

# KENNISDOCUMENT VOOR CIRCULAIRE AMACHTSCENTRA EN GEMEENTEN

OPDRACHTGEVER: RIJKSWATERSTAAT (WVL)  
PROJECT: GEDRAGSADVIES KLEDING EN REPARATIE  
DATUM: DECEMBER 2024

## NOVI MORES

Novi Mores is het onderzoeks- en adviesbureau voor gedragsverandering. We slaan een brug tussen wetenschap en praktijk. Gedrag en attitudes worden verklaard met behulp van kennis uit de wetenschap en kwalitatief en kwantitatief onderzoek. Door slimme en creatieve toepassingen van gedragsinzichten, beïnvloeden we gedrag via bewuste en onbewuste processen. Hierdoor ontstaat 'nieuw gedrag' en dat is dan ook wat Novi Mores betekent.



Foto: Peggy Maes Fotografie

## Inhoudsopgave

### **INLEIDING..... 3**

*Doel van rapport..... 3*

*Achtergrond..... 3*

*Probleemstelling..... 3*

*Onderzoeksvraag..... 3*

### **CONTEXT EN THEORETISCH KADER ..... 3**

*Gedragsaanpak voor stimuleren reparatienorm 3*

*COM-B model om gedrag te verklaren..... 3*

*EAST-model voor gedragsverandering..... 4*

*Pilot Groningen GWC..... 4*

*Gedragsondersteuning Maasbracht en  
Groningen..... 5*

### **ANALYSE EN BEVINDINGEN ..... 6**

*Gedragbepalende factoren kledingreparatie ... 6*

*Gedragbepalende factoren gelegenheid..... 6*

*Gedragbepalende factoren capaciteit..... 6*

*Gedragbepalende factoren motivatie..... 6*

### **AANBEVELINGEN STIMULEREN**

#### **KLEDINGREPARATIE VIA CIRCULAIRE**

### **AMBACHTSCENTRA..... 8**

*Kledingreparatie makkelijk maken ('E')..... 8*

*Kledingreparatie aantrekkelijk maken ('A')..... 8*

*Kledingreparatie socialer maken ('S')..... 9*

*Kledingreparatie op het juiste moment  
stimuleren ('T')..... 9*

*Aanvullende inzet vanuit overheid..... 9*

## INLEIDING

### Doel van rapport

Dit rapport geeft inzicht in de belangrijkste bevindingen van twee pilots gericht op het stimuleren van kledingreparatie. Het doel van dit document is om gemeenten en ambachtscentra te informeren, inspireren, enthousiasmeren en zo verder op weg te helpen.

### Achtergrond

Het doel van het ministerie van Infrastructuur en Waterstaat (IenW) is om in 2050 een volledig circulaire economie te hebben, waarin het grondstoffengebruik verder is verlaagd en we inzetten op maximaal waardebehoud van grondstoffen, materialen en producten. Begin 2023 is het Nationaal Programma Circulaire Economie vastgesteld, waarin het beleid richting dit doel voor de komende jaren tot 2030 uiteen is gezet. Hier komt o.a. in terug dat het ministerie zich wil richten op de opschaling van circulaire ambachtscentra. Het doel is om in 2030 in Nederland een landelijk dekkend netwerk van circulaire ambachtscentra te hebben en daarmee hergebruik en reparatie te bevorderen.

Een circulair ambachtscentrum combineert minimaal de functies van een milieustraat, kringloopwinkel, reparatiewerkplaats, onderwijs en het sociaal domein, waardoor spullen en materialen langer in gebruik blijven en onnodig storten en verbranden wordt voorkomen.

Kledingreparatie kan via een circulair ambachtscentrum of via een lokale kleding reparateur. Voor deze pilot heeft RWS gekozen voor circulaire ambachtscentra, zodat meer inzicht komt over de rol van circulaire ambachtscentra bij kledingreparatie.

### Probleemstelling

Op dit moment is het repareren van kleding nog geen vanzelfsprekendheid. Kleding met bijvoorbeeld een kapotte rits, waar een gat in zit of die niet meer past, wordt nu nog vaak weg gedaan. Mogelijk zijn mensen nog:

- Onvoldoende bekend met de mogelijkheden van kledingreparatie (bijv. geen idee dat een kapotte rits vervangen kan worden);
- Onvoldoende gemotiveerd om kleding te laten repareren (bijv.: koop wel een nieuwe);
- Onvoldoende in de gelegenheid (bijv. geen mogelijkheden in de buurt /te duur).

Wanneer meer kleding gerepareerd wordt, verlengt de levensduur van kleding. Hierdoor is er minder nieuwe kleding nodig. Dit vermindert de voetafdruk van onze samenleving.

### Onderzoeksvraag

Rijkswaterstaat heeft voorafgaand aan dit project 5 mogelijke pilots in beeld gebracht die gericht zijn op het stimuleren van kledingreparatie binnen een circulair ambachtscentrum. Het doel van dit project

was om enkele pilots te selecteren en deze pilots met gedragskennis verder te helpen. Hierbij was de onderzoeksvraag: Hoe kun je via ambachtscentra de reparatienorm versterken, waardoor meer mensen kleding (laten) repareren?

## CONTEXT EN THEORETISCH KADER

### Gedragsaanpak voor stimuleren reparatienorm

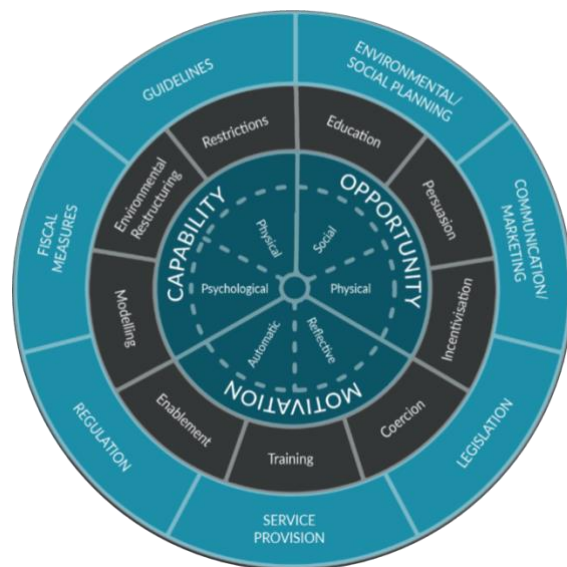
Gedragskennis is noodzakelijk bij het versterken van de reparatienorm. Met gedragskennis kunnen we:

- Doorgronden waarom mensen iets juist wel/ niet doen (motieven, drijfveren, gewoontes, onbewuste processen,...);
- Gedragstechnieken selecteren die de juiste 'snaar' raken;
- Gedragstechnieken toepassen in interventies. Bijvoorbeeld in communicatie en fysieke omgeving die ervoor zorgen dat mensen het gewenste gedrag wel laten zien en dit ook blijven doen.

### COM-B model om gedrag te verklaren

Om het gedrag te doorgronden brengen we de gedragsbepalende factoren (stimuli en barrières, inclusief weerstanden) in kaart die van invloed zijn op het gewenste gedrag: *mensen laten hun kleding repareren*. Bv.: Mensen vinden het te duur om kleding te laten repareren (koop wel nieuwe);

weten niet dat een rits in een jas vervangen kan worden; niemand laat kleding repareren (sociale norm), etc. Om deze gedragsbepalende factoren in kaart te brengen, gebruiken we het COM-B model<sup>1</sup>, dit staat voor *Capability* (capaciteit: kennis en vaardigheden), *Opportunity* (gelegenheid: sociale en fysieke omgeving), *Motivation* (motivatie: bewust en onbewust) – *Behaviour* (gedrag). Deze factoren bepalen samen of gedrag wordt uitgevoerd. Het analyseren van deze factoren is cruciaal om barrières voor gewenst gedrag te begrijpen en effectieve gedragsveranderings-



Figuur 1. COM-B in het Behaviour Change Wheel.

<sup>1</sup> Michie, S., Atkins, L., & West, R. (2014). The Behaviour Change Wheel. A Guide to Designing Interventions.

strategieën te ontwikkelen om de reparatienorm te versterken, zodat meer mensen kleding laten repareren.

#### EAST-model voor gedragsverandering

Op basis van de inzichten uit de gedragsanalyse (COM-B) selecteren we gedragstechnieken die inspelen op de belangrijkste gedragsbepalende factoren. Hiervoor gebruiken we het EAST-model<sup>2</sup>, wat staat voor *Easy* (gedrag zo makkelijk mogelijk maken, bijv. door standaardopties), *Attractive* (gedrag aantrekkelijk maken, bijv. door schaarste of belonen), *Social* (gedrag sociaal maken, bijv. door vergelijking met vrienden/ familie) en *Timely* (gedrag op het juiste moment beïnvloeden, bijv. door reminder aan doelgedrag op het juiste moment).

#### Pilot Maasbracht Textielatelier

Binnen Kledingbank Limburg is eind 2023 het Textielatelier(TA) ingericht en in gebruik genomen. In het TA werken mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt. Voor deze mensen is het doel dat ze (weer) mee gaan doen op de arbeidsmarkt en in de samenleving. Het doel van het TA is enerzijds het repareren van kleding die is gedoneerd aan de Kledingbank, maar een klein mankement heeft (bijvoorbeeld een blouse met een gaatje of een jas met een kapotte rits). De gerepareerde kleding wordt vervolgens via de Kledingbank uitgegeven aan cliënten. Daarnaast kunnen medewerkers en

<sup>2</sup> Team, B. I. (2014). EAST: Four simple ways to apply behavioural insights. Cabinet Office.

vrijwilligers van de kledingbank eigen kleding laten repareren tegen een gereduceerd tarief. Tot slot repareert het TA ook kleding van mensen uit Maasbracht en omgeving. Inkomsten van het TA vloeien direct terug naar de kledingbank.

De ondersteuningsvraag vanuit deze pilot was: Hoe kunnen we mensen in Maasbracht en omgeving beter bereiken, waardoor zij vaker kleding laten repareren bij het TA?

#### Pilot Groningen GWC

Groningen Werkt Circulair (GWC) is onderdeel van de Textielhub Groningen. De Textielhub is een innovatieve & creatieve broedplaats in Groningen, waarin diverse partners opereren, met de focus op het verduurzamen van de textielindustrie. GWC richt zich vooral op bewustwording van misstanden in de kledingindustrie (bv. middels lezingen, acties, festivals, lesprogramma's en studieprojecten) en op (creatieve) kledingreparatie en upcycling (middels textielworkshops). Andere partners in de Textielhub zijn bijvoorbeeld gemeente Groningen, opleidingsinstellingen (zoals mbo en hbo), Kleerlijk (veelal nieuwkomers die in opdracht kleding ontwerpen en produceren) en verschillende ZZP-ers in de textielbranche die zich voornamelijk richten op upcycling, hergebruik en herwinnen van grondstoffen (vezels)

De ondersteuningsvraag vanuit deze pilot was: Hoe kunnen we mensen stimuleren om zelf kleding te repareren? In eerste instantie was de doelgroep breed omvattend. Binnen de aanpak hebben we gekozen voor een doelgroep benadering. Opgedane inzichten en de aanpak, kunnen vervolgens vertaald worden naar andere doelgroepen.

Een kwart van alle inwoners in Groningen is student (rond de 60.000).<sup>3</sup> Om kledingreparatie te stimuleren is gekozen om specifiek op de deze doelgroep in te spelen (grote doelgroep; aan begin van volwassen leven; interesse voor vintage/ kleding reparatie; weinig geld; affiniteit met duurzaamheid).<sup>4</sup>

#### Gedragsondersteuning Maasbracht en Groningen

In de periode september 2024 tot en met januari 2025 heeft Novi Mores het Textielatelier Maasbracht en Groningen Werkt Circulair ondersteund met gedragsexpertise om hen zo verder te helpen en de reparatienorm te verstevigen. Hierbij was het doelgedrag in Maasbracht laten repareren en in Groningen zelf repareren.



Afbeelding 2. Textielatelier bij Kledingbank Maasbracht



Afbeelding 3. Textielhub Groningen

<sup>3</sup> [ww.rug.nl/education/bachelor/nederlandse-studenten/studeren-in-groningen/](http://ww.rug.nl/education/bachelor/nederlandse-studenten/studeren-in-groningen/)

<sup>4</sup> Motivaction (2021). Doelgroepverkenning koplopers repareren. D&B (2020). Gedragsonderzoek kleding.

## ANALYSE EN BEVINDINGEN

### Gedragsbepalende factoren kledingreparatie

We hebben diverse artikelen<sup>5</sup> geraadpleegd om meer inzicht te krijgen in waarom mensen kleding (nog) niet (laten) repareren. Daarnaast hebben we gedurende de pilots in Maasbracht en Groningen diverse inzichten opgedaan. De belangrijkste inzichten staan hieronder gecategoriseerd in de drie factoren van het COM-B model. Factoren staan niet op basis van invloed.

### Gedragsbepalende factoren gelegenheid

Vaak zijn er praktische hindernissen voor het uitvoeren van duurzaam gedrag (convenience gap - gemak kloof), in dit geval kledingreparatie. Wanneer de drempel lager wordt om kleding te (laten) repareren, gaan mensen er eerder gebruik van maken (vb. van in-shop reparaties).

- Zichtlocatie heeft invloed op repareergedrag. Een naaitelier op een industrieterrein is minder in de loop. Daardoor worden mensen er minder aan herinnerd in hun dagelijkse routine.
- Daarnaast heeft de zichtbaarheid binnen een pand ook invloed. Wanneer de reparatiefaciliteit bijvoorbeeld achter een dichte muur zit, of weggestopt achter in

een (donkere) hoek, activeert het niet de norm om te repareren.

- Beperkte openingstijden kunnen ook een drempel vormen. Bijvoorbeeld wanneer het alleen open is van maandag t/m woensdag 9:00-12:00, is het niet voor een brede doelgroep toegankelijk.
- Bij zelf kleding repareren, beschikt niet iedereen over de middelen die daarvoor nodig zijn, zoals een naaimachine.

### Gedragsbepalende factoren capaciteit

Ook op kennis- en vaardighedeniveau spelen verschillende factoren een rol waardoor kleding nog niet gerepareerd wordt.

- De kennis of het bewustzijn over wat allemaal reparabel is, is vaak nog laag.
- Onbekendheid waar je in jouw stad of wijk kleding kunt laten repareren.
- Doelgroep wordt niet altijd goed bereikt. Bijvoorbeeld doordat niet de juiste (media)kanalen gebruikt worden (met een nieuwsbrief naar abonnees, bereik je bijvoorbeeld alleen een specifiek doelgroep van geïnteresseerden).
- Bij zelf kleding repareren, hebben mensen vaak onvoldoende kennis en vaardigheden hoe ze iets netjes kunnen repareren.

- Bij het aanbieden van een naaicursus of -workshop is het soms onvoldoende duidelijk wie de doelgroep is, wat je moet kunnen, wat je mee moet nemen en waar je gebruik van kunt maken. Hierdoor kunnen mensen afhaken (deels onnodig).

### Gedragsbepalende factoren motivatie

Tot slot zijn er verschillende factoren op motivatieniveau die van invloed zijn op het wel of niet (laten) repareren van kleding.

- Gewoontegedrag speelt een grote rol, zowel bij de groep die wel kleding repareert (die ziet repareren van kleding als 'normaal' en doet dit dus uit gewoonte) als bij de groep waarbij kleding repareren geen gewoonte is en het dus ook niet doet.
- Prijs van kleding speelt mee bij de afweging om het te laten repareren. Als een kledingstuk heel duur was, ben je sneller geneigd het te laten repareren dan wanneer het goedkoop was. Maar als een alternatief kledingstuk goedkoop is, dan koop je sneller het alternatief dan dat je het huidige laat repareren.). Daarnaast speelt ook prijs en gemak van de

<sup>5</sup> Geraadpleegde bronnen:

- Rapport Verkenning textiel en reparatie (Rijkswaterstaat & The Bin, 2023);

- Gedragsstrategie Burgers en circulaire economie (Ministerie van Infrastructuur en Waterstaat, 2023);
- Doelgroepverkenning koplopers repareren (Motivaction, 2021).

- Behavioural Study on Consumers' Engagement in the Circular Economy (European Commission, 2018)

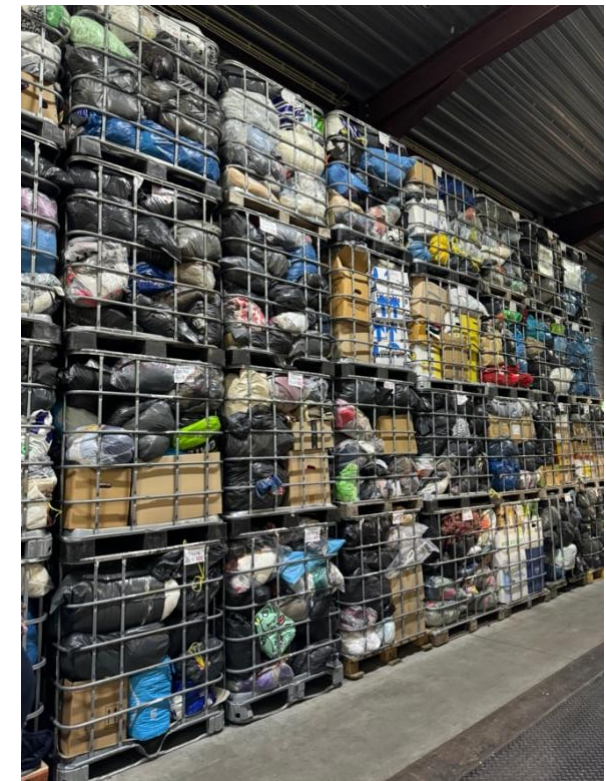
- kledingreparatie een grote rol bij de afweging om kleding te laten repareren.
- Mensen vinden het zonde om kleding weg te gooien als het nog goed in goede staat is (*cognitieve dissonantie*), hier kan mogelijk op aangehaakt worden om mensen toch te motiveren.
  - Mensen staan wel open voor 'duurzaam' gedrag, maar feitelijke gedrag blijft vaak nog achter (*inertia*). Ze zien kledingreparatie dus wel als iets goeds, maar doen het zelf (nog) niet.
  - Wanneer mensen moeite moeten doen om iets te laten repareren (bijvoorbeeld zoeken naar reparatiefaciliteiten/



Afbeelding 4. Textiel die binnengebracht wordt bij Textielhub Groningen

- bepaalde openingstijden), haken ze al gauw af (gemak speelt een grote rol)
- Mensen vinden het milieu vaak wel belangrijk, maar het blijkt meestal geen motivator te zijn voor het veranderen van gedrag. Mensen stimuleren om kleding te repareren door milieuredenen te noemen is dus niet zo zinvol. Wel kun je na kledingreparatie milieuredenen toepassen, waardoor ze een beter gevoel krijgen en zichzelf als milieubewust gaan zien (waardoor idealiter milieudief gedrag versterkt).

- Imago van een voorziening kan negatieve invloed hebben op reparatiegedrag. De associatie met een hobbyclubje voor zelf kleding repareren, kan mensen afschrikken. Of het imago van een organisatie kan afschrikken. Bijvoorbeeld een kringloop/ kledingbank, waar mensen niet 'gezien' willen worden.



Afbeelding 5. Kleding die is binnengebracht bij de Kledingbank in Maasbracht

## AANBEVELINGEN STIMULEREN KLEDINGREPARATIE VIA CIRCULAIRE AMBACHTSCENTRA

Op basis van de geraadpleegde bronnen<sup>5</sup>, sociaalwetenschappelijke kennis en de inzichten vanuit de twee pilots, zien we diverse kansen voor stimuleren kledingreparatie. Dit is gecategoriseerd op basis van het EAST-model.

### Kledingreparatie makkelijk maken ('E')

Kleding laten repareren moet heel gemakkelijk zijn, bijvoorbeeld:

- Door snelle reparaties aan te bieden voor kleine reparaties (zoals knoop aanzetten): 'klaar terwijl je wacht'
- Makkelijker maken om kleding in te leveren en op te halen; bijv. inleverservice/ ophaal- en brengdienst. Of een extra aflever- en ophaalpunt bijvoorbeeld via een supermarkt of een andere lokale plek waar veel inwoners komen.
- Verruimen van openingstijden, of openingstijdens deels verplaatsen naar momenten waarop veel mensen er gebruik van kunnen maken (bijv. in de avonduren/ weekend).
- Gratis reparatiemoment: organiseer een moment waarop mensen langs kunnen komen met een kledingstuk waarbij een kleine reparatie nodig is. Ze kunnen het

dan eenvoudig uitproberen (doorbreekt gewoonte)

- Faciliteer een reparatie inloop. Waarbij mensen langs kunnen komen voor ondersteuning bij kleine reparatie. Hierbij zijn naaimachines aanwezig en basisgaren. Mensen nemen zelf een rits/ knoop mee. Indien gewenst kunnen ze advies krijgen hoe ze de reparatie kunnen volbrengen. Sommige ambachtscentra werken hier al mee.
- Veel van de kledingreparaties zijn standaard reparaties (zoals kapotte rits / inkorten broek/ gat). Hiervoor is direct contact met de kledingreparateur niet noodzakelijk. Een voorgedrukte kaart, waarop aangegeven kan worden wat er gerepareerd moet worden, maakt het makkelijker om snel kleding af te leveren (zonder contactmoment).
- Aanmelden voor een reparatiecursus makkelijker maken door een aanmeldbutton op de website. Zorg dat het ook makkelijk vindbaar is op de website, duidelijk wanneer het is, welk niveau verwacht wordt en wat er eventueel meegenomen moet worden.
- Creëer een plek waar mensen zelf kleding kunnen repareren, bijv. een repaircorner (bijv. in buurthuis/ bibliotheek/ cultuurcentrum). Faciliteer een naaimachine (en eventueel wat

basisgaren), zodat mensen daar zelf kleding kunnen repareren.

- Zorg dat de reparatiefaciliteit niet achter gesloten deuren zit, maar je dat je eenvoudig even binnen kunt lopen. En dat bij langslopen zichtbaar is dat op die plek kleding gerepareerd wordt.

### Kledingreparatie aantrekkelijk maken ('A')

- Wanneer je een repaircorner faciliteert, maak het dan visueel een aantrekkelijke/ fijne plek om te zijn (door aankleding, koffie/ thee, verlichting).
- Om mensen vaardigheden aan te leren om zelf kleding te kunnen repareren, kunnen cursussen aangeboden worden die niet perse over kledingreparatie gaan. In een cursus upcycling, waarin mensen bv. van oude lapjes een mooi, hip kussentje maken, kunnen mensen wel de vaardigheden aanleren om met naald en draad om te gaan.
- Zichtbaarheid vergroten. Dit kan door te kiezen voor een zichtlocatie. Of een locatie meer zichtbaar te maken. Denk bijvoorbeeld aan een raam plaatsen/ wand weghalen/ communicatie aan buitenkant, etc.
- Deel bij een lokaal evenement een klein cadeautje uit. Bijvoorbeeld kopspelden/ homemade speldenkussentje





(wederkerigheid, herinneren aan gewenst gedrag)

- Maak het aantrekkelijk voor mensen om 'terug te komen' (behoud). Bijvoorbeeld door: mooi opvouwen van het gerepareerde kledingstuk en dat mooi verpakken met bijv. lint. En bijvoorbeeld een persoonlijk bedankje toevoegen (wie heeft het gemaakt/ wat is zijn/ haar verhaal)
- bijv. via beloningsmechanismen: beloon mensen; bijvoorbeeld door korting te geven op de volgende reparatie/ te laten sparen voor een gratis reparatie.
- Legitimiteit voor kledingreparatie, bijv.: waarom is kleding repareren zinvol? / waar draag je aan bij door op deze locatie kleding te laten repareren?
- Stimuleer intrinsieke motivatie door self-persuasion: wat is voor jou een reden om kleding te repareren? Hier overtuigen mensen (onbewust) zichzelf.

#### Kledingreparatie socialer maken ('S')

- Sociale normen toepassen: laat zien dat steeds meer mensen kleding (laten) repareren.
- Maak het sociaal door bijvoorbeeld het verhaal te vertellen van de mensen die werken in de kledingreparatiefaciliteit. Bijvoorbeeld via een reparatiekaartje, om

zo de mensen achter de naaimachine een gezicht te geven (messenger effect).

- Ambassadeurs inzetten: laat bekende lokale mensen zien/ mensen waarmee anderen zich makkelijk kunnen identificeren, die ook kleding laten repareren. Hiervoor kun je ook het sociale netwerk inzetten van de mensen die werkzaam zijn/ betrokken zijn bij het circulaire ambachtscentrum.

#### Kledingreparatie op het juiste moment stimuleren ('T')

- Koppel kledingreparatie aan logische momenten (timing): bijvoorbeeld wisseling van seizoen (naar lente/zomerkleding of naar herfst/winterkleding); feestkleding in de decembermaand; carnavalskleding, etc.
- Koppel activiteiten die je organiseert aan het momentum. Biedt bijvoorbeeld begin van de lente een cursus aan voor jongeren om een festivaltasje te maken van restlapjes.

#### Aanvullende inzet vanuit overheid

Naast inzet van circulaire ambachtscentra om kledingreparatie te stimuleren, kan een overheid (gemeente/ provincie) ook aanvullende dingen doen om het doelgedrag te stimuleren, bijvoorbeeld:

- Gedragscampagne die het doelgedrag stimuleert (kleding repareren). Hierbij is het slim om verschillende gedrags-technieken te combineren (zoals figuur 3).
- Kledingreparatie subsidiëren. Hierdoor kan het goedkoper aangeboden worden, waardoor mensen eerder overgaan tot reparatie.



Afbeelding 6. Twee posters die onderdeel zijn van campagne die we ontwikkelden voor 'Posters for the planet'