

APPENDICES

TOWARDS AN INCLUSIVE AND CIRCULAR HUB

A communication approach that strengthens the relationship between residents and the circular center

Master Thesis

Jacoba Seminck
Strategic Product Design, TU Delft
May 2022



APPENDICES

Appendix A: Master Graduation Plan

Appendix B: Discover the problem context

Appendix C: Discover the people

Appendix D: Concept development

Appendix E: Roadmap


Appendix F: Residents meeting 2

Appendix G: Evaluation

Appendix A: Master Graduation Plan

A.1: Approved project brief

DESIGN
FOR OUR
future



IDE Master Graduation

Project team, Procedural checks and personal Project brief

This document contains the agreements made between student and supervisory team about the student's IDE Master Graduation Project. This document can also include the involvement of an external organisation, however, it does not cover any legal employment relationship that the student and the client (might) agree upon. Next to that, this document facilitates the required procedural checks. In this document:

- The student defines the team, what he/she is going to do/deliver and how that will come about.
- SSC E&SA (Shared Service Center, Education & Student Affairs) reports on the student's registration and study progress.
- IDE's Board of Examiners confirms if the student is allowed to start the Graduation Project.

! USE ADOBE ACROBAT READER TO OPEN, EDIT AND SAVE THIS DOCUMENT

Download again and reopen in case you tried other software, such as Preview (Mac) or a webbrowser.

STUDENT DATA & MASTER PROGRAMME

Save this form according the format "IDE Master Graduation Project Brief_familyname_firstname_studentnumber_dd-mm-yyyy". Complete all blue parts of the form and include the approved Project Brief in your Graduation Report as Appendix 1 !

family name <u>Seminck</u> <u>5324</u> initials <u>J.B.D</u> given name <u>Jacoba Barbara Dirk</u> student number <u>4561228</u> street & no. _____ zipcode & city _____ country _____ phone _____ email _____	Your master programme (only select the options that apply to you): IDE master(s): <input type="radio"/> IPD <input type="radio"/> Dfl <input checked="" type="radio"/> SPD 2 nd non-IDE master: _____ individual programme: _____ (give date of approval) honours programme: <input type="radio"/> Honours Programme Master specialisation / annotation: <input type="radio"/> Medisign <input type="radio"/> Tech. in Sustainable Design <input type="radio"/> Entrepreneurship
---	--

SUPERVISORY TEAM **

Fill in the required data for the supervisory team members. Please check the instructions on the right !

** chair <u>Dr. Mulder, I.J. (Ingrid)</u>	dept. / section: <u>HCC/ DCC</u>	<p>! Chair should request the IDE Board of Examiners for approval of a non-IDE mentor, including a motivation letter and c.v..</p> <p>! Second mentor only applies in case the assignment is hosted by an external organisation.</p> <p>! Ensure a heterogeneous team. In case you wish to include two team members from the same section, please explain why.</p>
** mentor <u>Ir. Bergh, M.R.K. van den</u>	dept. / section: <u>DOS/ MOD</u>	
2 nd mentor <u>E.Keijser (Esther)</u>	organisation: <u>de BUCH</u>	
	city: <u>Castrium</u> country: <u>The Netherlands</u>	

comments (optional)
:
:
:

APPROVAL PROJECT BRIEF

To be filled in by the chair of the supervisory team.

chair Dr. Mulder, I.J. (Ingrid) date 13 - 10 - 2021 signature _____

CHECK STUDY PROGRESS

To be filled in by the SSC E&SA (Shared Service Center, Education & Student Affairs), after approval of the project brief by the Chair. The study progress will be checked for a 2nd time just before the green light meeting.

Master electives no. of EC accumulated in total: 30 EC

Of which, taking the conditional requirements into account, can be part of the exam programme 30 EC

List of electives obtained before the third semester without approval of the BoE

YES all 1st year master courses passed

NO missing 1st year master courses are:

name C. van der Bunt date 18 - 10 - 2021 signature _____

FORMAL APPROVAL GRADUATION PROJECT

To be filled in by the Board of Examiners of IDE TU Delft. Please check the supervisory team and study the parts of the brief marked **. Next, please assess, (dis)approve and sign this Project Brief, by using the criteria below.

- Does the project fit within the (MSc)-programme of the student (taking into account, if described, the activities done next to the obligatory MSc specific courses)?
- Is the level of the project challenging enough for a MSc IDE graduating student?
- Is the project expected to be doable within 100 working days/20 weeks?
- Does the composition of the supervisory team comply with the regulations and fit the assignment?

Content: APPROVED NOT APPROVED

Procedure: APPROVED NOT APPROVED

comments

name Monique von Morgen date 26 - 10 - 2021 signature _____

Designing an intervention that stimulates local residents to participate in the BUCH circular crafts centre project title

Please state the title of your graduation project (above) and the start date and end date (below). Keep the title compact and simple. Do not use abbreviations. The remainder of this document allows you to define and clarify your graduation project.

start date 30 - 09 - 2021 14 - 03 - 2022 end date

INTRODUCTION **

Please describe, the context of your project, and address the main stakeholders (interests) within this context in a concise yet complete manner. Who are involved, what do they value and how do they currently operate within the given context? What are the main opportunities and limitations you are currently aware of (cultural- and social norms, resources (time, money,...), technology, ...).

By 2050 the Dutch government aims to be completely circular. By 2030, the Dutch government strives for 50% less primary raw materials (minerals, fossils and metals) (Glas, 2020). In this context and in line with the Sustainable Development Goals (responsible consumption and climate change), the Circular Craft Centre concept has been included as an icon project in the circular Economy implementation program 2019-2023. The Dutch government (Rijksoverheid) developed this concept of Circular Centres. There should be one central place per region where different activities such as repair, re-use, and refurbishing take place to minimize waste. The idea is that one circular centre serves as a community of practice for enabling the transition towards a circular economy. The BUCH-municipalities (Bergen, Uitgeest, Castrum and Heiloo) were one of the ten prize winners in the contest of developing Circular craft centres in 2019.

The circular BUCH centre distinguishes four different pillars that will lead to less bulk waste and more awareness on re-use, repair and a circular economy.

1. Re-use and Repair: creating a workplace and recycling centre for thrift store activities/repair/workshops
2. Education: a circular craft centre with frequent circular 'maakonderwijs' for all students
3. Social domain: coffee space, building space and a shop
4. Circular entrepreneurship: inventarisation of socio-economic activities with waste streams

The goal is to create synergy between these different building blocks so that a functional and self-sustaining circular centre could be set up. However, that is easier said than done as you look at all the different parties involved such as schools, thrift shops, maker spaces, cafes, libraries, citizens and circular initiatives. Currently, initial work sessions with stakeholders and an inventory of the capacities and potential combinations of business models are explored (image 1). The BUCH circular craft centre acts as a facilitator that provides a service that connects and supports the right people, resulting in the transition of a circular economy (image 2). Earlier graduations have focussed on solving a part of the service that relates to the participation of citizens and platforms for circular businesses. Still, some questions remain concerning the role and interests of the local citizens as part of that service because they are the ones that have to make an effort to come to the circular centre. How can the place become attractive to visitors? How do we entice residents to focus as much as possible on reuse through the design?

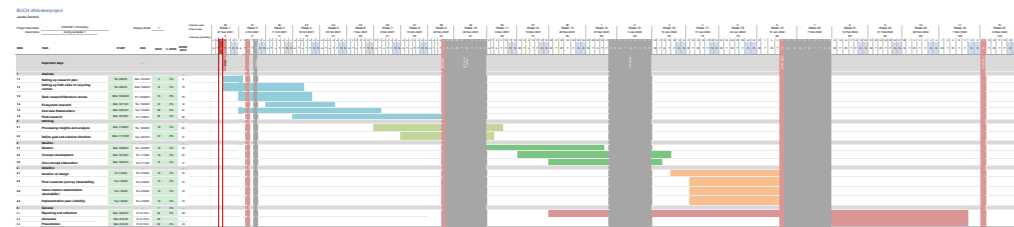
The challenges still lie in connecting people (the local citizens) with the BUCH centre and determining what this relationship could be. In particular, how to involve and motivate the local residents to come to the craft centre. What will their role be in relation to the centre? What will be the role of the BUCH centre? That is why the entire ecosystem must be looked at to determine the necessary intervention that can bring residents closer to the circular craft centre. So my focus is on designing the part of the value chain that involves local residents with the BUCH centre. This makes part of the value chain clear and afterwards, it is possible to look again at the entire ecosystem to determine how the values of the inhabitants and socio-economic activities come together.

space available for images / figures on next page

PLANNING AND APPROACH **

Include a Gantt Chart (replace the example below - more examples can be found in Manual 2) that shows the different phases of your project, deliverables you have in mind, meetings, and how you plan to spend your time. Please note that all activities should fit within the given net time of 30 EC = 20 full time weeks or 100 working days, and your planning should include a kick-off meeting, mid-term meeting, green light meeting and graduation ceremony. Illustrate your Gantt Chart by, for instance, explaining your approach, and please indicate periods of part-time activities and/or periods of not spending time on your graduation project, if any, for instance because of holidays or parallel activities.

start date 30 - 09 - 2021 end date 14 - 03 - 2022



The project will consist of four different stages that refer to the double diamond method (Design Council, 2005).

- 1) The discover phase: An exploration and definition of the current landscape is studied. In this phase the ecosystem of the project will be researched to understand the value chain and stakeholders involved. In addition, field visits to recycling centers and residents are carried out to find out what obstacles, risks, opportunities and weaknesses that current recycling centers have. This allows user values to be discovered that are important for the residents in relation to the circular craft center
- 2) Define: All the retrieved information from the analysis phase are going to be mapped by comparing the current customer journeys and desired customer journeys so that the needs of people can be defined. This will be used to define At the end a final problem statement and future visions will be created to be able to start with solution directions.
- 3) Ideation/ develop: co-creative sessions will be performed with the local citizens to find out their perspectives and generate ideas for a final intervention concept. The concept will be tested and iterated throughout this phase.
- 4)Detailing/ deliver: In this phase the concept will be more detailed and a final concept will be presented by assessing the desirability, feasibility and viability.

MOTIVATION AND PERSONAL AMBITIONS

Explain why you set up this project, what competences you want to prove and learn. For example: acquired competences from your MSc programme, the elective semester, extra-curricular activities (etc.) and point out the competences you have yet developed. Optionally, describe which personal learning ambitions you explicitly want to address in this project, on top of the learning objectives of the Graduation Project, such as: in depth knowledge on a specific subject, broadening your competences or experimenting with a specific tool and/or methodology, Stick to no more than five ambitions.

During my elective space in my first-year master, I followed the course called 'Design and The City' . For this course, we investigated design-enabled innovation and the role of design capabilities for the city of Copenhagen. The project allowed me to explore my interests such as social innovation, circular economy, urban planning and architecture. I very much enjoyed the complexity of this project combined with extensive research to get to the bottom of things and organising retrieved information. Such an open brief challenged me to act as a strategic designer to find links between different kinds of information and communicate it in a way that is understandable. Projects like this trigger me and for my graduation, I wanted to have the same feeling.

In every project I did/do, creating impact is one of my main drivers and co-creation skills. I love to see the results in use and its implementation working. Knowing that my input will actually be used in the final design of the BUCH centre would be extremely rewarding.

Throughout my thesis, I want to use my hands-on thinking more. Over the years, I noticed that I wait a bit too long before actually going to the field and do something. Seeing as it is important to go to the citizens and the recycling centres, this project will challenge me and help me develop.

Next, I want to gain more confidence in presenting and communicating as it is essential that my ideas come across. Especially pitching would be helpful to learn since it is just a skill that you need for everything in your life.

Further it would be great to learn more about generative sessions in the context of co-creation.

Finally, I would love to gain more understanding of systems thinking and tools that can help to organise and map information as I feel this is something I will do a lot in the coming years.

FINAL COMMENTS

In case your project brief needs final comments, please add any information you think is relevant.

Appendix B: Discover the problem context

B.1: waste in BUCH municipalities

		Onderwerp		Perioden		Hoeveelheid huishoudelijk afval							
Regio's	Afvalsoort	2012	2013	2014	2015	2016	2017**	2018**	2019**	2020**			
		kg per inwoner											
Bergen (NH)	Totaal huishoudelijk afval	615,7	609,7	616,0	591,6	591,9	601,5	600,5	622,4	681,7			
	Huishoudelijk restafval	245,3	245,1	245,8	222,6	210,4	211,2	208,5	199,0	208,5			
	Grof huishoudelijk restafval	58,7	49,1	45,7	23,4	21,7	21,1	20,8	24,3	28,8			
Castricum	Totaal huishoudelijk afval	548,0	528,5	535,1	539,6	539,9	543,8	530,8	519,6	559,1			
	Huishoudelijk restafval	207,5	209,1	205,9	195,7	202,1	200,4	199,0	187,0	180,7			
	Grof huishoudelijk restafval	16,0	14,9	16,5	14,2	16,5	15,5	20,5	18,4	21,5			
Heiloo	Totaal huishoudelijk afval	551,1	551,5	550,8	546,0	547,9	536,4	530,0	551,6	633,4			
	Huishoudelijk restafval	188,7	186,5	186,1	175,4	180,0	181,4	180,5	171,9	171,7			
	Grof huishoudelijk restafval	50,8	29,0	50,7	29,9	26,5	50,7	25,5	39,0	40,0			
Uitgeest	Totaal huishoudelijk afval	507,6	501,1	537,7	516,4	516,6	505,8	490,9	512,6	581,5			
	Huishoudelijk restafval	214,9	204,3	210,6	205,9	203,9	195,0	193,4	193,4	186,5			
	Grof huishoudelijk restafval	24,2	22,2	25,2	22,9	22,8	25,6	19,5	21,9	39,5			

Bron: CBS

B.2: Residents perspectives on BUCH municipalities

Tabel 3.1 – Mate vertrouwen in de manier waarop gemeente wordt bestuurd (% (heel) veel vertrouwen).

	Bergen			Uitgeest			Castricum			Heiloo			NL '19-'21
	2016	2019	2021	2016	2019	2021	2016	2019	2021	2016	2019	2021	
Mate vertrouwen in manier waarop gemeente wordt bestuurd (% (heel) veel vertrouwen)	20%	11%	15%	27%	21%	26%	12%	26%	22%	38%	47%	44%	32% RANGE: 11-58%

Tabel 3.2 – Beoordeling gemeente (% (helemaal) mee eens).

De gemeente...	Bergen			Uitgeest			Castricum			Heiloo			NL '19-'21
	2016	2019	2021	2016	2019	2021	2016	2019	2021	2016	2019	2021	
doet wat ze zegt	23%	11%	17%	27%	25%	18%	17%	23%	17%	35%	41%	34%	28% RANGE: 11-62%
houdt voldoende toezicht op het naleven van regels	28%	19%	19%	34%	28%	26%	24%	27%	27%	42%	43%	34%	31% RANGE: 14-46%
stelt zich flexibel op als dat nodig is	19%	11%	12%	25%	23%	21%	20%	23%	17%	29%	35%	27%	26% RANGE: 13-41%

Tabel 3.4 – Beoordeling betrekken burgers en faciliteren participatie (% (helemaal) mee eens).

	Bergen			Uitgeest			Castricum			Heiloo			NL '19-'21
	2016	2019	2021	2016	2019	2021	2016	2019	2021	2016	2019	2021	
gemeente luistert naar mening burgers	25%	14%	11%	33%	28%	20%	25%	24%	18%	35%	35%	33%	29% RANGE: 11-42%
gemeente betreft burgers voldoende bij haar plannen, activiteiten en voorzieningen	39%	23%	20%	40%	41%	38%	33%	29%	25%	40%	42%	37%	35% RANGE: 16-48%
Inwoners en organisaties krijgen voldoende ruimte om ideeën en initiatieven te realiseren	31%	21%	16%	40%	30%	25%	28%	28%	22%	35%	38%	31%	37% RANGE: 19-53%

B.3: Ecosystem exploration

Stakeholders	BUCH recycling centre	Citizen	local circular initiatives	Recycling centres	thrift stores	knowledge institutions	care institutions	municipalities	government
BUCH recycling centre		knowledgeable people	upcycled products, materials knowledge	clean material streams	products to sell	experience, knowledge, infrastructure	reputation, workpower	service, money	support, money
		Access to service	exposure	infrastructure: clean material streams	reputation, exposure	materials, infrastructure?	reputation, materials	exposure, awareness	exposure
citizen	infrastructure experience products		Education (workshops, x?)	convenience to recycle products	upcycled products	experience	knowledge, experience	service	/
	money participation		money reputation	clean material streams	money, recognition	feedback, knowledge, money	recognition, voluntary workers	awareness, trust	awareness, trust
local circular initiatives	service (Network facilitator?)	feedback, recognition, money		?	products/materials	infrastructure to use, feedback	feedback, workforce	service, support?	support
	materials, experience, money	workshops, experience		knowledge	knowledge, experience	workshops, knowledge?	knowledge, experience	awareness	awareness
recycling centres	infrastructure	money and clean material streams	waste		waste	/	/	recognition,	support
		service (getting rid of waste)	convenience, service?		convenience, service?	service	service	service	service
thrift stores						feedback, knowledge, infrastructure?	working people, recognition	support	support
						products, materials, knowledge	products, materials, knowledge	recognition, less waste	recognition, less waste
knowledge institutions							people, feedback	service	support
							workshops, knowledge, infrastructure	knowledge, access to infrastructure	recognition, program
care institutions								support, service	support
								recognition, workforce	awareness
municipalities									Functioning recycling centre, recognition
									support
Government									

B.4: Participation in BUCH municipalities

BERGEN

At the moment there is no central, accessible place in the municipality where initiatives are registered or collected, where anyone who wants to find this information can go. In a report about participation within Bergen, it was researched via an online survey if residents at the start of a government initiative find it clear who they should contact. 85% of the 73 respondents said they did not know this (Meijer & Straathof, 2020). A central platform is created that contains the initiatives and projects of the municipality (www.ikdenkmeeverbergen.nl). Another aspects that is being developed is the making of a public calendar where an overview of different initiatives is displayed. A small part of the inhabitants of Bergen (15%) confidence in the way the municipality is governed

'Thuiskamer' example

From a village conversation it emerged that residents of Egmond-Binnen wanted a vision of their village. An initiative was set up for this: 'de thuiskamer'. The pilot was set up in 2016 and lasted a year. It became a place where people could come to with ideas on their ideal village and how to improve this. Employees of the municipality were present every day to collect ideas and answer questions. The employees took on a role of a facilitator. That interactive approach gave people enough freedom to share their idea. At the end the residents view on the municipality changed from 'us' and 'them' to 'together'. Some residents were not sure if a physical place is actually necessary to share their ideas since the area director has taken on a part of this task.

UITGEEST

Uitgeest' focus is on implementation of citizen participation (and less on policy). By means of implementation they want to show that the municipality of Uitgeest involves residents in decision-making.

Leeslokaal

The 'leeslokaal' is a physical place where people can hand in books, take them home and where activities are organised. People can become 'friends' and give donations. It is also a meeting place and strives for the improvement of speech of children. It has a board of 5 people and 37 volunteers. The idea for this initiative was from a citizen that did not want the old library to close. It functions on a voluntary basis who take on all the task.

Milieutuin

The milieutuin is a great example of a project that stimulates social cohesion by working together on a sustainable goal. Ad Corten is a retired fisherman biologist that is actively trying to make a better living standard not only for uitgeest but also developing countries. In uitgeest he wants to protect the beautiful nature around our village as well as possible and bring the inhabitants more in contact with that nature Ad tried to do this many years ago by founding the 'milieutuin Uitgeest' which is a collective garden association since 1978. They grow environmentally friendly vegetables, fruits and flowers.



Ad Corten said that over these 40 years the attendance of people was very diverse. Not that many people showed up repeatedly. But he noticed that in the past years there is more and more need for social contact and collectivism. Now people are waiting in line to visit the garden and to participate. On Facebook they have a page where everyone can post and share what they have done in the garden and what the next plans are.

HEILOO

The case of area director is presented in the participation report of the BUCH as a good practice. This has already been described on the previous page.

B.5: Trends to take into account

A report by the OECD (2013) described strategies for resilient labour markets as a response to the demographic changes in the Netherlands. Demographic changes such as localized population decline, population aging and migration are key changes in the demography of the Netherlands.

Significant changes in the Netherlands' age structure:
declining share of youth (younger than 20 years)
growth and then decline in the share of the 20 to 40 age cohort
significant increase in the 40 to 65 age cohort;
gradual increases in the 65 to 80 and 80 years or older cohorts.

As a result, the workforce in the near future will be older. This has effects on the situation in the labour market. Older workers (55-64) will constitute an increasing part of the labour force which increases the employment rates of older people. It also results in a growing population of healthy older people that have the skill and financial resources and time to contribute to economic activity by extending their working lives. The Buch can respond to this by providing a circular center that stimulates new skill development and life-long learning between different generations.

General	
Risks	Opportunities
<p>Overconsumption Currently extracting and producing 75% more than the planet can support (NoWasteChallenge, 2021) A growing global middle class This means an additional 2+ billion people, mainly in Asia, who will likely emulate Western middle classes in over-consuming. (NoWasteChallenge, 2021)</p> <p>De-growth Notion of 'sufficiency' is not yet a natural thought in the mindset of people. people have become used to more being better, abundance and convenience => value of sufficiency is not there</p> <p>Globalization Lead to widespread adoption of greenhouse-gas-intensive lifestyles, including high demand for transportation fuels and livestock products(Masson-Delmotte et al., 2018)</p>	<p>Social responsibility Socially conscious consumer who prefers locally sourced products is becoming more and more prominent (social) (Tighe, 2020)</p> <p>Social responsibility socially conscious consumer who prefers locally sourced products is becoming more and more prominent (social) (Tighe, 2020)</p> <p>More focus on local strengths place-based development strategies for resilient communities (encouraging the existence of personal networks and personal attachment to the area)</p>
The Netherlands	
<p>Silver economy (the ecosystem of services for the older customer). inactivity of older age groups in the workplace will increase the strain on social security and pension systems (economical)</p>	<p>Job carving (reposition workers (older and younger) who are un-(or under) employed, especially lower skilled workers, in a concerted effort to encourage their engagement and integration into the workplace (Martinez-Fernandez et al., 2013) (economical)</p> <p>More combinations of younger and older people working together (economical) (Developing intergenerational activities that connect the young with the old is a resilient and feasible strategy for local prosperity) The intergenerational approach can be useful in narrowing the gap between different age groups and in helping disadvantaged people to be active in the labour market</p> <p>growing population of healthy older people with the skills, financial resources and time available to contribute to economic activity through extending their working lives, including through entrepreneurship</p>
<p>Localised shrinkage Shrinking areas due to a decrease in industrial activity and business vitality as firms relocate or reduce activities from shrinking regions to growing regions because of labour market issues</p>	<p>Strengthening local community, efforts should also focus on encouraging the existence of personal networks and personal attachment to the area (Martinez-Fernandez et al., 2013) connecting education and skills development and regional labour markets Foster local resource sharing among schools, local government and other local stakeholders</p>

B.6: Good practices in the Netherlands and abroad

B.6.1: Practices of the 10 selected municipalities for circular crafts centers

Where	What	Focus	Points for improvement	Learnings
Almere	Residents can bring discarded items to upcycle center, where goods are upcycled, then sold in 'upstore'	upcycling, repair	Problem with sales? Through which channels?	No goal yet to involve residents
Amersfoort	Return boulevard to promote CE	upcycling, repair	Continuous marketing of flows, more insight into costs and benefits	involving residents in the plans to be developed through marketing and communication
Arnhem	Many small projects to nudging residents that waste is valuable	Repair	How do you ensure broad support? how do you get people to hook up from the very beginning?	Start with initiatives by local residents to reduce waste. eigenaarschap bij wijkbewoners
BUCH	reduce coarse residual waste through construction cycles and recycling points. reach residents with positive story and program to participate in	Repair	How to organize disassembly and get it profitable? which business cases?	
Goeree-overflakkee	chain-oriented regional recycling center for reuse and repurposing of goods and raw materials	Repair	approach expertise and inspiration?	employment creation by means of cooperation between Deltawind and thrift store Goed voor Goed
Hengelo	want to further develop the environmental park into a versatile circular center with a craft school	Repair, refurbishment	How to deposit raw materials?	environmental park infrastructure becomes new classroom (education)
Hoekse waard	reducing waste, increasing the share of reuse/repair/refurbishment, raising awareness among residents	Repair		communication campaign
Maastricht, meersen, valkenburg	more local reuse, more employment and awareness of the value of waste + strengthening social cohesion	Repair, upcycling	how do we properly market a circular craft center? How do we 'sell' it and do we make it profitable?	employees as circular ambassadors to make residents aware of how they can contribute themselves. campaign recycling works!
Tilburg	stimulating local economy with CE solutions and inspiring education to new subjects in relation to CE	Re-use	How to involve residents	efficient separation, reuse and disassembly into reusable components is an important bottleneck in reuse and upcycling. well known about new application possibilities
Zwolle	more goods separation and dismantling	Repair, refurbishment	juridische vraagstukken	lifestyle store launched in sums to attract non-thrift audience

B.6.2: Practices in more detail: Waardering Zwolle

Waardering Zwolle is developing the project at a rapid pace. however, they noticed that all of these great things are not being communicated to the bigger audience. Hence, the pop-up fest was created, which was a great success. Part of the success was due to the popular location, which was an old 'Ijsselcentrale' where a pop-up restaurant was established. The goal was to create an inspiring event about people and materials, value and revaluation, reuse and recycling. They added a fun element to it by asking for an empty shampoo bottle that was recycled on the spot as an entrance fee. The turnout was also large. 200 people have come, including many students who work on projects through Waardering. This emergence was made possible by the many partners of the Waardekring who in turn brought people with them.

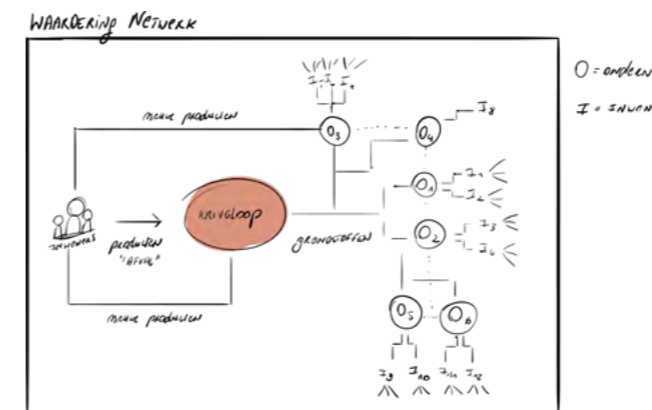
Waardering is a collaboration between thirteen organisations, including Stichting Kringloop Zwolle, Natuur en Milieu Overijssel and the municipality of Zwolle joined forces to optimize the reuse of these materials. Great examples have already come out of this. For example, students of Thorbecke practical education disassemble discarded CDs and DVDs, from which a plastic company then makes candle holders. Now Waardering has grown into a large circular craft network with 35 companies, organisations and educational institutions (Haaksma, 2021). To celebrate this, Waardering Zwolle organised the pop-up fest

Waardering Zwolle how it works:

The residents give their "unusable" products to a thrift store after which they can resell the products to other residents or as a raw material to companies. Those companies can in turn make something fun and new with it that can then also end up with the residents or through their own company / pop-up shops / thrift store / other companies. In this story, the thrift store is a connecting factor that makes the links between people. Important to note: The 'discarded' products of the thrift store should be disassembled and separated before it can reach the intended stakeholders. That is where practical education (hbo, vzo, svo) come into place. They can help create mono-streams from waste while learning new skills. <https://www.nmu.nl/themas/circulaire-economie>. So actually you do not need a physical location where all these activities happen but a well functioning network of active local players is important.

What makes pop-up fest so inspiring for people?

According to Anke, the location played a major role in attracting residents to the event. The event was organised at the old Ijsselcentrale where a pop-up restaurant Bennies is located. It is a location that you otherwise would never come to. Since Waardering has a large network of mostly one-man businesses, knowledge institutions, organisations, many people could be reached one-to-one and therefore many showed up at the event. This is because of the personal approach that stimulated them to come. Also, a lot of students came to visit the event.



How to involve residents?

The interesting thing about Waardering is that it has no physical place. The workshops and activities happen at the location of the parties involved themselves. Anke stated that Waardering is currently not doing much directly for the residents because they were so busy creating a network with circular entrepreneurs and organisations. The pop-up fest was the first event organised at communicating their achievements to the residents. so the network relies on word of mouth communication via these entrepreneurs and organisations.

B.6.3: Practices in more detail: De Blauwe wijk economie



The project plan 'Circular Arnhem' was developed in collaboration with De Blauwe WijkEconomie, a initiative of residents of the Spijkerkwartier district, the Municipality of Arnhem and 2Switch. It is an initiative for and by residents. It starts with initiatives from residents to reduce waste so that ownership is stimulated. Training and coaching residents in discovering and following their dream and by stimulating social entrepreneurship the blauwe wijk ecnoomie aims to achieve the circular ecnoomy goals set by the government (DeBlauweWijkEconomie, 2021). The municipality is acitvely involved in a 2 weekly follow up meeting. An important take-away is that one central platform that combines multiple sources of information and activities makes it easy for residents to find their information and participate. The platform includes a section where people can sell their items or ask for help. It is a good example of how neighbourhood management can be shaped from active residents.

B.6.4: Practices outside the Netherlands

The good practices were analysed based on the NADI model. This to find recurring themes and insights that might work in the context of the HUB.

THEMES	Being part of something bigger than own actions	Consuming sustainably	Helping but also receiving rewards	Feeling part of the change	Taking ownership of their streets and neighbourhoods	Having a say	Ability to participate and feel usefull	Feeling competent
GOALS	Connecting citizens (recycling heroes) and collectors	Connecting consumers to small local producers	Platform connecting consumers with businesses (textile upcyclers)	Movement to help people resignify their residential waste in a creative way.	Creating a space where Citizens can build things they want to experience without expecting a city to act.	Change how the city operates and direct funds into a more participatory direction by involving the residents in decision-making	combining recycling centre and second hand shop to reduce waste. Job employment for unemployed or low-income citizens	Clubs that are promoting sustainable and resource-wise life
SCENARIOS	Rating recycling centres	Buy, sell and exchange products on application in a sustainable way	look into own closet for raw materials, select them and register on platform, choose model and send parts to nearest upcycler	Instagram community where people can find inspiration to think of crative homemade solutions	Having a place where anyone can organize an event free of charge	Participatory budgeting	Patina recycles and resells donations like furniture, electrical and electronic equipment, household items, clothes, books, and more.	4H gives children and young people an opportunity to find their own strengths as well as focuses on fostering entrepreneurship and preparing young people for working life by organising group activities, education and employment
SOLUTIONS	Platform	Platform	Virtual closet	Movement (creative collective)	Physical location	Democratic process	Second-hand shop and recycling centre to sell items that are recycled in-house	Youth organization
SPECIAL REMARKS	Visual map with information where to recycle, you can rate recycling centres	Points program (allows customer to discard packaging in exchange for points that are converted into new products sold in the application)	Engaging experience to take actions on individual level	Stimulating individual actions	People commit more to take care of their environment once they have been creating it.	Know-how very important to include	Combining different activities	Clubs that are promoting sustainable and resource-wise life

B.7: Behaviour and sustainability

B.7.1: Motivation

Taxonomy of Human Motivation; (A) Type of regulation, (B) Type of motivation, and (C) Examples translated to the user experience context from Peters et al., 2018)



B.7.2: intervention typologies

Retrieved from the extensive summary of Glass, 2020 on behaviour change for a circular economy.

Tabel 1 - Bron: Koos Tamis (2018). Interventietyperologie en Praktijkvoorbeelden CE [29]

Interventiestrategieën	Interventietypen	Interventie-instrumenten
Faciliteren Mogelijk en makkelijk maken van de overgang naar doelgedrag; CE	1 Persoonlijke empowerment 2 Keuze-aanbod en keuze-architectuur veranderen 3 Fysieke omgeving veranderen 4 Producten en diensten veranderen 5 Wet- en regelgeving veranderen	Learning by doing, vaardigheden aanleren, etc. Green defaults, opvallende plaatsing, etc. Beschikbaarheid/toegankelijkheid voorzieningen, etc. Vormgeving, bediening, gebruiksgemak, etc. Juridische belemmeringen weghen, etc.
Motiveren De invloed van bewustzijn, kennis en drijfveren op persoonlijk en sociaal niveau	6 Niet-gepersonaliseerde informatie verschaffen 7 Gepersonaliseerde informatie verschaffen 8 Sociale norm beïnvloeden en activeren	Bewustzijn, handelingsperspectieven, wijskracht, etc. Persoonlijke feedback, advies op maat, etc. Voorbeeldgedrag, sociale vergelijking, etc.
Belonen/beprijzen Incentives staan centraal die de adoptie van circulair gedrag aantrekkelijk maken	9 Beloningsmechanismen inzetten 10 Prijsprikkels inzetten	Mateneel en sociaal belonen Investeringsbijdragen, tariefdifferentiatie, etc.

B.7.3: the SHIFT framework

Different strategies and how to use them are presented for the factors in SHIFT framework.

Social influence

TOOLS	EXPLANATION	USE AS A TOOL
SOCIAL NORMS	<i>A social norm refers to what is generally perceived to be common and socially appropriate in a given situation.</i>	1. to communicate what others are doing and approve of the desired sustainable consumer behaviour 2. show relevant other or in-group members using the product or service or engaging in the sustainable action
SOCIAL DESIRABILITY	<i>People are generally motivated to convey a positive image of the self to others. It can be used as a tool in contexts where the focal consumer behaviour is likely to be observed by others</i>	1. Have the desired action be something that is performed in a social context, especially if it is viewed positively by others. 2. Create socially desirable (and avoid undesirable) associations with the product, service or personal action
SOCIAL GROUP MEMBERSHIPS	<i>Asking for public commitments to engage in sustainable consumer behaviours in public settings.</i>	1. associate the sustainable product service or behaviour with a positive viewed in-group 2. fostering healthy competition between groups to encourage sustainable actions

Habit formation

TOOLS	EXPLANATION	USE AS A TOOL
Breaking bad habits		
DISCONTINUITY	<i>involves changes in the stable contexts that automatically engage habitual behaviour</i>	Ask people to change their habits during context shifts: big moves such as house relocation, starting a new job, etc. are a good time to try to get people to start new habits.
PENALTIES	<i>Imposing penalties or punishments to discourage undesirable behaviours.</i>	Consider using penalties only if you can monitor and enforce the programme If you use penalties, don't use penalties that are considered to be extreme or unfair.
Fostering good habits		
MAKE IT EASY	<i>Anything that can make the desired sustainable action seem easier to do can increase the chances that it will become a habit that consumers are willing to adopt and maintain</i>	Make the sustainable behaviour less costly, less effortful or easier to do Set green behaviours and options to be the default choice
INCENTIVES	<i>Rewards, discounts, gifts and other incentives serve to stimulate and increase desired behaviours and positive habit formation</i>	Provide non-monetary incentives such as gifts or tokens and/or large monetary incentives such as the chance to win prize money be careful when giving monetary incentives because this can backfire if the savings are small and can discourage altruistic motives.
PROMPTS	<i>Involve verbal or written antecedent messages that remind consumers what the desirable target behaviour is</i>	Use prompts to remind people to engage in the desired sustainable consumer behaviour Ensure that prompts are noticeable, clear and in close proximity to where the actual behaviour will be carried out
FEEDBACK	<i>which refers to providing information about their performance on a sustainable task or behaviour</i>	Give frequent and regular feedback over a long time. Present the feedback clearly and appealingly Provide individualised real-time feedback when possible rather than comparative peer feedback when in a non-group setting

Individual self

TOOLS		USE AS A TOOL
PERSONAL NORMS	<i>Feelings of personal obligation that are linked to one's self-expectations and self-standards – in determining sustainable consumer behaviours</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Appeal to those with strong personal norms related to sustainability. 2. Activate relevant personal norms by reminding consumers of moral or pro-social obligations to act in a sustainable manner
POSITIVITY OF THE SELF-CONCEPT	<i>people are generally motivated to maintain positive views of the self-concept</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Allow the behaviour or product to have positive associations for the self. 2. Connect the self-concept to the product, service or behaviour
MAKE IT EASY		<ol style="list-style-type: none"> 1. Encourage consumers to engage in sustainable consumer behaviours that are consistent with their own beliefs, values and previous actions. 2. Encourage commitments to engage in sustainable behaviours. 3. Avoid licensing effects by asking for meaningful commitments and linking behaviours to deeply held values.
INCENTIVES		<ol style="list-style-type: none"> 1. Appeal to self-interest, especially in ways that overcome barriers related to the sustainable product, service or behaviour. 2. Combine appeals to self-interest with other tools.
SELF-EFFICACY	<i>Self-efficacy is about having the ability to engage in the desired behaviour and think that the action can be effective in making a difference</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Make consumers feel that they can engage in the desired sustainable consumer behaviour. 2. Highlight how the desired behaviour can make a meaningful impact. 3. Consider the interplay between self-interest (degree of consumer compromise) and efficacy (confidence in product being able to make a difference)
INDIVIDUAL DIFFERENCES	<i>Difference in values, personality, traits and demographics can predicts the possibility to engage in sustainable behaviours</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Take into account individual differences in terms of personality, values and demographics. 2. Appeal to consumers who are oriented towards sustainability, but also to those for whom the product, service or behaviour will resonate

Feelings and cognition

Also positive and negative emotions can influence sustainable behaviour. In specific guilt and pride in relation to pro-environmental behaviours. With both emotions, the self is responsible for the outcomes and both are classified as moral emotions.

TOOLS		USE AS A TOOL
FEELINGS		<ol style="list-style-type: none"> 1. Activate individual feelings of guilt, but do so in subtle ways to avoid reactance effects. 2. Be aware that explicit guilt appeals can backfire. 3. Activate feelings of fear and negative affect, but also highlight a sense of self-efficacy. 4. Encourage consumers to feel a sense of pride in their positive past behaviours. 5. Encourage hope linked to behavioural outcomes. 6. Focus on actions that reduce the danger to activate hope and minimise fear and anger
COGNITION		<ol style="list-style-type: none"> 1. Provide information to consumers, in concert with using other behaviour change tactics. 2. Use eco-labelling, especially information that is third-party certified. 3. Employ loss framing, especially linked with concrete information.

Tangibility

TOOLS		USE AS A TOOL
FUTURE BENEFITS		1. Remind consumers to focus on the future, to match the future focus to sustainable actions
LOCAL IMPACT		1. Make sustainable actions and impacts seem local and proximal, as opposed to global.
CONCRETE COMMUNICATIONS		<ol style="list-style-type: none"> 1. Highlight the specific outcomes and steps consumers can take. 2. Highlight the impacts of acting and not acting in ways that are self-relevant to the consumer. 3. Use vivid imagery. 4. Use analogies to communicate impacts and outcomes. • Use clear graphs to display issues and outcomes
DESIRE FOR INTANGIBLES		1. Encourage the desire for intangibles such as experiences, services and digital goods over the ownership of material goods

B.7.4: The seven principles of Cialdini

TERM	EXPLANATION
RECIPROCITY	Simply put, people are obliged to give back to others the form of a behavior, gift, or service that they have received first. You'll also need to point out what is unique about your proposition and what they stand to lose if they fail to consider your proposal.
SCARCITY	Simply put, people want more of those things they can have less of. You'll also need to point out what is unique about your proposition and what they stand to lose if they fail to consider your proposal.
AUTHORITY	This is the idea that people follow the lead of credible, knowledgeable experts. What the science is telling us is that it's important to signal to others what makes you a credible, knowledgeable authority before you make your influence attempt
CONSISTENCY	People like to be consistent with the things they have previously said or done. Consistency is activated by looking for, and asking for, small initial commitments that can be made
LIKING	People prefer to say yes to those that they like. We like people who are similar to us, we like people who pay us compliments, and we like people who cooperate with us towards mutual goals.
SOCIAL PROOF	Especially when they are uncertain, people will look to the actions and behaviors of others to determine their own. . The science is telling us that rather than relying on our own ability to persuade others, we can point to what many others are already doing, especially many similar others.
UNITY	When we belong, or feel we belong to a group, we're likely to be more open to persuasion attempts.

B.7.5: The FEAST framework

TERM	EXPLANATION
FUN	indicates that neglected tools for behavior change across the world are to make the intervention fun for behavior change. Behavior change is usually perceived as scary & challenging but if you give people a sense of enjoyment and fun associated with it, it can be very effective
EASY	. The basic idea is that if you want a behavior change, make it very easy for people to engage in the desired behavior.
ATTRACTIVE	The idea is that if you want behavior change, make the desired & relevant action pleasing & attractive. New Zealand has shown success in controlling the pandemic and one reason is that the route the healthcare systems adopted for pandemic control was attractive; colorful masks, vibrant signs for SoPs observance, etc. have convinced people to comply with SoPs observance.
SOCIAL	the idea is to indicate the existing social norms to engage in the relevant behaviors; for instance, stopping smoking, driving safely, acting certain ways in domestic spheres. Recent research also corroborates that people not only are willing to include existing social norms into their behaviors for their safety & security (per se) but are also willing to engage in new social norms.
TIMELY	if we are trying to engage people in certain behaviors or if the aim is to bring about a social change, then it has to be at the right time, neither too soon nor too delayed. Empirical tests have shown that providing in-time information makes all the difference

Appendix C: Discover the people

C.1: Interview guide

C1.1: Preparation

Questions and structure based on Semi-structured- general interview guide approach (patton, 2002).

MAIN RESEARCH QUESTION

Hoe kunnen bewoners meer betrokken geraken bij het BUCH circulair ambachtscentrum?

CHECKLIST

Pen, paper, smartphone

INTRODUCTORY SCRIPT

Mezelf voorstellen + Context project, geïnteresseerd in betrokkenheid van bewoners met Circulair ambachtscentrum BUCH? Heb je hier al van gehoord? Hierdoor hoop ik meer inzicht te krijgen in hoe die betrokkenheid meer gestimuleerd kan worden om de relatie te versterken. De info van dit interview wordt enkel voor research redenen gebruikt

CHECKLIST CLOSURE

Ik ben klaar met al mijn vragen, is er iets wat je nog wil toevoegen aan dit interview?
Denk je dat ik nog iets belangrijk vergeten ben?
Heb je nog vragen voor mij?
Zou ik je eventueel nog eens mogen contacteren voor een half uur interview?
Bedankt om even tijd te nemen voor mijn vragen te beantwoorden
Wil je up to date blijven over dit project?

C1.2: interview Anke waardering Zwolle

What makes this such a success?
What makes pop-up fest so inspiring for people?
which elements are important in this?
What do people value?
How did the residents react?
How do you involve the residents in such an initiative

C1.3: interview Recycling Center and thrift store

QUESTIONS ABOUT INVOLVEMENT USERS

Waar lopen mensen het meest tegenaan als ze naar de milieustraat komen?
Is er enige interactie tussen de mensen die hier werken en de bewoners?
Wat wordt er momenteel al gedaan om mensen te stimuleren om producten te gaan hergebruiken?
Hoe zien jullie je rol hierin?
Hoe betreft de milieustraat bewoners nu ?
Wat is jouw idee om dit te veranderen?

C1.4: Interview local residents

GENERAL QUESTIONS

Welke interesses heb je zoal?
Hoe worden burgers geactiveerd om deel te nemen aan de circulaire economie?
Kan je een paar voorbeelden geven van projecten in jouw gemeente die je interessant vindt?
Heb je al geprobeerd om mee te doen met een project?
Wat ging fout?

Was alles duidelijk van informatie?
 of als je er geen van je gemeente weet, welke andere projecten spreken jou aan?
 welke projecten triggeren jou om deel te nemen of eens een kijkje te gaan nemen?
 Zou je jezelf als een actieve bewoner omschrijven?
 Waarom wel/niet?
 hoe wordt je zelf aangezet om meer te gaan herbruiken

CUSTOMER JOURNEY VRAGEN

Wat is jouw ervaring u met de milieustraat?
 hoe sta je daar tegenover?
 Kan je uitleggen welke fases je doorloopt vanaf het moment dat je je afval neemt tot je uit de milieustraat rijdt?
 Welke stappen doorloop je voor je naar de milieustraat komt?
 Welke stappen doorloop je tijdens je bezoek aan de milieustraat?
 Wat frustrereert jou het meest?
 Wat zou je leven makkelijker maken op dit vlak?
 Welke verbeterpunten zie je zelf?
 Zou je een milieustraat anders ingericht zien?
 Wat is volgens jou de ideale milieustraat?
 Hoe ziet die er dan uit?
 als je x aantal geld zou mogen uitgeven aan activiteiten in de gemeente die te maken hebben met hergebruik van producten, welke zouden dat an zijn?

BUCH CIRCULARI CENTRUM

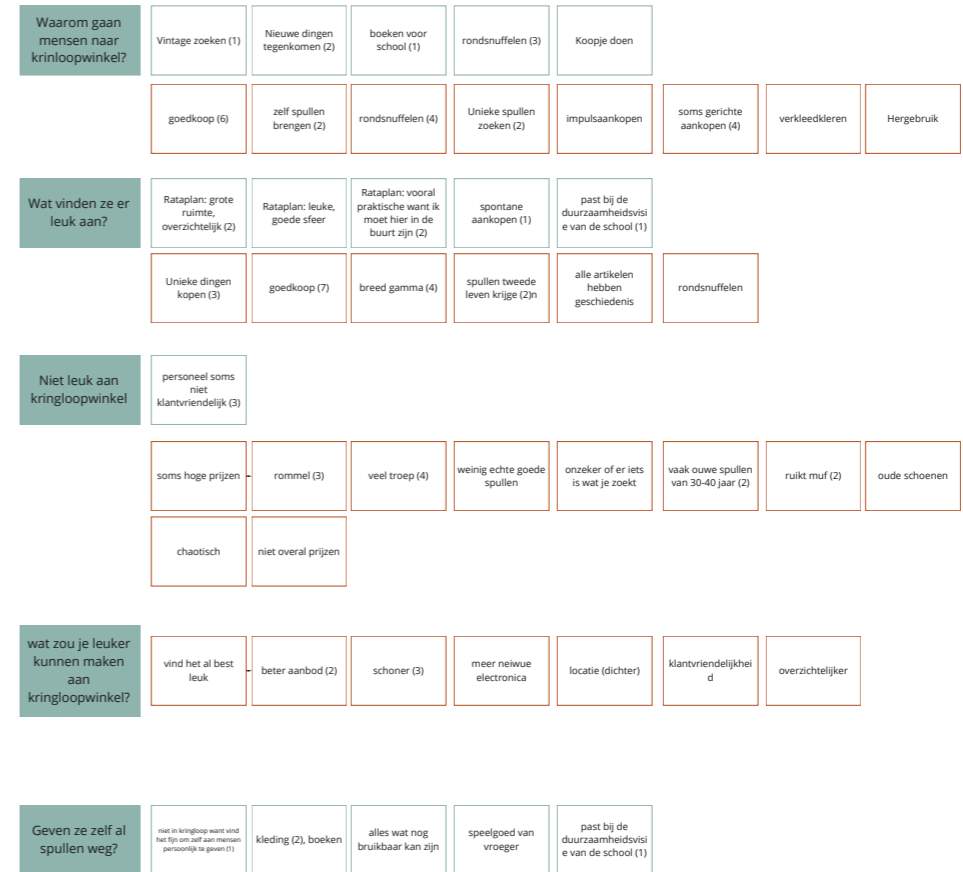
Zegt de term BUCH circulair ambachtscentrum jou iets?
 Zo ja, kan je beschrijven wat?
 Wat vindt je van dit concept?
 Hoe stel jij je zo een centrum voor?
 Hoe kan dit centrum voor jou een aangename ervaring creëren?
 Wanneer zou je hier spontaan naartoe willen komen?
 Wat zie je graag terug in het centrum?
 hoe zou je mensen zoals jij kunnen aantrekken om effectief naar het centrum toe te komen en er gebruik van maken?
 hoe zou je dan hiervan gebruik willen maken?
 Wat zou er in het centrum moeten komen zodat bewoners zich bewust worden van afval probleem?
 Wat zou er in het centrum moeten komen zodat bewoners zoveel mogelijk de focus leggen op het hergebruiken van spullen of repareren?
 Zie jij hier een rol voor jezelf in?
 in hoeverre wil je hier verantwoordelijkheid in ? meedoen in initiatieven?
 wat zou het voor jou aantrekkelijk maken om net iets verder te rijden dan nu?

ROL GEMEENTE

Wat verwacht je van de gemeente ?
 Waar ben je trots over van je gemeente op vlak van circulaire economie?

C.2: Comparison thrift store and recycling center

A comparison was made between thrift stores and recycling centers to understand the motives of residents visiting the places.



Live interviews General survey

C.3: General survey: perspective of residents on circular economy

C.3.1: Personas



JULIA

Al jaren verzamel ik veel producten omdat deze nog altijd van pas kunnen komen voor vrienden/kleinkinderen...Vaak weet ik ook niet waar en hoe ik mijn producten best verkrijg, daarom heb ik nog zo veel spullen thuis liggen.



TOM

Vaak heb ik goede spullen die nog bruikbaar zijn. Graag zou ik hier iets mee doen waardoor het niet verloren gaat. Daarom kijk in naar verschillende opties om mijn product te verkopen (voor vrienden/familie, kringloopwinkels maar ook andere organisaties) en vind ik het ook geen probleem om er wat extra tijd in te steken.



BAS

Ik vind het zonde dat bruikbare spullen weggegooid worden maar het is altijd zo een gedoe om de spullen weg te krijgen. Je moet dan afspraken maken met onbekenden. Doneren aan vrienden/familie doe ik wel af en toe of anders ga ik wel naar de kringloopwinkel.



Bart

Rondom mij zie ik overal kansen om nieuwe businessmodellen te maken. Zelfs van oude meubels kan er iets heel verrassend gemaakt worden. Ik gebruik mijn ondernemende capaciteiten om andere mensen aan te zetten om producten te repareren, hergebruiken of zelf opknappen.



FLORIS

Als ik zelf een product heb dat maar een klein beetje stuk is, dan probeer ik het zelf in mijn vrije tijd te repareren of op te knappen. Dit kan ik dan als cadeauje geven aan vrienden of familie of misschien doorverkopen op platformen (marktplaats). Ik ga vaak naar kringloopwinkels en vindt het leuk om duurzame evenementen te bezoeken.



EVA

Ik denk vaak niet aan andere opties om mijn producten weg te gooien omdat ik hier niet zo veel over weet. Daarom ga ik vaak meteen naar de milieustraat. Ik stop ook niet vaak tweedehands spullen.



LOUKA

Vaak geef ik zelf spullen weg aan vrienden/buren en familie omdat dat makkelijker is voor mij, dan moet ik niet ergens naartoe rijden. Ik wil zo makkelijk mogelijk mijn spullen kwijt zonder een derde partij zoals een kringloopwinkel of platformen erbij te betrekken. Als het niet te moeilijk is, geef ik het graag aan iemand. Anders gooi ik het weg.

Q38 - Ik ben een...

Q39 - Hoe oud ben je?

Q40 - Heb je kinderen?

Q41 - Ik woon in een van de volgende gemeenten:

Q43 - Anders

Rotterdam | Utrecht | Rotterdam | Almere | Tilburg | Tilburg | Tilburg | Delft | Tilburg | Tilburg | Goirle | Amersfoort
Rotterdam | Landerd | Den Haag

Q44 - Wil je op de hoogte blijven?


Q1 - Met wie kan je je momenteel het meest identificeren?

Q2 - Met wie kan je je momenteel het minst identificeren?

Q3 - Met Wie zou je je graag identificeren maar ben je op dit moment nog niet?

Q4 - Werk je al mee aan een circulair initiatief thuis of in jouw gemeente?

<p>Q5 - Aan welk initiatief werk je al mee?</p> <p>Tweede leven geven aan producten en producten opknappen, ga ook af en toe naar kringloopwinkel</p> <p>Deelgoed (start-up)</p> <p>Repareren hergebruik</p> <p>Tweede leven en naar de kringloopwinkelgaan</p> <p>Repareren, herbruiken, groente kweken</p> <p>spullen hergebruiken voor andere dingen dan dat ze voor bedoeld zijn. Zelf compost maken van gft.</p> <p>*Afval verzamelen om te knutselen *Kleren doorgeven aan anderen</p> <p>Repareren</p> <p>Afval bewaren voor knutselen</p> <p>Tweede leven geven en delen met anderen</p> <p>Tweede leven geven Afval bewaren om te knutselen Delen met anderen Kringloopwinkel om te doneren en incidenteel kopen</p> <p>Tweede leven</p> <p>Eigen groente en fruit kweken</p> <p>Tweede leven en opknappen</p> <p>Product repareren</p> <p>Delen met anderen, kringloopwinkel, afval bewaren, producten repareren, producten opknappen, tweede leven geven</p>	
<p>Q6 - Waarom doe je dit initiatief?</p> <p>Vind het wel belangrijk niet zomaar dingen weg te gooien</p> <p>Om het delen van speelgoed onder de aandacht te brengen bij kinderen</p> <p>Weggooien is zonde</p> <p>Goedkoop</p> <p>Voor de lol en voelt goed</p> <p>Eenvoudig en goedkoop.</p> <p>*Verzamelen voor een basisschool *kleding is nog goed en anderen zijn er blij mee</p> <p>Zuinig omgaan met middelen</p> <p>Makkelijk</p> <p>Omdat ik het belangrijk vindt dat onze kinderen ook fijn in deze wereld kunnen leven en van sommige spullen die nog prima in orde zijn vind ik het zonde om</p>	

<p>weg te gooien als ik er iemand anders blij mee kan maken.</p> <p>Ik werk met kinderen Beter dan weggooien</p> <p>Kringloopwinkel: speelgoed voor kleinzoon</p> <p>Spullen zijn nog goed</p> <p>Leuk, leerzaam, levert wat op</p> <p>Weggooien is zonde</p> <p>Nuttig, leuk</p> <p>Geld besparen en beter voor het milieu. Daarbij houd ik ook van vintage.</p>	
<p>Q7 - Welke rol heb je momenteel binnen dit initiatief?</p> <p>Passief</p> <p>Ik ben 1 vd 2 oprichters</p> <p>Reparatie</p> <p>Gebruiker en Koper</p> <p>Deelnemer</p> <p>Eigen huishouden</p> <p>*Verzamelen en afgeven aan school *geef de kleding af of doe ze in de verzamelbak</p> <p>Zelf doen</p> <p>Verzamelen</p> <p>Herbruikbare tassen, zakjes, flessen etc gebruiken, minder plastic, spullen die nog goed zijn weggeven.</p> <p>Aankleding van lokaal met levensechte voorwerpen die ik niet meer gebruik Bewaren en verzamelen van kosteloos materiaal Aangesloten bij buurtapp</p> <p>Prive</p> <p>Gebruiker van eindproduct</p> <p>Doe het zelf</p> <p>Ik ben de reparateur</p> <p>Gewoon zelf doen wanneer het me uitkomt.</p>	<p>Q8 - Waarom doe je geen ander initiatief?</p> <p>Kost veel tijd en ben ik niet in geïnteresseerd</p> <p>Geen speciale reden. Ik denk dat ik een heleboel van de bovenstaande dingen niet doe omdat ik weinig spullen en geen huis/tuin heb.</p> <p>Te druk</p> <p>Tijd</p> <p>Tijd, energie, onkunde</p> <p>Geen idee</p> <p>Doe ik ook weleens... Maar geen zin/tijd om alles te doen</p> <p>Veel tijd en moeite</p> <p>Geen idee, ik ben er niet heel veel mee bezig.</p> <p>Geen tijd en ruimte</p> <p>Doe ik wel</p> <p>Tijd gebrek</p> <p>Geen tijd</p> <p>Ken geen repair cafés maar zou dit wel leuk vinden als het in de buurt is en eigen initiatief is te druk en past niet in mijn leven.</p>
	

Q9 - Wat hoop je te bereiken met dit initiatief?

Minder afval

Delen in plaats van kopen de nieuwe standaard maken onder kinderen

Plezier

Geld besparing

Geld en milieu besparen

Bewuster en goedkoper met spullen omgaan.

Iemand anders blij maken zodat ze geld besparen of iets leuks kunnen maken.

Besparing, leuk om te doen,

Minder verspilling

Een betere toekomst.

Duurzaamheid

Hergebruik spullen

Voor een deel zelfvoorzienend te zijn

Spullen zijn vaak waardevoller dan het lijkt. Dus economisch belang

Minder afval

Minder afval creëren en kosten besparen.



Q10 - Waarom ben je nog niet betrokken bij een initiatief?

Geen tijd en ruimte (zoals moestuin) voor.

Weinig tijd

Tja goeie vraag geen antwoord

Onbekend met initiatieven in mijn omgeving.

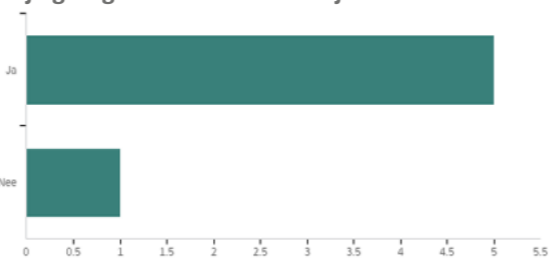
Zijn er geen in mijn buurt

Er is in de buurt nog geen initiatief opgezet

Q11 - Zou je graag willen betrokken zijn?

Ja

Nee



Q12 - Is er een initiatief wat je wel interessant vindt maar niet aan meewerkt? Welk?

Ik stoort me erg aan het onnodig plastic dat supermarkten en bedrijven als Bol.com meesturen met bestellingen. Dat moet echt minder, maar ik weet niet of dat een initiatief is.

Buurtinitiatief

Nee

Een repair cafe

Q13 - Op welke manier zou je dan betrokken willen zijn?

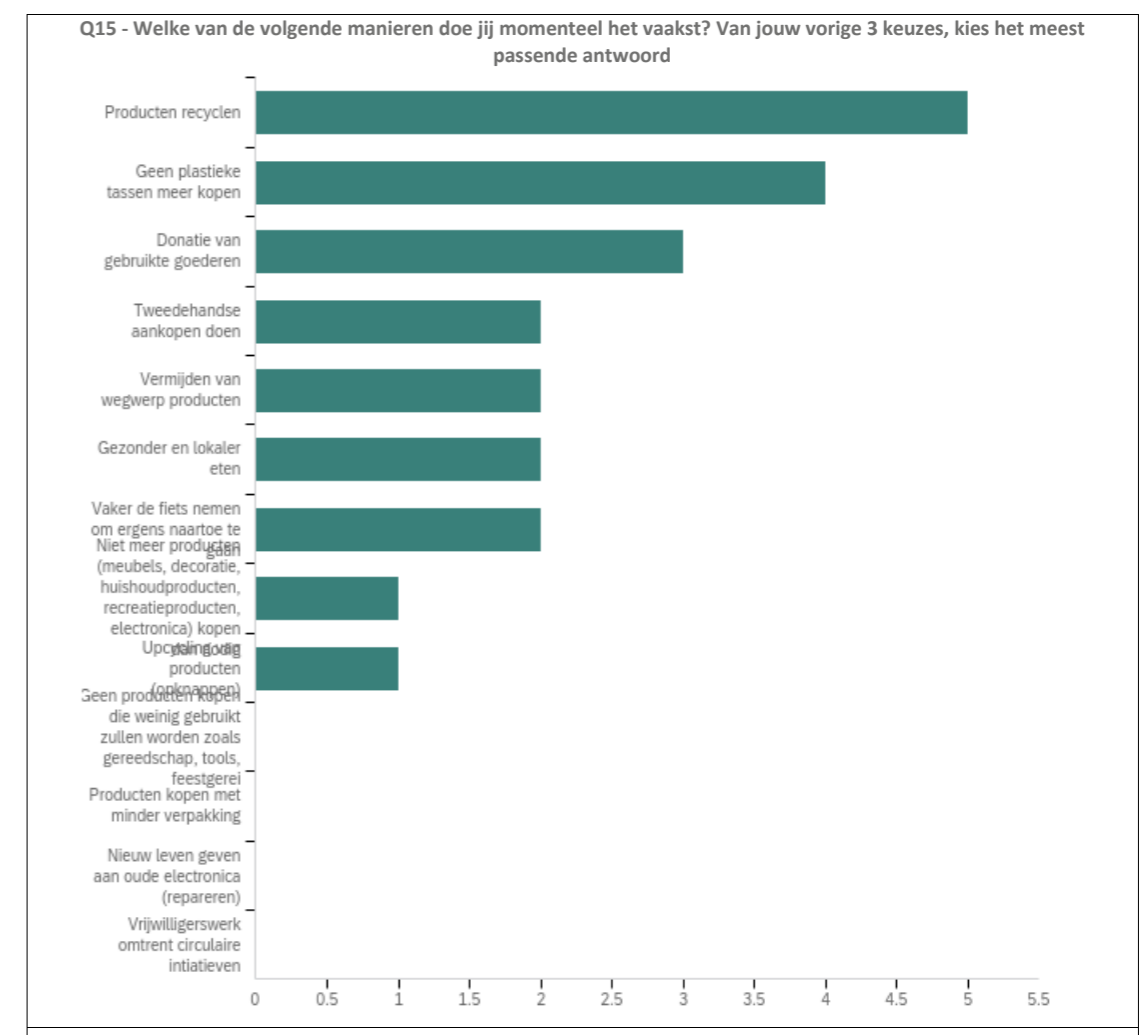
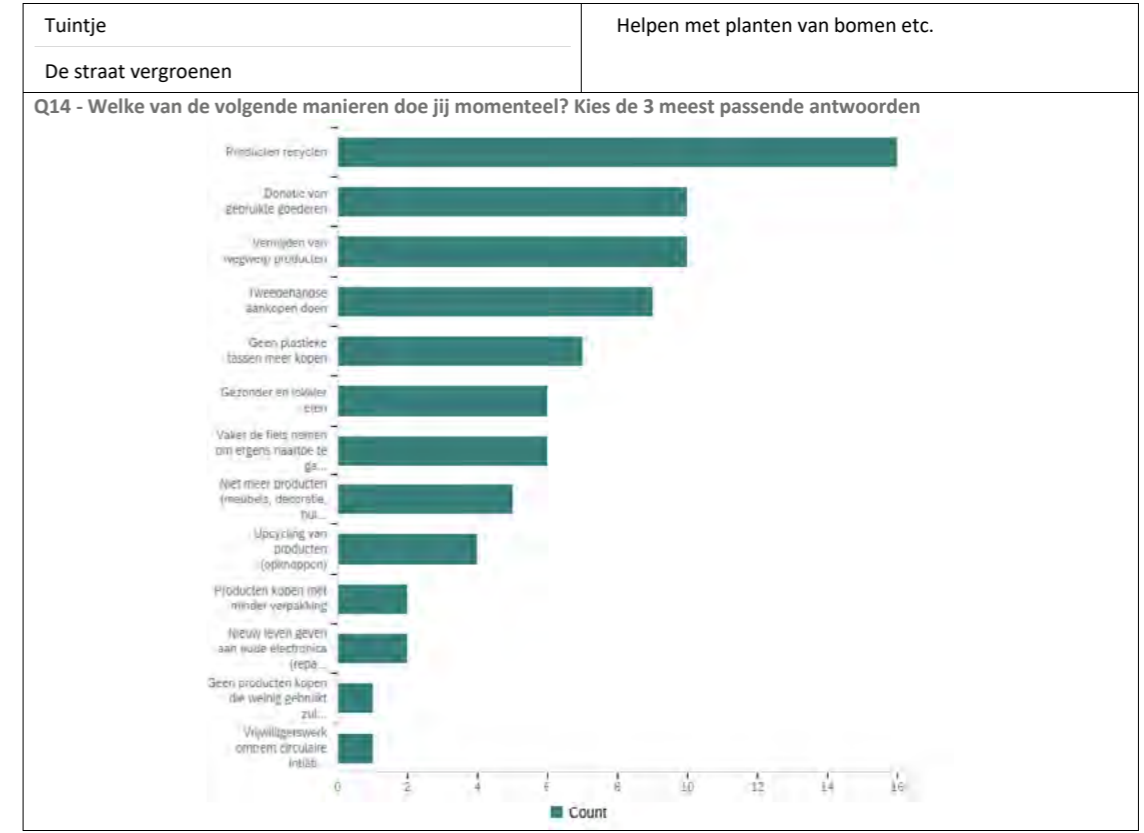
Op welke manier zou je dan betrokken willen zijn?

Via een manier die gemakkelijk is en weinig tijd kost.

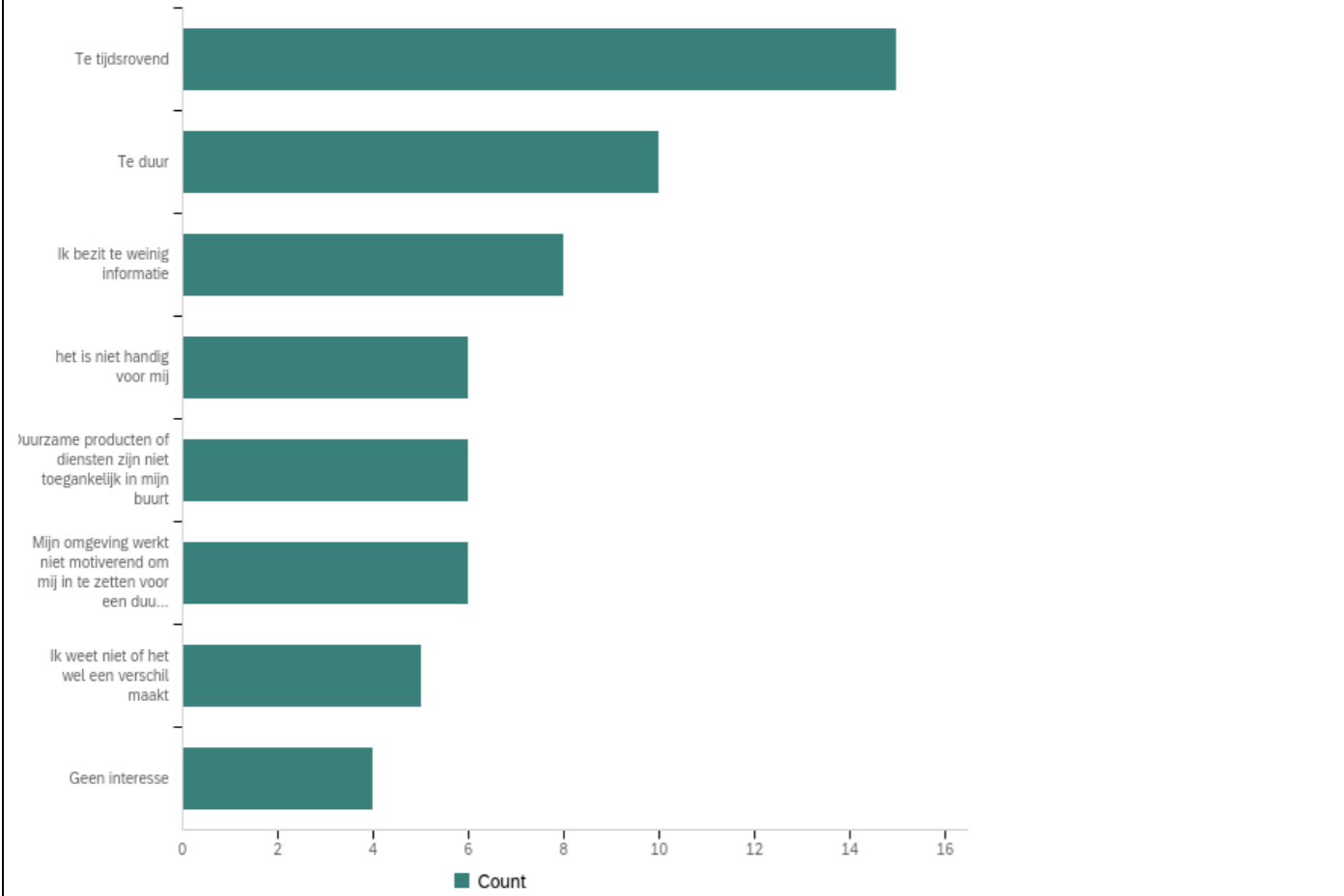
De buurt schoonhouden

Als bezoeker en later misschien als mede organisator.

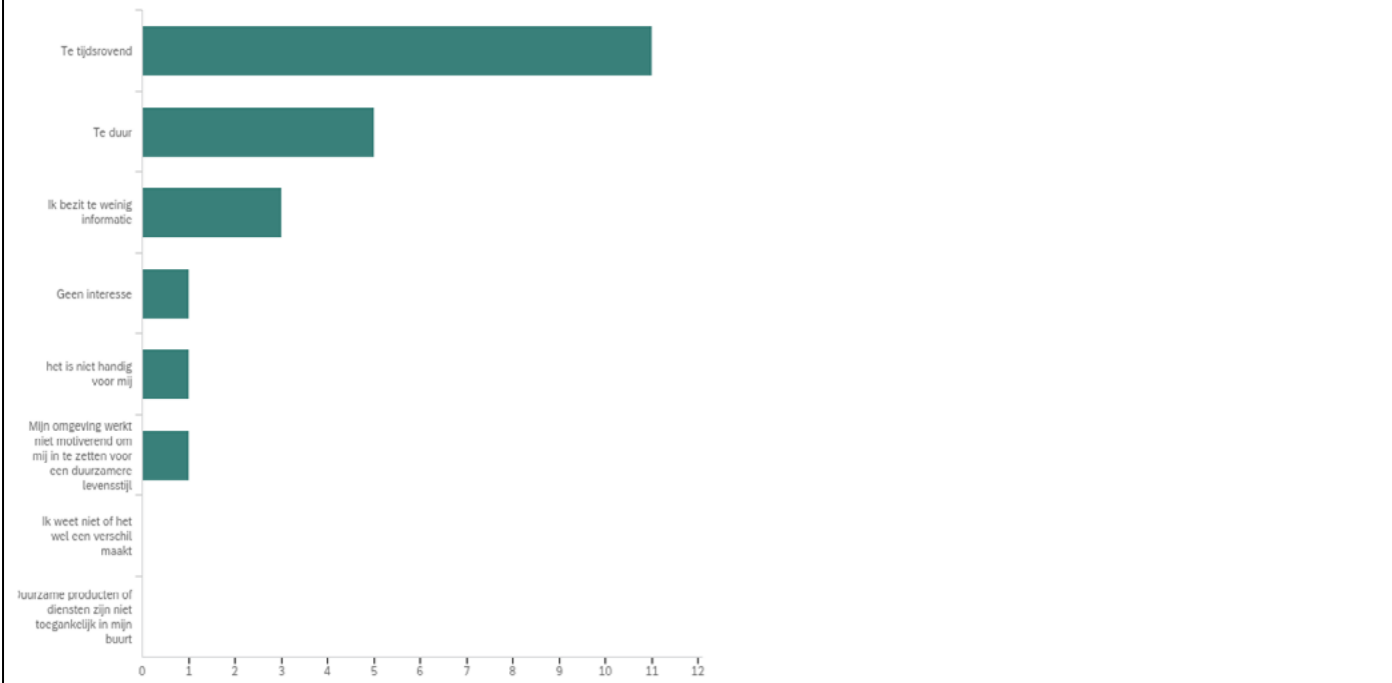
Af en toe heen om te verzorgen



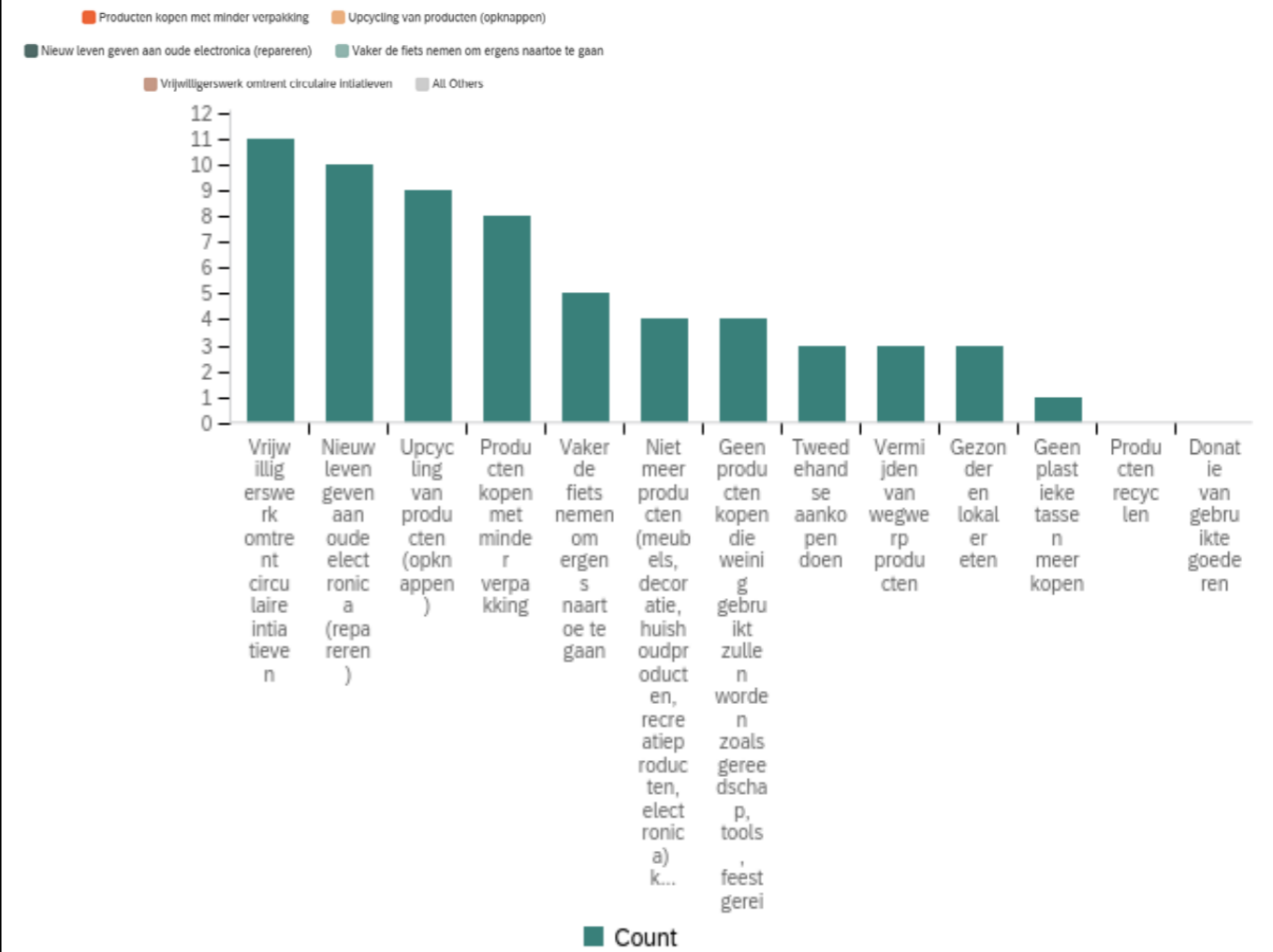
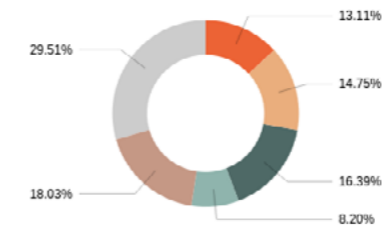
Q16 - Waarom heb je nog geen duurzamere levensstijl aangenomen? Kies de 3 meest passende antwoorden



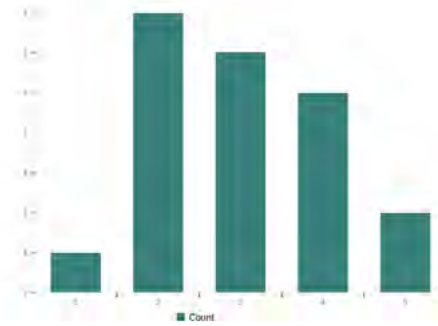
Q17 - Waarom heb je nog geen duurzamere levensstijl aangenomen? Van jouw vorige 3 keuzes, kies het meest passende antwoord



Q18 - Voor welke volgende manieren lukt het jou niet om een bijdrage te leveren? Kies de 3 meest passende antwoorden



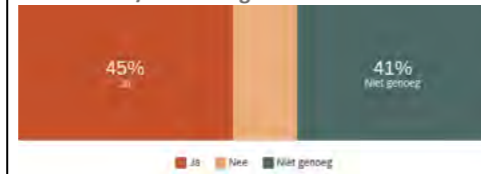
Q19 - Ziet u zichzelf als een bewoner die zich actief inzet voor het milieu (afvalvermindering)?



Q20 - Was u al bewust van de huidige doelen om grof afval te verminderen per huishouden?



Q21 - Weet u wanneer een product nog bruikbaar kan zijn voor andere doeleinden? En dus niet naar de milieustraat/afvalbrenngstation moet



Q22 - Hoe zou jij aangezet kunnen worden om meer producten te gaan hergebruiken?

- ?
- Als producten lang meegaan en makkelijk aan te passen zijn aan nieuwe wensen
- Denk dat uiteindelijk een soort statiegeld het beste werkt. Dan loont het letterlijk om spullen het te gebruiken.
- Prijs
- Hulp bij dingen herbruikbaar maken
- Vaker naar de kringloopwinkel
- Informatievoorziening
- Goede uitleg
- Toegankelijk
- Betere toegang tot informatie over hoe je kunt veranderen en ook betere informatie over gebruikte verpakkingen.
- Makkelijker/toegankelijker
- Aanbieden met garantie
- Geld krijgen
- Makkelijk inleveren
- Geen idee.
- Cursus opknappen van materiaal, meubilair en gereedschappen
- Als ik minder geld heb
- Informatie
- Makkelijker maken
- Misschien kan er een weggeefkast in de buurt komen.
- Meer communicatie
- Leuke nieuwsbrief of kortingen

betere informatie
toegankelijkheid

Q23 - Hoe zou jij aangezet kunnen worden om meer producten te gaan repareren/opknappen?

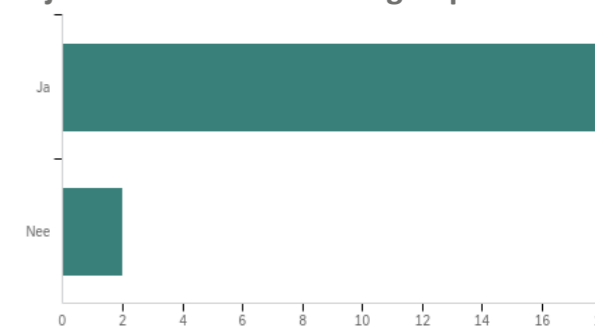
- ?
- Als ontwerpers producten gaan ontwerpen om te repareren (zoals de Fairphone) ipv het onmogelijk maken.
- Niet. Hier ben ik te onhandig voor en heb er bovendien geen tijd voor.
- Hulp daarbij
- Een plek dichtbij waar ik met hulp het kan maken?
- Meer tijd vinden
- Leren op school
- Meer kennis en tools om dit te kunnen
- Prijs verschil tussen nieuw en gerepareerde
- Kwalitatief betere producten kopen die ook weer te repareren zijn.
- ? Prijs
- Doe ik al
- Als producten erop gemaakt zijn om gerepareerd te worden, bijv telefoon of koelkast
- Niet
- Niet heel snel, ik ben totaal niet handig.
- Zie boven
- Als er schaarste zou zijn.
- Meer kennis
- Makkelijker maken
- Samen met anderen dit doen.
- Dat doe ik al
- Weten hoe het moet of leuke ideeën hoe je kan upcyclen

prijs verschil tussen nieuw en gerepareerd
meer kennis
Beter design van producten (kwaliteit)
niet want ben te onhandig
meer tijd nodig

Q24 - Wil jij graag inzicht krijgen in de huidige initiatieven die rondom jou gebeuren?



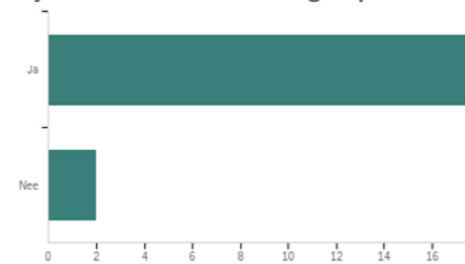
Q25 - Ga je wel eens naar de kringloopwinkel



Q24 - Wil jij graag inzicht krijgen in de huidige initiatieven die rondom jou gebeuren?



Q25 - Ga je wel eens naar de kringloopwinkel



Q26 - Als jij naar de kringloopwinkel gaat, waarom ga je hier dan naartoe?

- Omdat het duurzamer en goedkoper is
- Kijken of er nog leuke, oude spullen zijn.
- Iets nodig
- Goedkoop
- Om spullen te brengen
- Goedkope spullen
- Kijken wat ze hebben en soms specifiek op zoek naar iets.
- Kijken en om dingen te kopen. Omdat er geen vast assortiment is en goeie producten ogenschijnlijk al niet in de winkel lijken te komen, blijft het vaak bij impulsaankopen. En dat is op zich dan weer bedenkelijk!
- Om spullen af te geven of soms om iets te kolen
- Goedkope spullen die die belangrijk voor me zijn
- Verkleedkleden halen
- Omdat ze vaak leuke dingen hebben en ze zijn goedkoop.
- Hergebruik
- Kijken en soms iets kopen
- Prijs
- Om iets te kopen wat ik nodig heb
- Om te snuffelen, soms gericht kijken
- Spullen kopen
- Goedkope mooie spullen die niet iedereen heeft.

kijken voor leuke spullen
soms iets kopen
goedkoop
gewoon wat rondkijken
als ik iets nodig heb
spullen brengen

Q27 - Wat vindt je zo leuk aan een kringloopwinkel?

- Duurzaam
- Dat er soms unieke spullen liggen.
- De verrassing
- Goedkoop en unieke dingen kopen
- Dat spullen een tweede leven krijgen
- Niet zo leuk
- Verrassend aanbod
- Er is van alles te koop.
- Goedkoop
- Rondsnoeven, de prijs
- niet zoveel
- Dat alle artikelen een geschiedenis hebben.
- Prijs en ruime keuze en variatie
- Wat voor spullen er liggen en hergebruik
- Diversiteit
- Goedkoop
- Snuffelen
- Goedkoop en nuttig
- Uniek, gezellig en goedkoop

spullen krijgen tweede leven
breed aanbod
goedkoop
Unieke spullen
verrassing
rondsnoeven

Q28 - wat vindt je niet leuk aan een kringloopwinkel?

- Chaotisch, moeilijk om dingen te vinden
- Er ligt ook veel zoi tussen.
- Als het te rommelig is
- Je moet echt opzoek naar parels haha geen 100% slagingskans
- Rommel, vies, veel troep, past niet bij mij
- Soms de hoge prijzen
- Er zijn in veel winkels weinig echt goede spullen. Voorbeeld. Je kunt vaak niet een aardige tweedehands tv kopen, maar alleen echt ouwe spullen van 30-40 jaar oud
- Weet niet zeker of er is wat je zoekt..
- Veel troep
- Alles lijkt oud
- Het ruikt er meestal muf.
- Soms troep. Personeel niet klantgericht
- Oude schoenen
- Troep
- Rommel
- Vaak een niet fijne geur en onrustig
- De rommel die er ligt
- Chaotisch en niet overal staan prijzen op

ruikt meestal muf
chaotisch
er ligt veel zoi tussen
rommelig
moeilijk iets te vinden

Q29 - Hoeveel tijd spendeer je meestal in de kringloopwinkel?	
<p> ■ minder dan 15 min ■ 15 tot 30 min ■ 30min tot 1 uur ■ Langer dan uur ■ Anders </p>	
Q30 - a Wat zou voor jou een kringloop leuker maken om er naartoe te gaan? Meer differentiatie in type kringloopwinkels zodat je minder hoeft te zoeken Het moeten vooral spullen zijn die ik op m'n fiets kan vervoeren.	Q31 - b Wat zou voor jou een kringloop leuker maken om er naartoe te gaan? Milieu Centraler gelegen

Meer echt oude dingen Vind het al best wel leuk... Beter aanbod, schoner ? Meer nieuwere electronica ? Dichterbij komt n de buurt Modernere uitstraling Nvt Klantvriendelijkheid Geen idee Groter aanbod Geen idee Nooi ingericht Overzichtelijker en met koffieplekje voor vrienden	
--	--

Q32 - Ga je af en toe eens naar de milieustraat? 	Q33 - Ga je graag naar de milieustraat/afvalbrenngstation?
---	---

Q34 - Waarom wel? Ik wil van afval af Ik kan troep kwijt Blij dat afval weg is Makkelijk wegdoen Afval scheiden is goed	Q35 - Waarom niet? Druk Lange wachttijd Vaak lange wachttijden en niet altijd effectief ingericht Veel te lange wacgttijd (ruim 60 a 90 min) voor je binnen bent Veel te lange rijen, altijd lang wachten Lange rij Voor op en neer rijden Ik vind er niks aan, gelukkig hoeven we bijna nooit te gaan. Lange wachtrij
---	--

	Te druk, lang wachten Duurt lang Veel lawaai Het is een hoop werk
Q36 - Hoeveel tijd spendeer je meestal in de milieustraat/afvalbrenngstation? 	
Q37 - Wat zou voor jou een milieustraat leuker maken om er naartoe te gaan? Beter bereikbaar met de fiets/te voet/met het ov Als het dichterbij zou zijn, zou ik eerder heen gaan. Nu moet ik iets van 25 minuten fietsen. Niets Ik heb geen auto dus dat zou helpen! Misschien een bus service ofzo? Ruimere openingstijden Toegankelijkheid Kortere wachttijden Informeer mensen hoe ze thuis hun aan te bieden materialen kunnen inpakken om slecht gesorteerd ter plaatse alles uit te moeten zoeken. Sneller binnen Minder wachttijd Kortere rij en ruimere openingstijden Minder lange wachtrij Geen flauw idee Minder drukte Niets Niet betalen Niets Ik zou ook wel wat mee willen nemen soms	

C.4.: HUB survey

C.4.1: Reuse by giving products a second life

4. Ik doe aan hergebruik door

Antwoord	Ratio
de spullen die ik niet meer nodig heb een tweede leven te geven	92.15%
door spullen die ik nodig heb tweedehands te kopen	66.53%
Anders	12.81%

Meerdere keuzes mogelijk, indien beide

❖ Anders velden (33)

gaven met name Kringloop (brengen en halen) en repareren specifiek aan als anders (23) gaven aan afval van straat te halen wat nog bruikbaar is of oude kleding zelf iets mee te doen waardoor het weer bruikbaar is (11).

C.4.2: Not much refurbishing

11. In plaats van mijn spullen weg te gooien laat ik ze opknappen tot iets nieuws

In het kader van hergebruik, geen reparatie, duidelijk aangegeven. Refurbish

	nooit	zelden	soms	vaak	heel vaak
Ik koop spullen die zijn opgeknap tot iets "nieuws"	59	77	89	15	2
Ik lever de voor mij overbodige spullen in om deze op te laten knappen tot iets "nieuws"	78	52	73	31	8
Ik knap zelf mijn overbodige spullen op tot iets "nieuws"	52	45	84	43	18

Matrix met enkelvoudige keuzes, Antwoorden 242x, onbeantwoord 17x

C.4.3: Awareness on reuse possibilities

12. Nu volgen er een twee tal algemene stellingen over hergebruik. In hoeverre bent u het eens of oneens met onderstaande stellingen?

	Helemaal niet mee eens	niet mee eens	geen mening	eens	helemaal mee eens
Ik ben op de hoogte van de mogelijkheden van hergebruik	6	25	15	150	63
Ik ben op de hoogte van de effecten die de aanschaf van nieuwe spullen op het klimaat heeft	4	15	15	133	92

Matrix met enkelvoudige keuzes, Antwoorden 259x, onbeantwoord 0x

C.4.4: Awareness on repair possibilities

13. Hierbij volgen er een aantal stellingen over repareren en de handelingen die daarmee gepaard gaan. In hoeverre bent u het eens of oneens met deze stellingen?

De intro hier ging over repareren

Naast hergebruik richt de Milieustraat zich ook op de reparatie van kapotte spullen. We willen u graag een aantal vragen stellen over reparatie.

	Helemaal niet mee eens	niet mee eens	geen mening	eens	helemaal mee eens
Ik probeer mijn kapotte spullen te (laten) repareren voor ik ze besluit ze weg te gooien	6	14	9	111	119
Ik informeer mijzelf over de kosten van reparatie	8	13	16	141	81
Ik informeer mezelf over de prijs van vervanging door een nieuw product	7	7	13	151	81
Als ik niet weet waar ik mijn kapotte spullen kan laten repareren zoek ik dat op	8	22	28	129	72
Ik heb vertrouwen in de reparatie van kapotte spullen	4	17	55	132	51

Matrix met enkelvoudige keuzes, Antwoorden 259x, onbeantwoord 0x

C.4.5: Repair cafe and workplace relatively unknown

16. Voor reparatie ga ik naar

Antwoord	Antwoorden	Ratio
Repair Cafe	52	20.8%
Werkplaats (bij bvb een kringloopwinkel, buurthuis)	27	10.8%
Bij de winkel waar ik het gekocht heb	148	59.2%
Vrienden of bekenden bij mij in de omgeving	144	57.6%
Andere...	74	29.6%

Meerkeuze, Antwoorden 250x, onbeantwoord 9x

❖ Anders vooral veel zelf waarbij de man (!) vaakst genoemd werd 😊

C.4.6: Topics mentioned to be present in the circular center

19. Wat wilt u dat er aanwezig is op het Circulair Centrum?

Kringloop winkel

C.4.7: Recycling center as a place that you have to visit because you need to

27 Nu volgen er een aantal aandachtspunten waar u misschien tegenaan loopt bij de huidige milieustraat. Geef aan in welke mate u deze als belemmerend ervaart.
De huidige milieustraat is

	heel erg	een beetje	niet
beperkt in de doorstroom (ontstaat fillevorming)	74	129	49
ongezellig	70	86	96
beperkt open	91	94	67
rommelig	15	60	177
Beperkt in het geven van informatie aan mij als bezoeker	26	62	164
verouderd	50	83	119
een plek waar ik heen ga omdat het moet	139	61	52

C.4.8: Frequency buying mostly 'sometimes' than 'often'

8. De spullen die ik tweehands koop zijn

	Nooit	zelden	soms	vaak	heel vaak
textiel/kleding	70	42	73	36	21
Boeken en strips	41	30	92	59	20
meubilair	38	41	107	36	20
Multimedia en electronica	94	71	56	17	4
Decoratie artikelen	50	54	104	20	14
Sport en vrijetijds artikelen	81	66	75	14	6
Tuin en doe het zelf artikelen	60	54	96	24	8
speelgoed	92	34	65	39	12

Matrix met enkelvoudige keuzes, Antwoorden 242x, onbeantwoord 17x

C.4.9: No social association with the circular center

18. Nu volgen er een aantal woorden/begrippen, die voor u misschien wel of niet te maken hebben met Circulair Centrum.

Geef voor ieder woord aan in welke mate u dit bij het Circulair Centrum vindt horen.

Het Circulair Centrum is

Matrix met enkelvoudige keuzes, Antwoorden 259x, onbeantwoord 0x

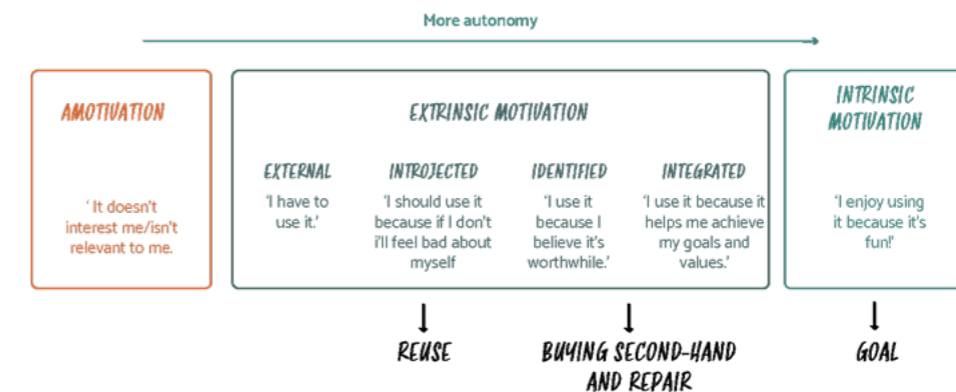
	heel erg	een beetje	niet
de plek voor afvalinzameling	142	77	40
Plek voor zowel afvalscheiding als verwerking	149	72	38
Een plek waar ik nieuwe ideeën op doe wat ik met mijn overbodige spullen kan doen	132	80	47
een plek om workshops te volgen om te leren hoe ik spullen kan opknappen en renoveren tot iets nieuws	106	79	74
kenniscentrum	130	81	48
een gezellige, uitnodigende plek	94	85	80
een ontmoetingsplek waar je iets kan eten en of drinken	55	73	131
een werkplaats om spullen te laten repareren /op te laten knappen	184	59	16
een atelier en winkel waar overbodige spullen worden omgetoverd tot iets nieuws (en kunnen worden gekocht)	173	58	28

C.4.10: Analysis current repair and reuse mindset

Decision making process behind repair, reuse for delivering and reuse for buying

The current repair and reuse behaviour for BUCH residents is not yet based on intrinsic motivation, seeing the activities as a fun experience that people enjoy (see figure x). Reuse is mostly based on introjected motivation which is related to guilt that residents should perform the activity so that they don't feel bad about themselves. Throwing away such a waste was the main motivation for residents to deliver products for reuse (see table x). When people feel guilty for their actions they feel more morally responsible for the environment and are subsequently more likely to behave in an environmentally friendly manner (Whitie and Habib,2019), Residents mostly perform reuse activities themselves but almost never buy or deliver them so other products can be made from this (Appendix C.4.2). Remarkably the financial advantage gained when giving products a second life, was not scored highly in importance to the HUB residents, whereas in the general survey this was the first reason for joining. Maybe this could be explained by the fact that residents in the HUB are relatively more wealthy compared to other parts in the Netherlands.

When buying products the motivation is more integrated and identified because residents want to be sustainable in their buying behaviour. Last repair activities were mostly performed based on identified motivation because of the financial advantage it can have. Further the thrift store and internet are to most important sources for reuse (buying and delivering). Moreover, more residents deliver products than they buy second-hand (see appendix C.4.8). For reuse (refurbish) residents tend to only refurbish products once in a while but never deliver it somewhere. This might be because they could not be aware of the possibilities of other residents accepting those kind of products and making something new with it.



For example for repair, workplaces and repair cafes are relatively unknown, 10.8% and 20.8% respectively. Interestingly there are other sources where residents can deliver their products, such as local shops of local entrepreneurs, other handy residents, repair cafes and workplaces. These options do not seem to be a on top of their minds. This is also clearly visible in the results of the creative session, where residents mostly participate in social activities rather than specifically reuse or repair. They tend to go to more collective associations where the focus is on green initiatives with the goal to increase biodiversity such as Land van ons, environmental garden Uitgeest. The founder of the environmental garden said that over these 40 years the attendance of people were very diverse. Not that many people showed up repeatedly. But he noticed that in the past years there is more and more need for social contact and collectivism. Now people are waiting in line to visit the garden and to participate. These are projects with a social goal of helping others and together achieving a purpose. This is in contrast with the HUB survey where residents seem to be more involved or aware of repair and reuse activities (see appendix FIXME). It could be explained by the direct questioning of the survey on repair and reuse whereas in the creative session, participants had a more wider range of options to answer.

It could be that reuse and repair then are not on the top of their minds, but when asked directly them might already perform these activities. **That thought could indicate that residents maybe do not know that a small action like reuse or repair is already a circular activity.**

Reasons for not participating in circular initiatives

When it comes to discarding used products, people will choose the easiest way possible with the least friction. Adopting a sustainable lifestyle is perceived too time costly and expensive (Appendix C 9.4). Often, participating in sustainable initiatives, taking too much time and energy, not knowing what to do or how to participate are the main factors mentioned that blocks people.

Giving a second life to electronics (repair) and upcycling of products are seen as the most difficult ways to contribute to a sustainable lifestyle (see appendix). Upcycling could be because of the lacking knowledge, which is expressed by residents in the HUB survey. They want more information and workshop on how to reuse their products. Reasons for avoiding repairing electronics could be because of technical, emotional or value aspects (Nazli, 2021). People do not easily think about repairing a broken product because they assume it cannot be fixed or they do not know what to do with it (Thijssen, 2020). People also mention that they cannot be encouraged because they are not handy. It has to do with the perceived behavioural control; not believe that the person can actually do repair activities. This was also confirmed by a resident in Uitgeest. She is aware about the sustainability question but she feels like she is not handy and cannot contribute that easily. An interviewee (Marika) mentioned that if she does not know what to do with a certain product, it quickly ends up in her shed or even in the wrong bin. This is because she does not get triggered in a way to remind her that other options are possible. In addition, respondents are not enough (41%) aware about other purposes of a product. These barriers relate to self-efficacy, not having the ability or thinking the action will be effective.

Reuse (delivering)	Repair	Reuse (Buying)
Where do they go for reuse and repair?		
1. Thrift store	1. Shop where product was bought	1. thrift store
2. Internet (vinted, marktplaats)	2. Friends and family	2. Internet
3. exchanging/donating to people	3. myself	3. Other shops
Motivation behind choice		
It is a waste to throw thing away + contributing to climate + donating to someone else	Contributing to sustainability + financial advantage + extending product life	Wanting to be sustainable in buying behaviour + contribution to climate +reduction of new products

C.5: Interview Hans tielen

Eerst gesprek met medewerker milieustraat die aan de slagboom staat. Hij had al gehoord over het circulair centrum maar blijft een vaag gegeven voor hem. Zijn taak was om de mensen te verwelkomen kijken wat ze mee hadden en ze vervolgens helpen met waar ze hun spullen kwijt kunnen.

Wat verwacht je van het centrum?

Ik verwacht vooral dat het een plek is dat geen hangplek wordt, dat het wel een kwaliteitsvol iets wordt. Het is niet de bedoeling dat je dan gewoon maar dingen kunt meenemen. Als milieustraat is het voor ons vooral belangrijk dat we goede monstroken krijgen en niet nog bruikbare dingen erin zitten.

Brengen mensen soms spullen naar de kringloop hier in de buurt want ik zag dat er een straat verder een is, toch?

Ja maar daar werken we eig niet echt mee samen. soms gebeurt het wel eens dat als we spullen zien die nog bruikbaar zijn, we die dan aan de kringloop geven. maar vaak aanvaardt die het niet omdat hij al genoeg dingen heeft.

Wat is de meerwaarde van zo een centrum volgens jou?

vooral het milieu te ontlasten dus het duurzame aspect ervan. Voor onderwijs heb ik zelf totaal geen interesse dat het erbij moet zoals een workshop, maar ik kan wel inzien dat het voor handwerkmensen super voordelig en leerrijk kan zijn.

Hoe is de interactie met de mensen hier?

soms goed, soms wat minder. Sommige mensen willen helemaal geen advies omdat ze denken dat ze het beter weten, anderen vinden dat geen probleem. De verwachting van mensen zijn ook "moet van mijn rommel af" dus dan hebben ze het idee dat wij het maar moeten oplossen.

Wat doen jullie hier al rondom circulaire initiatieven?

we hebben een container staan van Gered Gereedschap waar

mensen mogen nu niets meenemen vanuit de milieustraat zelf

voor mij is een circulair centrum geslaagd als alles ervoor wordt bepaald, er mag een shop worden waar mensen dingen uit rekken gaan halen

C.6: Summary Interview residents Uitgeest

BUCH circular center

Ad thinks it is an interesting concept especially the labour aspect of involving people with a distance to the labour market. However the distance will definitely be an issue according to Ad and Marika. Ad mentioned that the municipalities are far away from each other and currently you can already see that meetings are difficult to maintain. The physical distance might be too much. Moreover the mindset of the 'Uitgeesters' is more a nostalgic, conservative one. They react heavily to major changes in their town that disrupt the old things. They gave an example of an old school that needed to be renovated. The plan was to build a new school somewhere else. However nobody wanted this because they preferred to use the old school as it was.

On the positive side, when we were talking more and more about the benefits of such a circular center, they were more convinced of a social aspect in order to bridge the distance. Fighting Loneliness was also mentioned a lot. Ad said that especially when there are going to be more and more single-family homes, the need for collectivism will grow.

According to them it feels more logical that Uitgeest fuses together with Heemskerk and Beverwijk as they have more connections with than Bergen or Heiloo. However when Uitgeest would not join the BCH municipalities, they would have been the smallest independent municipality and they did not want that.

He is also sceptical about how the center will be managed and what the role of the municipality will be in this.

Thrift store

They only go to the thrift store to donate goods but not with the intention to buy anything. Noppes uitgeest is not inviting for them because they do not like the location and atmosphere of it. It is located behind the train station and they do not want to come there. It is another neighbourhood for them. According to Marika, the employees are not friendly and that does not invite them to visit the store. Also they find the atmosphere old. Marika does not even think noppes is an option, she usually goes to Rataplan in Heemskerk.

Marika does like to plan a trip to London with her friends to visit different kinds of markets where she can score some really nice items. Compared to a thrift store these kinds of trips are more an experience for her because the atmosphere is totally different.

Recycling center

When Ad goes to the recycling center, most of the time he has garden waste to discard. He lets Marika know when he is going so it is easy for her. Sometimes he finds it very confusing to find the location of the recycling center in Castricum because the address is not correct online. He called the phone number of BUCH and he had to tell them that they should probably change the address. Ad said that back in the 'old' days people all knew each other and this had an effect on the recycling center as well. More people came.

going back to the old way

Repair mindset

When asking for a place in Uitgeest where you could repair your products, they did not know any. Such initiatives aren't there yet. For clothing, Marika sometimes goes to a Turkish repair shop. Often the price can be a dealbreaker to decide to either throw it away or repair it. Marika said that when she would go to that shop and replace a zipper and the cost would be 50 euros, then she would rather buy something new. That is also because nowadays cheap options are everywhere available. When for example an electrical device breaks

down, Marika does not know what to do with it or how to discard it. Luckily Marika's dad is a real handyman. He used to work voluntarily for the thrift store when he retired and discovered that so many useful things could still be saved. The money is on the streets, he said. So he turned it into a small business. He receives or buys products that seem broken, he then has it made by a friend of his, whereafter he sells it on marktplaats. He loves to receive comments and compliments, then he knows what impact he makes. Compared to Marika he absolutely finds it no problem to meet with people of Marktplaats and invite them over to buy the products. Marika is more reserved about this, she would not like to arrange all these meetings with people you do not know. So when an electrical or other product breaks down at Marika's place and she does not know what to do about it, her father interferes and tells her that she cannot throw it away. For other product categories such as furniture, Marika is found of repairing it, not necessarily for the purpose of saving the planet but more an emotional attachment to it. For example she had the fabric of two chairs repaired and that cost her 300 euros. Afterwards she was also happy with it since new chairs can cost up to 600 euros. It was a combination of first the emotional attachment that she really wanted to keep these beautiful chairs and afterwards the reward of making a nice deal. Marika is aware about the sustainability question but she feels like she is not handy and cannot contribute that easily. If it weren't for her father she would have thrown away way more stuff she thinks. Also her children are not that active to reuse items or repair. Recently her son wanted a new sound system and again her father came by and spoke to Benjamin about the possibilities to search second hand. Now they are looking together for a nice sound system for Benjamin. The father is a key figure in their decision making process. It is a win win for everyone involved.

Association repair cafe

When asking what Marika and her son thought of the concept repair cafe, they gave totally different associations. Benjamin thought that a repair cafe sounded as a super advanced technological entity whereas Marika associated the idea with old people that were working slow.

Waldijk is the newest neighbourhood in Uitgeest. People there have jobs in Amsterdam for example so they are not interested in the activities/initiatives in their neighborhood. They just come to Uitgeest to rest so to speak.

C7: Summary interview owner thrift store

Before I came to Tol kringloopbedrijf I contacted Dico tol, the owner. It was no problem to stop by and ask some questions. When I arrived, Dico sat down at the entrance in his chair and was welcoming every person that entered. I sat down next to him and had a very interesting, long conversation with him, Compared with other thrift stores, he is the only one that uses such a personal approach.

First I explained that I wanted to find out how the thrift store operates, how repair and reuse are stimulated and how he interacts with the residents. Especially important was to find out what his vision and ideas were about the circular crafts center.

Current activities:

He immediately expressed that too much is thrown away that still could be useful, and that is a waste! His only goal is to reduce the amount of waste. he is investing lots of time and energy in services that can provide this. For example, every 3 years when a fancy hotel wants to change all their mattresses, Dico collects and sells them. Also when a hotel wants to change furniture, he makes sure he can collect these products so that they do not go to waste. Moreover he often goes to Amsterdam with his van to collect products. When parked, people noticed his van and came by to drop things off. In every activity that he does, he tries to make it as easy as possible for the residents so that they know they have other options to regard their waste. In this store he also makes sure that every item has a price tag and is well organised. He also has a pickup and delivery service of BUDbee and postnl at his store. The clothes are also cleaned and washed so that they do not have this typical 'smell'. When someone needs to move, for example, Dico offers a moving service at a lower price. At the end of the move, when there are goods that people do not want, he receives them and sells them at his shop. So it is a win-win situation. Schools are also involved with his store. They come by pick some items and go to their workplace to repair it.

Relation municipality

When only talking one word about the municipality, he frowned. He was not happy about it. he mentioned that for the past 10 years he is trying to progress and actually do things to reduce the amount of waste but there is no help/facilitation from the municipality. He tried to ask for a space together with a craftsman near his thrift store, but no response came. He received emails about workshops and info gatherings but he does not see the point going there and only talking about things that aren't going to be executed. He needs to be at his thrift store every day and cannot spare an afternoon. He feels like he has to do everything on his own with no official help from the municipality. When Dico wants to help people get rid of their waste by picking it up at their house, he has to pay for this because he has his own company. When you as a person want to discard your bulky waste, it does not cost you anything because you can let it pick up by the waste collector. So actually he has to make extra efforts to help people because there is not yet a good system in place to facilitate other options.

Another interesting thing he described was that he still had to pay taxes on the products he sells. This is rather strange as the products are paid for before they come to the thrift store. Apparently in Belgium this is not the case, no extra taxes have to be paid on the second hand products.

Residents and waste

When we were talking about how people in Bergen deal with waste, the following things became clear. First emotion play a role in discarding products or not. When somebody in the family dies, the family members do not want to throw away the products themselves so it can stay at the

attic for a very long time. Second, people in bergen are more individualistic so they are not so prepared to help each other out. This leaves a lot of space for initiatives to grow if facilitated in the right way.

'deferred civilian waste' or 'Uitgesteld burgerafval' People often do know the value of a product/item but it is about ability, complacency.

People want it but can't Mindset is not there yet

When I was sitting next to Dico, I notices how many people were passing by. Also lots of diversity. A women came by to ask if dico could collect champagne glasses for her wedding. She was a People especially love the discovery element of going to the thrift store finding unique things that you otherwise would not see anywhere else.

People coming to the thrift store

Just by sitting next to Dico for half an hour, you easily spot many people being busy to find something, wandering around or negotiating with dico to sell something to him. According to Dico there are different kinds of considerations for people to go to thrift store. Sometimes because people do not have enough money and thrift store is a good option for them. Sometimes people with enought money to spare that want to 'brag' about their deal in the thrift store. Or people with enough money that just see this as a monthly getaway just for fun. There was a guy from Egmond that was coming by to sell his bike in exchange for a nice painting. they were joking around for the price and dico made him believe he had done a great deal by giving him discount. You could see that the man was just enjoying himself and after that he went back home..

Another example: a man came to Dico and said that he had too many books that he could not place somewhere anymore. Normally he would sell them at markets but he is now too old for that. The thrift store would be an option but there are just too many books so Dico could not place them either. So they came up with a solution. Dico said to the man that he could drop by 1 letter of the alphabet each week. The man loved this idea because this way it was also a fun activity for him each week.

Circular center

Dico actively supports the goal and vision of the circular center. However, he does not see the point of having one location for the four municipalities. He does not want to be a part of BUCH, just Bergen. This is because it is now already so hard to manage the logistics in bergen so he does not want to put extra effort in extending this to other municipalities.



C8: Summary interviews visitors and employee thrift stores

C.8.1: Woman thrift store Tol between 30-45 years

Goal of going to thrift store

She is an interior designer so she sets up decoration stages to show new rooms. She was looking for specific things she can use to decorate a room. So the reason is job-related.

liking/disliking thrift store

She likes it because mostly you can find items that are unique or you cannot find it anywhere else. She always expects to find something new.

Current repair situation

When discarding a product she always asks friends first, then thrift store and as a last resort option the recycling center. Sometimes she repairs/upcycles it herself. She hopes to see herself as a conscious consumer.

Idea on circular center

She is fond of the idea. She expects the same things as a thrift store in such a center.

C.8.2 Woman thrift store Delft, between 20-30 years

A young woman in the thrift store in Delft was looking for items that she could use for her wedding. She discovered the store via a friend because previously she never visited one so it did not cross her mind. She loves to just look around and find good items. She said that the quality of the products looked actually good.

Circular center

When describing to her what a circular center could be, she immediately was enthusiastic. She would be interested in educational classes on how to upcycle or repair items in your home. Especially how to make things more personal for her than just buying new products.

C.8.3 Employee thrift store Delft

I approach an employee who was busy decorating a mannequin. I asked her how the store stimulates people to repair and reuse more. She replied that the whole concept of a thrift store is that exactly. They are putting lots of effort into making an attractive environment in order to increase the perceived quality of the products. She also said that the cafe definitely has an added value because people can easily take a small break between sessions. It feels more like an actual living room that is cosy and inviting for people.

C.8.4 thrift store Rataplan

I quickly asked the people in the thrift store the following three questions. Five people were approached.

Why are you here today?	• Looking for nice vintage items ! • looking for new, fun items ! • looking for books for school ! • wandering around ! • just wandering around
Why do you love to come here?	• because of practical reasons, I need to be here in Delft and they have nice things here ! • it is a large and organised thrift store so you have a better overview. ! • The atmosphere is good, not a bad smell ! • practical ! • because of the sustainability point of view from our school
What are you currently doing to repair or reuse products?	• I do not donate many items to thrift stores because I like to give them myself ! • Old toys ! • clothing, books ! • everything that is still useful

C.9: Creative session

PLANNING

Fase	Doel	Tijd
Introductie	Relaxte sfeer creëren zodat iedereen weet ook wat er hen te wachten staat	5 min
Opsplitsing in 2 groepen	Marguerite 1 groep en Jacoba de andere	
Ice breaker	Ontspannen kunnen beginnen aan de sessie	5 min
Oefening 1	Ervaringsreis maken	15 min
	Presenteren aan elkaar	10min
Oefening 2	Collage maken over Milieustraat van de toekomst: Wat betekent circulaire gemeenschap voor jou?	15 min
	Presenteren aan elkaar	10 min
Totaal		1 uur

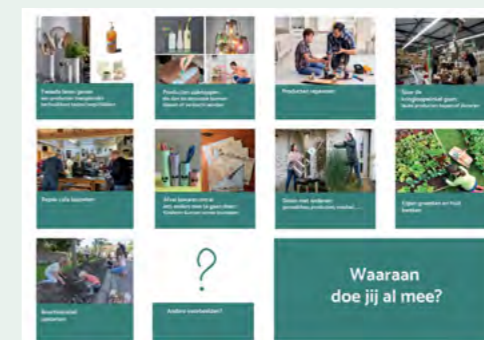
SUMMARY INITIAL PLAN

1. Ice breaker: elkaar leren kennen, voorstelronde met vraag: wat doe je graag in je vrije tijd rondom reparatie, opknappen en hergebruik?

a. Intro van mezelf waar ik de producten toon die ik gemaakt heb van glazen wijnflessen. Super dat iedereen hier aanwezig wil/kan zijn en hoop dat jullie al wat geïnspireerd waren door de presentatie van de architecten over de buitenkant van het centrum. Maar voor het komende uurtje zullen we het over de binnenkant hebben.

b. in het midden liggen voorbeelden van circulaire initiatieven (zie foto's hieronder). Hiervan worden kaartjes gemaakt die dan in het midden van de tafel liggen. Mensen kunnen dit uitwisselen en moeten dan beslissen welke van deze initiatieven ze nu al doen rondom hergebruik en reparatie. Of ze geven een ander voorbeeld.

c.

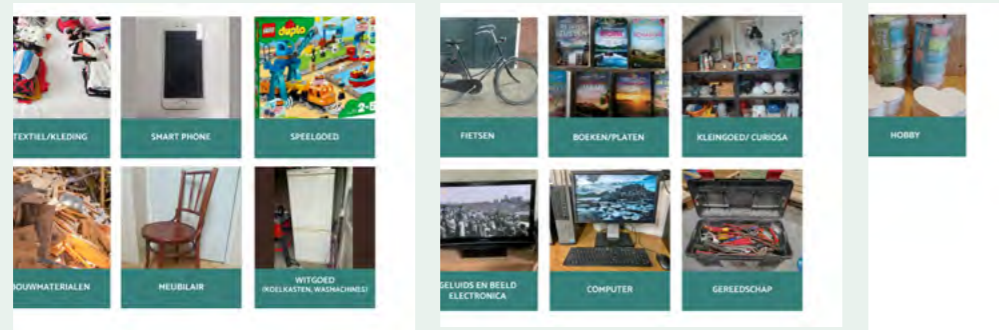


d. Als ze 1 initiatief gekozen hebben dan doen we een voorstelronde waar ze het initiatief uitleggen en waarbij ik vraag waarom dan juist dit initiatief?

2. oefening 1: ervaringsreis van een product

a. Nu we het een beetje gekeken hebben naar de initiatieven, gaan we verder naar de stappen die je eig onderneemt tijdens het proces van je spullen af te geraken.

b. er liggen verschillende foto's in het midden van producten. Deze producten zijn ofwel verouderd, niet meer mooi of stuk. Ieder persoon moet 1 product kiezen dat hij/zij nog al eens weg gedaan hebben.



c. Schrijf het product op je A3 papier.

d. beantwoord de vraag: op een schaal van 1-10, hoe geengageerd ben jij voor het milieu/ duurzaamheid?

e. De bedoeling is dat je je stappen weergeeft die je allemaal doorloopt en op de verticale as kan je aangeven of dit een leuke ervaring of niet was. Hierbij kan je gebruik maken van stiften, post-its, stickers om de tijdlijn in te vullen. Het moet er niet mooi uitzien en er is geen juist of fout hier. Probeer zo veel mogelijk stappen weer te geven ook al lijken ze misschien onbelangrijk voor jou.



f. Ik geef hen ook een voorbeeld dat met proefpersoon is uitgetest:

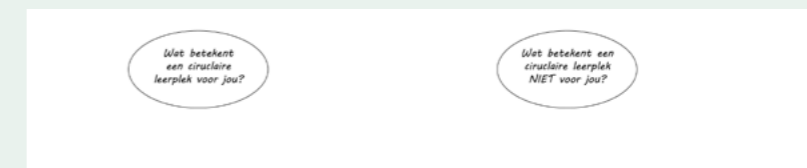


3. oefening 2: Collage maken waar ze de volgende vraag moeten beantwoorden: Hoe ziet een circulaire leerplek er voor jou uit?

a. Hierbij kan je gebruik maken van de foto's en icoontjes die hier liggen om je gevoelens/ gedachten/opmerkingen te beschrijven. Je mag helemaal zelf kiezen hoe je dit invult als het maar klopt volgens jou



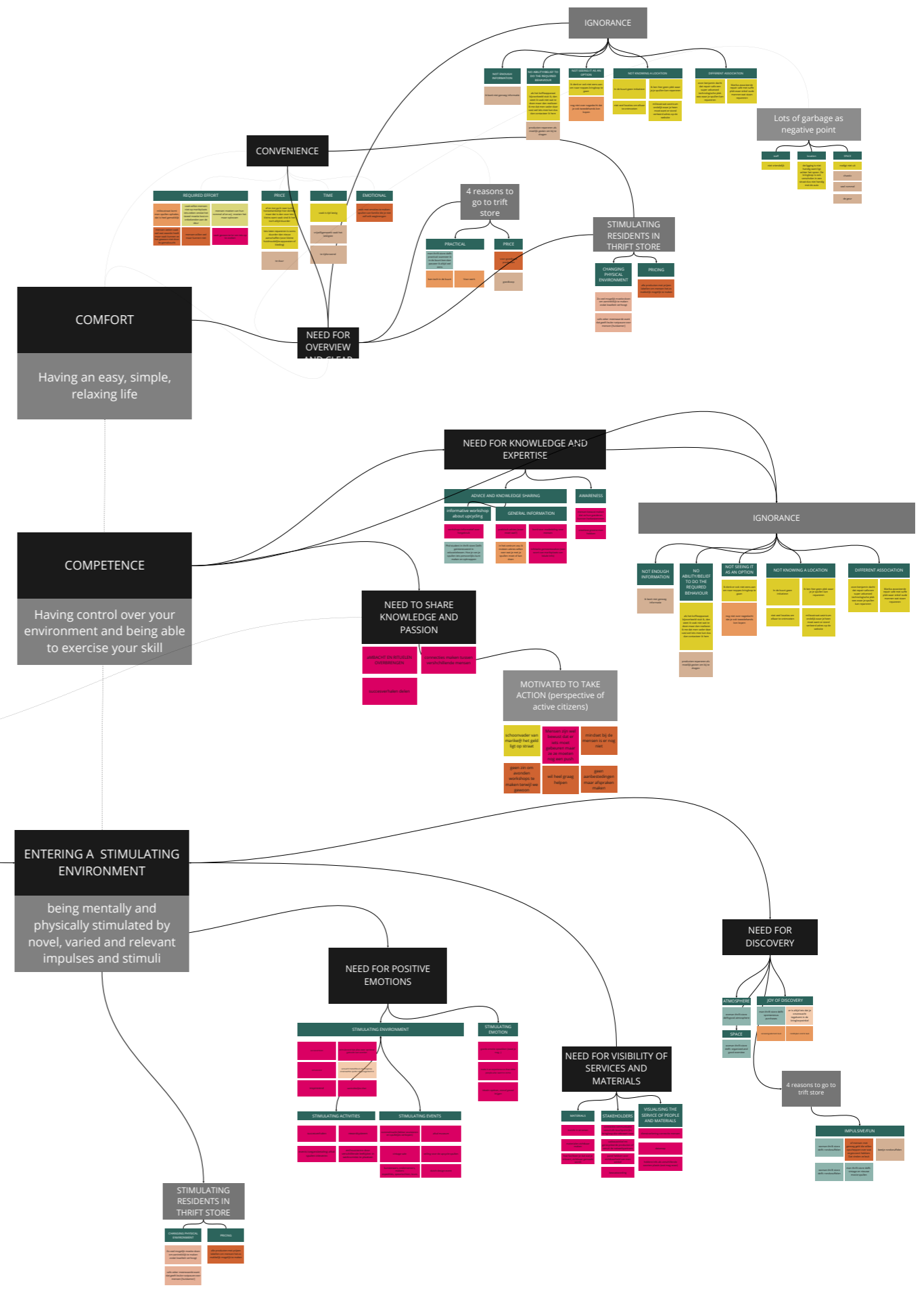
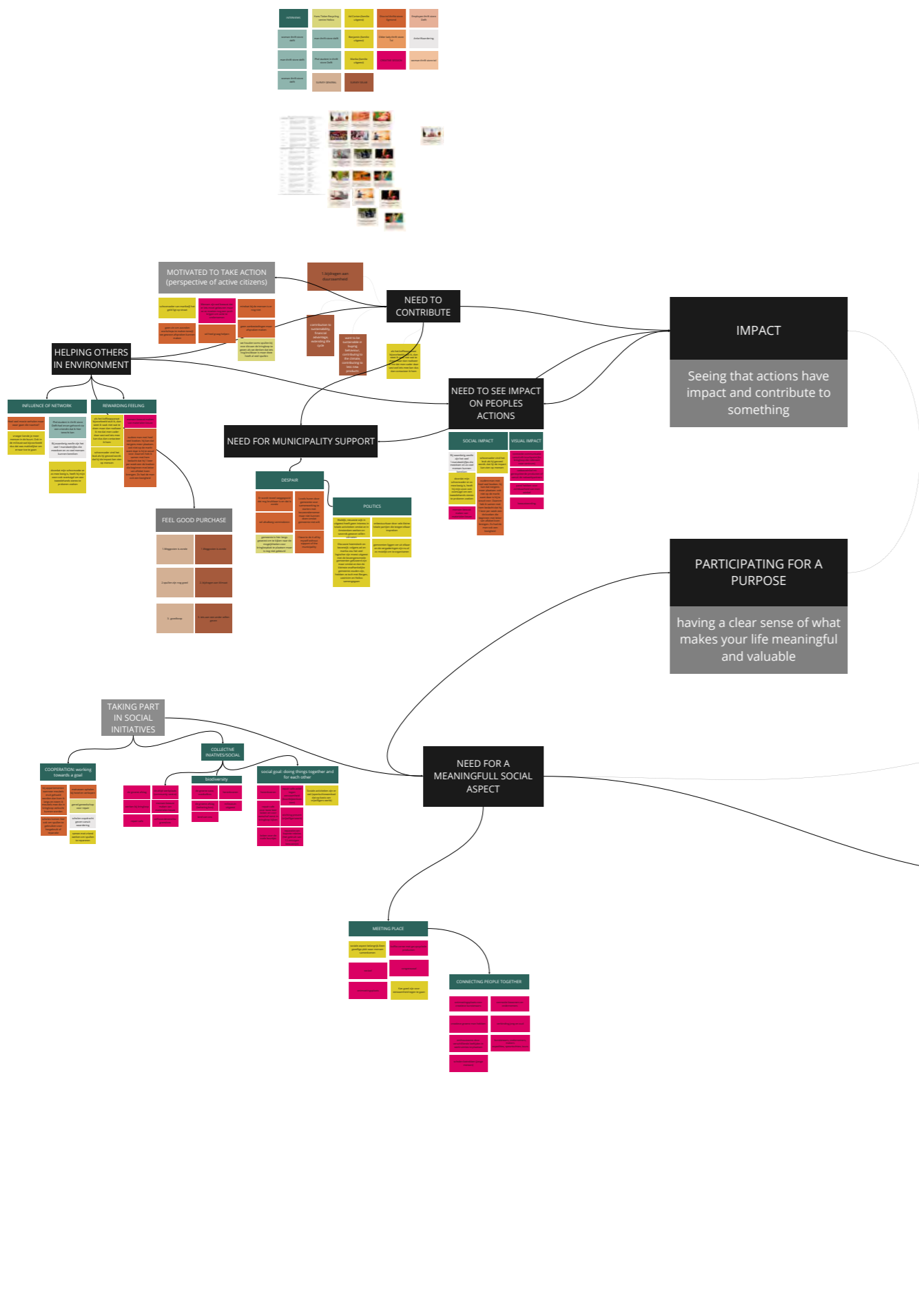
b. Ze krijgen een A3 papier waar de vraag op staat en onderverdeeld is in 2 velden. Wat moet het zijn/wat moet het niet zijn?



c. verder zijn er ook stiften in verschillende kleuren, post-its en afgedrukte woorden die ze kunnen gebruiken

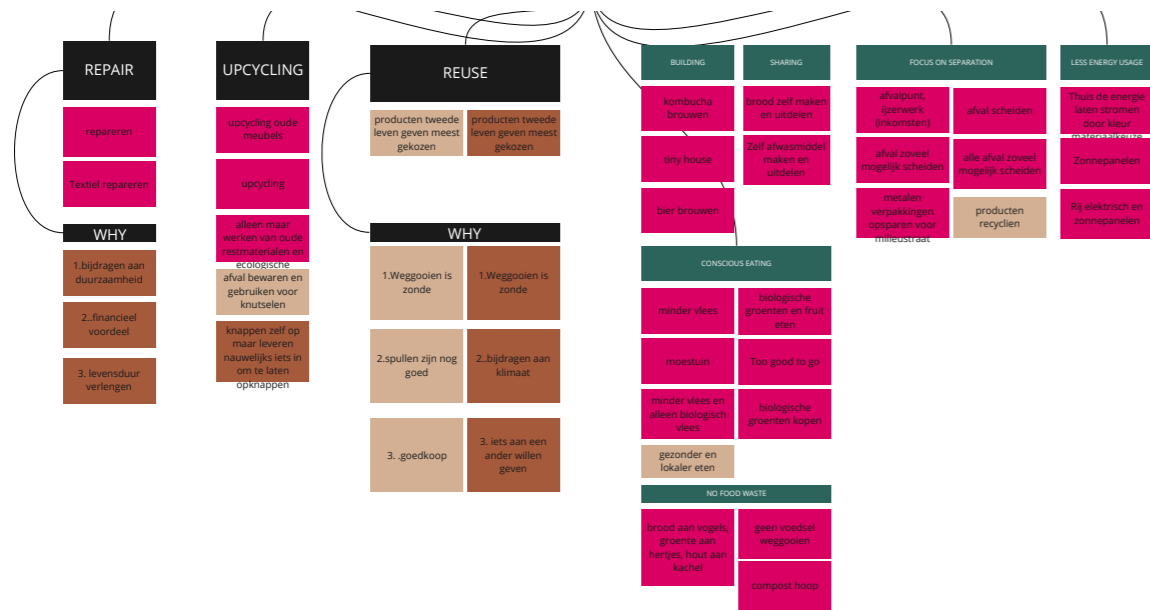
d. wat kan het voor jou bieden?

e. hierna worden de collages gepresenteerd aan elkaar



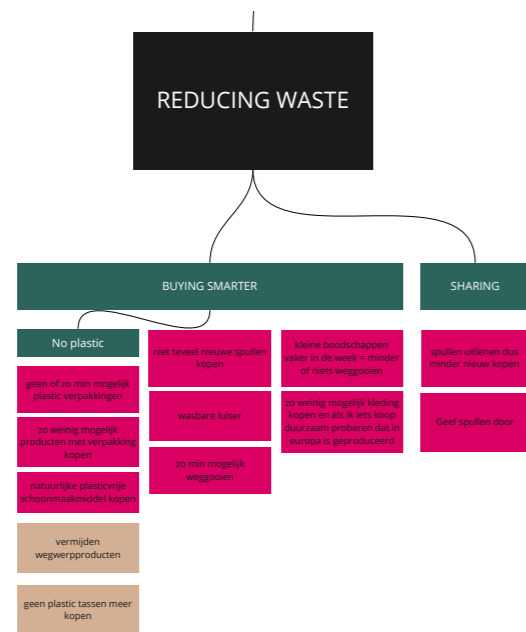
C.13: Clusters of findings

C13.1: Repair and reuse activities: in-house

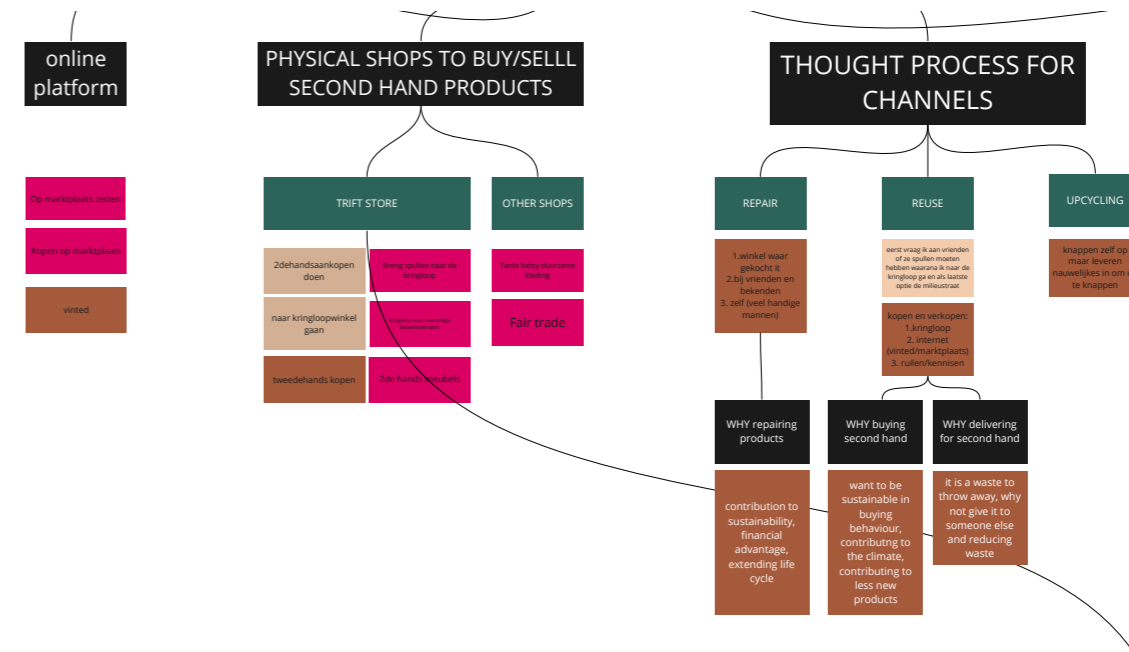


C13.2: Repair and reuse activities: outside

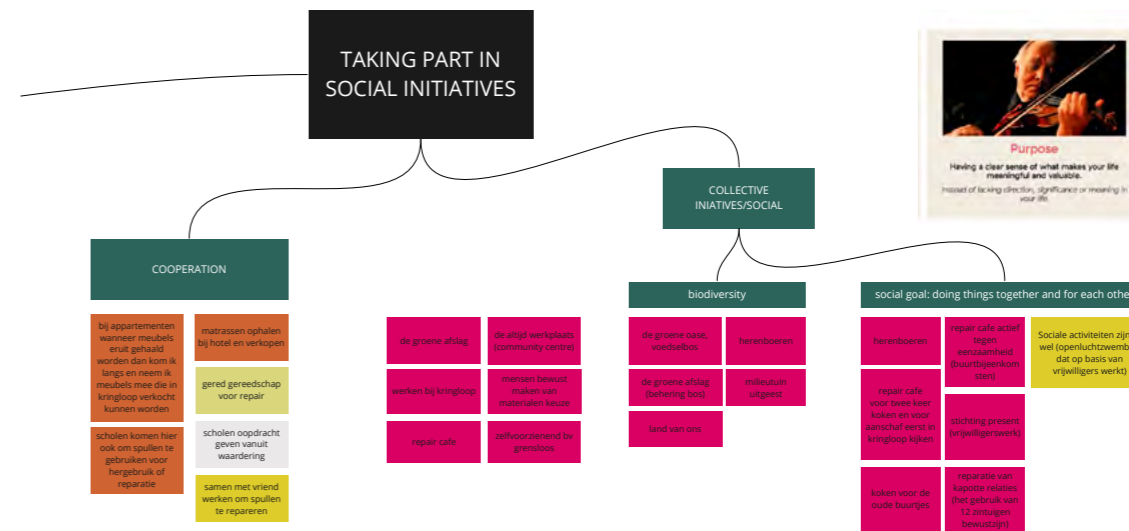
FOCUS ON REDUCING WASTE



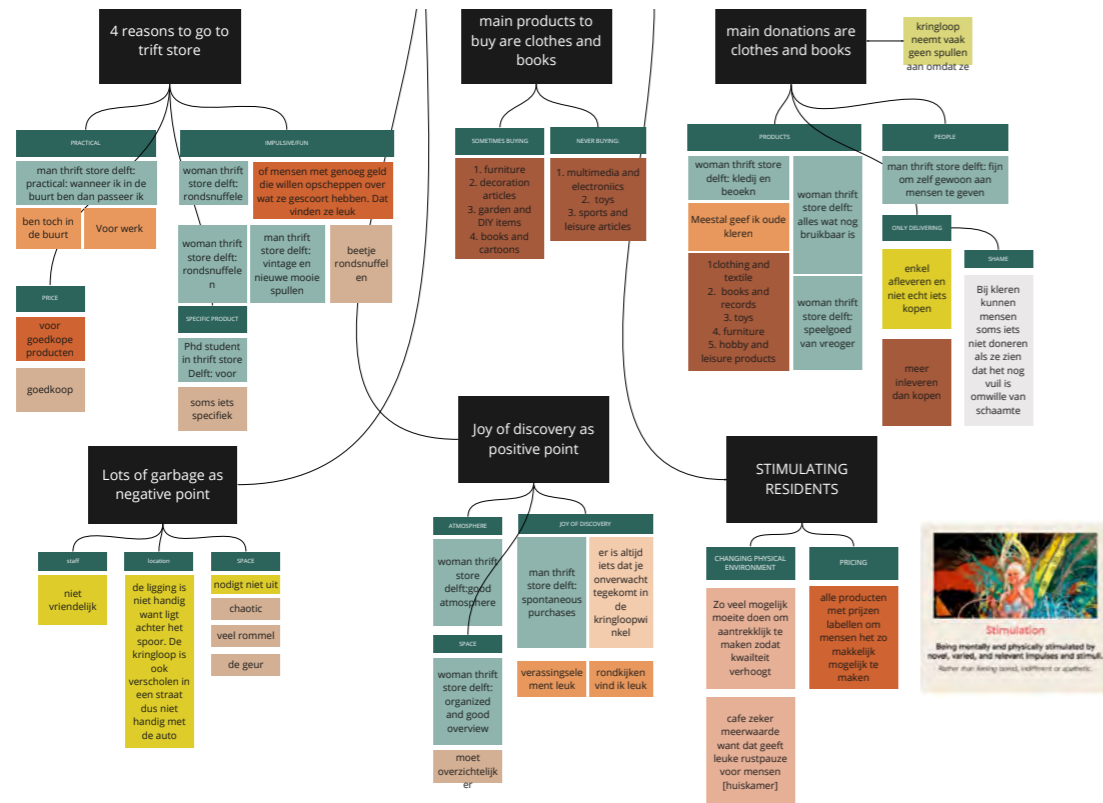
VISITING ESPECIALLY THRIFT STORE



TAKING PART IN SOCIAL INITIATIVES



C13.3: Visiting thrift store for the joy of discovery

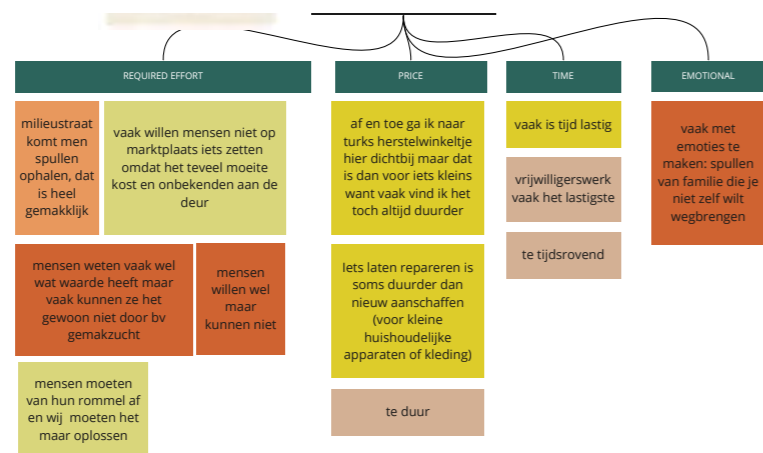


C13.4: Barriers related to repair and reuse activiteiten

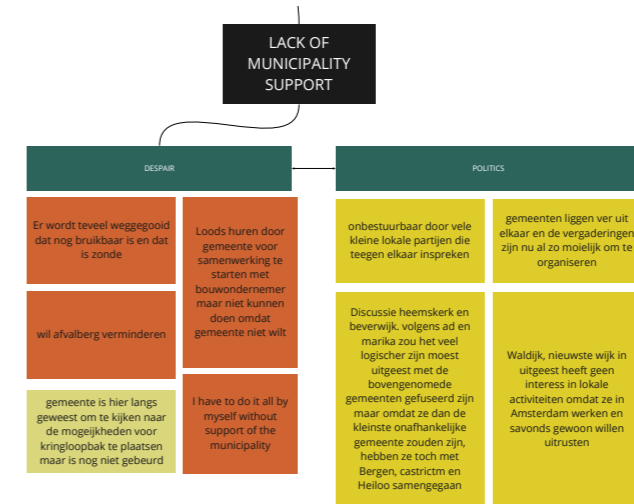
IGNORANCE



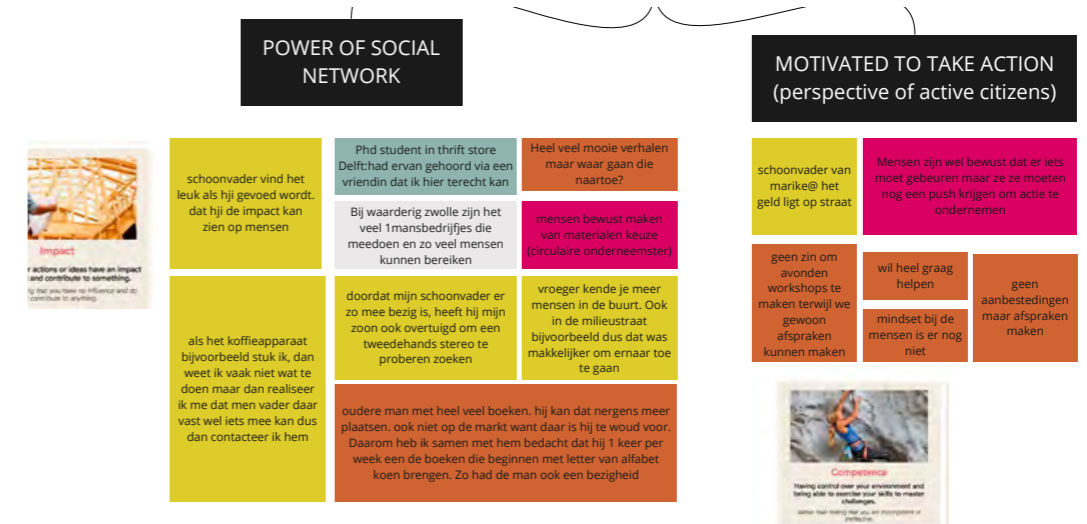
CONVENIENCE



LACK OF MUNICIPALITY SUPPORT

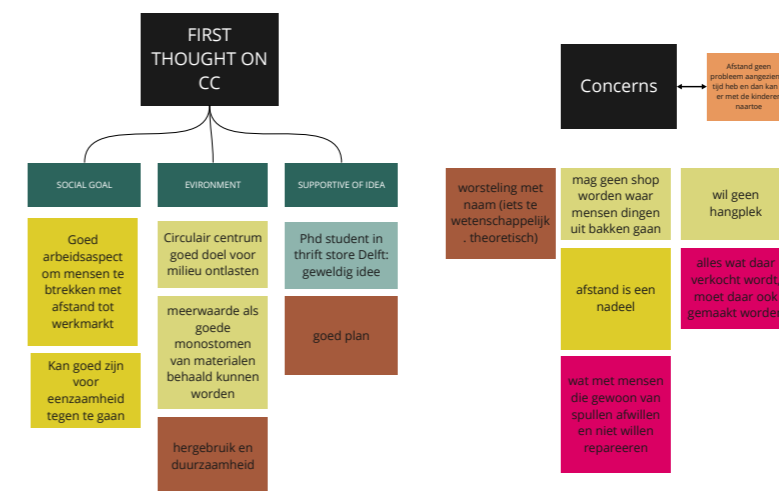


MOTIVATIONS

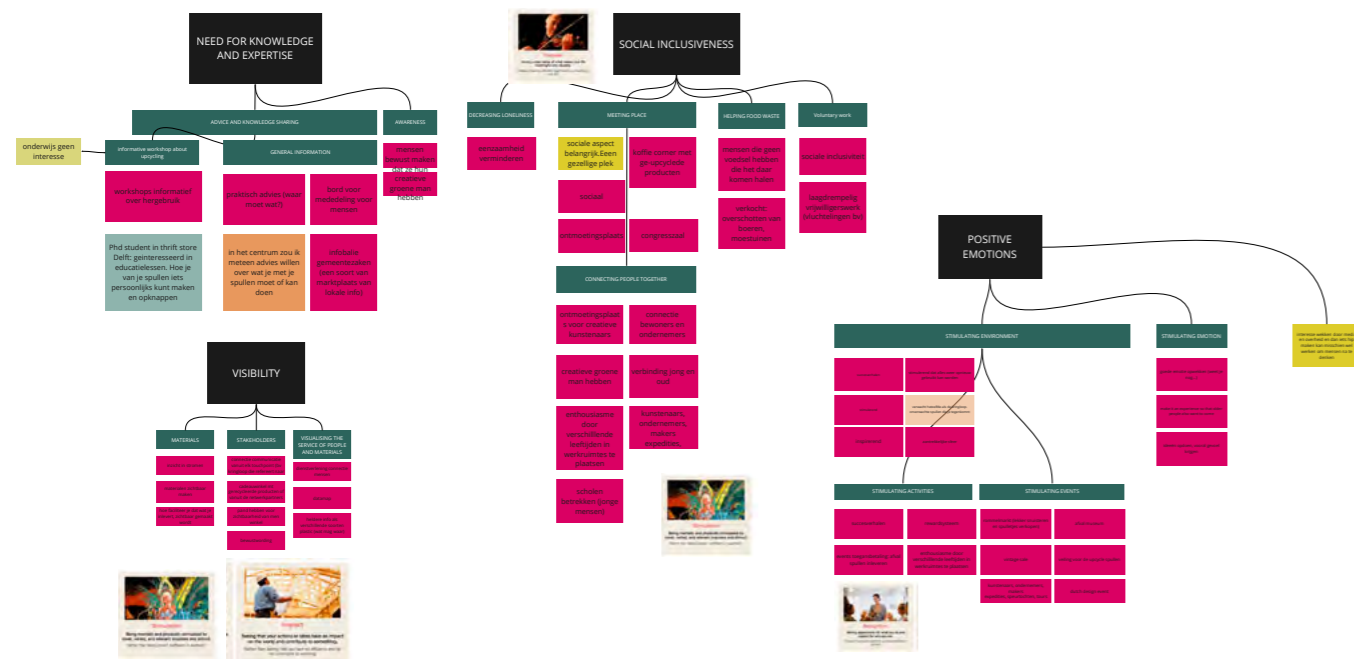


C13.5: circular center desires and expectations

FIRST THOUGHTS GOOD AND CONCERNS



DESIRES FOR A CIRCULAR CENTER: NEED FOR KNOWLEDGE, A MEETING PLACE, POSITIVE EMOTIONS AND VISIBILITY

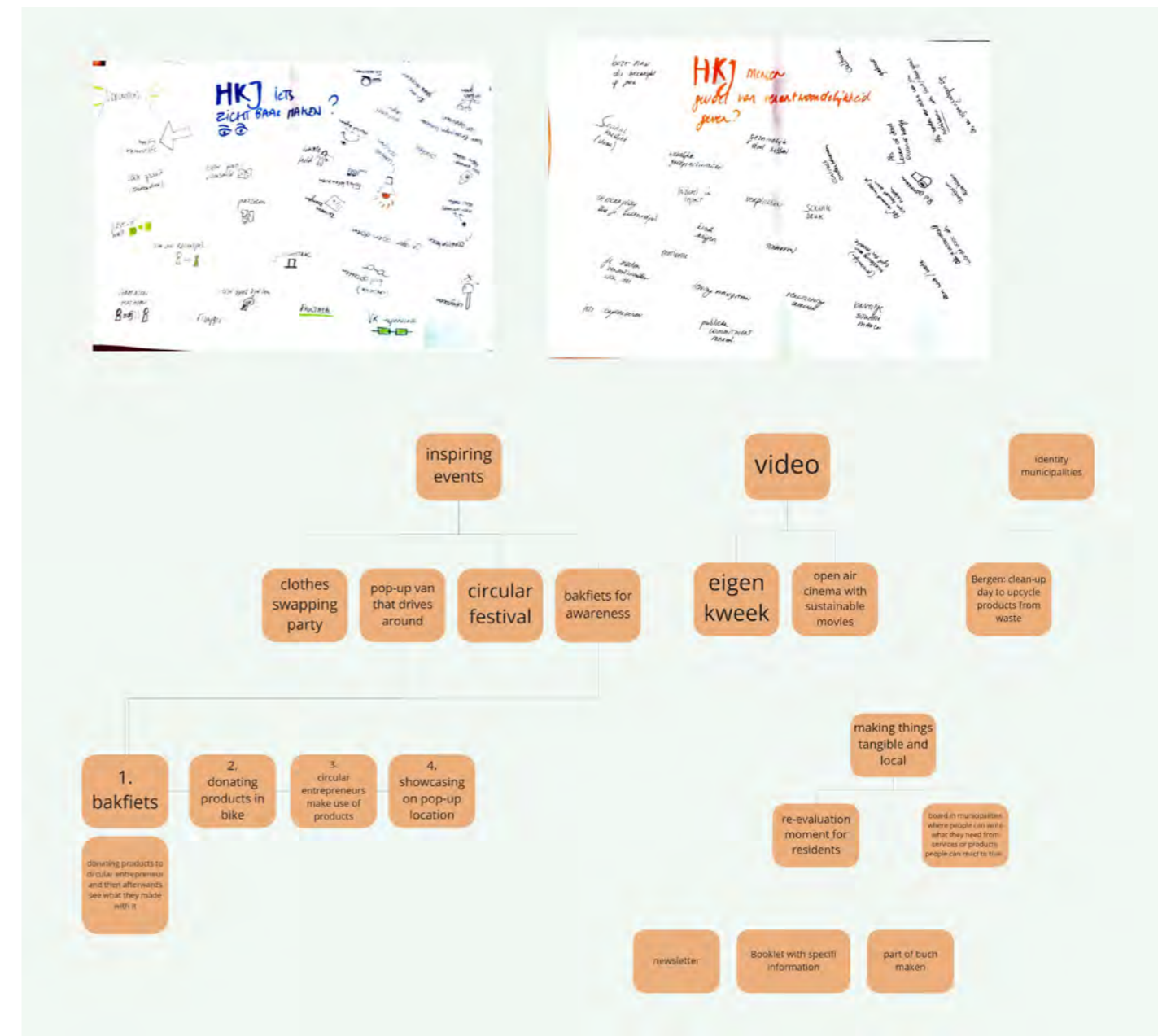


Appendix D: Concept development

D.1: Brainstorm session with students

D 1.1: HKJ on communication direction

D 1.2: Brainstorm on communication activities for the roadmap



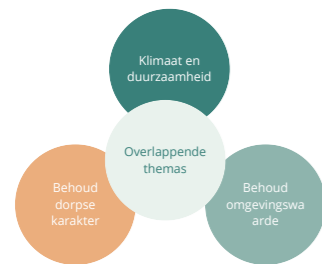
D.2: Finding common ground for the vision in municipalities

D 2.1: The buch common political program on sustainability

De context waarmee de BUCH-gemeenten te maken hebben

De Rijksopdrachten om CO₂ te reduceren, over te gaan naar een circulaire economie en de leefomgeving klimaat robuust in te richten, sluiten goed aan bij de ambities in de gemeentelijke politieke programma's in de BUCH-gemeenten. De landelijke klimaatdoelstellingen zijn op dit moment meestal ambitieuzer dan de gemeentelijke ambities. Dit komt doordat de Klimaatwet en het Klimaatakkoord tot stand zijn gekomen nadat de gemeentelijke politieke programma's gemaakt werden (m.u.v. gemeente Bergen). Ongeveer 70% van wat er in de gemeentelijke politieke programma's staat van de BUCH-gemeenten over duurzaamheid, komt overeen.

D 2.1: Addressing common themes in vision documents of municipalities



UITGEEST	dorpse karakter waar mensen elkaar leren kennen en wat over hebben voor elkaar omgevingsvisie	Rijk verenigingen en veel vrijwilligers (omgevingsvisie)	Onmoeten belangrijk 9omgevingsvisie)	dorp waar mensen elkaar leren kennen en wat voor elkaar over hebben (omgevingsvisie)	mooi vitaal en gezond dorp zijn	ruimte voor initiatieven		
BERGEN	duinen en kust-toeristisch, (SCHORREL) KUNSTENAARDORP, veel cultuur (bergen, bergen aan zee), oud vissersdorp met eerlijkheid en simpelheid bovenaan (egmond)	Stimuleren van kleinschalige en ambachtelijke bedrijvigheid en bedrijven.	n vermarkten als aantrekkelijke en veelzijdige toeristische gemeente.	egmond: er voor elkaar zijn als dat nodig is	MEER ZICHTBAARHEID HISTORIE NAAR BEWONERS EN TOERISTEN	ruimte voor initiatieven	stimuleren samenwerking overheid, inwoners en ondernemers	stimuleren van kennis en creativiteit dat in dorpen heerst
HEILOO		benutten en stimuleren initiatieven en creativiteit van bevolking	hongerden: 'Duurzaam leven is voor mij ook goedkoper leven, (flitspelling jongeren heiloo)	mix jong en oud voor levendige omgeving	elkaar kennen, bewoners moeten meer met elkaar in contact komen (https://bedenkmeevoet.be/bergen/indienkmevoet/bergen/indienkmevoet/er/omgevingsvisie/verult/aten+van+meevoet/versult/aten+van+meevoet/versult/aten+van+meevoet/versult/)	ruimte voor initiatieven		

D.3: Iteration vision with two residents

APPROACH

The goal was to get insights in whether the residents can identify themselves in the strategic vision that is created and what they would change about it. the focus was also on communication and what would be necessary according to them to improve on that aspect for the buch.

D3.1 QUESTIONS

Vragen Circulair centrum en een circulaire economie voor Ad 26/01/2022

Introductie:

Dag Ad! Eerst en vooral bedankt dat je de tijd wilt nemen om mijn vragen te beantwoorden, elke nieuwe input is van belang!

1. Eerst heb ik een aantal vragen voorbereid over jouw ervaring met de milieutuin.
2. Vragen over het circulair centrum
3. Dan paar vragen over mijn visie die ik voor het circulair centrum ontwikkelt heb en hoe jij daarover denkt
4. Vervolgens vragen over de communicatie omtrent stimuleren van hergebruik en reparatiegedrag
5. Nog een paar afsluitingsvragen

Links staan de vragen en rechts kan je jouw antwoord invullen

1. Jouw ervaring met milieutuin

Tijdens ons gesprek met Marika hadden we het over de milieutuin dat jij hebt opgericht en de groeiende interesse hiervoor. Daarover heb ik nog een aantal vragen.

- 1.1 Waarom komen mensen naar de milieutuin?
- 1.2 Waar krijg je het meeste voldoening uit?
- 1.3 Hebben mensen het gevoel dat ze bijdragen aan een circulaire economie als ze naar de milieustraat komen, denk je?
- 1.4 Waarom wel/niet? Hoe stimuleer je dat binnen de milieutuin community? Zie je jezelf als circulaire ondernemer? Indien niet, hoe zou je jezelf beschrijven? Want eigenlijk zou je de milieutuin ook kunnen zien als een circulaire plek toch? Waar mensen lokaal groenten produceren en zo een duurzamere levensstijl aannemen.

2. Het Circulair centrum voor Bergen, Uitgeest en Heiloo

2.1 Zijn er bepaalde zorgen die naar boven komen als je over het circulair centrum plan van de HUB gemeenten hoort?

Het centrum zou komen op een centrale plek tussen de gemeenten, waar verschillende bewoners van de gemeenten samen kunnen komen. Er is ook een mogelijkheid om lokaal iets te organiseren, wat zou dit volgens jou dan kunnen zijn? (bv. Werkplaats voor mensen in Uitgeest waar ze spullen kunnen maken en samenkomen)

3. Visie Circulair centrum

De visie staat onderaan de vragen weergegeven. Tijdens mijn onderzoek is het duidelijk geworden dat de bewoners een duidelijkere richting en communicatie nodig hebben vanuit de BUCH over het circulair centrum zodat het iets tastbaars kan worden. Het doel van mijn visie is om de buch te inspireren in wat mogelijk is voor het centrum en wat ik denk dat hierbij belangrijk is om het te kunnen ontwikkelen zodat bewoners er effectief naartoe willen gaan.

- 3.1 Hoe denk jij over deze visie?
 - 3.2 Kan jij je hierin vinden? Waarom wel/niet?
 - 3.3 Wat zou jij hier nog aan willen veranderen?
 - 3.4 Welke elementen moeten in deze visie nog vermeld worden die volgens jou van belang zijn?
- 3.1:

4. Communicatie stimuleren hergebruik en reparatiegedrag

- 4.1 Hoe vindt jij dat de buch beter kan communiceren naar bewoners toe?
- 4.2 Wat hebben de bewoners volgens jou nodig aan informatie om meer na te denken over hun huidige hergebruik en reparatiegedrag zodat ze een trigger krijgen om anders te doen?
- 4.3 Wat zou jij aan mensen vertellen die niet weten hoe ze moeten bijdragen aan hergebruik en reparatie?
- 4.4 Via welke kanalen kunnen de meeste bewoners bereikt worden?
- 4.5 Ik wil vooral concrete voorbeelden en inspiratie tonen aan mensen zodat ze begrijpen dat je geen circulaire ondernemer moet zijn om te kunnen bijdragen. Zie jij hier voor jezelf een rol in? Om bv in Uitgeest meer te tonen wat jij allemaal doet rondom de milieutuin en zo mensen te inspireren en motiveren om zelf een duurzamere levensstijl aan te nemen?
- Want hoe vaker mensen voorbeelden zien van een bepaald onderwerp, hoe meer ze denken dat dit voorkomt en hoe meer ze misschien zelf gaan nadenken over hun gedrag. Mensen gaven ook aan dat ze nood hadden aan voorbeelden en inspiratie. Als dat meer zichtbaar gemaakt kan worden dan kan dat een trigger zijn voor mensen om beter te doen. Ik dacht hierbij aan posters die lokaal kunnen opgehangen worden van mensen die iets doen rond reparatie en dat linken aan een website waar mensen inspirerende voorbeelden en filmpjes van mensen in de gemeente met talent kunnen vinden. Of een pop-up locatie waar mensen lokaal naartoe kunnen voor die voorbeelden te bekijken. Hoe denk jij hierover?

5. Afsluiting

- 5.1 Heb ik nog iets gemist dat je wil vertellen?
- 5.2 Heb je nog enkele tips die je wilt meegeven als het gaat om communicatie vanuit de buch naar bewoners toe met betrekking over het circulair centrum?

D3.2 ANSWERS

1. Jouw ervaring met milieutuin

Tijdens ons gesprek met Marika hadden we het over de milieutuin dat jij hebt opgericht en de groeiende interesse hiervoor. Daarover heb ik nog een aantal vragen.	1.1: De combinatie van tuinieren en gezelligheid spreekt hen aan. Verder het idee dat je van elkaar kunt leren, en ook dat je een paar weken op vakantie kunt gaan zonder dat je tuin verwildert.
1.1 Waarom komen mensen naar de milieutuin?	1.2: Sommigen uit het tuinieren zelf, anderen uit het feit dat ze onbespoten groenten krijgen, en weer anderen het sociale aspect.
1.2 Waar krijg je het meeste voldoening uit?	1.3: Voor sommigen geldt dat zeker; voor anderen minder
1.3 Hebben mensen het gevoel dat ze bijdragen aan een circulaire economie als ze naar de milieustraat komen, denk je?	1.4: Mensen zijn heel verschillend in dat opzicht. De onderlinge contacten op de tuin dragen echter zeker bij aan het milieubewustzijn van de mensen
1.4 Waarom wel/niet? Hoe stimuleer je dat binnen de milieutuin community?	1.5: Een circulaire ondernemer is een groot woord. Ik zie mezelf meer als iemand die probeert andere mensen bewust te maken van het wonder van de natuur en onze taak om daar zorgvuldig mee om te gaan. De tuin is een hulpmiddel daartoe.
1.5 Zie je jezelf als circulaire ondernemer? Indien niet, hoe zou je jezelf beschrijven? Want eigenlijk zou je de milieutuin ook kunnen zien als een circulaire plek toch? Waar mensen lokaal groenten produceren en zo een duurzamere levensstijl aannemen.	

2. Het Circulair centrum voor Bergen, Uitgeest en Heiloo

2.1 Zijn er bepaalde zorgen die naar boven komen als je over het circulair centrum plan van de HUB gemeenten hoort?	2.1: Eerlijk gezegd heb ik daar recent weinig over gehoord. Dat is ook mijn schuld. Ik ben momenteel erg druk met andere activiteiten, en heb nauwelijks tijd voor de gemeenteraad.
2.2 Het centrum zou komen op een centrale plek tussen de gemeenten, waar verschillende bewoners van de gemeenten samen kunnen komen. Er is ook een mogelijkheid om lokaal iets te organiseren, wat zou dit volgens jou dan kunnen zijn? (bv. Werkplaats voor mensen in Uitgeest waar ze spullen kunnen maken en samenkomen)	2.2: Ik denk dat een plaatselijk initiatief meer kans van slagen heft dan een gezamenlijk centrum in Castricum bijvoorbeeld. Uitgeesters kennen elkaar en vinden het leuk om iets samen te doen. Castricumers zijn een ander volk, en de inwoners van Heiloo en Bergen kennen we helemaal niet.

3. Visie Circulair centrum

De visie staat onderaan de vragen weergegeven. Tijdens mijn onderzoek is het duidelijk geworden dat de bewoners een duidelijkere richting en communicatie nodig hebben vanuit de BUCH over het circulair centrum zodat het iets tastbaars kan worden. Het doel van mijn visie is om de buch te inspireren in wat mogelijk is voor het centrum en wat ik denk dat hierbij belangrijk is om het te kunnen ontwikkelen zodat bewoners er effectief naartoe willen gaan.	3.1: Ik denk dat je moet beginnen met iets in elk van de gemeenten. Mensen uit Uitgeest fietsen niet naar Castricum om hun koffie apparaat te laten repareren. Alleen voor meer gespecialiseerde klussen (elektronica) zou je iets op BUCH niveau kunnen beginnen.
3.1 Hoe denk jij over deze visie?	3.2: Zie boven. Het centrum is te vergelijken met onze milieutuin. Daar komen ook alleen maar mensen uit Uitgeest en Heemskerk. Mensen die naar Castricum verhuizen, haken af omdat de afstand te groot is.
3.2 Kan jij je hierin vinden? Waarom wel/niet?	3.3: Nog een ander voorbeeld: de milieustraat. Ik zou in principe mijn afgedankte spullen ook naar Castricum kunnen brengen, mar dat is me te ver en daar weet ik niet de weg. Dus wacht ik op een dag dat de milieustraat in Uitgeest open is.
3.3 Wat zou jij hier nog aan willen veranderen?	3.4: Zie boven
3.4 Welke elementen moeten in deze visie nog vermeld worden die volgens jou van belang zijn?	

4. Communicatie stimuleren hergebruik en reparatiegedrag

4.1 Hoe vindt jij dat de buch beter kan communiceren naar bewoners toe?	4.1: Ik zie weinig communicatie vanuit de BUCH naar de bewoners. Al dit soort dingen wordt vanuit de gemeenteraad of lokalen verenigingen uitgedragen
4.2 Wat hebben de bewoners volgens jou nodig aan informatie om meer na te denken over hun huidige hergebruik en reparatiegedrag zodat ze een trigger krijgen om anders te doen?	4.2: Er moet eerst een plek komen waar ze hun kapotte spullen heen kunnen brengen. Met alleen maar er aan denken, schieten ze niets op.
4.3 Wat zou jij aan mensen vertellen die niet weten hoe ze moeten bijdragen aan hergebruik en reparatie?	4.3: Dat ze hun kleren en spullen (fietsen, auto's etc.) langer moeten blijven gebruiken.
4.4 Via welke kanalen kunnen de meeste bewoners bereikt worden?	4.4: Plaatselijke advertentiebladen
4.5 Ik wil vooral concrete voorbeelden en inspiratie tonen aan mensen zodat ze begrijpen dat je geen circulaire ondernemer moet zijn om te kunnen bijdragen. Zie jij hier voor jezelf een rol in? Om bv in Uitgeest meer te tonen wat jij allemaal doet rondom de milieutuin en zo mensen te inspireren en motiveren om zelf een duurzame levensstijl aan te nemen?	4.5: Ja, wij doen ook aan bewustwording via open dagen en het uitnodigen van mensen om groenten te komen kopen op de tuin. Afgelopen september hadden we het "fête de la nature" waar ongeveer 200 bezoekers op af kwamen. Verder schrijven we stukjes in De Uitgeester en zitten we op facebook. Ik doe dat trouwens niet allemaal zelf; we hebben binnen onze groep een paar creatievelingen die daar veel plezier aan beleven.
4.6 Want hoe vaker mensen voorbeelden zien van een bepaald onderwerp, hoe meer ze denken dat dit voorkomt en hoe meer ze misschien zelf gaan nadenken over hun gedrag. Mensen gaven ook aan dat ze nood hadden aan voorbeelden en inspiratie. Als dat meer zichtbaar gemaakt kan worden dan kan dat een trigger zijn voor mensen om beter te doen. Ik dacht hierbij aan posters die lokaal kunnen opgehangen worden van mensen die iets doen rond reparatie en dat linken aan een website waar mensen inspirerende voorbeelden en filmpjes van mensen in de gemeente met talent kunnen vinden. Of een pop-up locatie waar mensen lokaal naartoe kunnen voor die voorbeelden te bekijken. Hoe denk jij hierover?	4.6: Ik denk dat je gewoon ergen moet beginnen, en dan dan reclame voor maken. Als mensen zien dat het werkt, gaan ze erin geloven.
5. Afsluiting	
5.1 Heb ik nog iets gemist dat je wil vertellen?	5.1: Ik denk dat een circulair centrum ook een middel is om bewoners bij elkaar te brengen; het sociale leven te bevorderen.
5.2 Heb je nog enkele tips die je wilt meegeven als het gaat om communicatie vanuit de buch naar bewoners toe met betrekking over het circulair centrum?	5.2: In mijn optiek moet het vooral vanuit de gemeenten zelf komen; de BUCH kan een coördinerende rol spelen.

1. Jouw ervaring met hergebruik en reparatie	
Heb al van Marika vernomen dat je een bezige bij bent die graag anderen stimuleert om aan hergebruik (bv. iets op marktplaats te kopen of kapot koffiemachine niet weggooien) of reparatie te doen.	1. Dat het opnieuw gebruikt wordt
1.1 Wat vindt je het leukst aan die hergebruik of reparatieactiviteiten dat je doet?	1.2: Als mensen het waarderen
1.2 Waar krijg je het meeste voldoening uit?	1.3: Niet naar de gemeentewerf brengen
1.3 Hoe belangrijk is het om iemand zoals jij in de familie of sociaal netwerk te hebben? Wat is het effect daarvan?	1.4: Niet nadenken, deden we vroeger ook niet
1.4 Waarom denk je dat sommige mensen niet aan hergebruik doen?	1. Gemakzucht, niet kunnen
1.5 Waarom denk je dat sommige mensen niet aan reparatie zelf doen?	1.6: praten hoe we het kunnen oplossen
1.6 Zie je jezelf als circulaire ondernemer? Indien niet, hoe zou je jezelf beschrijven als mensen naar je toe zouden komen met een product die ze niet meer kunnen gebruiken?	
2. Het Circulair centrum voor Bergen, Uitgeest en Heiloo	
2.1 Heb je al gehoord van het circulair centrum dat de BUCH wilt opstarten?	3. nee
2.2 Wat denk jij dat dit inhoudt?	4. Zoveel mogelijk in de omloop houden
2.3 Wat vindt je van dit concept?	5. Zeer goed
2.4 Zijn er bepaalde zorgen die naar boven komen als je over dit plan hoort?	6. Moet ik eerst weten hoe wat
2.5 Het centrum zou komen op een centrale plek tussen de gemeenten, waar verschillende bewoners van de gemeenten samen kunnen komen. Er is ook een mogelijkheid om lokaal iets te organiseren, wat zou dit volgens jou dan kunnen zijn? (bv. Werkplaats voor mensen in Uitgeest waar ze spullen kunnen maken en samenkomen)	7. Er is iets zoals een repair cafe
8. Visie Circulair centrum	
De visie staat onderaan de vragen weergegeven. Tijdens mijn onderzoek is het duidelijk geworden dat de bewoners een duidelijkere richting en communicatie nodig hebben vanuit de buch over het circulair centrum zodat het iets tastbaars kan worden. Het doel van mijn visie is om de buch te inspireren in wat mogelijk is voor het centrum en wat ik denk dat hierbij belangrijk is om het te kunnen ontwikkelen zodat bewoners er effectief naartoe willen gaan.	2. Goed doen
8.1 Hoe denk jij over deze visie?	3.2: wel
8.2 Kan jij je hierin vinden? Waarom wel/niet?	3.3: zie ik wel in een gesprek
8.3 Wat zou jij hier nog aan willen veranderen?	3.4: elke week in de uitgeester bij gemeente pagina herhalen
8.4 Welke elementen moeten in deze visie nog vermeld worden die volgens jou van belang zijn?	
9. Communicatie stimuleren hergebruik en reparatiegedrag	

Appendix E: Roadmap

E.1: Message Pyramid for the communication strategy

9.1 Hoe vindt jij dat de buch beter kan communiceren naar bewoners toe?	3. Dat ze terugbellen als ze het beloven!!!
9.2 Waarom denk	3.2: zie uitgeeste krant
9.3 Wat hebben de bewoners volgens jou nodig aan informatie om meer na te denken over hun huidig hergebruik en reparatiegedrag zodat ze een trigger krijgen om anders te doen?	3.3: het belang van vervuiling
9.4 Wat zou jij aan mensen vertellen die niet weten hoe ze moeten bijdragen aan hergebruik en reparatie?	3.4: ziee uitgeester krant
9.5 Via welke kanalen kunnen de meeste bewoners bereikt worden?	4. Wel folders bij vuilstort
9.6 Ik wil vooral concrete voorbeelden en inspiratie tonen aan mensen zodat ze begrijpen dat je geen circulaire ondernemer moet zijn om te kunnen bijdragen. Zie jij hier voor jezelf een rol in? Om bv in Uitgeest meer te tonen wat jij allemaal doet en zo mensen te inspireren en motiveren om spullen te brengen die jij kan gebruiken en verkopen? Waarom wel/niet?	3.6:
10. Afsluiting	
10.1 Heb ik nog iets gemist dat je wil vertellen?	5. Nee nu niet
10.2 Heb je nog enkele tips die je wilt meegeven als het gaat om communicatie vanuit de buch naar bewoners toe met betrekking over het circulair centrum?	5.2: nee nu niet



E.2: Guideline for the value proposition and campaign message



E.4: Brainstorming on campaign strategy and messages

Debriefing

Creating a campaign that

1. creates familiarity with the identity of the circular centre
2. triggers residents to see other possibilities for reuse and repair practices
3. embraces the richness of the three municipalities

4C analysis

1. CC:
 - a. No clear social association for circular centre whereas this was stated in their needs
2. RESIDENTS:
 - a. other practices in the Netherlands: especially focus on circular entrepreneurs first whereas residents cannot be forgotten otherwise nobody will visit the centre
 - b. need for local action by active residents and circular entrepreneurs. they want to play an active part in contributing and motivating other residents
 - c. No social norm
 - d. no clear direction
 - e. Connections make the difference in someone's attitude towards repair and reuse practices
 - f. residents might think it is difficult to contribute when you are not handy
3. MUNICIPALITIES
 - a. residents want to have something organised in their own local municipality before addressing something on the BUCH level
 - b. political tension: communication on the local level is required, no communication on buch level

Insights

1. The circular centre should be about an experience centre, including the social aspect (meeting each other, making connections)
2. Residents can use some inspiration and stimulation of others that show concrete examples and situations where they can make an impact
3. Feeling a sense of pride in the municipality and showing this in the circular centre

Strategy and key message

1. Het circulair centrum draait niet alleen over hergebruik en reparatie maar is ook een sociaal belevingscentrum waar inspiratie en mensen samenkomen

- a. leren van elkaar: plek waar mensen elkaar kunnen vinden, ideeën en passies kunnen uitwisselen en nieuwe verbindingen ontstaan
 - b. showcases wat mogelijk is rondom hergebruik en reparatie en wat mensen daarrond al doen in de verschillende gemeentes
2. Iedereen kan iets bijdragen, kijk hoe anderen het doen en wat jij hieruit kan toepassen!
- a. voordelen:
 - i. het hoeft niet moeilijk te zijn om te kunnen bijdragen
 - ii. je hoeft niet handig te zijn om te kunnen bijdragen
3. : Er zijn genoeg doeners aanwezig in jouw gemeente, kijk hier voor inspiratie
- a. elkaar helpen en daarmee producten een twee leven geven, als dat niet mooi is!

The message that can be conveyed in the launch campaign is the following: With the campaign, everyone can open their eyes, see the possibilities for repair and reuse practices and understand that building connections locally works. This is based on the two main insights retrieved from interviews with residents. Local impact and stimulation respectively. Active residents and circular entrepreneurs want to have a platform to reach out to other residents. Residents themselves want inspiring examples. Making these examples tangible and concrete, making sure that residents understand their part in the network, will contribute to this assessment. Combining a voice for active residents and entrepreneurs with showing the concrete benefits for the residents creates a win-win situation. It is about building connections and helping each other while contributing to a better environment.

Concept

- 1. identiteit CC
- 2. Heel de BUCH draagt bij: samen bijdragen aan een toekomstige gezonde gemeente zonder afval
- 3. movement: de doeners
 - a. door mensen te verbinden, maken we het verschil!

Execution

Call to action

Intervention: de doeners
Wat is het?

platform waar mensen kunnen aanmeldingen doen voor in de krant om spullen door te geven of verkopen aan iemand die er wel wat mee kan

Bijdragen een beter leefmilieu en terwijl ook iemand helpen? Geef producten een tweede leven door ze te doneren of te verkopen aan iemand die er wel wat mee kan!

Want iedereen kan iets DOEN.

Er zijn voldoende mogelijkheden dus om de levensduur van wat u al bezit, te verlengen, zonder het weg te moeten gooien en iets nieuws te moeten kopen!

Towards local impact

Ingredients for Circular center Brand co-creation

(define essence of identity of the brand, the goal that a consumer will achieve by using the brand and explains why it is superior to other means of accomplishing this goal brands are always built from inside out (to make the brand authentic to the user the organization behind it has to be rendered authentic)

- 1. building internal support for branding
- 2. Building brand foundations here is where I learned a lot!
- 3. Brand launch and assessment

Brand foundations

- 1. research: gaps identified
- 2. positioning
 - a. 1. Who Are You?
 - b. 2. What Do You do?
 - c. 3. Why Does It matter

Process: engaging with residents, knowing their perspective and needs, translating that into positioning

Appendix F: Residents meeting 2

F.1: Preparation

Naar een circulaire toekomst met het circulair centrum! Hoe kunnen we daar geraken en wat denken de bewoners hiervan? Want we willen richting concrete stappen. Een stap hiernaartoe is de juiste communicatiemethode/mate van participatie/facilitatie vinden die bewoners aanspreekt dus dat willen we ook toetsen op de bewonersbijeenkomst. Dat doen we door de volgende "sessies" bewoners te inspireren om hun stem daarover te laten horen.

Vragen die beantwoord worden:


1. Hoe zien de bewoners circulariteit op lokaal niveau gebeuren als het gaat over communicatie en participatie? Op welke manier willen jullie lokaal bijdragen (inspireren, kennis delen, motiveren) en wat is dat daar voor nodig (bv meer zichtbaarheid gecreëerd wordt zodat iedereen weet hoe die kan bijdragen aan een circulaire economie? >stimuleren van bewustwording.)
2. Hoe zien de bewoners dat op regionaal niveau, in samenwerking met meerdere gemeenten? Wat is op regionaal niveau nodig van support nodig/identiteit? Zien ze baten moest er iets regionaal komen en wat is dan nodig?
3. Wat vinden ze van de invulling van de voorgestelde functies van het CC en in hoeverre zouden ze daar gebruik van maken en hoe?

Verloop workshop bewonersbijeenkomst	
Inleiding - Esther, schetst de achtergrond Circulair Centrum Inleiding en verloop van de middag - indeling groepen indien > 10 bewoners - 1 groep oefening 1 en 2 en andere 3 en 4 (groep splitsen)	5 min 5 min
Oefening 1: scenario's lokaal niveau Doel: Wat willen de bewoners op lokaal niveau? Wat vinden ze van belang.	10 min
<ul style="list-style-type: none"> • Drie posters met gewenst gedrag op een grote flip-over:- brown paper <ol style="list-style-type: none"> 1. Inspireren 2. kennis delen 3. Motiveren • Bij elke poster wordt er een inspirerend voorbeeld/situatie gegeven • Mensen moeten bij elke pilaar aangeven wat ze concreet zouden doen (scenario beschrijven). <ul style="list-style-type: none"> o bv als ik iemand zou inspireren dan zou ik dat doen op deze manier...(antwoord) • Tussendoor vragen aan iemand waarom een bepaald element belangrijk is op lokaal niveau 	
Samenvatting oefening 1 Wat is het belangrijkste voor jullie op lokaal niveau? In gesprek met bewoners	5 min
Inleiding oefening 2	5 min
Oefening 2: scenario's regionaal niveau Doel: Wat willen de bewoners op regionaal niveau? Belang en voorbeelden daarvan schetsen	10min
<ul style="list-style-type: none"> • Op een grote flip-over moeten de bewoners dan een van de volgende vier stappen ondernemen: <ol style="list-style-type: none"> 1. post-its verplaatsen van lokaal naar regionaal als ze denken dat het beter op regionaal vlak kan (bundeling van krachten en middelen) 2. Post-its bij lokaal laten staan 3. Post-its zowel bij lokaal en regionaal plaatsen 4. Nieuwe post-its toevoegen op regionaal niveau 	

<ul style="list-style-type: none"> • Tussendoor vragen aan iemand waarom een bepaald element belangrijk is op regionaal niveau 	
Samenvatting oefening 2 Wat is het belangrijkste voor jullie op regionaal niveau? In gesprek met bewoners	5 min
Inleiding oefening 3	5 min
Oefening 3: Personacheck Doel: hoe willen mensen betrokken blijven nu en toekomst ontwikkeling Circulair Centrum?	10min
<ul style="list-style-type: none"> • personacheck: <ul style="list-style-type: none"> o ga staan waar je het meest mee identificeert (n.a.v. participatie pyramide)nu <ul style="list-style-type: none"> ■ informeren, ■ consulteren, ■ delegeren, ■ co-creeren o maar is dit ook positie die je wil hebben of zou je actiever willen zijn? 	
Inleiding oefening 4	5 min
Oefening 4: communicatie Doel: weten hoe de bewoners betrokken willen blijven, wat hen hierin kan ondersteunen	10 min
<ul style="list-style-type: none"> • als je eindpositie inneemt, Wat heb je daar dan voor nodig (bv facilitatie, communicatie) 	
Totaal aantal minuten:	70 min
Inleiding plenaire sessie Invulling voorgestelde functies Centraal scherm - beeld van en korte omschrijving elke functie (zonder sturend te zijn)	5 min 30 min
<ul style="list-style-type: none"> - Werkplaats - Verschillende inname punten - Opslag - Cafe - Klein klaslokaal - Groot lokaal/ evenementen ruimte - Ateliers (3 tal) 	
Bewoners schrijven op de betreffende kaart bij elk beeld of ze dit willen en wat zij dan zouden willen (doen, gebruiken, wens/behoefte)	
Totaal aantal minuten	35 min
Afsluiting met verloting krukje en schets vervolg	15 min
Totaal	120 minuten

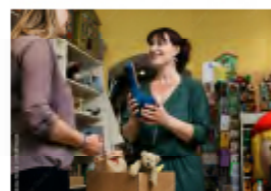

F.1.1: FIRST ROUND: FOCUS ON LOCAL INVOLVEMENT

DEEL 1: 3 PILAREN LOKAAL NIVEAU






Verloop:


- Drie pilaren met gewenst gedrag op een grote flip-over:
 4. Inspireren
 5. kennis delen
 6. Motiveren
- Bij elke pilaar wordt er een inspirerend voorbeeld/situatie gegeven
- Mensen moeten bij elke pilaar aangeven wat ze concreet zouden doen (scenario beschrijven).
 - bv als ik iemand zou inspireren dan zou ik dat doen op deze manier...(antwoord)
- Tussendoor vragen aan iemand waarom een bepaald element belangrijk is op lokaal niveau

	Inspireren	Motiveren	Kennis delen
Vb	Benjamin houdt zich graag bezig met spullen kopen, repareren en weer doorverkopen zodat het product weer een tweede leven krijgt. Hiervoor plaats hij soms een advertentie in de krant zodat mensen hem spullen die zij niet weer willen, kunnen geven. Hiermee kan hij dan weer er iets moois van maken. De persoon die het product geeft is blij dat hij iemand kan helpen en Benjamin voelt zich gewaardeerd omdat hij er iets moois mee kan maken.	Marieke motiveert graag haar burens om spullen die nog bruikbaar kunnen zijn te delen met elkaar. dit doet ze door ze persoonlijk aan te spreken om naar haar buurtbijeenkomst te komen waar iedereen spullen meebrengt die voor hun overbodig lijken, maar voor iemand nog interessant kan zijn. Op die manier kunnen mensen ook een praatje slaan maar ook zien dat hun spullen een tweede leven krijgen bij iemand die er wel wat mee kan!	Yvonne repareert graag oude meubels of kleine spullen. Daar kan zij af en toe wel hulp bij gebruiken. Haar zoon helpt maar al te graag en zo leer ze ook iets bij! Yvonne vindt het leuk om die kennis ook over te dragen met haar door samen meubels te repareren. Zo ziet hij ook in dat je niet altijd iets nieuws hoeft te kopen en samen aan iets werken is gewoon leuk.
			

F.1.2: SECOND ROUND: FOCUS ON REGIONAL INVOLVEMENT

			
Scenario beschrijven	Als ik iemand zou inspireren om aan hergebruik of reparatie te doen, dan zou ik dat op de volgende manier doen... (beschrijf hoe jij dit zou aanpakken)	Als ik iemand zou motiveren om aan hergebruik of reparatie te doen, dan zou ik dat op de volgende manier doen... (beschrijf hoe jij dit zou aanpakken)	Als mijn kennis rond hergebruik en reparatie zou willen delen met iemand, dan zou ik dat op de volgende manier doen... (beschrijf hoe jij dit zou aanpakken)

DEEL 2 NAAR REGIONAAL NIVEAU



Verloop:

- Op een grote flip-over moeten de bewoners dan een van de volgende vier stappen ondernemen:
 5. post-its verplaatsen van lokaal naar regionaal als ze denken dat het beter op regionaal vlak kan
 6. Post-its bij lokaal laten staan
 7. Post-its zowel bij lokaal en regionaal plaatsen
 8. Nieuwe post-its toevoegen op regionaal niveau
- Tussendoor vragen aan iemand waarom een bepaald element belangrijk is op regionaal niveau

DEEL 3 personacheck

Verloop:

- ga staan waar je het meest mee identificeert stickers plakken (me neemt stickers mee) (n.a.v. participatie pyramide)
 - inform,
 - consult,
 - delegate,
 - co-create

Informereren	Consulteren	Co-creëren	Delegeren
Heb wel interesse om aan hergebruik of reparatie te doen maar ben hier eig nog eerder passief in	Ik weet wel wat over hergebruik en reparatie. Daarom ga ik graag gesprekken aan om mijn mening te geven over wat er kan veranderen maar erg actief ben ik hierin niet	Gemotiveerd om deel te nemen aan workshops/activiteiten of buurtinitiatieven die mij en mijn omgeving stimuleren om meer aan hergebruik en reparatie te doen	Vooral vastberaden om iets bij te dragen aan de gemeenschap. Hierin ook een actieve rol willen spelen om andere bewoners hier bij te stimuleren. Graag zelf opzetten of organiseren van initiatieven of events voor en met bewoners

◦ maar is dit ook positie die je wil hebben of zou je actiever willen zijn?

OEFENING 4 COMMUNICATIE NODIG

Verloop:

- Waaraan voel je je het meest verbonden en aan wil bijdragen?
- als je eindpositie inneemt, Wat heb je daar dan voor nodig (bv facilitatie, communicatie)

F.2: Results

F.2.1: RESULTS PARTS 1 LOCAL LEVEL

Resultaten bewonersbijeenkomst



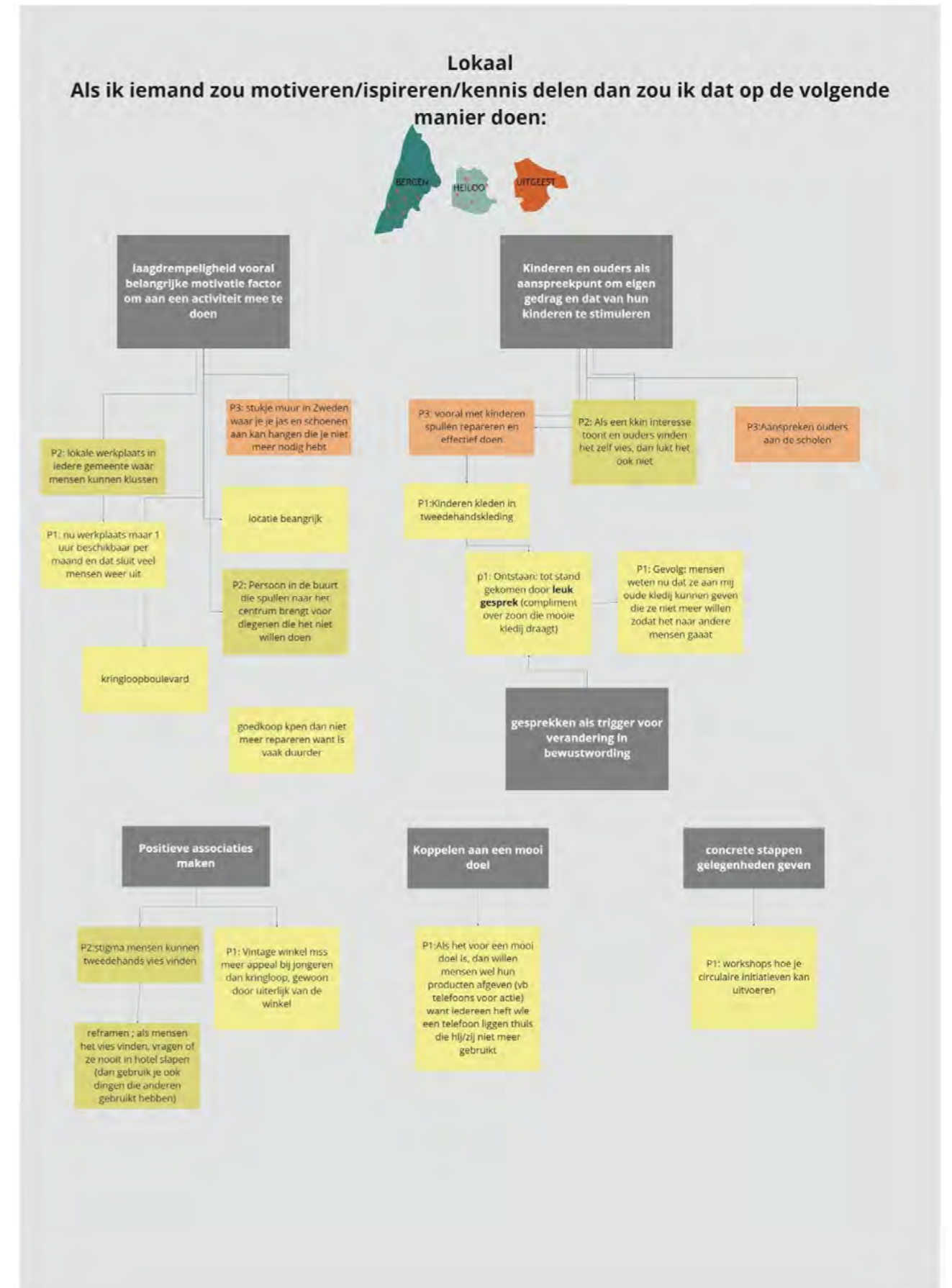
Lokaal niveau

- Vooral de gesprekken tussen de mensen en ontmoetingen zijn van belang. Dit geeft de bewoner een rewarding gevoel als ze zien dat wat ze doen positief beoordeeld wordt (vb gerie met tweedehandskleding kind)
- In die gesprekken komen er dan ook ideeën en mogelijkheden ter sprake (vb Gerie, door het bij scholen te hangen bvb)
- laagdrempeligheid komt altijd terug: maak het niet te moeilijk voor mensen om deel te nemen
- Geeft mensen de kans om ook buiten hun bekende cirkel uit te wisselen over duurzaamheid
- Naast de laagdrempeligheid wordt ook deskundigheid genoemd en voorbeelden die inspireren.
- Mensen krijgen informatie hoe en waar bvb bepaalde dingen die ze aangeven in jouw kolommen kunnen doen.
- Wat betreft de kinderen en ouders; voorbeelden van andere kinderen, hun eigen peers. (zoals inderdaad dat voorbeeld van die jongen met zijn kleding)
- Lokale bibliotheken betrekken
-

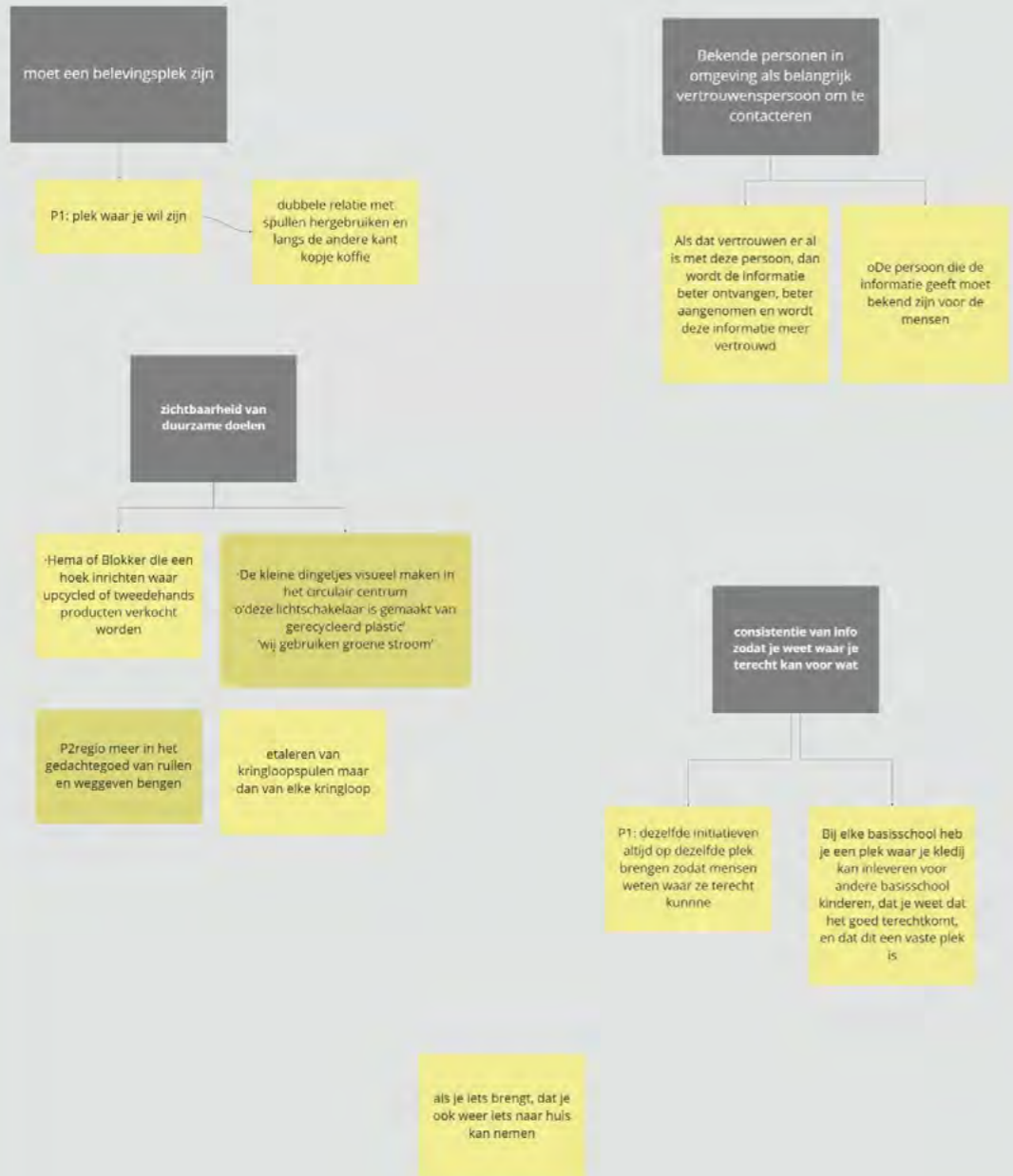
F.2.2: RESULTS PART TWO REGIONAL LEVEL

Regionaal niveau

- beleving is belangrijk: naast hergebruik ook kopje koffie en ontmoeting van belang- buiten hun eigen bekende lokale/kennissen kring
- Als men een persoon in hun eigen omgeving vertrouwt, dan komt de informatie ook duidelijker over
- Als het meer gedaan wordt op diverse plekken, geeft dat ook inspiratie en vertrouwen
- Consistentie en deskundigheid van info belang:
 - weten waar je wat kan vinden en dat dit altijd herhaalt wordt via dezelfde kanalen
 - Regionale verwijzing naar lokale initiatieven
- Zichtbaarheid van lokale initiatieven moeten terug te zien zijn in het centrum
 - etalage van initiatieven/kringloopwinkels
 - Vermeding van repair cafes op diverse lokaties



Regionaal

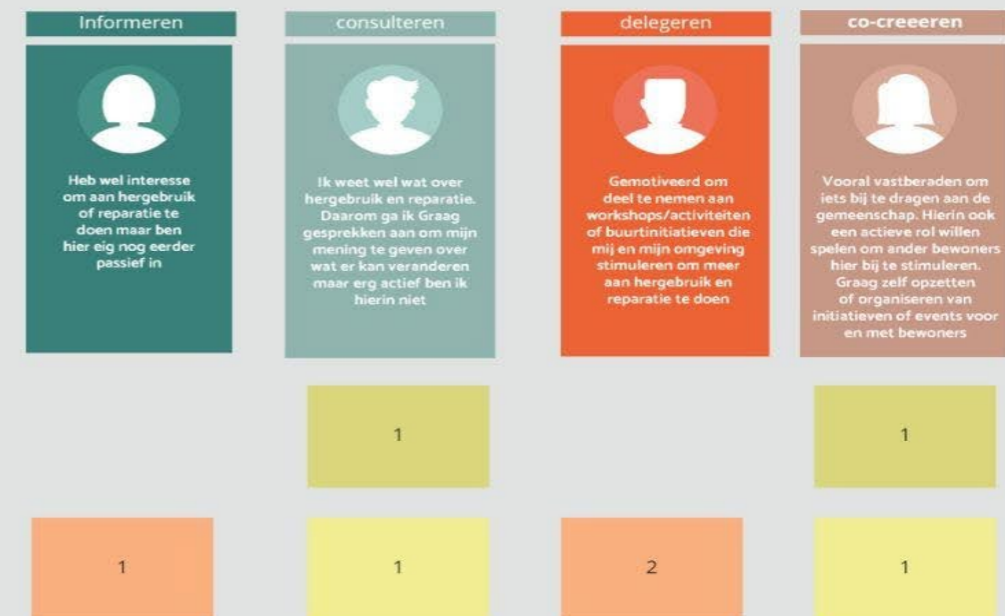


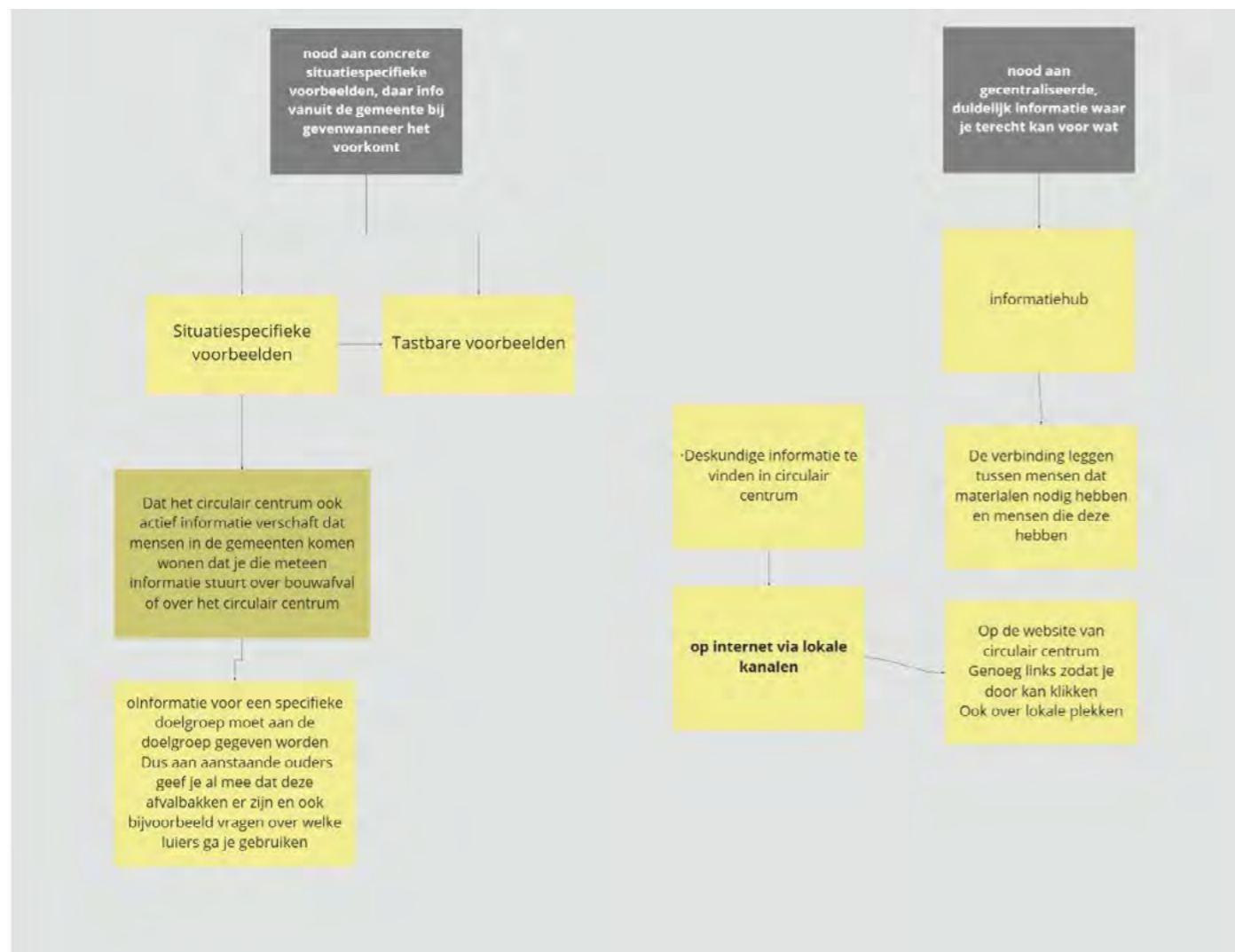
F3.2: RESULTS PART THREE SUPPORT NEEDED

Ondersteuning voor hoe betrokken ze momenteel zijn en in de toekomst

- Er is vooral nood aan situatiespecifieke en tastbare voorbeelden zodat mensen meteen aan de slag kunnen en hun informatie niet urenlang ergens moeten zoeken
 - Ook is er nood aan gecentraliseerde info bv een website over het circulair centrum waar bewoners alles over het regionale kunnen vinden maar ook wat er lokaal gebeurt en te zien is in de verschillende gemeenten (dus voor elke gemeente apart een tab binnen de website)
 - Ik denkmeever onbekend . Nu vooral digitaal via de lokale kranten (Uitgeester, Heiloo)
 - Voorbeeld
 - Ruim een half jaar geleden openden de deuren van Green UP. Dit grootste duurzame warenhuis in Nederland staat in Utrecht. Een soort Hema, maar dan anders. Want alles wat je er kunt kopen en doen, maakt je leven een beetje duurzamer. Je vindt er huishoudartikelen, spullen voor persoonlijke verzorging, meubels, voedsel, kleding, vintage en nog veel meer onder één dak. Handig. <https://lnkd.in/e2aju2P>
 - Mond tot mond inderdaad, vanuit vertrouwd persoon en dan aansluiten bij onbekenden
 - Consistentie in begrippen en namen. Laagdrempelig en begrijpelijk
 - Vintage klinkt al fijner dan tweedehands
 - Voorbeelden en deskundigheid gewenst Over waar je wat alsnog kan wegbrengen
- Bouwkringloop bvb

Ondersteuning



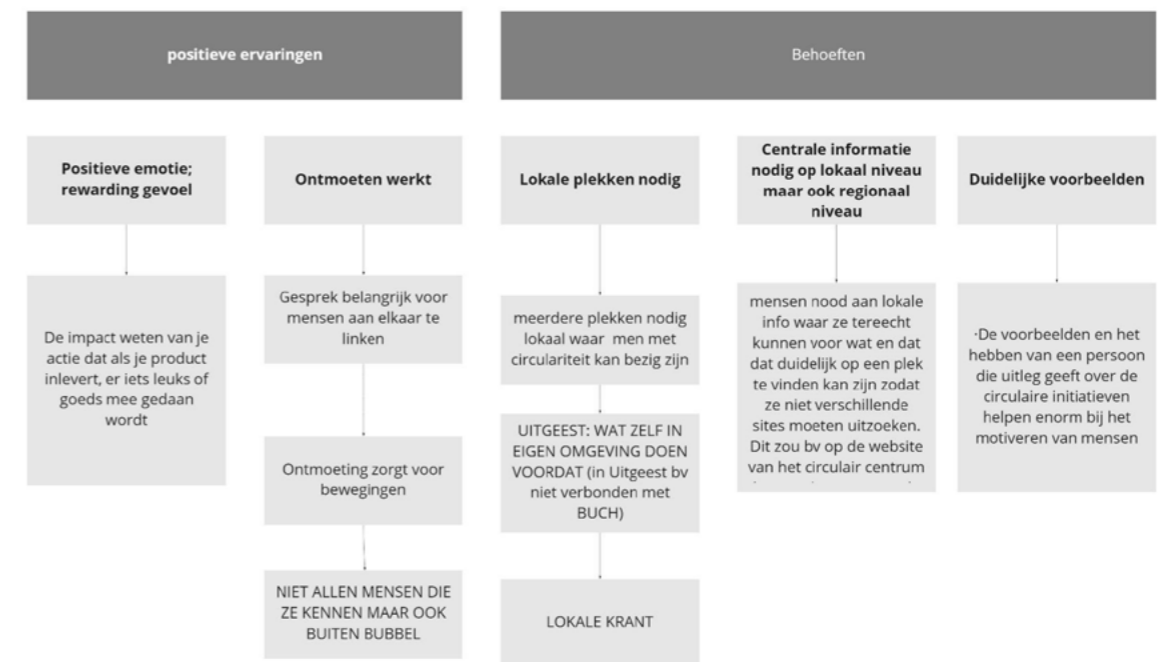


F3.3: RESULTS PART FOUR: RELATION WITH VISION

Daarom is facilitatie en informeren van belang om mensen mee te krijgen en ze betrokken te laten voelen

Hoofdsights en relatie met visie

- De associatie met BUCH is ofwel totaal niet aanwezig, of met een negatieve associatie. Te weinig couleur locale aandacht en verwijzingen.
- Ook mist het "meenemen" in de ontwikkelingen. Het delen van stappen en wat er gebeurt, voordat het al een feit is.
- Ook het waarom en wat het kan betekenen mist bij de bewoners aan bewustwording



relatie met visie over circulair centrum

Wat moet circulair centrum dan zijn?

COMMUNICATIE binnen het CC moet lokale verbinding leggen zodat mensen weten wat ze lokaal kunnen bijdragen, maar ook geïnspireerd worden door anderen op regionaal niveau

Een plek hebt waar je weet dat het goed terecht komt, dat het circulair centrum een plek is waar je dingen in vertrouwen kan inleveren, wetende dat het beste wordt gedaan met je product

eerste stap is lokaal gaan stimuleren om dan de stap naar regionaal en introductie circulair centrum te maken

Appendix G: Evaluation

G.1: Interview format communication advisor of the climate program in the BUCH

Introductie	
Dag Ivo! Eerst en vooral bedankt dat je de tijd wilt nemen om mijn vragen te beantwoorden, elke nieuwe input is van belang!	
<ol style="list-style-type: none"> Eerst heb ik een aantal vragen over jouw job en welke taken deze inhoudt. Dan een aantal vragen over de context waarin je werkt en hoe dat de communicatie beïnvloed. Dan paar vragen over mijn visie die ik voor het circulair centrum ontwikkelt heb en hoe jij daarover denkt Vervolgens feedback vragen over de haalbaarheid, wenselijkheid en vatbaarheid van de guide in de toekomst. Nog een paar afsluitingsvragen 	
Links staan de vragen en rechts kan je jouw antwoord invullen	
1. Jouw huidige job	
Je bent momenteel communicatieadviseur voor het programma klimaat. De volgende vragen gaan hierover.	
1.1 Welke taken houdt de job van communicatieadviseur in?	1.1: Ik ben communicatieadviseur voor het programma Klimaat. Alle (de meeste) informatie van de verschillende pijlers van het programma gaan langs mij.
1.2 Hoe functioneert het communicatie team voor klimaat?	1.2: Voor klimaat is er één communicatieadviseur die op dit moment verantwoordelijk is voor advies en uitvoer van de communicatie voor Bergen, Uitgeest, Castricum en Heiloo.
1.3 Wordt er tussen de 5 projecten binnen de klimaat ambities van de BUCH (zoals, circulaire economie, duurzame mobiliteit, energietransitie, klimaatadaptatie en duurzame bedrijfsvoering) gezorgd dat de communicatie strategieën op een lijn liggen met elkaar? Zo ja/nee hoe verloopt dit dan?	1.3: Op dit moment wordt hieraan gewerkt. Er is een strategisch communicatieplan voor het programma Klimaat opgesteld. Daarin werken we toe naar één boodschap voor het programma en kernboodschappen voor de verschillende pijlers waarmee we een duidelijker verband laten zien. Je moet het zo zien dat het programma Klimaat eerst een officiële status moest krijgen binnen de BUCH (dus vastgesteld door de vier gemeenteraden). Vervolgens is het team ingevuld met veelal nieuwe medewerkers. Na een inwerkperiode is het nu tijd voor de volgende stap en dat is strategische communicatie.
2. Context waarin je werkt	
De BUCH is geen normale werkorganisatie omdat het juist rekening moet houden met gezamenlijke ambities en de 'colour locale' van elke gemeente apart. De BUCH is oorspronkelijk samengekomen om juist gezamenlijke ambities aan te pakken zoals bijvoorbeeld klimaat. Wat is de impact van de gezamenlijke werkorganisatie op het functioneren van communicatie binnen de BUCH?	
2.1 Hoe moet een communicatie adviseur te werk gaan in de context van de BUCH werkorganisatie?	2.1: We werken nog steeds voor de vier gemeenten apart. Maarrrr, het klimaat leent zich meer om ook vanaf het begin zoveel mogelijk gezamenlijk op te trekken. Het Ambitiedocument van het programma Klimaat is door alle vier gemeenteraden vastgesteld. De gemeenten Bergen en Heiloo hebben daarnaast een plusambitie en ook Uitgeest vaart een versnelde koers ten opzichte van Castricum.
2.2 Wat zijn specifieke elementen waarmee rekening gehouden moet worden?	
2.3 Wat is de invloed van de 'colour locale' op de werking van communicatie naar bewoners toe?	
2.4 Wat zijn de uitdagingen waar je het meest tegen aan loopt?	2.2: Je houdt voortdurend rekening met de wensen van de wethouder en de koers van de gemeenteraad. Iedere gemeente vraagt om een andere benadering en aanpak, ondanks dat het over eenzelfde onderwerp kan gaan.
2.5 Hoe werkt het om die gezamenlijke ambities eenduidig te communiceren?	

2.6 Is er een centraal platform waar mensen naartoe kunnen als ze meer willen weten over wat de BUCH doet op klimaatvlak? Waarom wel/niet?	2.3: Die invloed is nog steeds te groot voor de efficiency waarmee we eigenlijk willen werken. Bijvoorbeeld vier persberichten over hetzelfde onderwerp uitzenden, dus per gemeente. 2.4: De grootste uitdaging is dan ook om steeds meer samen op te trekken. Eén persbericht met vier gemeentelogo's erboven bijvoorbeeld (of in het geval van het circulair centrum, drie). 2.5: De gezamenlijke ambities eenduidig communiceren zit vooral in het brengen van dezelfde boodschap, zodat het overal op dezelfde manier wordt uitgedragen. En dat kan door het gebruik van een goede kernboodschap voor het programma Klimaat en de afzonderlijke pijlers. Door daar consequent in te zijn, win je steeds meer aan het uitdragen van gezamenlijkheid.
	2.6: Dat is in ontwikkeling. Hopelijk komt er binnen niet afzienbare tijd een website waar inwoners terecht kunnen voor een heel duidelijk en overzichtelijk geheel met alles wat er speelt omtrent het klimaat binnen de gemeente(n).
3. Visie circulair centrum	
De visie staat onderaan de vragen weergegeven. Tijdens mijn onderzoek is het duidelijk geworden dat de bewoners een duidelijkere richting en communicatie nodig hebben vanuit de BUCH over het circulair centrum zodat het iets tastbaars kan worden. In mijn visie is communicatie een hulpmiddel om mensen bij elkaar te brengen die elkaar kunnen helpen en dat zichtbaar maken door de juiste platformen, messages en consequente stijl te gebruiken op lokaal en regionaal niveau. Het doel van mijn visie is om de BUCH te inspireren in wat mogelijk is voor het centrum en wat ik denk dat hierbij belangrijk is om het te kunnen ontwikkelen zodat bewoners er effectief naartoe willen gaan.	
Als je vanuit jouw achtergrond in communicatie kijkt,	3.1: Ik kijk zeker positief naar deze visie. Ik zie raakvlak met de communicatiestrategie die wij momenteel aan het afronden zijn.
3.1 Hoe denk jij over deze visie?	3.2: Ik kan mij wel vinden in de visie, maar of het allemaal haalbaar is, hangt ook af van toekomstige ontwikkelingen en de bereidheid binnen de werkorganisatie.
3.2 Kan jij je hierin vinden? Waarom wel/niet?	3.3: Het is een steeds terugkerend dilemma of we als gemeenten naar buiten moeten treden of ook als BUCH. Nu is de BUCH vooral een ambtelijke organisatie die op de achtergrond functioneert. Om saamhorigheid te laten zien, zou het nog steeds wenselijk kunnen zijn dit juist op de voorgrond te laten zien.
3.3 Wat zou jij hier nog aan willen veranderen?	3.4: Laat vooral zien wat je bereikt door samen te werken. Daarmee creëer je meer waarde voor de BUCH richting inwoners en kun je laten zien dat het meerwaarde heeft.
3.4 Welke elementen moeten in deze visie nog vermeld worden die volgens jou van belang zijn in de context van de BUCH?	
4. Feedback op idee	
Om de visie te doen slagen, heb ik een guide voor de toekomstige communicatie adviseur van het circulair centrum ontwikkelt waarin de lokale spanningen, visie, belangrijke messages voor bewoners en hoe dat te implementeren, staan. Hiermee wil ik de BUCH stimuleren en inspireren om vanuit de bewoners te kijken naar wat ze nodig hebben van communicatiemiddelen (bv platform, bijeenkomsten, groepschat, berichten in de krant..) om wat ze doen rond hergebruik en reparatie zichtbaar te maken. De vragen hieronder gaan over het concept van een communicatie gids voor de toekomstige communicatieadviseur van het circulair centrum. De inhoud kan nog veranderen dus deze vragen gaan eerder over een communicatiegids als een tool en of een communicatie adviseur hiermee kan werken.	
4.1 haalbaarheid: Zou een communicatie adviseur hiermee aan de slag kunnen?	4.1: Ja, dat kan zeker.

F.2: Interview format evaluation internally collaborating mentor

4.2: Hoe zou een communicatie adviseur deze guide kunnen gebruiken? 4.3: Zou een communicatie adviseur dit willen gebruiken? Zo ja/nee, welke elementen zijn hierin goed/kunnen beter/missen er? 4.4: toekomstgericht: zou dit ook voor andere projecten binnen klimaat gebruikt kunnen worden? Zo ja/nee, hoe?	4.2: Als leidraad in consistente communicatie. Ik ga persoonlijk echter nog een stap verder in bewustwording. In de communicatiestrategie voor het programma Klimaat hebben wij geen gids voor de communicatie-adviseur, maar een toolkit voor de beleidsmedewerker. Daarmee geven wij een beeld van welke doelgroepen zich in de gemeente bevinden en hoe je deze, door inzet van middelen, kunt gebruiken. Daardoor hebben beleidsmedewerkers vroegtijdig een beeld van de communicatie die nodig is binnen een project en kunnen dit 'inkopen' bij het Team Communicatie. In het programma Klimaat ben ik vast aanspreekpunt en is dat wellicht eenvoudiger in plaats van alle communicatie-adviseurs binnen het team betrekken over bijvoorbeeld de communicatie rondom het circulair centrum. 4.3: Ik denk zeker dat een adviseur hier iets aan kan hebben, maar er is wel sprake van houdbaarheid. Het geeft vooral hulp bij een eerste aanzet, vervolgens is het risico dat het wordt losgelaten. 4.4: Omdat ik al veel raakvlakken zie met de strategische communicatie voor het programma klimaat denk ik zeker dat dit voor andere projecten, wellicht in een gemixte vorm, gebruikt kan worden. Daarmee kun je zowel communicatieadviseurs als beleidsmedewerkers tot hulp zijn.
5. Afsluitingsvragen	
5.1 Heb ik nog iets gemist dat je wil vertellen? 5.2 Heb je nog enkele tips die je wilt meegeven als het gaat om communicatie vanuit de BUCH naar bewoners toe met betrekking over het circulair centrum?	5.1: Ik vind het een mooi en uitgebreid document geworden. Complimenten. 5.2: Communicatie naar inwoners toe moet vooral gaan om gezamenlijk eigenaarschap. Betrek inwoners bij de ontwikkeling (participatie) en laat in communicatie zien hoe je dit hebt gedaan. Daarmee geef je voeding aan betrokkenheid. Zorg daarnaast dat het 'gezellig' en positief wordt bevonden. Het moet naast een zinvol bezoek ook een plek van ontmoeting zijn. Dan werkt namelijk de mond-tot-mondreclame altijd in je voordeel.

1. Jouw huidige werk - interactie	
Je bent momenteel op het project CC BUCH als projectleider op bewonersparticipatie/bewustwording en integrale impact evaluatie van alle pijlers Circulair Centrum De volgende vragen gaan hierover.	
1.1 Hoe functioneert het transitie team? Welke rollen en taken?	1.1
1.2 Wordt er tussen de 5 projecten binnen de klimaat ambities van de BUCH (zoals, circulaire economie, duurzame mobiliteit, energietransitie, klimaatadaptatie en duurzame bedrijfsvoering) gezorgd dat de communicatie strategieën op een lijn liggen met elkaar? Zo ja/nee hoe verloopt dit dan?	1.2. Deze vragen sla ik even ver, we kennen elkaar al langer dan vandaag en. Wat betreft vanuit intern wordt er te weinig samengewerkt. Ik zoek dat wel op en wakker dat aan (bijvoorbeeld met de gebiedsregisseurs, Tanja (beleidsmedewerker energie transitie) Esther natuurlijk en de communicatie afdeling. Ook met de andere leden van het kernteam en collegae. Juist die verbindingen leggen om elkaar te versterken in die gemeenschappelijke ambitie.
2. Context waarin je werkt	
De BUCH is geen normale werkorganisatie omdat het juist rekening moet houden met gezamenlijke ambities en de 'colour locale' van elke gemeente apart. De BUCH is oorspronkelijk samengekomen om juist gezamenlijke ambities aan te pakken zoals bijvoorbeeld klimaat. Wat is de impact van de interactie van de gezamenlijke werkorganisatie ,, met communicatie binnen de BUCH?	
2.1 Hoe moet een beleidsmedewerker te werk gaan in de context van de BUCH werkorganisatie? 2.2 Wat zijn specifieke elementen waarmee rekening gehouden moet worden? 2.3 Wat is de invloed van de 'colour locale' op de werking van communicatie naar bewoners toe denk je? 2.4 Wat zijn de uitdagingen daarbinnen waar je het meest tegen aan loopt? 2.5 Hoe werkt het om die gezamenlijke ambities van energie transitie eenduidig te communiceren? 2.6 Is er een centraal platform waar mensen naartoe kunnen als ze meer willen weten over wat de BUCH doet op klimaatvlak? Waarom wel/niet denk je?	2.1: daar kan ik niet op antwoorden als beleidsmedewerker, enkel van de outside looking in. Vanaf het eerste begin verbaas ik me over de werkorganisatie BUCH, de BUCH en hun gemeenschappelijke ambitie en de reden waarom BUCH er überhaupt is. Dat stralen ze niet naar buiten uit, het is duidelijk intern BUCH en geen BUCH werkt naar buiten. Terwijl de wil er bij individuen zeker is. 2.2: Politiek ! De gevoeligheid van de gemeenten, raad en wethouders van de vier (en nu in CC drie) gemeenten. 2.3: groot. Wat men niet kent weet die niet denk ik dan maar. Natuurlijk is er altijd wel weerstand bij samengaan, regionale binding, buiten jouw gemeente grenzen. Als er echter geen versterkende kracht en gelijklopende stem naar buiten komt wanneer het impact kan hebben en
	positief kan zijn, juist om de couleur locale daarin te borgen en versterken en profijt te hebben, waarom zou je dan als bewoner de BUCH supporten. Het is niet duidelijk naar bewoners toe, wat daar de aanvullende kracht en impact van kan zijn zonder de couleur locale te verliezen. 2.4: Politieke gevoeligheid en formele structuren, tijd . Dat laatste is wellicht mijn karakter en visie als het aan komt op transities. En de missende consistentie in de boodschappen. 2.5: deels denk ik. Individueel wordt het wel nagestreefd, collectief en vanuit formele structuur is dat nog niet o aanwezig. Zijn er wel mee bezig gelukkig , het belang wordt herkend, dat zie je aan een IVO, Tanja en Esther ook 2.6: er zijn energie panels met de diverse pijlers. En de ikdenk mee over platforms die mijns inziens niet voldoen om die gemeenschappelijke ambitie te stimuleren. De behoefte is wel aanwezig en de wens ook

3. Visie circulair centrum	
De visie staat in de booklet weergegeven. Tijdens het onderzoek is het duidelijk geworden dat de bewoners een duidelijkere richting en communicatie nodig hebben vanuit de BUCH over het circulair centrum zodat het iets tastbaars kan worden. Communicatie is een hulpmiddel om mensen bij elkaar te brengen die elkaar kunnen helpen en dat zichtbaar maken door de juiste platformen, messages en consequente stijl te gebruiken op lokaal en regionaal niveau. Het doel vande ontwikkelde visie is om de BUCH te inspireren in wat mogelijk is voor het centrum en wat we denken dat hierbij belangrijk is om het te kunnen ontwikkelen zodat bewoners er effectief naartoe willen gaan.	
Als je vanuit jouw achtergrond als beleidsmedewerker Energie transitie kijkt, 3.1 Hoe denk jij over deze visie? 3.2 Kan jij je hierin vinden? Waarom wel/niet? 3.3 Wat zou jij hier nog aan willen veranderen? 3.4 Welke elementen moeten in deze visie nog vermeld worden die volgens jou van belang zijn in de context van de BUCH?	3.1: weer niet als beleidsmedewerker ☺ positief en resoneert. 3.2: Ja, al vraag ik me af of het zo ingevuld gaat worden. Wellicht is die mogelijkheid haalbaarder als de BUCH (de vier en bij CC drie) echt samen optrekken, dan heeft het immers meerwaarde voor allemaal om deze visie waar te maken en de voorwaarden daarvoor in te vullen. Denk wel dat het fundament eerst steviger moet worden gelegd. De gemeenschappelijke drijfveren vanuit de gemeenten, de missie en de visie. Anders bestaat de kans dat de middelen het doel worden, en niet het doel an sich en middelen daarop aan te laten sluiten 3.3: keuzes maken vanuit de BUCH. Wat willen we samen, wat willen we als gemeente in dat samenwerkingsverband qua couleur locale en hoe trekken we samen op, op alle aspecten, ook in de kosten en baten. 3.4: Meer naar buiten treden en laten zien wat de waarde kan zijn in die samenwerking. Niet zo maar ineens wel of niet- consistentie en de externe omgeving en alle stakeholders meenemen in de stappen die je daarvoor zet (als BUCH en als individuele gemeente en hoe dat dan versterkt en werkt) Tastbaar maken wat een bewoner hieraan kan hebben (en alle stakeholders eigenlijk wel)
4. Feedback op idee	
Om de visie te doen slagen, heeft Jacoba een guide voor de toekomstige communicatie adviseur (als uitgangspunt, kan ok de communicatie adviseur Klimaat zijn) van het circulair centrum ontwikkelt waarin de lokale spanningen, visie, belangrijke messages voor bewoners en hoe dat te implementeren, staan. Hiermee willen we de BUCH stimuleren en inspireren om vanuit de bewoners te kijken naar wat ze nodig hebben van communicatiemiddelen (bv platform, bijeenkomsten, groepschat, berichten in de krant..) om wat ze doen rond hergebruik en reparatie zichtbaar te maken. De vragen hieronder gaan over het concept van een communicatie gids van het circulair centrum. De inhoud kan nog veranderen dus deze vragen gaan eerder over een communicatiegids als een tool en of een beleidsmedewerker hiermee kan werken. (NB nog zonder de input van de laatste bewonersbijeenkomsten en de communicatie adviseur)	
4.1 haalbaarheid: Zou een beleidsmedewerker hier profijt van hebben qua communicatie ? 4.2: Hoe zou een beleidsmedewerker in de interactie met communicatie deze guide kunnen gebruiken? 4.3: Zou je als beleidsmedewerker hier gebruik van willen maken, of in ieder geval inzicht in willen hebben? Zo ja/nee, welke elementen zijn hierin goed/kunnen beter/missen er? 4.4: toekomstgericht: zou dit ook voor andere projecten binnen energietransitie gebruikt kunnen worden? Zo ja/nee, hoe?	4.1: daar kan ik geen juiste inschatting van geven, als externe. Ik ben allang blij dat ik hoor dat eraan gewerkt wordt en dat het op "tafel" ligt en bespreekbaar wordt gemaakt. Dat kan al helpen. 4.2: Voor mij zou het helpen de bewustwording te stimuleren, uitingen makkelijker naar buiten te krijgen en over het geheel makkelijker werken. 4.3: ja, zeker, ook als externe die zo afhankelijk is van het gekozen beleid daarbinnen. Voor de bewoners participatie en bewustwording en ook straks met de integrale benadering en in verbinding met alle pijlers van CC en stakeholders 4.4: denk het zeker van wel. Dat zou de voorwaarden die nodig zijn ook makkelijker maken in te vullen lijkt me
5. Afsluitingsvragen	
5.1 Heb ik nog iets gemist dat je wil vertellen? 5.2 Heb je nog enkele tips die je wilt meegeven als het gaat om communicatie vanuit de BUCH naar bewoners toe met betrekking over het circulair centrum?	5.1: Ook dat weet je inmiddels wel van mij. Daar hebben we het vaak genoeg over. Ik hoop ook dat hiermee de bewoners niet als noodzakelijk "kwaad" worden ervaren maar als een belangrijke stakeholder in het geheel. Als inwoner van de diverse gemeenten en ook als inwoner van de BUCH . Participatie volgens ABCD (Asset based Community development)