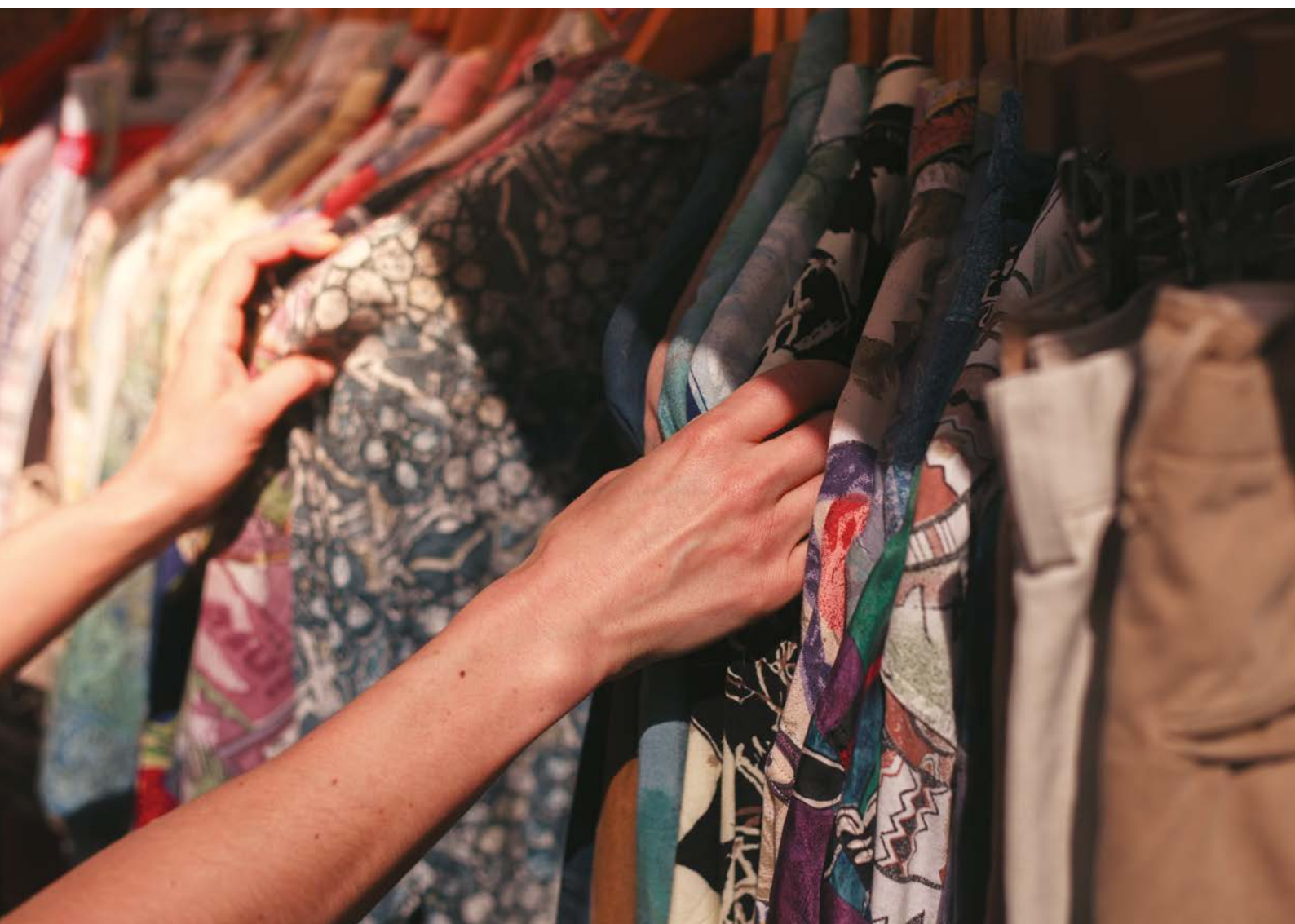




Rijksinstituut voor Volksgezondheid
en Milieu
*Ministerie van Volksgezondheid,
Welzijn en Sport*

Op weg naar een circulaire economie

Burgers betrekken in **circulaire kledingconsumptie**



Inleiding

In een circulaire economie (CE) worden kringlopen gesloten en grondstoffen steeds opnieuw gebruikt. In het ideale geval is er dan geen afval meer. Zover zijn we als maatschappij nu nog niet, maar dit is de richting die we uit willen.

Voor een ondernemer die onderdeel uitmaakt van een stof- of producten kringloop is het vaak lastig om het geheel te overzien en een bijdrage te leveren. Er is vaak onvoldoende overzicht, onvoldoende kennis, een gebrek aan invloed, etc. Daarom brengt het RIVM aan de productiezijde belanghebbenden bij elkaar om met elkaar te werken aan het veilig en duurzaam sluiten van kringlopen. Op deze manier kunnen zij kennis en ervaringen delen en zo zicht krijgen op andere onderdelen van de kringloop. Daardoor kunnen zij oplossingen vinden die eerder niet denkbaar waren en betere kennisvragen stellen.

Kenmerkend voor het sluiten van kringlopen is dus dat er sprake is van een vorm van collectieve actie om duurzamer om te gaan met bepaalde kringlopen van stoffen op producten (Ostrom, 1990). Door samenwerking in de keten en sociale interactie tussen personen in verschillende organisaties ontstaat een groeiende opvatting dat men met elkaar 'het probleem' kan oplossen (Van Bruggen et al., 2023).

Aan de consumptiezijde

In deze systeembenadering zouden ook de consumenten kunnen worden betrokken. Niet door consumenten aan de productiezijde te betrekken, maar door het systeemperspectief aan de consumentenzijde te organiseren (als vorm van burgerparticipatie). Ook bij consumenten ontbreekt namelijk een goed beeld van het systeem. Zij doen bijvoorbeeld wel wat de gemeente voorschrijft als het gaat om het scheiden van afval, maar weten niet goed wat het effect daarvan is. Ook voelen zij vaak dat zij als individu nauwelijks invloed hebben op het systeem, laat staan op de mogelijkheid dit te veranderen (zie voor voorbeelden www.klimaatpsychologie.com).

Dit zou kunnen veranderen als mensen beter weten wat het effect van hun gedrag is op het systeem. Bijvoorbeeld door hen relevante 'systeeminformatie' aan te bieden, zoals hoeveel CO₂ Nederlanders kunnen besparen door 3 kledingstukken minder te kopen (975 kiloton) (Infographic circulair textiel, 2023). Het aanbieden van alleen informatie leidt niet automatisch tot gedragsverandering, maar kan (reeds gemotiveerde) mensen mogelijk meer inzicht en richting geven over hoe zij zich meer circulair kunnen gedragen (Abrahamse, 2005). Dit is voor hen nu vaak nog onduidelijk.

Daarnaast zou het kunnen helpen als mensen zich niet langer 'alleen' voelen staan en zij samen met andere burgers meer inzicht, kennis én invloed kunnen krijgen. In een groep gelijkgestemden kunnen zij van elkaars kennis, gedrag en ervaringen leren. 'Weten' dat er anderen zijn die zich net als zij meer circulair proberen te gedragen, is ook een vorm van systeeminformatie en met anderen werken aan een gemeenschappelijk doel kan motiverend werken (Staats et al., 2004).

Deze twee aspecten van burgerparticipatie zijn onderzocht door het RIVM over het onderwerp circulaire kledingconsumptie. Onder kledingconsumptie wordt verstaan het aanschaffen, gebruiken en afdanken van kleding. Deze consumptie wordt meer circulair naarmate het aantal aankopen afneemt, kleding langer in de gebruiksfase wordt gehouden en men er bij het afdanken rekening mee houdt dat de kleding met een zo laag mogelijk verlies aan energie hergebruikt kan worden.

Onderzoeksvraag

In welke mate is het betrekken van burgers door het bieden van een systeemperspectief door middel van informatie en sociale interactie, zoals dit aan de productiezijde van CE succesvol wordt ingezet om productieprocessen meer circulair te maken, ook bruikbaar als interventie om circulaire kledingconsumptie te stimuleren en welke inzichten levert dit op?

Methoden

Opzet participatief onderzoek

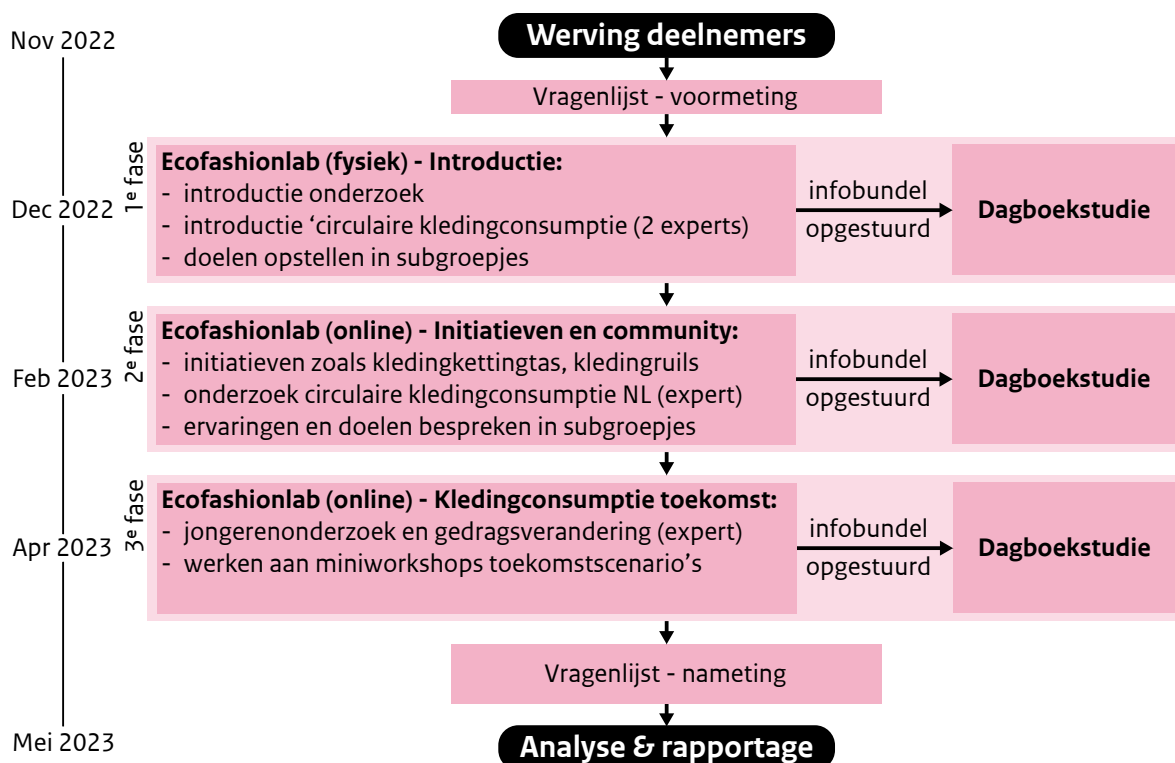
Er is gekozen voor een participatief onderzoek met interventie-elementen door een methode voor burgerparticipatie bij CE te ontwikkelen en te testen en daarbij tegelijkertijd te proberen het gedrag van deelnemers te veranderen. Eerst is via een literatuurinventarisatie en interviews met RIVM-medewerkers verkend welke methoden voor burgerparticipatie er bij CE-onderzoek (met de focus op gedragsverandering) al worden gebruikt. Hieruit kwamen twee bruikbare voorbeelden naar voren. Dat waren de ‘innovatiepilot beleving voedingsadviezen’ van het RIVM in samenwerking met STBY (STBY, 2017) en het programma ‘EcoTeams’ (Harland & Staats, 1997). De werkzame elementen uit deze twee (interventie) onderzoeken zijn gecombineerd tot de huidige onderzoekopzet. Dit waren o.a. het verstrekken van informatie, het werken in kleine groepjes

deelnemers (sociale interactie), het verstrekken van feedback op gedrag, groepsbijeenkomsten, een dagboekstudie en het gebruiken van een iteratieve en interactieve manier van onderzoeksonderwerp samen met deelnemers.

Procedure

Het onderzoek liep van november 2022 tot mei 2023. Het onderzoek bestond uit drie fasen met verschillende onderdelen (zie figuur 1). Voor de eerste fase en na de derde fase werd een korte vragenlijst afgenomen (de voor- en nameting). Elke fase bestond uit een Ecofashionlab (bijeenkomst) en een dagboekdeel. De RIVM-onderzoekers werden ondersteund door onderzoeksbureau STBY bij het ontwikkelen van de dagboekopdrachten. Na iedere Ecofashionlab ontvingen de deelnemers een uitgebreide informatiebundel.

Figuur 1. Opzet participatief onderzoek



Deelnemers

Deelnemers zijn geworven via posts op het LinkedIn- en Instagramaccount van het RIVM. Hierbij werd ingezet op een diverse groep mensen wat betreft achtergrond, motivatie om deel te nemen en consumptiestijl (kennis over duurzaamheid en circulair kledinggedrag). Geïnteresseerden konden zich via een aanmeldformulier inschrijven. Hier hebben zo'n 180 mensen op gereageerd. Dit waren overwegend vrouwen. Daarom zijn via al geselecteerde deelnemers extra mannen geworven. Uiteindelijk zijn 24 deelnemers gekozen waarbij werd gestreefd naar een diverse en heterogene groep. Er zijn vier deelnemers tussentijds uitgevallen en twee deelnemers ingestroomd na fase 1. Uiteindelijk hebben 22 deelnemers meegedaan aan de dagboekstudie en 15 deelnemers beide vragenlijsten ingevuld. Vrouwen en hoger opgeleiden waren alsnog oververtegenwoordigd.

Materiaal

Er is gebruik gemaakt van twee online vragenlijsten (via Qualtrics), een driedelige dagboekstudie (via Recollective) en drie Ecofashionlabs. Deze worden hieronder nader toegelicht.

Vragenlijst

Het doel van de vragenlijst was om te kijken of er voor en na het project verschillen waren in doen en denken in relatie tot circulaire kledingconsumptie. Zo werd gevraagd of deelnemers bepaalde gedragingen (ingedeeld op basis van de R-ladder¹; PBL, 2019) wel of niet uitvoerden en/of in welke mate zij dit deden. Denk daarbij aan hoeveel (tweedehands) kledingstukken waren aangeschaft in een bepaalde periode. Ook werd gevraagd naar versterkende en belemmerende factoren in relatie tot kledinggedrag. Denk daarbij aan kennis, zorgen om milieu/klimaat, en zelfeffectiviteit (in staat zijn het gedrag uit te voeren). De vragenlijstdata zijn geanalyseerd via SPSS.

Ecofashionlabs

Er zijn drie Ecofashionlabs georganiseerd. Het doel hiervan was om deelnemers kennis en ervaringen uit te laten wisselen met experts en elkaar. De eerste en laatste Ecofashionlabs vonden plaats in de Social Impact Factory in Utrecht. De tweede bijeenkomst was online via Microsoft teams.

Na elke Ecofashionlab ontvingen deelnemers een informatiebundel² met (wetenschappelijke) artikelen, filmpjes, podcasts, blogs, e.d. om zich verder te kunnen verdiepen. Ook kregen deelnemers een verslag van de bijeenkomst en de gebruikte powerpoints opgestuurd. Het doel van de informatiebundels was om deelnemers te voorzien van (verdiepende) systeeminformatie en te onderzoeken welke type informatie en medium de deelnemers aansprak en door hen gebruikt werd. Input opgehaald uit de bijeenkomsten werd gebruikt voor het ontwikkelen van nieuwe dagboekopdrachten en nieuwe bijeenkomsten.

Afbeelding 1. Presentatie door een RIVM-expert in Ecofashionlab 1



In de eerste Ecofashionlab werd het onderzoek en het onderwerp 'circulaire kledingconsumptie' nader toegelicht en waren er twee inhoudelijke presentaties over circulaire kledingconsumptie door experts (RIVM en Milieu Centraal). Ook gingen deelnemers aan de slag met het opstellen van individuele- en groepsdoelen op het gebied van circulair kledinggedrag. De tweede (online) Ecofashionlab ging over duurzame, lokale initiatieven op community niveau die men zou kunnen uitvoeren in het kader van circulair kledinggedrag. Ook was er toelichting van een expert van het RIVM over onderzoek naar de barrières die consumenten ervaren bij het maken van circulair kledingkeuzes. De derde Ecofashionlab ging over kledingconsumptie in de (nabije) toekomst. Een expert van de Hogeschool van Amsterdam (HvA) ging in op onderzoek onder jongeren en vertelde hoe je de kloof tussen intentie en gedrag kunt verkleinen. Daarna waren er miniworkshops waarin in groepjes werd gewerkt

¹ R-ladder: refuse, rethink, reduce, reuse, repair, refurbish, recycle, recover

² De informatiebundels zijn gepubliceerd op rivm.nl/circulaire-economie

aan toekomstscenario's in Nederland bij bepaalde thema's, bijv. 'minder kleding kopen'.

Dagboekstudie

De dagboekstudie werd uitgevoerd via het platform Recollective. Het doel van de dagboekstudie was om inzicht te krijgen in gedragingen en overwegingen met betrekking tot circulaire kledingconsumptie en te zien wat het effect was van de Ecofashionlabs en informatiebundels hierop. Deelnemers waren verdeeld in vier subgroepen van ongeveer 6 personen. Binnen deze subgroepen kon men elkaars antwoorden lezen

na het afronden van de eigen opdrachten. Ook was er plaats voor discussie. De dagboekstudie bestond uit drie delen, elke deel volgde op een Ecofashionlab. De dagboekopdrachten gingen o.a. over wat deelnemers veranderd hadden in hun kledingconsumptie en in hoeverre duurzaamheid daarin een rol speelde. Daarnaast werd ingegaan op motivaties, belemmeringen en wat er nodig was om kleding meer circulair te consumeren. Bij sommige opdrachten werd gevraagd om foto's of filmpjes te maken. De kwalitatieve data die opgehaald werden via de dagboekopdrachten zijn gecodeerd en vervolgens geanalyseerd per thema.

Resultaten (Ecofashionlabs)

Ecofashionlab 1

Deelnemers dachten bij 'circulaire kledingconsumptie' o.a. aan : duur, tweedehands, hergebruik, goede werk-omstandigheden en kwaliteit. De presentaties van het RIVM en Milieu Centraal waren levendige, interactieve sessies met veel vragen van deelnemers over o.a. het doen van LCA's (life cycle analyses), recycling, duurzaam gedrag en keurmerken. Een voorbeeld van een geformuleerd persoonlijk doel was om een bepaald kledingstuk (te laten) repareren.

Ecofashionlab 2

Deelnemers vonden de informatie van de eerste bijeenkomst en de informatiebundel interessant en gaven aan dat het prettig is om met anderen aan circulaire kledingconsumptie te werken. Deelnemers deelden hun ervaring en tips over o.a. kledingruil en repair cafés met elkaar. Uit de vergelijking met de antwoorden van deelnemers (via mentimeter) en een RIVM-onderzoek onder de Nederlandse bevolking bleek dat de deelnemers zich over het algemeen wat meer circulair gedragen.

Ecofashionlab 3

Deelnemers gingen aan de slag met implementatie van intenties, een methode (gebruikt in het gedragsonderzoek bij jongeren door de HvA) om gedragsintenties zo concreet mogelijk te maken. Bij de miniworkshops werd in twee groepen gewerkt aan 'circulaire kledingproductie' en 'minder kleding kopen'. Hierin werd o.a. benoemd dat de overheid met wet- en regelgeving veel kan sturen en keurmerken consumenten zouden kunnen helpen bij hun aankopen.

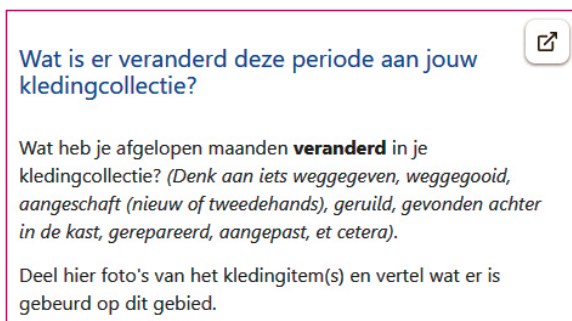
Afbeelding 2. Bespreken uitkomsten miniworkshop over circulaire kledingproductie in Ecofashionlab 3



Resultaten (dagboekstudie)

Aan de online dagboekstudie die aansluitend op iedere Ecofashionlab gehouden werd, hebben 22 personen deelgenomen. Dit waren 18 vrouwen en 4 mannen. Op het online platform werd gevraagd om taken te maken (afbeelding 4), was er de mogelijkheid tot discussie en konden bijdragen van andere deelnemers eenvoudig beoordeeld worden ('liken'). Van de deelnemers heeft 60% 41-44 van de taken (max. 44) uitgevoerd, 23% van de deelnemers heeft 33 taken uitgevoerd. De resterende 17% voerde 25 of minder taken uit. De helft van de deelnemers droeg bij aan discussies. Per persoon die bijdroeg aan de discussies was er gemiddeld sprake van 3-4 bijdragen. Hieronder worden de resultaten van de dagboekopdrachten besproken.

Afbeelding 3. Screenshot van een opdracht in de Recollective omgeving



Circulair gedrag

In het begin van de dagboekstudie is gevraagd welke circulaire gedragingen de deelnemers al uitvoerden (Figuur 2). Deze vraag is gesteld als aanvulling op de vragenlijst en ter ondersteuning van de programmering van de Ecofashionlabs en de dagboekstudie. Op lage temperaturen wassen, kleding repareren en een nieuwe aankoop heroverwegen, kwam het meest voor. Kleding huren, kleding opknappen en ecologisch wasmiddel gebruiken, het minste. Hieronder worden thema's beschreven die specifiek ingaan op de verschillende circulaire gedragingen.

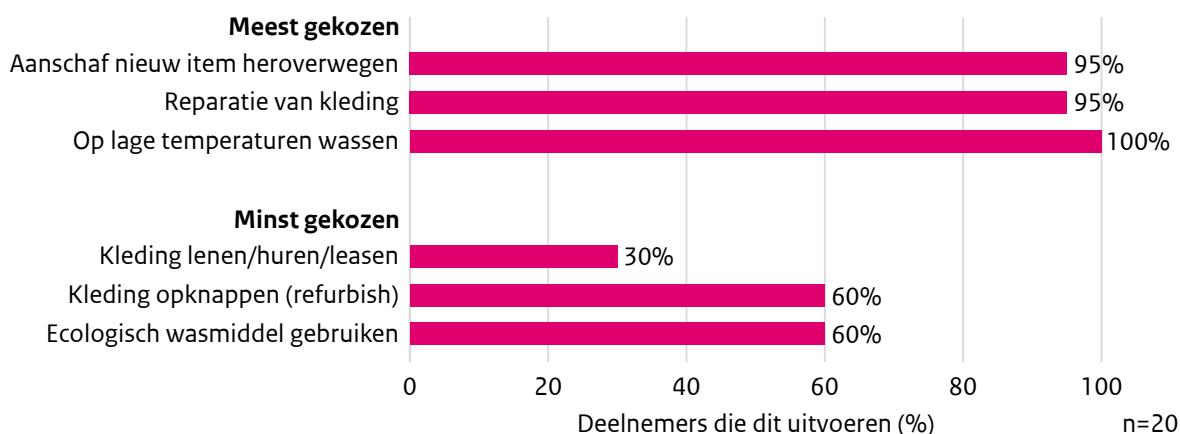
1. Minder kopen en verleiding weerstaan

Bij circulariteit is consuminderen de belangrijkste stap. Veel deelnemers gaven aan dat dit goed uitvoerbaar is.

"Ik heb heel weinig kleding gekocht. Vooral gekeken wat ik nog had. De kleding die ik heb gekocht, heb ik tweedehands gekocht. Verder ben ik voornemens om als kleding kapot is dit te repareren of te laten repareren."

Dit is illustratief voor de manier waarop veel deelnemers in dit participatieve onderzoek stonden. Een groot deel van de deelnemers stelde dat ze minder hebben aangeschaft. Het voordeel hiervan leek te zijn dat er geen ingewikkelde duurzaamheidsafwegingen bij de aankoop gemaakt

Figuur 2. Meest en minst uitgevoerde circulaire gedragingen in dagboekfase 1



hoefden te worden. Voorwaarde is wel dat men de verleiding tot aankopen kan weerstaan, wat niet elke deelnemer even goed lukte. Dat gold ook voor tweedehands kleding die eigenlijk niet nodig is. Het herontdekken van de eigen kledingkast werd vaak genoemd als een belangrijke ondersteuning.

2. Aanschaf duurzame nieuwe kleding

De aanschaf van duurzame nieuwe kleding werd als lastig gezien door deelnemers. Ook bleek daar veel ondersteunende informatie voor nodig vanuit apps, social media, internet en andere bronnen. Op dit onderwerp werden onderling ook veel tips uitgewisseld. Sommige deelnemers kochten alleen nog maar tweedehands, omdat dit werd gezien als een makkelijke duurzame optie. Echte circulaire kledingconsumptie lijkt een planmatige aanpak te vereisen. Als er al sprake was van de aankoop van nieuwe kleding, was het vaak nodig dat mensen op basis van internetbronnen en sociale media op voorhand al een idee hadden wat duurzame kledingmerken of aanbieders zijn. Bijvoorbeeld via www.whensarasmls.nl of via www.projectcece.nl. Kledinglabels (met keurmerk) leken op dit moment niet heel belangrijk in de gemaakte afwegingen. Dit wil overigens niet zeggen dat labels voor duurzaamheid (of circulariteit) van kleding in het geheel geen functie kunnen hebben. Desgevraagd gaven deelnemers aan dat zo'n label hen zou helpen, mits deze hun goed in staat stelt kledingstukken of merken te vergelijken.

3. Kleding langer in de gebruiksfase houden

3a. Aanschaf tweedehands kleding

Tweedehands kleding bleek voor de deelnemers een belangrijke uitweg voor fast fashion en ook voor de ingewikkelde afwegingen die bij aanschaf van nieuwe duurzame kleding nodig zijn. Aanschaf vond plaats op verschillende manieren, waarbij online platformen, zoals Vinted ook een belangrijke rol speelden.

“Ik vind het zonde om nieuwe kleding te kopen wetend dat er zoveel kleding is die andere mensen niet dragen. Ik koop nu eigenlijk alleen maar tweedehands kleding via online platformen. Ik merk echter wel dat ik snel iets tweedehands koop omdat ik dan het gevoel heb dat dat ‘goed’ is omdat het tweedehands is.”

De lage prijs en het gevoel ‘goed’ te doen werkte motiverend, de tijd die zoeken naar geschikte passende kleding kostte, was een barrière. Online bleek het wel makkelijker om gericht te werk te gaan door te filteren op maat, kleur, soort kledingstuk.

3b. Huren, leasen, lenen

Het huren, leasen en lenen van kleding deden deelnemers (nog) niet tot nauwelijks. Wel werd een aantal keer de intentie uitgesproken om in de toekomst iets te lenen of huren in plaats van het aan het schaffen.

“Kleding huren/leasen is iets wat ik wel in gedachten houd voor bijvoorbeeld een bruiloft of zo’n soort speciaal evenement.”

Wat opviel, was dat veel deelnemers vooral lenen wel als advies meegaven aan anderen, bijvoorbeeld bij een opdracht over de fictieve Marianne die op zoek is naar een outfit voor een bruiloft.

3c. Wassen & kledingkast herontdekken

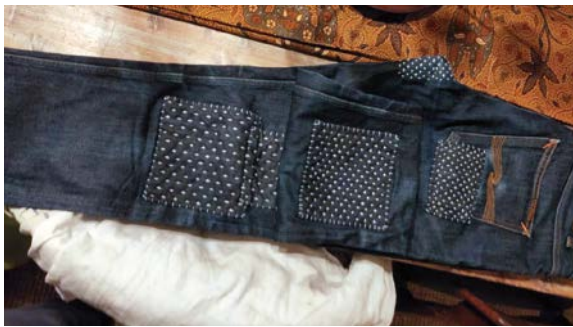
Wat betreft gedrag rondom wassen, was te zien dat deelnemers aan het begin van de studie al ‘hoog’ scoorden op duurzaam wasgedrag. Zo gaven alle deelnemers in het begin van de dagboekstudie al aan op lage temperatuur te wassen, driekwart gaf aan kleding lang te dragen alvorens het te wassen en iets meer dan de helft gebruikte ecologisch wasmiddel. Wel werd gedurende het project gezocht naar andere duurzame opties wat betreft wassen, bijvoorbeeld de aanschaf van een microplasticfilter voor de wasmachine en werd er geprobeerd (nog) minder vaak te wassen. Een aantal deelnemers dat nog geen ecologische wasmiddel gebruikte, gaf aan dit wel te willen gaan doen.

3d. Repareren, vermaken of zelf maken

Bijna alle deelnemers gaven aan wel eens kapotte kleding te (laten) repareren. Vanaf de tweede Ecofashionlab (over lokale initiatieven zoals repaircafés) was te merken dat deelnemers kledingstukken (die al klaar lagen om gerepareerd te worden) gingen of lieten repareren. Hier werden zowel familieleden, vrienden als professionele kleermakers voor ingeschakeld. Eén deelnemer is op naailes gegaan. Ook zijn deelnemers anderen in hun sociale omgeving gaan stimuleren om kleding

te (laten) repareren. De enkele deelnemers die al vaardigheden hadden rondom repareren en het (ver)maken van kleding, zijn hun diensten gaan aanbieden aan vrienden of via een repaircafé. Deelnemers die al vaardigheden hadden met kleding vermaken of 'oppimpen' (refurbish) zijn dit weer meer gaan oppakken sinds het project.

Afbeelding 4. Geüpicyclede spijkerbroek (ontwerp door deelnemer)



Het (proberen) doorverkopen van kleding (bijvoorbeeld via Vinted) werd gedaan door enkele deelnemers. Deelnemers gaven aan dat hier ook nadelen aan zitten, bijvoorbeeld dat ze geneigd zijn om met het verdiende geld (via Vinted) nieuwe items te kopen en dat aan het transport (via auto, vliegtuig) van kledingitems CO₂-uitstoot verbonden kan zijn.

Afbeelding 5. Sjaal die via een kledingkortingtas in bezit is gekomen van deelnemer



“Ik ben weer meer gaan naaien en heb zelf een jurk gemaakt en een jump suit.”

Niet al het vermaken bleek ingewikkeld te zijn: één deelnemer haalde bij een bh waar één beugel uitstak, beide beugels eruit en draagt deze nu beugeloots.

3e. Doorgeven, ruilen, doorverkopen

Het doorgeven of ruilen van kleding werd in redelijke mate gedaan door de deelnemers, bijvoorbeeld met vrienden of familie.

“Ik organiseer regelmatig bijeenkomsten bij mij thuis om kleding te ruilen met vriendinnen. Dat loopt erg goed. En is erg leuk om te doen.”

Na de tweede Ecofashionlab (over lokale initiatieven zoals kledingruils en de kledingkortingtas) was te zien dat deelnemers vaker kledingstukken zijn gaan ruilen of doorgeven.

“Zelf heb ik tijdens dit onderzoek een kledingruil gehouden en ben ik mee gaan doen met een kledingkortingtas (een tas met kleding die je kan vullen en doorgeeft).”

4. Afdanken

Het afdanken van kleding werd door deelnemers als allerlaatste fase gezien. Aan het begin van de dagboekstudie was er een aantal deelnemers die kapotte kleding bij het restafval gooien. Dit leek vooral uit gewoonte te zijn of gebrek aan kennis over hoe je kleding makkelijk en duurzaam kan afdanken. Na de tweede Ecofashionlab (onder andere over textielcontainers) was te zien dat deelnemers actief met deze informatie aan de slag zijn gegaan. Zo zochten ze online uit waar textielcontainers zich in hun buurt bevonden en leverden daar ook kleding in. Wat opviel, was dat er goed werd nagedacht over wanneer kleding pas 'geschikt' is voor de kledingcontainer.

“Ik heb aan het begin van het jaar mijn kledingkast opgeruimd en dit verdeeld in “verkoopbaar” en “niet-verkoopbaar”. De verkoopbare artikelen heb ik aangeboden via Vinted en ik zal uiteindelijk de niet-verkochte artikelen naar de kringloop brengen. De niet-verkoopbare artikelen moet ik nog even langs de kledingcontainer brengen.”

Sommige deelnemers gaven aan nooit kleding naar textielcontainers te brengen, omdat zij willen dat hun kleding hergebruikt wordt of omdat zij nadelen zagen aan textielcontainers (bijv. omdat kleding verder beschadigd of vies kan raken bij onjuist gebruik van containers). Anderen doneerden liever bij specifieke organisaties, zoals het Leger des Heils of bij recyclepunten in specifieke kledingwinkels, zodat ze beter weten wat er met hun kledingstukken gebeurt.

Gedragsfactoren

1. Kennis is nog geen gedrag, maar het helpt wel

De deelnemers ontwikkelden door kennis een ander of nog scherper perspectief op circulaire kledingconsumptie. Dit leidde tot andere intenties en veranderingen in kledingconsumptie. Deelnemers gebruikten de kennis die ze in de informatiebundels en de bijeenkomsten aangereikt kregen. De informatiebundels zag men als goed bruikbare overzichten die men ook deelde met anderen in de sociale omgeving. Het werd gewaardeerd dat er zowel op macro- als microniveau informatie geboden werd. Hiernaast werd beperkt gezocht naar informatie. Wel volgden de deelnemers ook vertrouwde social media bronnen, veelgenoemd is www.whensarasmls.nl. Hoewel uit de informatie verkregen bij de werving bleek dat dit al een geïnformeerde groep was, gaven ze aan veel geleerd te hebben van de deelname aan het project. De Closet Mass Index (CMI-check; hoeveel kledingstukken bezit je) zag men bijvoorbeeld als een bruikbare tool om inzicht te krijgen in de eigen kledingkast.

Verder bleek dat er allerlei tips en informatie uitgewisseld werden waarvan anderen niet op de hoogte waren. Bijvoorbeeld over het aankopen van sportkleding en het voeren van gesprekken over circulaire kledingconsumptie. Opvallend was ook dat circulaire consumptie zich niet beperkte tot circulaire kledingconsumptie, maar dat er een spillover was naar andere gebieden, zoals voeding en spullen in huis. Een overzicht van de informatie die door deelnemers gedeeld is, is te vinden op www.rivm.nl/circulaire-economie.

“Als ik samen met vriendinnen op pad ben ga ik vaak op zoek naar een **tweedehandswinkel** en neem ik ze mee. Ik merk dat zij hier nu meer open voor staan.”

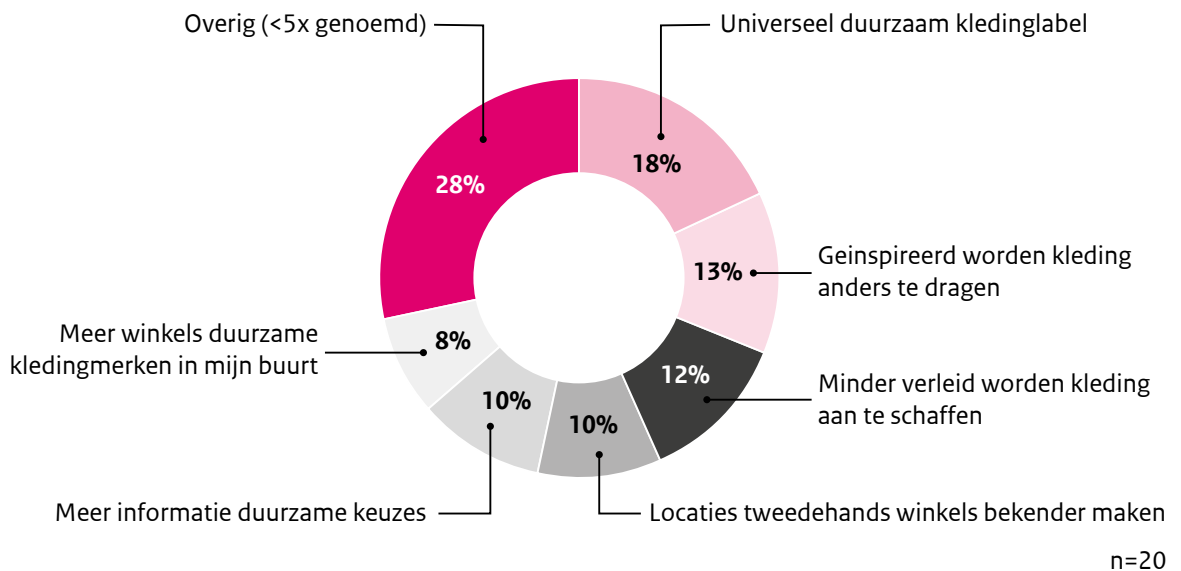
2. Sociale omgeving & lokale gemeenschap

Eén van de deelnemers stelde: *“Soms heb ik wel een opmerking gemaakt naar huisgenoten dat het niet nodig is om nieuwe dingen te kopen, maar dan krijg ik altijd commentaar dat ik zelf toch ook nieuwe dingen koop. Zij zien dan niet dat dat juist heel erg is afgenomen. Met een ander huisgenootje kon ik wel leuk over het onderzoek praten, zij is ook zelf veel meer bezig met duurzame kleding keuze.”* Dit was illustratief voor de mate waarin de sociale omgeving van de deelnemers betrokken is. Dit was heel wisselend. Soms hielp de omgeving, soms was de omgeving moeilijk ‘op te voeden’. De indruk was dat de meeste deelnemers vooral zelf goed bezig wilden zijn. Toch waren er ook verschuivingen in de opvattingen van de sociale omgeving: *“Als ik samen met vriendinnen op pad ben ga ik vaak op zoek naar een tweedehandswinkel en neem ik ze mee. Ik merk dat zij hier nu meer open voor staan.”* Als de sociale omgeving ontvankelijk bleek, werd er redelijk wat gedeeld met de sociale omgeving, zoals het doorsturen van de informatiebundels en het voeren van gesprekken met familie, collega’s en huisgenootjes. Kledingruils werden georganiseerd. Vrienden en moeders werden ingeschakeld voor reparatie. De Kledingketting- tas werd door sommigen gebruikt, repair cafés waren nog niet zo bekend.

3. Circulaire kledingconsumptie makkelijker maken

Ook is in dagboekfase 2 gevraagd welke drie dingen het makkelijker zouden maken voor deelnemers om hun kledingconsumptie meer circulair te maken. In figuur 3 is onder andere af te lezen dat een universeel duurzaam kledinglabel zou kunnen helpen, dat deelnemers graag geïnspireerd zouden worden kleding die ze al hebben anders te dragen en dat ze minder verleid zouden willen worden tot het aanschaffen van nieuwe kleding.

Figuur 3. Wat zou het makkelijker maken om je kledingconsumptie meer circulair te maken?



4. Andere barrières en motivatoren

Een belangrijke barrière voor circulaire kledingconsumptie was tijd: om dingen uit te zoeken, om rustig tweedehands kleding te vinden die passend is. Een tweede aspect was dat voor specifieke kleding, zoals regenkleding, sportkleding en sokken er *niet altijd informatie* over duurzaamheid beschikbaar is. Een barrière was ook dat een deel van de deelnemers kleding leuk vindt en het *aanschaffen ervan een leuke en gezellige activiteit* en besteding van tijd vindt. Als gevolg gaf men aan weerstand te moeten bieden tegen marketing die hen op straat of via de telefoon bereikt. De beschikbaarheid van tijd leek zowel een barrière als een motivator voor circulaire kledingconsumptie. Wat voor de deelnemers over het algemeen motiverend werkte, was *succes bij het opstellen van regels voor het eigen gedrag*. Als deelnemers erin slaagden om zichzelf hieraan te houden, werkte dit zeer motiverend, omdat er bijv. een alternatief is gevonden voor een nieuw aanschaf en de verleiding iets te kopen is weerstaan.

“Ik koop geen nieuwe producten meer zonder **keurmerk**. Bij ieder kledingstuk wat ik koop gaat er een ander de kast uit.”

Resultaten (vragenlijst)

Aan het begin en aan het einde van het project vulden de deelnemers een vragenlijst in, waarbij factoren die invloed hebben op circulair kledinggedrag en gedragingen werden uitgevraagd. Alleen de data van 15 deelnemers die zowel de voormeting als de nameting hebben ingevuld zijn meegenomen in de kwantitatieve analyse. Antwoorden op open vragen (kwalitatieve data) zijn wel van alle deelnemers meegenomen.

Demografische gegevens

De gemiddelde leeftijd van deelnemers van de vragenlijsten was 39 jaar. De jongste deelnemer was 22, de oudste was 72 jaar. Er deden 13 vrouwen en twee mannen mee. Allen waren HBO of universitair opgeleid (of in opleiding).

Gedragsfactoren voor en na

Op basis van literatuur zijn een aantal gedragsfactoren uitgevraagd met stellingen die beantwoord konden worden op een 5-punts schaal (1=zeer oneens, 5=zeer eens). Een voorbeeld van een stelling (over kennis) was: 'Ik ken verschillende manieren om mijn kledingconsumptie te verminderen'. De gemiddeldes van de voor- en nameting werden vergeleken. De grootste toenames waren voor de factoren *Kennis* (3.4 naar 4.8), *Attitude* (belang van verminderen kledingconsumptie; 4.5 naar 4.8) en *Zorgen kledingconsumptie voor milieu/klimaat* (4.6 naar 4.9). De factoren *Sociale norm* (wat doen en vinden anderen), *Waargenomen gedragscontrole* (invloed van eigen gedrag op het systeem), *Zelfeffectiviteit* (in staat zijn het gedrag uit te voeren), *Zorgen over milieu/klimaat* en *Verantwoordelijkheidsgevoel milieu/klimaat* veranderden niet of nauwelijks.

Overwegingen aanschaf

Aan deelnemers is gevraagd om uit een lijst de drie belangrijkste aspecten te kiezen die meespelen bij het aanschaffen van een kledingstuk. Bij de voormeting bestond de top 3 uit: 1. *Design, kleur, pasvorm* (13x), 2. *Duurzaamheid* (9x) en 3. *Materiaal* (8x). Bij de nameting stonden *Design, kleur, pasvorm* en *Duurzaamheid* (10x) op een gedeelde eerste plaats, gevolgd door *Prijs* (7x). *Duurzaamheid* steeg dus ten

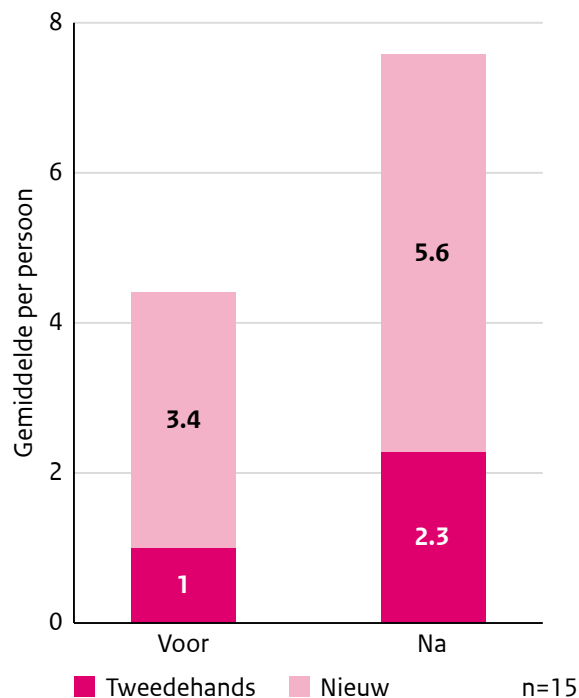
opzichte van de voormeting. Het lijkt er op dat deelnemers dit iets belangrijker zijn gaan vinden. Prijs stond bij de voormeting op plaats 4.

Gedrag voor en na

Aanschaf

Aan deelnemers is gevraagd hoeveel kledingstukken zij de afgelopen 3 maanden hebben aangeschaft, zowel bij de voor- als de nameting. Hieruit blijkt dat deelnemers meer kledingstukken (nieuw+ tweedehands) hebben aangeschaft gedurende het project (aantal kledingstukken: 4.4 naar 7.6). Daarbij werden zowel meer tweedehands kledingstukken (1.0 naar 2.3) aangeschaft als meer nieuwe kledingstukken (3.4 naar 5.6; zie Figuur 1) aangeschaft.

Figuur 4. Aantal totaal aangeschafte kledingstukken



Nieuwe kledingstukken waren vaker van duurzaam materiaal (2.3 naar 3.1). Dat er meer kledingstukken werden aangeschaft, is ook terug te zien in het feit dat mensen meer geld hebben besteed aan kleding (215 euro naar 281 euro).

Gebruiken: wassen

Over de gebruiksfase zijn twee vragen over wassen gesteld, namelijk na hoeveel dagen dragen deelnemers hun broek en shirt in de was gooien. Hierbij werden geen verschillen gevonden tussen beide meetmomenten.

Afdanken

Bij de voormeting werd 14x gekozen voor een duurzame manier van afdanken (bijv. ruilen), en 1x voor een niet-duurzame manier van afdanken (weggooien bij restafval). Bij de nameting werd door alle 15 deelnemers een duurzame manier van afdanken gekozen. Er werd dus niet zo'n groot verschil gevonden, omdat bijna alle deelnemers al een duurzame manier van afdanken gebruikten. Negen deelnemers gaven bij de nameting aan sinds de vorige meting kleding weg te hebben gedaan. Een groot deel van deelnemers heeft dus tijdens het project duurzaam afdankgedrag uitgevoerd.

Meest gekozen manieren van afdanken (zowel voor als na):

1. Weggeven aan iemand anders
2. Doorverkopen aan iemand anders
3. Inleveren bij de kringloop

Evaluatie vragen nameting

Veel deelnemers gaven aan meer kennis te hebben opgedaan over circulaire kledingconsumptie (93%³). Iets meer dan de helft heeft zijn/haar sociale omgeving (familie, vrienden, collega's) betrokken (54%). Ongeveer driekwart gaf aan dat het samenwerken met andere deelnemers hen de motivatie gaf om hun kledingconsumptie meer circulair te maken (67%). Ook gaf driekwart aan dat zij door samen te werken met andere deelnemers, oplossingen zagen voor circulaire kledingconsumptie die eerst niet mogelijk leken (67%). Alle deelnemers hebben de intentie om na het project door te gaan met het meer circulair maken van hun kledingconsumptie (100%).

Het project als geheel werd door deelnemers beoordeeld met een 7.9, het contact met de onderzoekers met een 8.0, de interactie met mededeelnemers met 6.1. Bij dit laatste werd aangegeven dat er meer tijd had mogen zijn voor een betere kennismaking om de samenwerking te vergemakkelijken.

³ Percentage deelnemers dat antwoordde met 'eens' of 'helemaal mee eens'.

Conclusie

In deze afsluitende en concluderende paragraaf worden eerst een paar opvallende bevindingen beschreven. Vervolgens wordt de onderzoeksvraag beantwoord.

Kennis

In dit project is er heel veel informatie bijeengebracht over circulaire kledingconsumptie. Deze is nog niet eenvoudig door consumenten te vinden. Dit is een aandachtspunt voor het overheidsbeleid. De afwegingen of kleding inderdaad duurzaam is, zijn lastig te maken door de deelnemers, omdat er met veel factoren rekening moet worden gehouden. Na dit participatieve onderzoek geven deelnemers duidelijk aan beter te weten hoe ze hun kledingconsumptie meer circulair kunnen maken.

Minder kopen

Hoewel het ervaren belang van consuminderen duidelijk is toegenomen, werden meer kledingstukken aangeschaft. Zo werd er bijvoorbeeld meer tweedehands kleding aangeschaft. Dit kan een effect zijn van 'experimenteren' in combinatie met het moeilijk vinden om weerstand te bieden tegen verleiding om items aan te schaffen. Dit is een belangrijke bevinding voor toekomstige interventies, waarbij 'niets doen' (consuminderen) de uitkomst is die het meest effect heeft op circulariteit.

Langer gebruiken en afdanken

Het kopen en verkopen van tweedehandskleding (bijv. via Vinted) wordt door deelnemers veel gedaan, alhoewel wordt erkend dat hier ook nadelen aan kunnen zitten (bijv. wat betreft consuminderen of CO₂-uitstoot door transport). Andere belangrijke manieren om kleding langer in de gebruiksfase te houden zijn repareren en het beter gebruik van kleding die men al in de kast heeft, we zien hier een duidelijke stijging in bij deelnemers gedurende het project. Ook danken deelnemers kleding duurzaam af tijdens het project (bijv. via de textielcontainer of kringloop).

Representativiteit en deelname van de groep

De deelnemers zijn niet representatief voor de Nederlandse maatschappij; het zijn voorlopers. De mate waarin makkelijk met anderen buiten het project over circulaire kledingconsumptie gepraat kan worden, hangt af van hoe 'open' de omgeving hiervoor staat. Van de deelnemers was een groot deel echt actief. Ter hoogte van Ecofashiolab 3 nam de participatiegraad af. Dit kwam wellicht doordat er veel verschillende taken van deelnemers over de tijd werd gevraagd en deelnemers al 'vol' zaten met informatie.

Onderzoeksvraag

De onderzoeksvraag van dit participatieve onderzoek was: 'In welke mate is het betrekken van burgers door het bieden van een systeemperspectief door middel van informatie en sociale interactie, zoals dit aan de productiezijde van CE succesvol wordt ingezet om productieprocessen meer circulair te maken, ook bruikbaar als interventie om circulaire kledingconsumptie te stimuleren en welke inzichten levert dit op?'

Uit de uitkomsten blijkt, dat de aanpak extra kennis oplevert, motiverend werkt, ertoe leidt dat mensen hun omgeving betrekken en zich op sommige gebieden meer circulair zijn gaan gedragen (bijvoorbeeld wel in de gebruiksfase, maar niet zozeer in de aanschafffase). Ook hebben deelnemers de intentie om door te gaan met het meer circulair maken van kledingconsumptie na het project. Deelnemers geven aan dat de digitale informatiebundels makkelijk gedeeld kunnen worden. Ook zijn ze enthousiast over de werkwijze van het project en beoordelen het positief. Alles bij elkaar lijkt een systeembenadering aan de consumentenzijde daarom zeker bruikbaar.

Een quote van een deelnemer uit het dagboekonderzoek biedt hier een mooie illustratie bij: *"(...) ik merk al wel meer bewustwording dan daarvoor. Wel heb ik voor een vakantie een dagrugzakje nodig (wat ik verder in het jaar weinig nodig zal hebben) en bedacht ik me ineens dat ik het gemakkelijk van iemand kon lenen. Ik hoop qua gebruiksvoorwerpen ook te automatiseren om eerst te kijken of het ergens te leen is, voordat ik het zomaar*

aanschaf. Mooie bijkomstigheid van dit onderzoek is denk ik meer bewustwording. En ook onderbouwingen om met vrienden te delen die hier geïnteresseerd in zijn. Dankjewel!”

Dankwoord

De auteurs bedanken alle deelnemers van het project, Dewi du Long (Milieu Centraal), Lowik Pieters (RIVM), Liesbeth Claassen (RIVM), Carlijn Kappers (HvA), Paulien Kreutzer (STBY) en Geke van Dijk (STBY).

“Mooie bijeenkomstigheid van dit onderzoek is denk ik **meer bewustwording.** En ook onderbouwingen om met vrienden te delen die hier geïnteresseerd in zijn.”

Bronnenlijst

- Abrahamse, W., Steg, L., Vlek, C. & T. Rothengather (2005). A review of intervention studies aimed at household energy conservation. *Journal of Environmental Psychology*, 25, pp. 273-291.
- Harland, P., & Staats, H. (1997). Effectiveness of the EcoTeam Program in the Netherlands: A long term view. *Leiden University-Centre for Energy and Environmental Research-Department of Social and Organizational Psychology*.
- Infographic circulair textiel, geraadpleegd op 15 juni 2023, via <https://open.overheid.nl/documenten/ronl-1b28e7af-503a-4754-a21a-eb1f53c6e66c/pdf>.
- Ostrom, Elinor (1990). *Governing the Commons: The Evolution of Institutions for Collective Action*. Cambridge, UK: Cambridge University Press. ISBN 0-521-40599-8.
- PBL (2019). *Achtergrondrapport bij circulaire economie in kaart*. Den Haag.
- Staats, H., Harland, P. & H.A.M. Wilke (2004). Effecting durable change. A team approach to improve environmental behavior in the household. *Environment & Behavior* 36 (3), pp. 341-367.
- STBY (2007). *Innovatiepilot beleving voedingsadviezen*. Amsterdam.
- Van Bruggen, A., Von den Benken, M. & R. Van Zelm (2023). *Circulaire oplossingen afwegen doe het samen*. *Tijdschrift Milieu* (1), pp. 42-45.

Auteurs

Jeroen Devilee en Rosanne Fikke

Dit onderzoek is uitgevoerd in opdracht van het RIVM.

Contactgegevens

jeroen.devilee@rivm.nl

rosanne.fikke@rivm.nl

Dit is een uitgave van:

**Rijksinstituut voor Volksgezondheid
en Milieu**

Postbus 1 | 3720 BA Bilthoven
www.rivm.nl

juli 2023

De zorg voor morgen
begint vandaag