

Anders consumeren om klimaatdoelen te halen – een verkenning van manieren om het systeem te veranderen en hoe iedereen daaraan kan bijdragen

Door: Geerte Paradies & Ruud van den Brink, februari 2023

Samenvatting

Anders consumeren is een van de puzzelstukken om de klimaatdoelstellingen te halen, maar het is makkelijker gezegd dan gedaan. In dit paper zoeken we op basis van recente literatuur uit waarom consumptieverandering en -vermindering zo moeilijk is en verkennen we mogelijkheden om het makkelijker te maken. We hebben op basis van onze kennis van gedrag en van systeemdynamica een viertal manieren geïdentificeerd die kunnen helpen op weg naar een duurzamer systeem van consumptie. We onderzoeken wie wat kan doen en verkennen de rol van het individu bij consumptieverandering en -vermindering: die gaat veel verder dan die van consument. Hiermee geven we handen en voeten aan de abstracte notie dat er 'systeemverandering' nodig is.

Deze verkenning is bedoeld als startpunt voor ons onderzoek op het gebied van anders consumeren in de komende jaren. Het is bedoeld om in gesprek te gaan met overheden, bedrijven, onderzoeksinstituten, ngo's, media en via media het algemeen publiek.

Consumptieverandering naast technologische oplossingen

Nieuwe technologie voor energieopwekking en voor een grotere energie-efficiëntie zijn een onmisbaar deel van de oplossing. Maar om de klimaatdoelen te halen en om andere maatschappelijke uitdagingen het hoofd te bieden is meer nodig, omdat:

- energie-efficiëntieverbetering niet per se leidt tot een evenredig lager energiegebruik. Automotoren zijn bijvoorbeeld veel zuiniger geworden, maar doordat er meer en grotere auto's gekomen zijn is het brandstofverbruik toegenomen;
- zelfs zonder CO₂-emissies het energiesysteem een groot beslag legt op ruimte en grondstoffen en afval produceert;
- voor een aantal zeer CO₂-intensieve diensten en producten, zoals de lucht- en scheepvaart, er nog geen technische oplossingen voorhanden zijn die op de benodigde termijn geïmplementeerd kunnen worden;

Anders en minder consumeren

Als we spreken over anders consumeren, bedoelen we het verminderen van het energieverbruik en CO₂-uitstoot door het verlagen van de vraag naar energie- en CO₂-intensieve producten en diensten. Er zijn drie vormen van anders consumeren:

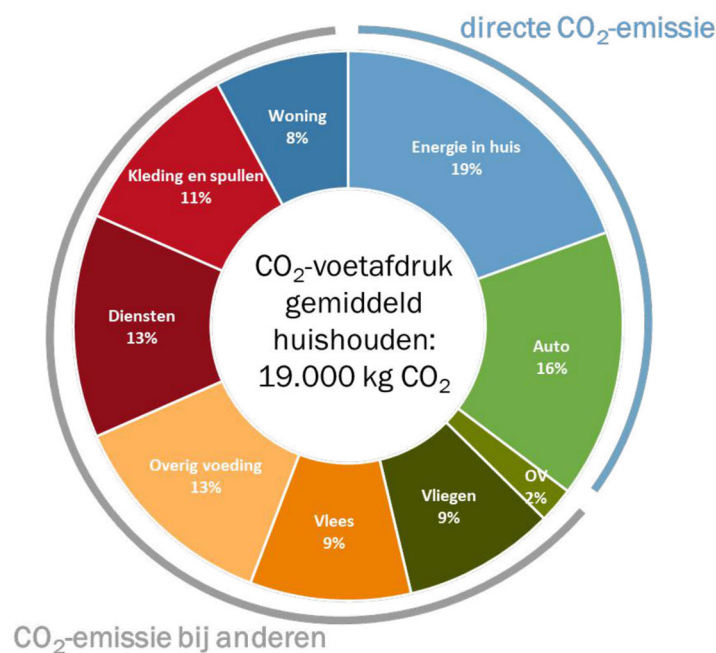
- Efficiënter: Een dienst of product vervangen door een CO₂-armer alternatief. Bijvoorbeeld een elektrische auto in plaats van een benzineauto.
- Anders: De behoefte aan een dienst of product invullen op een andere, duurzamere manier. Bijvoorbeeld op vakantie met de trein in plaats van het vliegtuig.
- Minder: Minder afnemen van een product of dienst. Bijvoorbeeld de thermostaat een graadje lager zetten.

In dit paper richten we ons op 'anders' en 'minder'. Op het gebied van efficiëntie worden al veel stappen gezet door onder andere Europese regelgeving, denk aan standaarden voor elektrische apparaten en de CO₂-emissie van auto's. Voor anders en minder consumeren is nog veel minder aandacht.

Anders en minder consumeren zijn soms moeilijk van elkaar te onderscheiden en liggen vaak in elkaars verlengde. Het is bijvoorbeeld wel mogelijk om een vlucht naar Parijs te vervangen door een treinreis, maar een vlucht naar Noord Amerika niet. Bij het eerste gaat het om anders reizen. Bij het tweede gaat het om minder reizen. De vlucht naar Noord Amerika kan als het zakelijk is echter ook gaan over anders werken: online in plaats van fysiek vergaderen. Een ander voorbeeld: als je minder vlees gaat eten, komt er iets anders voor in de plaats: plantaardige eiwitten. Sommige veranderingen zullen als anders worden ervaren, terwijl sommige veranderingen als minder zullen worden ervaren, als verlies.

Anders consumeren draagt bij aan het beperken van CO₂-uitstoot

De CO₂-voetafdruk van de gemiddelde Nederlander is hoog vergeleken met andere landen en daalt te langzaam om de klimaatdoelstellingen te halen. De meeste CO₂-uitstoot is direct (auto, cv-ketel) of indirect (productie van goederen, levering van diensten) naar het individu te herleiden. Consumptieverandering is, naast de eerder genoemde efficiëntieverbetering, een optie met een groot potentieel om klimaatverandering te beperken: volgens het IPCC kan het helpen de broeikasgasemissies met 40 tot 70% te verminderen. Daarnaast kan anders consumeren zorgen voor minder import wat de afhankelijkheid van Nederland van het buitenland helpt verkleinen.



Figuur 1. CO₂-emissies van een gemiddeld huishouden van 2,2 personen. Bron: (Centraal, 2022)

Om anders te gaan consumeren is iedereen aan zet in verschillende rollen

De verantwoordelijkheid om consumptie te verlagen wordt vaak bij de consument neergelegd. Het gedrag van consumenten wordt echter sterk beïnvloed door de fysieke (infrastructuur), economische (belastingstructuur) en sociale (normen, gedrag van anderen) omgeving. Daarom moeten ook bedrijven een belangrijke rol spelen. Zij kunnen door nieuwe bedrijfsmodellen, die er bijvoorbeeld op gericht zijn dat producten langer mee gaan, bijdragen aan het verminderen van consumptie. Verder speelt de overheid via beleid en wetgeving een cruciale rol: bijvoorbeeld via belastingen kunnen kan overheid de consumptie van bepaalde producten beïnvloeden en nieuwe bedrijfsmodellen mogelijk maken. Dit betekent echter niet dat het individu geen belangrijke rol speelt: naast consumenten zijn individuen ook kiesgerechtigden, inwoners, werknemers en ondernemers. Een individu kan in al die rollen invloed uitoefenen op het veranderen van consumptie.

Anders consumeren is moeilijk door fysieke, psychologische en maatschappelijke barrières

Tot nu toe is door de overheid beperkt geprobeerd om de consumptie van klimaatbelastende producten en diensten te verminderen of te veranderen, meestal via voorlichtingscampagnes (bijv. iedereen doet wat) of een belasting (bijv. een vliegtaks). Het beperken van consumptie blijkt in de praktijk lastig en dat heeft meerdere oorzaken. Groei van productie en consumptie wordt gezien als een belangrijke indicator voor de gezondheid van de economie. Dit maakt het lastig om het over het verminderen van consumptie te hebben. Onze fysieke en sociale omgeving nodigen niet uit tot duurzaam gedrag: met de auto bereik je je doel vaak sneller dan met het ov bijvoorbeeld, en het is gebruikelijk om een auto te hebben: 75% van de huishoudens heeft een of meerder auto's. Ook voelt iets kopen vaak – althans voor korte tijd – prettig aan en voelt het beperken van consumptie als een verlies. We kopen omdat we er graag bij willen horen of status willen uiten. Daarnaast 'compenseren' mensen duurzaam gedrag op het ene gebied soms met niet-duurzaam gedrag op een ander gebied.

Om de barrières voor verandering van consumptie weg te nemen zijn systeemveranderingen nodig

Versillende onderzoekers wijzen erop dat het potentieel van het inzetten op systeemveranderingen nog onvoldoende benut is om de klimaatproblematiek aan te pakken. Met het systeem bedoelen we het geheel van actoren, afhankelijkheden en afspraken in de maatschappij: zoals het politiek-economische systeem. Het gaat om een systeemverandering naar een klimaatneutrale maatschappij dat onder andere een ander consumptiepatroon mogelijk maakt. Om te zorgen dat de sociale en fysieke omgeving veel meer uitnodigt tot anders consumeren zijn systeemveranderingen nodig. Zodat we minder afhankelijk zijn van de morele motivatie van mensen en we met het besteden van onze euro's niet automatisch (veel) CO₂ uitstoten. Waardoor we de transitie naar anders consumeren niet puur als verlies zien, maar als een kans om de Nederlandse economie duurzaam te laten floreren.

Systeemverandering vindt plaats via aangrijpingspunten die helpen een omslagpunt te bereiken

Systeemveranderingen vinden vaak plaats door in te zetten op aangrijpingspunten tot een omslagpunt (*tipping point*) bereikt wordt. Wanneer dit punt bereikt wordt treedt er een domino-effect op waardoor verandering zichzelf in stand houdt. Meer specifiek zijn *Social tipping points* omslagpunten in sociale normen, waarden en/of gedrag waarbij zichzelf versterkende positieve spiralen in werking worden gezet en een grote en blijvende systeemverandering op gang wordt gebracht. Een voorbeeld van een *social tipping point* is het punt waarop vleesvervangers de norm worden en vlees eten niet meer, wat het verminderen van vleesconsumptie (door een verandering in consumptiepatroon) kan versnellen.

Systeemverandering wordt bemoeilijkt door tegenwerkende krachten

Uit de systeemdynamica is bekend dat er allerlei mechanismen zijn die helpen om bestaande systemen in stand te houden en verandering moeilijker maken. Stakeholders die belangen hebben bij de huidige systemen zullen bijvoorbeeld moeite doen om die in stand te houden en hun belangen veilig te stellen. Denk hierbij bijvoorbeeld aan de belangenbehartiging vanuit bestaande marktpartijen of aan reclame. Voor het veranderen van het systeem is het de kunst om dit soort effecten te identificeren en beleid te ontwikkelen om deze effecten te verminderen, zodat barrières voor verandering voor zoveel mogelijk partijen worden weggenomen.

Systeemverandering is mensenwerk

Dat er systeemverandering nodig is om tot consumptievermindering te komen klinkt abstract, maar vast staat dat er altijd mensen bij betrokken zullen zijn. Mensen hebben veel verschillende rollen. Iedere Nederlander is consument en burger: via verkiezingen of via burgerparticipatie heeft iedere burger invloed. Ook kan iedereen invloed uitoefenen door zijn of haar mening te laten horen op sociale media of door deel te nemen aan protesten en demonstraties. Veel mensen kunnen ook via hun werk een rol spelen, bijvoorbeeld als onderzoeker, medewerker van een (media)bedrijf of een ngo. Een aparte categorie vormen politici en beleidsmakers: via beleid kunnen ze het gedrag van grote groepen mensen beïnvloeden. Naast hun rol verschillen mensen in de aandacht die zij kunnen genereren door hun status of vermogen en daarmee in de invloed die zij kunnen hebben op anderen.

Vier aangrijpingspunten voor systeemveranderingen die anders consumeren mogelijk kunnen maken

Op basis van wetenschappelijke literatuur verkennen we vier aangrijpingspunten in oplopende volgorde van de mate waarin ze domino-effecten (veranderingen) in gang zetten:

- 1) Voorbeeldgedrag: het creëren van een duurzame sociale omgeving en een markt,
- 2) Beprijzing: het invoeren van een progressieve CO₂-belasting,
- 3) Burgerparticipatie: burgers, toekomstige generaties en de natuur een stem geven,
- 4) Paradigmaverandering: bijdragen aan een paradigmaverandering, aan hoe we denken en praten over consumptie.

Alle aangrijpingspunten, zowel kleine als grote, kunnen leiden tot (systeem)veranderingen die duurzaam gedrag makkelijker maken. Inzetten op kleine aangrijpingspunten, zoals voorbeeldgedrag, zijn eenvoudiger te realiseren door een individu, maar hebben minder effect op verandering van het systeem. Grotere aangrijpingspunten, zoals een paradigmaverandering, zijn moeilijker te realiseren, maar als die eenmaal in gang gezet zijn, hebben ze een groter effect op verandering van het systeem. Kleine aangrijpingspunten kunnen ook bijdragen aan grotere aangrijpingspunten: voorbeeldgedrag kan bijvoorbeeld ook invloed hebben op paradigmaverandering. Ieder aangrijpingspunt heeft zijn beperkingen waardoor op meerdere plekken veranderingen nodig zijn. In Tabel 1 staat voor elk aangrijpingspunt hoe het bijdraagt aan systeemverandering en wat eventuele beperkingen zijn: zaken waardoor het effect op het systeem kleiner kan zijn dan gehoopt. Ook mogelijke tegenwerkende krachten die de systeemverandering kunnen tegenhouden, worden genoemd.

Tabel 1. Samenvatting van de vier te verkennen aangrijpingspunten en hun mogelijke beperkingen en tegenwerkende krachten.

	Hoe werkt het? Hoe leidt dit tot verandering?	Wat zijn mogelijke beperkingen?	Wat zijn mogelijke tegenwerkende krachten?
1. Voorbeeldgedrag	Als mensen anders en minder gaan consumeren en dat laten zien, zullen grotere groepen individuen dat ook gaan doen. Zo komt een positieve spiraal op gang. Ook de markt zal reageren en het aanbod van duurzame diensten zal groeien, waardoor minder consumeren eenvoudiger wordt.	<ul style="list-style-type: none"> • Iets niet of minder doen is vaak lastig zichtbaar te maken. • Groepen in de samenleving staan minder met elkaar in contact wat het op gang komen van de positieve spiraal moeilijker maakt. • Geld dat mensen besparen door minder te consumeren, geven ze uit aan andere mogelijk niet-duurzame producten of diensten (rebound effect). 	Mensen worden veel aan reclame blootgesteld die juist gericht is op meer consumeren. Onder andere hierdoor is het voor mensen moeilijk om als een van de eerste minder te gaan consumeren. Naast voorbeeldgedrag zijn ook de andere aangrijpingspunten (2 t/m 4) nodig om anders en minder consumeren makkelijker maken.
2. Beprijzing	Met een progressieve CO ₂ -belasting op energie, producten en diensten kan de consumptie worden veranderd, worden mensen die via hun levensstijl meer CO ₂ -uitstoten ook zwaarder belast en kunnen financieel minder draagkrachtigen worden ontzien. Naarmate mensen meer consumeren betalen ze meer belasting.	<ul style="list-style-type: none"> • Beprijzen leidt niet bij alle producten en diensten echt tot minder consumptie, bijvoorbeeld wanneer er geen alternatief is. De stijgende kosten kunnen voor financieel minder draagkrachtigen alsnog problematisch worden. • De praktische uitvoerbaarheid van een progressieve belasting op vervuilende producten en diensten is een uitdaging omdat het lastig is de consumptie van alle producten en diensten bij te houden. 	CO ₂ -heffingen zijn gevoelig voor maatschappelijke en politieke druk: er kunnen redenen zijn om de prijs laag te houden.
3. Burgerparticipatie	Door burgers meer te betrekken bij klimaatbeleid en door ook jongeren, toekomstige generaties en de natuur een stem te geven, kunnen ambitieuzere maatregelen mogelijk worden.	Het betrekken van burgers en rekening houden met natuur en toekomstige generaties kost tijd en kan vertragend werken.	Burgerberaden willen een mate van invloed, maar dat botst soms met de representatieve politiek. Ook de belangenbehartiging van o.a. huidige marktpartijen kan invloed proberen uit te oefenen op burgerberaden.

4. Paradigma- verandering	De verandering naar een nieuwe manier van kijken naar de economie en de rol van consumptie zorgt voor fysieke en sociale omstandigheden die het mogelijk maken voor individuen om minder te consumeren.	Alternatieven voor het huidige politiek-economische paradigma, waarin groei van productie centraal staat, zijn nog onvoldoende uitgewerkt. Dit maakt het moeilijker het huidige paradigma, dat sterk in de maatschappij is verankerd, te veranderen.	Partijen die belang hebben bij het huidige politiek-economisch paradigma hebben vaak middelen om het systeem in stand te houden.
--------------------------------------	---	--	--

Op basis van literatuur op het gebied van consumptievermindering, gedragsverandering en systeemverandering hebben we een synthese gemaakt en die vertaald in acties. In Tabel 2 staan voor ieder aangrijpingspunt concrete acties die vanuit verschillende rollen genomen kunnen worden.

Tabel 2. Wat kan iedereen in verschillende rollen bijdragen aan de vier aangrijpingspunten voor systeemverandering?

	Wat kan je als consument/burger doen?	Wat kan je als professional (onderzoeker, ondernemer, werknemer, media) doen?	Wat kunnen beleidsmakers doen?
1. Voorbeeldgedrag	Door te laten zien dat je anders en minder consumeert en dit bijvoorbeeld te delen met vrienden en familie kun je een norm beïnvloeden. Opzoeken van gelijkgestemden. Het laten repareren van kapotte spullen en in de winkel vragen om duurzame alternatieven. Het oprichten van consumentencollectieven.	Kennis en bewustwording leveren over de bijdrage van consumptie van producten en diensten aan CO ₂ -emissies en hoe verschillende groepen in de maatschappij kunnen bijdragen aan anders consumeren. Nieuwe, duurzame producten en diensten voor je bedrijf of organisatie ontwikkelen.	Beleid ontwikkelen voor specifieke groepen in de samenleving, zoals early adopters en grootverbruikers, beleid om het duurzame gedrag te verspreiden naar andere groepen in de samenleving. Het onderzoeken van effecten en mogelijkheden van beperking van reclame voor vervuilende producten.
2. Beprijzing	Je een mening vormen over verschillende varianten van CO ₂ -beprijzing en er met anderen over praten.	Een effectief systeem van CO ₂ -beprijzing onderzoeken met voldoende prikkels om hogere inkomensgroepen te bereiken en lagere inkomensgroepen te ontzien. Toegepast onderzoek naar praktische aspecten van CO ₂ -beprijzing.	Het (laten) onderzoeken hoe een haalbaar, werkbaar en maatschappelijk acceptabel systeem van CO ₂ -belasting of alternatieven zoals een CO ₂ -handelssysteem voor huishoudens eruit zou kunnen zien.
3. Burgerparticipatie	Deelnemen aan burgerparticipatie-activiteiten, actief worden in een politieke partij of een maatschappelijk organisatie.	Innovatieve methoden ontwikkelen om toekomstige generaties een stem te geven. Informatievoorziening aan deelnemers aan participatie-activiteiten, zodat ze hun rol goed kunnen spelen.	Het versterken van het beleid op het gebied van burgerparticipatie en het verkennen van verschillende vormen van burgerparticipatie.

4. Paradigma- verandering	Bewustwording dat er verschillende manieren zijn om naar het politiek-economisch systeem te kijken en dat deze paradigma's je mening over bijvoorbeeld politiek, beleid, en wat belangrijk is in het leven beïnvloeden.	Onderzoeken van de gevolgen van nieuwe economische modellen op de maatschappij en de CO ₂ -emissies, en manieren om bij te dragen aan paradigmaverandering.	Het integraal bekijken van maatschappelijke problemen vanuit verschillende invalshoeken. Het meten van nieuwe parameters, zoals indicatoren voor brede welvaart, en die gebruiken om beleid te sturen.
------------------------------	---	--	--

Hoofdboodschappen:

- Voor een andere manier van consumeren is een systeemverandering nodig. Veel kleine stappen maken systeemveranderingen mogelijk.
- Individuen kunnen op veel verschillende manieren en in verschillende rollen bijdragen aan de verandering naar een systeem met minder consumptie. Dat is soms oncomfortabel en moeilijk, maar elke bijdrage van iedereen helpt en kan bovendien anderen bewust maken dat ze ook een stap kunnen zetten.