



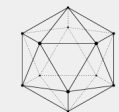
EINDRAPPORT

ONTWIKKELEN EN TESTEN VAN HET MEUBELPASPOORT



Rijkswaterstaat
Ministry of Infrastructure
and Water Management

Schroeder



behavior
change
group

D&B

INHOUD VAN HET RAPPORT

1.	Aanleiding en doel	3
2.	Plan van aanpak	5
3.	Ontwerp	8
4.	Observaties	12
5.	Het meubelpaspoort	26
6.	Handleiding	28
7.	Adviezen	30

AANLEIDING EN DOEL

AANLEIDING EN DOEL

Levensduurverlenging van meubels is belangrijk voor het verminderen van CO2-uitstoot. Meer dan de helft van de weggegooiden meubels blijkt nog bruikbaar te zijn. Hoewel 37% van de Nederlandse consumenten open staat voor het kopen van tweedehands meubels, doet slechts 13% dit daadwerkelijk.

D&B bracht tijdens een eerder onderzoek de belangrijkste belemmeringen in kaart voor het kopen van tweedehands meubels en identificeerde 11 kansrijke gedragsinterventies. Het meubelpaspoort bleek een kansrijke interventie om tweedehands meubels aantrekkelijker te maken. Rijkswaterstaat vroeg D&B om het meubelpaspoort te ontwikkelen en te laten testen bij Kringloop Schroeder in Den Haag.

Het doel was om een blauwdruk te ontwikkelen voor het meubelpaspoort en een handleiding te ontwerpen waarmee Circulaire Ambachtscentra het meubelpaspoort eenvoudig kunnen toepassen.

Aanleiding & doel



PLAN VAN AANPAK



WERKWIJZE

We werkten met een vaste werkwijze om tot een wetenschappelijk onderbouwd resultaat te komen. Dit deden we in vijf fasen:

1. De eerste fase was de startfase. In deze fase stond het opstellen van passende doelen en het maken van afspraken centraal.
2. Vervolgens werkten we een gedegen plan van aanpak uit voor het ontwerpen en testen van het meubelpaspoort.
3. Tijdens de ontwerpfase ontwikkelden we in samenwerking met Rijkswaterstaat het meubelpaspoort. Een designer ontwikkelde de middelen.
4. Tijdens de testfase evalueerden we de toepassing van het meubelpaspoort door kringloop Schroeder. Op basis van de inzichten tijdens de testfase hebben we het ontwerp aangepast en geven we adviezen voor het opschalen.

Werkwijze



WERKWIJZE



Afbeelding 1. Visuele weergave van de werkwijze in 5 stappen (startfase, plan van aanpak, ontwerpfase, testfase en afronding), zoals beschreven op pagina 6.

Werkwijze



D&B

ONTWERP



▼
behavior
change
group

D&B

ONTWERP VAN HET MEUBELPASPOORT

Het ontwerp van het meubelpaspoort is gebaseerd op eerder onderzoek van D&B. Het meubelpaspoort werd geïdentificeerd als één van de elf kansrijke gedragsinterventies die tijdens dit onderzoek zijn ontwikkeld. Uit het verdere verloop bleek dat met name deze interventie kansrijk is.

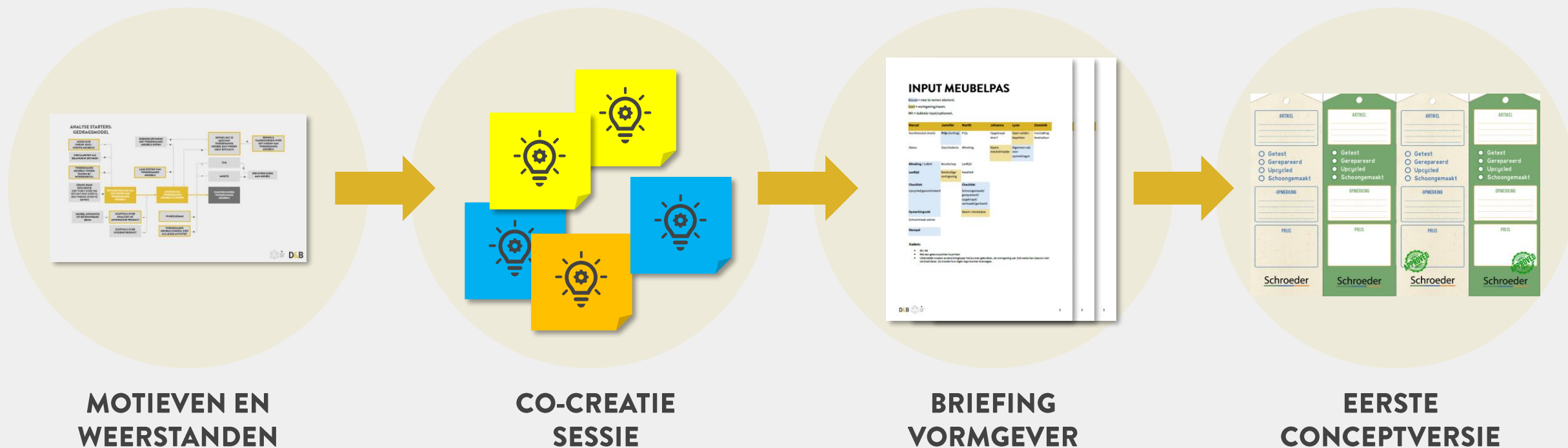
Het meubelpaspoort is een manier om kopers te informeren over productinformatie zoals afmetingen, prijs, of conditie. Hierdoor wordt de aanschaf van tweedehands meubels aantrekkelijker gemaakt.

De basis van het ontwerp werd gelegd tijdens een co-creatie sessie in samenwerking met medewerkers van het programma Circulaire Ambachtscentra en kringloop Schroeder. Op basis van de input uit deze sessie ontwikkelde een designer een conceptversie van het meubelpaspoort.

Ontwerp

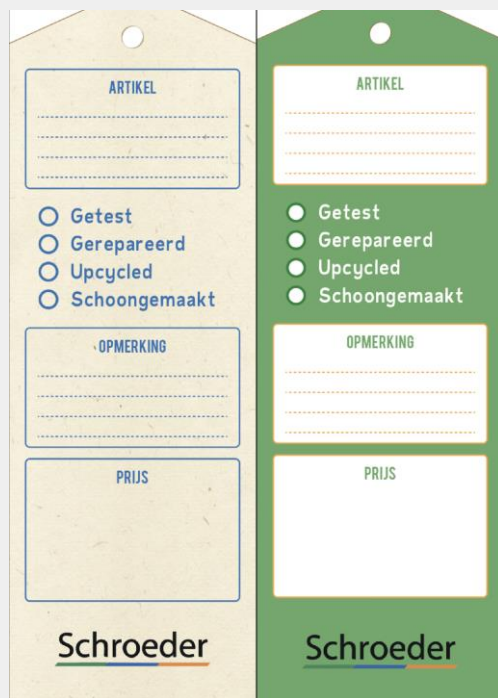


ONTWERP VAN HET MEUBELPASPOORT



Afbeelding 2. Visuele weergave van het ontwerp van het meubelpaspoort. Van links naar rechts: Motieven en weerstanden (afbeelding van het gedragsmodel); Co-creatie sessie (afbeelding van post-its); Briefing vormgever (afbeelding van een document); eerste conceptversie (afbeelding van het meubelpaspoort).

CONCEPTVERSIE MEUBELPASPOORT



Afbeelding 3, 4. Twee afbeeldingen van het meubelpaspoort. Links: Het meubelpaspoort met een beige achtergrond en het meubelpaspoort met een groene achtergrond. Rechts: Foto van geprinte meubelpaspoorten.

OBSERVATIES



behavior
change
group

D&B

TESTEN VAN HET MEUBELPASPOORT

We testten de conceptversie van het meubelpaspoort in samenwerking met kringloop Schroeder.

Hierbij werkten we met twee observatiemomenten:

- **Observaties medewerkers**

Tijdens het eerste observatiemoment begeleidden we medewerkers van kringloop Schroeder bij het printen, snijden, invullen en uiteindelijk plaatsen van het meubelpaspoort. Centraal stond dat het meubelpaspoort werkbaar is voor de medewerkers.

- **Observaties klanten**

Tijdens het tweede observatiemoment gingen we met klanten in gesprek. Hierbij richtten we de focus op de ervaring van het meubelpaspoort door klanten.

Op de volgende slides lichten we de inzichten uit de observaties nader toe.

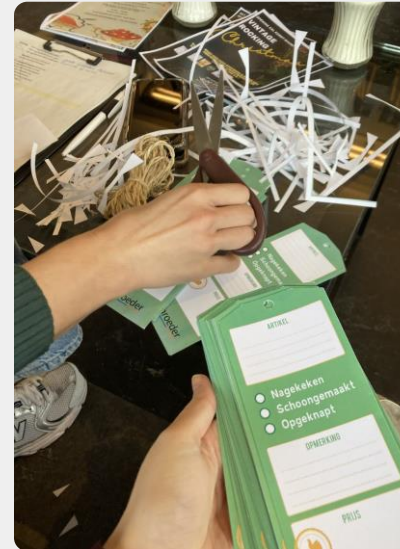
Observaties



OBSERVATIES MEDEWERKERS

We observeerden medewerkers van kringloop Schroeder bij het printen, snijden en plaatsen van meubelpaspoorten.

Het doel van deze observaties was het om zicht te krijgen op mogelijke drempels die medewerkers bij het implementeren van het meubelpaspoort tegenkomen.



Afbeelding 5, 6. Twee afbeeldingen van de observaties.

Links: Foto van geprinte meubelpaspoorten.

Rechts: Medewerker die een meubelpaspoort bevestigt.

OBSERVATIES MEDEWERKERS

De observaties leverden belangrijke inzichten voor het gebruik van het meubelpaspoort:

- **Het printen van de meubelpaspoorten is werkbaar:**
Het printen van de meubelpaspoorten was geen probleem. De bestanden digitaal ontvangen en dan printen is goed te doen
- **Er was geen snijmachine aanwezig:**
Ter plekke was er geen snijmachine aanwezig. Snijden moet per hand: en is daarom meer werk dan verwacht.
- **Het knippen vormt een drempel:**
Het voorbereiden en knippen van het paspoort kost tijd, hierbij moet bij de implementatie rekening worden gehouden en ruimte voor worden gegeven. Het knippen moet hierbij zo makkelijk mogelijk worden gemaakt.

Observaties



behavior
change
group

D&B

OBSERVATIES MEDEWERKERS

Het meubelpaspoort is kansrijk maar kan verbeterd worden:

- **Medewerkers zien de meerwaarde van het meubelpaspoort in:**
Medewerkers vinden dat een meubelpaspoort van toegevoegde waarde is. Het geeft duidelijke en nuttige informatie voor klanten.
- **Klanten zijn soms onvoorspelbaar:**
Medewerkers gaven aan dat klanten soms stickers van de meubels verwijderen om deze voor minder geld te gaan krijgen. Dit kan ook bij een meubelpaspoort gebeuren.
- **De afmetingen van meubelstukken missen als vast onderdeel op het meubelpaspoort:**
Medewerkers vonden het toevoegen van afmetingen als vast onderdeel waardevol. Klanten vragen soms of ze een meetlint kunnen lenen tijdens het shoppen.

Observaties



behavior
change
group

D&B

OBSERVATIES MEDEWERKERS

Enkele praktische punten kwamen naar voren:

- **Meubels worden altijd nagekeken en schoongemaakt:**
Alle meubels zijn nagekeken en zijn of schoon aangeleverd of worden schoongemaakt door middel van een doekje. Deze opties zouden dus altijd aangevinkt moeten worden.
- **Het invullen van het meubelpaspoort is geen drempel:**
Het invullen van het paspoort kunnen de medewerkers zelf heel goed. Dit lijkt geen bijzondere drempel te zijn.
- **Klanten delen weleens verhalen:**
Medewerkers horen vaker verhalen over meubels als mensen deze komen brengen. Dit is dus een mooi moment voor medewerkers om het paspoort in te vullen.

Observaties



behavior
change
group

D&B

OBSERVATIES MEDEWERKERS

Naast de inhoudelijke punten kregen we ook relevante informatie over het proces:

- **Upcycled meubels gaan alleen naar één locatie:**
Meubels die geupcycled worden gaan (bijna) allemaal naar dezelfde locatie (Sterk). Dit hoeft mogelijkerwijs geen optie te zijn voor het reguliere meubelpaspoort.

Observaties



behavior
change
group

D&B

CONCLUSIE: OBSERVATIES MEDEWERKERS

De observaties leverden verschillende belangrijke inzichten over het toepassen van het meubelpaspoort door medewerkers. We vatten deze inzichten hieronder samen:

Over het werkproces:

- Kringloop medewerkers staan positief tegenover het meubelpaspoort.
- Het invullen van meubelpaspoorten is goed te doen.

Mogelijke verbeteringen:

- Het toevoegen van een kniprand lijkt waardevol.
- Het standaard toevoegen van afmetingen werd gevraagd.

Observaties



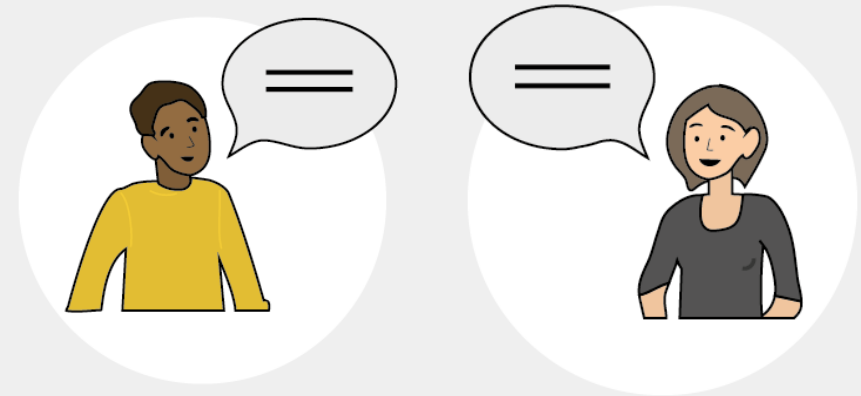
D&B

OBSERVATIES KLANTEN

Tijdens de tweede observatieronde bezochten we kringloop Schroeder opnieuw. Deze keer observeerden we klanten van kringloop Schroeder bij het winkelen. We voerden gesprekken met deze klanten om hun ervaring met het meubelpaspoort te toetsen.

Het doel van deze observaties was het om zicht te krijgen op hoe klanten meubelpaspoorten ervaren.

Naast de gesprekken met klanten gingen we ook opnieuw het gesprek met medewerkers aan.



Afbeelding 7. Een illustratie van een interview tussen twee personen.

Observaties

INZICHTEN: GESPREKKEN KLANTEN

Praktische informatie:

We spraken ongeveer 20 bezoekers van de kringloop. De meeste gesprekken waren één op één, enkele gesprekken werden met twee klanten tegelijkertijd gevoerd.

We spraken minimaal 1 klant uit iedere leeftijdsgroep, de verdeling tussen mannen en vrouwen was ongeveer gelijk. Ongeveer een kwart van de klanten was de Nederlandse taal niet vaardig.

Reacties op het meubelpaspoort:

De meeste klanten was het meubelpaspoort nog niet opvallen (een groot deel kwam niet specifiek kijken voor meubels). Wanneer we klanten op het meubelpaspoort aanspraken, was de reactie wel positief. Klanten vinden dat het meubelpaspoort een professionele uitstraling heeft.

Observaties



D&B

INZICHTEN: GESPREKKEN KLANTEN

Handige informatie:

Het toevoegen van afmetingen worden als nuttig ervaren. De huidige informatie op het meubelpaspoort wordt wel als waardevol ervaren. Nagekeken, schoongemaakt en opgeknapt wordt als duidelijke en overzichtelijke informatie gezien. Klanten verwachten ook niet meer dan dat.

De reacties op een mogelijk ‘persoonlijk bericht’ op het meubelpaspoort waren wisselden. Sommige klanten vinden het leuk anderen vinden het irrelevant. Daarbij valt ook een bijzondere doelgroep op: schatzoeker. Dit zijn enkele klanten die aangeven dat een meubelpaspoort niets toevoegt, voor hen is “schat zoeken” een belangrijk onderdeel van kringloopwinkels.

Het belangrijkste verbeterpunt: afmetingen

De reacties van klanten waren overwegend positief. Vooral het toevoegen van afmetingen als vast onderdeel van het paspoort wordt als waardevolle verbetering ervaren.

Observaties



behavior
change
group

D&B

INZICHTEN: GESPREKKEN MEDEWERKERS

Praktische informatie:

We spraken tijdens het tweede locatie bezoek nog een aantal medewerkers over de integratie van het meubelpaspoort.

Reacties op het meubelpaspoort:

De reacties van de medewerkers gaven ons nieuwe inzichten over de integratie van het meubelpaspoort: Over het algemeen wordt het initiatief als positief gezien, maar er zijn twijfels over de praktische invoering en uitvoering. Een suggestie is om het invullen van het meubelpaspoort toe te vertrouwen aan transportpersoneel, zij hebben mogelijk beter zicht op de staat van de meubels. Ook wordt voorgesteld om kassamedewerkers te vragen naar klantervaringen.

Tegelijkertijd blijkt uit praktijkervaring dat er nog onvoldoende draagvlak was voor de verdere invoering van het meubelpaspoort. Ook werd het proces als arbeidsintensief ervaren, wat heeft geleid tot een vermindering in het gebruik. Ondanks deze uitdagingen zijn er ook positieve ervaringen, zoals de recente verkoop van een meubel met een meubelpaspoort.

Observaties

CONCLUSIE: OBSERVATIES

Conclusies klanten:

- De eerste indruk is overwegend positief, vooral vanwege de duidelijkheid en professionele uitstraling.
- Een aanzienlijk deel van klanten is de taal niet vaardig, hierdoor ervaren zij de meerwaarde van nagekeken, schoongemaakt, opgeknapt niet.
- Informatie over afmetingen wordt als nuttig gezien.
- Klanten reageren wisselend op het toevoegen van een persoonlijke boodschap.
- Voor een deel van de klanten helpt de informatie om een keuze te maken, anderen varen meer op gevoel.

Observaties



behavior
change
group

D&B

CONCLUSIE: OBSERVATIES

Aanvullende conclusies medewerkers:

- Een deel van de medewerkers ziet de meerwaarde van het meubelpaspoort in.
- Er zijn wel twijfels over draagvlak bij de kringloop en de praktische haalbaarheid.

Observaties



D&B

HET MEUBELPASPOORT

AANGEPASTE VERSIE VAN HET MEUBELPASPOORT

Naam van het artikel

Hier plaats je de naam van het artikel, bijvoorbeeld 'eetkamerstoel'.

Is het artikel schoongemaakt?

Hier geef je aan of het artikel bij de kringloop is schoongemaakt.

Afmetingen

Wat zijn de afmetingen van het meubelstuk? (lengte, breedte, hoogte)

Wat is de prijs van het artikel?

Hier zet je de prijs van het artikel neer. Let er op dat dit goed leesbaar.

Logo

Hier kan het logo van het circulaire ambachtscentrum of de kringloopwinkel worden geplaatst.

ARTIKEL

Nagekeken

Schoongemaakt

Opgeknapt

AFMETINGEN

OPMERKING

 PRIJS

Is het artikel nagekeken?

Hiermee geef je aan of iemand van de kringloop het artikel heeft bekeken en gecontroleerd op mogelijke schade.

Is het artikel opgeknapt, gerepareerd of upcycled?

Dit betreft meubels die bijvoorbeeld een nieuwe lak of verf hebben gekregen.

Opmerkingen over het artikel

Hier kun je extra opmerkingen schrijven over het meubelstuk. Denk aan informatie van de vorige eigenaar.

Afbeelding 8. Een afbeelding van het meubelpaspoort met een beschrijving per onderdeel op het label.

Het meubelpaspoort



D&B

HANDLEIDING

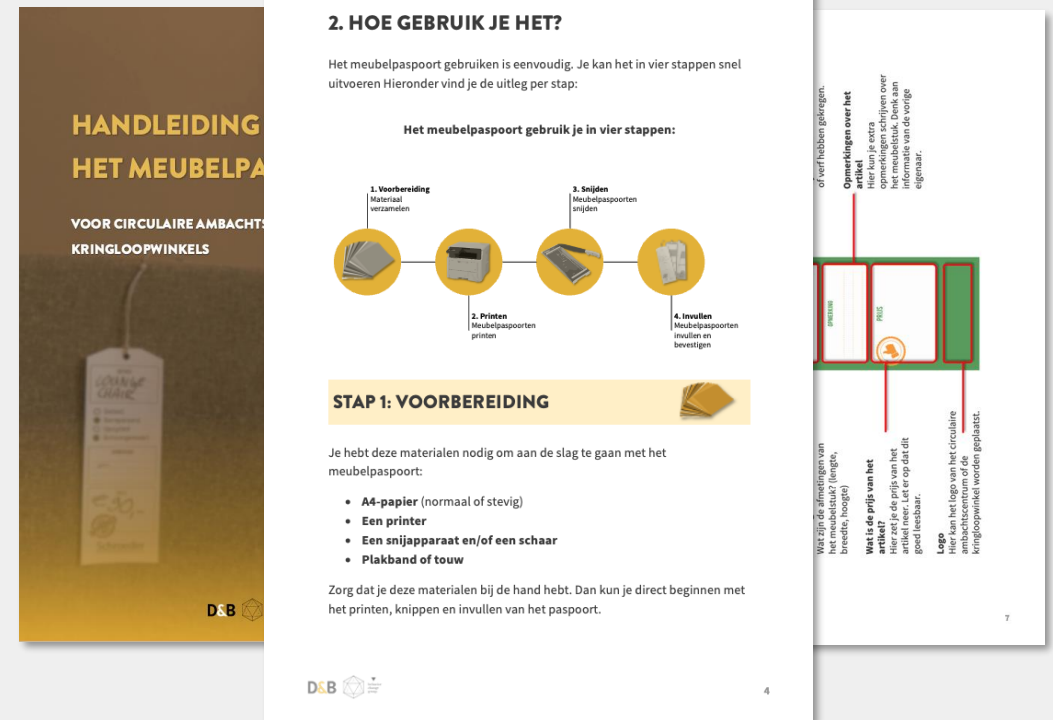


HANDLEIDING VOOR HET MEUBELPASPOORT

Naast het meubelpaspoort op zich ontwikkelden we een handleiding voor het gebruik.

Het doel van deze handleiding is het om medewerkers beknopt te informeren over hoe ze het paspoort kunnen gebruiken.

De volledige handleiding is een apart bestand en kan als bijlage worden opgevraagd.



Afbeelding 9. Een afbeelding van drie pagina's uit de handleiding (van links naar rechts: voorblad, stappen plan, voorbeeld meubelpaspoort).

De handleiding

ADVIEZEN



behavior
change
group

D&B

ADVIES 1: ZORG VOOR DRAAGVLAK

Inzicht:

Tijdens het tweede locatiebezoek werd duidelijk dat het meubelpaspoort nog niet door de hele kringloop wordt ondersteund. Dit remt het verder implementeren en opschalen.

Ons advies:

Zorg dat juiste mensen zijn aangehaakt voor de implementatie van het meubelpaspoort. Houd hierbij rekening dat elk persoon in het proces mogelijk te maken heeft verschillende vormen van weerstand; zo kan het bijvoorbeeld belangrijk zijn om te erkennen dat dat en aanpassing in werkwijze in eerste instantie wat meer tijd en moeite kost.

Adviezen



ADVIES 1: ZORG VOOR DRAAGVLAK

Geef tijdens het introduceren van het meubelpaspoort duidelijk aan dat er toch de keuze wordt gemaakt om het in te voeren, benadruk daarbij de voordelen die een meubelpaspoort kan opleveren. Bijvoorbeeld:

- *Meer verkoop van meubels*
- *Een positieve winkelervaring van klanten*
- *Een professionelere uitstraling van de winkel*

Idealiter wordt een dergelijke verandering in werkwijze geïntroduceerd in een gezamenlijke sessie waar er ruimte is voor dialoog.

Adviezen



ADVIES 2: BLIJF DOOR ONTWIKKELEN

Inzicht:

De eerste reacties op het meubelpaspoort zijn positief. Met elke observatie kregen we nieuwe inzichten over wat voor klanten en medewerkers waardevol is.

Advies:

Gebruik nieuwe inzichten om het meubelpaspoort steeds verder door te ontwikkelen. Er ligt een mooie eerste versie van het meubelpaspoort; deze kan eventueel worden doorontwikkeld op verschillende vlakken:

- *Verschillende kleuren van het paspoort*
- *Het gebruik van passende iconen voor de termen nagekeken, schoongemaakt, opgeknapt (in verband met anderstaligen)*
- *Het ontwikkelen van een herbruikbare versie van het meubelpaspoort (bijv. geplastificeerd)*

Adviezen



D&B

ADVIES 3: TEST DE EFFECTIVITEIT

Inzicht:

Voor kringlopen is het niet heel gemakkelijk om de effectiviteit van het meubelpaspoort te gaan testen. Zij hebben hierbij ondersteuning nodig.

Advies:

Werk met een concepttest. Een concepttest is een test waarin we een aantal varianten van het meubelpaspoort voorleggen aan de doelgroep. Een concepttest is handig wanneer nog onduidelijk is wat de meest geschikte iconen zijn om toe te passen.

Ook wanneer er meerdere uitwerkingen van een uiting denkbaar zijn biedt een concepttest uitkomst, zoals bijvoorbeeld de kleur van de uiting waar je mee kunt variëren.

Adviezen



ADVIES 3: TEST DE EFFECTIVITEIT

Uit de concepttest blijkt welke uitwerking van het meubelpaspoort de meeste passende/positieve associaties heeft en welke tot de hoogste intentie van deelnemers om een tweedehands meubel te kopen.

Gebruik een aanvullende vragenlijst:

In de vragenlijst is ook ruimte om aanvullende vragen te stellen over tweedehands koopgedrag, relevante gedragsbepalers, specifieke behoeften of suggesties.

Adviezen



ADVIES 4: ONDERSTEUNENDE MIDDELEN

Inzicht:

De observaties laten zien dat niet alle informatie voor klanten even duidelijk is. Zo weten klanten bijvoorbeeld niet altijd hoe ze de begrippen ‘nagekeken’, ‘schoongemaakt’ of ‘opgeknapt’ moeten interpreteren.

Advies:

Ondersteun het meubelpaspoort door aanvullende middelen in de winkels te plaatsen. We adviseren om het meubelpaspoort aan te vullen met een poster die tweedehandswinkels in de winkel kunnen ophalen.

Adviezen



ADVIES 4: ONDERSTEUNENDE MIDDELEN

De posters kunnen de klanten met belangrijke aanvullende informatie helpen:

- **Praktisch**

Deze poster voorziet klanten van aanvullende informatie over het meubelpaspoort, biedt de mogelijkheid om relevante termen in andere talen op te nemen (e.g. nagekeken, schoongemaakt, opgeknapt).

- **Aandacht**

Bovendien kan een dergelijke poster aandacht trekken van klanten en hen meer bewust maken van de meubelpaspoorten.

Adviezen



D&B

ADVIES 5: KWANTITATIEVE EFFECTMETINGEN

Inzicht:

Voor kringlopen is het lastig om zelfstandig een kwantitatieve effectmeting over de effectiviteit van het meubelpaspoort uit te voeren. Hierbij kan ondersteuning helpen.

Advies:

Voer een kwantitatieve effectmeting in samenwerking met tweedehandswinkels uit. Voor deze kwantitatieve effectmetingen adviseren we RWS om enkele vragen over verkoop van meubelstukken met meubelpaspoort mee te nemen in hun landelijke monitor.

Zodra er voldoende deelnemende Ambachtscentra zijn, kunnen effecten van meubelverkoop worden gemeten. Bij het meten van effecten is het belangrijk om met een gedegen onderzoeksdesign te werken. Op de volgende pagina's lichten we drie fundamentele routes beknopt toe.

Adviezen



ADVIES 5: KWANTITATIEVE EFFECTMETINGEN

Het meest simpele onderzoeksdesign: een voor- en nameting. Hierbij gebruik je bijvoorbeeld gegevens uit de landelijke monitor voordat het meubelpaspoort verder wordt geïmplementeerd en vergelijkt deze met gegevens van een periode nadat het meubelpaspoort verder werd geïmplementeerd.

- **Voordeel:** Dit design vraagt weinig en is simpel.
- **Nadeel:** Het design is kwetsbaar voor ruis. Tussen voor en nameting kunnen andere invloeden een rol spelen bij het koopgedrag van klanten.

Design 1: Voor- en nameting



Afbeelding 10. Een diagram van een onderzoeksdesign met een voor- en nameting. Afgebeeld staat een pijl met drie blokken: voormeting, interventie en nameting.

Adviezen



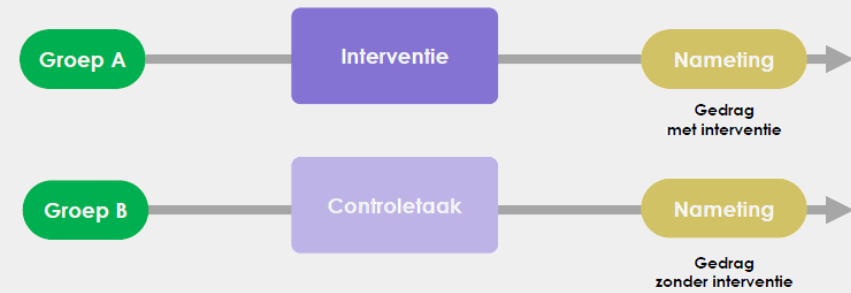
D&B

ADVIES 5: KWANTITATIEVE EFFECTMETINGEN

Een net complexere manier van meten vraagt om het vergelijken van groepen. Hierbij zouden de verkoopcijfers van twee locaties met elkaar vergeleken kunnen worden, waarbij één locatie wel gebruik maakt van het meubelpaspoort en de andere locatie hier geen gebruik van maakt.

- **Voordeel:** Niet heel erg complex
- **Nadeel:** Gevoelig voor mogelijke verschillen tussen de locaties.

Design 2: Groepen vergelijken



Afbeelding 11. Een diagram van een onderzoeksdesign met twee groepen. Afgebeeld staan twee parallelle pijlen met drie blokken. Bovenste pijl: groep A, interventie en nameting. Onderste pijl: groep B, controletaak, nameting.

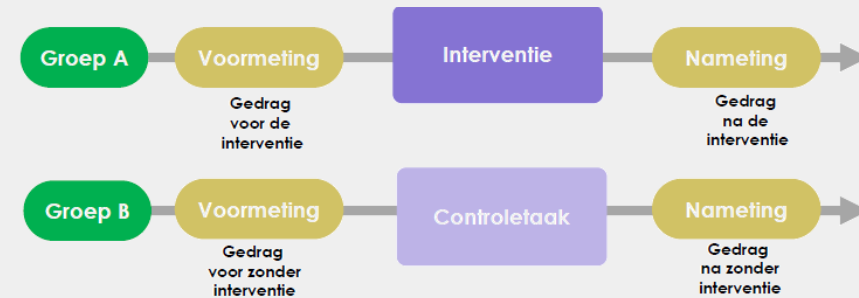
Adviezen

ADVIES 5: KWANTITATIEVE EFFECTMETINGEN

Een complexere maar volledige manier van meten: het gebruik van twee locaties in combinatie met een voor en een nameting. Hierbij worden de vorige twee onderzoeksdesigns met elkaar gecombineerd.

- **Voordeel:** Het design is minder kwetsbaar voor ruis. De resultaten zijn sterk betrouwbaar.
- **Nadeel:** Het design is complexer en moeilijker om te realiseren.

Design 3: Groepen vergelijken + voor- en nameting



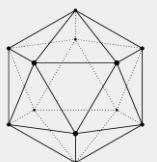
Afbeelding 12. Een diagram van een onderzoeksdesign met twee groepen en een voor-en nameting. Afgebeeld staan twee parallelle pijlen met vier blokken. Bovenste pijl: groep A, voormeting, interventie en nameting. Onderste pijl: groep B, voormeting, controletaak, nameting.

Adviezen

COLOFOON

Dominik Simler – D&B (Behavior Change Group)
Maritt Overkamp – D&B (Behavior Change Group)
Marcel Marskamp – Schroeder, Den Haag
Jennifer van Dijk – Rijkswaterstaat
Johanna Minnaard – Rijkswaterstaat

Datum – 3 december 2024



▼
behavior
change
group

D&B

