



Disrupties en transities

Consumptie in PDC's: een praktijkenbenadering

Jonas Van Gaubergen, Erik Paredis & Thomas Block



Vlaanderen
is vernieuwend bestuur

**STEUNPUNT
BESTUURLIJKE
VERNIEUWING**

Het Steunpunt Bestuurlijke Vernieuwing is een consortium van:



INSTITUUT VOOR DE OVERHEID

Parkstraat 45 bus 3609
B-3000 Leuven
Tel: 0032 16 32 32 70

Prof. dr. Geert Bouckaert
Promotor-coördinator
geert.bouckaert@kuleuven.be

Prof. dr. Annie Hondeghem
Verantwoordelijke KU Leuven
annie.hondeghem@kuleuven.be



Sint-Jacobstraat 2
B-2000 Antwerpen
Tel: 0032 3 265 53 87

Prof. dr. Wouter Van Dooren
Verantwoordelijke UAntwerpen
wouter.vandooren@uantwerpen.be



Campus Mercator G
Henleykaai 84
B-9000 Gent
Tel: 0032 9 243 29 04

Prof. dr. Joris Voets
Verantwoordelijke UGent
joris.voets@ugent.be



Martelarenlaan 42
B-3500 Hasselt
Tel: 0032 11 26 81 11

Prof. dr. Johan Ackaert
Verantwoordelijke UHasselt
johan.ackaert@uhasselt.be

Steunpunt Bestuurlijke Vernieuwing
Parkstraat 36 bus 3606 - 3000 Leuven - België
Tel: 0032 16 32 36 10 - E-mail: sbv@kuleuven.be - URL: <https://steunpuntbestuurlijkevernieuwing.be/>

© Steunpunt Bestuurlijke Vernieuwing

Niets uit deze uitgave mag, zelfs gedeeltelijk, openbaar gemaakt worden, gereproduceerd, vertaald of aangepast, onder enige vorm ook, hierin begrepen fotokopie, microfilm, bandopname behoudens uitdrukkelijke en voorafgaande toestemming van de uitgever.

Dit rapport vermeldt de mening van de auteur en niet deze van de Vlaamse overheid.

De Vlaamse overheid kan niet aansprakelijk worden gesteld voor het gebruik dat wordt gemaakt van de in deze bekendmaking opgenomen gegevens.





DISRUPTIES EN TRANSITIES

**Consumptie in PDC's:
een praktijkenbenadering
14.01.2021**

Jonas Van Gaubergen
Erik Paredis
Thomas Block



INHOUD

Inleiding	5
1 Consumptieonderzoek: naar een praktijkenbenadering	7
1.1 Inleiding: de gangbare kijk in consumptieonderzoek versus de sociale praktijkenbenadering	7
1.2 Een sociale praktijkenbenadering	11
1.3 De 'slimline' praktijkenbenadering van Shove: onderzoekskader en opstap naar interventies	12
1.3.1 Onderzoekskader: <i>meanings, materials, competence</i>	12
1.3.2 Praktijken: hoe werken aan verandering?	13
1.4 Inleiding op de casestudie: opzet en methodes	16
2 Autodelen en de case 'Cambio'	18
2.1 Case-beschrijving	18
2.3 Uitgebreide Analyse met het praktijkenkader	21
2.3.1 Betekenis	21
2.3.2 Materialen	25
2.3.3 Competenties	28
2.4 Autodelen en verandering: illustratie van de interventieframings	29
3 Slotbedenkingen	34
Bibliografie.....	36



waarde aan het worden is. Autodelen is er dus enigszins in geslaagd om door de moeilijke opstartfase te geraken die innovaties door moeten om zich te vestigen en te groeien. Inzoomen op deze case laat ons dan vermoedelijk ook toe om een breder pallet aan ervaringen te onderzoeken en in kaart te brengen dan bij cases die nog in een aanvangsfase zitten. Autodelen als focus – en specifiek het bekendere deelsysteem Cambio – biedt mogelijk interessante inzichten omdat het een relatief ingrijpende vernieuwing in de consumentensfeer inhoudt die een groeiend (+/- 25.000 leden) publiek weet aan te spreken.

Het algemene doel van dit onderzoeksrapport is inzicht te krijgen in de rol van consumenten in PDCs. Een centraal verschil met conventionele productverkoop houdt in dat de consument in deze (innovatieve) businessmodellen niet het eigenaarschap verkrijgt over de gebruikte goederen. De gebruiker betaalt over het algemeen voor het tijdelijke gebruik van bepaalde producten of ervaart een dienst waarbij allerhande producten van een aanbieder gemobiliseerd worden. In de context van consumenten betekent dit dat we bepaalde producten niet meer zouden aankopen, maar deze bijvoorbeeld gaan delen of huren. Gebruikmaken van een deelauto veronderstelt daarbij heel wat andere gedragingen en gewoonten dan bij het bezitten van een eigen wagen. Overschakelen van conventionele modellen op basis van eigenaarschap, naar modellen op basis van gebruik of toegang vragen dan andere gedragingen en routines van consumenten. Als beide formules naast elkaar bestaan, kan ook de vraag opgeworpen worden wat de vernieuwde rol van de consument veronderstelt en hoe die zich daar aan aanpast, of mee worstelt. In het eerste deel van dit rapport werken we toe naar onze onderzoeks aanpak. We maken daarbij gebruik van inzichten uit het veld van sociale praktijkentheorie, een perspectief dat ook in de context van transitie en transitiewetenschap aangevoerd wordt. Eerst **(1.1)** positioneren we het idee van ‘praktijken’ in relatie tot andere, meer conventionele perspectieven op consumptieonderzoek. Vervolgens overlopen we een aantal centrale uitgangspunten van de sociale praktijkenbenadering **(1.2)**. In de tabel op bladzijde 11 worden enkele kerneigenschappen van de besproken perspectieven op consumptie samengevat. In het daaropvolgende luik stellen we meer concreet ons onderzoekskader voor **(1.3.1)** en staan we stil bij mogelijke denkpistes voor beleidsinterventies die voortkomen uit deze benadering. We hernemen dan kort het opzet, lichten onze werkwijze toe en vatten het analytisch kader kort samen **(1.4)**. In het tweede deel gaan we aan de slag met onze case. We geven een beknopte beschrijving van Cambio **(2.1)** en een samenvattende tabel van onze analyse **(2.2)**. De uitgebreide analyse, waar de samenvattende tabel op gebaseerd is, staat uitgeschreven onder **2.3**. In deel **3** brengen we dan een aantal slotbedenkingen samen.



1 CONSUMPTIEONDERZOEK: NAAR EEN PRAKTIJKENBENADERING

1.1 INLEIDING: DE GANGBARE KIJK IN CONSUMPTIEONDERZOEK VERSUS DE SOCIALE PRAKTIJKENBENADERING

Om naar gebruik en consumptie in product-dienstcombinaties te gaan kijken, vertrekken we in dit rapport vanuit een sociale praktijkenbenadering. De “social practices approach” heeft in de loop van de laatste tien jaar een belangrijke plaats ingenomen in transitiewetenschap. De reden daarvoor is dat ze goed aansluit op het idee dat transities enkel met een systemische bril te begrijpen zijn. Transities worden niet veroorzaakt door specifieke nieuwe technologieën, specifieke beleidsmaatregelen of door individuele gedragsverandering. Transities zijn altijd het gevolg van een langdurig samenspel tussen actoren, kennis, instituties, technologie, regels, cultuur en praktijken. De sociale praktijkenbenadering brengt dat systemische in vanuit de kant van consumptie, namelijk via het belang van collectief gedragen praktijken en routines. Een praktijkenbenadering trekt de aandacht naar het grotendeels routinematige, vanzelfsprekende karakter van het dagelijks leven en de consumptie die daarin zit ingebed.

In wat volgt introduceren we het idee van ‘praktijken’ door het te situeren in relatie tot enkele meer conventionele perspectieven in en rond onderzoek naar consumptie. We zien daarbij dat een praktijkenbenadering ingaat tegen (1) de meer geïndividualiseerde opvatting rond consumptie. Anderzijds gaan we handelen van gebruikers-consumenten ook niet eenzijdig begrijpen als (2) gestuurd door ‘de context’. Omdat ze weinig gebruikt wordt in onderzoek, beperken we onze uiteenzetting over nummer (2) tot enkele zinnen.

Een belangrijk kenmerk van de sociale praktijkenbenadering, is dat niet individuen maar zogenaamde sociale praktijken en sociaal gedragen routines centraal staan. Dit houdt een belangrijke breuk in met andere opvattingen en visies over consumptie, en menselijk gedrag meer in het algemeen. Analyses vanuit een praktijkenbenadering beperken immers de rol van bewuste intentie, individuele autonomie of doelgerichte keuzes, want “*explanation focuses on the organization of practices rather than on individuals* (Welch & Warde, 2015).” Deze aanpak wijkt dus af van de behoorlijke dominante, voluntaristische opvattingen rond consumptie binnen de sociale wetenschappen (1). We lichten dit kort even toe.

Opvattingen die de vrije keuze van de consument centraal stellen, vinden we onder andere terug in meer klassieke economische denkwijzen rond menselijk gedrag (Warde, 2016). Onder meer het welbekende idee van individuen als rationele keuzenmakers binnen het domein van de markt had een belangrijke invloed op denken rond consumptie; het beeld van de ‘soevereine consument’, die vooral in het licht van zijn of haar eigen voorkeuren en belangen keuzes maakt. Ietwat gelijkaardige modellen vinden we terug in oudere theorieën uit de psychologie en sociologie waarbij attitudes (psychologie) en waarden (sociologie) gezien werden als voorspellers van consumptiegedrag. Het mensbeeld dat dergelijke opvattingen met elkaar gemeen hebben,



noemt Hindess (1990) het 'portfolio model'; menselijk handelen is daarbij het resultaat van de interactie tussen een bepaalde situatie enerzijds, en het min of meer stabiele 'portfolio' aan verlangens, overtuigingen en doelen van een actor anderzijds. Een ander toonaangevende opvatting die de nadruk legt op de keuzes van het individu, vinden we terug in meer cultuurtheoretische kringen. Eind vorige eeuw werd daar de nadruk gelegd op de symbolische en 'opzichtige' (*conspicuous*) aspecten van consumptie, waarbij individuen mede via consumptiekeuzes hun identiteit gaan vormen en tentoonstellen; het beeld van het 'expressieve individu', waarbij consumptie(goederen) verwickeld zijn in identiteitsvorming en communicatie (Welch & Warde, 2015). Het kopen van bepaalde kledij of gadgets zijn hier voor de hand liggende voorbeelden. Kortom, dergelijke nog steeds dominante perspectieven benadrukken de rol en vooral ook de verantwoordelijkheid van individuen in consumptie (en niet die van de producent, bijvoorbeeld). De nadruk ligt op de consument die *kiest*, telkens weer, min of meer bewust, tussen de verschillende mogelijkheden. Logischerwijs mikken dan ook beleidsinitiatieven die op consumptie willen inspelen in belangrijke mate op de portfolio-elementen (belangen, voorkeuren, attitudes) die het gedrag van actoren richting geven. We komen hier later op terug (**punt 6**). Een veel terugkerende kritiek op deze 'portfolio-modellen' komt echter voort uit de vaststelling dat attitudes en waarden, en de verandering daarin, niet noodzakelijk leiden tot gedrag conform aan die houdingen. Dit fenomeen wordt de 'value-action gap' genoemd (Southerton, Ward & Hand, 2004; Southerton, 2013). Daarbij zien we bijvoorbeeld dat positieve attitudes met betrekking tot het milieu of belang hechten aan de klimaatopwarming niet zomaar samengaan met duurzame consumptiekeuzes. Ten slotte merken we op dat er in het laatste decennium vanuit de gedragseconomie verder gebouwd is op wat we zonet bespraken. Daarbij denken we vooral aan de groeiende populariteit van 'nudging'. Vanuit die benadering worden attitudes en waarden nog steeds op het niveau van individuen geplaatst, maar wordt o.a. de mediërende rol van de context in keuzegedrag benadrukt. Gedrag wordt daarbij eerder als beperkt-rationeel gezien (mensen handelen niet steeds naar hun houdingen) waarbij 'gewoontes' een belangrijke rol spelen. Het beïnvloeden van de context, bijvoorbeeld de inrichting van de fysieke omgeving, kan dat gedrag dan gaan corrigeren en in een gewenste richting sturen.

Aan de andere kant van het spectrum (2), onderscheidt een praktijkenbenadering zich evengoed van opvattingen die gedrag niet verklaren vanuit individuen, maar volledig vanuit de 'context'. Praktijkenbenaderingen vallen dus niet terug op meer deterministische visies en verklaringen op basis van structuren en trends. Macro-opvattingen die wijzen naar, bijvoorbeeld, maatschappelijk-economische verhoudingen of overkoepelende concepten zoals 'de consumptiemaatschappij' passen niet in de conceptualisering van praktijkenbenaderingen. Hetzelfde geldt voor opvattingen waarbij eerder eenzijdig de nadruk op technologie wordt gelegd als zijnde de cruciale bepalende factor in hoe(veel) er geconsumeerd wordt. Zoals we zullen zien, wordt er wel degelijk een belangrijke rol voorzien voor fysieke voorwerpen (waaronder technologieën), maar worden ze niet los gezien van de manieren waarop die in dagdagelijks handelen verweven zitten en betekenis krijgen.

We vatten het voorgaande hier kort even samen (zie ook **tabel 1**). Enerzijds ligt de focus bij een praktijkenbenadering in de eerste plaats niet op individuen – met hun eigen kennis, waarden of attitudes – en de keuzes die daaruit voortkomen. Een praktijkenbenadering kijkt daarentegen naar routines of gewoontes.



Daarbij wordt vertrokken van een ruimere sociaal-culturele blik op 'gewoontes' dan we bijvoorbeeld bij nudging tegenkomen, waar het vooral gaat om het bijsturen van gewoontegedrag door de 'keuze-architectuur' waarmee consumenten in contact komen op een bepaalde manier vorm te geven. Het gaat dan immers nog steeds om het beïnvloeden van individuele keuzes, waarbij de keuze-omgeving zo wordt ontworpen om de consument in feite een duwtje in de juiste richting te geven. Anderzijds probeert een praktijkenbenadering evenmin gedrag te gaan verklaren als eenzijdig gestuurd door de context. Maatschappelijke trends of technologische innovatie *an sich* zijn dus niet het vertrekpunt als we met praktijken naar consumptie willen gaan kijken. Na het overzicht (**tabel 1**), gaan we verder in op wat sociale praktijken dan wél zijn en hoe we hier vervolgens concreet mee aan de slag kunnen.



1.2 EEN SOCIALE PRAKTIJKENBENADERING

Gebruikmaken van een praktijkenperspectief om naar consumptie te kijken, trekt de aandacht naar consumptie als onderdeel van het collectieve en routinematige karakter van ons gedrag. In deze sectie overlopen we kort enkele puntjes die toelaten om sociale praktijken en de benadering daarvan te karakteriseren. We hebben het achtereenvolgens over: (1) het vanzelfsprekende en dagdagelijkse karakter van praktijken, (2) waarom er ook wel over *sociale* praktijken gesproken wordt, (3) praktijken als configuraties die herhaald worden, en tenslotte staan we kort stil bij (4) de plaats en rol van houdingen in praktijken. Na deze 4 puntjes, gaan we in het volgende deel van dit rapport over tot de toelichting van het concrete onderzoekskader (1.3.1).

Een eerste belangrijk punt, is dat er vanuit gegaan wordt dat een groot deel van onze consumptie ingebed zit in de vanzelfsprekende, dagdagelijkse routines die ons leven een ‘normaal’ karakter geven. De dagelijkse douche in de ochtend, de verplaatsing naar het werk of de supermarkt, of evengoed het bereiden van het avondmaal (en de afwas nadien) gelden als dergelijke doodnormale ‘praktijken’.

Uit het vorige punt volgt eveneens, **ten tweede**, dat een belangrijk deel van onze consumptie niet zozeer berust op (individueel) keuzegedrag, maar op collectieve patronen. Dit gedeelde of sociale karakter zorgt er dan ook voor dat we deze routines als sterk maatschappelijk ingebed bekijken. Het gaat met andere woorden niet enkel over het heel ‘gelokaliseerd’ maken van keuzes, maar over het ruimere sociale, culturele en materiële karakter van gedragspatronen. Zo zouden we mogelijks kunnen vaststellen dat ‘avondeten’ vaak in gezinsverband gebeurt en dat hier bepaalde rolverdelingen aan vasthangen voor de gezinsleden; verder is voedsel sterk beladen met culturele waarderingen zoals ‘gezond’ of ‘gevarieerd’ en gelden er bepaalde normen aan tafel; tenslotte komt er doorgaans ook o.a. het tastbare voedsel, een eetruimte, kookgerei en een ijskast aan te pas die het materiële karakter van de praktijk ‘avondeten’ uitmaken.

Een derde belangrijk punt, dat voortvloeit uit het vorige, is dat we praktijken dan ook gaan begrijpen als configuraties van verschillende soorten elementen. We zouden een praktijk dus in feite kunnen zien als een routinematige gedragsvorm die een heleboel componenten (o.a. keuken, ‘gezond’ eten, moeder/vader kookt) integreert tot een geheel (‘avondeten klaarmaken’). Al deze elementen en de onderlinge verbindingen ertussen vormen dan een geheel dat keer op keer gereproduceerd wordt door de ‘deelnemers’ van die praktijk. Enerzijds herhalen de deelnemers de praktijk door de elementen steevast op dezelfde manier met elkaar te integreren en krijgen routines een hardnekkig karakter (zie ook **uitbreiding** hieronder). Anderzijds biedt deze opvatting van praktijken als configuraties net openingen voor verandering: de afzonderlijke elementen van praktijken, de relaties daartussen, alsook de relaties tussen praktijken onderling worden dan het potentiële doelwit van interventies. We gaan later verder in op drie mogelijke denk pistes voor interventies (zie **1.3.2**).

Merk op, **ten slotte**, dat waarden, normen en attitudes dus nog steeds aan bod komen bij praktijken. De focus verschuift hier echter naar de waarden en normen die ingebed zitten in de praktijken zelf, en dus niet in de



eerste plaats als eigenschappen van individuen. Er wordt gekeken naar de manier waarop praktijken - geroutineerde 'manieren van doen' - in feite zelf waarden, attitudes, verlangens en emoties 'organiseren'. Iets schijnbaar banaals als 'de was doen', bijvoorbeeld, maakt eigenlijk deel uit van de 'zorg' voor het gezin, en "sending kids to school in dirty clothes is breaking social norms (Spurling & Welch, 2014)." Deze houding ten aanzien van waarden en attitudes betekent niet dat individuen en hun standpunten onbelangrijk zijn, maar stelt dat de relaties tussen houdingen en gedrag complexer zijn dan in benaderingen waar voornamelijk uitgegaan wordt van individuen en hun keuzes. Volgens een praktijkenbenadering zitten houdingen en gedrag verweven in aaneenschakelingen van de verschillende praktijken waar we dagelijks aan deelnemen. Vanuit deze redenering wordt het eerder de bedoeling om 'duurzame waarden' in praktijken in te bouwen dan om de waarden en voorkeuren van consumenten te gaan beïnvloeden.

1.3 DE 'SLIMLINE' PRAKTIJKENBENADERING VAN SHOVE: ONDERZOEKSKADER EN OPSTAP NAAR INTERVENTIES

In de volgende sectie lichten we het frequent aangehaald onderzoekskader van Elizabeth Shove toe, dat de basis vormt voor onze analytische bril (1.3.1). Op basis van dit kader werd ook nagedacht over wat een praktijkenbenadering kan betekenen voor mogelijke beleidsinterventies, we overlopen dit dan ook beknopt in een volgend punt (1.3.2).

1.3.1 Onderzoekskader: *meanings, materials, competence*

Voor het uitwerken van een analysekader, bouwen we op het werk van de Britse sociologe Elizabeth Shove. Haar theoretisch en empirisch werk rond praktijken en consumptie wordt beschouwt als de basis van een van de twee grote 'scholen' van praktijkenonderzoek rond duurzame consumptie (Welch & Warde, 2017).

Zoals de titel van het boek *The Dynamics of Everyday Practice – Everyday Life and How it Changes* aangeeft, leggen Shove en enkele collega's (2012) zich toe op het bestuderen van de 'flow' van het alledaagse leven, en hoe dat zou veranderen. Doodnormale praktijken zoals autorijden, koken en zelfs het maken van cement passeren er illustratief de revue. Daarbij komt ze tot wat ze zelf een 'slimline' versie van praktijktheorie komt, daarin zijn praktijken opgebouwd uit drie centrale elementen: *materials, meanings, competence*. Het tot stand komen, veranderen en eventueel verdwijnen van een praktijk, komt dan voort uit het maken en veranderen van connecties tussen instanties van deze drie elementen. De opbouwende elementen en de relaties daartussen, vormen de praktijk. Verandering of innovatie in praktijken, zien we dan als een proces waarin er zich veranderingen voordoen in de elementen van een praktijk en hoe die op elkaar afgestemd worden. Ook relaties tussen praktijken onderling kunnen uiteraard veranderen. In het volgende luik werken we die mogelijke manieren voor verandering, en dus doelwitten voor beleidsinterventies, verder uit. We overlopen nu kort de drie analytische kernelementen die Shove aanvoert.



- **Meanings:**

Het eerste element in het opzet van Shove bestaat uit sociale en symbolische betekenissen die verbonden zijn aan een praktijk. Met andere woorden gaat dit element vooral in op de ‘culturele ladingen’ die in praktijken aanwezig zijn. We zien dit ondermeer bij deelnemers (en niet-deelnemers) die hun ervaringen en motivaties rond een praktijk betekenis geven. Marketing speelt hier heel duidelijk op in, zoals we bijvoorbeeld zien in reclamespots voor auto’s waarbij voor verschillende modellen en merken bepaalde associaties gesuggereerd worden (vb: comfort, vrijheid, snelheid, familiaal, stadsleven,..). Het gaat hier onder andere om: *symbolische betekenissen, motivaties, ideeën, ambities, emoties*.

- **Materials:**

Een tweede element waaruit praktijken zijn opgebouwd, is de materiële component. Praktijken bevatten doorgaans een hele hoop fysieke ‘dingen’ of materialen. Dingen en configuraties van dingen in praktijken, geven in belangrijke mate mee vorm aan de praktijk, en omgekeerd. Hoe wij momenteel aan autorijden doen, verondersteld onder andere een auto (met stoelen, spiegels, gordels,..), wegen om op te rijden, parkeerplaatsen, en ga zo maar door. Het gaat hier onder andere om: *tastbare ‘dingen’, technologieën, infrastructuur, hardware, gereedschappen*.

- **Competence:**

Het derde element bestaat uit de kennis en kunde die nodig is om te deel te kunnen nemen aan een praktijk, om deze te kunnen doorlopen. Dit omvat zowel meer expliciete kennis die in principe vlot te delen is (vb: het verkeersreglement), als eerder impliciete en belichaamde kennis (vb: inschatten van verkeersmanoeuvres). Het gaat hier onder andere om: *vaardigheden, know-how, techniek*.

1.3.2 Praktijken: hoe werken aan verandering?

De praktijkenbenadering die we zonet schetsten, trekt de aandacht naar de multi-dimensionele en routinematige aard van ons gedrag. In navolging van Shove begrijpen we praktijken dus, met andere woorden, als hardnekkige maar contingente configuraties van materialen, betekenissen en competenties. We overlopen in wat volgt 3 mogelijke opstappen om na te denken over hoe beleid aan de slag kan met een sociale praktijkenbenadering. Deze denkpijsten zijn geen revolutionaire beleidsrecepten, maar tonen aan hoe we over consumptie kunnen gaan denken als we ons niet beperken tot keuzegedrag van individuen maar vertrekken vanuit praktijken.

In navolging van Spurling et al. (2013) vatten we deze drie denkpijsten op als mogelijke ‘framings’ voor interventies. Interventieframing 1 situeert zich op het niveau van elementen van praktijken, interventieframing 2 en 3 behandelen vooral het niveau van praktijken en de relaties daartussen.

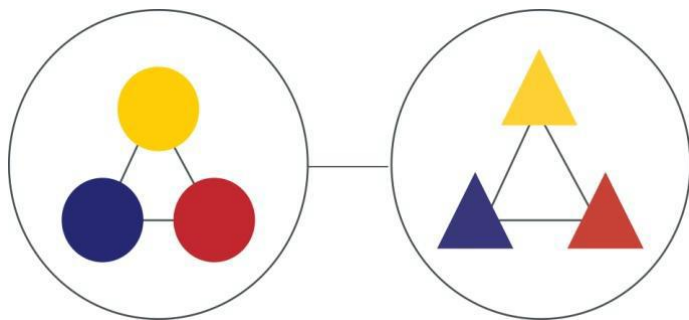


Interventieframing 1: Herwerken van energie- en grondstoffenintensieve praktijken

Als eerste komen we uit bij een mogelijke strategie die als doel heeft om bestaande praktijken te veranderen door interventies te richten op de elementen waaruit praktijken zijn opgebouwd. In de context van beleid voor duurzame consumptie, is het hier vooral de bedoeling om **reeds bestaande praktijken minder energie- en grondstoffenintensief te gaan maken** (“re-crafting resource-intensive practices”).

Interventies die onder deze aanpak vallen, lijken sterk op de meer conventionele beleidsstrategieën zoals sociale marketing (vb. BOB-campagne) en informatiecampagnes (vb. sorteren afval), andere vormen van ‘opleiden’ van gebruikers (vb. rijexamen, passief rijden) of het invoeren van industriestandaarden (materiële vormgeving, vb. grondstof kledij, uitstoot wagen). Vanuit een praktijkenkader wordt dit echter op een meer systematische manier benaderd: hoe kunnen we verschillende soorten opbouwende elementen (betekenissen, materialen en competenties) samen in rekening nemen om een praktijk te veranderen? Interventies zijn dus bij voorkeur steeds multi-dimensioneel, ze houden rekening met meerdere elementen uit de drie categorieën: betekenissen, materialen en competenties (Spurling & McMeekin, 2014). We kunnen ons dan ook bijvoorbeeld gaan afvragen welk specifiek element veranderd of verwijderd moet worden uit een praktijk, zodat die kan evolueren naar een meer duurzame configuratie.

In het geval dat een verdere overstap naar elektrisch rijden gewenst zou zijn (en indien we dit als minder-grondstofintensief of vervuילend beschouwen), zou het vanuit een praktijkenbenadering dus niet enkel de bedoeling zijn om financiële incentives te geven voor de aankoop van een elektrische wagen. Er wordt dan nadrukkelijk belang gehecht aan het gelijktijdig aanpakken van verschillende elementen, bijvoorbeeld: inrichten van laadinfrastructuur, informatiecampagnes om ‘koudwatervrees’ elektrisch rijden te overwinnen, uitspelen elektrisch vs. verbranding,... Maar evengoed kan er gewerkt worden aan beeldvorming met betrekking tot de afstanden en snelheden die met auto’s afgelegd moeten kunnen worden bijvoorbeeld, om op die manier ook aan ingebakken veronderstellingen met betrekking tot “waarvoor dient een wagen” te proberen werken.



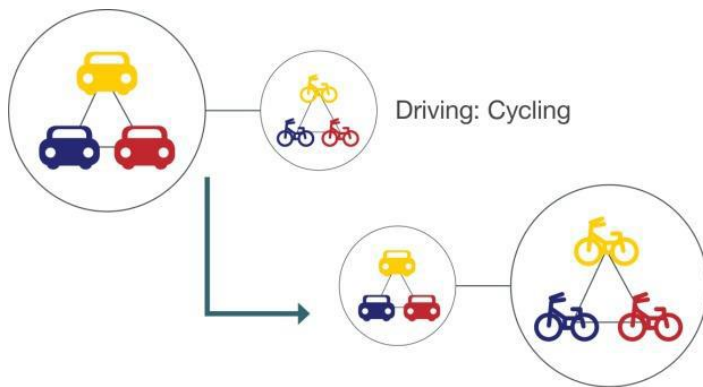
Interventieframing 1:
Ingrijpen in de opbouwende elementen van reeds bestaande praktijken met als doel ze minder grondstofintensief te maken.



Interventieframing 2: vervangen van praktijken

De tweede opstap naar interventies, richt zich op het vervangen of inwisselen van praktijken. Beleid kan zich dan gaan focussen op het ontmoedigen van deelnemen aan bestaande (minder duurzame) praktijken en anderzijds het deelnemen aan duurzamere varianten stimuleren. Het beleidsdoel met betrekking tot duurzaamheid, draait hier rond het **veranderen van de manieren waarop 'noden' vervuld worden**. Meer concreet wordt er voorgesteld om te kijken naar paren van min of meer inwisselbare praktijken, waarbij een grondstoffen-intensievere praktijk aan een duurzamere praktijk wordt gekoppeld. Het opzet bestaat er dan in om in beide praktijken tegelijkertijd in te grijpen om zo het evenwicht tussen de beide te gaan bijsturen, in de richting van de duurzamere praktijk uiteraard (Spurling & McMeekin, 2014).

Het achterliggende idee vanuit de praktijkenbenadering, is dat verschillende praktijken – die een gelijkaardige nood kunnen vervullen – in feite met elkaar concurreren om tijd, ruimte en andere middelen (o.a. financiële). Daarbij wordt ook duidelijk dat infrastructuur en conventies in belangrijke mate de ontwikkeling van sociale praktijken kunnen belemmeren en een 'lock-in' bestendigen. Warde (2016) geeft daarbij het voorbeeld van de (licht groeiende) trend om terug meer met de fiets naar het werk te gaan in het VK. Veranderingen in betekenissen (vb. gezond, snel), toegenomen competenties en beschikbaarheid van kennis (vb. reparaties) en innovaties in fietstechnologie (vb. elektrisch) spelen daar een belangrijke rol in. Om deze trend echt te laten doorbreken – en de lock-in dus te heroriënteren – zal echter het evenwicht in de concurrentie om infrastructuur voor verschillende modi grondig moeten worden aangepast.



Interventieframing 2:
Minder duurzame praktijken inwisselen voor duurzamere praktijken /duurzamere varianten van een praktijk.
De interventie heeft als doel de bestaande noden anders te gaan invullen.

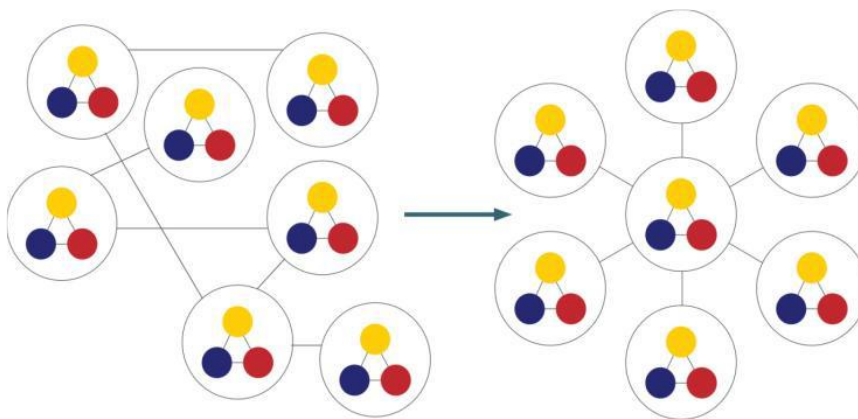
Interventieframing 3: veranderen hoe praktijken op elkaar inspelen

Een derde manier om met praktijken over verandering na te denken, is te kijken naar de manieren waarop praktijken op elkaar inhaken en samenhangen. Net zoals verschillende elementen een praktijk vormen, haken verschillende praktijken in elkaar en vormen zo patronen. Een belangrijk punt dat Spurling et al. (2013) aanhalen, is de afstemming van infrastructuur (*waar* vinden activiteiten plaats) en conventies en organisaties (*wanneer* vinden activiteiten plaats) anderzijds. Deze combinatie of afstemming vormt een centraal fundament van ingeslepen routines. In tegenstelling tot de vorige twee aanpakken, worden de bestaande praktijken en de



'noden' niet zomaar als gegeven beschouwd. De vraag verschuift hier naar **hoe er ingegrepen kan worden in onderling verbonden praktijken die een 'nood' tot stand brengen** (Spurling & McMeekin, 2014). Een nood (mobiliteit, verwarming) wordt dan gezien als voor een stuk een emergent fenomeen, iets dat eigenlijk voortkomt en gevormd wordt net door de praktijken waarin het zit ingebed. Spurling et al. (2013) vernoemen het kijken naar 'sequenties' van praktijken als een van de interessante ingangen voor verandering.

Praktijken kunnen met elkaar verbonden zijn in de zin dat ze elkaar doorgaans opvolgen en dus een sequentieel verloop hebben. Onze dagschema's worden in grote mate bepaald door de instituties waarin we meedraaien. De schooluren, werkdag, het weekend, openingsuren van winkels en openbare instellingen, etc. De manier waarop dit soort praktijken op elkaar afgestemd zijn, heeft implicaties voor consumptie en duurzaamheid. Zo heeft de manier waarop een dag georganiseerd wordt voor de verschillende leden van een gezin, bijvoorbeeld, invloed op de manier waarop het avondmaal zal verlopen.



Interventieframing 3:

Vertrekken vanuit een onderzoek naar de relaties tussen praktijken onderling, en hoe op die manier patronen en bijhorende noden tot stand komen. Interventie richt zich op het veranderen van relaties tussen praktijken om minder duurzame patronen te doorbreken.

1.4 INLEIDING OP DE CASESTUDIE: OPZET EN METHODES




Voordat we aan de analyse beginnen, zetten we hier nog kort een en ander op een rijtje over het opzet en onze werkwijze met betrekking tot de casestudie. We overlopen achtereenvolgens: het algemene opzet, de case-selectie en de onderzoeks aanpak. Op de volgende bladzijde vatten we in een tabel ook nog het analytische kader samen, dat de leidraad vormt voor onze analyses.

Consumenten in product-dienstcombinaties impliceert vaak belangrijke veranderingen in gevestigde praktijken en conventies met betrekking tot consumptie. In onze analyses zoomen we daarom in op 'de consument' in een business-to-consumer-case. De overkoepelende vraag die het onderzoek richting geeft, formuleren we als volgt: **hoe krijgt deelnemen aan autodelen vorm en betekenis vanuit het perspectief van gebruikers?** Om deze vraag te gaan verkennen, maken we gebruik van de praktijkenbenadering zoals die ontwikkeld werd door Shove (2012). Onze analytische bril bestaat uit de drie categorieën die ze in haar benadering beschrijft: we gaan onze case als cultureel-maatschappelijk ingebedde gedragsroutine bekijken die bestaat uit de integratie van materialen, competenties en betekenissen.



Het algemene doel van dit onderzoeksrapport is inzicht te krijgen in de rol van consumenten in PDCs. We doen dit aan de hand van een casestudie. Op basis van overleg in het begeleidingscomité van het project werd voor autodelen gekozen. Autodelen is een van de meest bekende en enigszins gevestigde voorbeelden van een product-dienstcombinatie in de consumentensfeer. In dat opzicht zit autodelen ook in een interessante fase met betrekking tot zijn ontwikkelingstraject, de niche kende een belangrijke groei aan leden én een groei aan concrete formats van autodelen. Dat gezegd zijnde, is autodelen nog verre van een mainstreamfenomeen en blijft privéautogebruik de norm. Inzicht krijgen in de manier waarop autodelen vorm en betekenis krijgt als praktijk biedt daarom een interessante onderzoekspiste, het geeft ons mogelijk ingangen om in te spelen op mobiliteitsissues met betrekking tot het gebruik van wagens. Als concrete case werd er voor gebruikers van de commerciële autodeelaanbieder Cambio gekozen, we beschrijven de case beknopt in de volgende sectie.

Voor het verzamelen van data zijn we vertrokken van twee pilot-interviews. Twee Cambio-gebruikers uit de ruime omgeving van een van de onderzoekers werden geïnterviewd. Voor de verdere online interviews en focusgroep is er gecoördineerd met Cambio zelf om een specifiekere doelgroep te kunnen bereiken. Op die manier konden we gebruikers bereiken die al enige tijd lid zijn (6-12 maanden) en al wat ritten hebben gemaakt (minstens 10) en in een stad wonen (Gent, Mechelen, Leuven, Antwerpen) zonder dat autodelen zomaar vanzelfsprekend is geworden. In de maand juli werden 8 interviews afgenomen met gebruikers, in november vond een online focusgroep plaats met 4 gebruikers. Eén van de onderzoekers maakte zich lid van Cambio en nam actief deel aan autodelen.

Samenvatting analysekader	
 Betekenis	Sociale en symbolische betekenissen verbonden aan een praktijk. Het gaat hier onder andere om: <i>conventies, betekenissen, ideeën, ambities, emoties</i> . <i>Wat voor ‘betekenissen’ zitten er verwoven in het deelnemen aan een product-dienstcombinatie als consument?</i>
 Materialen	Praktijken bevatten fysieke ‘dingen’ of materialen. Dingen en configuraties van dingen geven in belangrijke mate mee vorm aan de praktijk. Het gaat hier onder andere om: <i>tastbare ‘dingen’, technologieën, infrastructuur, gereedschappen</i> . <i>Wat voor materiële zaken spelen een rol in de praktijk, en geven deze mee vorm?</i>
 Competenties	Het deelnemen aan een praktijk veronderstelt bepaalde kennis of vaardigheden. Deze competenties kunnen in verschillende vormen bestaan, zowel meer expliciete als ‘belichaamde’ kennis wordt in rekening genomen. Het gaat hier onder andere om: <i>vaardigheden, know-how, techniek</i> . <i>Wat voor competenties en kennis maken deel uit van de praktijk? Wat moeten consumenten kunnen en weten om deel te nemen?</i>

//

2 AUTODELEN EN DE CASE ‘CAMBIO’

2.1 CASE-BESCHRIJVING

Voor onze casestudie van autodelen zoomen we in op autodelen met de commerciële autodeelaanbieder Cambio. Zoals aangehaald in **het tweede rapport** van deze rapportenreeks, bestaan er verschillende autodeelsystemen en is de vorm van autodelen via Cambio daar dus één specifieke vorm van. We overlopen nu heel beknopt wat een gebruiker heel praktisch moet doen om lid te worden en een deelwagen van Cambio te kunnen gebruiken.

Cambio is een commercieel autodeelsysteem dat in het jaar 2000 werd opgericht in Duitsland en sinds 2004 ook actief is in Vlaanderen. De organisatie is commercieel, in de zin dat ze als bedrijf auto's ter beschikking stelt van mogelijke gebruikers. Die gebruikers zijn zowel particulieren in de privésfeer, als werknemers via samenwerking tussen Cambio en bedrijven. De deelorganisatie is actief in een 40-tal steden, telt meer dan 800 wagens en gaat richting de 25 000 leden in Vlaanderen. Cambio stelt verschillende types wagens ter beschikking, naast de meer doorsnee modellen zijn er ook (in beperktere mate) grotere bestelwagens en elektrische wagens ter beschikking. Je kan je als particulier online lid maken, waarbij je naar je gebruik een bepaalde abonnementsformule kan kiezen. Met je pincode en lidkaart kan je dan aan de slag om online (of via de telefoon) auto's te reserveren en te gebruiken. De minimumduur voor een reservatie is één uur, het maximum is 30 dagen. Cambio maakt gebruik van vaste standplaatsen, die duidelijk zichtbaar zijn in het straatbeeld en waarnaar de gebruikte wagen telkens teruggebracht moet worden.

Op de volgende bladzijde geven we een zeer beknopte samenvatting van de resultaten van onze analyse **(2.2)**, die samenvatting is gebaseerd op de uitgebreide analyse die in de volgende sectie terug te vinden is **(2.3)**.



2.2 Samenvatting analyse - Autodelen met Cambio als sociale praktijk

<p style="text-align: center;"><u>Betekenenissen</u> Wat voor ‘betekenissen’ zitten er verwoven in het deelnemen aan autodelen als consument?</p>	<p style="text-align: center;"><u>Materialen</u> Wat voor materiële zaken spelen een rol in de praktijk van autodelen, en geven deze zo mee vorm?</p>	<p style="text-align: center;"><u>Competenties</u> Wat voor competenties en kennis maken deel uit van de praktijk autodelen? Wat moeten consumenten kunnen en weten om deel te nemen?</p>
<p>1) <u>Betekenenissen die vasthangen aan de auto zelf</u></p> <ul style="list-style-type: none">– Auto als nutsvoorwerp: Een auto wordt niet meer gezien als iemands persoonlijk verlengstuk en wordt meer een onpersoonlijk instrument. De wagens hebben een kenmerkend en onpersoonlijke uiterlijk. Er worden wel verschillende types aangeboden: naast kleine wagens, worden er ook gezinswagens en camionettes aangeboden. De auto’s worden bij autodelen met Cambio worden zo ontdaan van persoonlijke toe-eigening en opzichtige eigenschappen, en vooral beladen met een instrumentele betekenis. In tegenstelling tot de automatische keuze voor de auto voor de deur, wordt autogebruik bij autodelen dan ook één van de mobiliteitsopties. De voorbereidende handelingen (plannen, reserveren, naar standplaats gaan, etc.) lijken mee een meer beredeneerd mobiliteitsgedrag in de praktijk autodelen met Cambio zit ingebouwd. <p>2) <u>Betekenenissen met betrekking tot de beleving van autodelen</u></p> <ul style="list-style-type: none">– Comfort, properheid en nieuwigheid: De beleving van autorijden blijft belangrijk. Comfort, properheid en een divers aanbod blijken gewaardeerde factoren in de ervaring van autodelers. Ook het mechanisch in orde zijn en de 24/24u bereikbare helpdesk dragen bij aan een positieve ervaring en een zekere ont-zorging.– Autodelen als bevrijdend:	<ul style="list-style-type: none">– Digitale interfaces: toegang, structuur, controle en kilometers Interacties met de aanbieder van autodelen (Cambio) gebeuren in grote mate via digitale interfaces. Die structureren mee de praktijk, laten Cambio enige controle toe (gebruikers moeten de schade nakijken) en dragen ook enigszins bij aan een ander besef van autogebruik. Zo wordt een gebruiker na elke rit via de boordcomputer gewezen op het aantal gereden kilometers.– Schade en persoonlijke spullen: de band met andere gebruikers en verantwoordelijkheid Het wegvallen van de ‘bergkot’-functie van een auto zorgt er natuurlijk voor dat gebruikers voor en na elke rit de eventueel nodige spullen te moeten meenemen. Anderzijds worden er af en toe voorwerpen van andere gebruikers gevonden. Op zich heeft dit weinig invloed op het gebruik, maar wordt enigszins de band aangehaald met andere gebruikers. En wat doe je daar dan mee? We zien iets gelijkaardigs bij de schade check-up en het eventuele melden van die schade. Door het niet nakijken of melden van schade kan de gebruiker zelf of die na hem verantwoordelijk gesteld worden voor andermans schade. Op die manier leiden persoonlijke voorwerpen en eventuele schade naar	<ul style="list-style-type: none">– Plannen Het plannen van autogebruik is een inherent deel van autodelen met Cambio. Er is een beperkt aantal wagens per standplaats, als je er een wilt gebruiken reserveer je dus best een wagen enige tijd op voorhand. Spontaan autogebruik kan nog steeds, in het geval er op dat moment een wagen beschikbaar is. Op het eerste zicht lijken de ‘drempels’ (vooritkijken in de tijd, reserveren, naar standplaats gaan) dus op een meer bewust autogebruik aan te sturen. Anderzijds kiezen gebruikers soms net niet voor een deelwagen voor bijvoorbeeld daguitstappen. De tijd dat een wagen geparkeerd staat tijdens de uitstap, moet immers ook aan de volle prijs betaald worden.– Werken met digitale (communicatie)technologie Autodelen berust voor een stuk op digitale communicatietechnologie en online omgevingen. Vlotte deelname aan autodelen veronderstelt dus naast het bezit van de nodige technologie, ook nog de vaardigheden om daar vlot mee aan de slag te kunnen. Aspecten van ‘digitale geletterdheid’ spelen dus een rol bij autodelen. Ook bij andere product-dienstcombinaties in de consumentencontext zal dit vermoedelijk steeds meer een belangrijke factor worden.



2.3 UITGEBREIDE ANALYSE MET HET PRAKTIJKENKADER

2.3.1 Betekenis

Wat voor ‘betekenissen’ zitten er verweven in het deelnemen aan autodelen als consument?

In deze sectie bespreken we een aantal eerste inzichten met betrekking tot de betekenisgeving aan en beeldvorming van autodelen. We hebben het kort over vier betekenissen, die we kunnen begrijpen als behorend tot verschillende dimensies van autodelen:

- Betekenissen die vasthangen aan **de auto zelf** (“auto als nutsvoorwerp”)
- Betekenissen met betrekking tot **de beleving** van autodelen (“comfort, properheid en nieuwigheid” - “autodelen als bevrijdend”)
- Betekenissen met betrekking tot **de gebruikers** (“voor jonge stedelingen” – “dagelijks woon-werkverkeer en jonge kinderen)
- Betekenissen met betrekking tot **de maatschappelijke meerwaarde** (“autodelen als duurzamer”)

Auto als nutsvoorwerp

Een centrale betekenis die verbonden lijkt aan autodelen, is de opvatting van een auto als een ‘nutsvoorwerp’. Een auto moet vooral dienen om in bepaalde situaties verplaatsingen te maken die met andere vervoersmodi moeilijker te maken zijn, die relatief veel meer inspanning of tijd vragen. Een auto krijgt in autodelen dus in sterke mate een zuiver *instrumentele functie* toebedeeld. Dit lijkt voor een deel samen te gaan met het wegvallen van een meer ‘persoonlijke’ band met een auto. In dezelfde lijn van deze nadrukkelijk functionele opvatting van een wagen, zien we dat autodelen ook sterk als een praktisch-financiële afweging wordt geformuleerd door geïnterviewden. We gaan in de volgende paragrafen wat uitgebreider in op deze verschillende aspecten van het sterk instrumentele karakter van een auto in autodelen.

Het idee van een ‘auto als gebruiksvoorwerp’ lijkt op het eerste zich vanzelfsprekend – je koopt een auto niet om zomaar op de oprit of de garage te zetten – maar toch vervalt in deze instrumentele visie veel van de verknochtheid met een wagen; de persoonlijke of bijna emotionele band met een voertuig gaat grotendeels verloren. Zoals een deelnemer aan het onderzoek meldt, is een auto in autodelen niet meer een soort persoonlijk ‘verlengstuk’ van een individu. Naast het vanzelfsprekende besef dat een deelwagen geen persoonlijke eigendom is, kunnen we hier mogelijks nog een aantal verschillende soorten factoren aan relateren. Onder andere het uniforme en onpersoonlijke uiterlijk van de wagens, waar bovendien reclame opstaat, werd gerapporteerd (vs. talrijke modellen, kleuren, opties, ‘tuning’, etc. die in verband gebracht kunnen worden met meer ‘opzichtige’ consumptie bij privé-wagens). Tegelijkertijd heb je met een abonnement wel toegang tot

////////////////////////////////////

enkele verschillende soorten wagens, die andere functies kunnen bekleden: naast de kleinere stadswagens, zijn er ook o.a. grotere 'gezinswagens' en camionettes beschikbaar. De praktische en functionele eigenschappen komen voor esthetische overwegingen.

"Als ik eens een beperkt aantal kilometer moest rijden voor op een atletiekwedstrijd te zijn, ja dan is een klein Citroëneke genoeg, als ik verhuis een camionette, en als ik ermee op reis zou gaan ook iets groters, zodat je toch iets comfortabeler zit. Want met zo'n klein autootje op de autostrade, dat is ook niet altijd even handig."

Verder verdwijnt door het delen van wagens ook de 'bergkot'-functie die een privé-wagen kan hebben; je kan niet langer zomaar allerhande spullen in de auto achterlaten (cfr. sectie 'materials'). Deze elementen lijken in contrast te staan met de *persoonlijke toe-eigening* van een auto die iemands persoonlijke bezit is, en werken mogelijks een meer instrumentele visie op de auto in de hand.

In de gesprekken komen praktisch-financiële aspecten vaak aan bod wanneer het over het gebruiken van een autodelen gaat. Zowel voor het initiële aansluiten bij een deelorganisatie, als de concrete momenten waarop er gebruikgemaakt wordt van een deelwagen, komt de kostprijs nadrukkelijk aan bod. Het totale kostenplaatje van autobezit (onderhoud, keuring, verzekering, belastingen, parkeren,..) wordt als motivatie gezien om aan autodelen te gaan doen. Een geïnterviewde vermeldde daarbij over autobezit dat *"mensen gaan beseffen dat dat veel geld kost, voor iets dat toch zo veel stilstaat."* Met betrekking tot de concrete momenten waarop een deelauto wordt gebruikt, wordt eveneens vermeld dat dit een meer beredeneerd gebruik is: als de omstandigheden maken dat het nodig is (o.a. door grote afstand, veel spullen vervoeren, openbaar vervoer omslachtig), dan kan er voor de auto gekozen worden. In theoretische termen van de praktijkenbenadering kunnen we dit begrijpen als de structuur van de praktijk die mee vormgeeft aan een meer instrumentele, berekende opvatting van autogebruik. De bijna-automatische keuze voor de eigen wagen voor de deur valt weg, en toegang tot een deelwagen veronderstelt enkele voorbereidende handelingen, waarbij je ook niet alles zelf in de hand hebt. Het moeten nagaan van beschikbaarheid, reserveren en naar de standplaats gaan, brengen mogelijks enkele 'drempels' aan die een rem zetten op de auto als standaardoptie voor vele verplaatsingen. Samen met wat we in de vorige paragraaf besproken, kan de duidelijke kostprijs van wagengebruik in autodelen (maandelijkse facturen, meer directe link tussen gebruik en effectieve kost) hier verder aan bijdragen. Tegelijkertijd lijkt het plausibel dat nieuw gewoontegedrag zijn ingang doet bij autodelen: aan bepaalde verplaatsingen hangen mogelijks steeds dezelfde vervoersmodi vast. Autodelen, met Cambio, kan in dat opzicht een meer beredeneerd mobiliteitsgedrag voortbrengen.

In plaats van een vanzelfsprekend verlengstuk van een individu of gezin, lijkt een auto in autodelen met Cambio 'onthecht' te worden van persoonlijke banden, waarbij vooral de functionele eigenschappen overblijven. Het niet-hebben van een wagen, de voordeur opendoen en erin kunnen stappen, lijkt samen te gaan met een meer praktische benadering van autogebruik. De auto is bij autodelen dan niet meer de bijna automatische keuze voor veel verplaatsingen, maar is één van de keuzes naast de fiets en het openbaar vervoer. Het moeten nagaan



van beschikbaarheid en het reserveren van een wagen, dragen in dat opzicht misschien nog verder bij aan een meer berekende, instrumentele opvatting van wat een wagen nu juist is in autodelen: een instrument.

We merken nog even op dat een belangrijk aandeel van Cambio-gebruikers nog steeds een eigen wagen bezit. In dit geval wordt er vaak afgestapt van het hebben van een tweede eigen wagen. Een Cambio-abonnement biedt dan een extra mobiliteitsoptie, zowel voor wanneer de overgebleven eigen auto gebruikt wordt door een ander gezinslid als om gebruik te maken van de verschillende soorten wagens (vb. camionette).

Comfort, properheid en nieuwigheid

De meer instrumentele invulling die auto's toebedeeld krijgen, betekent niet dat de beleving van het gebruik van deelwagens aan belang inboet. Comfort, properheid van de wagens en het kunnen uitproberen van verschillende modellen blijken gewaardeerde factoren in de ervaring van autodelers.

Terwijl het belang van het uiterlijk en de waarde van 'statussymbool' vervallen bij autodelen, blijkt rijcomfort een belangrijk aspect te zijn. De wagens van Cambio zijn steeds relatief nieuwe wagens, die volgens deelnemers aan het onderzoek vaak comfortabeler zijn dan oudere wagens. Daarnaast kan er naar gelang de verplaatsing gekozen worden voor meer comfort, door bijvoorbeeld een grotere, hogere en 'beter zittende' auto te kiezen. Samen met comfort, wordt ook hoge standaard van properheid van de voertuigen gewaardeerd. Gebruikers merken hier op dat deze *"properder zijn dan mijn eigen auto"*. Als derde puntje blijkt ook 'nieuwigheid' een rol te spelen in de beleving van autodelen. Het kunnen uitproberen van verschillende modellen, die relatief nieuw zijn en binnen afzienbare tijd ook vernieuwd worden, biedt een meerwaarde aan autodelen. Een geïnterviewde vermeldt dat een nieuwere wagen *"met allerlei nieuwe snuffjes"* voor een aangename rijervaring zorgt dan haar eigen, wat oudere wagen. Ten slotte blijkt het steeds mechanisch in orde zijn van de wagen en de 24/24u telefonisch bereikbare helpdesk een gevoel van zekerheid en ont-zorging mee te brengen. Dat de autodeelorganisatie de verantwoordelijkheid neemt over het onderhoud en daarnaast ook nog eens continu beschikbaar is voor ondersteuning mocht er iets gebeuren, biedt een meerwaarde voor gebruikers. Uiteraard werden er hier en daar beperkte problemen met de helpdesk gemeld, maar het overgrote oordeel was (zeer) positief.

Autodelen als bevrijdend

In tegenstelling tot de leuze "mijn auto, mijn vrijheid" lijkt er bij autodelen een zeker gevoel van bevrijding van het bezitten van een auto te horen. Het wegvallen van de hoge kostprijs en al de nodige inspanningen (onderhoud, keuring, parkeren,..) die bij autobezit vanzelfsprekend zijn, blijkt een gevoel van bevrijding in te houden. Volgend citaat van een van de respondenten illustreert dit goed:

"Ik zeg dat heel dikwijls tegen autobezitters: dat mensen niet beseffen hoeveel tijd en energie dat ge eigenlijk in een auto steekt. Hoeveel tijd dat ge steekt in die parkeren, opkuisen, naar de carwash brengen



of zelf wassen en daar belastingen voor te betalen. Daar mee naar de keuring gaan, nog zoiets. Dat valt allemaal weg natuurlijk, als ge geen auto meer hebt, en dat is wel een hele grote luxe.”

Het niet moeten zoeken van een parkeerplaats wordt door gebruikers ook erg gewaardeerd. De frustratie van het rondrijden op zoek naar een vrije plek is immers (in theorie) verleden tijd met vast standplaatsen.

Autodelen voor (jonge) stedelingen

Naar gebruikers toe lijkt autodelen iets dat geassocieerd wordt met (jonge) stedelingen. De grote nabijheid van veel belangrijke instanties in steden is daarbij de grootste motivator. Dat werk, winkels en scholen vaak eenvoudiger of sneller met andere vervoersmodi dan een wagen te bereiken zijn in en rond steden is natuurlijk geen verrassing. Autodelen wordt niet meteen gezien als iets voor ‘het platte land’, waar de afstanden die moeten afgelegd vaak groter zouden zijn. Een geïnterviewde merkte op dat het vooral iets voor *jonge* stedelingen is, “*althoewel, als de kinderen het huis uit zijn, waarom niet.*” Voorlopig lijkt het erop dat autodelen door zijn relatief nieuwe karakter, in verband gebracht wordt met een jonger publiek. Oudere mensen zouden dan moeilijker los te krijgen zijn uit de verknochte relatie met de auto en daarbij horende routines. Tegelijkertijd wordt het hebben van kinderen mogelijk als moeilijk verenigbaar met autodelen gezien.

Dagelijks woon-werkverkeer en jonge kinderen

Terwijl autodelen geassocieerd wordt met een jonger en vooral stedelijk publiek, lijkt het te botsen met dagelijks woon-werkverkeer en het hebben van jonge kinderen. Voor dagelijks pendelen wordt autodelen niet als geschikte optie gezien, alleen al de kostprijs vormt voldoende obstakel om over te stappen van privégebruik op autodelen. Verder worden ook moeilijkheden voorzien bij gezinnen met (jonge) kinderen. De vele verplaatsingen naar allerlei activiteiten vormen hier een van de obstakels.

Autodelen als duurzaam(er)

Autodelen wordt in verband gebracht met een duurzamere vorm van (auto)mobiliteit. Alle deelnemers aan het onderzoek zien autodelen er mee voor zorgen dat er minder auto’s op de baan zijn. Wat verdiepend relateert een geïnterviewde dat het gaat om ‘efficiëntie-winst’: er worden minder grondstoffen verbruikt om auto’s te maken, en de autodeelwagens worden verondersteld als intensiever gebruikt te worden dan privé-wagens.



2.3.2 Materialen

Wat voor materiële zaken spelen een rol in de praktijk van autodelen, en geven deze zo mee vorm?

In dit luik belichten we enkele belangrijke materiële elementen die deel uitmaken van autodelen met Cambio. Uit de interviews en de eigen praktijkervaring komt naar boven dat drie materiële aspecten voor gebruikers een grote rol spelen. We verkennen beknopt de rol van:

- **Digitale interfaces**
- **Schade en persoonlijke spullen**
- **Standplaatsen en tankstations**

Digitale interfaces: toegang, structuur, controle en kilometers

Zowel het lid worden, toegang krijgen tot en gebruiken van Cambio-wagens wordt in grote mate vormgegeven via interacties met digitale interfaces. Bij het lid worden en reserveren, om van vooraf aan te beginnen, lijken de website en digitale applicatie van Cambio de voornaamste kanalen. Je moet bovendien een instructiefilmpje bekijken voordat je gebruik mag gaan maken van de Cambio-vloot. Lid worden kan in principe op kantoor en reserveren telefonisch. Toch biedt de visuele weergave voor reservaties via de agenda en de standplaatsen een meer overzichtelijk en interactief opzet. Een gebruiker krijgt bovendien een bevestigingsmail met informatie over de reservatie (tijdstippen, autonummer, standplaats), als je die informatie bij je wilt hebben, lijkt een smartphone het meest aangewezen. Een smartphone en/of laptop of PC bezitten lijkt dan ook aangewezen. Bij het effectieve gebruik zitten nog enkele digitale communicaties tussen gebruiker en Cambio/de Cambio-wagen ingebouwd. Nadat je de deur van de wagen hebt geopend met je persoonlijke lidkaart of app op je smartphone, moet je via een eigen pincode de sleutel losmaken uit een mobiele boordcomputer die in het handschoenenkastje zit. Daarop vraagt de boordcomputer aan de gebruiker of er nieuwe schade is, de gebruiker wordt dan verondersteld dit na te gaan door de wagen vanbinnen en langs buiten te inspecteren. Via deze boordcomputer kan nieuwe schade gemeld worden, die verbindt je dan wel door met een 'echte' Cambio-medewerker. Een ander interessant gegeven met de boordcomputer stellen we vast op het einde van een rit: bij het terug vastmaken van de sleutel in de computer, meldt die het aantal kilometers dat je gereden hebt. Een gebruiker wordt er dus na elke rit van bewust gemaakt hoeveel kilometers hij of zij heeft afgelegd; dit lijkt bij autobezit minder direct aanwezig. De maandelijkse facturen (via e-mail of de app) dragen er verder toe bij dat gebruikers directer geconfronteerd worden met het aantal afgelegde kilometers en de concrete kostprijs, op het moment van de verplaatsing zelf. Dit staat enigszins in contrast met autogebruik op basis van privébezit (voor privédoeleinden), waarbij de afgelegde kilometers en kosten minder direct aan concreet gebruik gekoppeld worden; meer periodiek, verspreid over een hele reeks verplaatsingen en dus minder in de tijd gekoppeld aan concreet, gesitueerd gebruik.



Interacties met de aanbieder van autodelen (Cambio) gebeuren in grote mate via digitale interfaces. Die structureren mee de praktijk, laten Cambio enige controle toe (gebruikers moeten de schade nakijken) en dragen mogelijk ook enigszins toe aan een ander besef van autogebruik.

Schade en persoonlijke spullen: de band met andere gebruikers en verantwoordelijkheid

Zowel het melden van schade als de rol van persoonlijke spullen (de ‘bergkot’-functie) kwamen eerder al aan bod. Beide aspecten vormen in een bepaalde opzicht een materiële verbinding tussen één enkele gebruiker en de andere gebruikers waarmee de auto’s gedeeld worden.

Doordat je niet zomaar allerhande spullen in een auto kan laten liggen, moeten gebruikers steeds de zaken vanuit hun huis naar de deelwagen brengen, en die achteraf ook terug mee naar huis nemen. Uit de interviews bleek dit voor enig ongemak te zorgen. Iemand haalt aan dat ze bij verplaatsingen met de deelwagen steeds moeten “*sleuren met buggy’s en autostoeltjes*” als ze met hun nog jonge kind een verplaatsing willen maken. Dat autostoeltje, bijvoorbeeld, moet dan in huis ook nog een plaats toegewezen krijgen, liefst niet te ver van de voordeur. Een autostoeltje wordt misschien niet zo makkelijk vergeten, maar andere voorwerpen blijken wel eens achter te blijven in een deelwagen. Een smartphone, paraplu en CD werden bijvoorbeeld vermeld in interviews. Het raakt alleszins de band met andere gebruikers aan, personen waar in principe geen contact mee is en dus als een onbekende en onpersoonlijke groep ‘medegebruikers’ bestaat.

Ook mogelijke schade aan de auto is in dit opzicht een interessant punt. Zowel voor als na het gebruiken van een Cambio-wagen, moet een gebruiker via de boordcomputer melden of er nieuwe schade is aan de wagen. Indien een gebruiker de aanwezige, reeds gemelde schade (die de boordcomputer meedeelt) niet vergelijkt met mogelijke nieuwe schade bij voorafgaand aan zijn rit, loopt hij in principe het risico om als schuldige van nieuwe schade te worden aangewezen. Anderzijds heeft een gebruiker in principe ook de keuze om gemaakte schade al dan niet te melden, na het voltooien van de rit. Op de vraag of hij schade zou melden, antwoorde een geïnterviewde:

“Als dat nu een kras op een deur is ofzo, dan zou ik zeggen van ‘pfff, ja, da’s niet erg’. Maar vanaf dat het echt deuken en structurele dingen zijn, dan uiteraard wel. Omdat dat uiteraard ook uw verantwoordelijkheid is naar de chauffeur die na u komt.”

Het systeem van controle is zo opgesteld dat de gebruikers verantwoordelijk gesteld worden voor controle, op die manier wordt ook de relatie met de vorige en volgende gebruiker aangehaald. Op die manier wordt er niet alleen met het bedrijf Cambio een relatie aangegaan als het om schade, netheid en persoonlijke voorwerpen gaat. Hoe er met de gevonden voorwerpen en het nagaan van de schade wordt omgegaan, lijkt met andere woorden de vraag naar meer morele kwesties zoals persoonlijke verantwoordelijkheid aan te halen.



Standplaatsen en tankstations: infrastructuur en afstand

Fysieke infrastructuur speelt ook een belangrijke rol bij het vormgeven van autodelen. Cambio werkt met vaste standplaatsen voor zijn wagens, die onder andere aangeduid zijn met borden en in het oog springen door de opvallende auto's zelf. De afstand tot een standplaats lijkt van groot belang te zijn, al meldt een gebruiker dat hij – indien de auto's vlak bij hem bezet zijn – ook wel eens de fiets neemt naar een standplaats wat verderop. Anderzijds wordt het zoeken naar parkeerplaats (indien iemand geen garage of oprit heeft) iets uit het verleden: de standplaatsen zijn uitsluitend bedoeld voor de deelwagens. Dit laatste punt is voor gebruikers vaak een belangrijke meerwaarde. Merk op dat het werken met vaste standplaatsen niet bij elke variant van autodelen voorkomt, bij die 'free floating'-deelsystemen lijkt dan ook een andere dynamiek te spelen.

Indien een gebruiker merkt dat de brandstoftank voor minder dan 1/4^e gevuld zal zijn op het einde van de rit, wordt die verondersteld te gaan tanken. Je kan echter maar tanken bij een beperkt aantal stations (Total in grotere steden, ook Shell in sommige kleinere steden).

In elk geval den tank, moet 1/3 vol zitten, als dat niet het geval is, moet ge gaan tanken ergens... Dat vind ik wel ambetant, er zijn maar een beperkt aantal tankstations waar ge kunt gaan tanken met die kaart."

Ook hier moet er dan rekening gehouden worden met de afstand die afgelegd moet worden om te gaan tanken, bij die beperkte selectie tankstations. De betaling gebeurt met een tankkaart. Je kan in een ander tankstation tanken (voor maximaal €20), waarna je terugbetaling kan krijgen als je het ticketje aan Cambio bezorgt. Dit werd in een gesprek als 'rompslomp' gezien.



2.3.3 Competenties

***Wat voor competenties en kennis maken deel uit van de praktijk autodelen?
Wat moeten consumenten kunnen en weten om deel te nemen?***

In wat volgt bespreken we zeer kort een paar aspecten van kennis en kunde die bij deelnemen aan autodelen van belang zijn. We onderscheiden drie competenties die tijdens de gesprekken meermaals aan bod kwamen. Zowel het moeten plannen van autogebruik als kunnen werken met digital interfaces, zijn twee belangrijke componenten van deelnemen aan autodelen. Daarnaast belichten we een derde ‘competentie’ die wat moeilijker te classificeren aanvoelt: omgaan met de ‘ingebeelde andere’.

Plannen

Hoewel niet altijd noodzakelijk, is het plannen van het gebruik van een deelwagen meestal van belang. Er is een beperkt aantal wagens per standplaats, als je er een wilt gebruiken reserveer je dus best een wagen enige tijd op voorhand. Spontaan autogebruik kan nog steeds, je kan op elk moment nagaan of er een wagen beschikbaar is en die dan alsnog reserveren. Toch lijkt autogebruik hierdoor meer het onderwerp te worden van iets wat gepland moet worden, er moet vooruitgedacht worden. Op het eerste zicht lijken de ‘drempels’ (vooruitkijken in de tijd, reserveren, naar standplaats gaan) dus op een meer bewust autogebruik aan te sturen; elementen hiervan haalden we eerder al aan. Hoewel deelnemen aan autodelen evengoed een routineus karakter krijgt voor deelnemers, maakt de structuur van de praktijk dat een wagen niet zomaar beschikbaar is zoals dat bij een privé-wagen (of fiets) is. Daarbij moet een gebruiker ook nog zijn gebruikstijd gaan inschatten; hoe lang ga ik over activiteit X doen, en voor hoe lang moet ik dus een wagen reserveren? De gebruikers die deelnamen aan de studie gaan over het algemeen een wat ruimer tijdvak reserveren dan hetgeen ze effectief nodig denken te hebben. Gebruikers zien het wel als een voordeel dat wanneer ze de wagen sneller terugbrengen, enige tijd voor het aflopen van de reservering, dat de overige gereserveerde tijd slechts aan een beperkt tarief betaald moet worden (30% van de normale prijs). Bij het plannen van een daguitstap moet een Cambio-wagen het soms wel afleggen tegenover andere mobiliteitsopties; de tijd waarop de wagen geparkeerd staat tussen het oprijden en terugkomen loopt dan al snel op en wordt aan het normale tarief doorgerekend.

Werken met digitale (communicatie)technologie

Zoals we in het stuk over digitale interfaces belichtten, berust autodelen voor een groot stuk op digitale communicatietechnologie en online omgevingen. Vlotte deelname aan autodelen veronderstelt dus naast het bezit van de nodige technologie, ook nog de vaardigheden om daar vlot mee aan de slag te kunnen. Het gebruik van de website en app lijkt op het eerste zicht qua structuur aan te sluiten bij populaire, hedendaagse digitale interfaces. Op die manier pikt de praktijk dus in op kennis en kunde uit andere digitale ervaringen. Hoewel dit voor een groot deel van de bevolking misschien enigszins ingeburgerd is, telt dit lang niet voor iedereen.

////////////////////////////////////

Aspecten van ‘digitale geletterdheid’ spelen een rol bij autodelen. Ook bij andere product-dienstcombinaties in de consumentencontext zal dit vermoedelijk steeds meer een rol gaan spelen.

Delen met de ingebeelde mede-delers

Hoewel het wat vreemd aanvoelt om dit als een vorm van kennis of vaardigheden te bestempelen, moeten gebruikers ook om kunnen met het delen van een wagen met andere, onbekende mede-delers. De manier waarop een auto is ingericht, zorgt natuurlijk dat vele oppervlakken die een gebruiker aanraakt, ook door de andere delers worden aangeraakt. Onder andere de stoel, hoofdsteun, het stuur en de pook zijn doorsnee ‘infrastructuur’ in de huidige auto’s. Wanneer je een deelauto instapt, moet je voor je kan vertrekken ook nog een aantal van deze zaken afstellen naar je eigen wensen en noden. Op dit punt worden gebruikers enigszins geconfronteerd met het gedeelde aspect van deelwagens: de auto stond afgesteld op het lichaam van de persoon die voor jou de auto gebruikt heeft. Hoewel dit over het algemeen niet als een probleem wordt gezien, moet een gebruiker in zekere zin kunnen omgaan met het fysieke (sequentiële) delen met ingebeelde mede-delers. Een respondent merkt op dat dit bij het openbaar vervoer evengoed het geval is: zitplaatsen en handvaten worden daar ook gedeeld. Contact en hygiëne zijn zaken die hier dus een rol kunnen spelen; in het licht van de huidige COVID-19-crisis is dit punt snel duidelijk. Enkele gebruikers melden tijdens het interview dat ze zelf aan de slag gingen met ontsmettingsmiddel om wat zekerder te zijn, een andere gebruiker liet weten aanvankelijk handschoenen te gebruiken in een deelwagen. Cambio van zijn kant communiceert tegelijkertijd dat de schoonmaak van wagens is opgevoerd tijdens de pandemie. Los van fysiek tastbare oppervlakken, kwam ook geur aan bod. Een gebruiker merkte op dat ze, eenmalig, bij het instappen merkte dat de vorige gebruiker in de auto gerookt had. Geconfronteerd worden met bepaalde geuren wordt, net als met achtergelaten afval, als een onaangename ervaring bestempeld.

2.4 AUTODELEN EN VERANDERING: ILLUSTRATIE VAN DE INTERVENTIEFRAMINGS

In dit onderzoeksrapport willen we inzicht krijgen in de manier waarop consumptie in product-dienstcombinaties vorm krijgt. Specifieker zijn we geïnteresseerd in de plaats en de rol van consumenten in hun deelnemen aan product-dienstcombinaties. We zijn daarbij vertrokken vanuit een sociale praktijkenbenadering, een perspectief dat de aandacht trekt naar het ruimere, maatschappelijke ingebedde karakter van consumptie. We bekijken consumptie hier dus in de eerste plaats niet als keuzegedrag van individuen, maar nemen routines en hun sociale karakter als focus van ons onderzoek. Op die manier krijgen we een meer genuanceerd beeld van consumptie en de rol van ‘de consument’. We zien dan immers dat consumptie niet zomaar gaat over juiste keuzes maken, maar dat consumptie zit ingebed zit in hardnekkige routines. Voor de conceptuele inkleding van die routines of praktijken, hebben we gebruikgemaakt van het werk van Elizabeth Shove (2012). Zij conceptualiseert praktijken als configuraties van verschillende soorten elementen: betekenissen, materialen,



competenties. Deze ruimere, maatschappelijk ingebedde blik op consumptie, opent op zijn beurt een breder pallet aan pistes om over interventiemogelijkheden te gaan nadenken. In plaats van het proberen overtuigen van consumenten met informatie, incentives of nudges, worden vanuit de praktijkenbenadering meer systematische interventies voorgesteld. Spurling et al. (2013) stellen drie interventieframings voor: herwerken van praktijken, inwisselen van praktijken en het inspelen van praktijken op elkaar. We lichtten deze drie ingangen eerder al toe (zie 1.3.2.). Hieronder hernemen we de drie voorzetten uit de literatuur door ze te illustreren aan de hand van inzichten uit onze analyse.

Herwerken van praktijken

Het **herwerken van bestaande praktijken om ze minder energie- en grondstoffenintensief te maken** is de eerste interventieframing die Spurling et al. (2013) aandragen (zie 1.3.2.). Ingrijpen in de opbouwende elementen is daarvoor de voorgestelde strategie. Zoals eerder toegelicht, sluit deze interventieframing aan bij gekende beleidsinstrumenten, maar wordt er bij voorkeur meer systematisch nagedacht: er wordt best ingezet op verschillende elementen tegelijkertijd. Voor de duidelijkheid, het herwerken van praktijken wilt een praktijk minder grondstoffen laten verbruiken, zonder de feitelijke gebruikspatronen en -volumes daarbij te veranderen. We verkennen deze insteek kort aan de hand van twee voorbeelden, we halen daarvoor inspiratie uit onze analyse.

Een eerste vraag in het kader van deze aanpak zou kunnen zijn: wat kunnen we leren van autodelen om de praktijk ‘privégebruik van een wagen’ duurzamer te maken? Onze analyse leert ons dan bijvoorbeeld dat in autodelen een auto meer als nutsvoorwerp gezien wordt, en dat er daaraan gekoppeld een meer bewust en doordacht mobiliteitsgebruik lijkt tot stand te komen. Indien we privébezit en –gebruik ook zouden willen ‘herwerken’ in die richting, kunnen dergelijke betekenissen in sociale marketingcampagnes benadrukt worden. De bedoeling is dan om in privégebruik een meer instrumenteel en berekend karakter te gaan aanwakkeren. De praktijkenbenadering stelt daarbij wel een meer systematische aanpak voor, die inzet op meerdere elementen van praktijken tegelijkertijd. Naast informatie en beeldvorming, zou verder bijvoorbeeld via parkeerbeleid en industriestandaarden (die nodeloos grote, zware en vervuilende wagens aanpakken) verder ingespeeld kunnen worden op een meer berekende vorm van autogebruik.

Een andere vraag zou kunnen zijn: hoe vormen en stimuleren we de variant(en) van autodelen die we het meest zinvol achten, gezien de ruimere beleidsintenties rond mobiliteit? Zoals onder andere kort toegelicht in deel 2 van deze rapportenreeks over transities en disrupties, bestaat autodelen in verschillende verschijningsvormen. Zo zijn er bijvoorbeeld particuliere en commerciële systemen, organisaties die werken met vaste standplaatsen versus ‘free-floating’ en verschilt het wagenpark sterk onder de verschillende organisaties. De verschillende varianten van de praktijk autodelen omvatten voor een deel andere betekenissen, materialen en competenties. Op die manier manifesteren ze zich op een andere manier in het ruimere mobiliteitssysteem en hebben zo andere ‘effecten’. Beleidsinterventies kunnen zich daarom, vanuit bepaalde intenties, doelgericht gaan bezighouden met het hervormen van de praktijk autodelen in de gewenste richting.



Vervangen van praktijken

Het inwisselen van praktijken vormt de tweede interventieframing. Bij deze strategie is het vooral **de bedoeling om een bepaalde ‘nood’ op een andere manier te gaan invullen**, door middel van een andere praktijk. In de context van de Cambio-case, zouden we bijvoorbeeld geïnteresseerd kunnen zijn in het bevorderen van autodelen ten koste van privébezit en –gebruik. In wat volgt brengen we illustratief een aantal mogelijke aspecten naar voren die deel zouden kunnen uitmaken van een ‘vervanging’-interventieframing waarbij autodelen centraal staat.

Ook hier zou een meer systematische aanpak, die inzet op verschillende dimensies tegelijkertijd, het vertrekpunt moeten zijn van een interventie. Het gebruik maken van informatiecampagnes en sociale marketing om autodelen te stimuleren kan daar deel van uitmaken. Onze analyse toonde bijvoorbeeld een ‘bevrijdend’ gevoel bij autogebruikers die volledig overstapten op autodelen. Het wegvallen van de zorg voor een auto, de rekeningen en kosten, en het niet meer moeten zoeken naar een parkeerplaats – de ont-zorging – kan daarbij een speerpunt zijn. Ironisch genoeg zou de leuze “mijn auto, mijn vrijheid” hier dan veranderd kunnen worden in “autodelen, mijn vrijheid”. Verder kan ook het inzetten op autodelen als één van de mobiliteitsopties deel uitmaken van een geïntegreerde interventie. Zoals we eerder aanhaalden, wordt deelnemen aan autodelen immers ook vaak als aanvulling op een eigen wagen gezien, ter vervanging van een eigen tweede wagen. Als laatste vermelden we nog een ander, veel algemener element, dat hier ook een rol van betekenis speelt: digitale geletterdheid. De toenemende online bestellingen, reserveringen en allerlei andere handelingen via apps kan voor bepaalde (oudere) generaties nog steeds een belemmering vormen. Ook voor het stimuleren van participatie in product-dienstcombinaties in de consumentensfeer, zal digitale geletterdheid dus een rol spelen.

Een bijkomende stap in een ‘vervanging’-interventie, is om de competitie tussen verschillende praktijken om tijd, ruimte en grondstoffen meer in het voordeel gaan duwen van de praktijk die we willen stimuleren. We komen dan vanzelf uit bij het aanpakken van infrastructuur. Het inrichten van (meer) vaste standplaatsen voor autodeelwagens, bij voorkeur ook op strategische plaatsen, is een duidelijk voorbeeld hiervan. Merk op dat dit bij free-floating autodelen niet het geval is, daarbij worden geen plaatsen gereserveerd voor autodeelwagens. Gebruikers moeten dan zelf steeds op zoek naar een parkeerplaats, waarmee een belangrijk voordeel wegvalt. Bovendien is de zichtbaarheid in het straatbeeld zo aanzienlijk minder – de standplaatsen zijn behoorlijk opvallend – dergelijke vorm van autodelen onderscheidt zich in dat geval mogelijk minder van conventioneel autogebruik. Keuzes maken met betrekking tot wat er juist bereikt moet worden met autodelen en welke variant van de praktijk daarvoor het meest geschikt zou zijn, vormen mee de voorwaarden voor doelgericht beleid. Verschillende varianten hebben immers andere werkingsvormen, andere opbouwende elementen, en zullen ook anders interageren met de te vervangen praktijk.

Tot slot merken we hier nog op dat het idee van overschakelen op multimodaliteit in feite een concept is dat in de strategie van het ‘inwisselen van praktijken’ én het idee van product-dienstsysteem past. Zonder de mobiliteitsnood rechtstreeks te willen aanpakken, is het bij multimodaliteit de bedoeling om uniforme



mobilitateitskeuzes (vaak: auto) te gaan vervangen door een mix aan vervoersopties die op elkaar inspelen. In dat opzicht kan autodelen een cruciale factor zijn als één van de opties in een mix van vervoersmodi. Een geïnterviewde opperde in dat opzicht ook dat het plaatsen van, bijvoorbeeld, een vouwfiets of elektrische step in een deelwagen een handige toevoeging zou zijn. Op die manier wordt multimodaliteit voor een stuk 'ingebouwd' in autodelen. Een hechtere samenwerking tussen verschillende aanbieders van gedeelde mobiliteit (openbaar vervoer, deelauto's, deelfietsen,...) kan hier een belangrijke opstap in zijn. Het opzetten van een soort platform waarbij gebruikers hun traject kunnen plannen aan de hand van een combinatie van verschillende mobiliteitsopties kan interessant zijn. In lijn met huidige digitale evoluties, zou een geïntegreerde app een voorwaarde zijn om dergelijke bundeling van opties voor consumenten laagdrempelig te maken en vlot plannen toe te laten. Een recent instrument dat de evolutie naar meer duurzame, gedeelde en multimodale mobiliteit stimuleert, is het mobiliteitsbudget. Een van de deelnemers aan het onderzoek meldde dit ook zelf. Doordat ze de optie kreeg om zelf een pakket aan mobiliteitsopties samen te stellen, in plaats van een bedrijfswagen ter beschikking te krijgen, koos ze voor een autodeelabonnement in combinatie met andere vervoersmodi. Hoewel een federale materie, kan het mobiliteitsbudget vanuit het Vlaamse niveau mogelijks wel verder gepromoot worden onder werkgevers en werknemers.

Praktijken anders op elkaar laten inhaken

De derde interventieframing neemt als vertrekpunt de mogelijkheid tot ingrijpen in **onderling verbonden praktijken die een 'nood' tot stand brengen**. Een nood (mobiliteit, verwarming) wordt dan gezien als voor een stuk een emergent fenomeen, iets dat eigenlijk voortkomt en gevormd wordt door de praktijken waarin het zit ingebed.

Een heel actueel voorbeeld hiervan zien we bij het fenomeen thuiswerken. Autogebruik hangt in grote mate samen met dagritmes (werkdag, kinderen school, activiteiten,) en de plaatsen en infrastructuur die daarbij aan te pas komen (werken op kantoor, openbare ordening). Thuiswerken en de toename daarvan heeft dan bijvoorbeeld een belangrijke invloed op mobiliteitsnoden. Als mensen niet meer naar kantoor moeten, brengt dit doorgaans veranderingen mee voor de organisatie en aaneenschakeling van een heel aantal andere dagelijkse 'praktijken'. Op die manier veranderen dan ook mobiliteitsbehoeften en invulling van bijhorende praktijken. Als we geen eigen wagen meer hebben, maar wel aan autodelen doen, gaan we mogelijks onze inkoop anders gaan organiseren. Misschien gaan we vaker met de fiets, en nemen we alleen een deelauto wanneer we veel of zware dingen willen kopen. Tegelijkertijd gaan we daardoor misschien korter bij huis inkoop doen, of kijken we of er alternatieven zijn voor de klassieke supermarkt.

Een ander soort inbedding zit in de verbinding tussen aankoopgedrag, bijvoorbeeld voor voeding, en automobilititeit. Het voedselsysteem is zo georganiseerd dat het overgrote deel van voedingsaankopen in grootwarenhuizen gebeuren. Die aankopen zitten bovendien in een weekritme ingewerkt, waarbij veel mensen één keer per week grote inkoop doen en dat met kleinere aanvullen tijdens de rest van de week. Die combinatie van organisatie van het voedselsysteem (via grote retailers), infrastructuur (zoals locatie, parkings,



winkelkarretjes) en weekritme (één grote aankoop wekelijks) leidt tot een specifieke invulling van de praktijk 'voedsel kopen', waarbij met name autogebruik aangemoedigd wordt. Ingrepen op onderdelen van de praktijk 'voedsel kopen' zou dus ook grote invloed kunnen hebben op dat autogebruik.



3 SLOTBEDENKINGEN

Dit rapport is het derde en laatste in een rapportenreeks over transitie en disrupties. De focus van dit onderzoek ligt bij consumenten en hun deelname aan circulaire product-dienstcombinaties. Het commerciële autodeelplatform Cambio werd daarbij als case genomen. Samen met het tweede rapport, waar de focus lag op ondernemers en hun ervaringen met PDC's, vormt het consumentenperspectief in dit rapport de empirische basis in onze rapportenreeks. De focus op consumenten in dit rapport zorgt voor een verbreding van onze blik op de potentieel disruptieve opkomst van PDC's in circulaire economie. De rol van consumenten in circulaire economie en consumptie wordt immers vaak over het hoofd gezien, iets wat in de literatuur al meermaals bekritiseerd is (Welch et al., 2019; Wieser, 2019). Als analysekader werd in dit rapport gebruikt gemaakt van de sociale praktijkenbenadering van Elizabeth Shove (2012). In de volgende paragrafen staan we ter besluit nog even kort stil bij de meerwaarde en relevantie van deze benadering.

In tegenstelling tot de meer klassieke benaderingen van consumptie vertrekt deze aanpak niet vanuit een geïndividualiseerde en sterk gelokaliseerde kijk op consumptie. Er wordt met andere woorden niet zozeer gekeken naar de concrete consumptiekeuzes die een (rationeel) individu maakt in een bepaalde context (zoals koopgedrag in een supermarkt). Een sociale praktijkenbenadering biedt daarentegen een bredere blik op consumptiepraktijken, door te vertrekken vanuit de sociale, culturele en materiële inbedding van consumptie. Door onze blik op consumptie te verruimen, komt een breder pallet aan relevante elementen naar boven. Het gevolg daarvan is dat we ook bij een breder en gevarieerd pallet aan handelingsperspectieven voor verandering uitkomen. We mikken niet enkel op het bijsturen van individueel keuzegedrag door o.a. in te zetten op informatie en het bijsturen van keuzes, maar krijgen zicht op bredere betekenissen, competenties en materiële aspecten die de praktijken rond consumptie vormgeven. De aandacht voor competenties laat ons, bijvoorbeeld, toe om vast te stellen dat deelname aan bepaalde consumptiepraktijken geen vanzelfsprekendheid is voor iedere consument. Aandacht voor opleiding en begeleiding in de context van innovatieve product-dienstcombinaties kwam ook in het tweede rapport van deze reeks aan bod; sociaal zwakkere groepen vinden moeilijker hun weg naar product-dienstsysteem en begeleiding kan daar een mediërende rol in spelen. Een sociale praktijkenbenadering legt verder ook de nadruk op de manier waarop consumptiepraktijken een plaats krijgen in ons dagelijks leven; de manier waarop verschillende praktijken doorheen de dag aaneengeschaald worden, doet er toe. Ook hier zien we dat deze benadering een breder perspectief op verandering en interventies kan bieden. Proberen ingrijpen in de ruimere organisatie van het dagelijks leven, niet enkel op consumptiekeuzes, wordt dan een denkpiste voor interventies.

Ook buiten de academische context biedt de 'sociale practices approach' handvaten om aan de slag te gaan. De kern van de benadering biedt een relatief eenvoudige en toegankelijke analytische tool die gebruikt kan worden om allerhande (consumptie)praktijken te gaan ontleden. De categorieën van elementen die Shove (2012) aandraagt, kunnen in workshops bijvoorbeeld naar voor gebracht worden om over (verandering van) een praktijk te gaan brainstormen. Verder bieden ook de drie voorgestelde interventieframings een manier van



denken over consumptie die de meer klassieke aanpak overstijgt. Hoewel zeker geen wonderoplossing, kunnen de framings een tool zijn om op verschillende niveaus te gaan nadenken over hoe gedrag patronen zijn opgebouwd en samenhangen, en hoe er vervolgens op ingegrepen kan worden. In de context van transitie en transitiewetenschap biedt de sociale praktijkenbenadering sinds een tiental jaar een waardevolle bijdrage door consumenten en hun rol in transitie centraal te stellen. Hoewel het perspectief in het VK en Nederland al beter bekend is, wordt de sociale praktijkenbenadering in Vlaanderen voorlopig nog maar weinig gebruikt. Een toenemende nadruk op de rol van consumenten in transitie (o.a. in product-dienstcombinaties en circulaire economie) kan hier in de komende jaren mogelijks verandering in brengen. Wanneer Vlaanderen verder blijft inzetten op transitie zoals geformuleerd in de Visie 2050, biedt deze benadering dus bruikbare handvaten om binnen de transitieprocessen over de benadering van consumenten na te denken.



BIBLIOGRAFIE

- Christensen, C. M. (1997). *The Innovator's Dilemma*. Harvard Business Review Press; 1st edition (May 1, 1997).
- Christensen, C. M. (2003). *The Innovator's Solution: Creating and Sustaining Successful Growth*. Harvard Business School Press.
- Christensen, C. M. (2015). *The Innovator's Dilemma: When New Technologies Cause Great Firms to Fail*. Harvard Business Review Press.
- Hekkert, M. P., & Negro, S. O. (2009). Functions of innovation systems as a framework to understand sustainable technological change: Empirical evidence for earlier claims. *Technological Forecasting and Social Change*, 76(4), 584–594.
- Hindess, B. (1990). Analyzing actors' choices. *International Political Science Review*, 11(1), 87-97.
- Spurling, N. J., McMeekin, A., Southerton, D., Shove, E. A., & Welch, D. (2013). Interventions in practice: reframing policy approaches to consumer behaviour.
- Spurling, N. J., McMeekin, A. (2014). Interventions in practices. Sustainable mobility practices in England. In Strangers, Y. & Maller, C. (Eds.). *Social Practices, Intervention and Sustainability-Beyond behaviour change*. Routledge.
- Shove, E., Pantzar, M., & Watson, M. (2012). *The dynamics of social practice: Everyday life and how it changes*. Sage.
- Southerton, D. (2013). Habits, routines and temporalities of consumption: From individual behaviours to the reproduction of everyday practices. *Time & Society*, 22(3), 335-355.
- Southerton, D., Warde, A., & Hand, M. (2004). The limited autonomy of the consumer: implications for sustainable consumption. *Sustainable consumption: The implications of changing infrastructures of provision*, 32-48.
- Warde, A. (2016). *Consumption: a sociological analysis*. Palgrave Macmillan
- Welch, D., & Warde, A. (2015). Theories of practice and sustainable consumption. In *Handbook of research on sustainable consumption*. Edward Elgar Publishing.
- Welch, D., & Warde, A. (2017). How should we understand “general understandings”. *The nexus of practices: Connections, constellations, practitioners*, 183-196.
- Welch, D., Hobson, K., Holmes, H., Wheeler, K. & Wieser, H. (2019, 4 december). Consumption Work in the Circular Economy: A Research Agenda.
Online geraadpleegd op:
<https://discoversociety.org/2019/12/04/consumption-work-in-the-circular-economy-a-research-agenda/>
- Wieser, H. (2019). Consumption Work in the Circular and Sharing Economy: A Literature Review.
Online geraadpleegd op:
https://www.researchgate.net/profile/Harald_Wieser/publication/339069759_Consumption_Work_in_the_Circular_and_Sharing_Economy_A_Literature_Review/links/5e5fd1704585152ce808e1ea/Consumption-Work-in-the-Circular-and-Sharing-Economy-A-Literature-Review.pdf

