

Sociale normen bepalend voor energiebewust gedrag

door Liliane Belt

Of mensen milieubewuste en energiezuinige keuzes maken, wordt voor een belangrijk deel bepaald door wat er beschikbaar is. Maar al zijn er voldoende mogelijkheden, dan benutten mensen die toch niet automatisch. Hoe krijg je mensen zover dat ze dat wel doen? Dat ze kiezen voor duurzame energie en bereid zijn te investeren in duurzame alternatieven? Dat ze hun gedrag veranderen? “Op al die gebieden kun je ingrijpen, maar daarvoor heb je wel inzicht nodig in wat mensen beweegt.” Aldus Linda Steg, hoogleraar omgevingspsychologie aan de Rijksuniversiteit Groningen.

Steg bestudeert de interactie tussen mensen en de natuurlijke en gebouwde omgeving. Haar focus ligt daarbij vooral op duurzaamheidsvraagstukken, zoals energiegebruik en mobiliteit. Menselijk gedrag wordt volgens Steg bepaald door het doel dat mensen nastreven. Ze onderscheidt drie doelen: het winstdoel, waarbij mensen hun keuzes baseren op kosten-batenafwegingen, het hedonistische doel, waarbij mensen gericht zijn op comfort en plezier, en het normatieve doel, waarbij mensen gericht zijn op het vertonen van gewenst gedrag door zich aan de regels en normen van hun sociale omgeving te houden.

Normatieve overwegingen

“Wanneer we milieugedrag van mensen willen beïnvloeden, moeten we ook en vooral inspelen op de normatieve doelen. Wanneer je je richt op het hedonistische doel kun je zeker wel een gedragsverandering teweegbrengen, maar die is meestal niet blijvend: mensen vallen terug in hun oude gedrag zodra ze geen plezier meer hebben in het nieuwe gedrag.” Hetzelfde geldt in feite voor het winstdoel: een financiële prikkel

werkt zolang de prikkel er is. Als voorbeeld noemt Steg een onderzoek waarbij jonge bestuurders korting kregen op hun autoverzekeringspremie als ze veiliger gingen rijden. Na het wegvallen van de korting bleken de deelnemers zich niet beter te gedragen dan andere bestuurders.

Een financiële prikkel kan ook een averechts effect hebben. Ook hiervan heeft Steg een mooi voorbeeld: in Zwitserland werd eens besloten om bloeddonoren een financiële tegemoetkoming te geven om zo meer donoren te werven. “Dat pakte anders uit dan verwacht: de kwaliteit van het gedoneerde bloed ging omlaag, doordat mensen bloed gingen doneren om een zakcentje te verdienen. Ook bleek dat donoren die voor invoering van de vergoeding bloed gaven omdat ze iets goeds wilden doen, nu een kosten-batenafweging gingen maken en tot de conclusie kwamen dat ze het ‘voor zo’n schijntje’ niet meer wilden doen.” En daar stuiten we op een andere zwakte bij de benadering vanuit economische motieven: financiële prikkels zijn pas effectief als de winst groot genoeg is.

