

GEDRAGSAANPAK

FINANCIËLE PRIKKELS

VOOR

KLIMAATADAPTIEVE MAATREGELEN



Inspire to act
Voor het effectief veranderen van gedrag

Behavioural Insights Nederland

- Dr. Eva van den Broek
- Dr. Job Harms
- Freek Smit

Inspire to Act

- Dr. Karin Bongers

Dit rapport bevat het verslag van het project *Financiële prikkels voor klimaatadaptatie: Vergroten effectiviteit d.m.v. inzichten uit gedragsonderzoek*, dat is uitgevoerd in 2019-2020 in opdracht van het ministerie van Infrastructuur en Waterstaat.

Het rapport bestaat uit separate, zelfstandig leesbare hoofdstukken. De hoofdstukken zijn niet volgtijdig en kunnen in elke volgorde gelezen worden.

- Hoofdstuk 1 beschrijft de gedragsanalyse; hierbij een theoretisch kader, een overzicht van de uitvoering en de resultaten. Ook geven we een beschouwing en tips voor hergebruik van de vragenlijst.
- Hoofdstuk 2 beschrijft de gedragstool. Deze tool is ontwikkeld voor gemeentes die inspiratie willen opdoen om financiële prikkels voor klimaatadaptatie effectiever in te zetten met gedragsinzichten.
- Hoofdstuk 3 beschrijft de theoretische achtergrond van de twee gedragsexperimenten in Son & Breugel en Rucphen.
- Hoofdstuk 4 beschrijft het gedragsexperiment in gemeente Son en Breugel; we beschrijven de achtergrond, de interventie, de opzet van het experiment en de resultaten en conclusies.
- Hoofdstuk 5 beschrijft het gedragsexperiment in gemeente Rucphen; ook hier beschrijven we de achtergrond, de interventie, de opzet van het experiment en de resultaten en conclusie.
- Hoofdstuk 6 bevat de algemene conclusies en aanbevelingen.

Introductie	5
1. Gedragsanalyse	6
Doel	6
Methode en achtergrond.....	6
Methodologie.....	8
Resultaten.....	8
Beschouwing gedragsanalyse	10
Ons water Leefstijlvinder	11
Keuzes voor gedragsexperiment in Ruchphen	12
Tips bij hergebruik vragenlijst	12
2. Gedragstool.....	14
Doel van de gedragstool	14
Ontwikkeling van de gedragstool	14
Korte beschrijving.....	15
Leerpunten.....	16
3. Gedragsexperimenten	18
Doel en onderzoeksvragen.....	18
4. Gedragsexperiment 1: Son & Breugel	21
Doel en onderzoeksvraag.....	21
Achtergrond	21
Interventie	22
opzet van het experiment.....	24
TIJDSLIJN.....	25
Resultaten.....	25
5. Gedragsexperiment 2: Rucphen	28
Doel en onderzoeksvraag.....	28
Achtergrond	28
Interventie	28
Opzet van het experiment	29
Tijdslijn.....	30
Resultaten.....	31
6. Algemene conclusie en aanbevelingen	33

Gedraganalyse	33
Gedragsexperiment Son en Breugel	33
Gedragsexperiment Rucphen.....	33
Leerpunten.....	34
Advies voor uitrol in andere gemeentes	34
Bijlages.....	35
A. Referenties.....	36
B. Vragenlijst Gedraganalyse	37
C. Monitoringsplan	44

INTRODUCTIE

De helft van de oppervlakte van steden en dorpen in Nederland bestaat uit privaat terrein. Een groot deel daarvan is versteend: van de 5 miljoen huishoudens met een tuin is 80% van de tuin geheel of gedeeltelijk versteend (“grijs”). Het vergroenen van die oppervlakte kan bijdragen aan het verminderen van hittestress en wateroverlast en droogte. De urgentie voor klimaatadaptieve tuinen neemt toe om twee redenen: door toenemende kans op extreem weer (extreme regenval, droogte en/of hitte) en doordat er een trend is in de richting van het vergrijzen van tuinen¹.

Een manier om inwoners aan te zetten tot het vergroenen van hun privégrond is door middel van financiële prikkels. Daarbij kan gedacht worden aan belastingkortingen, subsidies en acties. In het kader van het Deltaprogramma Ruimtelijke adaptatie (DPRA) zijn er vier pilot-gemeenten geselecteerd waarin het ministerie van Infrastructuur en Waterstaat samen met andere overheden in het DPRA een effectiviteitsmeting (geen evaluatie) willen laten uitvoeren van de financiële prikkels die daar zijn ingezet. In 2019 heeft het ministerie de Alliantie Financiële Prikkels voor Klimaatadaptatie opgericht, waarbinnen gemeentes, provincies en waterschappen kunnen leren van de pilots waarin geëxperimenteerd wordt met financiële prikkels. De uitvraag van het onderzoek is geformuleerd door het ministerie samen met de pilotgemeentes (Son en Breugel en Rucphen) en het daarbij betrokken waterschap (de Dommel). Het ministerie van IenW is opdrachtgever van het onderzoek. Doel van het project is om

- I. meer inzicht te verkrijgen in de effectiviteit van de financiële prikkels om burgers aan te zetten tot het nemen van klimaatadaptieve maatregelen;
- II. te verkennen hoe inzichten uit gedragsonderzoek daaraan kunnen bijdragen.

Daartoe is een gedragsonderzoek gedaan om motieven en barrières in kaart te brengen; in twee van de vier pilot-gemeenten is een experiment uitgevoerd rondom de bestaande financiële prikkels; en er is een gedragsspel ontworpen waarmee pilotgemeenten betere aanvragen kunnen formuleren voor gedragsonderzoek.

Dit project is zo opgezet dat de resultaten (vragenlijsten, monitoringsplannen en analyseplannen) zoveel mogelijk herbruikbaar zijn voor anderen gemeenten die op dit domein ambities hebben. Het is uitgevoerd in nauwe samenwerking met de betrokken gemeentes, opdat de kennis aansluit bij de praktijk en ook lokaal verankerd wordt.

¹ Kullberg, 2016

1. GEDRAGSANALYSE

DOEL

Er is een gedragsanalyse uitgevoerd om inzicht te krijgen in de belangrijkste gedragsdeterminanten² voor het overwegen of treffen van klimaatadaptieve maatregelen. Daarnaast was het doel om de ervaringen met financiële prikkels ter stimulering van klimaatadaptief handelen en de communicatie hieromtrent in de eigen gemeente in kaart te brengen.

METHODE EN ACHTERGROND

Om meer inzicht te krijgen in de belangrijkste gedragsdeterminanten voor klimaat adaptief handelen, is literatuuronderzoek gedaan. Vervolgens is in gemeente Rucphen middels een vragenlijst onderzocht in hoeverre deze gedragsdeterminanten daadwerkelijk een rol spelen in de Rucphense praktijk³.

LITERATUURONDERZOEK

Een recente meta-analyse laat zien dat de volgende factoren sterke voorspellers zijn voor (de intentie tot) klimaat adaptief handelen⁴:

- *Self-efficacy*: dit gaat over de mate waarin mensen veronderstellen zelf in staat te zijn het gedrag uit te voeren (bv. zelf kunnen aanbrengen van infiltratiekratten).
- *Outcome efficacy*: gaat over de mate waarin mensen denken dat aanpassingen in hun gedrag hen ook daadwerkelijk zullen beschermen tegen nadelige effecten van klimaatverandering (bv. aanbrengen infiltratiekratten zorgt voor minder wateroverlast).
- *Negatief affect*: als mensen een negatief gevoel ervaren, zijn zij geneigd te handelen om van dit negatieve gevoel af te komen (bv. mensen maken zich zorgen over wateroverlast).
- *Descriptieve norm*: gaat over de mate waarin mensen denken dat andere mensen gedrag vertonen. Als mensen denken dat anderen klimaatadaptief handelen, is de kans dat ze dit zelf ook gaan doen een stuk groter (bv. burens hebben ook infiltratiekratten aangebracht in hun tuin).

Uit bovengenoemde meta-analyse komen de volgende factoren naar voren als voorspellers van (intenties tot) klimaat adaptief handelen:

² Gedragsdeterminanten zijn (gedragspsychologische) factoren die van invloed zijn op gedrag.

³ Doordat de vragenlijst is afgenomen in een gemeente, zijn de resultaten niet te generaliseren naar andere gemeenten. De vragenlijst zelf is wel bruikbaar in andere gemeenten.

⁴ Valkengoed & Steg, 2019

- *Risicoperceptie*: gaat over de waargenomen kans op en ernst van potentiële schade aan door klimaatverandering, aangenomen dat deze persoon niets verandert aan zijn eigen gedrag (bv. kans en ernst wateroverlast door hevige regenval).
- *Geloof in klimaatverandering*: gaat over de mate waarin mensen geloven dat klimaatverandering bestaat. Als mensen niet echt (willen) geloven dat klimaatverandering bestaat, zijn ze minder snel geneigd om in actie te komen. Dit wordt ook wel scepticism genoemd en is een van de drie verschillende vormen van weerstand⁵.
- *Injunctieve norm*: gaat over de mate waarin mensen denken dat andere mensen gedrag goedkeuren. Als mensen denken dat anderen het goedkeuren om klimaatadaptief te handelen, is de kans dat ze dit gaan doen een stuk groter (bv. burens zijn sterke voorstanders van klimaatadaptief gedrag).

Op basis hiervan blijkt dat drie gedragspsychologische modellen relevant zijn voor het voorspellen van klimaatadaptief handelen: *Protection Motivation Theory*⁶; *Theory of Planned Behaviour*⁷; en *COM-B*.⁸ Hieronder lichten we deze modellen toe.

- *Protection Motivation Theory*
Volgens de *protection motivation theory* zijn risicoperceptie, outcome efficacy en self-efficacy belangrijke voorspellers voor gedrag. Naast deze drie factoren spelen volgens deze theorie ook de waargenomen kosten voor de gedragsaanpassingen (bv. geld en moeite voor aanbrengen infiltratiekratten) en waargenomen voordelen of beloningen voor gedragsaanpassingen een belangrijke rol (bv. subsidie of waardering van burens voor aanbrengen infiltratiekratten).
- *Theory of Planned Behaviour*
Volgens de *theory of planned behaviour* zijn self-efficacy en subjectieve normen (descriptieve en injunctieve normen) belangrijke voorspellers voor (de intentie tot) gedrag. Daarnaast speelt volgens deze theorie ook de attitude een belangrijke rol. Een attitude is een positieve of negatieve evaluatie van een object, persoon of handeling. Hoe positiever de attitude, hoe sterker de intentie tot gedrag (bv. positief staan tegenover infiltratiekratten in je tuin).
- *COM-B*
Volgens het COM-B model zijn voor de totstandkoming van gedrag drie factoren bepalend: Capaciteit, Gelegenheid en Motivatie⁹. Capaciteit is de mate waarin de persoon zelf over eigenschappen, vaardigheden of instrumenten beschikt om gedrag

⁵ Knowles & Riner, 2007

⁶ Rogers, 1975

⁷ Ajzen, 1991

⁸ Michie, van Stralen & West, 2011, zie ook Triade Model (Poiesz, 1999)

⁹ COM-B staat voor Capacity + Opportunity + Motivation = Behaviour

uit te voeren (bv. zelf kunnen aanbrengen van infiltratiekratten). Gelegenheid betreft de mate waarin de buiten de persoon gelegen omstandigheden bevorderend of remmend werken op gedrag (bv. aanwezigheid van een tuin). Motivatie is de mate waarin de persoon een doel wenst te bereiken of interesse heeft in het vertonen van gedrag (zie *theory of planned behaviour*).

VRAGENLIJST

Op basis van literatuurverkenning hebben we de volgende gedragsdeterminanten in de vragenlijst opgenomen: (i) self-efficacy; (ii) outcome efficacy; (iii) negatief affect; (iv) descriptieve en injunctieve norm; (v) risicoperceptie; (vi) geloof in klimaatverandering/weerstand; (vii) waargenomen kosten; (viii) waargenomen voordelen/beloningen; (ix) attitude, capaciteit; en gelegenheid.

METHODOLOGIE

WERVING RESPONDENTEN

De vragenlijst is afgenomen in gemeente Rucphen. De vragenlijst is uitgezet op de facebookpagina van de gemeente en is verstuurd in een email naar alle gemeenteambtenaren; hij is gepubliceerd in het lokale huis-aan-huisblad en op de lokale kabelkrant; en is verspreid via buurtcentra en huisartsenpraktijken in de gemeente. De vragenlijst kon ingevuld worden van 22 februari tot 15 maart 2020. Onder alle respondenten is een dinerbon ter waarde van €100,- verloot.

Door de wervingsmethode kunnen we niet spreken van een representatieve steekproef. Het is denkbaar dat mensen met meer affiniteit met klimaatadaptatie sneller geneigd zijn deze vragenlijst in te vullen (response bias). Dit kan leiden tot positieve vertekening van de resultaten. Bij het interpreteren van de resultaten dient hier rekening mee gehouden te worden.

In totaal zijn 276 mensen begonnen aan de vragenlijst. Uiteindelijk hebben 172 mensen de vragenlijst voltooid. Het ging om een zeer uitgebreide vragenlijst met redelijk veel herhaling en veel open vragen. Voor een hogere voltooiingspercentage is het raadzaam de vragenlijst in te korten en minder open vragen te stellen.

RESULTATEN

Hieronder staat een beschrijving van de belangrijkste resultaten. Het tabellenrapport is als appendix toegevoegd aan dit rapport.

ACHTERGRONDKENMERKEN RESPONDENTEN

Leeftijd: De leeftijd van respondenten varieert tussen 20 en 74 jaar. De gemiddelde leeftijd is 46 jaar.

Gezinssamenstelling: De meeste respondenten zijn gehuwd/samenwonend met kind(eren) (54%) of gehuwd/samenwonend zonder kind(eren) (29%).

Woonsituatie: Bijna alle respondenten wonen in een koopwoning en zijn (mede)eigenaar van de woning (96%). De meeste respondenten wonen in een vrijstaande woning (51%) of een 2-onder-1-kap-woning (31%). De meeste respondenten zijn voornemens om langer dan 5 jaar op het huidige adres te blijven wonen (87%).

Tuin: Vrijwel alle respondenten hebben een tuin (99%). De meeste respondenten hebben een tuin van rond de 100m². De helft van de respondenten heeft een tuin kleiner dan 200m² en de helft heeft een grotere tuin. De kleinste tuin is 7m² en de grootste 12.000m².

WEINIG KENNIS OVER FINANCIËLE PRIKKEL GEMEENTE

Veel respondenten zijn onbekend met de financiële prikkels voor klimaatadaptief handelen van de gemeente: bijna 80% van de respondenten weet niet dat ze een subsidie of korting van de gemeente kan krijgen als ze maatregelen treft tegen wateroverlast. Bijna 60% van de respondenten is niet bekend met de Week van Ons Water in 2019 en nog eens 10% geeft aan er weinig van te weten.

VEEL ERVARING MET WATEROVERLAST, NAUWELIJKS SCHADE

Ruim 60% van de respondenten heeft weleens wateroverlast ervaren. Meestal leidt dit niet tot schade (55% van de gevallen) of tot een kleine schade (35% van de gevallen).

ZORGEN OVER WATEROVERLAST

Bijna 70% van de respondenten maakt zich soms zorgen over wateroverlast door hoosbuien. Gemiddeld schatten respondenten de kans om zelf te maken te krijgen met wateroverlast door hoosbuien in op 34%. De kans dat anderen in hun gemeente te maken krijgen met wateroverlast door hoosbuien wordt hoger ingeschat: op 54%. Veruit de meeste respondenten vinden het (heel) erg als het riool overstroomt (85%).

Als mensen nadenken over hoosbuien en mogelijke wateroverlast, dan voelen zij zich voornamelijk bezorgd en machteloos.

BEWEEGREDELEN VOOR HET WEL/NIET TREFFEN VAN MAATREGELLEN

Redenen om geen maatregelen te willen treffen zijn vaak financieel van aard. Mensen zijn sneller geneigd om wel maatregelen te treffen als er een tegemoetkoming is in de kosten, ze ook daadwerkelijk wateroverlast ervaren en/of ondersteuning krijgen bij het uitvoeren of

onderhouden van de maatregel. Drijfveren om maatregelen te treffen tegen wateroverlast zijn het voorkomen van wateroverlast en een steentje bij willen dragen (sociale aspect).

Gemiddeld zijn respondenten bereid om 410 euro te betalen aan maatregelen tegen wateroverlast. De helft van de respondenten wil minder dan 200 euro betalen, de helft is bereid meer te betalen. Het bedrag dat het meest genoemd wordt, is 100 euro. Bijna 20% van de respondenten geeft aan dat tijd geen rol speelt bij het uitvoeren van maatregelen.

SOCIALE OMGEVING: HOGE INJUNCTIEVE NORM, LAGE DESCRIPTIEVE NORM

Ruim 80% van de respondenten denkt dat hun buren het (zeker) wel goedkeuren als zij maatregelen treffen tegen wateroverlast. Of buren zelf ook maatregelen willen treffen tegen wateroverlast wordt iets lager ingeschat: Respondenten schatten in dat ongeveer 40% van hun buren zelf maatregelen wil treffen tegen wateroverlast.

Respondenten denken dat hun buren eerder geneigd zijn om maatregelen te treffen tegen wateroverlast als er financieel voordeel is, als ze daadwerkelijk wateroverlast ervaren en als ze hierover geïnformeerd worden. Respondenten denken dat hun buren maatregelen tegen wateroverlast vooral treffen om wateroverlast te voorkomen.

WEINIG WEERSTAND

Ruim 60% van de respondenten gelooft wel dat klimaatverandering leidt tot hevige hoosbuien. Ruim de helft van de respondenten vindt het niet vervelend om zelf maatregelen te treffen tegen wateroverlast. Ruim 70% van de respondenten staat ervoor open om na te denken over het treffen van maatregelen tegen wateroverlast.

MEEST POPULAIRE MAATREGELN

Respondenten kennen gemiddeld 0 tot 3 maatregelen tegen wateroverlast. 'Minder bestrating en meer groen' is de meest genoemde maatregel, daarna volgt 'retentie in bijvoorbeeld vijvers, sloten of wadi's'. Bijna 70% van de respondenten voelt zich (heel) verantwoordelijk voor het zelf treffen van maatregelen om wateroverlast te voorkomen. Hierbij spreken 'minder bestrating en meer gras of beplanting in de tuin' en 'plaatsen en aansluiten van een regenton' het meest aan. Deze twee worden ook als meest nuttig gezien. En mensen achten zichzelf het meest in staat om deze twee maatregelen zelf uit te voeren.

BESCHOUWING GEDRAGSANALYSE

Er lijkt een goede basis aanwezig voor het stimuleren van klimaatadaptief handelen in gemeente Rucphen. Mensen ervaren *negatief affect*: ze voelen zich bezorgd en machteloos als ze nadenken over wateroverlast, wat stimuleert dat ze in actie willen komen. Daarnaast voelen zij zich verantwoordelijk voor het zelf treffen van maatregelen om wateroverlast te

voorkomen. Ook zijn er *weinig tot geen weerstanden*: mensen geloven in klimaatverandering, ze staan ervoor open na te denken over het treffen van maatregelen en ze willen ook best zelf maatregelen treffen. Er is een *hoge injunctieve norm*, wat betekent dat respondenten denken dat de meeste burens het goedkeuren om klimaatadaptieve maatregelen te treffen. Ook is er een *gemiddelde descriptieve norm*, wat betekent dat respondenten denken dat redelijk wat burens ook klimaatadaptieve maatregelen treffen.

Mensen zijn opvallend positiever dan wij aanvankelijk verwacht hadden. Het kan zijn dat in deze gemeente de mensen zeer positief staan tegenover het treffen van klimaatadaptieve maatregelen. Het kan ook zijn dat deze positieve resultaten deels toe te schrijven zijn aan de response bias, oftewel dat vooral mensen met meer dan gemiddelde interesse in klimaatadaptieve maatregelen hebben deelgenomen.

Gemeente Rucphen geeft financiële prikkels voor de aanschaf van regentonnen in vorm van een korting en voor het onttegenen van de tuin in de vorm van een ruilactie, waarin tegels omgeruild kunnen worden voor een gratis plantenpakket. Eens per jaar organiseert de gemeente de Week van ons Water, waarbij de financiële prikkels worden gepromoot. De acties waarvoor de gemeente financiële prikkels inzet, zijn goed gekozen. Voor deze twee maatregelen lijkt draagvlak bij bewoners. Deze twee maatregelen spreken mensen het meest aan, worden als meest nuttig gezien (*outcome efficacy*) en hiervan achten mensen zichzelf het meest in staat om zelf uit te voeren (*self-efficacy*).

Een groot obstakel waardoor relatief weinig mensen gebruik maken van de financiële prikkels van de gemeente is dat mensen er niet van op de hoogte zijn. Mensen kennen de Week van ons Water nauwelijks en maar weinig mensen weten dat ze een regenton met korting kunnen aanschaffen en hun tegels kunnen omruilen voor een gratis plantenpakket.

Het lijkt een open deur, dat mensen op de hoogte moeten zijn van een subsidie of korting om er gebruik van te kunnen maken. Toch blijkt in de praktijk dat men er snel vanuit gaat dat mensen wel weten op welke subsidies zij aanspraak kunnen maken, terwijl mensen hier vaak slecht van op de hoogte zijn (zie ook het rapport *Bouwstenen voor een Beter Belastingstelsel (2020)*).

ONS WATER LEEFSTIJLVINDER

Mensen verschillen in hoe zij staan tegenover klimaatverandering en (de gevolgen voor) waterbeheer. Zo staat de een te springen om zelf een bijdrage te leveren, terwijl een ander het allemaal bangmakerij vindt en alleen iets doet als het wordt verplicht. Om met beleid en communicatie optimaal aan te sluiten op verschillende belevingswerelden van inwoners, heeft Marketresponse in samenwerking met de partners van 'Ons Water' zes leefstijlen in kaart gebracht: (1) geëngageerde hedonist; (2) ver-van-mijn-bed-show; (3) actief

betrokkenen; (4) onwetende sceptici; (5) welwillende afwachtenden; (6) calculerende sceptici.

Als we kijken naar de respondenten in gemeente Rucphen, dan zien we voornamelijk drie leefstijlen terug: de geëngageerde hedonist, de actief betrokkene en de welwillende afwachtende. Het eerste type ziet klimaatverandering als een probleem en voelt zich sterk geroepen om zelf mee te helpen om dit tegen te gaan. Het tweede type maakt zich zorgen om klimaatverandering, maar doet minder dan hij/zij zou willen. Het derde type ziet klimaatverandering ook als probleem. Hij/zij zou graag in actie komen, maar weet niet hoe.

Het zou dus verstandig kunnen zijn om in communicatie aan te sluiten bij deze leefstijlen. Echter, zoals hierboven al genoemd is, kan het zijn dat de wijze waarop de vragenlijst is uitgezet, vooral deze drie leefstijlen heeft aangesproken. Hierdoor hebben waarschijnlijk vooral mensen bovengemiddelde interesse in klimaatadaptieve maatregelen deelgenomen en dat zijn over het algemeen genomen deze drie leefstijlen.

KEUZES VOOR GEDRAGSEXPERIMENT IN RUCHPEN

Uit de gedragsanalyse blijkt dat er een goede basis aanwezig is voor het treffen van klimaatadaptieve maatregelen: Er is weinig weerstand, mensen voelen zich verantwoordelijk en zijn bereid om maatregelen te treffen.

Een groot obstakel waardoor relatief weinig mensen gebruik maken van de financiële prikkels van de gemeente is dat mensen er niet van op de hoogte zijn. Daarnaast geven respondenten aan dat ze meer geneigd zullen zijn om maatregelen te treffen als ze (1) een tegemoetkoming in de kosten krijgen, (2) ze daadwerkelijk wateroverlast ervaren, en (3) als ze hulp of ondersteuning krijgen bij het uitvoeren of onderhouden van de maatregel.

Om mensen te stimuleren tot het treffen van klimaatadaptieve maatregelen is het dus belangrijk om meer bekendheid te creëren rondom de financiële prikkels van de gemeente. Daarnaast is het interessant om te onderzoeken of er meer mensen gebruik zullen maken van de financiële prikkels, wanneer er hulp wordt aangeboden en het ze zo gemakkelijk mogelijk wordt gemaakt om gebruik te maken van de financiële prikkels. Deze twee componenten worden getoetst in het gedragsexperiment in gemeente Rucphen, zie Hoofdstuk 5.

TIPS BIJ HERGEBRUIK VRAGENLIJST

De vragenlijst kan hergebruikt worden in andere gemeenten. Hieronder staan enkele tips voor hergebruik:

- Kijk welke vragen voor je gemeente het meest relevant zijn en maak een selectie uit de vragen

- Vragen 11, 12 en 13 leiden tot veel herhaling. U kunt zich bij deze vragen ook beperken tot de maatregelen die de gemeente stimuleert.
- Om *response bias* te voorkomen dient een representatieve steekproef getrokken te worden. Onderzoek of er in uw gemeente een partij is met een representatief onderzoekspanel voor uw gemeente.
- Om inzicht te krijgen in welke maatregelen inwoners al treffen, kan een vraag hierover toegevoegd worden, bijvoorbeeld: Welke van onderstaande maatregelen heeft u al getroffen? (meerdere antwoorden mogelijk) (a) regenton, (b) regenwaterafvoer afgekoppeld (c) minder tegels in de tuin, (d) infiltratiekratten , (e) anders nl.....

2. GEDRAGSTOOL

De tool is te vinden op <https://ruimtelijkeadaptatie.nl/overheden/sra/financiële-prikkels/en> direct via de link <https://gedrag-tool.web.app/>.¹⁰

DOEL VAN DE GEDRAGSTOOL

Het doel van de gedragstool is drieledig: enerzijds moet de tool een korte introductie geven over gedragsinzichten en monitoring aan gemeentelijke beleidsmakers, zodat ze meer gevoel krijgen bij hoe gedragsinzichten hun projecten kunnen verrijken. Met de tool moeten dus beleidsmakers *inspiratie opdoen* over hoe zij financiële prikkels voor klimaatadaptatie effectiever kunnen inzetten met gedragsinzichten. Anderzijds moet de tool heel concrete steun bieden bij het schrijven van projectvoorstellen en de ingrediënten voor een projectplan uitgedacht worden. Ten slotte verschaft de tool inzicht in wat de belangrijkste afwegingen zijn bij het evalueren van de effectiviteit. Het hierop aansluitende monitoringsplan dat gemeenten kunnen gebruiken voor toekomstige gedragsexperimenten is bijgevoegd als appendix.

ONTWIKKELING VAN DE GEDRAGSTOOL

Op basis van de deskstudie en interviews met de doelgroep (o.a. de afdeling communicatie en projectleiders binnen gemeentes) is de online tool ontwikkeld. De vormgeving, feedback en competitie op antwoorden is ontworpen in samenspraak met een serious game designer. Tijdens en na de ontwikkeling is de tool op bruikbaarheid getest bij drie beleidsmakers van I&W; na oplevering is er een presentatie geweest voor de leden van de Alliantie, van wie vijf leden de tool doorlopen hebben en becommentarieerd op gebruikersgemak en toepasbaarheid. Door de eenvoudige uitvoering is de tool gemakkelijk aanpasbaar als er nieuwe inzichten vanuit de andere pilots zouden moeten worden toegevoegd, zoals vragenlijsten of specifieke doelgroepen¹¹. Bovendien is na gebleken interesse, gebruik en kennisdeling, een vertaalslag naar andere beleidsterreinen gemakkelijk te maken.

¹⁰ De tool draait in alle nieuwe browsers, maar niet in verouderde versies van Internet Explorer.

¹¹ Behavioural Insights kan op verzoek wijzigingen of toevoegingen in de tool aanbrengen.

KORTE BESCHRIJVING

Voor de gebruiker begint de Adaptatie Gedragstool met de volgende welkomsttekst:

“Met deze tool ontwerp je klimaatadaptief beleid waarin gedrag centraal staat. Je krijgt praktische tips om te bepalen om welk specifiek gedrag het gaat; hoe je dat gedrag met financiële prikkels en gedragskennis kunt beïnvloeden; en hoe je kunt monitoren of dat gelukt is. De tool levert je de belangrijkste stappen van je projectplan op.

Deze tool is bedoeld voor beleidsadviseurs van gemeentes en waterschappen. Het resultaat helpt je om het pilotvoorstel Financiële prikkels en Klimaatadaptatie te verbeteren.”

De tool leidt de ‘speler’ door vier fases:

- Fase I. Vind je doel;
- Fase II. Verken de doelgroep;
- Fase III. Verleid je doelgroep;
- Fase IV. Volg je doelgroep.

Per fase bevat de tool inspiratie op basis van wetenschappelijke en praktische inzichten, korte invulopdrachten en feedback daarop. Het onderdeel ‘verleid je doelgroep’ is opgesteld op basis van het EAST-model van het Britse Behavioral Insights Team¹² en bevat de onderdelen

- “Motiveer” (Easy)
- “maak het Makkelijk” (Attractive)
- “maak het Menselijk” (Social)
- “kies het Moment” (Timely)

De tool is in groepsverband te doorlopen, zodat men elkaars antwoorden kan vergelijken, of solo. De doorlooptijd bedraagt ongeveer een uur.

¹² https://www.behaviouralinsights.co.uk/wp-content/uploads/2015/07/BIT-Publication-EAST_FA_WEB.pdf



Screenshot van een onderdeel van de Gedragstool

LEERPUNTEN

Tijdens de gebruikerstesten zijn we tot een aantal inzichten gekomen:

- Gebruikers zijn enthousiast over het onderwerp, de inhoud en de toepasbaarheid van de tool.
- Gebruikers die al een financiële prikkel in gedachten hebben komen tot nieuwe ideeën, omdat ze de doelgroep al kennen en een idee hebben van hun beweegredenen.
- Onder de gebruikers die we spraken waren geen beleidsmakers die nog geen specifieke prikkel in gedachten hebben. De tool is juist wel specifiek voor die doelgroep uitgedacht.
- De doorlooptijd bedraagt zoals gepland ongeveer een uur; de gebruikers vonden dat lang.
- De vindbaarheid van de tool leek eerst te wensen over te laten. Doordat we geen resultaten wilden opslaan, kunnen we niet nagaan hoeveel mensen de tool daadwerkelijk helemaal doorlopen hebben. Tussen april en half augustus hebben via ruimtelijkeadaptatie.nl ongeveer 200 mensen de tool bekeken.

- De gamificatie hielp om gebruikers betrokken te houden en zou verder uitgebouwd kunnen worden.

3. GEDRAGSEXPERIMENTEN

DOEL EN ONDERZOEKSVRAGEN

Het eerste gedragsexperiment vond plaats in Son & Breugel, een gemeente in de provincie Noord-Brabant. De gemeente telt 16.904 inwoners verdeeld over 7.104 huishoudens en heeft een oppervlakte van 26,67 km². De gemeente geeft een jaarlijkse korting van 50 euro op de rioolbelasting bij het afkoppelen van de gehele tuin, plus een eenmalige subsidie van 300 euro van Waterschap De Dommel (600 voor de eerste 300 aanmeldingen). De onderzoeksvraag bij dit eerste experiment is hoe het gebruik van deze regelingen kan worden gestimuleerd.

Het tweede gedragsexperiment vond plaats in de gemeente Rucphen in de provincie Noord-Brabant. De gemeente telt 22.873 inwoners verdeeld over 9.789 huishoudens op een oppervlakte van 64,67 km². Tijdens de zogenaamde “Week van ons Water” biedt de gemeente twee subsidies aan: (i) Tegels eruit, plantjes erin”, (ii) 50% korting op regentonnen. Evenals bij het eerste experiment is hier de onderzoeksvraag hoe het gebruik van deze regelingen kan worden gestimuleerd.

THEORIE: RATIONELE KEUZES?

In de klassieke economische theorie wordt verondersteld dat mensen alle relevante informatie op rationele wijze verwerken om zo tot economische keuzes te komen die hun persoonlijke utiliteit maximaliseren. Hieruit vloeit ook de gedachte voort dat burgers sneller bepaald gedrag zullen vertonen wanneer de baten (kosten) hiervan, middels financiële prikkels vanuit de overheid, hoger (lager) worden. En dit is vaak ook het geval; de vraag naar benzine daalt ten gevolge van accijnzen¹³ en de vraag naar zonnepanelen stijgt ten gevolge van subsidies¹⁴. Toch zien we dat de mate waarin zulke financiële prikkels effect hebben op het gedrag van burgers/consumenten behoorlijk varieert. Dit heeft onder andere te maken met persoonlijke condities en voorkeuren die buiten de directe invloedssfeer van gemeentelijke overheden liggen: hogere benzineaccijnzen zullen bijvoorbeeld minder effect hebben op het reisgedrag van een welvarende autoliefhebber.

INFORMATIE

Een andere factor die de effecten van financiële prikkels beïnvloedt is informatieverschaffing aan en kennis van burgers. Terwijl in beleidstheorie en de klassieke economische theorie

¹³ Brons et al. (2008)

¹⁴ Pless & van Benthem (2019)

verondersteld wordt dat mensen alle relevante informatie verzamelen en verwerken in hun keuzegedrag – waaronder dus ook informatie over belastingen, subsidies en kortingen – blijkt dat dit in de praktijk toch vaak niet het geval is. Zo blijkt uit een experiment in een webwinkel dat omzetbelastingen minder effect hebben op keuzegedrag van consumenten wanneer deze belastingen niet expliciet worden gemaakt¹⁵. Dit heeft te maken met het feit dat mensen beperkte aandacht en “cognitieve ruimte” hebben, en zodoende niet alle beschikbare informatie opzoeken en verwerken.

Een ander voorbeeld van de rol van informatie en kennis betreft het gebruik van zorgtoeslagen in Nederland. Uit onderzoek blijkt dat circa één op de zes huishoudens die aanspraak maken op zorgtoeslag hiervan *geen* gebruik maken¹⁶. Een mogelijke verklaring hiervoor is dat deze mensen niet/beperkt op de hoogte zijn van deze toeslag en de manieren waarop deze aangevraagd kan worden. Zeker ook gezien het feit dat er weinig onderzoek is gedaan naar de mate van kennis onder Nederlandse burgers over subsidies en kortingen vloeit hieruit de volgende onderzoeksvraag op:

- In hoeverre wordt het gebruik van subsidies en kortingen voor klimaatadaptief handelen vergroot wanneer burgers explicieter geïnformeerd worden over het bestaan van deze prikkels?

NUDGING

Terwijl kennis over financiële prikkels voor klimaatadaptatie een randvoorwaarde kan zijn voor het gebruik, is het niet gezegd dat burgers ook daadwerkelijk vaker van zulke regelingen gebruik zullen maken wanneer zij beter geïnformeerd zijn. Deze overweging is extra relevant wanneer het gaat om prikkels voor klimaatadaptatie waarbij de baten voor een belangrijk deel in de toekomst en bij de bredere maatschappij liggen, en de gewenste handelingen zoals aanschaf van regentonnen en hemelwaterafkoppeling – ondanks de subsidie en/of korting – nog steeds een netto kostenpost is voor de burger. Vanuit de gedragswetenschap blijkt dat in zulke gevallen mensen sneller tot prosociale en duurzame gedragingen kunnen worden bewogen wanneer deze “easy, attractive, social & timely” (gemakkelijk, aantrekkelijk, sociaal & tijdig) aspecten van dit gedrag explicieter worden benoemd¹⁷. Het gaat hierbij dus nadrukkelijk niet om het veranderen van de keuzemogelijkheden an sich, maar om het simpelweg anders presenteren hiervan – het zogenaamde “nudging principe”.

In het kader van de gedragsexperimenten binnen dit project hebben wij op de factoren gemak en sociaal ingezoomd. Vanuit de gedragsanalyse en diverse interviews bleek dat deze factoren waarschijnlijk een belangrijke rol spelen in de beslissingen van burgers om wel/niet

¹⁵ Taubinsky & Rees-Jones (2018)

¹⁶ Tempelman & Houkes-Hommes (2016)

¹⁷ Service (2014)

een subsidie en/of korting voor klimaatadaptief handelen aan te vragen. Bij de sociale factor gaat het om het benadrukken van het feit dat men door klimaatadaptatie handelen meehelpt aan de aanpak van een maatschappelijke uitdaging, en dat er daardoor ook een impliciete sociale verplichting bestaat om hieraan als burger bij te dragen. Bij de gemaksfactor gaat het om het benadrukken van het feit dat het gebruikmaken van subsidies en kortingen voor klimaatadaptatie een stuk makkelijker is dan vaak wordt gedacht. Hierbij kan zowel gedacht worden aan de aanvraagprocedure voor de regelingen als aan handelingen die burgers in hun tuin dienen te verrichten.

Hieruit vloeien de volgende onderzoeksvragen voort:

- In hoeverre wordt het gebruik van subsidies en kortingen voor klimaatadaptief handelen vergroot wanneer de sociale relevantie van klimaatadaptatie expliciet worden benoemd?
- In hoeverre wordt het gebruik van subsidies en kortingen voor klimaatadaptief handelen vergroot wanneer het gemak rondom de aanvraag hiervan wordt verhoogd?

AANSLUITING OP GEDRAGSANALYSE

Bij het ontwerp van de gedragsexperimenten is deels ook voortgebouwd op de inzichten uit de gedragsanalyse. Het gedragsexperiment in Son & Breugel is hoofdzakelijk voortgevloeid uit verkennende gesprekken met de gemeente en inzichten uit de literatuur, terwijl het gedragsexperiment in Rucphen ook sterk is geïnformeerd door de gedragsanalyse van de inwoners. Bij Son & Breugel was dit niet het geval, omdat ten tijde van het ontwerp van dit experiment de gedragsanalyse nog niet was uitgevoerd.

De belangrijkste bevindingen uit de gedragsanalyse voor het ontwerp van het Rucphen gedragsexperimenten waren (i) dat er beperkte kennis bij burgers lijkt te bestaan over het bestaan van de subsidies en (ii) dat financiële overwegingen en percepties rondom het gemak van de uitvoer van klimaatadaptieve maatregelen een belangrijke rol speelt in de attitudes van burgers rondom het nemen van zulke maatregelen. In de volgende hoofdstukken worden deze overwegingen nader toegelicht.

4. GEDRAGSEXPERIMENT 1: SON & BREUGEL

DOEL EN ONDERZOEKSVRAAG

Doel van dit experiment was de volgende twee onderzoeksvragen te beantwoorden:

- In hoeverre wordt het gebruik van subsidies en kortingen voor klimaatadaptief handelen vergroot wanneer burgers explicieter geïnformeerd worden over het bestaan van deze prikkels?
- In hoeverre wordt het gebruik van subsidies en kortingen voor klimaatadaptief handelen vergroot wanneer de sociale relevantie van klimaatadaptatie expliciet worden benoemd?

ACHTERGROND

Om huishoudens te stimuleren hun hemelwaterafvoer af te koppelen van het riool heeft de gemeente Son & Breugel in 2020 twee financiële prikkels ingevoerd.

- Subsidie: huishoudens die hun hemelwaterafvoer afkoppelen kunnen een eenmalige subsidie van €300 aanvragen. De eerste N=300 aanmeldingen ontvangen een dubbele subsidie van €600.
- Belastingkorting: huishoudens die hun hemelwaterafvoer afkoppelen kunnen een jaarlijkse korting van 50€ op hun rioolbelasting aanvragen. Deze korting geldt voor de periode 2020-29.

Om deze subsidie en korting aan te vragen moeten bewoners bepaalde informatie aanleveren bij de gemeente (o.a. plattegrond van perceel, foto's van pre- en post-afkoppeling situatie regenwaterafvoer en berekening hoeveelheid regenwaterafvoer op basis van dakoppervlakte). Op basis hiervan beoordeeld de gemeente de aanvraag en krijgt het huishouden de subsidie en belastingkorting toegekend. Meer details over deze procedure zijn te vinden via de website van de gemeente¹⁸.

In 2019 hebben in zijn in totaal 150 subsidieaanvragen gedaan, waarvan er 141 zijn toegekend en 94 huishoudens tevens de belastingkorting hebben ontvangen. In verkennende gesprekken met de gemeente kwam naar voren dat eind februari 2020 een aanslagbrief voor de rioolbelasting naar alle huishoudens zou worden verstuurd. In overleg met de gemeente en de regionale belastingdienst is vervolgens besloten om een zogenaamd brievenexperiment te implementeren. Het doel van dit experiment is om te testen in hoeverre aanvullende informatie bij de belastingaanslag leidt tot meer interesse in- en aanvragen van de subsidie en korting.

¹⁸ <https://www.sonenbreugel.nl/subsidie-afkoppelen-regenwater>

Meer specifiek wordt in dit experiment gekeken naar de invloed van de volgende factoren:

- **Kennis over regeling:** hierbij is de achterliggende gedachte dat veel burgers niet of nauwelijks bewust zijn van de regelingen en de financiële voordelen. Alhoewel de regelingen wel genoemd worden in de aanslagbrief is de verwachting dat veel mensen beperkte aandacht hebben en deze brief niet nauwkeurig lezen en zich zodoende niet goed bewust zijn hiervan.
- **Sociale normen:** hierbij is de achterliggende gedachte dat veel burgers niet alleen klimaatadaptief handelen wegens de persoonlijke baten die dit oplevert, maar ook voor een belangrijk deel vanwege de maatschappelijke baten en de sociale norm om bij te dragen aan klimaatbestendigheid op lokaal, regionaal en landelijk niveau.

INTERVENTIE

Deze factoren zijn uitgewerkt in twee verschillende flyers (zie hieronder). In de eerste flyer werden de subsidie en korting expliciet benoemd. In de tweede flyer werd hiernaast ook de sociale norm expliciet benoemd, onder het kopje "Doet u ook mee?". Deze flyers werden toegevoegd aan de aanslagbrief die huishoudens eind februari per post ontvingen.

Flyer 1: informatie

Datum: 28 februari 2020
Onderwerp: Korting en subsidie voor afkoppelen regenpijp

Geachte <heer/mevrouw>

U heeft zojuist uw aanslag voor de rioolbelasting ontvangen. Wist u dat deze kosten omlaag kunnen?

U kunt jaarlijks €50 korting krijgen op de gemeentelijke rioolbelasting tot 2029. Bovendien kunt u een eenmalige subsidie van €300 krijgen. Deze korting en subsidie krijgt u als u nu uw regenwaterafvoer afkoppelt van het riool. De eerste 300 bewoners die zich aanmelden, krijgen zelfs dubbele subsidie, dus €600!

Wat moet u doen?

- Kijk op www.sonenbreugel.nl/duurzaamheid en ga meteen aan de slag.
- Voor advies van de watercoach: bel 0499-491 491.

Met vriendelijke groet,



Wethouder Jan Boersma



Flyer 2: informatie + sociale norm

Datum: 28 februari 2020
Onderwerp: Korting en subsidie voor afkoppelen regenpijp

Geachte <heer, mevrouw>

U heeft zojuist uw aanslag voor de rioolbelasting ontvangen. Wist u dat deze kosten omlaag kunnen?

Wilt u minder betalen?

U kunt jaarlijks €50 korting krijgen op de gemeentelijke rioolbelasting tot 2029. Bovendien kunt u een eenmalige subsidie van €300 krijgen. Deze korting en subsidie krijgt u als u nu uw regenwaterafvoer afkoppelt van het riool. De eerste 300 bewoners die zich aanmelden, krijgen zelfs dubbele subsidie, dus €600!

Uw totale korting kan oplopen tot:

Korting op rioolbelasting: 9 x €50,-	€450,-
Eenmalige subsidie:	€300,-
Eerste 300 aanmeldingen:	€300,-

Totaal: €1050,-

Doet u ook mee?

Steeds meer Nederlanders hebben al hun regenwaterafvoer afgekoppeld; het is namelijk bij veel woningen goed mogelijk. Hoe meer mensen in uw straat afkoppelen, hoe kleiner de last op wateroverlast. Omdat we vaker te maken krijgen met hevige neerslag, is het belangrijk dat ook u in actie komt.

Wat moet u doen?

- Kijk op www.sonenbreugel.nl/duurzaamheid en ga gelijk aan de slag.
- Met gratis en vrijblijvend advies van de watercoach is afkoppelen makkelijker dan u denkt: bel vandaag nog 0499-491491.

Met vriendelijke groet,



Wethouder Jan Broersma



Hiernaast ontvingen alle groepen ook de standaard belastingaanslag (zie onderstaand). De behandelgroepen ontvingen hiernaast één van de bovenstaande flyers.

Voorbeeld belastingaanslag:



GEMEENTE SON EN BREUGEL

Ruysdaelstraat 2
Postbus 8, 5690 AA SON
Telefoon 0489 - 491491
Telefax 0489 - 472355
IBAN NL89BNHG0285022679
BIC BNGHNL2G
BTW-nummer 19.02.921.B.02
www.sonenbreugel.nl
e-mail: gemeente@sonenbreugel.nl

belastingjaar	dagtekening
2020	29-02-2020

aanslagnummer

waardepeildatum
01-01-2019

AANSLAGBIJLET GEMEENTELIJKE BELASTINGEN

betreft	van	tot	grondslag	bedrag
Son en Breugel				
WOZ-beschikking	01-01-2020	31-12-2020	125.000	
OZB eigenaar niet-woning	01-01-2020	31-12-2020	125.000	206,12
Afgekoppeld perceel hemelwater	01-01-2020	31-12-2020	1	-50,00
Rioolheffing eigenaar niet-woning	01-01-2020	31-12-2020	1	50,00

TOTAALBEDRAG VAN DE AANSLAG(EN): € 206,12

VERVALDAG(EN)	
31-03-2020	31-07-2020
30-04-2020	31-08-2020
31-05-2020	30-09-2020
30-06-2020	31-10-2020

Dit bedrag wordt automatisch van uw rekening afgeschreven op de hiernaast vermelde vervaldagen.

OPZET VAN HET EXPERIMENT

Om te testen in hoeverre bovengenoemde factoren de interesse in- en vraag naar de belastingkorting en subsidie positief beïnvloeden is een gedragsexperiment uitgevoerd. Het doel bij een gedragsexperiment is om het oorzakelijke effect van beleid te testen. Dit kan worden gedaan door huishoudens willekeurig in groepen te verdelen, net zoals bij het testen van de effectiviteit van een nieuwe medicijn. Door willekeurige toewijzing wordt ervoor gezorgd dat de groepen enkel verschillen in termen van het type beleid waaraan ze zijn blootgesteld. Daardoor kunnen verschillen in gedragresultaten worden toegeschreven aan verschillen in beleid, en kan worden uitgesloten dat deze verschillen het gevolg zijn van al reeds bestaande verschillen tussen de groepen (“appels met peren vergelijken”).

Dit specifieke gedragsexperiment werd uitgevoerd binnen een populatie van 4.445 huishoudens in de gemeente Son & Breugel. Dit betrof huishoudens die ook eigenaar waren van de woning en hun hemelwaterafvoer nog niet afgekoppeld hadden medio februari 2020. Vervolgens zijn deze huishoudens willekeurig aan een van de drie groepen toegewezen (zie onderstaande tabel). Deze randomisatie is zodanig uitgevoerd dat de drie groepen evenredig verdeeld waren over de postcodegebieden in de gemeente. Hiermee is de kans beperkt dat de groepen sterk van elkaar verschillen in termen van achtergrondeigenschappen, en kunnen eventuele verschillen in uitkomsten worden toegeschreven aan de interventie.

Randomisatie Son & Breugel experiment

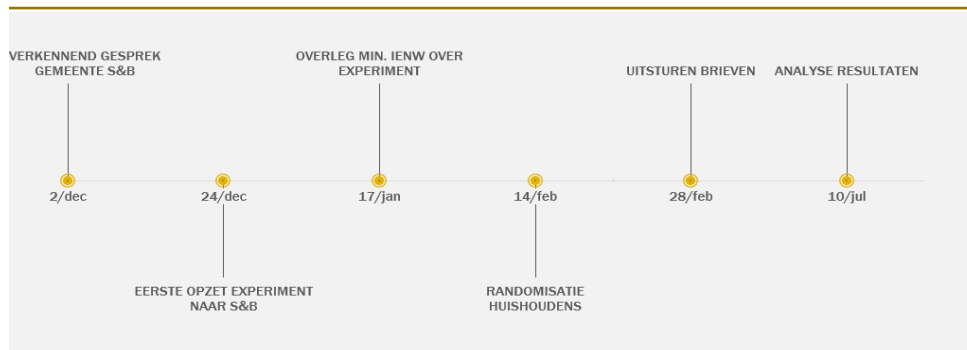
Groep	Aantal	Procent
Aanslagbrief	1,482	33.34
Aanslagbrief + flyer 1	1,482	33.34
Aanslagbrief + flyer 2	1,481	33.32
Totaal	4,445	100.00

Gegeven deze aantallen is vervolgens een power-analyse gedaan. Hieruit kan worden geconcludeerd dat steekproef van circa 4.500 huishoudens groot genoeg zou moeten zijn om sterk of gemiddeld effect te kunnen vaststellen. Kleinere effecten kunnen minder accuraat worden vastgesteld, hiervoor zou een grotere steekproef nodig zijn. Als voorbeeld: wanneer in de controlegroep 1% van de huishoudens een subsidieaanvraag doet en in de behandelgroep 1.5% (d.w.z. een klein effect) zou een grotere steekproef nodig zijn.

TIJDSLIJN

Voor de implementatie van het experiment is de volgende tijdslijn gehanteerd:

- 2/dec Verkennend gesprek gemeente S&B
- 24/dec Eerste opzet experiment naar S&B
- 17/jan Overleg Min. IenW over experiment
- 14/feb Randomisatie huishoudens
- 28/feb Uitsturen brieven
- 10/jul Analyse van resultaten



RESULTATEN

INTERESSE

De eerste uitkomstmaat is de interesse in de subsidieregeling. Hiervoor kijken wij naar het aantal mensen dat een afspraak met de watercoach heeft gemaakt sinds 1 maart 2020. Zoals te zien in onderstaande tabel is het totaal aantal afspraken dat vanaf 1 maart werd gemaakt met de watercoach $N=63$. Hiervan waren $N=16$ afkomstig uit de controlegroep, $N=18$ uit groep 1 en $N=29$ uit groep 2.

Het verschil tussen de controlegroep en experimentele groep 1 is niet statistisch significant. Dit impliceert dat een brief an sich er niet toe leidt dat mensen vaker een afspraak met een watercoach gaan inplannen. Echter, het verschil tussen de controlegroep en experimentele groep 2 is wel (marginaal) statistisch significant¹⁹. Dit resultaat suggereert dat een flyer waarmee de regeling onder de aandacht wordt gebracht *en* de sociale normen rondom klimaatadaptief gedrag accentueert leidt tot een hogere interesse in het maken van een afspraak met de watercoach.

¹⁹ Op basis van een OLS regressie analyse $Y_i = \beta_0 + \beta_1 T_i + \epsilon_i$, waarbij Y_i de uitkomstmaat is voor adres i (0=geen afspraak, 1=wel afspraak) en T_i de behandelstatus van adres i (0=geen flyer, 1=wel flyer)

Afspraken met watercoach

		Experimentele groep			
		controle	brief_1	brief_2	totaal
Bezoek watercoach	ja	16	18	29	63
	nee	1,467	1,464	1,452	4,383
	totaal	1,483	1,482	1,481	4,446

AANVRAGEN

Vervolgens kijken we naar het effect van de interventie op de subsidieaanvragen. In de periode vanaf 1 maart 2020 zijn er in totaal 49 subsidieaanvragen binnengekomen bij de gemeente Son & Breugel. In onderstaande tabel X is te zien dat de briefinterventie s geen significant effect hebben gehad op het aantal subsidieaanvragen. Vanuit de controlegroep en behandelgroep 1 zijn 15 aanvragen ontvangen, en vanuit behandelgroep 2 waren dit er 19. Dit verschil is niet statistisch significant.

Ook kan opgemerkt worden dat het totaal aantal aanvragen (49) voor de periode maart-juni op maandbasis niet substantieel hoger lijkt te liggen dan het totaal aantal aanvragen voor het gehele jaar 2019 (150). Het is echter lastig om een zinvolle vergelijking te maken tussen twee jaren, omdat er – los van de interventies – ook nog allerlei andere factoren veranderd zouden kunnen zijn, bijvoorbeeld de corona-uitbraak en de daaropvolgende economische terugval. De belangrijkste vergelijking om een beeld te krijgen van het effect is aldus die tussen de controlegroep en de behandelgroepen.

Tabel X: subsidieaanvragen per groep

		Experimentele groep			
		controle	brief_1	brief_2	totaal
Aanvraag	ja	15	15	19	49
	nee	1,466	1,461	1,461	4,388
	totaal	1,481	1,476	1,481	4,438

Er zijn een aantal mogelijke verklaringen voor het feit dat de flyer met sociale normen *wel* resulteerde in meer afspraken met de watercoach maar niet in meer aanvragen:

- Corona: de periode waarin de brief/flyers werden verstuurd viel precies samen met het begin van de coronacrisis, die specifiek in provincie Noord-Brabant zeer ernstig was. Het is mogelijk dat mensen die een afspraak hebben ingepland met de watercoach door de coronamaatregelen de daadwerkelijke afspraak nog niet hebben uitgevoerd. Ook is het mogelijk dat mensen door de hectiek rondom de coronacrisis nog niet zijn toegekomen aan het treffen van de maatregelen in hun tuin die voorafgaan aan het kunnen aanvragen van de subsidie.

- Aanvraagproces: De moeite die mensen moeten nemen (of denken te moeten nemen) om tot een aanvraag te komen is dusdanig hoog dat de nudges die verwerkt waren in de flyer niet sterk genoeg waren om mensen tot dit gedrag te motiveren. Hierbij zou o.a. een rol kunnen spelen dat mensen eerst de afkoppeling moeten uitvoeren en zelf bekostigen, alvorens zij een aanvraag kunnen indienen bij de gemeente voor de subsidie en belastingkorting. Ook is het mogelijk dat de het aantal stappen (8) die mensen moeten nemen om tot de aanvraag te komen dusdanig hoog wordt gevonden dat dit ontmoedigend werkt.
- Afkoppelen: De moeite die mensen moeten nemen (of denken te moeten nemen) om de daadwerkelijke maatregelen in de tuin te treffen is dusdanig dat de nudges die verwerkt waren in de flyer niet sterk genoeg waren om mensen tot dit gedrag te motiveren.

5. GEDRAGSEXERIMENT 2: RUCPHEN

DOEL EN ONDERZOEKSVRAAG

Doel van dit experiment was de volgende twee onderzoeksvragen te beantwoorden:

1. In hoeverre wordt het gebruik van subsidies en kortingen voor klimaatadaptief handelen vergroot wanneer burgers explicieter geïnformeerd worden over het bestaan van deze prikkels?
2. In hoeverre wordt het gebruik van subsidies en kortingen voor klimaatadaptief handelen vergroot wanneer het gemak rondom de aanvraag hiervan wordt verhoogd?

ACHTERGROND

Om huishoudens te stimuleren om hun tuin ‘waterproof’ te maken, heeft de gemeente in mei 2019 twee subsidies aangeboden tijdens de Week van ons Water: Tegels eruit, plantjes erin, en 50% korting op regentonnen. De informatie over deze actie werd verspreid via flyers, Facebook en een krantenadvertentie. In 2019 hebben 71 mensen een of twee regentonnen aangeschaft en 37 mensen hebben deelgenomen aan de tegelactie (respectievelijk 0,7% en 0,4% van de huishoudens).

INTERVENTIE

Naar aanleiding van het literatuuronderzoek, de gedragsanalyse en praktische overwegingen rondom budget- en tijdsbeperkingen is besloten om de structuur van de Week van ons Water 2019 als basis aan te houden, maar te variëren in de wijze waarop informatie wordt gepresenteerd. Er is voor gekozen om in een deel van de gemeente, het dorp Rucphen, verschillende type flyers gerandomiseerd te laten verspreiden door een externe partner²⁰. Daarnaast werd informatie verstrekt via de lokale krant en de Facebookpagina.

De *Plantjes erin, tegels eruit*-actie is vergemakkelijkt door de optie aan te bieden om de tegels op te laten halen. Dit om de moeite voor het deelnemen aan de actie te verlagen, waardoor we verwachten dat het de barrière om mee te doen aan de actie verlaagt.

De regenton-actie is op dezelfde wijze aangeboden als in 2019. Dit hield in dat inwoners van de gemeente 50% korting op één regenton uit een selectie regentonnen hebben kunnen reserveren. Dat kon via de site van de verkoper; de regenton kon daarna worden afgehaald in de winkel.

²⁰ Idealiter waren er verschillende type flyers over de hele gemeente Rucphen gerandomiseerd verdeeld. Echter, vanwege budgettaire beperkingen was dit niet mogelijk.

OPZET VAN HET EXPERIMENT

De adressen van het dorp Rucphen zijn willekeurig in drie gelijke groepen verdeeld. Twee groepen ontvingen een flyer en de derde groep heeft geen flyer ontvangen omdat het dient als controlegroep.

- Flyer I benadrukt het financiële aspect van het nemen van maatregelen.
- Flyer II benadrukt het financiële aspect en het gemak (*self-efficacy*) van het nemen van de maatregelen.
- De controlegroep ontving geen flyer, maar heeft wel de mogelijkheid om via andere media de informatie te verkrijgen. Dit was een voorwaarde van de gemeente. De krant bevatte een advertentie met de strekking van flyer II; op Facebook zijn beide advertenties uitgezet.

De verschillende flyers bevatten elk een andere weblink, zodat we konden bijhouden hoeveel aanmeldingen er per flyer werden gedaan. Datzelfde gold voor de advertenties. Zoals te zien in onderstaande weergave zijn de verschillen tussen de flyers geconcentreerd in de blauwe tekstballonnen.

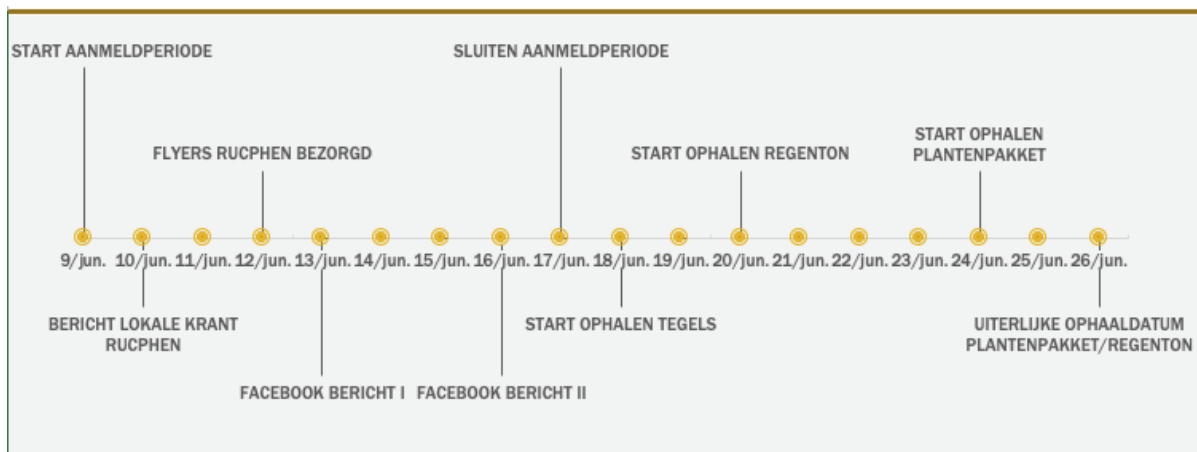
Flyer 1: Financieel voordeel

Flyer 2: Financieel voordeel + gemak

TIJDSLIJN

Voor de implementatie van het experiment is de volgende tijdslijn gehanteerd:

- 9 juni: websites met aanmeldformulier live
- 10 juni: krantenbericht flyer gemak
- 12/13 juni: flyers bezorgd
- 13 juni: FB bericht gemak + financieel
- 16 juni: FB bericht financieel
- 17 juni: uiterlijke aanmeldingsdatum
- 18/19 juni: tegels worden opgehaald
- 20-26 juni: ophaaldata regenton
- 24-26 juni: ophaaldata plantenpakket (evt. inleveren tegels)



RESULTATEN

AANMELDINGEN

Zoals te zien in onderstaande tabel hebben de flyers gezorgd voor aanzienlijke verhoging van het aantal aanmeldingen voor zowel de regenton- als de plantenactie. Van de N=671 huishoudens in beide groepen (flyer 1 & flyer 2) waren er in totaal N=24 aanmeldingen (0,25%). Dit aantal lag in de controlegroep beduidend lager, namelijk N=4 (0,04%). Dit verschil is statistisch significant²¹.

Tevens valt op te merken dat de flyer interventies een groter effect gehad hebben op het aantal aanmeldingen voor de regentonactie dan voor de plantenactie. Dit zou kunnen samenhangen met het feit dat het minder moeite vergt om hiervoor in aanmerking te komen.

Resultaten Rucphen

Groep	Tot. hh	Aanmeldingen					
		regenton		planten		totaal	
	N	N	perc.	N	perc.	N	perc.
Controle	671	2	0,30%	2	0,30%	4	0,60%
Flyer I (financieel)	671	18	2,68%	7	1,04%	24	3,58%
Flyer II (financieel + gemak)	671	16	2,38%	9	1,34%	24	3,58%

GEMAKSFACITOR

Er is geen significant verschil in het aantal aanmelding tussen de behandelgroepen. Dit betekent dat het type flyer (financieel vs. financieel + gemak) geen effect heeft gehad op het aantal aanmeldingen. Er is een aantal mogelijke verklaringen voor het feit het type flyer geen verschil heeft gemaakt in het aantal aanmeldingen:

- De gemaksfactor kon niet exclusief aangeboden worden binnen groep I. Daarom moest er ook aan groep II informatie worden verstrekt over de ophaalservice-weliswaar met minder nadruk, maar de gemaksfactor zou dus in beide groepen effect kunnen hebben gehad.
- Er stond redelijk veel informatie tekst op de flyer waardoor de specifieke informatie over het ophaalgemak is “ondergesneeuwd”.

²¹ Op basis van een OLS/logit regressie analyse $Y_i = \beta_0 + \beta_1 T_i + \epsilon_i$, waarbij Y_i de uitkomstmaat is voor adres i (0=geen deelname aan 1 van de acties, 1=deelname aan 1 van de acties) en T_i de behandelstatus van adres i (0=geen flyer, 1=wel flyer)

- Het ophaalgemak telt wellicht niet zwaar genoeg; dit zou kunnen samenhangen met het feit dat de ophaalperiode om financiële redenen vrij kort was (2 dagen).
- Mensen vinden het leuk om zelf – op een voor hen geschikt moment – een tripje naar het tuincentrum te maken.
- De facebook-acties en de advertentie liepen gelijktijdig met de flyer distributie. Hoewel we hebben nagevraagd via welke media men informatie had gekregen, zou dit het effect van de verschillende flyers kunnen hebben verwaterd.

In het volgende hoofdstuk worden de algemene conclusies en aanbevelingen gepresenteerd.

6. ALGEMENE CONCLUSIE EN AANBEVELINGEN

GEDRAGSANALYSE

- Veel burgers in Rucphen zijn niet of beperkt op de hoogte van de financiële prikkels: bijna 80% van de respondenten weet niet dat ze een subsidie of korting van de gemeente kan krijgen als ze maatregelen treft tegen wateroverlast.
- Bereidheid tot het nemen van klimaatadaptieve maatregelen onder burgers in Rucphen is groot: ruim 70% van de respondenten staat ervoor open om na te denken over het treffen van maatregelen tegen wateroverlast en meer dan de helft van de respondenten vindt het niet vervelend om zelf maatregelen te treffen tegen wateroverlast.

GEDRAGSEXPERIMENT SON EN BREUGEL

- Het meesturen van een flyer waarin de sociale normen rondom klimaatadaptief gedrag worden benadrukt bij de belastingbrief leidt tot significant meer afspraken met de watercoach (een verdubbeling, 2% vs. 1% in controlegroep). Dit vertaalt zich niet in een stijging van het aantal aanvragen voor de subsidie- en belastingkorting regeling.
- Uit deze resultaten trekken we twee conclusies:
 - a. De effectiviteit van financiële prikkels ter bevordering van klimaatadaptief gedrag kan worden versterkt wanneer de sociale normen rondom dit gedrag expliciet worden benadrukt in overheidscommunicatie over deze prikkels
 - b. Verhoogde interesse leidt niet automatisch tot meer aanvragen voor subsidies en belastingkorting. Mogelijke oorzaken hiervoor zijn dat het experiment plaatsvond tijdens de coronacrisis en/of dat het aanvraagproces als vrij complex wordt ervaren.

GEDRAGSEXPERIMENT RUCPHEN

- Het versturen van een flyer waarin de subsidieregeling voor klimaatadaptief gedrag onder de aandacht wordt gebracht bij burgers leidde tot een significante verhoging van het aantal mensen dat gebruik maakt van deze subsidie.
- Het benadrukken van het gemak van de maatregel leidde niet tot extra aanmeldingen.
- Hieruit concluderen we dat de effectiviteit van financiële prikkels ter bevordering van klimaatadaptief gedrag kan worden vergroot wanneer burgers explicieter over het bestaan van deze prikkels worden geïnformeerd.

LEERPUNTEN

- De opzet van dit project was zodanig dat de onderzoekers pas betrokken werden toen het ontwerp van de financiële prikkels al grotendeels vastlag. Dat beperkte de inbreng van de onderzoekers tot advies over de communicatie rondom de prikkels. Bij toekomstige trajecten kunnen gemeenten in deze fase gebruik kunnen maken van de gedragstool. Ten tijde van het schrijven van dit rapport (medio juli 2020) is er ook al een aantal gemeenten hiermee gestart.
- Er was in de gemeente Rucphen beperkt budget voor de communicatie. Dat beperkte de mogelijkheden bij het veldexperiment. Bij toekomstige projecten zou het nuttig kunnen zijn om ruimer budget te alloceren voor experimenten.
- Omdat praktijkexperimenten vaak gepaard gaan met onverwachte onmogelijkheden of veranderingen (in het geval van Rucphen speelde Covid19 een rol bij de uitvoer van de Week van het Water), is samenwerking met de uitvoerende gemeente van groot belang. Door de financiële bijdrage van IenW aan de pilot was er binnen de gemeente al enthousiasme en draagvlak, en waren de betrokken uitvoerders ook echt geïnteresseerd aan het onderzoek. De samenwerking was daardoor erg goed.

ADVIES VOOR UITROL IN ANDERE GEMEENTES

- Maak gebruik van gedragsinzichten bij het ontwerp van financiële prikkels voor klimaatadaptief gedrag en bij het ontwerp van beleid rondom deze financiële prikkels, bijvoorbeeld om het proces voor subsidieaanvragen te vereenvoudigen en de informatieverstrekking richting burgers te verhelderen.
- Maak waar mogelijk gebruik van veldexperimenten met willekeurige toewijzing van huishoudens aan verschillende interventies om te testen of een bepaalde prikkel of strategie ook het gewenste effect heeft. Hierbij zijn vaak allerlei mogelijkheden, bijvoorbeeld door subtiele verschillen in de communicatie aan te brengen. Betrek hierbij in een vroeg stadium ook de afdeling communicatie.

BIJLAGES

A: Referenties

B: Gedragsanalyse-vragenlijst

C: Monitoringsplan

A. REFERENTIES

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational behavior and human decision processes*, 50(2), 179-211.
- Brons, M., Nijkamp, P., Pels, E. & Rietveld, P. A meta-analysis of the price elasticity of gasoline demand. A SUR approach. *Energy Econ.* 30, 2105–2122 (2008).
- Kullberg (2016), Tussen groen en grijs. Een verkenning van tuinen en tuiniers in Nederland. Sociaal Cultureel Planbureau.
- Michie, S., Van Stralen, M. M., & West, R. (2011). The behaviour change wheel: a new method for characterising and designing behaviour change interventions. *Implementation science*, 6(1), 42.
- Pless, J. & van Benthem, A. A. Pass-Through as a Test for Market Power: An Application to Solar Subsidies. *Am. Econ. J. Appl. Econ.* 11, 367–401 (2019).
- Poiesz, T. B. C. (1999). *Gedragmanagement. Waarom mensen zich (niet) gedragen.* Inmerc.
- Rogers, R. W. (1975). A protection motivation theory of fear appeals and attitude change¹. *The journal of psychology*, 91(1), 93-114
- Service, O. EAST: Four Simple Ways to Apply Behavioural Insights. <https://www.bi.team/publications/east-four-simple-ways-to-apply-behavioural-insights/> (2014)
- Taubinsky, D. & Rees-Jones, A. Attention Variation and Welfare: Theory and Evidence from a Tax Salience Experiment. *Rev. Econ. Stud.* 85, 2462–2496 (2018).
- Tempelman, C. & Houkes-Hommes, A. What Stops Dutch Households from Taking Up Much Needed Benefits? *Rev. Income Wealth* 62, 685–705 (2016).
- van Valkengoed, A. M., & Steg, L. (2019). Meta-analyses of factors motivating climate change adaptation behaviour. *Nature Climate Change*, 9(2), 158-163.

B. VRAGENLIJST GEDRAGSANALYSE

Het regent harder dan de grond aankan...

Hoosbuien zorgen steeds vaker voor wateroverlast. Bij hevige hoosbuien kan regenwater niet snel genoeg in de grond zakken als deze bestraat is. Ook het riool kan de grote hoeveelheden regenwater niet snel genoeg verwerken. Hierdoor overstroomt het riool en lopen straten, huizen en kelders onder water. Om wateroverlast te verminderen kunt u verschillende maatregelen treffen.

Gemeente Rucphen wil graag uw mening weten over verschillende maatregelen om wateroverlast te verminderen. Wilt u deze vragenlijst voor ons invullen? Dit duurt maximaal 10 minuten. Onder alle deelnemers verloten wij een dinerbon ter waarde van € 100,- van een restaurant naar keuze. Mis deze kans niet en doe mee! Medio maart hoort u of u één van de winnaars bent van de dinerbon.

Wateroverlast

1. Maakt u zich weleens zorgen over wateroverlast door hoosbuien?
 nooit
 soms
 vaak
2. Hoe groot schat u de kans in dat u dit jaar zelf te maken krijgt met wateroverlast door hoosbuien (in percentage)? _____%
3. Hoe groot schat u de kans in dat andere mensen in uw gemeente te maken krijgen met wateroverlast door hoosbuien (in percentage)? _____%
4. Hoe erg is het volgens u als het riool overstroomt?
 heel erg
 erg
 neutraal
 niet erg
 helemaal niet erg
5. Bent u het eens met onderstaande stellingen?

Als ik nadenk over hoosbuien en mogelijke wateroverlast, dan voel ik mij:

	Helemaal oneens	Oneens	Neutraal	Eens	Helemaal eens
Machteloos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Boos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bang	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bezorgd	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Maatregelen

6. Welke maatregelen kent u om wateroverlast door hoosbuien te verminderen? -

Als u maatregelen treft om wateroverlast door hoosbuien te verminderen, kunt u dan een subsidie, korting of vergoeding krijgen van uw gemeente?

ja

nee → ga naar vraag 9

weet niet → ga naar vraag 9

7. Indien ja:

a. Wat moet u doen om een subsidie, korting of vergoeding te krijgen?

b. Hoe hoog is de subsidie, korting of vergoeding?

c. Bent u zelf in staat de subsidie, korting of vergoeding aan te vragen?

ja

nee

weet niet

8. Wat weet u van de Week van ons Water die vorig jaar in uw gemeente werd gehouden?

9. Hoe verantwoordelijk voelt u zich om zelf maatregelen te treffen tegen wateroverlast?
- helemaal niet verantwoordelijk
 - niet verantwoordelijk
 - neutraal
 - verantwoordelijk
 - heel verantwoordelijk

10. Welke maatregelen spreken u aan om zelf te treffen en daarmee wateroverlast te verminderen?

	Helemaal niet	Niet	Neutraal	Wel	Helemaal wel	n.v.t.
Minder bestrating en meer gras en beplanting in de tuin	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Plaatsen en aansluiten van een regenton	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Alle regenpijpen afkoppelen van het riool en het water opvangen in de tuin	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
(Meer) beplanting op (platte) daken	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Anders, nl _____ _____ _____	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

11. In hoeverre denkt u zelf in staat te zijn de volgende maatregelen te treffen?

	Zeker niet	Waarschijnlijk niet	Neutraal	Waarschijnlijk wel	Zeker wel	n.v.t.
Minder bestrating en meer gras en beplanting in de tuin	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Plaatsen en aansluiten van een regenton	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Alle regenpijpen afkoppelen van het riool en het water opvangen in de tuin	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
(Meer) beplanting op (platte) daken	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Anders, nl _____

12. Hoe nuttig zijn onderstaande maatregelen volgens u om wateroverlast door hoosbuien te verminderen?

	Helemaal niet nuttig	Niet nuttig	Neutraal	Nuttig	Heel erg nuttig
Minder bestrating en meer gras en beplanting in de tuin	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Plaatsen en aansluiten van een regenton	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Alle regenpijpen afkoppelen van het riool en het water opvangen in de tuin	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
(Meer) beplanting op (platte) daken	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Anders, nl _____	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Voor- en nadelen

13. Wat zouden voor u redenen zijn om geen maatregelen tegen wateroverlast te willen treffen?

14. Wat zouden voor u redenen zijn om wel maatregelen tegen wateroverlast te willen treffen?

15. Hoeveel geld zou u maximaal willen uitgeven aan maatregelen om wateroverlast te verminderen? _____ euro

16. Hoeveel tijd zou u maximaal willen besteden aan maatregelen om wateroverlast te verminderen? _____ uur

Buren

17. Denkt u dat uw buren het goedkeuren als u maatregelen tegen wateroverlast treft?

- zeker niet
- waarschijnlijk niet
- neutraal
- waarschijnlijk wel
- zeker wel

18. Denkt u dat uw buren zelf maatregelen willen treffen tegen wateroverlast?

- zeker niet
- waarschijnlijk niet
- neutraal
- waarschijnlijk wel
- zeker wel

19. Neem 10 mensen in gedachten die in uw buurt wonen. Hoeveel daarvan treffen volgens u maatregelen om wateroverlast te verminderen?

- 0 1 0 2 0 3 0 4 0 5 0 6 0 7 0 8 0 9 0 10

20. Wat zou uw buren ertoe aanzetten om maatregelen te treffen tegen wateroverlast?

Opvattingen

21. Ik geloof niet echt dat klimaatverandering leidt tot hevige hoosbuien

- helemaal oneens
- oneens
- neutraal
- eens
- helemaal eens

22. Ik vind het vervelend als ik maatregelen moet treffen om wateroverlast te verminderen

- helemaal oneens
- oneens
- neutraal
- eens
- helemaal eens

23. Ik heb geen zin om na te denken over het treffen van maatregelen om wateroverlast te verminderen

- helemaal oneens
- oneens

- neutraal
- eens
- helemaal oneens

Ervaring met wateroverlast

24. Heeft u weleens wateroverlast ervaren door hevige hoosbuien?

- ja
- nee
- weet niet

25. Had u toen ook schade opgelopen aan uw eigendommen?

- ja, veel
- ja, een beetje
- nee

Woonsituatie

26. Woont u in een koop- of huurwoning?

- koopwoning → Bent u (mede)eigenaar van uw woning? ja nee
- huurwoning

27. Heeft u een tuin?

- ja → Oppervlakte van de tuin is ongeveer: _____ m²
- nee

28. In wat voor soort huis woont u?

- appartement
- benedenwoning
- bovenwoning
- tussenwoning
- hoekwoning
- 2-onder-1-kap-woning
- geschakelde woning
- vrijstaande woning
- anders, namelijk: _____

29. Hoe lang denkt u te willen blijven wonen op uw adres?

minder dan 1 jaar

tussen 1 en 5 jaar

langer dan 5 jaar

30. Wat is uw gezinssamenstelling?

alleenstaand

gehuwd/samenwonend zonder kind(eren)

gehuwd/samenwonend met kind(eren)

alleenstaand met kind(eren)

anders, namelijk _____

31. Wat is uw postcode? _____

32. Wat is uw leeftijd? _____ jaar

Wilt u kans maken op een dinerbon ter waarde van € 100,- van een restaurant naar keuze?

Vul dan hier uw emailadres of telefoonnummer in:

Wij danken u voor het invullen van deze vragenlijst!

René Lazeroms, Wethouder Duurzaamheid, gemeente Rucphen

C. MONITORINGSPLAN

Dit protocol bevat een algemene opzet om de effectiviteit van financiële maatregelen te bepalen.

Stappenplan

1. Breng in kaart wat de **basissituatie** is: aantal huishoudens, aantal m² tuin, percentage huishoudens dat al maatregelen genomen heeft
2. Bepaal de **uitkomstmaat** en **meetmethode**. Dat kan bijvoorbeeld zijn: het aantal aanvragen voor een subsidie, of zelf het aantal daadwerkelijk geïnstalleerde regentonnen.
3. Bepaal in welke **locaties** / wijken / straten / huishoudens de financiële prikkel wordt uitgerold, en welke locaties als controlelocaties worden aangewezen. Dit kan door bijvoorbeeld twee dorpen met elkaar te vergelijken.
4. Voer de **gedragsmaatregel** uit. Bij ingewikkelde maatregelen is het handig om al een keer proef te draaien met de logistiek tijdens de voormeting.
5. Voer de **nameting** uit (n.b. de nameting begint meestal vanaf het begin van de gedragsmaatregel).