



GROENLUNCH XXL

Van intentie naar duurzaam gedrag

11 maart 2025, 12.00-13.30 uur

📍 Cycle-Up HUB, Leeuwarden



Bianca Harms

Marketingwetenschapper
& Lector Transformational
Media



Wies Kooistra

Onderzoeker &
Projectleider



Tess Schram

Programmanager
Circulair Samenleving





Planbureau Fryslân

MONITOR KLIMAAT EN MILIEU

CIJFERS / MENSEN / INZICHT

/ 11 maart 2025
/ Wies Kooistra



ONDERDELEN PRESENTATIE

1. Wie zijn we?
2. Hoe werken we?
3. Duurzaam gedrag: wat zien we?

A woman in a blue jacket and striped dress walks on a paved path in front of a brick church. The church has a bell tower and a flag with red and white circles on a blue background. A dark archway with the text 'WELGE GOD FUIT' is visible.

WIE ZIJN WE?

- / Planbureau Fryslân
- / Onafhankelijk onderzoeksinstituut
- / Missie: versterken bestuurs- en beleidskracht
- / Brede, integrale blik: sociaal, economisch en ruimtelijk perspectief

Hoofdvraag: hoe gaat het met de inwoners van Fryslân in veranderende omstandigheden?

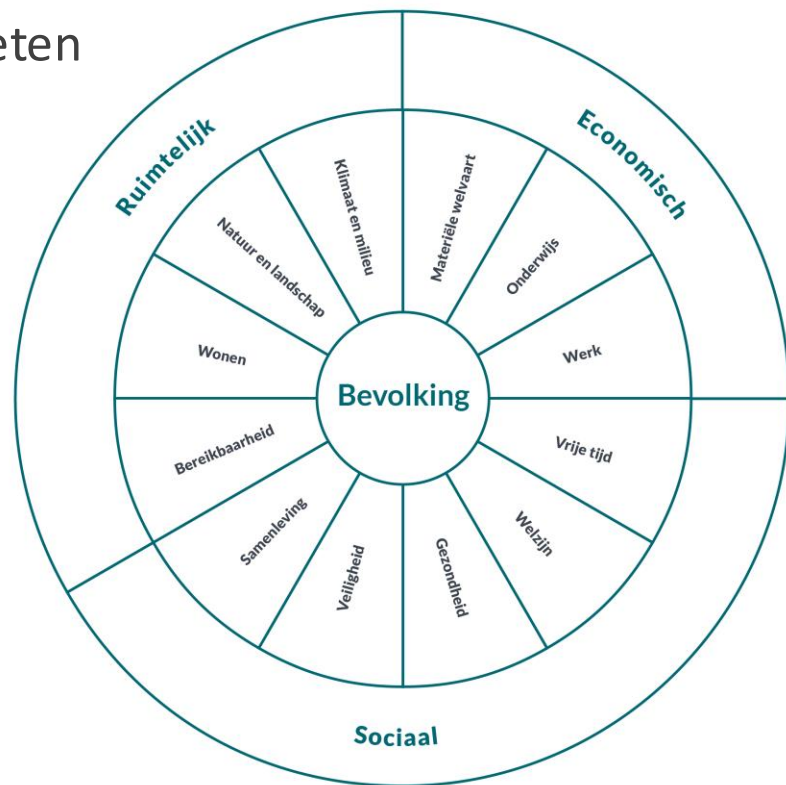


HOE WERKEN WE?

- / Fryslân door de bril van brede welvaart
- / BW kijkt verder dan economische groei
- / BW = alles dat mensen van waarde vinden
- / Hier en nu, maar ook elders en toekomstige generaties
- / Breed kijken, scherp kiezen

MONITORING BREDE WELVAART

- / **Lange periode** (20 jaar) dezelfde indicatoren meten
- / **Trends en ontwikkelingen** signaleren
- / **Vergelijking** over tijd, tussen groepen en regio's
- / Onderzoeken Planbureau Fryslân zijn **openbaar**





MENING EN BELEVING VAN DE INWONERS

- / Panel Fryslân, representatief burgerpanel
- / 8000 inwoners
- / Geen zelfaanmelding
- / 5-6 online enquêtes per jaar, anoniem en vrijwillig

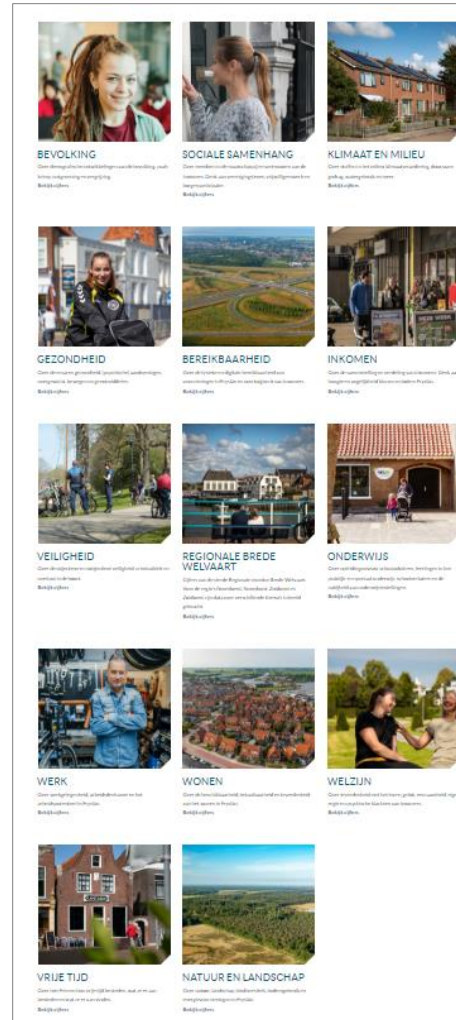
DE MONITOREN VAN PLANBUREAU FRYSLÂN

www.planbureau Fryslan.nl/monitoren

Toegankelijk en zo **actueel** mogelijk

/ Beeld van Fryslân: **kerncijfers** en **beleving door inwoners**

/ Inzicht en vergelijkingsmateriaal per **regio** en **gemeente**, over **meerdere jaren**



MONITOR KLIMAAT EN MILIEU

ONDERWERPEN

- / Stoffen in het milieu
- / Klimaatverandering
- / Klimaatadaptie en klimaatmitigatie
- / Duurzaam gedrag
- / Voeding
- / Koopgedrag
- / Afval
- / Watergebruik

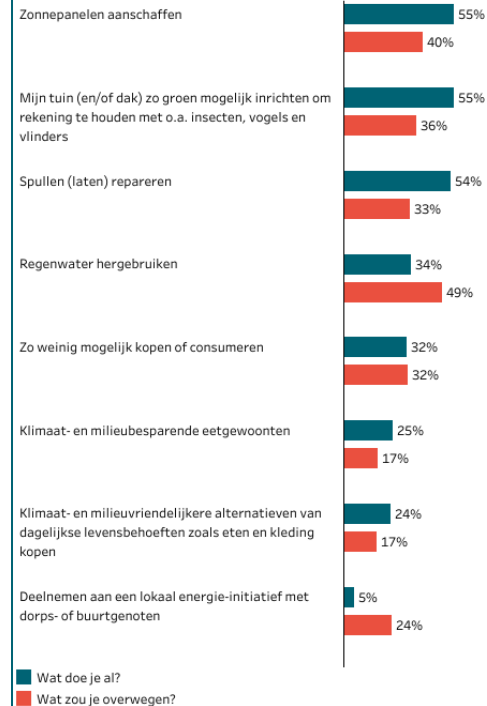
Duurzaam gedrag en overwogen duurzaam gedrag

Achtergrondkenmerk

Provincie: Fryslân

Categorie

Consumentengedrag



50%

van de inwoners van Fryslân zou meer willen doen om klimaatverandering en/of milieuvervuiling tegen te gaan

WAT VALT OP IN DE MONITOR KLIMAAT EN MILIEU?

- / De meeste inwoners van Fryslân **(93%)**: 'Klimaat verandert'
- / **Drie op de vijf**: 'Iedereen moet bijdragen om die verandering tegen te gaan'
- / Mate van klimaatbewustzijn lijkt samen te hangen met **eigen ervaringen** ermee
- / **Per generatie** verschil in opvatting over wat duurzaam gedrag is
- / **Opleidingsniveau** en **financiën** spelen rol bij duurzaam gedrag in de praktijk

Aandeel inwoners dat denkt dat het klimaat verandert door de mens of dat het een natuurlijke verandering is

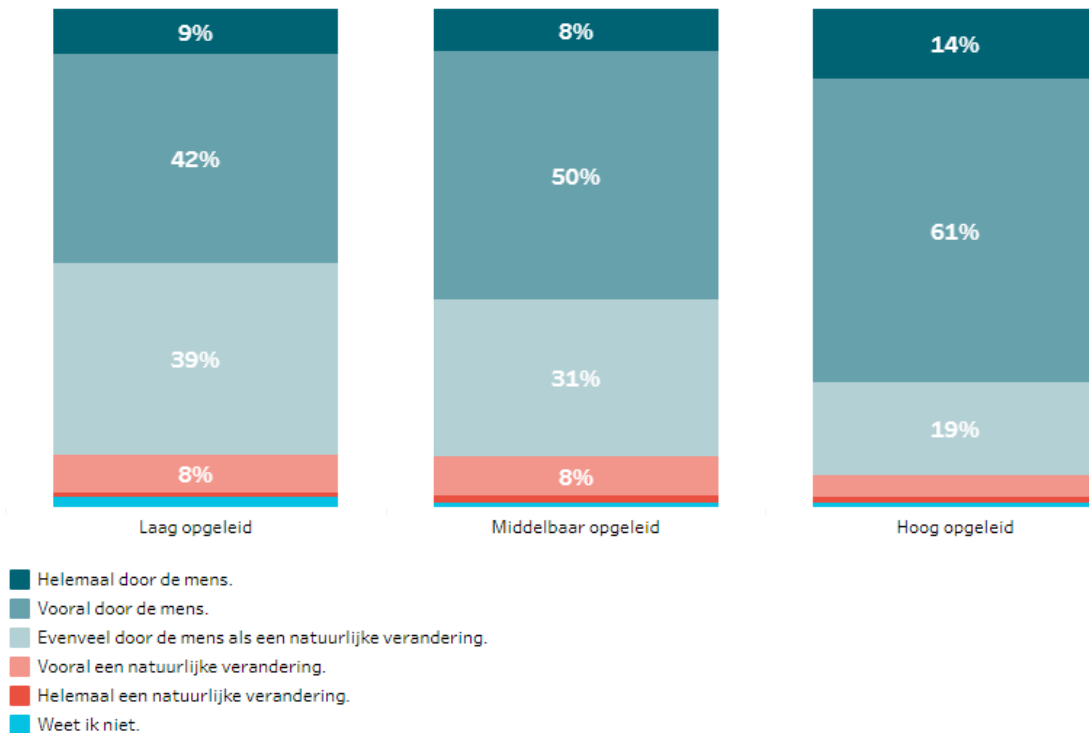
NUANCERING DOOR UITSPLITSING

Verskil in opvatting per:

- leeftijdscategorie
- opleidingsniveau
- geslacht
- regio

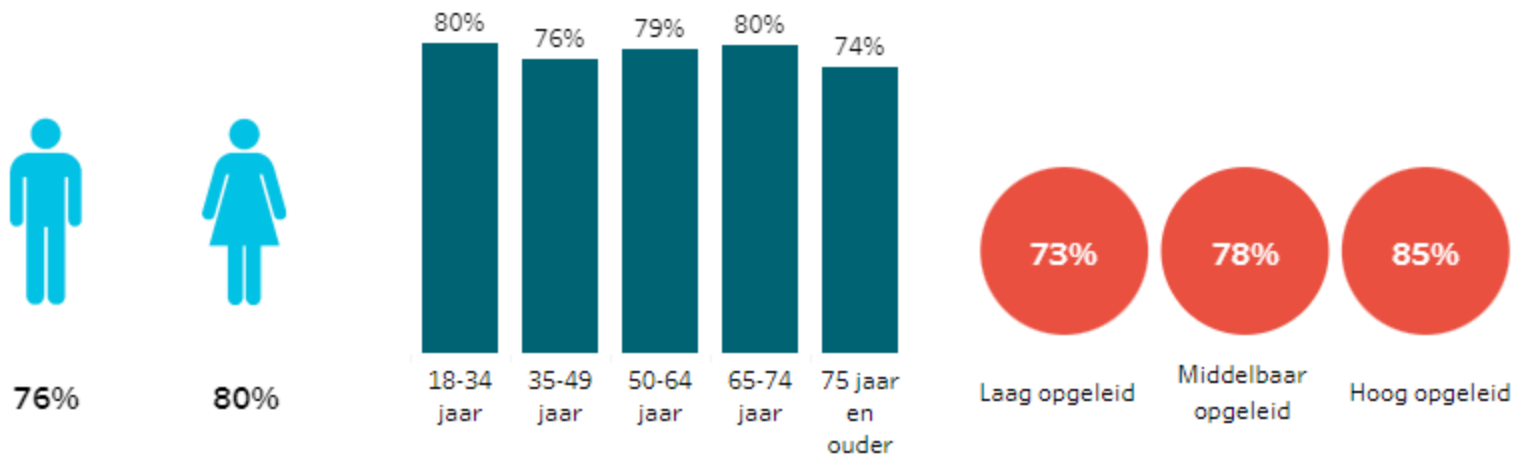
Uitsplitsing

Opleidingsniveau ▼



UITSPLITSING NAAR LEEFTIJD, GESLACHT EN OPLEIDINGSNIVEAU

Aandeel inwoners dat het (heel) belangrijk vindt om klimaatverandering tegen te gaan



WAT VALT OP BIJ ONDERDEEL 'DUURZAAM GEDRAG'?

- / 60% van de Friezen: 'Invloed op klimaatverandering **begint bij mijzelf**'
- / 23%: 'Kan het me financieel **niet veroorloven** om duurzamer te gaan leven'
- / 66%: 'Problemen rondom klimaatverandering en milieuvervuiling **niet doorschuiven** naar de volgende generatie'

DUURZAAM GEDRAG VERSCHILT PER GENERATIE

65-plussers:

- / Kleding laten repareren
- / Minder douchen ('washandjesgeneratie')
- / Geen voedselverspilling

Jongvolwassenen (18-34 jaar)

- / Tweedehands spullen kopen via internet
- / Vaker vegetarisch voedingspatroon

WAT WE ZEGGEN EN WAT WE DOEN

- / Daadwerkelijk gedrag en overwogen gedrag
- / Categorieën 'Consumentengedrag' en 'Mobiliteit'
- / Mogelijkheid om uit te splitsen naar achtergrondkenmerken

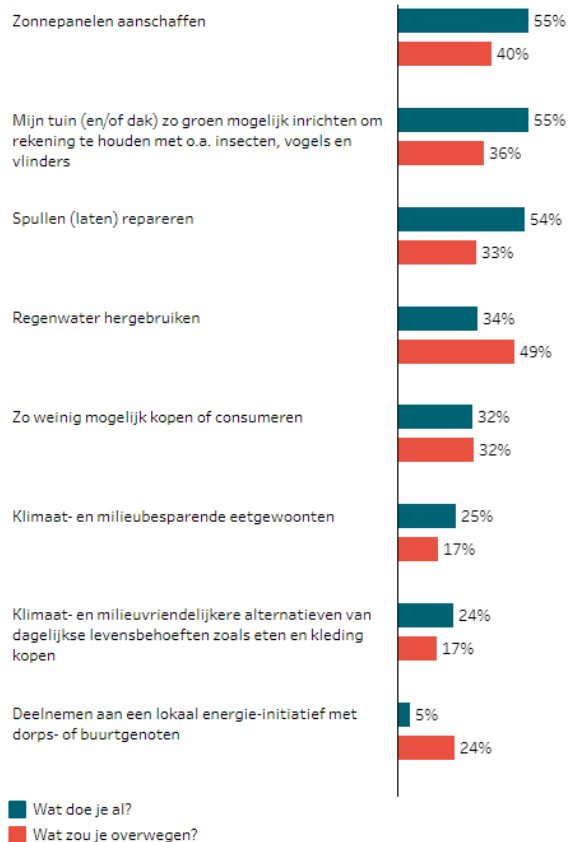
Duurzaam gedrag en overwogen duurzaam gedrag

Achtergrondkenmerk

Provincie: Fryslân

Categorie

Consumentengedrag



50%

van de inwoners van Fryslân zou meer willen doen om klimaatverandering en/of milieuvervuiling tegen te gaan

WAT WE DOEN

- / Aanschaf zonnepanelen: 54%
- / Het dak of de tuin zo groen mogelijk inrichten: 54%
- / Spullen laten repareren: 53%
- / De auto zo weinig mogelijk gebruiken: 41%
- / Geen vliegreizen meer maken: 28 %

WAT WE ZEGGEN DAT WE WILLEN DOEN

Voorbeeld hoogopgeleiden

- / **Willen** minder vliegen (50% tegenover 43% gemiddeld)
- / **Daadwerkelijk** minder vliegen: 25% tegenover 29% gemiddeld
- / 31% wil meer betalen voor milieubelastende vervoersmiddelen (tegenover 18% gemiddeld)

WAT WE ZEGGEN DAT WE WILLEN DOEN

Voorbeeld 18-34-jarigen

- / **Willen** regenwater hergebruiken (60%)
- / **In de praktijk:** 23%

- / **Willen** deelnemen aan lokaal energie-initiatief (31%)
- / **In de praktijk:** 3%



GEDRAGSVERANDERING: INTERESSANTE VRAGEN

- Waarom zit er verschil tussen overwogen gedrag en werkelijk gedrag?
- Bieden deze redenen mogelijkheden om op te sturen?



MEER WETEN?

- / www.planbureau Fryslân.nl
- / Monitoren, onderzoeksrapporten
- / Nieuwsbrieven
- / Neem contact met ons op



We helpen je graag verder!

Communicatie & Gedragsverandering

Annalies Brijker

Bianca Harms

Professorship Transformational Media



Transformationele media:

Content & media die impact creëert, die positieve verandering teweegbrengt.

1. Content strategie

2. Content design



Klimaatverandering funest voor fundering: miljoen huizen dreigen te verzakken



Door **Gert-Jan Verstegen**
10 november 2022 16:45 • Aangepast 10 november 2022 17:42

Scientists deliver 'final warning' on climate crisis: act now or it's too late

IPCC report says only swift and drastic action can avert irrevocable damage to world

● **Analysis: Humanity at the crossroads**

● **Timeline: The IPCC's reports**



NOS Nieuws • Zaterdag 8 april 2023, 20:44 •
Aangepast zaterdag 8 april 2023, 22:49

Zorgen over recordtemperatuur oceaanoever: 'Geen tijd voor herstel ecosystemen'

Deskundigen zijn bezorgd over de temperatuur van de Stille Oceaan. Deze week werd daar aan de oppervlakte een recordwarmte gemeten van 21,1 graden. Het zeewater is sinds het begin van de satellietmetingen nog nooit zo warm geweest. Die temperatuur kan grote gevolgen hebben, zegt onder meer

NIEUWS

Eerste klimaatplaag door zeespiegelstijging: zoetwatertekort

De stijgende zeespiegel zal de komende decennia steeds meer zijn stempel drukken op bouwplannen, infrastructuur en investeringen. Dat staat in [een rapport](#) over de gevolgen van klimaatverandering in Nederland. Een van de problemen: binnensijpend zout zeewater.

Maarten Keulemans 9 november 2023, 05:00

VN-top over biodiversiteit: 'Dieren en planten sterven versneld uit'

7 december 2022 08:42 • Aangepast 7 december 2022 10:39



Net binn

14:26 Kwart

Nederland heeft vieste water van Europa, en dat gaat geld kosten

7 maart 2023 16:00 • Aangepast 21 april 2023 15:10

[Home](#) > [Nieuws](#) > Natura 2000-gebieden: Stikstofneerslag daalt, maar voor veel natuur nog te hoog

Natura 2000-gebieden: Stikstofneerslag daalt, maar voor veel natuur nog te hoog

NOS Nieuws • Maandag 9 oktober, 11:15

Nieuwe KNMI-scenario's: grote gevolgen in Nederland door veranderend klimaat



Heleen Ekker
redacteur Klimaat en Energie



Nederlandse zomers zullen droger worden en de winters natter, als gevolg van de wereldwijde opwarming door de uitstoot van fossiele brandstoffen. Dat blijkt uit de nieuwste KNMI-klimaatsscenario's. De vorige scenario's dateren uit 2014.

Brede welvaart waarin economische, sociale en ecologische aspecten in balans zijn, met als doel de kwaliteit van leven voor huidige en toekomstige generaties te waarborgen



**THE
FUTURE**

Contextuele barrières

- **Reclame voor niet duurzame opties**
- **Gemak van niet duurzaam gedrag**
 - **Prijs van niet duurzame producten**
 - **Norm van niet duurzaam handelen**

Bouman et al. 2023

Gezonde en duurzame voeding in Noord Nederland

Opzet onderzoek

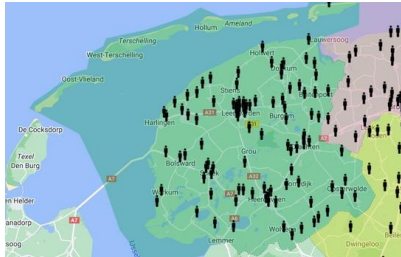
Werkwijze

Allereerst is er een literatuuronderzoek uitgevoerd. Op basis van deze bevindingen is vervolgens een vragenlijst opgezet. Deze is uitgezet onder de Noord Nederlandse bevolking (Friesland, Groningen, Drenthe)

Steekproef



214 (N=603)

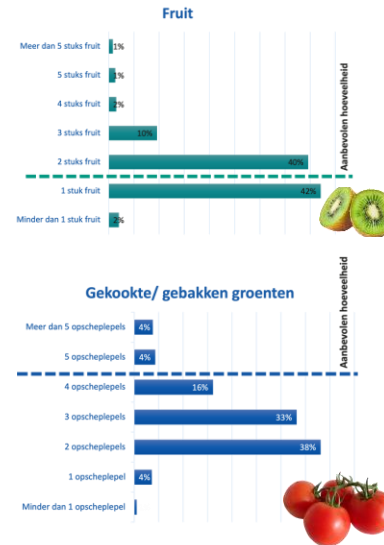


Gezondheid, milieu/klimaat en dierenwelzijn zijn de belangrijkste elementen bij het aankopen van voedsel

Gezonde voeding

Fruit wordt door de meerderheid elke dag gegeten en vaak ook meer dan 2 stuks per dag wat overeenkomt met de aanbevolen dagelijkse hoeveelheid.

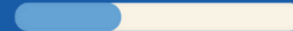
Slechts 8% van de respondenten eet de aanbevolen dagelijkse hoeveelheid **groente**



Biologische voeding



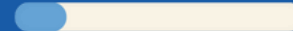
De meeste mensen weten wat biologische voeding is (77%)



45% koopt zelden tot nooit biologische voeding



37% koopt soms biologische voeding



18% koopt vaak tot altijd biologische voeding



Vrouwen kopen vaker biologische voeding dan mannen



**Hoe ontwikkel je effectieve communicatie
interventies?**

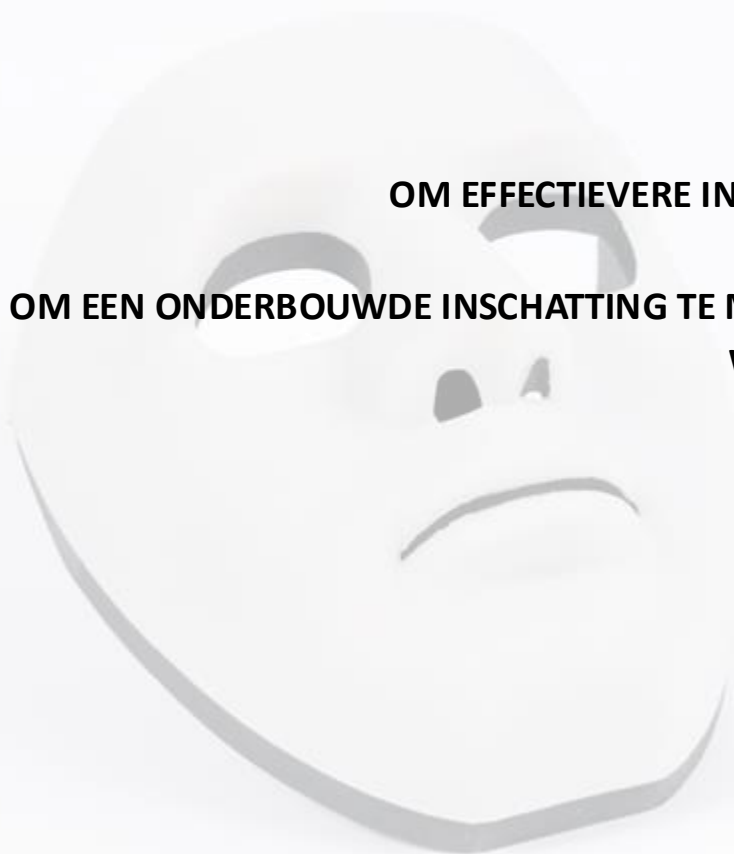


**Begrijp je
doelgroep**

Waarom zouden we gedragsveranderingsmodellen moeten gebruiken bij het ontwikkelen van communicatie-interventies?

OM EFFECTIEVERE INTERVENTIES TE ONTWERPEN

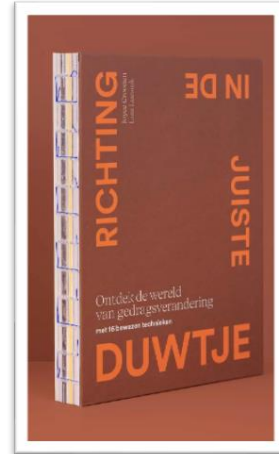
OM EEN ONDERBOUWDE INSCHATTING TE MAKEN VAN WANNEER EN WAAROM INTERVENTIES
WERKEN



Modellen die gedrag verklaren

Model	Type of behaviour
Norm Activation Model	Pro-environmental behaviour
Value-Belief-Norm Theory	Pro-environmental behaviour
Value–Identity–Personal Norm Model	Pro-environmental behaviour
Theory of Planned Behaviour	Generic
Focus Theory of Normative Conduct	Generic
Protection Motivation Theory	Generic
Self-Determination Theory	Generic
Fogg Behaviour Model	Generic
Social Cognitive Theory	Generic

Modellen die gedrag verklaren + gedragsverandering



COM-B/behavioral change wheel

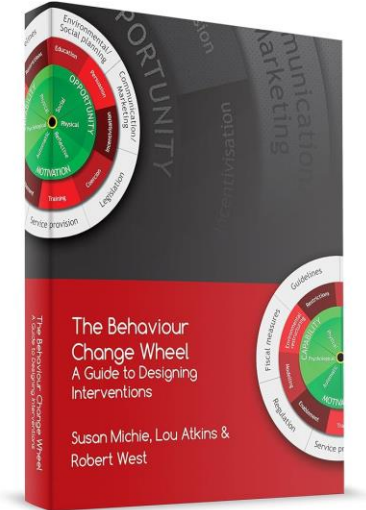
Research | [Open access](#) | Published: 23 April 2011

The behaviour change wheel: A new method for characterising and designing behaviour change interventions

[Susan Michie](#) , [Maartje M van Stralen](#) & [Robert West](#)

[Implementation Science](#) 6, Article number: 42 (2011) | [Cite this article](#)

1.01m Accesses | 1169 Altmetric | [Metrics](#)



Het beste getest

Meest nuttig voor het ontwerpen van interventies

Proces ontwikkeling interventies

Begrijp huidig gedrag

- **Stap 1:** Definieer het probleem in gedragsmatige termen
- **Stap 2:** Selecteer het gewenste gedrag
- **Stap 3:** Specificeer het gewenste gedrag (wat, waar, wanneer, bij wie, hoe, context)
- **Stap 4:** Begrijp wat moet en kan worden veranderd om het gewenste gedrag te bereiken (**COM-B analyse**)

Ontwikkel interventie

- **Stap 5:** Identificeer interventiefuncties
- **Stap 6:** Identificeer beleidscategorieën

Implemen teer

- **Stap 7:** Identificeer gedragsveranderingstechnieken
- **Stap 8:** Identificeer de wijze van implementatie

Stap 1: Definieer het probleem in gedragsmatige termen

Het probleem:

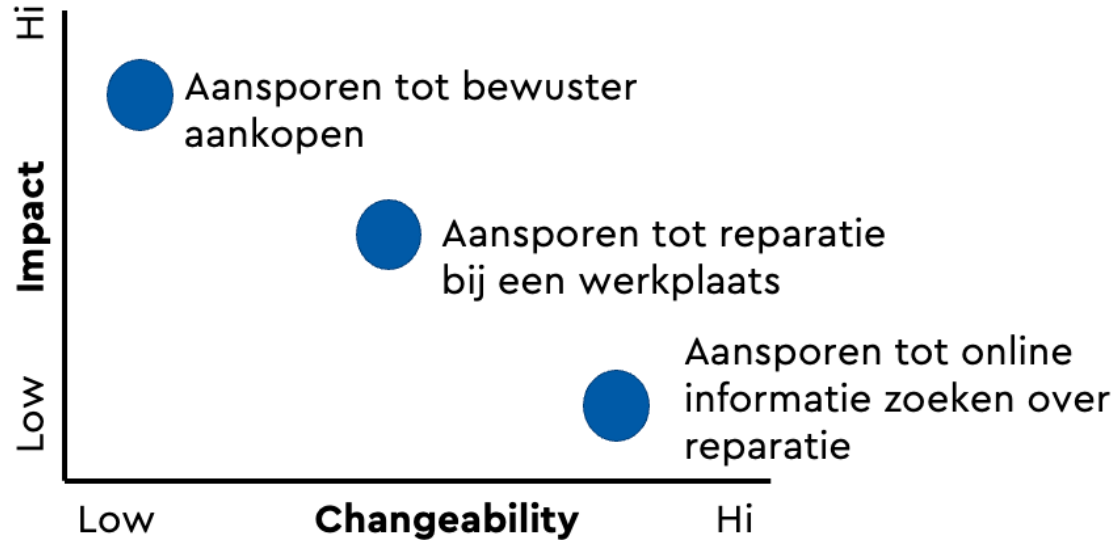
In de afgelopen decennia is de wegwerpcultuur sterk toegenomen. Door economische groei, massaproductie en een dalende prijs van goederen worden producten sneller vervangen dan gerepareerd. Waar vroeger kapotte apparaten, kleding of meubels standaard werden gerepareerd, kiezen consumenten nu vaak voor het kopen van nieuwe producten. Dit gedrag leidt tot een enorme toename van afval, een verspilling van grondstoffen, en een hoge milieu-impact door de productie en logistiek van vervangende producten.

Het probleem in gedragsmatige termen:

Hoe kunnen we de bereidheid van consumenten vergroten om producten te repareren in plaats van te vervangen?

Stap 2: Selecteer het gewenste gedrag

Hoe kunnen we de bereidheid van consumenten vergroten om producten te repareren in plaats van te vervangen?

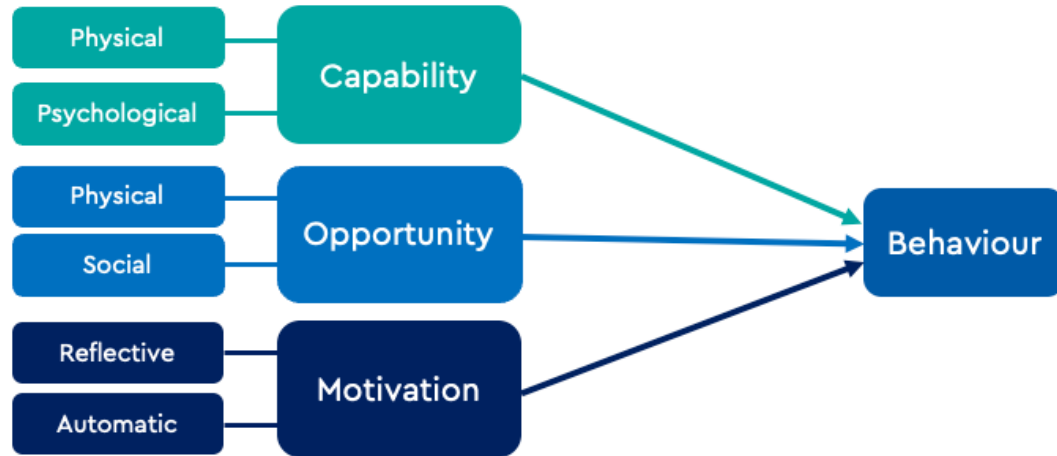


Specificeer het gewenste gedrag

(wat, waar, wanneer, bij wie, hoe, context)



Begrijp wat moet en kan worden veranderd om het gewenste gedrag te bereiken (COM-B Analyse)



CAPACITEIT KENNIS & VAARDIGHEDEN

Barrière: men weet niet hoe kapotte spullen kunnen worden gerepareerd, gerecycled of hergebruikt.

b.v.

Stapsgewijze tutorials over het repareren van veelvoorkomende producten.
Infographics die laten zien welke spullen gerepareerd kunnen worden in plaats van weggegooid.

QR-codes op productverpakkingen met een link naar reparatiehandleidingen.

"Leer hoe je oude kleding upcyclet in 3 simpele stappen! Bekijk onze tutorial."

KANSEN
FYSIEK &
SOCIAAL

Barrière: Men heeft geen gemakkelijke toegang tot recyclingstations, tweedehandswinkels of reparatieservices.

b.v.:

Samenwerken met lokale bedrijven om reparatie- en hergebruikopties te promoten.

Apps ontwikkelen die laten zien waar de dichtstbijzijnde kledingruilevenementen of tweedehandswinkels zijn.

Beleid stimuleren waarbij bedrijven retourprogramma's aanbieden voor oude producten.

"Lever je oude elektronica in bij onze winkels en ontvang korting op je volgende aankoop!"

MOTIVATIE BEWUST & ONBEWUST

Barrière: Men vindt circulair gedrag tijdrovend of niet lonend

Strategie:

De financiële besparing van repareren in plaats van vervangen benadrukken.

Gebruik maken van sociale bewijskracht ("Miljoenen mensen kiezen voor circulair!") om het gedrag te normaliseren.

De emotionele en milieuwinst van circulaire acties laten zien.

"Eén geruild kledingstuk = 2.700 liter water bespaard! Doe mee en maak mode duurzaam."



Stap 7: Identificeer gedragsveranderingstechnieken

TDF Domain	Description	Examples of Associated BCTs
Knowledge	Awareness of the necessary information or facts for the behavior.	- Providing information about health consequences - Instruction on how to perform a behavior
Skills	Ability to perform the required behavior.	- Behavioral practice/rehearsal - Demonstration of the behavior
Memory, Attention, and Decision Processes	Cognitive processes that influence behavior execution.	- Prompts/cues - Action planning
Behavioral Regulation	Strategies for managing and maintaining behavior.	- Self-monitoring of behavior - Feedback on behavior
Environmental Context and Resources	Factors in the physical or social environment that enable or hinder behavior.	- Restructuring the physical environment - Adding objects to the environment
Social Influences	The effect of social support, norms, or pressure on behavior.	- Social support (practical or emotional) - Role modeling
Social/Professional Role and Identity	Beliefs about one's role or identity in relation to the behavior.	- Social comparison - Prompts to reframe beliefs about roles
Beliefs about Capabilities	Confidence or self-efficacy in performing the behavior.	- Goal setting - Verbal persuasion about capability
Beliefs about Consequences	Perceived outcomes or consequences of the behavior.	- Highlighting positive outcomes - Avoidance of negative consequences
Motivation and Goals	Personal importance and commitment to the behavior.	- Goal setting - Self-monitoring of behavior
Emotion	Emotional responses or states that influence behavior.	- Stress management - Emotional regulation
Reinforcement	Rewards or punishments linked to the behavior.	- Positive reinforcement - Incentives



Rijksoverheid

**zet ook de
knop om**



Stap 7: Identificeer gedragsveranderingstechnieken

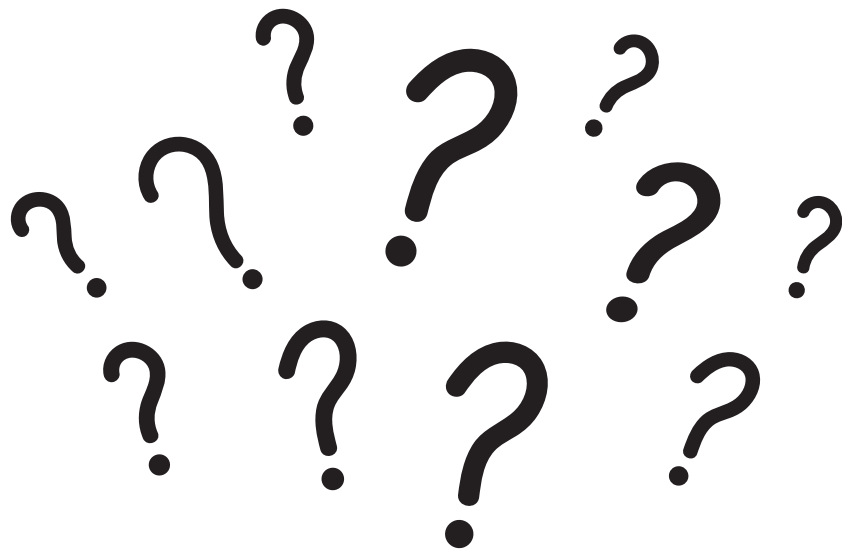
TDF Domain	Description	Examples of Associated BCTs
Knowledge	Awareness of the necessary information or facts for the behavior.	- Providing information about consequences - Instruction on how to perform a behavior
Skills	Ability to perform the required behavior.	- Behavioral practice/rehearsal - Demonstration of the behavior
Memory, Attention, and Decision Processes	Cognitive processes that influence behavior execution.	- Prompts/cues - Action planning
Behavioral Regulation	Strategies for managing and maintaining behavior.	- Self-monitoring of behavior - Feedback on behavior
Environmental Context and Resources	Factors in the physical or social environment that enable or hinder behavior.	- Restructuring the physical environment - Adding objects to the environment
Social Influences	The effect of social support, norms, or pressure on behavior.	- Social support (practical or emotional) - Role modeling
Social/Professional Role and Identity	Beliefs about one's role or identity in relation to the behavior.	- Social comparison - Prompts to reframe beliefs about roles
Beliefs about Capabilities	Confidence or self-efficacy in performing the behavior.	- Goal setting - Verbal persuasion about capability
Beliefs about Consequences	Perceived outcomes or consequences of the behavior.	- Highlighting positive outcomes - Avoidance of negative consequences
Motivation and Goals	Personal importance and commitment to the behavior.	- Goal setting - Self-monitoring of behavior
Emotion	Emotional responses or states that influence behavior.	- Stress management - Emotional regulation
Reinforcement	Rewards or punishments linked to the behavior.	- Positive reinforcement - Incentives

en...mediagebruik, waar zit je doelgroep (en)?





EVER IS BEEN
ONE-SIZE FITS ALL





Tess Schram

Hoe we **samen** duurzaam gedrag de norm maken



Samen voor een moai
en duorsum Fryslân

Friesland, een circulaire samenleving



Nog even voorstellen

- Tess Schram (trotse import Fries)
- Programmanager Circulaire Samenleving bij FMF
- Podcast Tess to Sustainability



Ok... wat nu?



Een andere kijk op "normaal"

Waarom doen we wat we doen?

- De meeste keuzes maken we **onbewust**
- We volgen gewoontes, sociale normen en wat anderen doen
- "Normaal" is aangeleerd... en kan dus veranderen!

👁️ **Wat als we anders naar 'normaal' gaan kijken?**



Verlagen van drempels



- Maak het **Makkelijk**
- Maak het **Sociaal**
- Maak het **Interessant**
- Maak het **Zichtbaar**

We hoeven mensen niet te overtuigen we moeten het **makkelijker** maken

Wat heeft Friesland nodig om circulair gedrag normaal te maken?

- ◆ Lokale structuren die circulair leven ondersteunen
Bv. gedeelde gereedschapsschuren, repair cafés, uitleensystemen
- ◆ Sterke netwerken tussen burgers en overheid
- ◆ Voorbeelden die werken en die we opschalen!



Hoe komen we in beweging?

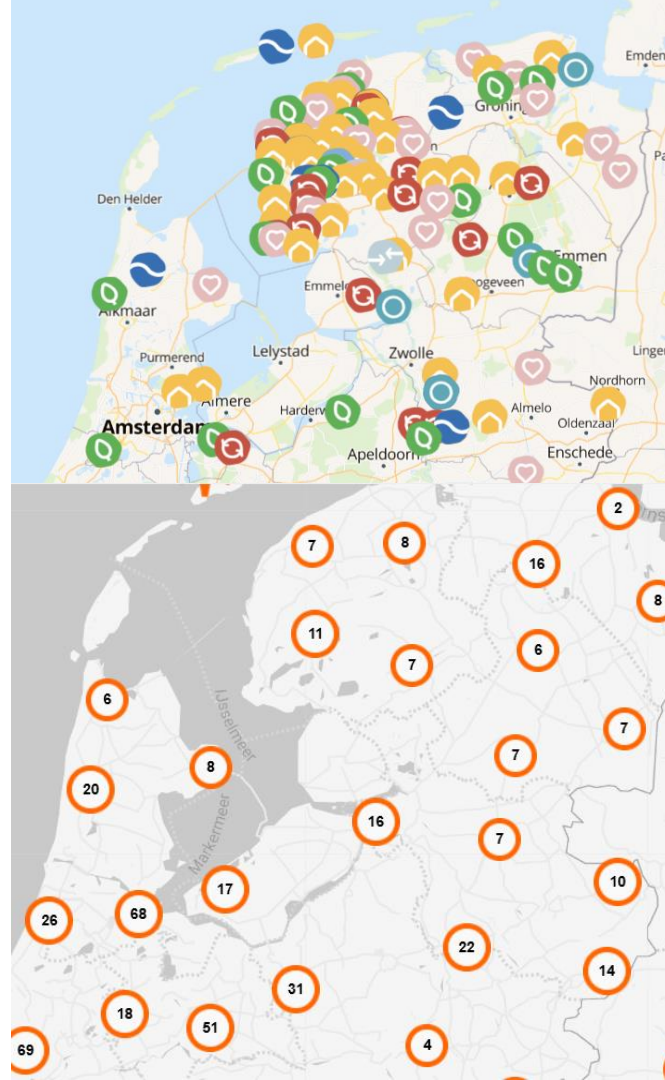
Is het de verantwoordelijkheid van...

- Overheid?
- Bedrijven en organisaties?
- Inwoners?
- Trump?



Power to the people!

- *Show don't tell*
- Focus op de energie
(early adapters/innovators/frontrunners)
- Inspireer, verbind, en ondersteun
- En raad eens?..



Voorbeeld

Repareren als nieuwe norm

💡 **De uitdaging:** Waarom repareren we nog niet meer?

- ◆ Mensen weten niet waar ze kunnen repareren
- ◆ Beperkte openingstijden maken het lastig
- ◆ Repareren voelt soms moeilijker dan nieuw kopen



HEEL FRYSLÂN REPAREERT

Wat we willen bereiken

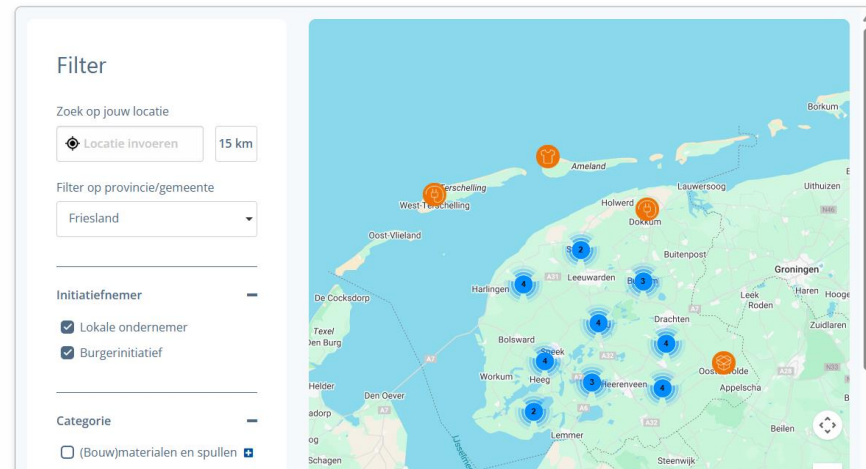
- 🔑 Een dekkend netwerk van reparatie-initiatieven in heel Fryslân
- 📍 Meer zichtbaarheid en toegankelijkheid voor reparatieplekken
- 💡 Sterkere samenwerking tussen gemeenten, organisaties en inwoners
- 🏛️ Beleid en ondersteuning om repareren de norm te maken

Ben jij een gemeente, school, bedrijf, organisatie of repair café? Sluit je aan en draag bij aan de groei van het reparatienetwerk in Fryslân.



Waar kan je nu al terecht?

Op deze kaart vind je de eerste initiatieven die meedoen. Dit netwerk breiden we de komende tijd verder uit!



Tot slot

Wat kan jij doen?

Werk je bij een gemeente?

- ✓ Sluit aan bij onze projecten en ondersteun lokale initiatieven
- ✓ Help drempels wegnemen voor inwoners die willen repareren, delen en hergebruiken

Ben je een inwoner?

- ✓ Sluit aan bij een bestaand initiatief in jouw buurt
- ✓ Start iets op – FMF helpt je op weg!
- ✓ Word ambassadeur en maak circulair leven zichtbaar (deel verhalen, organiseer een event, inspireer anderen)



Wat wordt jouw volgende stap richting een circulair Fryslân?

Tess Schram
t.schram@fmf.nl
06 86836929