



CIRCULAIR ONDERNEMEN

BE GENTLE, IT'S A RENTAL

HOE ZET JE GEBRUIKERS AAN TOT ZORGVULDIG GEBRUIK VAN PRODUCTEN-ALS-DIENST?

1 VAN BEZIT NAAR GEBRUIK



De EU streeft naar een volledig klimaatneutraal Europa in 2050. Nederland heeft een klimaatakkoord opgesteld, waarin onder andere staat dat een volledige circulaire industrie en economie nodig is om de doelstellingen te bereiken. Dit heeft ook gevolgen voor de verdienmodellen van bedrijven, aangezien de huidige verdienmodellen vaak niet passen in een circulaire economie. Een nieuw verdienmodel dat wel aansluit bij de vereisten is het servicemodel, ook wel bekend als Product-as-a-Service.

Product-as-a-Service (PAAS) houdt in dat consumenten diensten afnemen in plaats van producten kopen. Voorbeelden van producten die nu ook als dienst worden aangeboden zijn fietsen, matrassen, licht, bloemen, wasmachines, boeken, en kantoormeubilair. Vaak blijft de aanbieder volledig verantwoordelijk voor het product. Uit winstoogpunt is het voor hen dan ook belangrijk dat het product zo lang mogelijk in de keten blijft. Dit kan worden bereikt door een duurzaam productontwerp en het efficiënt en effectief inzetten van grondstoffen. Dit betekent dat er minder grondstoffen nodig zijn en uiteindelijk minder CO₂-uitstoot.

2 DE ESSENTIËLE ROL VAN DE GEBRUIKER

De potentiële milieuvoordelen van servicemodellen kunnen alleen worden benut wanneer de gebruikers van de producten-als-dienst er zorgvuldig mee omgaan.

Zorgvuldig gebruik betekent dat de gebruiker omgaat met het product zoals voorgeschreven, maar ook dat de gebruiker onderhouds- en reparatiewerkzaamheden uitvoert of laat uitvoeren.

Onzorgvuldig gebruik heeft als gevolg dat er meer en ernstigere reparatie- en onderhoudswerkzaamheden nodig zijn. Dit gaat per definitie tezamen met een hogere negatieve impact voor het milieu.



Er zijn verschillende factoren die een rol spelen bij het tot stand komen van gedrag. Mensen voeren handelingen uit wanneer zij voldoende capaciteit en motivatie hebben en ervaren voor het uitvoeren van de acties en wanneer de omgeving het gedrag stimuleert of niet belemmert. Wanneer een van deze drie ontbreekt, is de kans dat mensen de handelingen uitvoeren klein.

Onderzoek naar producten-als-dienst en zorgvuldig gebruik laat zien dat er verschillende factoren zijn die zorgvuldig handelen in de weg staan of juist stimuleren (van Brecht, Kappers, Schmidt & Renes, 2021). Op basis van deze inzichten zijn er drie aanbevelingen geformuleerd voor aanbieders van producten-als-dienst om de kans op zorgvuldig gebruik te verhogen, namelijk:

- Zorg dat de gebruiker in staat is om de gewenste handelingen uit te voeren
- Creëer een gevoel van eigenaarschap
- Haal gebruikers uit de anonimiteit



a. Zorg dat de gebruiker in staat is om de gewenste handelingen uit te voeren

- Het productontwerp moet de gebruiker in staat stellen om onderhoud- en reparatiehandelingen makkelijk zelf uit te voeren.
- De gebruiker moet over de juiste kennis beschikken. Zorg dat de gebruiker weet welke handelingen nodig zijn en wanneer en hoe deze moeten worden uitgevoerd. Daarnaast is het belangrijk dat de verdeling van verantwoordelijkheden over het product helder is: waar is de gebruiker verantwoordelijk voor en waar de aanbieder?
- Creëer een sociale norm waarin zorgvuldig gebruik normaal is: zorg als aanbieder dat defecte producten direct hersteld worden. Maak daarnaast zichtbaar dat het product door meerdere mensen gebruikt wordt en er plezier aan beleven.



b. Creëer een gevoel van eigenaarschap bij de gebruiker over het product-als-dienst

- Geef gebruikers zoveel mogelijk controle over het object. Biedt ze de mogelijkheid om kenmerken of onderdelen van het product-als-dienst (tijdelijk) aan te passen. Idealiter doen de gebruikers dit zelf: hoe meer een gebruiker investeert in het product, hoe hoger het gevoel van eigenaarschap.
- Neem de gebruikers mee in het verhaal van het product-als-dienst. Wat maakt het bijzonder? Hoe is het tot stand gekomen? Deze informatie zorgt ervoor dat de gebruiker zich meer verbonden en eigenaar voelt van het product.



c. Haal gebruikers uit de anonimiteit

- Hoe anoniemer een gebruiker zich voelt bij het gebruik van de service, hoe groter de kans op onzorgvuldig gebruik. Vermijd dit, door zoveel mogelijk te personaliseren. Denk aan het gebruik van persoonlijke accounts, het personaliseren van (onderdelen van) het product of het verkleinen van de gebruikersgroep.
- Gebruik straffen en/of beloningen om gebruikers aan te zetten tot zorgvuldig gebruik. Wees daar voorzichtig mee: wanneer dit niet juist wordt ingezet kan het leiden tot minder gevoelens van eigenaarschap en verantwoordelijkheid, en meer onzorgvuldig gedrag.

Voor meer informatie over het onderzoek of voor het opvragen van het onderzoeksrapport, neem contact op het lectoraat Psychologie voor een Duurzame Stad van de Hogeschool van Amsterdam, via j.van.brecht@hva.nl