

Goed milieugedrag

**verdient
een beloning**



Colofon

Deze brochure is tot stand gekomen in het kader van het project 'Goed milieugedrag verdient een beloning'. Dit project is door SME MilieuAdviseurs uitgevoerd met een projectsubsidie van het Ministerie van VROM.

Tekst: Mirjam Kam-van der Horst (SME MilieuAdviseurs)
en Marijke van Ooijen R & C
Vormgeving: Diet Rademaker
Illustraties: Albo Helm
Drukwerk: Drukkerij Pascal

ISBN 9066.19406

© SME MilieuAdviseurs
Postbus 13030
3507 LA Utrecht
Telefoon (030) 2802444

Inhoudsopgave

1. Inleiding	4
2. Doorbreken van gedrag	6
3. Beloning of straf	9
• Effecten van beloning of straf	
4. Effectiviteit van beloning	11
• De soort beloning	
• Het tijdstip van de beloning	
• De mate van de beloning	
• De methode van beloning	
• De zichtbaarheid van de beloning	
• De verstrekker van de beloning	
• De geloofwaardigheid van de verstrekker	
• Individueel of collectief belonen	
5. Gepaste beloning	15
• De rol van de gemeente	
• Motieven en hun beloningen	
6. Conclusie	25
Bijlagen	26
• Lokale Agenda 21	
• Wijken voor Milieu	
• Lijst met geïnterviewden	
Literatuurlijst	31

1. Inleiding

In veel steden zijn bewonersgroepen actief bezig met milieu. Ze zetten zich in voor groen in de wijk, voor goede fietspaden, voor scheiding van afval en voor een schone buurt. Vaak speelt de lokale overheid een rol bij de oprichting en instandhouding van deze groepen. Zij treedt in een aantal gevallen op als initiator, bijvoorbeeld bij afvalscheiding, of als partner, bij afspraken met bewoners over het schoonhouden van de straat of het onderhoud van het groen.

Helaas blijkt het animo van onder begeleiding gestarte burgergroepen voor concrete (milieu)problematiek na verloop van tijd af te nemen. Veel wijkinitiatieven sterven zo een zachte dood. Waarom dit gebeurt is niet duidelijk; er is weinig bekend over de voorwaarden waaraan een project dient te voldoen om het enthousiasme van de burgergroep vast te houden.

In het licht van de terugtrekkende overheid is het juist van belang dat participatie door burgers continueert. Het lijkt daarom zinvol om na te gaan waarom het animo na verloop van tijd afneemt en om te kijken of er ook manieren zijn om juist dergelijke groepen blijvend te enthousiasmeren. Een van de mogelijke manieren zou het belonen van goed milieugedrag kunnen zijn.

Voor deze brochure is gebruik gemaakt van de kennis en ervaring die is opgedaan in twee projecten waarbij getracht is de dialoog aan te gaan met burgers c.q. burgergroepen. In de eerste plaats is dat het project Wijken voor Milieu en in de tweede plaats Lokale Agenda 21. (Voor meer informatie over deze projecten zie de bijlage achterin deze brochure).

Welke motieven heeft de overheid?

De overheid is, naast beleidsvormend en uitvoerend, ook een sturend orgaan. De overheid stuurt om de door haar gewenste beleidsdoeleinden te bereiken. Met betrekking tot de doelgroep burgers tracht de overheid het gedrag van burgers te sturen in de richting van het door haar voorgenomen beleid.

De overheid voert een beleid dat erop gericht is het milieu te ontzien. Daarom is het van belang dat burgers milieuvriendelijk gedrag (gaan) vertonen. Het probleem van de overheid met betrekking tot het sturen van burgergroepen, is de omvang en heterogeniteit van de doelgroep. Dit maakt burgers moeilijk (be)stuurbaar.

Burgers hebben de neiging het bestaande gedrag als aanvaardbaar te beschouwen en zijn niet geneigd 'spontaan' te veranderen.

De overheid heeft een aantal sturingsinstrumenten tot haar beschikking om het gedrag van doelgroepen te beïnvloeden of te veranderen. Er is echter niet één ideaal sturingsinstrument voor één bepaalde gedragsverandering van één bepaalde doelgroep. Voor het goed kunnen kiezen uit de verschillende instrumenten is het van belang de doelgroep en haar gedragsmotieven goed te kennen.

2. Doorbreken van gedrag

Mensen veranderen hun gedrag als ze denken dat dit voor hen zinvol is. Ze maken een afweging tussen de voor- en nadelen van de uitvoering van hun huidig gedrag. Ze maken dus een afweging tussen motieven. Blijven de voor- en nadelen van het vertoonde (beleidsmatig) ongewenste gedrag in de beleving van de persoon gelijk, dan is de kans op gedragsverandering gering. En als deze persoon niet op de hoogte is met mogelijke alternatieven van zijn gedrag, dan geldt dit evenzeer.

plus

Elke keer dat een bewonersactiviteit lukt, moet dat uitvergroot worden als bewonerssucces. Bewoners moeten dat ook normaal gaan vinden, ook al is het dat niet. Mensen er omheen die van het succes willen profiteren, moet je buitenspel zetten.

Als men het gedrag van mensen (blijvend) wil veranderen, moet men eerst weten waarom mensen doen wat ze doen; vanuit welk referentiekader en vanuit welke motieven handelen ze en welke afwegingen maken ze hierbij. Op basis daarvan kan men dan een keuze voor een bepaald sturingsinstrument maken om gedrag te veranderen.

In eerste instantie moet men dus de doelgroep leren kennen. Zo kan men wel voorlichting geven over milieugevolgen van bepaald gedrag, maar als mensen dat helemaal niet interesseert of als men zichzelf hierin niet herkent, heeft de voorlichting absoluut geen zin. In tweede instantie moeten ook de voorwaarden voor milieuvriendelijk gedrag aanwezig zijn. Als mensen al wel een heel hoog milieubesef hebben, maar geen mogelijkheid hebben om anders te handelen of wanneer het milieuvriendelijk handelen teveel moeite kost (door bijvoorbeeld een glasbak op te grote afstand van een woonwijk te plaatsen), schiet men ook het doel voorbij.

Niet één instrument

Voor sommige gedragingen is één bepaald sturingsinstrument voldoende, omdat er maar weinig voor nodig is om mensen over de streep te halen om dat bepaalde (milieuvriendelijke) gedrag te vertonen. Men staat al sympathiek tegenover de handeling, maar moet nog een klein zetje

krijgen. Een goed voorbeeld hiervan is het hergebruik van oud papier. Als men oud papier aan huis ophaalt, blijken mensen bereid het een tijd in huis te bewaren. Voor ander gedrag moeten meerdere instrumenten ingezet worden om veranderingen teweeg te brengen. En dat komt omdat bij dat soort gedragingen het gedrag wordt beïnvloedt door heel veel factoren. Denk bijvoorbeeld aan het verminderen van het autogebruik. Mensen gebruiken de auto vanuit veel verschillende motieven. Wil men het gebruik van de auto afremmen, dan zullen ook meerdere instrumenten gehanteerd moeten worden. Denk aan rekeningrijden, verbetering openbaar vervoer enz.

De meeste gedragingen komen voort vanuit meerdere motieven; het is makkelijk, men is het gewend, iedereen in de omgeving doet hetzelfde, het is goedkoop enzovoort. Gezien de grote verscheidenheid aan motieven voor gedrag lijkt het verstandig eerst goed te kijken naar de situatie en de daarbij behorende mogelijke motieven. Op basis van die bevindingen kan men kiezen voor een bepaald sturingsinstrument; juridische, financieel-economische en sociale 'sturingsinstrumenten' of een mix van deze sturingsinstrumenten.

Er zijn dus, in tegenstelling tot wat wetenschappers vaak denken, meerdere opties. Zo gaan economen ervan uit dat als iets duurder gemaakt wordt, mensen het niet meer kopen, maar dat blijkt niet altijd zo te werken. En gaan planologen ervan uit dat als de ruimte op een bepaalde manier ingericht wordt, de mensen deze ruimte op precies die manier gaan gebruiken zoals zij dat in hun hoofd hadden. En technologen denken dat als zij technologische innovaties introduceren, mensen die gebruiken zoals zij zich dat hadden voorgesteld; en ook dat is heel vaak niet waar. Zo laten mensen spaarlampen vaker branden omdat ze zo energiezuinig zijn en douchen ze langer onder een water besparende douchekop omdat ze minder water verbruiken. Hier heeft het milieuvriendelijke aspect juist een averechts effect op het gebruik.

Volgens Bressers (1988) zijn beslissingen van personen op

valkuil

Rond de aivalcocons
wil men een netwerk
van bewoners opzet-
ten met de moge-
lijkheid meldingen
te doen bij de
milieubuurmeester,
zodat de gemeente
snel problemen kan
oplossen. De bewo-
ners ervaren deze
mogelijkheid om
meldingen te doen
als het 'verraden
van buurtbewoners'.
Door goede voor-
lichting wordt dit
in een ander licht
geplaatst.

vijf manieren te beïnvloeden zijn, namelijk:

1. gewenst gedrag mogelijk maken (voorzieningen);
2. ongewenst gedrag onmogelijk of onaantrekkelijk maken (straf);
3. het gewenste gedrag aantrekkelijk maken (beloning);
4. het veranderen van de mate van gewicht die door de handelende persoon aan de voor- en nadelen van het gewenste gedrag worden toegekend;
5. het geven van nieuwe informatie over het bestaan en de voor- en nadelen van alternatief gedrag.



3. Beloning of straf?

Het is alom bekend dat mensen eerder geneigd zijn iets te doen als daar een beloning tegenover staat. Ook zullen mensen bepaald gedrag vaker vertonen als daar een beloning voor gegeven wordt. Let wel, het gaat hier nog niet over de soort beloning, deze kan zowel materieel als immaterieel zijn. Hoe aantrekkelijker een bepaalde beloning wordt gevonden door de ontvanger, hoe beter deze werkt als middel om zijn gedrag te veranderen.

Overigens blijkt uit alle onderzoeken dat voor het aanleren van gedrag, dus ook milieuvriendelijk(er) gedrag, beloning de voorkeur verdient boven straf. Voorwaarde hierbij is wel dat degene die dat gedrag moet gaan vertonen van tevoren weet welk gedrag hem de beloning zal opleveren.

Effecten van beloning en straf

Mensen houden vaak vast aan het gedrag dat men zich eigen heeft gemaakt. Beloning, mits op de goede manier gepresenteerd, kan een heroverweging van zich eigengemaakt gedrag op gang brengen. Als men eenmaal heeft kunnen kennismaken met het nieuwe gedrag, is men in staat op grond van de nieuwe ervaring die men opdoet zelf argumenten te ontdekken die het gedrag ondersteunen. Met andere woorden: men kan zich het nieuwe gedrag eigen maken en het opnieuw zien als gedrag voortkomend uit de eigen afweging van motieven.

Daarnaast kan beloning ook worden ingezet om gewenst gedrag te behouden. Overigens kunnen ingrepen in de ruimtelijke of fysieke omgeving ook vormen van belonen en straffen zijn: Met het aanleggen van goede fietspaden, wordt het fietsen beloond, en met het afsluiten van een gebied voor het autoverkeer wordt het autogebruik afgestraft.

Ook kunnen financieel-economische maatregelen of juridi-

plus

Geef een bloemetje
aan bewoners die de
milieutip van de
wijk geven.

plus

Het werkt erg
stimulerend om een
prijs uit te
schrijven, bijvoor-
beeld: schoonste
wijk van...

sche maatregelen worden ingezet als straf- en beloon-
mechanisme; zo kan het gewenste gedrag worden beloond
met kortingen, bonussen en subsidies en het ongewenste
gedrag worden bestraft met bijvoorbeeld heffingen of boe-
tes, zoals bijvoorbeeld voor het te vroeg buiten zetten van
het vuilnis.

Als het mensen ook vrij staat de beloning te weigeren, dan
tast belonen de vrijwilligheid van het gedrag niet aan. Men
krijgt een voordeeltje aangeboden en is vrij om daar
gebruik van te maken of niet. Daarmee wordt de keuzevrij-
heid niet aangetast. Met straffen wordt de keuzevrijheid
wel aangetast, want dan wordt mensen iets ontnomen.
Door de straf kunnen bepaalde dingen misschien niet
meer, of zijn ze minder aantrekkelijk geworden.



4. Effectiviteit van beloning

Schmidt (1989) presenteert een aantal factoren dat de effectiviteit van een beloning bepaalt. Deze zijn achtereenvolgens: de soort beloning, het tijdstip van beloning, de mate van beloning, de methode van beloning, de zichtbaarheid van beloning, de verstrekker van beloning, de geloofwaardigheid van de verstrekker.

Tenslotte wordt in dit hoofdstuk ingegaan op de vraag van individueel of collectief belonen.

1. de soort beloning

Hoe effectief een bepaalde beloning is, hangt af van het individu: de beloning moet inspelen op het behoeftepatroon van dat individu.

Milieu als zodanig is geen motief. Milieu maakt onderdeel uit van de motieven veiligheid en leefbaarheid. In de volgende paragraaf wordt hier uitgebreid op ingegaan.

2. het tijdstip van de beloning

Het verdient de voorkeur de beloning onmiddellijk te laten volgen op (de genomen beslissing tot) het vertonen van het gedrag. Voor de ontvanger van de beloning is het dan immers duidelijk dat juist dit gedrag tot de gewenste beloning leidt.

Beloningen die onmiddellijk gegeven worden en beloningen op langere termijn worden verondersteld beter te werken dan het in het vooruitzicht stellen van negatieve gevolgen (bijvoorbeeld straffen) van het huidige (ongewenste) gedrag.

Het blijkt dat onmiddellijk belonen in de aanleerfase noodzakelijk is. Wil het geleerde gedrag behouden blijven, dan is een overgang naar intervalbeloning de aangewezen weg. Uiteindelijk moet de uitvoerder van het gedrag, het gedrag op zichzelf belonend gaan vinden. Bij nieuw te leren gedrag verdient een onmiddellijke beloning dus de voor-

plus

Neem mensen mee
op excursie naar
andere wijken, dan
zien ze dat de
problemen daar
vaak nog veel
groter zijn.
Het stimuleert ook
enorm om te
behouden wat men al
heeft bereikt.

keur. Bij gedrag dat al bekend is c.q. beheerst wordt, kan het gedrag middels de intervalbeloning of met uitgestelde beloningen gewaardeerd worden.

3. de mate van beloning

In het algemeen geldt dat hoe groter de beloning is, hoe groter de reactie erop. Een al te sterke beloning kan echter een averechts effect hebben.

Het geven van grote beloningen heeft in het algemeen tot gevolg dat er een forse toename is in het vertonen van het gewenste gedrag. Het gevaar hierbij is dat het gedrag verdwijnt als de beloning verdwijnt. Immers, het gewenste gedrag is direct gerelateerd aan de beloning.

Kleine beloningen kunnen ook leiden tot (een relatief grote) verandering in gedrag. Een bijkomend voordeel is dat de (kleine) beloning de verandering in gedrag niet



geheel kan rechtvaardigen. Er zullen met andere woorden andere (eigen) motieven moeten zijn om te kunnen verklaren waarom men ondanks de kleine beloning toch het gedrag vertoont. Het geven van kleine beloningen zet mensen aan tot het ontwikkelen van een intrinsieke motivatie tot het vertonen van het gewenste gedrag.

4. de methode van beloning

Beloning kan op verschillende manieren gebeuren, bijvoorbeeld elke keer nadat het gewenste gedrag is vertoond (continu) of nadat het gedrag een paar keer of gedurende een bepaalde tijd is opgetreden (onderbroken). Let wel; de laatste vorm kan een even sterk effect opleveren als de continue beloning en leidt tot een langere continuering van het gewenste gedrag, zelfs nadat de beloning of straf niet meer worden toegepast. Het is daarom effectiever en goedkoper om voor de laatste vorm te kiezen.

5. de zichtbaarheid van de beloning

Het effect van beloning is er in sterke mate afhankelijk van in hoeverre het te beïnvloeden individu op de hoogte is van de koppeling van de beloning aan bepaald vertoond gedrag. Wanneer de beloning of straf onzichtbaar is, of niet gekoppeld wordt aan het vertoonde gedrag, zal het effect van beloning of straf niet optreden.

6. de verstrekker van de beloning

Het effect is tevens afhankelijk van het feit van wie de beloning afkomstig is. Het maakt uit of je waardering van de opbouwwerker krijgt of van de wethouder. Van een opbouwwerker wordt het verwacht, bewoners weten dat dat een van zijn taken is. Daarom wordt de beloning van een wethouder hoger gewaardeerd.

min

De gemeente schrijft een prijsvraag Sociale Vernieuwing uit voor het project met de beste samenwerking tussen bewoners en ambtenaren. Ook de werkgroep Milieu wordt voor de prijsvraag ingeschreven. Helaas worden de bewoners niet uitgenodigd als de onderzoekscommissie langs komt. Blijkbaar wordt de werkgroep toch niet als een serieuze kandidaat gezien. De bewoners ervaren dit als zeer pijnlijk.

Als de ideeën van burgers niet serieus genomen worden, of als hun ideeën aangepakt worden, wordt de wisselwerking tussen vertrouwen geven en verantwoordelijkheid nemen, aangebroken.

7. de geloofwaardigheid van de verstrekker

Het is in dit verband belangrijk dat de verstrekker zelf op milieugebied het goede voorbeeld geeft, anders verliest de beloning een deel van zijn waarde.

Een belangrijk hulpmiddel bij het verhogen van het effect van een beloningsstrategie wordt gevormd door voorlichting en educatie, omdat het duidelijk (concreet) moet zijn hoe het gewenste gedrag eruit ziet. Voorlichting geeft richting aan het gedrag; het toont de juiste route.

Collectief of individueel belonen

Tenslotte is een niet onbelangrijke vraag of er nu individueel dan wel collectief beloond moet worden. De eerste vorm heeft het voordeel dat mensen in het verkrijgen van de beloning niet afhankelijk zijn van het gedrag van anderen. De relatie tussen beloning en gedrag is duidelijk. De tweede vorm heeft het voordeel dat er gebruik gemaakt kan worden van groepsdruk (dit is het beïjveren van de uitvoering van het gewenste gedrag door de groepsleden onderling). Een voorwaarde voor een collectieve beloning is dat de groep als groep herkenbaar moet zijn en dat er tussen de groepsleden geregeld contact moet zijn.

Een combinatie van individueel en collectief belonen lijkt

5. Gepaste beloning

Wil beloning effect hebben dan moet deze aansluiten bij de behoefte die mensen hebben en zich richten op dingen die mensen belangrijk vinden. Als dat niet gebeurt, dan wordt de beloning waarschijnlijk niet eens waargenomen of dan speelt deze geen rol in de afweging, en verandert het afwegingspatroon daarmee ook niet. De beloning moet er immers voor zorgen dat mensen de kosten en baten van hun gedrag op een andere manier gaan afwegen.

Als de overheid bewoners die deelnemen in een burgerclub met als onderwerp leefbaarheid/milieu middels een beloning wil stimuleren om door te gaan met hun milieuvriendelijke activiteiten, dan is het allereerst van belang te weten wat deze mensen als gepaste beloning voor hun activiteiten zouden ervaren. Het blijkt dat voor alle onderzochte burgergroepen geldt dat de manier waarop het contact met de gemeente verloopt, immers de belangrijkste onderhandelings- en samenwerkingspartner van de groep, van wezenlijk belang is voor het al dan niet goed functioneren van deze groep.

Rol van de gemeente

Het moet duidelijk zijn, zowel binnen de gemeente als naar buiten toe, dat de gemeente waarde hecht aan bewonersinitiatieven en dat zij het zinvol vindt om samen met bewoners wijkproblemen aan te pakken. Deze waardering voor burgerinitiatieven moet niet alleen met de mond of op papier beleden worden, maar moet zich vertalen in tastbare feiten. Alleen op die manier weten burgers dat de gemeente hen en datgene waar ze mee komen serieus neemt en kunnen er ook daadwerkelijk resultaten worden geboekt. De volgende voorwaarden bepalen in hoge mate het succes en de levensduur van deze groepen. Zij zijn exemplarisch voor de mate van betrokkenheid van de gemeente en de erkenning en waardering die de gemeente aan de bewonersgroep geeft.

uitspraak

Echte 'bottum-up'
is er pas als de
gemeente bereid is
iets ar te schie-
ten. Dan pas word
je als bewoners-
groep serieus geno-
men. Dan handel je
pas op gelijkwaar-
dig niveau. En dan
is er pas inbedding
in het beleid.

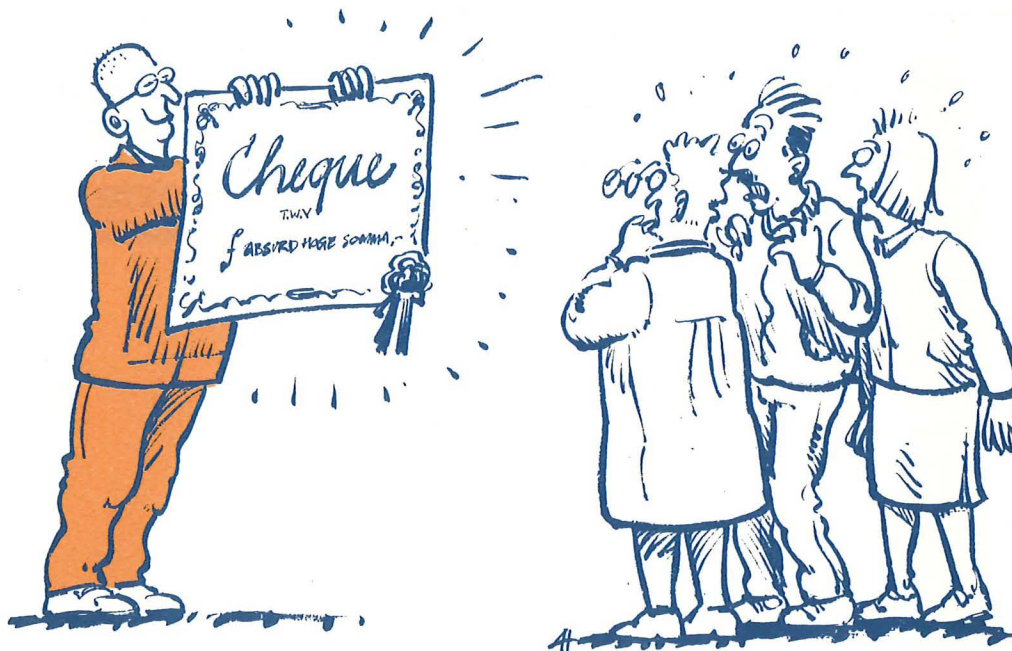
(Joop Holman,
opbouwwerker in
Zwolle)

speciale contactambtenaar aanstellen

Door een speciale contactambtenaar aan te stellen, die voldoende uren krijgt toegewezen voor overleg met de groep, ontstaat een korte lijn tussen burgers en gemeente. Deze ambtenaren moeten ook een soort bevoegdheid hebben en in staat zijn om de zaken op de agenda te houden. Bovendien moet er continuïteit zijn in de begeleiding vanuit de gemeente en moet de betrokken ambtenaar ook in staat zijn andere diensten aan te sturen.

snel vragen beantwoorden en zo mogelijk problemen oplossen

Burgers waarderen het enorm als deze speciale contactambtenaar snel antwoord geeft op vragen uit de buurt en probeert kleine problemen zo spoedig mogelijk op te lossen. Dit geeft vertrouwen en maakt ook weer duidelijk dat de gemeente de problemen en vragen van de burgers serieus neemt.



eigen budget voor speciale (milieu)activiteiten

Als de groep een eigen budget wordt toegekend waarmee ze redelijk autonoom bepaalde uitgaven kunnen bekostigen, kunnen dingen weer sneller worden afgehandeld. Het feit dat de gemeente een eigen budget ter beschikking stelt, laat zien dat de gemeente de groep serieus neemt en de groep verantwoordelijkheid durft te geven.

gelijkwaardig overleg voeren

In het overleg met de gemeente moet sprake zijn van gelijkwaardigheid. Men waardeert het als er serieus geluisterd wordt naar de inbreng van de burgers en als er ideeën worden overgenomen. Daarnaast vindt men dat in een gelijkwaardig overleg de gemeente ook moet durven beargumenteren als ze niets voor een bepaald idee voelt. De gelijkwaardigheid ontstaat dan doordat beide partners in het overleg elkaar kunnen proberen te overtuigen. Overigens is het wel bevorderlijk als de gemeente er rekening mee houdt dat buurtbewoners niet dagelijks onderhandelen.

Als er te veel afstand is tussen de bewoners en de ambtenaren, als ambtenaren te veel top-down denken, leidt dat tot veel irritaties en wordt de samenwerking moeizaam.

feedback geven

Het is belangrijk dat de gemeente steeds weer feedback geeft, over behaalde (deel)resultaten, of als antwoord op vragen enz. Dit maakt dat de bewoners het idee hebben dat het iets uitmaakt wat ze doen en tevens merken ze dat de gemeente hen serieus neemt als gesprekspartner.

wijkmilieupunt/speerpunt in de wijk zelf

Dit is voor bewoners makkelijk te bereiken en verplaatst het contact met de gemeente naar het hart van de wijk.

communiceren van successen in de regionale media

Door als gemeente steeds de (deel)successen via de regionale media naar buiten te brengen, voelen bewoners zich gestimuleerd en merken ze dat hun activiteiten effect heb-

min

Bij het toekennen
van een milieuprijs
aan een bewoners-
groep worden
slechts twee mensen
met naam en toenaam
genoemd en de rest
niet. Dit zet kwaad
bloed en is iunest
voor de sieer in de
groep.

plus

De gemeente stelt
bij een opschoondag
duizend bloembollen
gratis ter beschik-
king aan de bewo-
ners. Dat stimu-
leert de wijkbewo-
ners.

ben. Het is daarbij wel van belang dat in de pers de actieve rol van de bewoners en de samenwerking met de gemeente benadrukt worden.

Motieven en hun beloningen

Mensen worden vanuit verschillende motieven in een wijk-milieugroep actief. Het is daarom van belang te kijken welke beloning bij welk motief het beste aansluit.

Motieven voor deelname aan een burgerclub met o.a. milieu als onderwerp zijn:

1. leefbaarheid in de wijk verbeteren
2. sociale betrokkenheid bij de wijk
3. zoeken naar erkenning
4. plezier
5. zinvolle tijdsbesteding (vrijwilligerswerk),
actief willen zijn
6. sociale contacten
7. netwerken, contacten buiten vriendenkring opdoen
8. leren van de omgeving, kennisvergroting,
organisatie-ervaring
9. een soort bevlogenheid, bewust omgaan met milieu
10. statusvergroting
11. geld

1. leefbaarheid in de wijk verbeteren
2. sociale betrokkenheid bij de wijk

Milieu is in de wijken meestal gekoppeld aan leefbaarheid. Mensen voelen zich betrokken bij de kwaliteit van hun leefomgeving en uiten dat in hun gedrag. Op zich is het wel zo dat die leefbaarheid onder meer een resultante is van verschillende milieurelevante gedragingen, maar in de praktijk blijkt vaak dat het niet goed vast te stellen is welke deze zijn.

Wat een milieuprobleem voor wijkbewoners belangrijk maakt, kan van een aantal gecombineerde factoren afhangen, bijvoorbeeld of het probleem leeft onder de mensen en of men er zelf hinder van ondervindt. Zo zijn mensen wel te motiveren om groen aan te leggen en te onderhouden in de wijk, maar voor het terugdringen van de toename van het broeikaseffect is dat twijfelachtiger, dat leeft niet in de wijk.

Met andere woorden: De grootste prikkel voor mensen om actief te worden op milieugebied in de wijken is een heel direct belang dicht bij huis. Het moet zichtbaar zijn.

Beloning: resultaat

Mensen worden actief omdat ze een milieu/leefbaarheidsprobleem in de wijk aan willen pakken. De eerste beloning die hen dan ook stimuleert om door te gaan met hun activiteiten is resultaat, dat wil zeggen dat het probleem ophoudt te bestaan, dan wel minder erg wordt. Als aan deze eerste voorwaarde niet wordt voldaan en als op geen enkele manier iets van resultaat geboekt wordt, hebben andere beloningen geen zin. Mensen moeten het gevoel krijgen dat het iets uitmaakt wat ze doen, dat het iets oplevert. Als die indruk wegblijft, dan eindigt ook de inspanning. Concrete materiële beloningen spelen maar een hele kleine rol. Het is dan ook heel belangrijk steeds de resultaten duidelijk te laten zien, ook al zijn het nog maar deelresultaten. Hier speelt ook de wijkkrant een belangrijke rol.

plus

De opbouwwerker en
de gemeente geven
het goede voorbeeld
en komen bijvoorbeeld
minder vaak
met de auto naar
het werk.

3. zoeken naar erkenning

Beloning: serieus genomen worden en gewaardeerd worden

Mensen worden beloond als ze merken dat ze serieus genomen worden en gewaardeerd worden. Deze waardering moet met name vanuit de gemeente komen. Dat is immers de partner waarmee samengewerkt moet worden om de gestelde doelen te bereiken.

Ook waardering uit de buurt wordt gevoeld als beloning voor de inspanning: een kopje koffie als je bezig bent met een actie uit de wijk, gegroet worden door mensen uit de buurt.

4. plezier

5. zinvolle tijdsbesteding (vrijwilligerswerk), actief willen zijn

6. sociale contacten

Wil men plezier houden in het werk en de mensen met wie men werkt, dan is de samenstelling van de groep van groot belang. En ook voor het boeken van resultaten is het zinvol met een aantal zaken bij de samenstelling rekening te houden. Mensen die hun tijd zinvol willen besteden, houden het immers niet lang vol in pure praatgroepjes, net zoals mensen die plezier willen hebben niet gebaat zijn bij een puur zakelijke vergadercultuur. Hier kan het opbouwwerk ook invloed op uitoefenen.

Beloning: plezier in het werken en vergaderen

Hierbij is de samenstelling van de groep van groot belang.

Afspiegeling van de wijk

De groep moet zoveel mogelijk een afspiegeling van de wijk zijn, zodat de mening van zoveel mogelijk bewoners vertegenwoordigd wordt. Er moeten dus geen mensen in zitten die alleen maar hun eigen hobby beoefenen. Een divers samengestelde groep is dan ook belangrijk, evenals terugkoppeling via een netwerk van bewoners; zij moeten achter de groep staan. Het is ook belangrijk dat er een

goed evenwicht is tussen doeners en praters, oud en jong en mannen en vrouwen.

De drijvende kracht van een professional is noodzakelijk

Coördinatie vanuit bewoners is essentieel voor het initiëren van projecten. Dat betekent dat de gemeentebtenaar tijd (voldoende taakuren) moet hebben om de groep te coördineren. Vaak zijn de ideeën er wel, en zijn de projecten uitgeschreven, maar is er iemand nodig die het geheel coördineert, de bewoners stimuleert en het project trekt.

Mensen moeten zelf problemen en oplossingen definiëren

Bewoners moeten heel nauw bij het proces van probleemdefinitie naar probleemoplossing betrokken zijn. De groep zelf definieert het probleem en komt ook zelf met oplossingen. Alleen op die manier doorlopen mensen het hele proces en worden de oplossingen ook door de hele groep gedragen.

plus

De gemeente geeft
geen aardigheidjes,
maar vergoed wel de
administratieve
kosten en de huur
van de vergader-
ruimte.



Mensen moeten perspectief hebben op oplossingen

Oplossingen die bewoners zelf bedenken, relateren zij ook met het probleem wat zij zien. Zo kunnen bewoners beginnen met zich inzetten voor het groen in de straat en vervolgens stapje voor stapje tegen nieuwe dingen aanlopen en zo hun actiegebied verbreden. Op die manier komen ze dan bij steeds grotere items uit. Van leefbaarheid naar duurzaamheid.

Geen afhankelijkheidspositie

Het is heel belangrijk dat de groep een eigen budget heeft. Men weet dat als men dat budget inzet er ook resultaat komt. Er is dus geen afhankelijkheidspositie. Dat is ook perspectief. Een ander voordeel van een eigen budget is dat voor kleine acties onmiddellijk geld beschikbaar is. Dat zorgt voor veerkracht. Op die manier worden goede ideeën direct beloond (Bonus Op Actie Constructie), namelijk door ze uit te voeren.

Stel de begindoelen niet te hoog

Als dat wel gebeurt, raken bewoners ontmoedigd en is de lol er snel af. Het terugkoppelen van kleine, zichtbare resultaten werkt vaak erg stimulerend. De groep kan daarom beter beginnen met kleine, aansprekende activiteiten die een grote kans op succes hebben.

7. netwerken, contacten buiten vriendenkring opdoen

8. leren van de omgeving, kennisvergroting, organisatie-ervaring

Beloning: c.v. verbeteren, netwerken

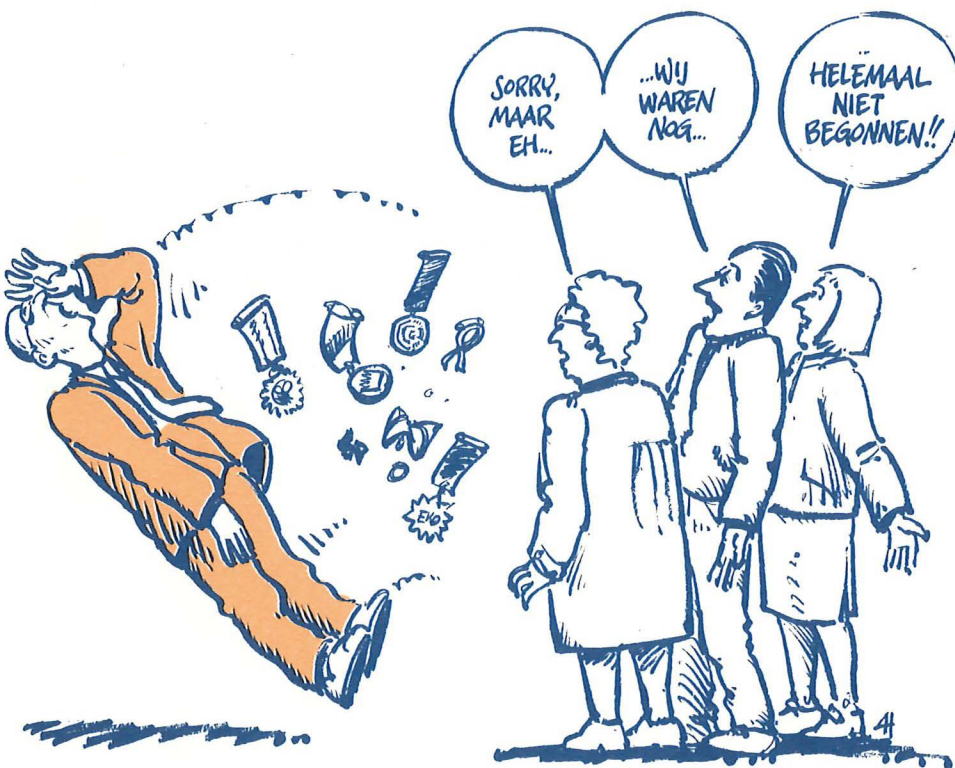
Bewoners willen door het contact met hoge gemeente-ambtenaren en hun kennis van gemeenteorganisaties hun persoonlijke c.v. verbeteren. Ook kunnen de resultaten die de groep behaald heeft, de individuele groepsdeelnemer van dienst zijn bij andere lobby-activiteiten. Het nieuwe netwerk komt van pas bij andere dingen.

9. een soort bevlogenheid, bewust omgaan met milieu

De mensen die mede vanwege dit motief deelnemen in een burgermilieugroep doen dit omdat ze vaak al een tijd bezig zijn met milieu en het gevoel hebben dat ze in hun eentje niet zo veel of in ieder geval minder kunnen dan in een groep. Bij deze groep is vaak al een zekere mate van kennis over milieu(vriendelijk)gedrag aanwezig.

Beloning: excursie

Een beloning in de vorm van een excursie naar bijvoorbeeld een afvalverwerkend bedrijf of een uitstapje naar een milieudag.



10. statusvergroting

Beloning: contact met wethouders

Officiële waardering en contact met wethouders
aandacht van wethouders voor projecten, bij opening e.d.
Exclusiviteit: alleen de groep krijgt die petjes of T-shirts.

11. geld

Beloning: vrijwilligersvergoeding

Met name bestuursfuncties vragen veel tijd en verantwoordelijkheid, een vrijwilligersvergoeding voor al het werk wordt dan als een terechte beloning gezien.

Daarnaast zijn er nog tal van kleine aardigheidjes die als stimulerend ervaren worden, maar vooral een al goed lopende groep een extra duwtje in de rug geven. Als niet aan de eerste voorwaarden wordt voldaan, serieus genomen worden, waardering krijgen en plezier hebben, halen deze "aardigheidjes" niets uit. Voorbeelden zijn: een kerstpakket, T-shirts, een zakje compost voor goed afval scheiden, een bestuursuitje, waar ook partners welkom zijn, de zogenaamde 'wuppies' die Energieteams uitdelen.

6. Conclusie

Het blijkt dat er allerlei soorten van beloningen mogelijk zijn, die maken dat een bewonersgroep of een individu daaruit, zich gewaardeerd en beloond voelt. Deze beloningen werken ongetwijfeld motiverend voor het werken in de groep en het zich inzetten voor het milieu in de wijk. Echter, deze beloningen zijn altijd aanvullend. Aan een aantal voorwaarden moet voldaan zijn, wil men deze aanvullende beloningen ook als zodanig ervaren. In eerste instantie moet de gemeente duidelijk laten zien dat zij de rol van de burger erkent, serieus neemt en waardeert. Als aan deze voorwaarde niet voldaan wordt, worden de aanvullende beloningen slechts gezien als zoethoudertjes en doekjes voor het bloeden. Op die manier hebben ze juist een averechts effect op de motivatie. Met andere woorden; de gemeente doet er goed aan eerst de eigen inzet onder de loop te nemen, alvorens over te gaan tot allerlei soorten beloningen. Pas als die inzet optimaal is, kan men aan de hand van de verschillende motieven een gepaste beloning uitreiken.

Bijlagen

Voor deze brochure is gebruik gemaakt van de kennis en ervaring die is opgedaan in twee projecten, te weten Lokale Agenda 21 (LA-21) en het project Wijken voor Milieu. In beide projecten gaan burgers c.q. burgergroepen een dialoog dan wel samenwerkingsverband aan met de lokale overheid. In deze bijlage worden beide projecten nader (maar niet uitputtend) belicht. Voor meer informatie over LA-21 en Wijken voor Milieu verwijzen we naar de literatuurlijst achterin deze brochure.

Lokale Agenda 21

In 1992 organiseerden de Verenigde Naties een internationale conferentie over Milieu en Ontwikkeling in Rio de Janeiro. De deelnemende landen stelden toen een wereldwijd actieprogramma voor duurzame ontwikkeling in de 21e eeuw vast: Agenda 21. Veel van de actiepunten in dit programma hebben betrekking op het lokale niveau. De conferentie werd dan ook gevolgd door een oproep aan alle gemeenten van de wereld om een Lokale Agenda 21 uit te werken.

De Lokale Agenda 21 is de vertaling voor gemeenten van de Agenda 21. In essentie gaat de LA-21 over twee zaken, namelijk:

- de lokale vertaling van de milieu- en ontwikkelingsdoelstellingen (c.q. duurzame ontwikkeling) die men in Rio vaststelde en
- het betrekken van lokale maatschappelijke organisaties en het bedrijfsleven bij de planning en realisatie hiervan.

De ontwikkeling van Lokale Agenda 21 in Nederlandse gemeenten heeft (naast door het kaderplan van Aanpak NMP voor Gemeenten van 1990 en het Kaderplan Gemeentelijk Milieubeleid van 1995) vooral een sterke impuls gekregen door de Vervolg-bijdrageregeling

Ontwikkeling Gemeentelijk Milieubeleid (VOGM), waarin LA-21 als keuzetaak is opgenomen. Ongeveer 140 gemeenten hebben deze taak gekozen en zijn er in de loop van 1995 mee aan de slag gegaan.

Kerntaak

De kerntaak van Lokale Agenda 21 houdt in dat de gemeente een proces op gang brengt om, in dialoog met de bevolking, de bedrijven en maatschappelijke organisaties, activiteiten en projecten te ontwikkelen die bijdragen aan een duurzame ontwikkeling.

Van de gemeente wordt verwacht dat zij het hiervoor beschreven proces op gang brengt. Het verloop van een dergelijk proces is echter in zekere mate ongewis, succes is niet bij voorbaat verzekerd.

De aanpak is erop gericht om te komen tot concrete activiteiten en projecten met tastbare milieuresultaten. Die hebben de voorkeur, niet alleen vanwege de milieuresultaten zelf, maar ook vanwege de uitstralende werking die kan leiden tot een breder maatschappelijk draagvlak voor meer projecten en activiteiten in dit verband. Een Lokale Agenda 21 is succesvol te noemen als dit draagvlak een zodanige omvang heeft gekregen dat het genoemde proces en het ontwikkelen van dergelijke projecten en activiteiten een verschijnsel is geworden dat zichzelf in stand kan houden.

Dialoog

Vanuit het besef dat noch overheid, noch maatschappelijke organisaties of bedrijfsleven 'in hun eentje' een duurzame ontwikkeling kunnen realiseren, is de *milieudialoog* een logische gedachte en onontbeerlijk voor het realiseren van LA-21. De dialoog heeft tot doel:

- het vergroten van het draagvlak voor het beleid (en de daarin gevraagde gedragsveranderingen) door aan te sluiten bij initiatieven, behoeften en draagkracht van doelgroepen;
- het benutten van kennis en ideeën uit de samenleving;
- het vinden van mogelijkheden tot samenwerking bij de uitvoering van het beleid.

De dialoog richt zich op:

- het gezamenlijk ontwikkelen en opstellen van een visie op de lokale bijdrage aan duurzame ontwikkeling;
- het gezamenlijk formuleren van doelstellingen en prioriteiten;
- het gezamenlijk uitvoeren van activiteiten.

Een dergelijke dialoog is geen eenmalig verschijnsel, maar een blijvend fenomeen. Het is een proces op basis van erkenning van de partners dat elke eigen verantwoordelijkheden, deskundigheid en mogelijkheden bezit van waaruit men kan bijdragen aan het voorbereiden en realiseren van beleid.

Zelfregulering

Volgens de Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid valt milieucommunicatie onder de sociale regulering, dat wil zeggen gedragsverandering door een appèl op het groeiend milieubesef van de bevolking en de keuzen die zij kan maken. Het kenmerk van het instrument sociale regulering is dus overreding; dwang wordt als 'stok achter de deur' gehouden.

Bij sociale regulering is de gemeente eerder partner dan een dwingende partij; zij is een quasi-civiele partij, een participant in een gezamenlijk proces. Een proces waarin de verantwoordelijkheid om stappen te zetten en beleid te ontwikkelen een gezamenlijke is. Een 'top-down'-relatie past niet bij deze rolverdeling. Ook moet een gemeente gevoelig zijn voor wat er 'in de markt leeft'.

Om sociale regulering (waaronder zelfregulering) mogelijk te maken is enerzijds milieucommunicatie nodig: naar doelgroepen en binnen de gemeente zelf. Anderzijds is een gemeentelijke organisatie nodig die toegankelijk is voor de doelgroepen en vertrouwen en geloofwaardigheid uitstraalt. Doelgroepencoördinatie, een serieuze milieutoets en gemeentelijke bedrijfsinterne milieuzorg zijn dan noodzakelijke instrumenten.

Het project 'Wijken voor Milieu' heeft tot doel de betrokkenheid van bewoners bij het verbeteren van het milieu in hun wijk of dorp te vergroten.

Een van de belangrijkste principes bij milieuparticipatie in de wijk is, dat er wordt uitgegaan van de behoefte van de mensen zelf en hun oplossingen. In de praktijk betekent dit, dat in eerste instantie aandacht wordt besteed aan milieukwesties waarmee bewoners in hun directe omgeving te maken hebben, zoals op het gebied van verkeer, groen en beheer van de woonomgeving. Vervolgens kunnen deze 'kleine' thema's worden gekoppeld aan grote milieukwesties en kunnen ook wijkoverstijgende milieudoelen aan de orde gesteld worden.

Gezamenlijk werken aan het milieu op wijkniveau kan alleen goed aanslaan als de gemeente bereid is wijkgericht te werken. Deze wijze van benaderen wint momenteel in veel gemeenten terrein, met name bij het beheer van de woonomgeving. Diezelfde afstemming vindt ook plaats tussen diensten en instanties die in de wijk aanwezig zijn.

Gezichtsbepalend onderdeel van milieuparticipatie in de woonomgeving is gelijkwaardige samenwerking tussen burgers (bewonersorganisaties) en gemeente. In deze samenwerking fungeren bewoners als partner van de gemeente, een partner met eigen wensen, behoeften, ideeën en met mogelijkheden bij te dragen in de uitvoering.

In zes wijken in zes verschillende gemeenten (Arnhem, Breda, Deventer, Oldenzaal, Roermond en Utrecht) zijn in 1993 bewonersorganisaties, gemeentebestuur en welzijnswerk overeengekomen om gezamenlijk milieu-initiatieven te ontwikkelen.

Over de aanpak en ervaringen hiermee zijn verschillende brochures beschikbaar.

Geïnterviewden personen

Voorlichter gemeenten:

Gemeente Amstelveen	<i>Niek Wolters</i>
Gemeente Arnhem	<i>Frans Gooren</i>
Gemeente Baarn	<i>Karin Jongsma</i>
Gemeente Bergen op Zoom	<i>Caroline Jongsma</i>
Gemeente Goes	<i>Ton van Mierlo</i>
Gemeente Hoogezand-Sappemeer	<i>Lida Luytjes</i>
Gemeente Hoogeveen	<i>René van der Kooi</i>

Opbouwwerkers/buurtwerkers

Breda(Heuvel)	<i>Gerard van Jaarsveld</i>
Deventer/Rode Dorp	<i>Joop Hofman</i>
Utrecht(Votulast)	<i>Greetje Raadsveld</i>

Bewoners/bewonersgroepen

Arnhem(Klarendal)	<i>Milieubuurmeester</i> <i>Ashley van Schuyk</i>
Breda(Heuvel)-St. Wijkbelang Heuvel	<i>Rob Blokland</i>
Oldenzaal-Stichting Impuls	<i>Vincent Muus</i>

Beloning-expert

Autodating/Creativity and Business	<i>Henry Mentink</i>
------------------------------------	----------------------

Literatuurlijst

Bartels, J., *Meer aandacht voor sociaal instrumentarium gewenst*, In: MilieuForum 3 (1995) 2 (mrt), pp. 14-15.

Bezemer, H. ir. W.T. de Groot en drs. de Groot (red), *Instrumenten voor milieubeleid*, Alphen aan de Rijn, 1988.

Boo, de, M., *Een rondje buurtbeheer*, In: Tijdschrift, vakblad voor leefmilieu 107 (1996) 5, p. 16.

Bunnik, H. e.a. (red.), *Wijken voor Milieu (reeks) deel 1 t/m 5*, SME MilieuAdviseurs Utrecht, 1995(1994).

Donkers, H., *De wijk aan het werk. Kabinet en gemeenten samen*, In: Tijdschrift, vakblad voor leefmilieu, 107 (1996) 5, pp. 6-7.

Grin, J. en H. van de Graaf, *Milieubeleid van onderaf gezien. Een handleiding voor beleidsvoerders*, Amsterdam, 1996.

Huizing, A., H.M.E. Miedema, en K. Zaal, *Beïnvloeding van milieu-relevante gewoonten en automatismen*, Leiden, 1995.

Iedema, R.A. en A.W. van de Ven, *Instrumenten voor milieubeleid. Een wegwijzer*, Bussum, 1995.

Klok, P.J., *Een instrumententheorie voor milieubeleid. De toepassing en effectiviteit van beleidsinstrumenten*, Enschede, 1991.

Kuipers, W., *Veiligheid in buurt belangrijker dan milieu*, In: Dagblad De Limburger, 25-02-'97.

Meegeren, van, R.C.F., *Milieuvoorlichting. Model voor een planmatige voorbereiding*, Amsterdam, 1995.

Meertens, R.W., en J. von Grumbkow, (red.), *Sociale psychologie*, Heerlen, 1992.

Menkehorst, H., *Belonen en straffen. Leerprincipes toegepast in het verkeer*, In: Verkeerskunde, Jrg. 40, 7/8 (juli 1989), pp. 328-331, 344.

Nelissen, N.J.M., *Wordt goed milieugedrag beloond?* Enkele introducerende opmerkingen over milieuvriendelijk gedrag, de beloning van milieuvriendelijk gedrag en over instrumenten ter bevordering van milieuvriendelijk gedrag, In: *Wordt goed milieugedrag beloond? Milieugedrag: instrumenten en effecten*, Tilburg, 1991, pp. 7-16.

Nelissen, N.J.M., *Sociale instrumenten*, In: *Instrumenten voor milieubeleid. Een wegwijzer*, Bussum, 1995, pp. 121-151.

Nienhuys, K., *Schoon Votulast en de relatie met de milieuproblematiek*, In: *Mededelingen Opbouwwerk*, 11 (1992) 107/108, p. 28.

Peppel, van de, R.A. en M Herweijer, *Het communicatieve sturingsmodel*, In: *Milieubeleid. Een beleidswetenschappelijke handleiding*, Den Haag, 1994, p. 190.

Poiesz, T.B.C., *Voorlichting: in hoeverre kunnen voorlichting en educatie bijdragen tot positief milieugedrag?* Een economisch-psychologische benadering van milieugedrag, In: *Wordt goed milieugedrag beloond? Milieugedrag: instrumenten en effecten*, Tilburg, 1991, pp. 37-50.

Pols-Haighton, M., *Wordt goed milieugedrag beloond?* Milieugedrag: instrumenten en effecten, Tilburg, 1991.

Roes e.a. (red.), *Nr. 5 Praktijkboek Lokale Agenda 21*, VNG/SME MilieuAdviseurs, Den Haag, 1996.

Schuyt, C.J.M., *Drie manieren om gedrag te veranderen*, In: *Milieu* 1992/2, pp. 43-47.

Turpijn, W. en H. Veenema, *Bewonersparticipatie. Over het aandeel van bewoners in de totstandkoming en instandhouding van woning en woonomgeving*, Deventer, 1979.

VROM/DGM, *Bijdragen van sociaal instrumentarium aan gedragsverandering. Speerpuntenprogramma sociaal instrumentarium*, Den Haag, 1996.

In veel steden en dorpen zijn bewonersgroepen actief bezig met milieu. Ze zetten zich in voor groen in de wijk, voor goede fietspaden, voor scheiding van afval en voor een schone buurt. Vaak speelt de lokale overheid een rol bij de oprichting en instandhouding van deze groepen. Soms treedt zij op als initiator, soms ook als partner.

Helaas blijkt het animo van onder begeleiding gestarte burgergroepen na verloop van tijd af te nemen. Veel wijkinitiatieven sterven zo een zachte dood. Waarom dit gebeurt is niet altijd duidelijk.

Zijn er ook manieren zijn om juist dergelijke groepen blijvend te enthousiasmeren? Een van de mogelijke manieren zou het belonen van goed milieugedrag kunnen zijn.

In deze brochure passeert een aantal ervaringen met milieugedrag en beloningsinstrumenten de revue. Het gaat daarbij zowel om de theorie als de praktijk.

Voor die praktijk is vooral geput uit de ervaringen van gemeenten met Lokale Agenda 21 en het project 'Wijken voor Milieu'.



SME MILIEUADVISEURS

