

5. NU EN DE OVERHEID

5.1 Inleiding

De overheid doet veel moeite om grip te krijgen op het gedrag van burgers. Het blijkt buitengewoon lastig te zijn dit gedrag te beïnvloeden. Overheden hebben daarom behoefte aan nieuwe, effectieve instrumenten om de handwijze van burgers in duurzame richting om te buigen.

NU-spaarpas is een voorbeeld van een positief beleidsinstrument dat duurzaamheid stimuleert en biedt verschillende voordelen:

- NU-spaarpas verleidt tot *nieuw (duurzaam)* gedrag.
- Het is *breed inzetbaar*. De meeste burgers kunnen worden bereikt en verschillende beleidsterreinen worden bestreken.
- Subsidie-euro's die worden ingezet voor NU-spaarpas hebben een *dubbel effect*. Ten eerste bij de puntenverstrekking, door bijvoorbeeld het aanleveren van gescheiden afval te belonen. Ten tweede bij het verzilveren, door de mogelijkheid te bieden de verdiende punten te kunnen besteden aan het openbaar vervoer.
- NU-spaarpas kan *de kosteneffectiviteit* van gemeentediensten helpen verhogen. Het inzetten van het instrument kan leiden tot inverdieneffecten, synergievoordelen en lagere uitgaven. Hoe meer de burgers bijvoorbeeld zelf aan afvalscheiding doen, hoe lager de kosten voor de overheid.
- Analyse van de database van NU-spaarpas, uiteraard binnen de bepalingen van de privacywetgeving, levert de overheid waardevolle *beleids- en sturingsinformatie* op. De respons op de in het NU-spaarprogramma ingebouwde specifieke beleidsprykkels is nauwkeurig vast te stellen. Dat bevordert de effectiviteit van het

overheidsbeleid. Deze mogelijkheid is gedurende de demonstratie niet getest.

De overheid wordt klant van NU-spaarpas omdat die in staat is een substantiële bijdrage te leveren aan het geformuleerde overheidsbeleid. NU-spaarpas ontvangt daarmee geen subsidie, maar wordt betaald voor het leveren van specifieke diensten; de overheid is klant.

In dit hoofdstuk zullen we ingaan op een aantal concrete beleidsterreinen waarop NU-spaarpas een stimulerende rol kan spelen. De volgende terreinen zullen worden besproken:

- afval;
- ondersteuning MKB;
- mobiliteit.



Prevelen we mantra's of bieden we handelingsperspectief?

door Dick Ouwerkerk

‘Een beter milieu begint bij jezelf. Deze overheidsmantra zit in ieders hoofd. Wat betekent deze leus eigenlijk voor de Nederlandse consument? “Helemaal mee eens”, zal hij instemmend knikken. “Natuurlijk begint een beter milieu bij mezelf”. “Maar”, voegt hij er aan toe, “waarom moet het bij mij beginnen als het niet ook bij mijn buurman begint?”

Deze overheids campagne die jarenlang op de Nederlanders gericht is geweest, schiet eigenlijk met hagel: iedereen wordt aangesproken, maar wie echt geraakt wordt, is onduidelijk. Het einde van het liedje is dat niemand zijn of haar gedrag verandert. En dat betekent meer afval en meer CO₂-uitstoot. Voeg daarbij dat de burger veel prikkels krijgt om juist wel meer te consumeren en juist vaker de auto te

nemen en het is duidelijk dat andere maatregelen gewenst zijn.

*Natuurlijk kunnen regels en straffen enig effect sorteren. Er is ook een zeker succes mee geboekt. Echter: het inperken van gedrag kan maar tot op zekere hoogte omdat repressieve maatregelen vaak leiden tot ontduiking en **free-rider-gedrag**.*

Een beloningssysteem, zoals NU-spaarpas, heeft als voordeel dat het burgers een handelingsperspectief biedt. Goed gedrag wordt beloond en leidt tot herhalingsgedrag; burgers gaan duurzamer gedrag vertonen.

*Eigenlijk ben ik niet bijzonder geïnteresseerd in **waarom** mensen besluiten duurzamer gedrag te vertonen. Het kan me ook niet zoveel schelen dat burgers weten dat duurzame consumptie leidt tot een betere wereld. Het gaat mij erom **dát** ze het doen. Niet omdat de overheid zegt dat het moet, maar omdat duurzaam gedrag aantrekkelijk is. En dan begint een beter milieu inderdaad bij jezelf!*

Dick Ouwerkerk is voorzitter van de stuurgroep NU-spaarpas

5.2 Huishoudelijk afval

Afvalmanagement heeft een hoge prioriteit bij het bestuur van grote steden. Een schone stad is een leefbare stad; vervuiling leidt tot een gevoel van onveiligheid. Maar de kosten van afvalverzameling en -verwerking zijn hoog. Ander afvalgedrag van burgers kan belangrijk bijdragen aan het verminderen van deze kosten.

In veel kleinere gemeenten wordt het afvalgedrag van burgers gestuurd met gedifferentieerde tarieven (Diftar). Onder Diftar is de betaling van burgers voor afvalverwerking afhankelijk van hun gedrag. Hoe meer afval burgers

aan de straat zetten, hoe meer ze betalen. In een aantal grotere steden werken deze methoden niet. Er ontstaat ontwijkgedrag en de stad kan zo vervuilen. Een volledig in het afvalbeleid geïntegreerd beloningssysteem kan uitkomst bieden.

In Rotterdam is NU-spaarpas succesvol ingezet om meer burgers de weg naar de Milieuparken (afvalbrengrstations) te laten vinden. Burgers krijgen per bezoek aan een Milieupark 200 punten voor het gescheiden aanleveren van hun afval en 100 punten extra voor het inleveren van tweedehands goederen. Normaal bezoekt een gemiddeld Rotterdams gezin 0, 2 keer per jaar een milieupark. Burgers in het bezit van een NU-spaarpas bezoeken een milieupark drie keer zo vaak. Het perspectief dat hiermee zichtbaar wordt, is een schonere stad en lagere exploitatiekosten op afval omdat er minder wagens hoeven rond te rijden. Ook worden grondstoffen beter gescheiden, waardoor deze kunnen worden hergebruikt en de kosten voor verwerking van restafval dalen.

Het Rotterdamse afvalbedrijf Roteb exploiteert zelf enkele kringloopwinkels, de zogeheten Piekfijnwinkels. In deze winkels kan de consument met punten tweedehands goederen aanschaffen. Hierdoor wordt hergebruik gestimuleerd en de aanschaf van nieuwe producten uitgesteld, of zelfs vermeden.

5.3 Ondersteuning midden- en kleinbedrijf

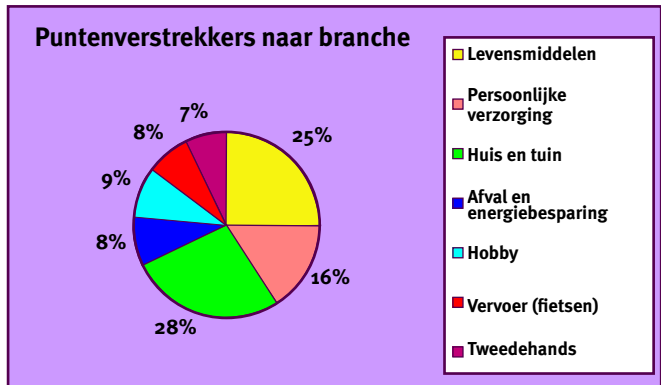
De eigenaar van de kleine winkel komt in toenemende mate in de verdrinking. De winkelier en zijn gezin draaien overuren om al het werk verzet te krijgen en zijn blik op de wereld reikt vaak niet verder dan de stoep. Het samenwerken met collega-retailers verloopt vaak moeizaam. En

de concurrentiedruk van het grootwinkelbedrijf is hoog. Veel winkeliers zien hun omzet teruglopen en steeds meer moeten er de strijd opgeven. De plek van winkeliers die stoppen wordt dan vaak ingenomen door het grootwinkelbedrijf. Nieuwe kleine retailers komen vaak slecht op gang, leiden een moeizaam bestaan en bereiken vaak slechts een kleine (allochtone) markt. Het verloop is daarom hoog. Winkelconcentraties verdwijnen langzaam maar zeker verdwijnen, worden minder aantrekkelijk of zien er steeds eender uit: allemaal ketenformules naast elkaar.

De overheid zoekt reeds geruime tijd naar instrumenten om kleine retailers te ondersteunen, zonder hen in hun vrijheid te beknotten. De drijfveer hierbij is de maatschappelijke behoefte om in de wijken een breed en divers winkelaanbod te kunnen behouden. Een winkelstraat met veel verschillende winkels, bemenst door winkeliers met hart voor de klant en hart voor de straat, draagt bij aan een algemeen gevoel van welvaart, leefbaarheid en veiligheid, en is goed voor de lokale economie.

NU-spaarpas ondersteunt winkeliers door middel van een betaalbaar loyaliteitsprogramma. Daarmee kan de kleine zelfstandige klanten binden en nieuwe klanten binnenhalen. Zeker als hij zijn assortiment verbreedt, waardoor hij extra aandacht krijgt in de promotiemiddelen van NU-spaarpas. De NU-spaarpas-accountmanagers helpen de winkelier te zoeken naar nieuwe duurzame producten die passen in zijn assortiment.





De introductie van NU-spaarpas bij winkeliers heeft vertraging opgelopen door de initiële keuze om alleen groene producten te belonen. Nadat de propositie veranderd was en er een commerciëlere propositie was gekozen verliep de werving soepeler. Binnen een korte periode van enkele maanden werd de doelstelling van 100 winkels behaald.

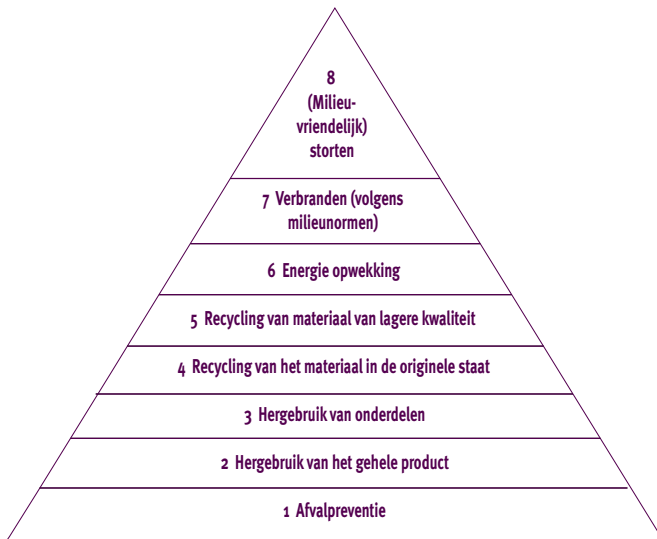
Afval, wat nu?

door Jean Pierre Hannequart

Voorbij is de tijd dat we ons huishoudelijk afval onbekommerd konden storten. Momenteel stort Europa nog de helft van zijn afval. In Londen werd in 2000 72% gestort, maar vanaf 2007 zijn er geen nieuwe? stortplaatsen meer beschikbaar. De Europese Commissie heeft de mogelijkheden van stort en door stringente voorwaarden beperkt.

Om ons grondstoffengebruik terug te dringen en de Kyoto CO₂-doelstellingen te halen, is een omslag nodig. Kijk bijvoorbeeld naar het reduceren van het storten van GFT-afval. In 2006 mag, in vergelijking met 1995, nog maar 75%, in 2009 50% en uiteindelijk in 2016 nog maar 35% van al het GFT-afval gestort worden.

Deze doelstelling blijkt in de praktijk echter nauwelijks haalbaar.



figuur: Storten van afval als laatste optie in de afvalpyramide

Hoe kunnen we de hoeveelheid afval die gestort wordt verminderen? En welke alternatieven zijn er? Het beste is te voorkomen dat afval ontstaat. Dat gaat in tegen de tijdgeest: veel producenten zijn geneigd steeds uitbundiger verpakkingsmateriaal te gebruiken. Met wetten en conventanten wordt deze afvalstroom een beetje beperkt. Maar ook consumenten kunnen hun steentje bijdragen door duurzame producten te kopen en te letten op verpakkingen. Of door een sticker op de brievenbus te plakken met de mededeling dat reclame ongewenst is.

Afval dat niet te vermijden is, moet zo goed mogelijk gescheiden worden ingeleverd. Afval bevat vele waardevolle grondstoffen voor de industrie. Deze grondstoffen dienen te worden hergebruikt waar mogelijk. Momenteel wordt een deel van het plastic, papier, glas en groenafval gescheiden. In Rotterdam wordt 50 procent van het glas gescheiden, en



in heel Europa wordt de helft van het papier hergebruikt. Idealiter wordt al het afval teruggebracht in de cyclus.

Als er na beperking van afval en recycling nog afval over is moeten we dat schoon verbranden. Het is jammer dat met deze verbranding grondstoffen verloren gaan, maar het is beter dan storten. Afvalverbranding levert elektriciteit en warmte op. In Nederland heet deze elektriciteit zelfs groen. In Rotterdam wordt al het ongesorteerde afval verbrand.

Politici en beleidsmakers staan voor een grote uitdaging. Hoe bereik je een omslag? Hoe beweeg je consumenten tot ander aankoopgedrag? Hoe stimuleer je burgers tot betere afvalscheiding? Zeker voor landen en steden die achterlopen bij het Europese gemiddelde is de opgave enorm.

Het antwoord ligt vooraleerst in een goede infrastructuur. Er moeten adequate breng- en haalvoorzieningen zijn, en het gescheiden afval moet goed worden verwerkt. Er moet worden voorkomen dat gescheiden afval later in de cyclus weer wordt samengevoegd omdat de industrie er nog niet op is ingesteld. Dit kan enorm afbreuk doen aan de scheidingsbereidheid van burgers.

Vervolgens is een goede voorlichtingscampagne nodig met heldere informatie. Als zo'n campagne zich beperkt tot informatievoorziening is dat meestal onvoldoende. Niet alle bevolkingsgroepen worden evengoed bereikt met informatie. Daarom kunnen campagnes worden ondersteund met afgedwongen regels, gedifferentieerde tarieven en een beloningssysteem. Vooral op het platteland en in kleinere steden kan een systeem met gedifferentieerde tarieven voor verschillende fracties afval bruikbaar zijn; laat de vervuiler maar betalen! Als aanvulling hierop werkt een beloningssysteem; beloon goed gedrag van burgers!

Belonen kan naar verwachting ook goed werken tegen

zwerfvuil. En in grote steden kan een beloningsstelsel een enorme extra stimulans betekenen voor de campagne.

Jean-Pierre Hannequart is directeur-generaal Brussels Instituut voor Milieubeheer en voorzitter van de ACRR (Association of Cities and Regions for Recycling)

5.3 Mobiliteit

NU-spaarpas kan bijdragen aan een goede doorstroming van het verkeer door vermindering van het autogebruik, door gewenst gedrag te belonen: fietsen, openbaar vervoer, taxi, autodelen, reizen in daluren en op 'dalroutes'. Het openbaar vervoer heeft buiten spitsuren een grote restcapaciteit waarvan efficiënter gebruik gemaakt zou kunnen worden.

In de demonstratiefase is ervoor gekozen het openbaar vervoer te stimuleren met een dalurenkaart, die voor NU-punten kan worden gekocht. Verder zijn er veel fietsenwinkels en fietsenstallingen bij NU-spaarpas betrokken.

