol kan niet alleen van dienst zijn bij het consument-georiënteerde beleid van VROM of andere nationale overheden, maar vervult wellicht ook elders een functie bij het ontwikkelen van milieuheuristieken en het ontwerpen en ontwikkelen van innovaties. Beleid gericht op de bevordering van duurzame consumptie is immers per definitie een co-productie met aanbieders en burger-consumenten, zoals in de aanpak van Domeinverkenningen wordt erkend.

Voor de verdere validering en toespitsing van concept en methodiek lijken drie vervolgvormen nuttig en noodzakelijk: verbreding, opschaling en verdieping:

### *1. Verbreding*

Dit onderzoek heeft zich beperkt tot een toetsing van de Gedragspraktijkenbenadering in een tweetal cases. Het zou goed zijn om, door middel van aanvullend sociaal-wetenschappelijk onderzoek, de empirische basis te verbreden en lerend van de aanpak in deze studie, nog een aantal (deel)gedragspraktijken op deze wijze door te lichten, bijvoorbeeld in het kader van het onderzoek naar transities en systeeminnovaties (ICES-KIS). Gedacht kan worden aan thema's als voeden, recreatie en sport.

### *2. Opschaling*

Nagegaan moet worden of en hoe het mogelijk is om de Gedragspraktijkenbenadering te gebruiken als invalshoek om (inter)nationaal de voortgang van duurzame consumptie te meten. Het RIVM heeft belangstelling getoond om samen met anderen de kennishuishouding op dit punt te verbeteren.

### *3. Verdieping*

Bij het ontwikkelen van de Gedragspraktijkenbenadering lag tot dusver het accent op interactie met beleidsmakers. Het is daarnaast van belang om deze sociologiserende benadering te plaatsen in een wetenschappelijke context en ze te koppelen aan andere manieren om duurzame consumptie wetenschappelijk te verklaren.

## Literatuur

Bargeman, B., T. Beckers, T. van Es, A. van den Broeke en W. Korver (2002), *Gedragpraktijken in transitie: de casus duurzame toeristische mobiliteit*, Tilburg: Globus.

Beck, U. (1986), *Risikogesellschaft. Auf dem Weg in eine andere Moderne*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.

Beck, U., A. Giddens, S. Lash (1994), *Reflexive Modernization; politics, tradition and aesthetics in the modern social order*. Cambridge: Polity Press.

Beckers, T., P. Ester en G. Spaargaren (1999), *Verkenningen van duurzame consumptie.*, *Publicatiereeks milieustrategie*, 1999 / 10, Den Haag.

Beckers T., G. Spaargaren en B. Bargeman (2000), *Van Gedragpraktijk naar Beleidspraktijk. Een analytisch instrument voor een consument-georiënteerd milieubeleid*. Tilburg: Globus.

Bloor, M. et.al. (2001), *Focus Groups in Social Research*, London: Sage Publications.

B & A Groep (2000), *Burger en Milieu. Verslag van een verkenning naar de potentie en meerwaarde van 'burger en milieu'*. Hoofdrapport. Den Haag: VROM.

CEA (2000), *Domeinverkenning Wonen*, Rotterdam: CEA.

CEA (1999), *Minder energiegebruik door een andere leefstijl? Eindrapportage Project Perspectief*. Den Haag: Ministerie van VROM.

Dawson, S. et al. (1993), *A Manual for the use of Focus Groups*, Boston: INFDC.

Douglas, M. and B. Isherwood (1979), *The World of Goods; towards an anthropology of consumption*. London: Allen Lane.

Giddens, A. (1984), *The Constitution of Society*. Cambridge: Polity Press.

Giddens, A. (1991), *Modernity and Self-Identity*. Cambridge: Polity Press.

Krueger, R.A. (1988), *Focus Groups. A Practical Guide for Applied Research*, London: Sage Publications.

Martens, S. en G. Spaargaren (2002), *Gedragpraktijken in transitie: de casus duurzaam wonen*. Wageningen: Leerstoelgroep Milieubeleid.

Meulen, van der H.S. (2000), *Circuits in de landbouwvoedselketen. Verscheidenheid en samenhang in de productie en vermarkting van rundvlees in midden- Italië*, Wageningen: Wageningen Universiteit.

Ministerie van Volkshuisvesting Ruimtelijke Ordening en Milieubeheer (1995), *Plan van Aanpak Duurzaam Bouwen: investeren in de toekomst*. 's-Gravenhage.

Ministerie van Volkshuisvesting, Ruimtelijke Ordening en Milieubeheer (1997), *Volkshuisvesting in Nederland*, Den Haag.

Ministerie van Volkshuisvesting, Ruimtelijke Ordening en Milieubeheer (1997), *Woonverkenning 2030*, Den Haag.

Ministerie van Volkshuisvesting, Ruimtelijke Ordening en Milieubeheer (1997), *Lange-termijnperspectief Duurzaam Bouwen*, 's-Gravenhage.

Ministerie van Volkshuisvesting, Ruimtelijke Ordening en Milieubeheer (1997), *Tweede Plan van Aanpak Duurzaam Bouwen*, 's-Gravenhage.

Ministerie van Volkshuisvesting, Ruimtelijke Ordening en Milieubeheer (1999), *Duurzaam Bouwen Monitoring. Resultaten Plannen van Aanpak 1995-1999*, 's-Gravenhage.

Ministerie van Volkshuisvesting, Ruimtelijke Ordening en Milieubeheer (1999), *Beleidsprogramma Duurzaam Bouwen 2000-2004. Verankeren in beleid en praktijk*, 's-Gravenhage.

Ministerie van Volkshuisvesting, Ruimtelijke Ordening en Milieubeheer (1999), *De Agenda voor de discussie over het woonbeleid in het eerste decennium van de 21<sup>e</sup> eeuw*, Den Haag.

Ministerie van Volkshuisvesting, Ruimtelijke Ordening en Milieubeheer (1999), *Duurzaam Bouwen Monitoring. Resultaten Plannen van Aanpak 1995-1999*, Den Haag.

Ministerie van Volkshuisvesting, Ruimtelijke Ordening en Milieubeheer (2000), *Mensen, wensen, wonen. Wonen in de 21<sup>e</sup> eeuw*, Den Haag.

Ministerie van Volkshuisvesting Ruimtelijke Ordening en Milieubeheer (2001), *Vijfde Nota Ruimtelijke Ordening*, Den Haag.

Morgan, D.L. (1993), *Successful Focus Groups. Advancing the State of the Art*, London: Sage Publications.

Rotmans J., R. Kemp et al. (2000), *Transities en Transitie management; onderzoekrapportage ten behoeve van NMP-4*. Maastricht: ICIS/ Merit.

Schot, J., R.Hoogma and B. Elzen (1994), Strategies for shifting technological systems. *Futures*, 26, 10, pp. 1060 – 1076.

Spaargaren, G. (2000), Ecological Modernization Theory and Domestic Consumption. *Journal of Environmental Policy and Planning* 2: 4, p. 323-335.

Spaargaren, G. (2001), *Milieuverandering en het alledaagse leven*. Inaugurele Rede. Tilburg: Universiteit Tilburg.

Spaargaren, G., S. Martens and T. Beckers (forthcoming), Sustainable Technologies and Everyday Life: Social Practices in Transition. In: M. Willems, A. Slob (eds), *Technology and Behaviour*. Utrecht: Novem.

Staats, H.J. and P. Harland (1995), *The ecoteam program in the Netherlands*. Leiden: Leiden University.

Stewart, D.W. en P.N. Shamdasani (1990), *Focus Groups. Theory and Practice*, London: Sage Publications.

Te Riele, H.R.M., S.A.M. Duifluizen et al. (1999), *Andere bril, ander beleid? Eindrapport Transitie*. Amersfoort: Twynstra Gudde.

Vollenbroek, F. (1999), Workshop over transitie. VROM, DGM/SP, 17 december 1999.

Vringer, K. and K. Blok (1993), *The direct and indirect energy requirement of households in the Netherlands*. Utrecht: Vakgroep Natuurwetenschap en Samenleving.

Vringer K., T. Aalbers e.a. (2000), *Nederlandse consumptie en energieverbruik in 2030; een verkenning op basis van twee lange termijn scenario's*. RIVM-rapport 408129015. Bilthoven: RIVM.

VROM (1989), *Nationaal Milieubeleidsplan (NMP)*. Tweede Kamer, 1988-1989, 21137, nrs. 1-2. Den Haag: SDU (NEPP).

VROM (1993), *Nationaal Milieubeleidsplan 2; Milieu als Maatstaf*. Tweede Kamer, 1993-1994, 23560, nrs. 1-2. Den Haag: SDU (NEPP2).

VROM (2000), *De warme golfstroom: heroriëntatie op communicatie over milieu*. Den Haag: Centrale Directie Communicatie DGM.

Winsemius, P., L. van Driel, F. Leijnse en K. Vuursteen (2001), *Naar een nieuwe maatschap*. Den Haag: Ministerie van Economische Zaken.