

Beslissen over hout

Wat beweegt de burger?



TMCC

MARKETING & COÖPERATIE



Van Kempen

consumentenadvies, advies, adviesbureau



Inhoudsopgave

I	INLEIDING	4
1.1	DOELSTELLING EN ONDERZOEKSVRAGEN	4
1.2	ONDERZOEKSOPZET	5
2	KEUZEPROCEN HOUT BURGER ALS DHZ-ER	6
2.1	TYPE KLUS STERK BEPALEND	6
2.2	UITERLIJK SPEELT IN 'ESTHETISCHE SITUATIES' SLEUTELROL	7
2.3	HOUTSOORT MOET AANSLUITEN BIJ INTERIEUR	7
2.4	BEWERKBAARHEID VOOR KLUSSEN VAN BELANG	8
	<i>Zacht hout vaak geprefereerd</i>	8
	<i>Bij schilderwerk soms voorkeur voor MDF</i>	8
	<i>Afmeting beïnvloedende factor</i>	8
2.5	LEVENSDUUR EN ONDERHOUD SOMS STERK BEPALEND	9
2.6	PRIJS BELANGRIJK MAAR PRIJSVERGELIJKING VAAK LASTIG.....	9
	<i>Omvang en aard van de klus beïnvloeden belang prijs</i>	9
	<i>Ervaring heeft invloed</i>	9
	<i>Keuze tussen 'houtcategorieën' deels op grond van prijs</i>	10
	<i>Andere overwegingen spelen vaak dominante rol</i>	10
2.7	BESLISSINGSPROCES: ROLLEN EN BESLISMOMENTEN	11
	<i>Aanschaf hout voor reguliere klusser vaak gewoontegedrag</i>	11
	<i>Minderheid vraagt advies winkelpersoneel bouwmarkt</i>	11
	<i>Advies speelt in houtwinkel een belangrijke rol</i>	11
	<i>Partner speelt belangrijke rol indien uiterlijk belangrijk is</i>	11
	<i>Advies van vrienden, bekenden en professionals</i>	12
2.8	MILIEU EN HERKOMST VOOR MEERDERHEID ONDERGESCHIKTE ROL	12
2.9	VERSCHILLEN TUSSEN GEDRAGSPRAKTIJKEN	12
	<i>Heavy en reguliere klusser: meer opties en betere afweging</i>	13
	<i>Keuzeproces incidentele klusser: 'hout=hout'</i>	13
	<i>Keuzeproces hobbyist: gevoel speelt grotere rol</i>	13
2.10	VERSCHILLEN TUSSEN TYPEN DETAILHANDEL	13
3	KEUZEPROCEN HOUT BURGER ALS OPDRACHTGEVER	15
3.1	TYPERING VERBOUWINGEN	15
3.2	BESLISSINGSPROCES AFHANKELIJK VAN KENNIS & ERVARING OPDRACHTGEVER.....	15
3.3	VOOR MEERDERHEID OPDRACHTGEVERS IS ADVIES UITVOERDER BELANGRIJK.....	15
3.4	SMAAK SPEELT SLEUTELROL BIJ KEUZE VOOR HOUT 'IN ZICHT'	16
3.5	PRIJS SPEELT COMPLEXE ROL.....	17
3.6	'ERVAREN' OPDRACHTGEVERS OEFENEN MEER INVLOED UIT	17
3.7	OVERWEGINGEN KOMEN DEELS OVEREEN MET DOE-HET-ZELVERS	18
3.8	UITVOERDERS EN ARCHITECTEN: CONSUMENT MEESTAL VOLGEND	18
	<i>Klanten vaak slecht voorbereid en onwetend</i>	18
	<i>Prijs kan belangrijke rol spelen</i>	19
3.9	DE BOUWWERELD MIJDT RISICO'S	20
3.10	HOUTGEBRUIK IN NEDERLAND CULTUREEL BEPAALD?	20

3.1.1	UITVOERDERS BESLISSEN GLOBAAL HETZELFDE ALS DOE-HET-ZELVERS	21
4	BELEVING VAN ONTBOSSINGSPROBLEMATIEK	22
4.1	KENNIS OVER HERKOMST HOUT BIJ MEERDERHEID BEPERKT	22
	<i>Bekendheid houtsoorten.....</i>	22
	<i>Herkomst hout globaal bekend.....</i>	22
	<i>Professionals uitgebreide kennis van hout</i>	23
4.2	ONTBOSSING STERK GEASSOCIEERD MET TROPEN.....	23
	<i>Sociale en economische aspecten van ontbossing weinig genoemd</i>	24
4.3	ONTBOSSING IS ERNSTIG MAAR VER WEG EN NIET ONZE SCHULD	25
4.4	EUROPEES, NOORD AMERIKAANS EN CANADEES HOUT IS GOED.....	26
4.5	BESTRIJDEN ONTBOSSING IS PRIMAIR VERANTWOORDELIJKHEID OVERHEID.....	26
4.6	VERSCHILLEN TUSSEN GEDRAGSPRAKTIJKEN	27
5	PERCEPTIE KEURMERK VOOR HOUT.....	29
5.1	SPONTANE BEKENDHEID FSC-KEURMERK GERING.....	29
5.2	VERWACHTING VAN HOUTKEURMERK: KWALITEIT EN MILIEU	30
5.3	GEMENGDE GEVOELENS OVER IDEE KEURMERK VOOR DUURZAAM HOUT.....	30
	<i>Deel respondenten positief.....</i>	31
	<i>Meerderheid respondenten sceptisch en kritisch.....</i>	32
5.4	PROFESSIELE PARTIJEN SCEPTISCH OVER FSC.....	33
5.5	VERSCHILLEN TUSSEN GEDRAGSPRAKTIJKEN	34
6	BEOORDELING BELEIDSOPTIES	35
6.1	INLEIDING.....	35
6.2	VOORLICHTING DOOR MEERDERHEID OP PRIJS GESTELD	35
6.3	WAARDERING SUBSIDIES VARIERT	36
6.4	KEURMERK MET GEMENGDE GEVOELENS GEWAARDEERD.....	36
6.4	PRIJS ALS BELEIDSINSTRUMENT	37
6.5	VOORKEUR VOOR EEN COMBINATIE VAN INSTRUMENTEN.....	38
6.6	STRUCTURELE OPLOSSING HET MEESTE GEWAARDEERD	38
6.7	VERSCHILLEN TUSSEN GEDRAGSPRAKTIJKEN	39
	<i>Waardering keurmerk voor hout vergelijkbaar</i>	39
	<i>Effect prijs als marketinginstrument verschilt.....</i>	40
7	CONCLUSIES.....	41
7.1	EXPERIMENTEEL KARAKTER VAN HET ONDERZOEK.....	41
7.2	MOTIEVEN BIJ KEUZEN VOOR HOUT	41
7.3	AARD BESLISSINGSPROCES AFHANKELIJK VAN TYPE DOE-HET-ZELVER.....	42
7.4	ROL ADVIES VAN DETAILHANDEL	42
7.5	ROLLEN PARTICULIERE OPDRACHTGEVER, AANNEMER EN KLUSJESMAN.....	42
7.6	BEKENDHEID EN PERCEPTIE ONTBOSSINGSPROBLEMATIEK	43
7.7	BEKENDHEID EN WAARDERING KEURMERK VOOR DUURZAAM HOUT	43
7.8	BEOORDELING BELEIDSOPTIES	44
	<i>Voorlichting door meerderheid op prijs gesteld</i>	44
	<i>Waardering subsidies varieert</i>	44
	<i>Prijsverschillen</i>	45
	<i>Voorkeur voor een combinatie van instrumenten.....</i>	45
	<i>Structurele oplossing het meeste gewaardeerd.....</i>	45
7.9	VERSCHILLEN TUSSEN GEDRAGSPRAKTIJKEN	45

I Inleiding

In opdracht van het Ministerie van VROM/DGM en QA+ heeft TMCC marketing & communicatie een kwalitatief onderzoek verricht onder burgers naar de wijze waarop beslissingen over hout worden genomen en naar de motieven en percepties die hierbij een rol spelen. Het onderzoek vindt plaats in het kader de pilot 'burger en duurzaam geproduceerd hout'.

De pilot 'burger en duurzaam geproduceerd hout' vindt plaats in het kader van het project 'Burger & Milieu'. Met dit project streeft DGM van VROM er naar om organisatie en beleid beter aan te sluiten op wat de burger beweegt. De aanname is dat naarmate in de verschillende fasen van beleidsvorming en beleidsuitvoering beter wordt aangesloten bij wat de burger beweegt, 'slimmere' beleidsmaatregelen resulteren en de kwaliteit van het beleidsproces, c.q. de legitimiteit en effectiviteit van het beleid toenemen.

Het project Burger & Milieu omvat een verdiepings- en verbredingsspoor waarin onderzoek wordt gepleegd, een instrumenterings- en verspreidingsspoor waarin communicatieactiviteiten worden ontwikkeld en uitgevoerd en een praktijkspoor waarin de opzet en uitvoering van een drietal pilots centraal staat. In het kader van dit derde spoor heeft dit onderzoek plaatsgevonden.

Voor een overzicht van de uitgangspunten, consequenties en activiteiten van het project Burger & Milieu verwijzen we naar de notitie 'Burger & Milieu - de hoofdlijnen'.

I.1 Doelstelling en onderzoeksvragen

De pilot 'burger en duurzaam geproduceerd hout' is gericht op marktsectoren die al in beweging zijn en waar de burger over keuzemogelijkheden kan beschikken:

- Bouw en verbouwing aan het huis, waarbij de burger opdrachtgever is.
- Doe-het-zelf, de burger als consument van houtproducten in de doe-het-zelfsector.

Voor nadere informatie over de achtergrond en aanpak van de pilot wordt verwezen naar het plan van aanpak.

De doelstelling van het onderzoek is als volgt verwoord:

Het verkrijgen van meer inzicht in de achtergronden van de keuze voor al dan niet duurzaam geproduceerd hout binnen een gedragspraktijk, en om op grond daarvan indicaties te krijgen van aangrijpingspunten voor stimulerende maatregelen (zoals labelling, subsidies, tegoedbonnen, inruil etc.).

Op grond van het onderzoek moet het ministerie van VROM een gefundeerde beslissing kunnen nemen over mogelijke aangrijpingspunten voor de nadere uitwerking van het beleid. De doelstelling is vertaald in de volgende onderzoeksvragen:

- Wat weten en denken burgers over de bosproblematiek?
- Hoe ziet de gedragspraktijk er uit en hoe word daarbinnen voor de toepassing van bepaalde houttypen gekozen?

- Wat is de rol van bepaalde ‘variabele’ situatietekens bij de keuze voor bepaalde houttypen binnen de betreffende gedragspraktijken?
- Wat is de rol van labels bij de keuze voor bepaalde houttypen binnen de betreffende gedragspraktijken?
- Wat is de rol van overige situatietekens bij de keuze voor bepaalde houttypen binnen de betreffende gedragspraktijken?

1.2 Onderzoeksopzet

Het onderzoek was opgebouwd uit twee onderdelen: één deel gericht op burgers in de rol van doe-het-zelver en één deel gericht op de burger in de rol van particuliere opdrachtgever.

Door middel van diepte-interviews bij burgers thuis zijn besluitvormingsprocessen rondom de verbouw van particuliere woningen gereconstrueerd. Om een compleet beeld te krijgen van deze processen en de rolverdeling tussen de verschillende betrokken actoren, zijn tevens een aantal aannemers, klusjesmannen en architecten geïnterviewd.

Wat betreft het onderzoek naar de burger in de rol van als doe-het-zelver, zijn aankoopbeslissingen in doe-het-zelfwinkels geanalyseerd door middel van face-to-face interviews met ‘houtkopers’ op de winkelvloer en door middel van observatie. Tevens zijn gesprekken gevoerd met verkopers en bedrijfsleiders. Tot slot zijn de respondenten geconfronteerd met een informatiekaart en sticker van een fictief keurmerk voor duurzaam hout. Er is een onderscheid gemaakt tussen twee typen doe-het-zelfwinkels: de bouwmarkt (Formido en Doeland) en de houtspecialzaak (Bremer).

Het onderzoek kende bovendien een opzet waarbij experimentele situaties zijn gecreëerd. Het ging hierbij om variaties in het aanbod van informatie, het gebruik van signaalstickers en prijsvariaties. Zo zijn in de winkel dezelfde planken voor een deel wel voorzien van een ‘fictief houtkeur sticker’ en voor een deel niet, waarbij de prijs vergelijkbaar dan wel juist verschillend was (‘goed hout duurder’ dan ‘fout hout’). Tevens zijn in een gangpad alle schappen voorzien van informatiekaarten over duurzaam hout. Dit experiment is toegepast bij Formido en bij Doeland. Bij de houtspecialzaak is dit niet toegepast omdat de winkelopstelling zich hier niet voor leende (geen hout in het schap maar opgeslagen in stellingen waar alleen het winkelpersoneel komt).

In totaal zijn 81 gesprekken gevoerd. De steekproef ziet er als volgt uit:

- 45 face-to-face diepte-interviews met burgers in de bouwmarkt (2 locaties)
- 16 face-to-face diepte-interviews met burgers in de houtspecialzaak (1 locatie)
- 4 diepte-interviews (2 telefonisch, 2 face-to-face) met uitvoerders (2 aannemers en 2 klusjesmannen)
- 2 telefonische diepte-interviews met architecten
- 6 face-to-face gesprekken met verkopers en bedrijfsleiders
- 8 face-to-face diepte interviews bij burgers thuis (de burger als opdrachtgever)

Van de interviews met burgers zijn video-opnames gemaakt. Een compilatie van deze opnamen is ter beschikking gesteld aan de opdrachtgever voor intern gebruik. Dit rapport beschrijft de resultaten van het onderzoek.

2 Keuzeproces hout burger als DHZ-er

In dit hoofdstuk wordt beschreven op welke wijze burgers beslissingen nemen over hout in de rol van doe-het-zelver. Daarbij wordt ingegaan op wat de burger beweegt: wat zijn de percepties en motieven die aan beslissingen en handelwijzen ten grondslag liggen?

2.1 Type klus sterk bepalend

Welke houtsoort een doe-het-zelver kiest, hangt voor een belangrijk deel af van de klus die wordt uitgevoerd, zo blijkt uit de gesprekken. En de diversiteit van klussen waar de burger mee bezig is, is enorm. De geïnterviewden in de bouwmarkt zijn bezig met klussen die variëren van kleine woningverbeteringen tot het zelf bouwen van een huis; van het aanbrengen van plinten tot het maken van meubels: De volgende citaten geven een indruk:

“Ik ben bezig een houten afscheiding te maken voor de hond, want die gaat er steeds van-door.”

“Dit wordt een houten lijst voor een schilderij.”

“Ik maak een voliëre, ik ben namelijk een groot liefhebber van vogels.”

“We zijn het hele huis aan het verbouwen, kamer voor kamer. Dit weekeinde maken we een vensterbank.”

“Ik maak een houtskelet voor een douchewand.”

“We bouwen een extra slaapkamer op de zolder, van daar deze balken.”

“Dit hout is voor een inloopkast die ik aan het timmeren ben, en dit plankje is voor een lampje achter de bank.”

Twee belangrijke vragen die beantwoord moeten worden voor het maken van een keuze, zijn:

- Is het hout zichtbaar of niet zichtbaar?
- Wordt het binnenshuis of buitenshuis toegepast?

De volgende citaten illustreren deze afweging

“De klus bepaalt welke houtsoort ik nodig heb....de prijs speelt een rol maar is minder belangrijk dan de kwaliteit en de soort klus. Natuurlijk maakt het uit of je het hout voor binnen of buiten nodig hebt. Dit hout is voor een constructie die je niet ziet, dus het hoeft niet mooi te zijn.”

“Ik kijk altijd eerst naar de klus waarvoor ik het hout gebruik, dat is logisch. Buiten moet het hardhout zijn of geïmpregneerd grenen bijvoorbeeld, dat het lang meegaat. Binnen gebruik ik altijd grenen want dat vind ik mooi.”

“Ik heb hier vuren latten, daar komen gipsplaten tegen aan. Dat zie je niet dus dat maakt verder niet uit. Het gaat om de afmetingen.”

“Het moet vooral mooi zijn.... ik ga een kast maken voor in de huiskamer.”

“Mijn keuze is afhankelijk van de soort klus die ik doe: is het binnen of buiten? Gaat het om een constructie of is het afwerking? Dat bepaalt welke soort ik kies. Als je het niet meer ziet omdat het weggewerkt wordt, mag het bijvoorbeeld ruw zijn, dan hoeft het geschaafd te zijn.”

2.2 Uiterlijk speelt in ‘esthetische situaties’ sleutelrol

Indien het hout zichtbaar is, spelen esthetische overwegingen voor de meerderheid van de respondenten een hoofdrol bij de keuze, zo blijkt.

Smaak is daarbij uiteraard een belangrijke beïnvloedende factor: waar de ene doe-het-zelver zweert bij grenen, kiest een andere doe-het-zelver altijd voor eiken als het hout zichtbaar is. De volgende citaten illustreren de meningen:

“Eiken is mijn favoriet! Het is sterk, het heeft een warme uitstraling, het is luxe.... als ik meubels maak, kastjes en zo, dan gebruik ik het altijd.”

“De keuze van het hout is vooral een afweging van ga je het zien of niet. Als het moet aansluiten op oud hout in het zicht, dan gaan we dus op zoek naar tweedehands hout dat er hetzelfde uitziet, bijvoorbeeld eiken. ”

“Mijn favoriet is mahonie, dat vind ik echt heel mooi, de kleur en tekening, en dat blijft ook heel mooi. Het is wel lastiger te bewerken, maar dan krijg je wel een prachtig resultaat.”

“Ik kies vooral voor wat mijn vrouw mooi vindt....ik ben maar weinig thuis en zij moet er de hele dag tegen aan kijken. Dan wil je dus geen gezeur dat het hout niet mooi is.”

Indien het hout geveerd wordt, is het met name belangrijk dat het glad is. Om deze reden hebben sommige respondenten de voorkeur voor MDF:

“Ik neem altijd MDF voor planken en zo, want dat is heel glad, makkelijk te verven, ziet er snel goed uit.”

2.3 Houtsoort moet aansluiten bij interieur

Vaak genoemd argument om voor een bepaald type hout te kiezen, is dat het moet passen bij reeds gebruikte houtsoorten in de woning. Bij sommige doe-het-zelvers leidt deze overweging er zelfs toe dat ze min of meer automatisch altijd voor dezelfde houtsoort kiezen indien het voor “zichtbaar kluswerk” is bedoeld:

“Ik gebruik altijd grenen voor dit soort klussen, dat past bij de rest, want dat is dus ook grenen.”

“Ik kan wel vuren nemen, maar dat is geen porum, dat staat niet bij de rest van het hout in de tuin.”

“Het moet passen bij de muur, dus hebben we spaanplaat genomen met dezelfde kleur.”

“Dit zijn plinten, die moeten lijken op de plinten die we al hebben want die worden voor een deel vervangen. Volgens mij is het beuken of zo.”

2.4 Bewerkbaarheid voor klussen van belang

Het laatste citaat uit de vorige paragraaf geeft het al aan: de bewerkbaarheid van het hout is voor veel respondenten een factor van belang. De volgende eigenschappen van hout die de bewerkbaarheid beïnvloeden zijn het meeste genoemd:

- De hardheid.
- De gladheid (makkelijk te schilderen).
- De zaagbaarheid.

Zacht hout vaak geprefereerd

Veel doe-het-zelvers hebben de voorkeur voor zacht hout wanneer er gezaagd moet worden. Vuren en grenen worden in dit verband het meeste genoemd, ook wel aangeduid als waaibomenhout. De term waaibomenhout wordt overigens zowel in positieve als in negatieve zin gebruikt. Sommige klussers gebruiken het positief omdat het zacht is en dus makkelijk te bewerken, anderen gebruiken de term om aan te duiden dat het om kwalitatief laagwaardig hout gaat.

“Ik neem meestal waaibomenhout want dat zaagt goed.”

“Mijn voorkeur gaat uit naar essen en vuren: makkelijk verwerkbaar. Voor hard hout heb je meer handelingen nodig, het is lastiger te zagen en dergelijke.”

Bij schilderwerk soms voorkeur voor MDF

Daarnaast heeft een deel van de klussers zoals reeds gezegd een zwak voor MDF vanwege de gladheid van het hout. Hierdoor kan makkelijk een ‘strak schilderresultaat’ worden geboekt. Ook de zaagbaarheid van MDF wordt door verschillende respondenten geroemd. De meningen zijn hierover echter verdeeld: enkele respondenten noemen juist de zaagbaarheid als zwak punt van MDF omdat het materiaal zou ‘kleven’.

“...mijn favoriete hout is MDF, maar dan vanwege de afwerking. Het is gewoon ontzettend glad, kun je mooi strak schilderen.”

“Een vuren vensterbank zou krom trekken, dat heb je bij MDF niet. Bovendien is het mooi glad.”

Afmeting beïnvloedende factor

Uit gemaksoverwegingen speelt de afmeting van het hout vaak een rol van betekenis. Zeker bij hout dat voor constructies wordt gebruikt, is de doe-het-zelver met name op zoek naar planken en balken met de juiste dikte, omvang en lengte. De benodigde draagkracht speelt daarbij een rol

“Deze balken zijn precies de juiste afmetingen. Makkelijk zat.”

“Ik heb een plaat nodig, dan kijk ik naar de dikte, dat het sterk genoeg is, voor de rest maakt het me niet uit.”

“Die keuze is heel simpel. Ik wil een vensterbank maken. Dan kies je tussen bewerkt hout of niet bewerkt hout. Het eerste is het geworden. Dat is wat mijn vrouw graag wil. De vensterbank moet breder en dit is precies de goede maat. En goed geprijsd.”

“Dit is meer voor rachelwerk...plankje tegen een leiding aan, wordt weggewerkt. Het is een kwestie van de juiste dikte uitzoeken.”

2.5 Levensduur en onderhoud soms sterk bepalend

Als het hout buiten wordt gebruikt, speelt de levensduur een belangrijke, zo niet doorslaggevende rol. Het hout moet dan geïmpregneerd zijn of het moet hard hout zijn, zo stellen veel geïnterviewde klussers die hout kochten voor een buitenklus.

“Dit hout wordt gebruikt als afdakje, dus het moet tegen water en weersinvloeden kunnen.... geïmpregneerd grenen is daar geschikt voor.”

“Het is heel simpel: buiten gebruik ik meranti en binnen gebruik ik vuren. Gaat prima zo.”

“Mijn favoriete hout is Red Cedar als ik het voor buiten gebruik. Mooi om te zien en makkelijk in het onderhoud. Het moet niet over een aantal jaren gaan rotten of zo.”

“Buiten altijd tropisch hard hout en binnen grenen, vuren of eiken.”

2.6 Prijs belangrijk maar prijsvergelijking vaak lastig

Omvang en aard van de klus beïnvloeden belang prijs

Prijs speelt uiteraard een rol bij het beslissingsproces. Het is echter deels afhankelijk van de omvang en de aard van de klus of prijs van belang is. Indien de doe-het-zelver slechts enkele balkjes nodig heeft wordt primair naar afmeting gekeken en nauwelijks naar prijs, zo blijkt uit de gesprekken en de observatie op de winkelvloer. Dit geldt zeker indien het hout mooi moet zijn omdat het een esthetische functie krijgt. In dat geval speelt prijs sowieso een minder belangrijke rol.

“Ik heb een paar latjes nodig voor de kast, dus ik ben al blij als ik wat vind dat ik mooi vind en dat past.”

“Dit hout is voor een sierlijst in de badkamer. Dat mag best wat kosten, dat maakt niet zoveel uit, het is ook een kleine hoeveelheid.”

Ervaring heeft invloed

Ook indien de koper regelmatig hout aanschaft en thuis al een goed beeld heeft van het benodigde hout, wordt er minder op de prijs gelet. De meeste respondenten kopen vaker hout bij de desbetreffende bouwmarkt en vertrouwen op grond van eerdere ervaring er op dat het hout binnen een bepaalde categorie (bijvoorbeeld vuren balken, MDF, platen) goed geprijsd is.

“Ik kom de winkel binnen, ik pak het hout en loop naar de kassa. Ik kom hier vaak, ik weet waar het staat, de prijs is goed.”

Keuze tussen ‘houtcategorieën’ deels op grond van prijs

Ook wordt voor een bepaald houtsoort gekozen op grond van globale kennis van prijsverschillen tussen soorten hout. Veelal gaat het dan niet zozeer om specifieke soorten, maar eerder om categorieën. Zo geven verschillende respondenten aan dat hard hout wordt gemeden vanwege de hoge prijs, het wordt door deze klussers alleen gebruikt indien het uiterlijk zeer belangrijk is, indien het buiten wordt gebruikt of indien de hardheid voor de levensduur van groot belang is (bij vloeren, trappen en vlonders bijvoorbeeld).

“Mijn favoriete houtsoort is teak.....maar dat gebruik ik bijna nooit, want dat is niet te betalen.”

“Eiken vind ik erg mooi, het is warm van kleur, het leeft, het splijt minder snel en het geeft een duur karakter aan je huis.... maar vaak koop ik waibomenhout vanwege de prijs.”

“Deze paaltjes heb ik nodig voor de tuin, het is verduurzaamd vuren, het is ook de enige soort paaltjes voor in de tuin die ze hier verkopen. Ik weet dat er in de handel ook hard houten paaltjes te krijgen zijn, maar die zijn veel duurder.”

Andere overwegingen spelen vaak dominante rol

Het vergelijken van prijzen is in veel situaties ook lastig omdat bij vergelijking tussen verschillende typen ook andere overwegingen een rol spelen. In veel situaties zijn het uiterlijk, de persoonlijke voorkeur, de afmetingen en de bewerkbaarheid van groter belang dan de prijs. En in bouwmarkten staan nauwelijks houtsoorten naast elkaar die wat betreft uiterlijk, bewerkbaarheid en afmetingen hetzelfde zijn maar wat prijs betreft verschillen. Uit de gesprekken met de verkopers blijkt een minderheid van de doe-het-zelvers ‘echte’ prijskopers te zijn als het gaat om hout, naar schatting zo’n 10% van de doe-het-zelvers. Dit type doe-het-zelver gaat vaak gewapend met papier en pen een aantal bouwmarkten af om tot een prijsvergelijking te komen. Tevens zijn er indicaties dat indien twee kwalitatief verschillende houtsoorten naast elkaar zijn opgesteld met dezelfde afmetingen en die wat betreft kleur vergelijkbaar zijn, veel doe-het-zelvers geneigd zijn om de goedkope te kiezen:

“Deze planken zijn iets duurder want er zitten minder knoesten in. Verder zijn ze hetzelfde. Ik wijs de klanten daar vaak op, die met minder knoest vind ik zelf veel mooier. Maar vaak kiezen ze toch voor de goedkopere. Volgens mij kijken ze niet goed, de kleur is hetzelfde dus dat zit wel goed denken ze dan.”

Zoals gezegd komt deze situatie echter weinig voor: meestal zijn andere voor de consument belangrijke eigenschappen debet aan het prijsverschil.

“Het is maar voor een plintje, dan neem je niet het allerduurste, je kiest afhankelijk waar je het voor nodig hebt, waar het goed voor moet zijn. Als het heel mooi moet zijn is het weer wat anders.”

“Ik kijk naar de nerf, naar de kleur en naar de kwaliteit. Dit past in onze woonstijl en inrichting. Prijs vind ik dan minder belangrijk.”

Enkele respondenten geven aan over een zeer krap budget te beschikken, voor hen speelt prijs een sleutelrol:

“Ik gebruik spaanplaat of MDF. Als het maar goedkoop is, dat is het enige dat telt.”

2.7 Beslissingsproces: rollen en beslismomenten

Aanschaf hout voor reguliere klusser vaak gewoontegedrag

De meerderheid van de geïnterviewde klussers heeft vóór het winkelbezoek reeds een globaal beeld van de houtsoort die gewenst is; een substantieel deel van hen heeft thuis reeds exact bepaald welk type hout gekocht zal worden. Met name als het aan moet sluiten op reeds gebruikt hout en indien het om een herhaling van een vaker uitgevoerde klus gaat, is het keuzeproces betrekkelijk eenvoudig en kan vergeleken worden met gewoontegedrag. De volgende citaten illustreren dit:

“Ik maak een kast. Voor meubels gebruik ik altijd grenen, dat koop ik altijd bij de Formido’.

“Alles van hout wat ik moet schilderen maak ik van MDF. Dat is perfect spul, goed schilderbaar. Zo glad krijg je hout nooit.”

“We zijn met een doel van huis gegaan: een stuk spaanplaat dat wit is, dat willen we hebben.”

Daarnaast hebben de fanatieke klussers -die over uitgebreide kennis en ervaring met hout beschikken- zoals verwacht minder behoefte aan advies:

“We hebben ons hele huis zelf gebouwd en later verbouwd. Dan weet je zo langzamerhand wel wat je moet hebben voor een bepaalde klus. Voor het interieur gebruiken we als het even kan oud hout.”

“Wij klussen iedere week vele uren, en dat al zo’n twintig jaar. Het is een soort ontspanning voor ons. Op basis van de toepassing en de functie van het hout kiezen we wat we willen hebben, prijs speelt natuurlijk ook een rol daarbij. We weten wat er te krijgen is.”

Minderheid vraagt advies winkelpersoneel bouwmarkt

Echter, een minderheid van de respondenten heeft een vaag beeld van de benodigde houtsoort. Deze groep is duidelijk aan het zoeken in de houtsectie en vraagt ook om advies aan het winkelpersoneel. Ook klussers die met een niet eerder uitgevoerde klus of een (voor hen) ingewikkelde klus bezig zijn, vragen om advies. Overigens zijn er ook enkele ‘shoppers’ geïnterviewd: doe-het-zelvers die naar de bouwmarkt gaan ter vermaak, om rond te neuzen en op ideeën te komen. Deze groep beslist vanzelfsprekend pas voor het schap.

Advies speelt in houtwinkel een belangrijke rol

De gang van zaken is in de houtspeciaalzaak sterk afwijkend: bij dit type winkel speelt advies een belangrijke rol. De meerderheid van de geïnterviewde consumenten geeft te kennen dat het verkrijgen van advies een hoofdreden is om naar de speciaalzaak te gaan. Er wordt op vertrouwd dat het personeel ter zake kundig is. Ook speelt mee dat men verwacht dat het hout van betere kwaliteit is dan in de bouwmarkt.

Partner speelt belangrijke rol indien uiterlijk belangrijk is

Uiteraard verschilt de rol van de partner. Vaak komt de klassieke situatie voor dat de man de expert is zo gauw het over doe-het-zelven gaat. Logischerwijs bepaalt de man in die situatie dan ook welke houtsoort wordt gekozen. Dit geldt met name indien het gaat om hout dat niet zichtbaar is. (Van de 61 geïnterviewde doe-het-zelvers zijn er 6 vrouw. Daarnaast zijn circa

vijftien stellen geïnterviewd (= 15 respondenten) waarvan de man het woord voerde als het ging om de houtkeuze).

De mening van de partner speelt echter meestal wel een belangrijke rol indien het om hout gaat dat tevens ter verfraaiing van het interieur dient. Een substantiële minderheid geeft zelfs te kennen dat in dergelijke gevallen de vrouwelijke partner het voor het zeggen heeft.

“Mijn vrouw richt ook het huis in, dus zij kiest ook het hout voor de vloer en voor de kasten.”

“Dit hout vind mijn vrouw mooi, zij bepaalt alles.”

Andersom komt natuurlijk ook voor:

“Mijn man vertelt me wat we nodig hebben, en dan ga ik het halen.”

Advies van vrienden, bekenden en professionals

Bij ingewikkelde klussen of bij klussen waar de doe-het-zelver nog geen ervaring mee heeft, wordt advies gevraagd aan familie, vrienden, kennissen of aan een klusjesman of timmerman waarmee gewerkt wordt. (Zoals gezegd is ook de bouwmarkt in die situatie voor sommigen een informatiebron, alhoewel de meerderheid zonder advies te vragen tot een keuze komt.) Daarnaast blijken respondenten die zelf minder ervaren zijn met doe-het-zelven en/of die van nature ‘onhandig’ zijn, vaak wel advies te vragen. De volgende citaten geven een indruk van de gang van zaken bij deze klussers:

“Ik heb zelf twee linkerhanden maar mijn buurmannen zijn bedreven klussers. Dus ik vertel hen wat ik wil, en dan vertellen zij me welk hout ik moet hebben. En dat koop ik dan. Simpel.”

“We zijn nu met een aanbouw bezig, daar heb ik ook een klusjesman voor. Die vertelt me welk hout ik nodig heb, ik haal het dan.”

“Ik heb familie die in bouw werkt, daar kan ik altijd terecht voor advies als het ingewikkeld is. Maar meestal weet ik het zelf wel.”

2.8 Milieu en herkomst voor meerderheid ondergeschikte rol

Een minderheid van de respondenten noemt milieu en herkomst van het hout als één van de overwegingen bij het kopen van hout. Dat komt meestal neer op het mijden van tropisch hardhout, slechts een enkeling handelt echter daadwerkelijk milieubewust en past geen tropisch hardhout toe van onbekende oorsprong. In de meeste gevallen wordt toch gekozen voor tropisch hardhout indien men meent dat dit aanzienlijk beter is (=minder onderhoud, langere levensduur, mooier). In hoofdstuk vier wordt dit nader uitgewerkt.

2.9 Verschillen tussen gedragspraktijken

De diepte-interviews met doe-het-zelvers hebben een zeer rijk beeld geleverd van de wijze waarop burgers tegen hout aankijken en van de wijze waarop beslissingen over houtsoorten worden genomen. Tijdens de analysefase is gespeurd naar de invloed van verschillende factoren op percepties ten aanzien van hout en het beslissingsproces. Indien een burger gevraagd wordt naar de perceptie van hout en de wijze waarop beslissingen worden genomen, dan blijkt dat de

wijze waarop het type klusser sterke invloed heeft. Globaal zijn de volgende categorieën te onderscheiden.

Heavy en reguliere klusser: meer opties en betere afweging

De klussers die wekelijks aan de slag zijn in en om hun huis, gedragen zich uiteraard wezenlijk anders dan de leek die zo nu en dan een lamp ophangt en ergens een latje tegenaan timmert. Ten eerste heeft deze categorie klusser meer kennis over houtsoorten: zij kennen meer soorten (zie ook hoofdstuk 4), weten wat de eigenschappen van deze soorten zijn en maken op grond hiervan een keuze. De afweging is ook beter in de zin dat deze gestoeld is op ervaringen die zijn opgedaan met verschillende houtsoorten.

Keuzeproces incidentele klusser: ‘hout=hout’

Het gros van de klussers valt echter in een andere categorie: zij klussen zo nu en dan (van enkele keren per jaar tot sporadisch) en mijden over het algemeen grote ingrijpende klussen. Voor deze klusser geldt heel kort door de bocht: ‘hout=hout’. Een uitzondering vormt hout dat een belangrijke invloed heeft op de uitstraling van het huis: de visuele kenmerken van het hout spelen hierbij een sleutelrol. Globale afwegingen als de keuze tussen zacht hout en hardhout worden door deze groep ook gemaakt, maar de beslissing is verder sterk afhankelijk van wat de koper in de bouwmarkt tegen komt dat aan zijn beeld voldoet of van het advies van de houtspeciaalzaak.

Keuzeproces hobbyist: gevoel speelt grotere rol

De hobbyist kijkt op een emotionele manier tegen hout aan. Dit type doe-het-zelver uit zich in lovende woorden over hout: over de geur, over hoe het voelt, over de uitstraling die het heeft. Vaak maakt dit type klusser zelf meubels en delen van het huis die voor de uitstraling en sfeer een grote invloed hebben (bijvoorbeeld serre). Dit type klusser heeft vaak een sterke voorkeur voor één soort hout. De keuze voor de favoriete houtsoort wordt beïnvloed door esthetische motieven en door de bewerkbaarheid. Ervaring speelt daarbij een belangrijke rol: vaak zijn hobbyisten gewend aan een bepaalde houtsoort voor een bepaalde toepassing (bijvoorbeeld meubels), door deze houtsoort te kiezen heeft de hobbyist meer zekerheid dat de nieuwe creatie zal slagen.

2.10 Verschillen tussen typen detailhandel

Er is in drie typen winkels veldwerk verricht. een bouwmarkt (Formido), een doe-het-zelf zaak (Doeland; kleinschaliger dan een bouwmarkt; ‘pappa-mamma-winkel’) en een houtspeciaalzaak (Bremer). Doel hiervan was om te bekijken welke verschillen zijn te constateren wat betreft het type klusser dat er hout aanschaft, de wijze waarop de klanten worden geholpen en de visie van de bedrijfsleiding en verkopers op de onderhavige problematiek.

Uit het onderzoek blijkt dat er een verschil is tussen het type klusser dat wordt aangetroffen in de houtspeciaalzaak en het type klusser dat hout aanschaft in een doe-het-zelf zaak en een bouwmarkt. Tussen deze laatste twee detailhandelsoorten is in het onderzoek geen wezenlijk verschil aangetoond wat betreft het type doe-het-zelver.

De klusser in de houtspeciaalzaak is vaker een hobbyist of een zware klusser. Het komt frequenter voor dat de klanten een aankoop doen voor een verbouwing (extra kamer, dakkapel) of voor bijvoorbeeld een vloer; over het algemeen gaat het dus ook om grotere partijen hout. Veel klanten in de doe-het-zelf zaak kopen enkele planken of een beperkte hoeveelheid hout, bijvoorbeeld voor een kastje of om iets te repareren.

Een ander verschil is dat klanten kiezen voor de houtspeciaalzaak omdat zij geadviseerd willen worden over de houtkeuze en omdat zij het gevoel willen hebben dat het gaat om kwalitatief hoogwaardig hout. In de doe-het-zelf zaak wordt weliswaar ook regelmatig om advies gevraagd en zelfs in de bouwmarkt vraagt een minderheid om ondersteuning bij de aankoopbeslissing. Echter, het personeel van de houtspeciaalzaak wordt gezien als vakspecialist waarop vertrouwd kan worden, ook als het om complexe klussen gaat.

Wat betreft de visie van de bedrijfsleiders op de houtproblematiek: zij menen dat zij als ondernemer hun verantwoordelijkheid moeten nemen voor milieuzaken. Dit is ook een belangrijk motief om FSC hout in het assortiment op te nemen. De houtspeciaalzaak die bij het onderzoek is betrokken, heeft zelfs een eigen bos aangelegd dat duurzaam wordt beheerd. Daarnaast wordt aangegeven wat de herkomst van het hout is in de winkel.

Overigens leeft het FSC-keurmerk niet erg bij de consument volgens de geïnterviewde bedrijfsleiders en verkopers. Daarnaast worden vraagtekens geplaatst bij het keurmerk. De milieubewuste houtspeciaalzaak is zelfs fel gekant tegen het label omdat *“het nooit kan kloppen en omdat een eenzijdig beeld wordt gegeven.”* (zie hoofdstuk 5)

3 Keuzeproces hout burger als opdrachtgever

In dit hoofdstuk wordt ingegaan op de drijfveren en percepties van burger in de rol van particuliere opdrachtgever. Tevens worden de rollen in het beslissingsproces in kaart gebracht.

3.1 Typering verbouwingen

De verbouwingen die de acht burgers als opdrachtgever laten uitvoeren, verschillen sterk van elkaar, maar hebben gemeen dat het om vrij ingrijpende klussen gaat: van het volledig renoveren van de woning tot het plaatsen van een derde verdieping.

“Het gaat om een grondige renovatie: er is vijf maanden full time aan gewerkt door drie krachten. We hebben een huis gekocht waarvan we verschillende verdiepingen gaan verhuren, van daar.”

“Dit is een vissershuis van 130 jaar oud. Het was een bouwval, er was helemaal niets. Geen riolering, elektriciteit. Alles is nieuw: nieuwe vloeren, nieuwe ramen, etcetera, etcetera.”

“We maken een derde verdieping. De burens hebben het initiatief genomen vanwege het ruimtegebrek, voor ons is het op termijn ook handig, dus we doen mee.”

“Dit huis is gebouwd in de jaren dertig. Mooie huizen.... De vorige bewoner is uit ouderdom overleden, dus dan kom je in een verouderd huis. Er moest ontzettend veel gebeuren: nieuwe waterleiding, nieuwe elektriciteitsleidingen, nieuwe trap naar zolder, dakkapel, nieuwe achterpui.... ga zo maar door. Totale modernisering dus!”

3.2 Beslissingsproces afhankelijk van kennis & ervaring opdrachtgever

De wijze waarop het beslissingsproces van particuliere opdrachtgevers ten aanzien van houtsoorten verloopt, wordt sterk beïnvloed door het type klusser dat de opdrachtgever is. Gaat het om een burger die als een ‘heavy klusser’ gekarakteriseerd kan worden of als een bevoegen hobbyist, dan wordt relatief veel invloed uitgeoefend op de keuze voor houtsoorten. Echter, de ‘doorsnee’ functionele doe-het-zelver die zo nu en dan klust en de ‘light klusser’ laten zich bij een verbouwing in belangrijke mate sturen door de aannemer of klusjesman, zo blijkt uit de gesprekken. Volgens de geïnterviewde aannemers en architecten behoort het gros van de opdrachtgevers tot die laatste categorie. In de volgende paragrafen wordt dit nader toegelicht.

3.3 Voor meerderheid opdrachtgevers is advies uitvoerder belangrijk

In de meeste gevallen komt de uitvoerder met een voorstel waarin de keuze voor materialen is opgenomen. De uitvoerder overlegt uiteraard met de klant over de wensen en het advies. Maar zeker als het gaat om constructie hout en hout dat geleverd wordt, wordt door de meerderheid van de particuliere opdrachtgevers het advies van de aannemer of timmerman opgevolgd.

“Ik heb de verbouwing gecoördineerd. We werkten met enkele klusjesmannen, dat waren Polen, en met een aannemer. In het weekeinde en ’s avonds hielp ik ook mee. We hebben eerst ons verlanglijstje met de aannemer besproken. Hij kwam met een offerte, en dan kijk

je welke onderdelen je kunt betalen..... Wat betreft de achterpui vroeg de aannemer of we kunststof of hard hout wilden. Wij wilden hard hout, het is een oud huis en dat past beter bij de sfeer. Zijn aanbeveling was Meranti en geen Merbau want dat gaat bloeden. Maar nu zijn de deuren toch van Merbau! Dat heeft de timmerfabriek gedaan volgens de aannemer. En de deuren bloeden dus, daar balen we van! Ook de trap naar zolder is van een andere houtsoort dan afgesproken, ik ken die houtsoort niet maar de nerf is wel mooi dus daar hebben we geen problemen mee.”

“De aannemer heeft zelf de houtsoorten uitgekozen voor de kastjes. Die zijn ook geschilderd, dus dat maakt niet uit. Ik heb geen flauw idee wat het is, het is van dat geperste spul. De klusjesman heeft het hout voor de poort en het afdak gekozen. Daar hebben we niet eens overleg over gehad, ik vertrouwde erop dat hij het goede zou kiezen. Het moest goedkoop, die poort en dat afdak, want het geld was op. Dat is dus een of andere geïmpregneerde houtsoort geworden.... ik weet het niet welke want ik weet weinig over hout. Het is in ieder geval geen hard hout want dan zou het duurder zijn geweest.”

“Ik had de supervisie over de verbouwing en heb twee krachten ingehuurd voor uitvoerend werk. Een daarvan was een timmerman, dus die adviseerde ook over hout want daar weet ie ontzettend veel over. We besloten in overleg.”

3.4 Smaak speelt sleutelrol bij keuze voor hout ‘in zicht’

Bij de keuze voor hout dat in het zicht is en niet geveerd wordt, speelt persoonlijke voorkeur wel een belangrijke rol, zo blijkt. Dit geldt met name voor vloeren. Een vloer is sterk bepalend voor de sfeer in huis en de meeste particuliere opdrachtgevers kiezen de vloer dan ook zelf uit. Daarbij is het ook belangrijk dat de vloer past bij de sfeer van het huis.

“Ik wilde perse Jatoba voor de vloer beneden. Dat is tropisch hard hout. En dan diagonaal leggen. Dat had ik gezien in de World of Wonders, daar was ik helemaal weg van. En dan boven ligt Siberische Larix, ook een mooie tekening.”

“De vloer, daar hebben we lang naar gezocht. Degene die de vloer zou leggen had alleen een voorkeur aangegeven voor brede planken. Uiteindelijk zijn het eiken vloerdelen geworden. Mooie uitstraling en lekker hard.”

“We hebben gezocht naar een vloer die past bij de wat oudere sfeer van het huis. Dit komt neer op brede planken en hout met een rode tint. Eerst zijn we naar een handel in gebruikte bouwmaterialen gegaan. Dit leverde niet het gewenste resultaat op. Succes hadden we wel bij een houthandel die Zuid Amerikaans hardhout kon leveren in de gewenste afmetingen en kleur: Jatoba. Dat is echt kei en keihard hout.”

“Oud hout, dat wilden we hebben voor de vloer. Dus zijn we langs allerlei bedrijven gegaan die tweedehands hout verkopen. De juiste kleur en de juiste tekening, dat is belangrijk. Dit hout heeft al een heel leven gehad.”

“We hebben Frans Grenen voor de vloer gebruikt, dat vind ik namelijk heel mooi..... en het is ook prettig geprijsd.”

De meerderheid van de respondenten noemt als belangrijkste overweging bij de keuze van onbeschilderd hout dat in het zicht is, dat het aansluit bij de rest van het huis:

“Aansluiten bij de stijl van het huis, dat is voor mij de belangrijkste overweging als ik hout kies. Het gaat er om eenheid in stijl te realiseren.”

“Bij de kozijnen is gekozen voor grenen omdat de oude kozijnen ook van dit hout zijn gemaakt. En ook al zit er een laag verf over: als je tropisch hardhout gebruikt ziet het er toch anders uit.”

“We hebben hardhouten kozijnen, we wilden geen kunststof want dat past niet bij het huis.”

3.5 Prijs speelt complexe rol

Indien het hout voor esthetisch doeleinden wordt gebruikt, speelt prijs een andere rol dan wanneer het gaat om hout dat weggewerkt wordt. Daarnaast is de rol van de prijs uiteraard afhankelijk van het budget dat de particuliere opdrachtgever tot zijn beschikking heeft. Over het algemeen kan gesteld worden dat andere motieven de keuze domineren (uiterlijk, levensduur, onderhoud).

“Het hangt er van af waar je het hout voor gebruikt of de prijs belangrijk is. Kijk, dragende balken zijn gewoon van vuren, want dat is goed genoeg. Hard hout zou dan veel te duur zijn. Maar de kozijnen, de tuindeuren en de vloer zijn wel van hard hout, dat is mooi en duurzaam. Verder hebben we een lambrizing aangebracht. In de bouwmarkt heb je daar standaardpakketten van, maar die vonden we te duur. Bovendien moest er de mogelijkheid zijn voor ventilatie in verband met optrekkend vocht langs de muur. Dus hebben we voor MDF gekozen. Mooi glad en goed verzaagbaar.”

“Geld speelt natuurlijk een rol.....maar voor ons is het uiteindelijk niet belangrijk. Dan sparen we gewoon tot we genoeg geld hebben voor wat we willen. Het moet vooral mooi worden!”

“Die vloer is duur.... maar dat bepaalt ook voor een belangrijk deel de uitstraling van het huis. Dus daar heb je dan veel geld voor over. Kwestie van besparen op andere zaken. Dat afdak en die poort zijn bijvoorbeeld heel goedkoop.”

“Bij de vloeren en bij de wanden van de nieuwe kamer moest het hout vooral mooi zijn. Als je het hout niet ziet speelt de prijs minder een rol, dan kies je op grond van de functionele eigenschappen van het hout.”

3.6 ‘Ervaren’ opdrachtgevers oefenen meer invloed uit

Hoe meer de opdrachtgever zelf klust en hoe meer de opdrachtgever weet over houtsoorten en de eigenschappen van verschillende houtsoorten, hoe meer invloed wordt uitgeoefend op de keuze voor een bepaalde houtsoort. De typering van verschillende typen klussers in de laatste paragraaf van het vorige hoofdstuk, is ook hier van toepassing. Twee van de acht geïnterviewde particuliere opdrachtgevers hebben een sterk sturende rol, de overige particuliere opdrachtgevers beslissen mee waarbij de aannemer of uitvoerder een sleutelrol speelt. Deze komt ten eerste met suggesties, ten tweede worden suggesties van klanten soms afgeraden of zelfs ‘geweigerd’, bijvoorbeeld omdat het lastig uitvoerbaar is.

“Ik heb zelf het ontwerp gemaakt voor de verbouwing en heb zelf ook de meeste materialen gekozen. Ik wilde bijvoorbeeld voor de buitenbetimmering van de dakkapel perse Red Cedar gebruiken. De aannemer wilde liever Grenen planken er tegen aanzetten, in de grondverf. Hij

gaf aanvankelijk ook aan dat Red Cedar niet verkrijgbaar was in de gewenste afmetingen. Ik heb voet bij stuk gehouden en het is dus toch Red Cedar geworden. Wat betreft de boeidelen van de dakkapel was de aannemer voor watervast multiplex, dat is voor hem ook makkelijker werken dan Trespa, dan hoeft ie niet met speciale schroeven en zo, maar ik wilde toch Trespa. Dat is namelijk volledig onderhoudsvrij. Het materiaal van de draagbalk hebben we in overleg bepaald. De keuze was tussen een (lichte) stalen constructie of een zwaardere houten balk. Het is dus hout geworden omdat we allebei hier makkelijker mee konden werken. Aan hout kun je gemakkelijker dingen bevestigen.”

“Ik heb veel ervaring met verbouwen. Dit is mijn vijfde huis. Ik doe heel veel zelf, ik werk er twee à drie dagen per week aan. De aannemer doet de echt zware klussen die ik niet aan kan, bijvoorbeeld een dragende stalen balk monteren. Ik kies zelf het hout uit, maar dan overleg ik wel met mijn broers, die kunnen alles maken.”

“Ik ben geen doe-het-zelver, dus ik denk: de aannemer en timmerman die weten het beter dan ik. Zij hebben snel genoeg gemerkt dat ik me met al die keuzes niet bemoei, dus de houtsoort voor de keukenkastjes en het blad voor het kookeiland hebben zij allemaal bepaald, alleen de vloer hebben we zelf uitgezocht.”

3.7 Overwegingen komen deels overeen met doe-het-zelvers

Daar waar de opdrachtgever invloed uitoefent, wordt doorgaans op grond van dezelfde criteria als in het vorige hoofdstuk beschreven keuzes gemaakt. Er wordt eerst gekeken naar de aard van de klus: Is het hout zichtbaar? Wordt het geverfd? Wordt het buiten gebruikt? Vervolgens spelen esthetische overwegingen een sleutelrol bij zichtbaar hout dat tevens ter verfraaiing van het interieur dient. Is het hout niet zichtbaar, dan spelen de bewerkbaarheid en functionele eigenschappen als draagkracht, onderhoud, levensduur en prijs de hoofdrol.

3.8 Uitvoerders en architecten: consument meestal volgend

Er zijn vier uitvoerders geïnterviewd en twee architecten. Wat betreft de uitvoerders: het ging om een middelgrote aannemer voor wie particuliere opdrachtgevers een deelmarkt vormen en een kleine aannemer gespecialiseerd en twee eenmanszaken die zich uitsluitend op particulieren richten. Voor de geïnterviewde architecten vormen particulieren een deelmarkt, woningbouwcorporaties en gemeenten zijn verantwoordelijk voor het leeuwendeel van de omzet (80%-90%).

Klanten vaak slecht voorbereid en onwetend

De gesprekken bevestigen de bevindingen uit de diepte-interviews met particuliere opdrachtgevers. Klanten die veel weten van klussen bemoeien zich sterker met keuzen dan de ‘leek’. De leken vormen de meerderheid onder de opdrachtgevers, zo wordt gesteld. Zij volgen de adviezen vaak klakkenloos op. Met name als het om constructie hout gaat of hout dat geverfd wordt, hebben particuliere opdrachtgevers een weinig uitgesproken voorkeur. De volgende citaten van uitvoerders illustreren de gang van zaken.

“Onze rol in de verbouwing is vooral uitvoerend. De klant komt met een vraag. Wij inventariseren en komen met een idee en een offerte. Daarna is het een kwestie van uitvoeren. De klant bepaalt. Het enige dat wij doen is adviseren. willen ze toch wat anders dan doen we dat. Zolang het technisch uitvoerbaar is en voldoet aan de regels. Meestal zijn de klanten niet voorbereid en volgen ze gewoon mijn voorstellen.”

“Wij adviseren en helpen bij een keuze. De meeste klanten zijn leken dus dat moet, dat maakt mijn werk juist zo leuk. Klanten zijn vaak slecht voorbereid. Soms zijn ze enigszins ter zake deskundig, die klanten gaan zelf op onderzoek uit, gaan te rade bij familie, bij specifieke specialisten zoals een loodgieter maar ze gaan bijvoorbeeld ook gewoon naar de houtzaak voor advies. Meestal weten klanten nog niet in detail wat ze willen. Soms hebben ze voorbeelden maar dat vragen ze ook nog al eens aan mij. “

“Klanten zijn vaak niet echt voorbereid. Daarom heb ik eerst een verkennend gesprek: wat wil de klant precies en waarom? Ik maak weinig mee dat de klant nog een andere adviseur heeft. Wel maak ik zo nu en dan mee dat men na een offerte een vergelijking doet in winkels voor hout en meubels. Het gaat dan bijna altijd om een prijsvergelijking. Het advies wordt meestal opgevolgd.”

“Als architect bekijk je in overleg met de klant welke houtsoort genomen wordt. Het komt echter weinig voor dat ze perse een bepaalde soort willen.... als het hout voor het beeld heel belangrijk is, dan maakt het wel uit, maar over het algemeen denkt de klant: ‘hout=hout’.”

“De vraag van de klant is vaak erg algemeen... welke kleur het hout moet zijn bijvoorbeeld. Mijn advies in combinatie met de prijs zijn doorgaans het meest bepalend.”

Prijs kan belangrijke rol spelen

Uit de gesprekken met uitvoerders blijkt dat prijs wel degelijk een rol speelt. Het blijft echter lastig om de vinger te leggen op de aard van deze rol. Ten eerste is de prijs minder belangrijk voor hout dat tevens een esthetische functie heeft dan voor hout dat niet zichtbaar is. Ten tweede is het vanzelfsprekend afhankelijk van de omvang van het budget van de klant. Vaak hebben particuliere opdrachtgevers gespaard voor een verbouwing. Als een bepaald type vloer dan bijvoorbeeld bovenaan het verlanglijstje staat, speelt prijs een ondergeschikte rol. Indien de verbouwing plaats vindt in het kader van een verhuizing, dienen vaak keuzes te worden gemaakt op grond van prijs. Men kan meestal niet alle wensen realiseren. Over het algemeen spelen andere criteria zoals uiterlijk (in het zicht) levensduur, hardheid (bij vloeren en trappen) en weersbestendigheid (buiten) een dominante rol. De hoogte van het inkomen is uiteraard van invloed op het belang van de prijs.

“Prijs is belangrijk voor klanten, maar levensduur en duurzaamheid vinden ze eigenlijk nog belangrijker. Steeds vaker maak ik mee dat men liever voor iets duurder gaat dan voor een goedkope oplossing die meer onderhoud vergt en die minder lang meegaat. Zou wel te maken hebben met de economische groei.”

“Als het hout bijvoorbeeld in de woonkamer wordt gebruikt, spelen visuele eigenschappen van het hout een hoofdrol: de kleur, de nerf, de tekening, uitstraling. Daarnaast is de duurzaamheid belangrijk: het moet lang meegaan, het mag niet veel onderhoud vergen. De prijs speelt natuurlijk ook mee..... maar dat is niet het belangrijkste. Het verschilt ook bij klant, als ze een ruim budget hebben, dan kan het niet op! Dan is prijs nauwelijks een factor die meespeelt. We doen overigens ook restauraties van oude huizen. Dan speelt prijs zeker een ondergeschikte rol. Uitgangspunt is dan dat het weer in de oorspronkelijke staat wordt hersteld, dat het past bij de tijd en de sfeer van het huis.”

“De klant kiest voor hout op basis van dat het mooi moet zijn, praktisch, gemak speelt een rol en uiteindelijk de prijs. Het budget van de klant heeft natuurlijk een grens.”

“Het moet goed zijn en je moet kwaliteit leveren. Voor de klant speelt het vertrouwen dat jij levert wat je zegt. De prijs is dan wel een factor maar niet de belangrijkste.”

“Ik werk graag met hout, ik vind het mooi. Ik kies ook graag voor mooi soorten in mijn ontwerpen. Maar als je dan met je voorstel komt, schrikken ze zich vaak dood van de prijs. Ik vind dat klanten vaak niet echt goed kijken naar de esthetische kwaliteit. Dan zeggen ze: ‘ik beits het wel een keertje, dan krijgt het ook die kleur’.”

3.9 De bouwwereld mijdt risico's

Uit de gesprekken met de twee architecten blijkt dat zij in veel situaties een beperkte invloed hebben op de keuze van de houtsoort. Als het gaat om hout dat voor constructiedoeleinden wordt gebruikt of overgeschilderd wordt, dan wordt de houtkeuze vaak bepaald door de timmerman of de aannemer die de verbouwing uitvoert. Volgens de geïnterviewde architecten kan het beslissingsproces van deze actoren als sterk conservatief worden gekarakteriseerd. Men weet van de verschillende houtsoorten wat de functionele eigenschappen zijn: bewerkbaarheid, draagkracht, duurzaamheid, hardheid, etcetera.

“Als het geschilderd wordt gebruik ik meestal berkenmultiplex of MDF, afhankelijk van welke timmerman het gaat maken: de ene heeft namelijk voorkeur voor berkenmultiplex, die werkt heel veel met dat materiaal. De meeste aannemers en timmermannen gebruiken altijd dezelfde materialen. Dan weten ze zeker dat het goed wordt, dan lopen ze geen risico.”

“Zo gauw er een aannemer bij betrokken is, eisen ze garanties. De bouwwereld is ontzettend conservatief. Dat geldt ook voor professionele opdrachtgevers als gemeenten en woningbouwcorporaties, die kun je heel moeilijk overtuigen als het afwijkt van het gebruikelijke. Ze stellen allemaal randvoorwaarden. Om zich in te dekken tegen risico's.”

Indien een architect een voorstel doet voor een relatief onbekende houtsoort, wordt door professionele opdrachtgevers en aannemers gevraagd om bewijzen die aantonen dat het hout aan allerlei eisen en randvoorwaarden voldoet. Het probleem is dat deze informatie niet makkelijk boven de tafel te krijgen is, hierdoor haakt de architect af.

“Er komen langzamerhand alternatieven op de markt voor de bekende tropisch hardhout soorten, bijvoorbeeld Robinia. Dat stelde ik ook laatst voor bij een project, maar dan willen ze garanties... die zijn er vaak niet, ook het Centrum Hout trekt niet zo een testrapport uit de kast. Ook zijn er nieuwe methoden van verduurzamen, bijvoorbeeld waxen, maar daar wordt dan zeer kritisch en afwachtend naar gekeken.”

3.10 Houtgebruik in Nederland cultureel bepaald?

Uit de gesprekken met uitvoerders en architecten blijken zowel particuliere als professionele opdrachtgevers een 'beperkte blik' te hebben wat betreft het gebruik van hout. Grofweg zou gesteld kunnen worden dat hout in Nederland dient voor verfraaiing van het interieur, voor vloeren, voor meubels, voor het maken van constructies die weggewerkt worden en voor toepassing in de tuin. Uit het perspectief van levensduur en onderhoud moet echter het grootste deel van het huis van steen zijn, zo illustreren de volgende citaten:

“Wij houden van werken met hout, maar gedurfde ontwerpvoorstellen waarin hout een prominente rol speelt, halen het meestal niet. Zo hebben we een corporatie laatst voorgesteld om enkele huizen van hout te bouwen. Dat stuitte op ontzettend veel weerstand. We heb-

ben toen een toer door Nederland georganiseerd langs projecten waarbij huizen van hout zijn gebouwd. Het idee is toen gesneuveld. Na 2 jaar ziet ongeverfd hout er niet meer mooi uit in Nederland als het aan weersomstandigheden wordt blootgesteld.... dat moesten we zelf ook wel toegeven. Je moet dan toch elke paar jaar de zaak gaan schilderen.”

“Het verhaal van de drie biggetjes en de boze wolf, dat illustreert hoe opdrachtgevers tegen hout aankijken. Het ene biggetje heeft een huis van riet, dat is helemaal niks, dat blaast de wolf weg, het tweede biggetje heeft een huis van hout, dat gaat dus in vlammen op, en het derde biggetje heeft een huis van steen: die zit als enige gebeiteld. Ga je in andere landen kijken, dan zie je veel meer houtgebruik..... maar de klimaatsomstandigheden zijn meestal wel anders natuurlijk, vocht blijft een groot obstakel in Nederland.”

3.II Uitvoerders beslissen globaal hetzelfde als doe-het-zelvers

Het type klussen dat binnen een verbouwing wordt uitgevoerd, bepaalt voor een belangrijk deel de houtkeuze. Het is boeiend om te zien dat het beslissingsproces van leken en professionals overeenkomsten vertoont: op grond van kennis en ervaring wordt afhankelijk van de klus en persoonlijke voorkeur voor een bepaalde houtsoort gekozen. Uiteraard is het afwegingsproces dat professionals doorlopen in veel gevallen complexer: zij kennen meer houtsoorten en weten meer over de functionele eigenschappen. Toch komt ook hier dus sterk gewoontege drag voor: al het hout binnen dat wordt geschilderd van MDF of juist van berkentriplex bijvoorbeeld.

4 Beleving van ontbossingsproblematiek

In dit hoofdstuk wordt beschreven hoe de geïnterviewde burgers aankijken tegen de ontbossingsproblematiek: vinden zij het een ernstig probleem? Zien zij een rol voor zichzelf weggelegd als het gaat om ontbossing?

4.1 Kennis over herkomst hout bij meerderheid beperkt

Bekendheid houtsoorten

De respondenten is gevraagd welke houtsoorten zij kennen en of zij de eigenschappen van deze houtsoorten kunnen omschrijven. Het meeste genoemd worden:

- vuren
- grenen
- eiken
- tropisch hardhout
- meranti
- MDF, triplex, spaanplaat
- Essen
- Beuken

Verder worden door de volgende soorten door enkele respondenten genoemd: kersen, noten, merbau, ahorn, mahonie, palisander, jatoba, Red Ceder. Daarnaast blijken burgers incidenteel nog weinig voorkomende soorten te kennen, zo zijn bijvoorbeeld Wengé, Pokhout, Bankrai en Salomons Parduk door een enkeling genoemd.

De meeste doe-het-zelvers en particuliere opdrachtgevers maken een onderscheid tussen zacht hout en hard hout. Hard hout wordt weer onderverdeeld in Europees hard hout en tropisch hard hout. Echter, voor een substantiële groep betekent hard hout automatisch dat het uit een tropisch land komt. Zij weten vaak wel dat eiken harder is dan vuren en grenen, maar dat maakt het nog geen hard hout voor deze klussers.

Andere eigenschappen die worden genoemd zijn (zie ook hoofdstukken 2 en 3):

- De gladheid
- Kleur en tekening, knoesten
- De bewerkbaarheid (hangt onder meer samen met hardheid ('zaagbaarheid') en de kans op splijten)

Herkomst hout globaal bekend

Een minderheid van de respondenten heeft geen flauw benul wat de herkomst is van het hout dat voor de klus /verbouwing is gebruikt (“*uit het bos neem ik aan, verder weet ik het niet*”). De meerderheid van de burgers heeft een globaal beeld van de herkomst, te weten: zacht hout, waaronder naaldhout, komt met name uit Scandinavië (ook Noord Amerika en Canada worden genoemd); hard hout komt uit tropisch landen. Met name Brazilië en Indonesië worden genoemd, een minderheid noemt Afrika als houtleverancier:

“De herkomst.... daar vraag je me wat.... die is zo goed als onbekend. Ik weet wel dat hardhout uit het oerwoud komt in de tropen, vuren en dergelijk komt uit Scandinavië, Noord Amerika of Canda.”

“Ik weet dat de vloerdelen uit Zuid Amerika komen, de rest van het hout, dat zou ik niet weten.”

Professionals uitgebreide kennis van hout

Zoals verwacht kan worden hebben uitvoerders een uitgebreide kennis van houtsoorten en de eigenschappen. De volgende citaten illustreren dit:

“In het algemeen maken wij een onderscheid in hardhout en zacht hout. Binnen deze categorieën heb je een scala van mogelijkheden (respondent noemt een waslijst van houtsoorten met korte omschrijvingen) Kijk elke houtsoort heeft zijn specifieke gebruiksmogelijkheden. Daar moet je constant rekening mee houden. Moet je het hout bewerken, dan moet dat dus wel mogelijk zijn. En een constructie van hout vereist weer dat hout stevig genoeg is maar ook flexibel genoeg. Uiteindelijk is het aantal kilo per kubieke meter een belangrijk kwaliteitscriterium: dat geeft aan hoe hard het is. Mijn favoriete houtsoort is eiken, hoe dat ruikt, hoe het voelt..... het is hout waar je wat mee kunt maken! Lijsten, verstekken, ornamenten, balustrades. Neem dan bijvoorbeeld Wengé, dat is ook hard hout. Daar worden vaak meubels van gemaakt. maar je kunt er maar weinig mee omdat het splintert, het schuurt niet prettig, dat vind ik dus niks om daarmee te werken.”

“Vuren is relatief makkelijk te bewerken maar dat wil nog al eens splijten. Houtsoorten als grenen en beuken hebben dat veel minder maar zijn weer veel duurder. Maranti suggereer ik meestal voor kozijnen. Soms vragen mensen dan: waarom maranti en geen vuren? Dan vertel ik dat meranti minder onderhoud nodig heeft en duurzamer is: meranti krimpt 3mm op een meter en vuren 6 mm. Vuren kost dus altijd meer geverf en meer geschaaf, etcetera. Dat advies volgen ze dan op. Ik gebruik ook Limba, dat komt uit Afrika. Het is een hele mooie houtsoort: goed te bewerken, relatief zacht, daar maak ik dus meubels van. Voor mij telt eigenlijk vooral hoe makkelijk bewerk ik het en hoe onderhoudsgevoelig is het.”

4.2 Ontbossing sterk geassocieerd met tropen

De ontbossingsproblematiek heeft een hoge bekendheid, zo blijkt. Slechts enkele in de bouwmarkt geïnterviewde doe-het-zelvers geven aan dat ontbossing voor hen een onbekend fenomeen is (“ik weet niet wat daar mee bedoeld wordt”), de overige klussers en particuliere opdrachtgevers hebben van ontbossing gehoord en kunnen een omschrijving geven. Uit de omschrijvingen van de respondenten kan geconcludeerd worden dat ontbossing door de meerderheid sterk geassocieerd wordt met tropische bossen. Met name Brazilië wordt vaak spontaan genoemd als de plaats van het onheil. De volgende omschrijvingen illustreren de meningen van burgers:

“Ontbossing, daar heb ik vaker over gehoord. Het gaat om roofbouw van bossen om grond voor landbouw te krijgen, daardoor worden bossen in de tropen vernietigd.”

“...Bomen kappen voor houtproductie zonder nieuwe te planten.... Daardoor verdwijnen de bossen in de tropen.”

“Ik kijk vaak naar Discovery Channel, daar zie je dat het steeds vorder aan het toenemen is, het kappen van die regenwouden.”

“Daar hoor je wel eens wat van ja. Alles te snel weggakken, het bos nooit meer terugkrijgen, daar komt het op neer.”

“Dat lees je wel eens in de kranten en zie je op TV: het ongebreideld kappen van de bomen, dan krijg je erosie, dat is dus ellende.”

In Brazilië bijvoorbeeld, er wordt te veel gekapt. Dan gaat het met name om tropisch bos, daardoor krijg je erosie en problemen met grond en zure regen. Het heeft ook met de lucht te maken: er komt minder zuurstof, het zijn de longen van de aarde die weggevaagd worden.”

“Vaag heb ik er wel eens wat van gehoord, heeft te maken met tropische bossen en erosie, planten en diersoorten die verloren gaan. Maar hoe het nu precies zit weet ik ook niet meer.”

“Door bevolkingsgroei wordt in ontwikkelingslanden veel bos gekapt, ik zie het regelmatig op TV, dan krijg je kale open vlaktes, de natuur verdwijnt.... dat is natuurlijk een slechte zaak!

“Ja, ik heb daar wel van gehoord, van ontbossing maar ik weet het niet heel goed. Het heeft te maken met het verlies van de natuur. Het beheer van de bossen, hoe gaan ze om met kappen en planten. Branden ze de boel plat of niet, dat is de vraag. Dat speelt alleen bij de regenwouden. In Europa en Noord Amerika speelt dat niet!

“Ja zeker, ik weet wat er speelt! Het heeft te maken met fout bosbeheer, erosie, verzanding, maar ook met het uitsterven van verjagen van dieren. Is vooral bij regenwouden en hardhout een probleem.”

“Het weggakken van bebossing vanwege commercie... Deze wereld is bezig zichzelf te vernietigen. Je kunt wel bijplanten, maar voor hardhout duurt het erg lang voordat de boom weer net zo groot is als op het moment van kappen. En vaak is de humuslaag al weg. Dan is het een verloren zaak.”

“Ontbossing: dat gaat over te veel kap van tropisch hardhout. De lokale bevolking doet het vooral maar het Westen doet ook mee”

“Het gaat om de ongebreidelde kap van bomen in de tropen.... er is daar geen controle daardoor krijgen we steeds meer problemen ten aanzien van de grond en de lucht. Die bossen zijn zijn onze longen maar ook de longen van onze kinderen hun longen dus hoe durven we!!!

“Het kappen van grote delen van het tropische bos, met als gevolg dat er een woesternij over blijft.”

Sociale en economische aspecten van ontbossing weinig genoemd

De sociale en economische componenten van ontbossing zijn aanzienlijk minder bekend, zo blijkt uit de interviews. Als economische aspecten genoemd worden, dan gaat het primair om de economische systemen in tropische landen, alhoewel ook het globale economische systeem als boosdoener wordt aangewezen. De volgende omschrijvingen illustreren de meningen van burgers:

“In Zuid Amerika, daar zie je dat de multinationals op grote schaal hout kappen om de winst te maken... ze zouden verantwoordelijk moeten kappen en nieuwe bomen planten.”

“Ik heb er over gelezen in de krant. Het speelt bijvoorbeeld in de regenwouden van Brazilië. Die lui daar kappen alles, die zijn gewoon niet te stoppen. Economische belangen van de regering staan voorop, het is het Grote Geld.”

“De belangrijkste oorzaak van alle problemen is de wijze van produceren: het economisch belang is belangrijker dan het milieu. Dit verhaal komt terug bij de houtproductie in derde wereldlanden: als het zo doorgaat is er straks niets meer over. Het heeft gevolgen voor de waterhuishouding, overstromingen van rivieren door kanaliseren en te weinig opvangcapaciteit voor water. Je krijgt erosie en gevaar voor de hele flora en fauna die bedreigd wordt. Na de ontbossing komt er landbouwgrond en lopen er weer runderen waarvan wij de hamburgers eten.”

“De lokale bevolking en overheid creëren door de ontbossing een economisch probleem op lange termijn. Het is ellende in die landen... slechte arbeidsomstandigheden, roofbouw, armoede.”

“In Noorwegen of Zweden is herbeplanting goed geregeld. In tropische oerwouden niet, vanwege het politiek-economische systeem dat daar in zwang is.”

4.3 Ontbossing is ernstig maar ver weg en niet onze schuld

De respondenten is ook gevraagd naar de ernst van de problematiek en naar de oorzaken van ontbossing. In de perceptie van de meerderheid van de geïnterviewde burgers gaat het om een ernstig probleem. Het onderzoek wijst uit dat de milieubeweging het afgelopen decennium met succes de kap van tropisch woud heeft geagendeerd in de publieke opinie.

Echter, doordat de ontbossing in de beleving van burgers in tropische landen plaatsvindt, voelt de meerderheid zich niet verantwoordelijk voor het probleem. Indien gevraagd wordt naar oorzaken, dan wordt met name gewezen op de situatie in de desbetreffende landen: bevolkingsgroei, economische problemen, politieke instabiliteit, armoede en corruptie. De volgende quotes geven de meningen over de ernst en oorzaken van ontbossing weer:

“Ontbossing is niet gezond. Als de hele wereld ontbost, dan is er ook geen zuurstof meer. Daar moet echt wel wat aan gebeuren.”

“Ik vind het wel ernstig... Maar deels is het een ver van mijn bed show. Alhoewel veel dingen ook wel weer met elkaar samenhangen. In Nederland is er ook flink gesnoeid, en dat kan ook niet meer teruggeplant worden.”

“Ik vind het hartstikke triest, het is echt het korte termijn denken. Daar zijn we allemaal debet aan. Het hout is ook is ook voor ons, zij hebben er niets aan.”

“Het is best dramatisch, ik ben een bergsporter, maar dan in de zomer, en als je dan ziet hoeveel bomen er dan hebben moeten wijken voor de wintersporters in de winter. En ik geloof dat er in Brazilië elke minuut wel een voetbalveld aan hardhout word gekapt, dat is natuurlijk niet goed.”

“Ontbossing is niet goed, er moeten wel iedere keer nieuwe bomen komen, de zuurstof is nodig!”

“Het maakt mij niet zo veel uit, die ontbossing, ik maak mij er niet druk om, het staat te ver van me af.”

“Op zich heel vervelend die ontbossing, maar ja, veel mensen zijn ook afhankelijk ook van hout.”

“Op TV zeggen ze dat het ernstig is, dat zal wel zo zijn. Het is sowieso een chaos in die landen, ze maken er een potje van.”

“Goede zaak om tegen ontbossing te zijn. Het is een ernstig probleem, schade aan de natuur in de tropen.”

“Zal wel niet goed zijn, ontbossing, iedereen is er tegen maar ik heb er geen verstand van.”

“Wel goed als er wat aan gedaan wordt, maar het is een beetje hetzelfde als met die bosbranden in Australië op dit moment, er is nu zo veel weggebrand, dan vraag ik mij af wat wij er nog aan kunnen doen, of het nog wel helpt.”

“Het is een groot probleem. Mensen hebben geen land of geld en moeten toch eten, dus kappen ze de bossen. Het heeft gevolgen voor ons allemaal. Het zijn de longen van de wereld. Dieren en planten sterven uit dus dat lijkt me wel een ernstig probleem.”

4.4 Europees, Noord Amerikaans en Canadees hout is goed

De meerderheid van de respondenten heeft er vertrouwen in dat hout dat afkomstig is uit Europa, Noord Amerika of Canada op een verantwoorde wijze wordt gewonnen. Het beeld is dus vrij simpel: tropisch hout is fout, niet tropisch hout is goed. Slechts een enkele respondent weet dat er in Europa nog oerbossen zijn, zo blijkt uit de gesprekken.

“Echte bossen hebben wij hier niet... eigenlijk alleen in Finland en zo. Ik heb wel eens een spotje gezien over de regenwouden en de dieren die uitsterven omdat men daar bomen kapt of verbrand. Dat kan natuurlijk niet. Wat wij daar aan moeten doen? Ik zou het niet weten! Wellicht een club die geld inzamelt, daar doe ik dan wel aan mee.”

“Illegale houtkap, een bos plat walsen, puur voor het hout, dat is niet goed. Als je weet hoe het gaat... dat bedrijven hele bossen kappen en dat er niets voor terugkomt, dat is slecht... maar ik heb niet het idee dat het een probleem is van Europa, hier zijn wij er toch wel wat meer bewust mee bezig.”

“Kijk dit is naaldhout, dat komt uit Scandinavië, die lui zijn heel bewust. Dat doen ze heus wel goed daar. Kwestie van voldoende nieuwe bomen planten.”

4.5 Bestrijden ontbossing is primair verantwoordelijkheid overheid

Alhoewel de meerderheid van de klussers en particuliere opdrachtgevers ontbossing als een serieus probleem zien, wordt de verantwoordelijkheid met name gelegd bij de overheden van de landen waar tropische bossen ongebreideld worden gekapt zoals Indonesië, Brazilië en Afrikaanse landen. Tevens wordt verwacht dat de groothandel en detailhandel in Nederland kri-

tisch kijken naar hun leveranciers. Hier wordt in hoofdstuk zes op teruggekomen, de volgende citaten geven een beeld van de overheersende meningen:

“Ik zou het een goede zaak vinden dat er actie wordt ondernomen tegen ontbossing. Maar de regeringen ter plaatse laten het toe; er kom in de praktijk toch niet zo veel van.”

“Zoals ik al zei vind ik het een probleem, maar kunnen wij er iets aan doen? Dat waag ik te betwijfelen. Het is gewoon niet eerlijk verdeeld in de wereld. Het gaat veelal om de tropische bossen.”

“Politiek speelt een belangrijke rol bij de ontbossing: het is een machtsspel dat meestal te kosten gaat van de arbeider die onderbetaald en uitgebuit wordt. De lokale overheid in Afrika en Brazilië is ongeorganiseerd, dat kun je als consument nauwelijks beïnvloeden.”

“Ik vind het heel triest en onnadenkend.... het is echt een probleem. Daarom gebruik ik liever geen hardhout. Ze moeten er wat aan doen, maar ik vraag me af of wij er iets aan kunnen doen... dat moeten die landen ook zelf oplossen. “

“Ik neem aan dat het wel goed zit met het hout dat je in Nederland kunt kopen.... Dat de overheid er voor zorgt dat de herkomst klopt, dat er geen oerwoud is weggemaaid voor het hout.”

“Op zich vind ik belangrijk dat het goed hout is, ik probeer tropisch hout ook te vermijden. Het liefst gebruik ik oud hout, dat krijgt dan weer een functie, dat is mooi. Meestal vergeet ik er aan te denken als ik bezig ben, dan zit ik helemaal in de klus..... ik vertrouw de houtzaak wel meer dan de bouwmarkt.”

Een substantiële minderheid voelt zich wel verantwoordelijk. Deze respondenten geven ook aan tropisch hardhout te mijden; zij gebruiken het echter wel als dat vanwege levensduur, onderhoud en/of uiterlijk aanzienlijk beter is dan niet-tropische alternatieven. Slechts een enkeling gebruikt uit principe helemaal geen tropisch hard hout.

“Ik vind het erg is zeer ernstige zaak.... ik neem dit serieus, ik koop geen hardhout als het niet nodig is.”

“Het is een ernstig probleem. Ze moeten stoppen met dit soort van praktijken. Daar kunnen we met zijn allen iets aan doen. Koop eerlijke producten. Maar ja, dat is makkelijker gezegd dan gedaan. In sommige gevallen is tropisch hardhout gewoon het beste.”

4.6 Verschillen tussen gedragspraktijken

Wanneer gekeken wordt naar verschillen met betrekking tot de visie op de ontbossingsproblematiek, kan geconstateerd worden dat er geen harde ‘grenzen’ zijn tussen de onderscheiden gedragspraktijken: de doe-het-zelver en de particulier opdrachtgever. Dit wordt mede veroorzaakt doordat een deel van de geïnterviewde doe-het-zelvers in het verleden particuliere opdrachtgever is geweest en doordat alle particuliere opdrachtgevers eveneens doe-het-zelvers zijn. Indien gevraagd wordt naar de kennis en beleving van de ontbossingsproblematiek wordt in beiden gedragspraktijken overeenkomstige opinies geuit; structurele verschillen zijn niet aangetroffen. Wel kan opgemerkt worden dat de hobbyist vaker ‘liefde’ voelt voor hout en vanuit deze beleving de problematiek van ontbossing emotioneler beleeft. Deze beleving leidt er toe dat deze groep vaker kiest voor ‘goed hout’.

5 Perceptie keurmerk voor hout

In dit hoofdstuk wordt bekeken hoe burgers aankijken tegen een keurmerk voor duurzaam geproduceerd hout. Naast de bekendheid en perceptie van het FSC-keurmerk, wordt bekeken hoe een fictief keurmerk voor duurzaam hout wordt gewaardeerd.

5.1 Spontane bekendheid FSC-keurmerk gering

De respondenten is gevraagd welke keurmerken voor hout zij kennen. Slechts enkele respondenten noemen spontaan het FSC-keurmerk. Een substantiële minderheid heeft wel eens gehoord van een keurmerk voor hout dat met tropische ontbossing heeft te maken. De meesten van hen hebben echter de klok horen luiden, maar weten niet waar de klepel hangt, zo blijkt.

Ook geholpen is de bekendheid van het FSC-keurmerk gering: circa een derde van de respondenten zegt het te kennen. Uit de antwoorden blijkt dat het over het algemeen over een zeer vaag beeld gaat. Het komt zelfs voor dat doe-het-zelvers met door FSC goedgekeurd hout in de hand of staande naast een FSC-promotieposter, beweren nog nooit van het keurmerk gehoord te hebben.

Uit de gesprekken kan geconcludeerd worden dat er nog een aanzienlijke marketinginspanning verricht zal moet worden om het FSC-keurmerk tussen de oren te krijgen van de consument. Daarbij speelt mee dat communicatie op de winkelvloer van bouwmarkten zeer schreeuwerig is. Om op te vallen, moet 'meegeschreeuwd' worden, het onderzoek geeft indicaties dat het FSC keurmerk dit onvoldoende doet. De volgende citaten geven een indruk van de meningen:

“Keurmerken voor hout.... even nadenken. Iets met KOMO?”

“Je hebt iets met tuinmeubelen geloof ik.... ecologisch gekweekt of zo. Een groen label met een boompje....Green huppeldepup, zo iets is het.”

“Ik heb dat lang geleden op school geleerd. Je hebt winkeltimmerhout dacht ik, dat is goede kwaliteit, en je hebt bouwhout, dat is grof, ruw, voor constructies.”

“Ik heb er van gehoord, van een keurmerk voor hout, maar ik zou het niet kunnen noemen. Iets met milieu.”

“Je hebt dat FSC, maar dat vind ik geen keurmerk, dat gaat over milieu. Een keurmerk gaat over kwaliteit, dan heb je er wat aan. Anders kun je dus goedgekeurd hout kopen van B-kwaliteit, en heb je hout van A-kwaliteit zonder label, daar schiet de consument dus niks mee op.”

“Ik ken CCE... RET.... maar FSC... nooit van gehoord!”

“Ik ken FSC van de reclame.... dat spotje met die aap in dat oerwoud, dat ze alle bomen aan het kappen zijn. Wel aangrijpend. Hier verkopen ze dat niet volgens mij.”

5.2 Verwachting van houtkeurmerk: kwaliteit en milieu

Om een beeld te krijgen wat doe-het-zelvers en particuliere opdrachtgevers verwachten van een keurmerk voor hout, is gevraagd waar een dergelijk keurmerk volgens hen voor zou moeten staan (let wel: deze vraag is gesteld voor de ontbossingsproblematiek aan de orde kwam zodat respondenten niet beïnvloed werden). Uit de antwoorden blijkt dat de meerderheid bij een keurmerk voor hout denkt aan milieueisen, ook de respondenten die onbekend zijn met het FSC-keurmerk. In de perceptie van de geïnterviewde klussers en particuliere opdrachtgevers betekent milieuvriendelijk hout met name dat er verantwoord gekapt wordt in regenwouden en dat er nieuwe bomen worden gepland.

“Ik verwacht van een keurmerk dat bomen verantwoord worden gekapt, dat er twee nieuwe worden gepland voor elke boom die weg wordt gehaald.”

“Zo’n keurmerk zou wel te maken hebben met het milieu, verantwoordelijk kappen, bijplanten, land van herkomst... zo iets dus.”

“Dat is te vergelijken met Ikea bijvoorbeeld, die planten ook nieuwe bomen dacht ik voor de bomen die ze uit het tropische woud halen.”

Daarnaast zou een keurmerk voor hout volgens veel respondenten (tevens) op de kwaliteit van hout betrekking moeten hebben. De volgende citaten geven een indruk.

“Ik verwacht dat je dan een goede kwaliteit krijgt, het keurmerk garandeert dat dan. Dan weet je dat het goed hout is, dat het geen waibomenhout is.”

“Zo’n keurmerk moet wat over kwaliteit zeggen, maar ik heb er geen vertrouwen in. Kijk naar onze wasmachine, ook met een keurmerk maar daar hebben we alleen maar armoede van gehad. Je weet toch nooit of zo’n keurmerk dan goed is.”

“Ik denk dan aan kwaliteit en milieu...goede kwaliteit, niet inferieur en niet uit een verkeerd land.”

“Ik verwacht dat een keurmerk iets zou zeggen over de kwaliteit van het hout, waar het vandaan komt, de milieuvriendelijkheid. De hardheid van het hout, hoe het is afgewerkt, dat het droog is en dat er nieuwe bomen worden gepland.”

“Als ik duurder hout koop is het ook beter.... Het hout hier in de bouwmarkt is goedkoper, dan is het vaak niet helemaal recht. Planken staan ook rechtop, dat is niet goed. Met een keurmerk zou je zeker weten dat het hout goed en recht is.”

5.3 Gemengde gevoelens over idee keurmerk voor duurzaam hout

Aangezien het FSC-keurmerk betrekkelijk onbekend is, is geëxperimenteerd met het speciaal voor dit onderzoek fictieve keurmerk ‘Prima Hout’. Er is een logo ontwikkeld en een informatiekaart (hieronder afgebeeld).



Voorbeeld sticker:



In beide bouwmarkten is de informatiekaart aan respondenten gegeven tijdens het interview en is gevraagd om een reactie. In één van de bouwmarkten zijn bovendien informatiekaarten op verschillende plaatsen van het schap bevestigd en is hout gestickerd met het fictieve label (in de houtspeciaalzaak en de andere bij het onderzoek betrokken bouwmarkt was dit niet mogelijk). Uit observatie en uit de interviews blijkt dat de meeste consumenten echter niet naar de informatiekaart en het label te kijken, tenzij ze er nadrukkelijk op gewezen worden. Om op te vallen in een bouwmarkt, is een zeer opvallende, 'schreeuwerige' benadering vereist, alhoewel naams- en beeldbekendheid de kans op aandacht doen toenemen.

Uit de interviews blijkt dat de meningen over het fictieve keurmerk uiteenlopen. Alhoewel de meerderheid van de respondenten in eerste instantie positief reageert, blijkt bij doorvragen dat er nogal wat vraagtekens worden gezet bij een keurmerk dat betrekking heeft op de duurzaamheid van hout. Een substantiële minderheid reageert in eerste instantie al afhoudend.

Deel respondenten positief

Belangrijkste redenen om (in eerste instantie) een positief oordeel te geven over een duurzaamheidskeurmerk voor hout, is dat de intentie door de meerderheid van de respondenten wordt gewaardeerd: er naar streven om ontbossing tegen te gaan. Overigens is men verrast dat

ook sociale aspecten worden meegewogen en dat het keurmerk ook betrekking zou kunnen hebben op Europees hout.

Het keurmerk zou een hulpmiddel kunnen zijn om een bijdrage te leveren aan een beter milieu. Echter, volgens een minderheid van de respondenten zou het keurmerk naar verwachting een rol spelen bij het maken van een keuze (zie ook volgende alinea's).

“Zo'n keurmerk zou mij wel helpen, als ik nu hardhout koop heb ik geen flauw idee waar het vandaan komt, of het goed is of slecht.

“Verantwoord gekapt hout, dat is natuurlijk goed, daar moet je aan werken.”

“Als ik een milieuvriendelijk alternatief zie, dan ga ik wel even kijken. Dan is er wel eigenlijk een keurmerk nodig. Dat prima hout is een beetje het Max Havelaar idee, dat is ook goed, dus dat zou ook kunnen helpen bij de keuze.”

Meerderheid respondenten sceptisch en kritisch

Er zijn verschillende redenen aan te wijzen dat de meerderheid van de respondenten (uiteindelijk) een kritische houding hebben ten aanzien van het keurmerk. Ten eerste wordt getwijfeld aan claims over duurzaam gewonnen hout, zo blijkt. De vraag wordt gesteld of een keurmerk wel voldoende garantie biedt.

“Ik heb één keer een teakhouten bank gekocht voor in de tuin, daar zat een keurmerk op. Dat het hout uit plantages komt, dat het weer aangeplant wordt. Maar of dat werkelijk zo is, dat weet je niet natuurlijk.”

“Dat FSC-keurmerk.... dat gaat ook over milieu. Dat is toch afwachten of het allemaal klopt.”

“Het groeien van sommige boomsoorten duurt generaties..... hoe kan je dan met herplanten de zaak regelen??”

“Op zich wel goed, zo'n keurmerk, maar niet fantastisch, je krijgt toch ook weer te maken met tussenhandel als de prijsverschillen tussen goed en slecht hout te veel toenemen. Dan kopen gecertificeerde houtproducenten partijen fout hout op en kunnen die duur verkopen als goed hout, dat soort zaken gebeuren dan.... je weet dus niet zeker of het goed is.”

“Het meest essentieel voor dit keurmerk is, is dat de controle goed zit, als er mee wordt gerommeld geef je mensen het excuus om het keurmerk te negeren, zoals je ook geen groen afval scheidt omdat alles toch op de zelfde vuilnishoop zou verdwijnen... het blijft lastig.”

“Ik vind het belangrijk dat je gekweekt hardhout gebruikt en dat er geen oude bossen zijn neergehaald, dat er geen mensen zijn verjaagd. Ik houd van bomen en bossen. Het spotje van Greenpeace.... een oude boom weghalen dat vindt ik een drama, misdadig. Maar ik twijfel bij een keurmerk voor dit soort bossen. Het duurt heel erg lang voor dat tropisch bomen rijp zijn om gekapt te worden. Hoe kan dat dan? Eigenlijk heb ik er toch niet zo'n goed gevoel bij.”

Daarnaast vragen veel respondenten zich af een keurmerk wel helpt tegen de ontbossing in de tropen. Welke rol de Westerse houtconsumptie speelt in deze problematiek, vind men lastig in

te schatten doordat overbevolking, armoede, 'slechte politieke systemen' en landbouw veel genoemde oorzaken zijn van ontbossing.

"Ik ben bang dat zo'n stempel niet zo'n grote rol speelt bij de consument. De problemen doen zich voor op grote schaal, de lokale regeringen zijn verantwoordelijk, maar lokale bevolkingen kijken er anders tegen aan dan wij in het Westen. Zij denken op de korte termijn, dat kunnen wij niet veranderen."

"Tja, tegenwoordig heb je veel tropisch hardhout, als het zo is, die ontbossing, moet er opgelet worden, maar kan je het bewijzen? Meranti komt uit Maleisië, daar wordt misschien ook een heleboel extra gekweekt, maar ik weet niet of dat gebeurt. Anders mag het natuurlijk niet, maar als wij het niet kopen dan word het ook wel gekapt."

"Het blijft moeilijk, hout staat niet op zichzelf, het is een veelomvattend probleem wat in onze maatschappij zit ingebakken, als je daar op in gaat, loop je de hele dag te huilen. Zo'n keurmerk is toch ook weer een hype. Wordt er echt iets aan gedaan of worden we gemanipuleerd door de overheid? Dat vraag ik me dan af."

Ook ziet het leeuwendeel van de geïnterviewde meteen de prijzen stijgen bij het horen van het woord 'keurmerk'. Alhoewel veel klussers aangeven bereid te zijn iets meer te betalen voor duurzaam geproduceerd hout, blijkt deze bereidheid bij de meerderheid van de houtkopers tijdens doorvragen niet erg standvastig te zijn.

"Ik vind het een mooi initiatief, dan weet iedereen op de wereld waar ie aan toe is. Ik verwacht wel dat het duurder wordt, want dat kan niet anders als je zoiets opzet, dat brengt kosten met zich mee... en de kwaliteit van het hout is gelijk aan ander hout... dus dat is wel een probleem."

"Ik vind het een goed idee. Het is wel heel persoonlijk, ik gebruik ook Max Havelaar koffie. Het zal wel duurder worden, dus je moet kijken wat het betekent qua prijs."

"Ja, zeker is dat een goed idee. Maar dan moet het niet te veel kosten!"

"Ik zou het wel kopen, het wordt natuurlijk duurder, maar 5% à 10% meer zou ik wel willen betalen....tenzij je een grote partij hout koopt want dan loopt het weer in de papieren."

Tot slot roept bij een substantiële minderheid het idee van een keurmerk voor goed hout weerstand op. Deze burgers zijn van mening dat het onterecht is om de keuze over te laten aan de consument. Fout hout zou gewoon niet verkrijgbaar moeten zijn, zo wordt gesteld.

"Ik ga er gewoon van uit dat het hout dat hier verkocht wordt goed is, dat is toch meer een verantwoordelijkheid van de handel? "

"Eigenlijk moeten ze ervoor zorgen dat al het hout goed is. De overheid moet gewoon nog even aan de slag!"

5.4 Professionele partijen sceptisch over FSC

Uit de gesprekken met de uitvoerders en architecten, blijkt dat zij vrij kritisch staan ten opzichte van FSC. De belangrijkste kritiek is de verkrijgbaarheid van hout met het FSC-keurmerk. Vooral wat betreft de tropische soorten zou de verkrijgbaarheid slecht zijn, met name vuren en

grenen zou verkrijgbaar zijn met het keurmerk. Een ander kritiekpunt is dat het prijsverschil te groot zou zijn terwijl de kwaliteit niet beter is. Tot slot heerst in deze sector ook enige twijfel over de haalbaarheid van goed tropisch hout; daarmee worden dus vraagtekens gezet bij de claims van FSC. De geloofwaardigheid van het keurmerk blijkt niet erg sterk te zijn als het gaat om hout uit de tropen.

“Ik kies voor FSC-hout bij klanten die daar voor gevoelig zijn... ik vind het zelf ook belangrijk. Wie wil er nou leven op gejat hout? Het is echter een onderwerp waar niet elke klant iets over wil weten. Het speelt in de meeste gevallen niet echt een rol in de keuze voor klanten. Het geeft ze hooguit een beter gevoel, in die zin speelt het dus wel een rol in de keuze, maar ik vertel het ze vaak achteraf. Ze wegen het namelijk niet echt af. Als je het vooraf vertelt willen ze meteen weten wat het kost. Belangrijkste nadeel is dat FSC er eigenlijk alleen maar voor vuren en grenen is, en dat ook nog niet eens altijd.”

“FSC speelt voor mijn bedrijf geen rol. De vraag ontbreekt nog, bovendien is er ook niet genoeg aanbod.”

“Ik stelde eerst standaard FSC-hout voor in mijn offertes. Maar dan bleek geregeld achteraf dat ze ook concurrerende offertes hadden opgevraagd, die dan niet van FSC waren uitgegaan, dus dan dachten ze dat ik duur was. En als ik dan de reden uitlegde, dan wilden ze vrijwel nooit FSC, het scheelt toch 10%-15%, terwijl het kwalitatief hetzelfde is. Dus nu stel ik het nooit meer voor, soms noem ik het nog wel eens, maar de interesse is toch gering.”

“Ik heb wel mijn twijfels bij het FSC-keurmerk want de prijzen van hout zijn ook drastisch gestegen, wel 8 % in een jaar, dat allemaal vanwege milieukeuren volgens mij.”

“FSC wordt door professionele opdrachtgevers vaak voorgeschreven maar dan is het vervolgens gewoon niet verkrijgbaar. Volgens mij zijn foute houtsoorten ook goed overigens... ik geloof er niet in, in dat FSC.”

5.5 Verschillen tussen gedragspraktijken

Voor een toelichting op verschillen tussen de onderscheiden gedragspraktijken wordt verwezen naar paragraaf van het volgende hoofdstuk.

6 Beoordeling beleidsopties

6.1 Inleiding

Uit de vorige hoofdstukken kan deels al afgeleid worden hoe burgers verschillende beleidsopties beoordelen. Aan het einde van de interviews is dit ook nog eens uitgediept door hier expliciet naar te vragen:

‘De overheid kan met verschillende middelen de burger ondersteunen om voor hout uit duurzaam beheerde bossen te kiezen. Ik noem verschillende mogelijkheden en vraag u te reageren met uw mening (is het een goed idee?) Welke optie heeft uw voorkeur?’

- Voorlichting over duurzaam hout?
- Subsidies voor duurzaam hout (denk aan het A-label)?
- Prijsverschillen (duurzaam hout goedkoper of juist duurder dan ‘fout hout’)?
- Een keurmerk voor duurzaam hout?

In dit hoofdstuk wordt belicht hoe de respondenten tegen bovengenoemde beleidsopties aankijken.

6.2 Voorlichting door meerderheid op prijs gesteld

De meerderheid van de respondenten reageert in eerste instantie positief op voorlichting. Het wordt gewaardeerd als de overheid informatie verstrekt die de burger kan gebruiken bij het nemen van beslissingen. Wat betreft houtsoorten wordt informatie gemist. Terwijl consumenten in bouwmarkten met keuzes over bijvoorbeeld lijmsoorten geholpen worden met informatieborden, is het in de houtsectie stil op dit gebied: er is nauwelijks informatie over eigenschappen, toepassingen en herkomst van het hout voor handen.

“Voorlichting is heel belangrijk om mensen te motiveren, bijvoorbeeld door documentaires over ontbossing en oplossingen of postbus 51 spotjes. Ik zou het dus op prijs stellen.”

“Voorlichting is altijd goed.... folders helpen je een beetje op gang. Je gebruikt toch best veel hout terwijl je er eigenlijk heel weinig van af weet.”

“Mensen leggen nu vaak niet de link tussen kopen en kappen... voorlichting kan dat veranderen.”

“Dat is zeker nodig, want nu heb je die spotjes op TV over FSC, maar er wordt helemaal geen internetadres genoemd of zo voor meer informatie.... Je raakt geïnteresseerd maar dan weet je nog niet waar je het kan kopen.”

Een substantiële minderheid reageert afwijzend op de beleids optie voorlichting. Belangrijkste redenen zijn de voorkeur voor (combinaties van) andere instrumenten en gebrek aan vertrouwen in de effectiviteit van het instrument (zie volgende paragrafen).

6.3 Waardering subsidies varieert

Alhoewel een substantiële minderheid de positieve prikkel van subsidie positief waardeert –het belonen van goed gedrag door de overheid is in principe een goede zaak volgens deze respondenten- overheersen gemengde gevoelens bij de meerderheid van de geïnterviewden over de toepassing van dit beleidsinstrument op hout. Belangrijkste redenen voor twijfel en afkeuring zijn de vrees voor papieren rompslomp en de verwachting dat het vaak zal gaan om minieme bedragen omdat in veel gevallen kleine hoeveelheden hout worden aangeschaft. Een andere oorzaak van weerstand tegen subsidies is dat het door sommigen geïnterviewden wordt gezien als het rondpompen van geld. De volgende citaten illustreren de meningen:

“Subsidies zijn goed, maar dan moeten het wel forse bedragen zijn.”

“Subsidies kan, maar dan moet het geen rompslomp zijn, geen gedoe met papieren. Dat je het bij de kassa meteen krijgt bijvoorbeeld.”

“Tja... leuk... maar wel veel gedoe.”

“Subsidie zou wel goed zijn, maar het moet dan wel een stevige subsidie zijn van minstens 20%. Anders heeft het geen invloed. Ik heb bijvoorbeeld 100 gulden subsidie gehad op een energiezuinige CV-ketel van 4000 gulden. Dat zet dus geen zoden aan de dijk. De overheid zou ook kunnen zeggen: we delen de meerprijs van het hout met de consument: fifty-fifty.”

“Op zich goed, subsidie op goed hout, maar het is ook wat wringend, want de mensen die het kunnen betalen profiteren er van.”

“Ik ben hier niet zo'n voorstander van, het is eigenlijk een manipulerend instrument, via de portemonnee worden de mensen beïnvloedt: het is beter om mensen echt te motiveren: als je alles weet, dan speelt geld niet meer zo'n rol en ben je bereid om de werkelijke prijs voor hout te betalen; met subsidie zie je net zo goed niet wat de werkelijke kosten zijn.”

“Subsidies moeten ook weer betaald worden.... Het is het rondpompen van geld. Dan kunnen ze het beter in de gezondheidszorg stoppen bijvoorbeeld!”

“Goed idee, maar je moet het de mensen wel makkelijk maken.”

6.4 Keurmerk met gemengde gevoelens gewaardeerd

In het vorige hoofdstuk is reeds uitvoerig belicht hoe burgers tegen een keurmerk voor hout aankijken. Bij de antwoorden op de vraag naar de waardering van beleidsopties, wordt dit beeld bevestigd: de meerderheid heeft in eerste instantie een positieve houding, maar plaatst vervolgens kanttekeningen en stelt randvoorwaarden. Het positieve aan een keurmerk is dat het consumenten in de gelegenheid stelt om een keuze te maken, het kan in die zin een goed hulpmiddel zijn.

De kanttekeningen hebben betrekking op de garantie die het keurmerk biedt (klopt het wel?), en de vrees voor forse prijsverhogingen. Voorts is er voorkeur voor een keurmerk dat tevens over de kwaliteit van het hout gaat. Tot slot wordt gesteld dat voldoende keuze en hoge zichtbaarheid van het keurmerk voorwaarden voor succes zijn.

De respondenten is ook het idee voorgelegd om goed en fout hout te onderscheiden met een label voorgelegd. Alhoewel enkele respondenten dit idee hoog waarden, roept het bij de meerderheid veel weerstand op. Het stuit mensen tegen de borst dat fout hout in Nederlandse winkels verkocht mag worden van de overheid en dat de detailhandel bereid is om fout hout te verkopen. Voor citaten betreffende de meningen over een keurmerk voor duurzaam geproduceerd hout wordt verwezen naar het vorige hoofdstuk.

6.4 Prijs als beleidsinstrument

De respondenten is gevraagd hoe zij oordelen over de toepassing van prijs als beleidsinstrument: zowel het duurder maken van goed hout door het toepassen van een label als het goedkoper maken van goed hout en het extra belasten van fout hout is in de gesprekken ter sprake gekomen.

Geconcludeerd kan worden dat de meerderheid van de houtkopers verwachten dat duurzaam geproduceerd hout duurder zal zijn dan 'standaard' hout. Een deel van hen vindt dit ook logisch; dit is namelijk het geval bij de meeste milieuvriendelijke producten. Echter, een substantiële groep is van mening dat het eigenlijk een merkwaardige zaak is dat er voor een 'goed' product meer betaald moet worden dan voor een 'fout' product.

Sowieso is er het meeste draagvlak voor het goedkoper maken van duurzaam geproduceerd hout ten opzicht van niet duurzaam geproduceerd hout. Deze handelwijze zal het probleem vanzelf de wereld uit helpen, zo wordt gesteld: de consument zal dan vanzelfsprekend voor het goede hout kiezen. Enkele respondenten verwachten wel dat de consument dan in verwarring zal komen omdat milieuvriendelijke producten standaard duurder zijn in de beleving van burgers.

Het extra belasten van fout hout wordt door een deel van de respondenten als een goede optie gezien, maar stuit tevens op de eerder genoemde weerstand dat veel geïnterviewde burgers zich afvragen waarom fout hout überhaupt te koop wordt aangeboden in Nederland.

De volgende citaten illustreren de meningen over het toepassen van prijs als beleidsinstrument.

"Het is logisch dat je wat meer moet betalen voor milieuvriendelijk hout: dat is ook zo bij biologische groenten."

"Fout hout moet duurder. Dan koopt al snel niemand het meer."

"Ik vind het onzin dat je meer moet betalen voor verantwoorde producten, dat is ook zo met groene stroom. Milieuvriendelijk hout moet goedkoper, dat is een goed plan!"

"Goedkoper is natuurlijk het beste..... hoewel je dan misschien gaat twijfelen of het wel goed is. Dan moet je dat dus wel uitleggen: fout hout wordt duurder omdat het slecht is, omdat we het extra belasten."

"Als goed hout goedkoper is dan fout hout..... dat gelooft geen mens! Dan denken ze dat het product minderwaardig is. Je hebt toch geld nodig voor herbepanting en zo, dus dan is het logisch dat het wat duurder is."

"Fout hout duurder maken, dat is echt onzin! Als het hout niet goed is, moet je het niet toelaten op de markt. Daar is geen discussie over mogelijk!"

“Ik vind dat je de prijs gelijk moet maken, en dan duidelijk aangeven wat goed is. Meer belasting heffen dus op fout hout.”

6.5 Voorkeur voor een combinatie van instrumenten

Nadat de vier beleidsopties besproken zijn, blijkt dat de meerderheid de voorkeur heeft voor de toepassing van een combinatie van instrumenten. Het meeste lijkt aan te spreken om een keurmerk in te zetten, dit flink bekend te maken en goed zichtbaar te maken (voorlichting) en tegelijkertijd het duurzaam geproduceerde hout in financiële zin voordeliger te maken dan fout hout. Veel respondenten verwachten van een dergelijke gecombineerde aanpak het meeste resultaat, zo blijkt.

“Ik zie het meest in het goedkoper maken, voorlichting geven en dan dat prima hout keurmerk. Wie wil er nu geen prima hout??”

“Ik zou het keurmerk inzetten, maar dan in combinatie en een prijsverlaging of subsidie.”

“Je moet eerlijke voorlichting geven en de prijs hetzelfde houden. En niet misleiden, eerlijk zijn, dat is belangrijk!”

“Vooral op de winkelvloer moet er voorlichting zijn, folders, reclame voor goed hout en dan het ook financieel stimuleren.”

6.6 Structurele oplossing het meeste gewaardeerd

Naast een voorkeur voor het inzetten van een combinatie van instrumenten, oppert een substantiële groep spontaan andere oplossingen. Hier komt naar voren wat eerder in de interviews reeds bleek (zie voorgaande hoofdstukken): veel doe-het-zelvers en particuliere opdrachtgevers zien het meeste in een structurele oplossing van het probleem: een verbod op de import/de verkoop van fout hout door de overheid en/of het weren van fout hout door de detailhandel. Een substantiële groep plaatst vraagtekens bij het leggen van de verantwoordelijkheid bij de consument. Het feit dat veel geïnterviewden twijfelen over de invloed van de houtkopende burger in Nederland op de ongebreidelde kap van tropische regenwouden is hier ook voor een belangrijk deel debet aan. De volgende citaten geven een beeld van deze opinies:

“Maak de keuze gewoon simpel voor mensen. Het kan eenvoudig door alleen goed hout te verkopen. Ik wil me best in spannen maar vraag me af of ik er wat aan kan doen.”

“Het is natuurlijk het beste als de overheden in alle landen maatregelen gaan nemen, je hebt er niets aan als wij als klein land het alleen gaan doen.”

“Bewust maken van wat er aan de hand is, daar zijn ze al heel lang mee bezig. En het gebeurt nog steeds: ‘helpt het nog?’ vraag ik mij dan af.”

“Met al die maatregelen is er wel een aardige hoeveelheid mensen die positief reageert, maar er blijven er ook genoeg die niet positief reageren. Het mooiste zou zijn als er geen ander hout meer te krijgen is. Kan alleen bijna niet. En dat is ook niet leuk voor de groothandel. En regeringen zien toch alleen maar dollartekens. Milieu is moeilijk, een hoop landen zoals bijvoorbeeld Brazillie, daar hebben ze arme boeren die daar in hun onkunde bossen plat-

branden, weinig antistimulatie, dat is niet goed. Daar moet natuurlijk ook naar gekeken worden.”

Om het verder te compliceren moet opgemerkt worden dat enkele respondenten ook spontaan er op wijzen dat juist de vrije keuze van de consument een groot goed is en als uitgangspunt moet worden genomen bij het kiezen van beleidsinstrumenten:

“Vrije keuze uit duurzaam of niet duurzaam geteeld hout moet mogelijk blijven voor de consument; er is al zoveel verplicht.”

In het hiernavolgende afsluitende hoofdstuk worden de conclusies van het onderzoek belicht.

6.7 Verschillen tussen gedragspraktijken

Bij de analyse van de onderzoeksdata is ook gekeken of doe-het-zelvers wezenlijk anders tegen beleidsopties aankijken dan particuliere opdrachtgevers.

Waardering keurmerk voor hout vergelijkbaar

Op grond van de verzamelde gegevens, kan geconcludeerd worden dat de respondenten in de twee gedragspraktijken vergelijkbare opinies hebben over een keurmerk voor verantwoord hout. Echter, aangezien het hier een kwalitatief onderzoek betrof, kan niet uitgesloten worden dat zich in de populatie significante verschillen voordoen tussen de twee gedragspraktijken. Kwantitatief onderzoek zou moeten uitwijzen of dergelijke substantiële verschillen ten aanzien de waardering voor een keurmerk geconstateerd kunnen worden.

Het is uiteraard wel zo dat de confrontatie met een keurmerk anders is in de twee gedragspraktijken: de aannemer of klusjesman moet in het geval van de particuliere opdrachtgever meestal het initiatief nemen; de doe-het-zelver moet er mee geconfronteerd worden op de winkelvloer. Echter, veel particuliere opdrachtgevers komen in de houtspeciaalzaak om bijvoorbeeld hout voor vloeren en trappen uit te zoeken (esthetische motieven belangrijk). Zeker de fanatieke hobbyisten bemoeien zich in sterke mate met de houtkeuze voor de verbouwing. Dus confrontatie van de particuliere opdrachtgever met het keurmerk op de winkelvloer is geen uitzondering.

Los van de manier waarop de confrontatie verloopt, zijn de percepties van een keurmerk in beiden gedragspraktijken vergelijkbaar. Daarbij wijzen we er overigens op dat de meerderheid van de respondenten het keurmerk niet kende, dus reageerde op de informatie verstrekt door de interviewer. Het verschil tussen de manier waarop de twee groepen in de praktijk met het keurmerk geconfronteerd worden, is voor een belangrijk deel te niet gedaan omdat het om een hypothetische situatie gaat.

Net als bij een doe-het-zelver kan voor particuliere opdrachtgevers een keurmerk betekenen dat het hout een goed gevoel geeft omdat het verantwoord is. Eén van de particuliere opdrachtgevers heeft zelf bij de aannemer en bij de houtspeciaalzaak om het FSC-keurmerk gevraagd (dit werd echter afgeraden vanwege kritiek op het keurmerk en de beschikbaarheid). Daarnaast namen twee van de geïnterviewde uitvoerders in het verleden het initiatief om klanten te wijzen op het keurmerk (daar zijn beiden mee gestopt vanwege onvoldoende positieve respons van klanten). In beide gedragspraktijken is een grote variatie van opinies aangetroffen met betrekking tot een keurmerk voor verantwoord hout. De houding varieert van negatief en sceptisch tot positief waarbij de meerderheid eerder als sceptisch is te karakteriseren. Daarbij

doen zich zoals gezegd geen substantiële verschillen voor tussen de twee onderscheiden gedragspraktijken.

Effect prijs als marketinginstrument verschilt

Wat betreft de perceptie van prijs doet zich wel een wezenlijk onderscheid voor tussen beiden gedragspraktijken. Het blijkt dat de doe-het-zelver een grotere bereidheid heeft om iets meer te betalen (5%-15%) voor goed hout dan de particuliere opdrachtgever.

Echter, bij doorvragen blijkt dit verschil met name bepaald te worden door de hoeveelheid hout die wordt aangeschaft. Veel doe-het-zelvers verlaten de bouwmarkt met voor enkele tientjes of enkele honderden guldens aan hout. Prijsvergelijking is vaak lastig. Een substantieel deel van de respondenten kocht FSC hout zonder zich hier van bewust te zijn, laat staan dat men stil staat dat de prijs door het keurmerk is verhoogd.

De particuliere opdrachtgever ziet zich geconfronteerd met aanzienlijk hogere bedragen: duizenden euro's is zeer gebruikelijk. Wanneer er een hard houten vloer gelegd wordt, wordt de grens van 5.000 euro al snel overschreden. En bij dergelijke bedragen is 10% ook een aanzienlijk bedrag. De bereidheid om te betalen neemt dan snel af. Dit wordt bevestigd door een van de aannemers die voorheen structureel met FSC hout offereerde en hiermee is gestopt omdat dit leidde tot verlies van klanten aan concurrenten die regulier hout gebruiken. Een andere bevestiging van deze hypothese komt van de doe-het-zelvers: bij doorvragen geven de meeste van hen aan dat een prijsverhoging minder acceptabel is wanneer een grote partij hout wordt aangeschaft.

7 Conclusies

7.1 Experimenteel karakter van het onderzoek

- Het onderzoek kende een opzet waarbij experimentele situaties zijn gecreëerd. Het ging hierbij om variaties in het aanbod van informatie, het gebruik van signaalstickers en prijsvariaties. Goed beschouwd kan worden vastgesteld dat deze experimenten geen nieuwe inzichten hebben opgeleverd ten aanzien van de reacties van de respondenten: de stimuli op de winkelvloer werden door de meerderheid van de respondenten niet waargenomen (overigens is hier tijdens de interviews vervolgens wel op gewezen en gevraagd naar een reactie). De experimenten hebben wel inzicht gegeven in de mogelijkheden die er zijn ten aanzien van beïnvloeding van doelgroepen op de winkelvloer.
- Op de winkelvloer wordt de consument met een grote hoeveelheid van signalen geconfronteerd. Veel signalen blijken door de consument niet meer te worden waargenomen. Reden hiervan is wellicht dat de consument in hoge mate selecteert dan wel zich afsluit voor dit soort van signalen. Informatie overload blijkt dus ook te spelen op de winkelvloer. Hierdoor hebben de marketinginstrumenten prijs en promotie minder invloed dan wellicht verondersteld. Uitsluitend prijs- en promotiesignalen die zeer opvallend worden gepresenteerd, lijken meer kans te hebben om waargenomen te worden.
- Vanuit observaties tijdens het onderzoek is het voorbeeld te noemen van fel oranje/rode reflecterende prijssticker waarop consumenten wel reageren. Dit wordt ervaren als een duidelijk signaal van een aanbieding.

7.2 Motieven bij keuzen voor hout

- Zowel doe-het-zelvers als particuliere opdrachtgevers en professionele uitvoerders laten de keuze voor een houtsoort in belangrijke mate afhangen van de aard van de klus. Het gaat om vragen als: Is het hout zichtbaar? Wordt het geleverd? Wordt het buiten gebruikt? Esthetische overwegingen spelen een sleutelrol bij zichtbaar hout dat tevens ter verfraaiing van het interieur dient. Is het hout niet zichtbaar, dan spelen de bewerkbaarheid en functionele eigenschappen als hardheid, draagkracht, onderhoud, levensduur en prijs de hoofdrol. De rol van prijs is complex en onder meer afhankelijk van de omvang van de klus, het budget en inkomen van de burger en de toepassing van het hout: respondenten hebben meer over voor hout dat dient ter verfraaiing van de woning en/of waarvan levensduur en onderhoud belangrijk zijn.
- Een minderheid van de respondenten noemt milieu en herkomst van het hout als één van de overwegingen bij het kopen van hout. Dat komt meestal neer op het mijden van tropisch hardhout, slechts een enkeling handelt echter daadwerkelijk milieubewust en past geen tropisch hardhout toe van onbekende oorsprong. In de meeste gevallen wordt toch gekozen voor tropisch hardhout indien men meent dat dit voordelen oplevert (minder onderhoud, langere levensduur, mooier).

7.3 Aard beslissingsproces afhankelijk van type doe-het-zelver

- De perceptie van hout en de wijze waarop beslissingen worden genomen blijken in sterke mate beïnvloed te worden door het type klusser. Globaal zijn er drie categorieën te onderscheiden.
- De 'heavy klusser' die wekelijks aan de slag is, gedraagt zich wezenlijk anders dan de leek die 'zo nu en dan' klust. Ten eerste heeft de 'heavy klusser' meer kennis over houtsoorten: zij kennen de onderscheidende eigenschappen en maken op grond hiervan een keuze. De afweging is ook beter in de zin dat deze vaak gestoeld is op eerdere ervaringen.
- Het gros van de klussers valt echter in een andere categorie: zij klussen zo nu en dan (van enkele keren per jaar tot sporadisch) en mijden over het algemeen grote ingrijpende klussen. Voor deze klusser geldt heel kort door de bocht: 'hout=hout'. Een uitzondering vormt hout dat een belangrijke invloed heeft op de uitstraling van het huis: de visuele kenmerken van het hout spelen hierbij een sleutelrol. Globale afwegingen als de keuze tussen zacht hout en hardhout worden door deze groep ook gemaakt, maar de beslissing is verder sterk afhankelijk van wat de koper in de bouwmarkt tegen komt dat aan zijn beeld voldoet of van het advies van de houtspecialist.
- Tot slot kan de hobbyist onderscheiden worden. Deze kijkt op een emotionele manier tegen hout aan. Dit type doe-het-zelver uit zich in lovende woorden over hout: over de geur, over hoe het voelt, over de uitstraling die het heeft. De hobbyist heeft vaak een sterke voorliefde voor één of enkele houtsoorten maar heeft wel een uitgebreide kennis over eigenschappen van houtsoorten.

7.4 Rol advies van detailhandel

- De meerderheid van de geïnterviewde klussers heeft vóór het winkelbezoek reeds een globaal beeld van de houtsoort die gewenst is; een substantieel deel van hen heeft thuis reeds exact bepaald welk type hout gekocht zal worden. Met name als het aan moet sluiten op reeds gebruikt hout en indien het om een herhaling van een vaker uitgevoerde klus gaat, is het keuzeprocess betrekkelijk eenvoudig en kan vergeleken worden met gewoontegedrag. Daarnaast hebben de fanatieke klussers minder behoefte aan advies:
- Een minderheid van de respondenten heeft een vaag beeld van de benodigde houtsoort. Deze groep is duidelijk aan het zoeken in de houtsectie en vraagt ook om advies aan het winkelpersoneel. Ook klussers die met een niet eerder uitgevoerde klus of een (voor hen) ingewikkelde klus bezig zijn, vragen om advies.
- De gang van zaken is in de houtspecialist sterk afwijkend: bij dit type winkel speelt advies een belangrijke rol. De meerderheid van de geïnterviewde consumenten geeft te kennen dat het verkrijgen van advies een hoofdreden is om naar de specialist te gaan. Er wordt op vertrouwd dat het personeel ter zake kundig is. Ook speelt mee dat men verwacht dat het hout van betere kwaliteit is dan in de bouwmarkt.

7.5 Rollen particuliere opdrachtgever, aannemer en klusjesman

- In de meeste gevallen komt de uitvoerder van een verbouwing met een voorstel waarin de keuze voor materialen is opgenomen. De uitvoerder overlegt uiteraard met de klant over

de wensen en het advies. Maar zeker als het gaat om constructiehout en hout dat geleverd wordt, wordt door de meerderheid van de particuliere opdrachtgevers het advies van de aannemer of timmerman opgevolgd. Indien het gaat om hout dat dient ter verfraaiing -met name vloeren- wordt vaker invloed uitgeoefend op houtkeuze.

- De wijze waarop het beslissingsproces van particuliere opdrachtgevers ten aanzien van houtsoorten verloopt, wordt sterk beïnvloed door het type klusser dat de opdrachtgever is. Gaat het om een burger die als een 'heavy klusser' gekarakteriseerd kan worden of als een bevoegen hobbyist, dan wordt relatief veel invloed uitgeoefend op de keuze voor houtsoorten. Echter, de 'doorsnee' functionele doe-het-zelver die zo nu en dan klust en de 'light klusser' laten zich bij een verbouwing in belangrijke mate sturen door de aannemer of klusjesman. Volgens de geïnterviewde aannemers en architecten behoort het gros van de opdrachtgevers tot die laatste categorie.

7.6 Bekendheid en perceptie ontbossingsproblematiek

- De ontbossingsproblematiek heeft een hoge bekendheid, zo blijkt. Slechts enkele in de bouwmarkt geïnterviewde doe-het-zelvers geven aan dat ontbossing voor hen een onbekend fenomeen is, de overige klussers en particuliere opdrachtgevers hebben van ontbossing gehoord en kunnen een omschrijving geven. Ontbossing wordt door de meerderheid sterk geassocieerd met ongebreidelde kap van tropische bossen.
- De sociale en economische componenten van ontbossing zijn aanzienlijk minder bekend, zo blijkt uit de interviews. Als economische aspecten genoemd worden, dan gaat het primair om de economische systemen in tropische landen die gekenmerkt worden door winstbejag op de korte termijn.
- De meerderheid van de respondenten heeft er vertrouwen in dat hout dat afkomstig is uit Europa, Noord Amerika of Canada op een verantwoorde wijze wordt gewonnen. Bovendien is de perceptie van de meerderheid dat hardhout uit tropische bossen komt. Het beeld is dus vrij simpel: hardhout is tropisch hout en is dus fout, niet tropisch hout is zacht hout en is goed. Slechts een enkele respondent weet dat er in Europa nog oerbossen zijn. Een substantiële groep weet dat er ook Europees hardhout is zoals eiken, echter, dit wordt eerder gezien als een 'hardere houtsoort' dan als hardhout.
- Indien gevraagd wordt naar de oorzaken van ontbossing, dan wordt met name gewezen op de situatie in de desbetreffende landen: bevolkingsgroei, economische problemen, politieke instabiliteit, armoede en corruptie.
- Alhoewel de meerderheid van de klussers en particuliere opdrachtgevers ontbossing als een serieus probleem zien, wordt de verantwoordelijkheid met name gelegd bij de overheden van de landen waar ontbossing plaats zou vinden zoals Indonesië, Brazilië en Afrikaanse landen. Tevens wordt verwacht dat de groothandel en detailhandel in Nederland kritisch kijken naar hun leveranciers en dat de Nederlandse overheid maatregelen neemt om fout hout te weren.

7.7 Bekendheid en waardering keurmerk voor duurzaam hout

- De bekendheid van het FSC-keurmerk is gering: circa een derde van de respondenten zegt het te kennen (geholpen). Over het algemeen gaat het echter over een zeer vaag beeld:

men denkt aan hout uit tropische bossen dat verantwoord wordt gewonnen. Dit impliceert dat er nieuwe bomen worden geplant. Dat sociale en economische aspecten worden meegewogen is nauwelijks bekend.

- Op het idee van een duurzaamheidskeurmerk voor hout wordt in eerste instantie positief gereageerd. De intentie wordt door de meerderheid van de respondenten gewaardeerd: het streven om ontbossing tegen te gaan. Overigens is men verrast dat ook sociale aspecten worden meegewogen en dat het keurmerk ook betrekking zou kunnen hebben op Europees hout.
- De meerderheid van de respondenten plaatst vervolgens kanttekeningen bij een keurmerk voor hout. Het positieve aan een keurmerk is dat het consumenten in de gelegenheid stelt om een keuze te maken, het kan in die zin een goed hulpmiddel zijn. De kanttekeningen hebben betrekking op de garantie die het keurmerk biedt (klopt het wel?), en de vrees voor forse prijsverhogingen. De twijfel wordt deels veroorzaakt omdat men zich afvraagt hoe herplanting kan helpen bij boomsoorten die generaties nodig hebben om te volgroeien. Daarnaast blijkt er een algemeen wantrouwen tegen (milieu)keurmerken te constateren. Bovendien is er voorkeur voor een keurmerk dat tevens over de kwaliteit van het hout gaat. Tot slot wordt gesteld dat voldoende keuze en hoge zichtbaarheid van het keurmerk voorwaarden voor succes zijn.
- De respondenten is ook het idee voorgelegd om goed en fout hout te onderscheiden met een label. Alhoewel enkele respondenten dit idee hoog waarderen, roept het bij de meerderheid weerstand op. Het stuit burgers tegen de borst dat fout hout in Nederlandse winkels verkocht mag worden van de overheid en dat de detailhandel bereid zijn om fout hout te verkopen.

7.8 Beoordeling beleidsopties

- In het onderzoek is bekeken hoe burgers aankijken tegen de verschillende middelen die de overheid kan inzetten om de burger te ondersteunen om voor hout uit duurzaam beheerde bossen te kiezen: voorlichting, subsidies, een keurmerk (zie hierboven) en de prijs van duurzaam en niet duurzaam hout.

Voorlichting door meerderheid op prijs gesteld

- De meerderheid van de respondenten reageert in eerste instantie positief op voorlichting. Het wordt gewaardeerd als de overheid informatie verstrekt die de burger kan gebruiken bij het nemen van beslissingen. Wat betreft houtsoorten wordt informatie gemist. Terwijl consumenten in bouwmarkten met keuzes over bijvoorbeeld lijmsoorten geholpen worden met informatieborden, is het in de houtsectie stil op dit gebied: er is nauwelijks informatie over eigenschappen, toepassingen en herkomst van het hout voor handen.
- Een substantiële minderheid reageert afwijzend op de beleidsoptie voorlichting. Belangrijkste redenen zijn de voorkeur voor (combinaties van) andere instrumenten en gebrek aan vertrouwen in de effectiviteit van het instrument.

Waardering subsidies varieert

- Alhoewel een substantiële minderheid de positieve prikkel van een subsidie positief waardeert, overheersen gemengde gevoelens over subsidies voor hout. Belangrijkste redenen voor twijfel en afkeuring zijn de vrees voor papieren rompslomp en de verwachting dat het

vaak zal gaan om minieme bedragen omdat in veel gevallen kleine hoeveelheden hout worden aangeschaft. Een andere oorzaak van weerstand tegen subsidies is dat het door sommigen geïnterviewden wordt gezien als het rondpompen van geld.

Prijsverschillen

- De respondenten is gevraagd hoe zij oordelen over de toepassing van prijs als beleidsinstrument. De meerderheid van de houtkopers verwacht dat duurzaam geproduceerd hout duurder zal zijn dan 'standaard' hout. Een deel van hen vind dit ook logisch; dit is namelijk het geval bij de meeste milieuvriendelijke producten. Echter, een substantiële groep is van mening dat het eigenlijk een merkwaardige zaak is dat er voor een 'goed' product meer betaald moet worden dan voor een 'fout' product. Er is dan ook meer draagvlak voor het goedkoper maken van duurzaam geproduceerd hout ten opzichte van niet duurzaam geproduceerd hout.
- Het extra belasten van fout hout wordt door een deel van de respondenten als een goede optie gezien, maar stuit tevens op de eerder genoemde weerstand dat veel geïnterviewde burgers zich afvragen waarom fout hout überhaupt te koop wordt aangeboden in Nederland.

Voorkeur voor een combinatie van instrumenten

- De meerderheid van de respondenten heeft de voorkeur voor de toepassing van een combinatie van instrumenten: voorlichting geven over de houtproblematiek, de introductie en stimulering van een keurmerk, er voor zorgen dat het keurmerk goed zichtbaar is en er voldoende keuze is en tegelijkertijd het duurzaam geproduceerde hout in financiële zin voordeliger te maken dan fout hout.

Structurele oplossing het meeste gewaardeerd

- Veel doe-het-zelvers en particuliere opdrachtgevers zien echter uiteindelijk toch het meeste in een structurele oplossing van het probleem: een verbod op de import/de verkoop van fout hout door de overheid en/of het weren van fout hout door de detailhandel of groothandel. Een substantiële groep plaatst vraagtekens bij het leggen van de verantwoordelijkheid bij de consument. Het feit dat veel geïnterviewden twijfelen over de invloed van de houtkopende burger in Nederland op de ongebreidelde kap van tropische regenwouden, is hier ook debet aan.

7.9 Verschillen tussen gedragspraktijken

- Bij de analyse van de onderzoeksdata is ook gekeken of doe-het-zelvers wezenlijk anders tegen beleidsopties aankijken dan particuliere opdrachtgevers. Op grond van de verzamelde gegevens, kan geconcludeerd worden dat de respondenten in de twee gedragspraktijken vergelijkbare opinies hebben over een keurmerk voor verantwoord hout. Echter, aangezien het hier een kwalitatief onderzoek betrof, kan niet uitgesloten worden dat zich in de populatie significante verschillen voordoen tussen de twee gedragspraktijken. Kwantitatief onderzoek zou moeten uitwijzen of dergelijke substantiële verschillen ten aanzien de waardering voor een keurmerk geconstateerd kunnen worden.
- Het is uiteraard wel zo dat de confrontatie met een keurmerk anders is in de twee gedragspraktijken: de aannemer of klusjesman moet in het geval van de particuliere opdrachtgever meestal het initiatief nemen; de doe-het-zelver moet er mee geconfronteerd worden op de winkelvloer. Los van de manier waarop de confrontatie verloopt, zijn de

percepties van een keurmerk in beiden gedragspraktijken vergelijkbaar. De houding varieert van negatief en sceptisch tot positief waarbij de meerderheid eerder als sceptisch is te karakteriseren.

- Wat betreft de perceptie van prijs doet zich wel een wezenlijk onderscheid voor tussen beiden gedragspraktijken. Het blijkt dat de doe-het-zelver een grotere bereidheid heeft om iets meer te betalen voor goed hout dan de particuliere opdrachtgever. Echter, bij doorvragen blijkt dit verschil met name bepaald te worden door de hoeveelheid hout die wordt aangeschaft. De particuliere opdrachtgever ziet zich geconfronteerd met aanzienlijk hogere bedragen dan de doe-het-zelver. En bij dergelijke bedragen resulteert een klein percentage prijsverschil in een aanzienlijk bedrag. De bereidheid om te betalen neemt dan snel af. Doe-het-zelvers zijn eveneens van mening dat een prijsverschil minder acceptabel is wanneer een grote partij hout wordt aangeschaft.