

Omwonenden betrekken bij de milieuprestaties van bedrijven

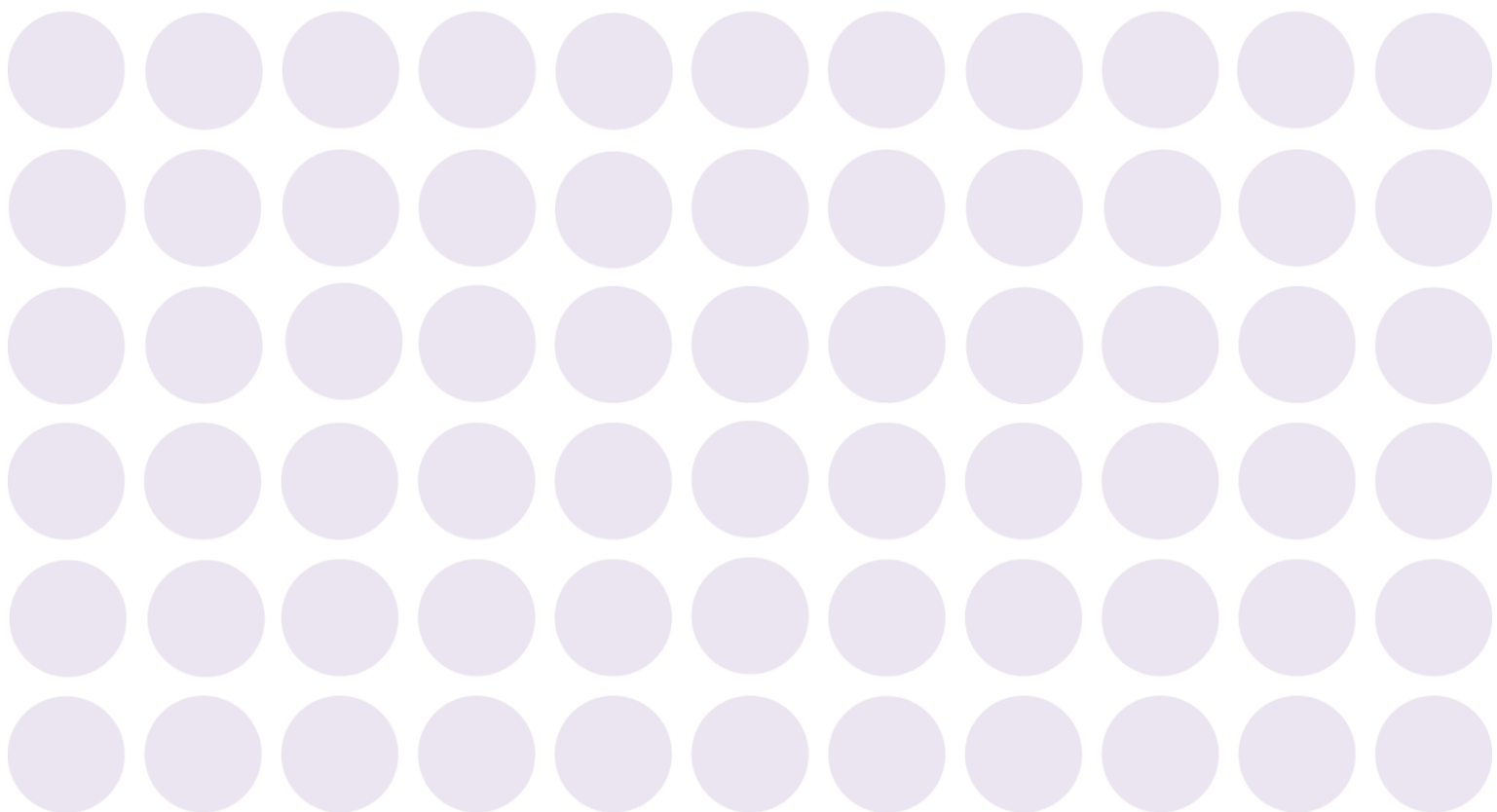
Een onderzoek naar de selectie van een geschikt instrument

April 2014

Omwonenden betrekken bij de milieuprestaties van bedrijven

Een onderzoek naar de selectie van een geschikt instrument

April 2014





Colofon

Uitgave

I&O Research
Zuiderval 70
Postbus 563, 7500 AN Enschede

Rapportnummer

2014/013

Datum

April 2014

Opdrachtgever

Provincie Noord-Brabant

Auteurs

W. Andringa, MSc
drs. L.M. Bruin-Claus
dr. R.A. van de Peppel
dr. P.J. Klok

Bestellingen

Exemplaren zijn verkrijgbaar via www.brabant.nl

Het overnemen uit deze publicatie is toegestaan, mits de bron duidelijk wordt vermeld.



Inhoudsopgave

pag.

Samenvatting	I
Onderzoeksopzet	I
Conclusies	II
Aanbevelingen	IV
1. Inleiding	2
1.1 Aanleiding	2
1.2 Onderzoeksvragen	2
1.3 Onderzoeksmodel	3
1.4 Literatuurstudie instrumenten	4
1.5 Omwonendenenquête	5
1.6 Bedrijfsinterviews	8
1.7 Matching	9
1.8 Leeswijzer	11
2. Theoretisch kader	14
2.1 Probleemstelling	14
2.2 Begripsbepaling	14
2.3 Datamodel	15
3. Instrumenten voor het betrekken van omwonenden	19
3.1 Inleiding	19
3.2 Variatie binnen de instrumenten	19
3.3 Informeren	20
3.4 Benchmarks	22
3.5 Melden	24
3.6 Monitoren	27
3.7 Forum	29
3.8 Platform	31

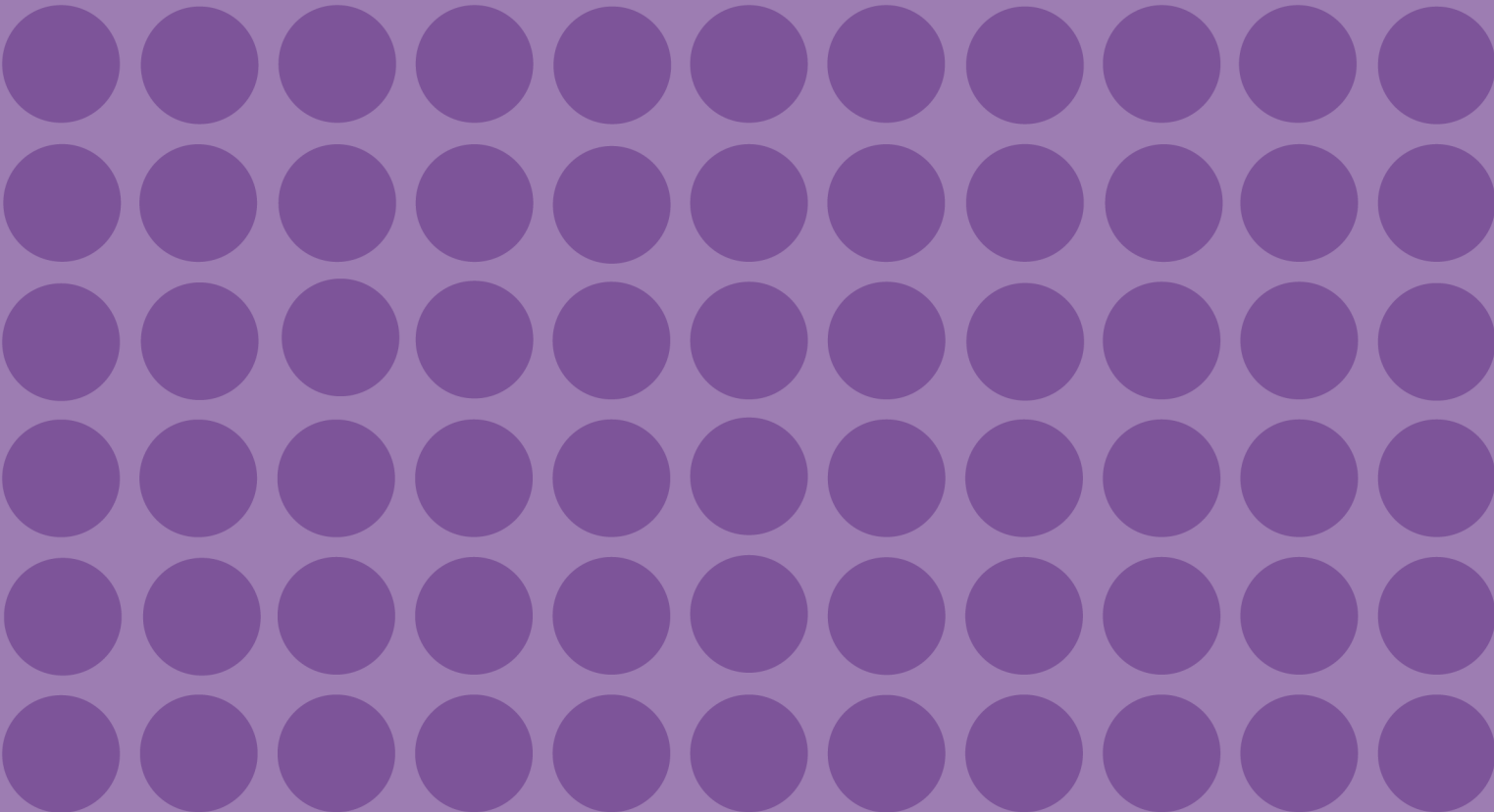


4. Omwonenden over betrokkenheid bij het bedrijf	36
4.1 Inleiding	36
4.2 Hinder- en risicobeleving	36
4.3 Motivatie	39
4.4 Gedrag & bereidheid	42
4.5 Verklarende factoren	44
5. Resultaten bedrijvenonderzoek	48
5.1 Inleiding	48
5.2 Hinderbeleving	48
5.3 Motivatie	49
5.4 Gedrag & bereidheid	53
5.5 Verklarende factoren	55
6. Instrumentadvies	57
6.1 Inleiding	57
6.2 Bedrijfsbeschrijvingen	57
6.3 Informeren	60
6.4 Benchmarks	61
6.5 Melden	62
6.6 Monitoren	63
6.7 Forum	64
6.8 Platform	65
6.9 Match per bedrijf	67
6.10 Match naar handhavingspatroon	68
7. Conclusies & aanbevelingen	72
7.1 Conclusies	72
7.2 Aanbevelingen	74
Bijlage 1. Literatuurlijst	77
Bijlage 2. Interviewprotocol bedrijvenonderzoek	80
Bijlage 3. Vragenlijst omwonenden	83



Bijlage 4. Responsoverzicht omwonendenonderzoek	86
Bijlage 5. Operationalisering matching	87
Bijlage 6. Leden van de begeleidingscommissie	91
Bijlage 7. Factsheets	92

Samenvatting





Samenvatting

In “Naleving is een zaak van ons allemaal”, de Kaderstellende nota Handhavingskoers 2013-2016, kondigt de provincie Noord-Brabant aan de directe omgeving van bedrijven meer te willen betrekken bij de milieuprestaties van die bedrijven. De reden hiervoor is dat de provincie denkt dat het betrekken van omwonenden een effectieve aanvulling kan zijn op het huidige toezicht. Er is nog weinig bekend over de wijze waarop betrokkenheid van omwonenden door de provincie bevorderd kan worden. Daarom heeft de provincie Noord-Brabant besloten om hiernaar eerst een onderzoek te laten uitvoeren. Dit onderzoek zou in kaart moeten brengen welke instrumenten de provincie Noord-Brabant in welke situaties kan gebruiken om betrokkenheid van omwonenden bij de milieuprestaties van bedrijven te stimuleren. Onderzoeksbureau I&O Research heeft het onderzoek in opdracht van Provincie Noord-Brabant uitgevoerd.

Onderzoeksopzet

Het doel van dit onderzoek is om de provincie Noord-Brabant concrete aanknopingspunten te bieden om betrokkenheid van omwonenden bij de milieuprestaties van bedrijven te stimuleren. Het onderzoek bestond uit drie afzonderlijke onderdelen, waarvan de uitkomsten zijn samengebracht in een match.

Literatuurstudie

Allereerst is literatuur verzameld over instrumenten die elders zijn ingezet om betrokkenheid van omwonenden bij de milieuprestaties van bedrijven te bevorderen. Deze studie heeft zes verschillende soorten instrumenten opgeleverd.

Interviews met bedrijven

Daarnaast zijn interviews gehouden met milieucoördinatoren van bedrijven die onder toezicht staan van de Provincie Noord-Brabant. Hiervoor zijn 25 bedrijven geselecteerd die variëren in omvang, soort product dat men levert, naleefgedrag en aantal klachten die er over deze bedrijven binnenkomen. Provincie Noord-Brabant heeft deze bedrijven voor de start van het onderzoek telefonisch en schriftelijk geïnformeerd over het onderzoek. Vervolgens zijn afspraken gemaakt met de bedrijven voor een interview. Eén van deze bedrijven ging sluiten en één bedrijf wilde niet mee doen aan het onderzoek. De overige bedrijven hebben deelgenomen. De bedrijven kregen de interviewvragen vooraf per e-mail toegestuurd.

Enquête onder omwonenden

Het derde onderdeel was de enquête onder omwonenden van de geselecteerde bedrijven. Omwonenden binnen de milieucontour van de geselecteerde bedrijven zijn per brief uitgenodigd om een online vragenlijst in te vullen over het bedrijf in hun woonomgeving. Indien er veel omwonenden binnen de milieucontour van een bedrijf woonden is een a-selecte steekproef getrokken van 1.000 adressen. Indien er weinig omwonenden binnen de milieucontour van een bedrijf woonden, is de onderzoekscontour opgerekt tot 1,5 keer de milieucontour.



In totaal zijn 14.621 omwonenden van bedrijven in Noord-Brabant uitgenodigd voor het onderzoek. Hiervan hebben 2.038 omwonenden deelgenomen aan het onderzoek. De totale respons bedroeg daarmee 14 procent.

Aan zowel de bedrijven als omwonenden zijn vragen gesteld over hinder- en risicobeleving, motivatie voor betrokkenheid, gedrag en bereidheid en ten slotte zijn een aantal relevante achtergrondkenmerken gevraagd.

Instrumentkeuze

De uitkomsten van de drie deelonderzoeken zijn vervolgens gebruikt om - rekening houdend met de kenmerken van het bedrijf en de omgeving - één of meer instrumenten te selecteren die geschikt zijn om betrokkenheid van omwonenden bij de milieuprestaties van bedrijven mee te bevorderen. Dit resulteert in een concreet advies over het in te zetten instrument voor elk bedrijf dat aan dit onderzoek heeft deelgenomen.

Conclusies

Het onderzoek heeft antwoord gegeven op de volgende zeven vragen:

1. Welke instrumenten worden gebruikt om betrokkenheid (van omwonenden) te bevorderen?

De literatuurstudie laat zien dat betrokkenheid van omwonenden in binnen- en buitenland een belangrijk thema is dat op veel verschillende manieren wordt gestimuleerd. Uit de talloze praktijkvoorbeelden uit de literatuurstudie zijn in dit onderzoek zes meer algemene typen instrumenten geselecteerd voor nader onderzoek: informeren, benchmarken, melden, monitoren, forum en platform. Van elk instrumenttype bestaan meerdere varianten. Een instrument kan bijvoorbeeld structureel of incidenteel worden toegepast, het kan face-to-face of online worden uitgevoerd, het kan op initiatief van een overheid of van een bedrijf of een groep omwonenden worden gestart, et cetera.

2. Wat zijn de kenmerken van deze instrumenten en onder welke condities kunnen zij met succes worden ingezet?

De zes geselecteerde instrumenten verschillen in intensiviteit en inzet die van bedrijven en omwonenden wordt verwacht. Ook verschillen ze in de effecten die hiermee bereikt kunnen worden. Bij een platform wordt bijvoorbeeld gewerkt aan een vertrouwensband tussen bedrijf en omwonenden, terwijl benchmarken er op gericht is de opinie te beïnvloeden en zo druk uit te oefenen of een bedrijf zich goed aan de milieuregels houdt.

Ook de condities waaronder deze het best ingezet kunnen worden verschillen. Bereidheid en interesse bij bedrijf en omwonenden zijn hierbij bepalend, maar ook de mate waarin overlast wordt ervaren en het belang van een goede reputatie voor het bedrijf.

De variatie tussen de instrumenten maakt het mogelijk om voor meerdere, maar niet voor alle, situaties een passende aanpak voor het betrekken van omwonenden te ontwikkelen. In dit onderzoek is voor ieder instrument vanuit de wetenschappelijke literatuur beschreven wat de beste toepassingscondities zijn.



3. In welke mate zijn omwonenden van bedrijven bereid om meer betrokken te worden bij de naleving van deze bedrijven?

Uit het omwonendenonderzoek blijkt dat bijna drie op de vijf omwonenden meer willen weten over het milieugedrag van het bedrijf in hun omgeving. Ruim twee op de vijf omwonenden wil wel in enige mate betrokken worden bij het milieugedrag van het bedrijf. Een kleiner deel, namelijk 7 procent, wil in sterke mate betrokken worden. De betrokkenheid van omwonenden bij bedrijven is iets minder groot dan bij een thema als netheid of (sociale) veiligheid in de buurt, maar toch nog steeds aanzienlijk. Een kleine groep buurtbewoners is bereid tot intensievere betrokkenheid bij een bedrijf. Dit komt overeen met de bereidheid tot deelname aan een buurtcommissie of wijkraad.

4. Welke factoren verklaren verschillen in de mate van bereidheid van omwonenden om meer bij de naleving van deze bedrijven betrokken te worden?

Of men een bepaald gedrag wil uitvoeren, hangt volgens de theorie af van wat iemands eigen mening is over dat gedrag (attitude), wat men denkt dat anderen ervan vinden dat je het gedrag uitvoert (subjectieve norm) en of men zichzelf in staat acht het gedrag ook uit te voeren (controle). Dit onderzoek laat zien dat alle drie de aspecten inderdaad een rol spelen.

Uit dit onderzoek komt naar voren dat óf men overlast ervaart of zich zorgen maakt een belangrijke verklaring is voor het wel of niet betrokken willen worden bij het bedrijf. Als men overlast ervaart is men hier veel eerder toe bereid, dan wanneer men geen hinder ondervindt. Daarnaast zijn omwonenden die: sterk betrokken zijn bij een bedrijf, expliciet vinden dat bedrijf en omwonenden een rol hebben in een gezond en veilig milieu en die in het algemeen een wat hogere maatschappelijke betrokkenheid hebben, relatief eerder bereid om betrokken te worden bij het milieugedrag van een bedrijf dan omwonenden die hier niet aan voldoen.

Als een bedrijf van relatief groot economisch belang is voor de buurt willen omwonenden minder snel betrokken worden bij een bedrijf. Verder zijn inwoners met een koopwoning, in de leeftijdscategorie 50 tot 69 jaar eerder bereid om betrokken te worden bij het milieugedrag van het bedrijf.

5. In welke mate zijn de bedrijven bereid om hun omgeving meer te betrekken bij hun milieuprestaties?

Bij alle bedrijven die deel hebben genomen aan dit onderzoek is er in enige of sterke mate interesse in het beeld dat omwonenden hebben van hun bedrijf. Bij 16 van de 22 bedrijven is er in enige of sterke mate bereidheid om omwonenden te betrekken bij het milieugedrag. Vier van deze zestien bedrijven zijn in sterke mate bereid omwonenden te betrekken. Bij bedrijven is de interesse in omwonenden en de bereidheid omwonenden te betrekken iets groter dan andersom.



6. Welke factoren verklaren verschillen in de mate waarin deze bedrijven bereid zijn om hun omgeving meer te betrekken bij de milieuprestaties?

De bedrijven met een sterke bereidheid, hebben als overeenkomsten onder andere, dat de bedrijven nog relatief kort gevestigd zijn op de betreffende locatie, of juist al lang, maar op een centraal punt in de woonkern. Voor elk van deze vier bedrijven met sterke bereidheid om omwonenden te betrekken is het belangrijk dat omwonenden een positief imago hebben van het bedrijf. Bij bedrijven die onder een bekende merknaam produceren is zo'n positief imago extra belangrijk.

7. Welke instrumenten komen - gezien hun kenmerken, de kenmerken van de omgeving en de kenmerken van de bedrijven - in aanmerking om ingezet te worden bij de bedrijven?

Per bedrijf is in dit onderzoek nagegaan in hoeverre elk van de zes instrumenten voor het betrekken van omwonenden past bij de bedrijfssituatie. Dit is uitgevoerd door te beoordelen in hoeverre de situatie van het bedrijf en de omgeving van dit bedrijf voldoen aan de condities die horen bij een bepaald instrument.

Het instrument 'informer' is voor de meeste bedrijven in dit onderzoek (16 van de 22) de beste match. Daarna volgen 'forum' (8), 'melden' (3), 'benchmarken' (2) en 'platform' (1). Het instrument 'monitoren' is voor geen enkel bedrijf de beste match. De meeste bedrijven zijn wel bereid enige inspanning te doen om omwonenden beter te betrekken en 'informer' en 'forum' zijn daarvoor de meest laagdrempelige instrumenten. Er zijn ook veel bedrijven die even hoog scoren op 'informer' als 'forum', de instrumenten vallen ook goed te combineren.

Aanbevelingen

Hoe kan de provincie Noord-Brabant de uitkomsten van dit onderzoek toepassen in het streven naar het betrekken van omwonenden bij de milieuprestaties van bedrijven?

1. Ga aan de slag met de instrumenten

Om over de volle breedte van de zes instrumenten praktijkervaringen te verzamelen lijkt het verstandig om voor elk instrument een pilot te starten. Omwonenden die in de enquête hebben aangegeven hiervoor interesse te hebben, kunnen bij de pilots betrokken worden.

2. Ontwikkel een quick scan

Om bij bedrijven die niet aan het onderzoek deelnamen toch snel een beeld te krijgen welk instrument het beste past op de situatie zou een quick scan ontwikkeld kunnen worden die snel de situatie in kaart brengt zonder dat daarvoor een enquête onder omwonenden uitgevoerd hoeft te worden. De quick scan zou door de handhaver uitgevoerd moeten kunnen worden, op basis van een interview met een vertegenwoordiger van het bedrijf en een beperkte set eenvoudig te verkrijgen indicatoren van de omgeving van het bedrijf.



3. Terugkoppeling naar handhavers

Informeert de bij de onderzochte bedrijven betrokken handhavers uitvoering over dit onderzoek en de onderzoeksresultaten. Handhavers die betrokken worden bij de pilots zouden ook uitvoerig geïnformeerd moeten worden over de aard en inhoud van de instrumenten voor het betrekken van omwonenden. Hierbij kunnen ook de in dit project ontwikkelde factsheets worden ingezet.

4. Terugkoppeling naar bedrijven

De 23 bedrijven waarbij een omwonendenonderzoek is gehouden, zouden een individuele terugkoppeling moeten krijgen over de resultaten hiervan en de matching met instrumenten voor het betrekken van omwonenden die op basis daarvan heeft plaatsgevonden. Dit zou door de handhaver uitgevoerd kunnen worden. Hiermee kunnen twee doelen worden bereikt: dit vergroot de kennis van het bedrijf van de eigen omgeving en het vergroot de bekendheid van de handhavers met het project omwonenden betrekken bij de milieuprestaties van bedrijven.

5. Terugkoppeling naar omwonenden

Omwonenden die aan het onderzoek hebben deelgenomen zouden actief benaderd kunnen worden met informatie over de onderzoeksresultaten. Dat kan door hen een link naar dit eindrapport te mailen of via een publiekssamenvatting.

1

Hoofdstuk

Inleiding



1. Inleiding

1.1 Aanleiding

In “Naleving is een zaak van ons allemaal”, de Kaderstellende nota Handhavingskoers 2013-2016, kondigt de provincie Noord-Brabant aan de directe omgeving van bedrijven meer te willen betrekken bij de milieuprestaties van die bedrijven. De reden hiervoor is dat de provincie denkt dat het betrekken van omwonenden een effectieve aanvulling kan zijn op het huidige toezicht.

De provincie Noord-Brabant gaat daarmee dus stimuleren dat de omgeving van onder toezicht staande bedrijven meer invloed gaat uitoefenen op de milieuprestaties van deze bedrijven. Zo gaat zij voorlichting geven over risico's en hinderaspecten en de daaraan verbonden normeringen. Informatie over naleving wordt digitaal ontsloten. Verder gaat de provincie bevorderen dat over milieuprestaties meer contacten komen tussen de bedrijven en hun omgeving.

Er is nog weinig bekend over de wijze waarop betrokkenheid van omwonenden bij de milieuprestaties van bedrijven door de provincie bevorderd kan worden. Daarom heeft de provincie Noord-Brabant besloten om hiernaar eerst een onderzoek te laten uitvoeren. Dit onderzoek zou in kaart moeten brengen welke instrumenten de provincie Noord-Brabant in welke situaties kan gebruiken om betrokkenheid van omwonenden te stimuleren. Dit rapport beschrijft de aanpak en de resultaten van dit onderzoek.

1.2 Onderzoeksvragen

Het doel van dit onderzoek is om de provincie Noord-Brabant concrete aanknopingspunten te bieden om betrokkenheid van omwonenden bij de milieuprestaties van bedrijven te bevorderen.

Hiervoor is inzicht nodig in:

- de kenmerken van en ervaringen met instrumenten/tools die gebruikt worden om betrokkenheid (van omwonenden) te organiseren;
- de bereidheid van burgers om betrokken te worden bij milieuprestaties van bedrijven in hun omgeving en de factoren die dit bevorderen of belemmeren
- de bereidheid van bedrijven om hun omgeving te betrekken bij de milieuprestaties en de factoren die dit bevorderen of belemmeren;
- inzicht in de mate waarin deze instrumenten matchen met de kenmerken van burgers en bedrijven.



Op basis hiervan zijn de volgende onderzoeksvragen geformuleerd:

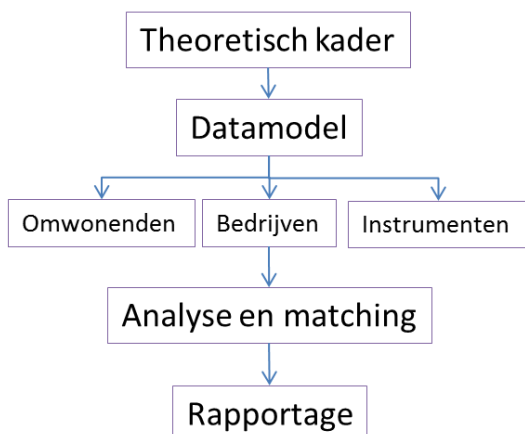
1. Welke instrumenten worden gebruikt om betrokkenheid (van omwonenden) te bevorderen?
2. Wat zijn de kenmerken van deze instrumenten en onder welke condities kunnen zij met succes worden ingezet?
3. In welke mate zijn omwonenden van bedrijven bereid om meer betrokken te worden bij de naleving van deze bedrijven?
4. Welke factoren verklaren verschillen in de mate van bereidheid van omwonenden om meer bij de milieuprestaties van deze bedrijven betrokken te worden?
5. In welke mate zijn de bedrijven bereid om hun omgeving meer te betrekken bij hun milieuprestaties?
6. Welke factoren verklaren verschillen in de mate waarin deze bedrijven bereid zijn om hun omgeving meer te betrekken bij de milieuprestaties?
7. Welke instrumenten komen - gezien hun kenmerken, de kenmerken van de omgeving en de kenmerken van de bedrijven - in aanmerking om ingezet te worden?

1.3 Onderzoeksmodel

Figuur 1.1 toont een schematische weergave van de gevolgde onderzoeksstappen en hun onderlinge samenhang. Het theoretisch kader is gebaseerd op een model dat in de sociale wetenschappen algemeen gangbaar is voor het verklaren van besluitvorming en gedrag.¹ In dit algemene model is de bereidheid tot actie, de te verklaren variabele. De bereidheid tot actie is een element dat in dit onderzoek zowel van de kant van het bedrijf als van de kant van de burger moet worden gemeten. In hoofdstuk 2 gaan we nader in op de kenmerken van dit onderzoeksmodel.

Figuur 1.1

Schematische weergave onderzoeksaanpak



¹ Zie onder meer: Erp, J. van (2006) "Informatie en communicatie in het handhavingsbeleid – Inzichten uit wetenschappelijk onderzoek". Centrum voor Recht en Samenleving, Erasmus Universiteit en Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. Organizational behavior and human decision processes (50), 179-211.



Op basis van het theoretisch kader en een eerste literatuurverkenning zijn interviewprotocols voor de bedrijven en de omwonendenenquête opgesteld en besproken met de klankbordgroep. Verder zijn de belangrijkste vondsten uit de eerste verkenning gebruikt als startpunt voor het literatuuronderzoek naar instrumenten voor het betrekken van omwonenden. Het onderzoeksmodel is verder ontwikkeld tot een datamodel om de kenmerken van het bedrijf, de omgeving en de instrumenten te matchen.

Het empirische deel van het onderzoek, de dataverzameling, bestond uit drie onderdelen die deels gelijktijdig zijn uitgevoerd:

1. literatuurstudie instrumenten;
2. bedrijveninterviews;
3. omwonendenenquête.

De resultaten van het empirisch deel van het onderzoek zijn geanalyseerd en er is een matching uitgevoerd: per bedrijf is nagegaan welke instrumenten, gezien de kenmerken van omwonenden en de kenmerken van het bedrijf het meest kansrijk zijn voor toepassing. Hieruit komt per bedrijf een advies naar voren met betrekking tot het betrekken van omwonenden. Voor wat betreft de rapportage is er naast dit rapport een zestal factsheets opgeleverd over de instrumenten die betrokkenheid van omwonenden kunnen bevorderen. Deze factsheets zijn als bijlage in dit rapport opgenomen.

De paragrafen 1.4 t/m 1.6 gaan meer in detail in op de empirische onderdelen van dit project.

1.4 Literatuurstudie instrumenten

Om inzicht te krijgen in de instrumenten die er zijn om betrokkenheid van omwonenden te bevorderen (onderzoeksvraag 1) is een literatuuronderzoek uitgevoerd. In dit literatuuronderzoek is ook gezocht naar de kenmerken van deze instrumenten en de condities waaronder zij met succes kunnen worden ingezet (onderzoeksvraag 2).

Geraadpleegde databases

Voor de literatuurstudie is gebruik gemaakt van Google Scholar om relevante wetenschappelijke publicaties op te sporen. De meeste artikelen en theses waren vrij beschikbaar of waren toegankelijk via de Universiteit Twente.

Zoekmethoden

Bij de literatuurstudie zijn twee zoekmethoden naast elkaar gebruikt, namelijk: snowballing en keyword search.

Met de snowballing methode wordt een recente, relevante bron als startpunt gebruikt voor de zoektocht. Uit de literatuurlijst en verwijzingen in de tekst worden bronnen gehaald die als aanknopingspunten dienen voor het voortzetten van de zoektocht.

Dit proces wordt herhaald tot de aanknopingspunten geen nieuwe, relevante bronnen opleveren. De startpunten voor dit onderzoek waren:

- Raad voor het Openbaar Bestuur (2012) “Loslaten in vertrouwen”;



- Wetenschappelijke Raad voor Regeringsbeleid (2012) “Vertrouwen in burgers”.

Met een Keyword search worden relevante termen ingevoerd in een zoekmachine (Google, Google Scholar) en de resultaten worden onderzocht op relevantie voor het onderzoek:

- keywords: bedrijven, omwonenden, omgeving, handhaving, toezicht, risico's, hinder, overlast, communicatie, melden, meldpunt, overleg, milieu, naleving;
- er zijn verschillende combinaties van keywords gebruikt, in het Nederlands en in het Engels.

Selectiecriteria

De snowballing en keyword search leverden zeer veel literatuur op, die niet allemaal even relevant was voor dit onderzoek. Er is daarom een selectie gemaakt op basis van de volgende criteria:

- instrumenten: bestaande cases of evaluaties van wat (niet) werkt;
- toezichtobject: niet beperkt tot toezicht op een bedrijf, ook betrokkenheid van burgers bij toezicht in de woon- en leefomgeving;
- betrekken: beleidsparticipatie algemeen niet voldoende, toezichtcomponent dient aanwezig te zijn;
- wetgeving: niet beperkt tot milieuwetgeving, ook openbare orde, veiligheid e.a. meenemen.

Longlist en shortlist

De zoektocht en selectie leverde een totaal op van 21 relevante wetenschappelijke publicaties en 28 rapporten van adviesraden, onderzoeksinstituten en (semi-) overheidsinstellingen. Deze bronnen bevatten echter weinig initiatieven van bedrijven en projecten uit de dagelijkse praktijk van het toezicht. Daarom hebben we ter aanvulling websites bezocht van vijf grote bedrijven (Shell, Suikerunie, BMW, Hoogovens en Vredestein) en 40 uitgaven van De Handhavingskrant (2004-2013) bekeken.

Uit deze bronnen werd een longlist opgesteld met 71 voorbeelden van het betrekken van omwonenden uit binnen- en buitenland. De longlist is gepresenteerd aan de begeleidingscommissie van de Provincie Noord-Brabant. In overleg met de begeleidingscommissie is besloten om de instrumenten uit de longlist te groeperen in een shortlist van zes typen: informeren, benchmarken, melden, monitoren, forum en platform. De kenmerken van de instrumenten en de condities waaronder zij met succes kunnen worden ingezet (onderzoeksvraag 6) zijn onderzocht aan de hand van deze typen.

1.5 Omwonendenenquête

In november en december 2013 zijn de omwonenden van 24 bedrijven in Brabant per brief uitgenodigd om deel te nemen aan een online enquête. De enquête onder omwonenden is ingezet om antwoord te krijgen op onderzoeksvragen 3 en 4.



Selectie van omwonenden

Voor dit onderzoek zijn maximaal 1.000 omwonenden van de 24 door de provincie geselecteerde bedrijven uitgenodigd. In paragraaf 1.6 is te lezen hoe deze bedrijven zijn geselecteerd. Voor de selectie van omwonenden is gebruik gemaakt van de milieucontouren van de 24 bedrijven. Vier bedrijven in het onderzoek bevinden zich op hetzelfde bedrijventerrein en hebben een gemeenschappelijke omwonendengroep. Er zijn dus 21 groepen omwonenden geselecteerd.

Alle woonadressen binnen de milieucontour van een bedrijf behoorden tot de onderzoekspopulatie. Indien zich binnen de milieucontour van een bedrijf minder dan 500 woonadressen bevonden, is de onderzoekscontour opgerekt tot maximaal 2x de milieucontour. Als binnen de milieucontour van een bedrijf zich meer dan 1.000 woonadressen bevonden, is een aselecte steekproef getrokken van 1.000 adressen. Voor vijf bedrijven is een steekproef getrokken uit omwonenden binnen de milieucontour.

In één bedrijfssituatie bevonden zich binnen 1x de milieucontour minder dan 500 woonadressen, maar binnen 1,5x de milieucontour meer dan 1.000 adressen. In dit geval zijn alle woonadressen binnen de milieucontour geselecteerd en is aanvullend tot 1.000 adressen een steekproef getrokken uit de woonadressen tussen 1x en 1,5x de milieucontour.

Adressen van andere bedrijven binnen de milieucontour van een aandachtsbedrijf zijn zoveel mogelijk uit de bestanden verwijderd.

Vragenlijst

Eerst is in samenwerking met Universiteit Twente en de provincie Noord-Brabant op basis van het theoretisch kader een indicatorenlijst opgesteld. Deze lijst bevatte kenmerken van omwonenden die een rol kunnen spelen bij de match van omwonenden met een instrument en met het bedrijf. De indicatorenlijst is vervolgens in enkele stappen verder uitgewerkt tot een volledige vragenlijst.² De uiteindelijke vragenlijst bevat 36 veelal gesloten vragen. De vragen hadden steeds betrekking op het bedrijf of de groep bedrijven waar personen nabij woonden. De online vragenlijst is vormgegeven in de huisstijl van de provincie Noord-Brabant (zie figuur 1.2).

² Zie bijlage 3.



Figuur 1.2

Schermafbeelding van de online vragenlijst.

Uitvoering van het onderzoek

De omwonenden zijn half november 2013 per brief uitgenodigd om deel te nemen aan de online enquête. In de brief stond het webadres van de online enquête met een persoonlijke inlogcode. Omwonenden konden als zij geen computer of internet hadden ook telefonisch een schriftelijke vragenlijst opvragen. Hier hebben 32 personen gebruik van gemaakt. Men kon tot eind december de vragenlijst invullen.

Begin december 2013 zijn voor de omwonendengroepen van zes bedrijven extra respons bevorderende maatregelen getroffen, omdat de respons in absolute en/of relatieve zin achterbleef. Voor twee van de zes bedrijven is besloten om de bewoners die nog niet gereageerd hadden, na te bellen met de vraag of zij alsnog zouden willen deelnemen. Bij deze twee bedrijven waren relatief weinig omwonenden en leek nabellen het meest effectief. Voor de overige vier bedrijven is besloten om een herinneringsbrief te sturen. Bij deze bedrijven waren er wel relatief veel omwonenden, maar was het responspercentage laag. Hier leek nog winst te behalen met een herinneringsbrief.

Respons

In totaal zijn 14.621 omwonenden van bedrijven in Noord-Brabant uitgenodigd voor het onderzoek. Hiervan hebben 2.033 omwonenden deel genomen aan het onderzoek. De totale respons bedroeg daarmee 14 procent. Per deelnemend bedrijf varieerde de respons tussen 8 en 26 procent. Bij één bedrijf is de streefrespons van 10 procent niet gehaald. In absolute zin varieerde de respons tussen 32 en 177 respondenten per bedrijf. Bij twee bedrijven is de absolute minimale streefrespons van 50 respondenten niet gehaald. In bijlage 4 is het totale responsoverzicht terug te vinden.



1.6 Bedrijfsinterviews

In november en december 2013 zijn telefonische en face-to-face interviews gehouden met de milieucoördinatoren van bedrijven in de provincie Noord-Brabant. De interviews onder bedrijven zijn ingezet om antwoord te krijgen op onderzoeksvragen 5 en 6.

Selectie van bedrijven

Voor dit onderzoek heeft de provincie Noord-Brabant 25 bedrijven geselecteerd die onder provinciaal (milieu-)toezicht vallen. Om voor selectie in aanmerking te komen moesten bedrijven aan drie voorwaarden voldoen (uitsluitingscriteria):

- het bedrijf heeft binnen de milieucontour veel (meer dan 100) omwonenden;
- het bedrijf is zichtbaar, herkenbaar voor de omgeving;
- het bedrijf is niet al betrokken bij andere trajecten of onderzoeken.

Vervolgens is bij de selectie van de 25 bedrijven gestreefd naar een zo groot mogelijke variatie in type bedrijven. Hiervoor zijn twee hoofdcriteria vastgesteld:

- bedrijven met veel klachten en bedrijven met weinig klachten;
- bedrijven die goed naleven en bedrijven die slecht naleven.

Op basis van deze hoofdcriteria ontstaan vier groepen bedrijven namelijk de combinaties:

- veel klachten, goede nalever;
- veel klachten, slechte nalever;
- weinig klachten, goede nalever;
- weinig klachten, slechte nalever.

Gestreefd is naar zes bedrijven per groep die liefst geografisch gespreid zijn en die behoren tot verschillende branches en eventueel gespreid zijn in omvang van het bedrijf. Binnen het onderzoek zijn ook een groot agrarisch bedrijf en enkele risicobedrijven (BRZO) meegenomen. Daarnaast is ook een bedrijventerrein in het onderzoek betrokken waar vier bedrijven die onder provinciaal toezicht vallen dichtbij elkaar gelegen zijn.

Een van de 25 geselecteerde bedrijven bleek op korte termijn te gaan sluiten. Dit bedrijf is daarom niet meegenomen in het verdere onderzoek.

Interviewprotocol

In samenwerking met Universiteit Twente en de provincie Noord-Brabant is een indicatorenlijst opgesteld met daarop bedrijfskenmerken die een rol kunnen spelen bij de match van een bedrijf aan een instrument voor het betrekken van omwonenden. Deze indicatorenlijst is opgesteld op basis van het theoretisch kader.

De indicatorenlijst is vervolgens uitgewerkt tot een interviewprotocol voor een gestructureerd telefonisch of face-to-face interview met bedrijven. Het interviewprotocol bevatte 38 vragen en er was veel mogelijkheid vragen toe te lichten. Bijlage 2 toont het gebruikte interviewprotocol.



Om het voor de geselecteerde bedrijven zo gemakkelijk mogelijk te maken om deel te nemen konden zij indien gewenst de vragen ook online of schriftelijk beantwoorden.

Uitvoering van het onderzoek

De milieucoördinatoren van de geselecteerde bedrijven zijn telefonisch en per brief door de Provincie geïnformeerd over het onderzoek. Vervolgens zijn zij telefonisch door I&O Research benaderd met de vraag of zij zouden willen meewerken. Indien men wilde deelnemen zijn gelijk afspraken ingepland voor een telefonisch interview of een interview op locatie. Voorafgaand aan het interview kregen de milieucoördinatoren het interviewprotocol per e-mail toegestuurd. De interviews zijn uitgevoerd door twee senior onderzoekers van I&O Research. Alle interviews vonden plaats in november en december 2013. De gesprekken duurden 20 tot 60 minuten. Aan het eind van ieder interview is gevraagd of de interviewpartners er mee instemden dat het verslag van het gesprek doorgestuurd zou worden naar de provincie. De meeste interviewpartners hadden er geen bezwaar tegen dat het gespreksverslag doorgestuurd zou worden naar de provincie. Desgewenst kon men een concept verslag van het gesprek nog ter controle toegestuurd krijgen. Hiervan is door enkele bedrijven gebruik gemaakt.

Respons

Van de 25 geselecteerde bedrijven, hebben 23 bedrijven deelgenomen aan het onderzoek. Twee bedrijven hebben niet deelgenomen: één bedrijf wegens sluiting en één bedrijf omdat het zich onvoldoende betrokken voelde bij de voorbereiding van het onderzoek.

Er zijn twee bedrijven face-to-face geïnterviewd, twee bedrijven hebben online de vragenlijst ingevuld en de overige negentien bedrijven zijn telefonisch geïnterviewd. Een van de telefonische interviews was een dubbelinterview, omdat twee van de geselecteerde bedrijven dezelfde eigenaar/contactpersoon hadden. Bijlage 4 toont een responsoverzicht.

Het bedrijf dat niet deel heeft genomen vanwege sluiting van het bedrijf, is verder buiten het onderzoek gehouden. Het is immers niet zinvol een bedrijf te matchen met een instrument voor het betrekken van omwonenden als het bedrijf over enige tijd gesloten is en omwonenden er dan niet meer mee te maken hebben. Voor het andere bedrijf dat niet heeft deelgenomen, heeft de toezichthouder vanuit de provincie de vragenlijst zo goed als mogelijk ingevuld voor het bedrijf. Deze informatie uit tweede hand is uiteraard wat minder nauwkeurig dan informatie van het bedrijf zelf, maar het is beter dan niets.

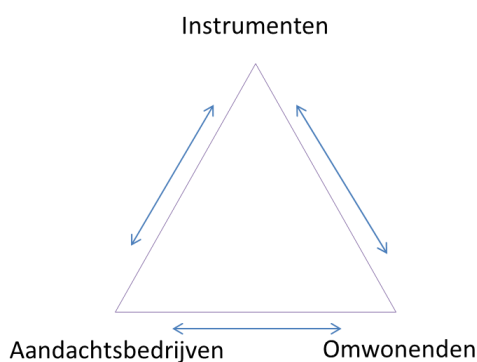
1.7 Matching

De zevende en laatste onderzoeksvraag luidde: 'Welke instrumenten komen - gezien hun kenmerken, de kenmerken van de omgeving en de kenmerken van de bedrijven - in aanmerking om ingezet te worden bij de bedrijven?' Om een antwoord te vinden op deze vraag zijn de resultaten van de interviews onder bedrijven, de enquête onder omwonenden en de literatuurstudie met elkaar gecombineerd. Dit noemen we 'matching' (zie figuur 1.3).



Figuur 1.3

Schematische weergave van de matching.



Uitvoering van de matching

Bij het operationaliseren van de matching hebben we gekozen voor een kwantitatieve benadering. De match is volledig te repliceren met de gegevens van het bedrijven- en omwonendenonderzoek en de beschrijving van de operationalisering. De match kan dus ook gereproduceerd worden bij een herhalingsonderzoek of bij een andere selectie van bedrijven.

Bij een 100 procent match sluiten én de kenmerken van een bedrijf én de kenmerken van de omgeving perfect aan bij een bepaald instrument. Bij 0 procent match sluit een instrument in het geheel niet aan bij bedrijf en de omgeving.

Bij de matching is voor ieder bedrijf in het onderzoek nagegaan in hoeverre dit matcht met de zes type instrumenten.

De matching is uitgevoerd in zes stappen.

1. Vaststellen belangrijke kenmerken van bedrijf en omgeving per instrument.
In de literatuur is te lezen op welke manieren de verschillende instrumenten ingezet kunnen worden. Wanneer is een instrument succesvol ingezet en wanneer juist niet. Bij deze stap is per instrument vanuit de literatuur in kaart gebracht welke bedrijfskenmerken en welke kenmerken vanuit de omgeving een rol spelen bij een zinvolle inzet van een instrument.
2. Operationaliseren van de bedrijfskenmerken en kenmerken van de omgeving.
Bij deze stap zijn de kenmerken vanuit de literatuur gekoppeld aan de vragen die gesteld zijn in de omwonendenenquête en bedrijveninterviews.
3. Vaststellen criteria voor een positieve score.
Bij deze stap zijn criteria opgesteld per kenmerk, bijvoorbeeld 50 procent van de omwonenden moet enige overlast ervaren.



4. Bepalen van wegingsfactoren.
Het ene kenmerk is zwaarder voor een zinvolle inzet van een instrument dan een ander kenmerk. Kenmerken die belangrijk zijn voor een zinvolle inzet van het instrument, krijgen een zwaardere weging mee.
5. Berekenen van matchingpercentages.
Met alle informatie uit stap 1 tot en met 4 is per instrument berekend in hoeverre ieder bedrijf in dit onderzoek aan de voor het instrument belangrijke kenmerken voldoet (in procenten).
6. De common sense toets.
In deze laatste stap is nagegaan of de matching voor een bepaald bedrijf overeenkomt met de verwachtingen hierover. Indien de matching niet overeenkomt met de verwachtingen is gezocht naar een verklaring in de matching.

1.8 Leeswijzer

In hoofdstuk twee komt het theoretisch kader voor het onderzoek aan bod. In dit hoofdstuk is aandacht voor de literatuur over het thema 'betrekken van omwonenden bij de milieuprestaties van bedrijven'. Wat wordt hier onder verstaan en welke kenmerken van bedrijven en van omwonenden zijn belangrijk voor een succesvolle invulling van betrokkenheid?

In hoofdstuk drie beschrijven we zes typen instrumenten om betrokkenheid van omwonenden te stimuleren. Wanneer wordt welk instrument ingezet en welke ervaringen zijn er elders met dit instrument.

In hoofdstuk vier bespreken we de bereidheid bij omwonenden om (meer) betrokken te worden bij de milieuprestaties van het bedrijf. Hier gaan we ook in op kenmerken van de omwonenden die de mate van betrokkenheid kunnen verklaren.

In hoofdstuk vijf bespreken we de bereidheid bij 23 bedrijven in Noord-Brabant om omwonenden te betrekken bij het milieugedrag. We gaan hierbij ook in op kenmerken van het bedrijf die de mate van betrokkenheid kunnen verklaren.

Hoofdstuk zes beschrijft de koppeling van instrumenten voor het betrekken van omwonenden aan de bedrijven op basis van kenmerken van de bedrijven, de omwonenden en de instrumenten.

In hoofdstuk zeven komen de belangrijkste conclusies en aanbevelingen aan bod.

In de bijlagen is een overzicht van geraadpleegde literatuur te vinden (bijlage 1). In bijlage 2 en 3 zijn de vragenlijsten te vinden die zijn gebruikt om kenmerken van bedrijven en hun omgeving in kaart te brengen. Bijlage 4 bevat een responsoverzicht. Hierin is na te lezen welke bedrijven hebben deelgenomen en hoeveel omwonenden van deze bedrijven hebben deelgenomen aan het onderzoek. Bijlage 5 bevat de operationalisering van de matching. Hierin is terug te vinden hoe we de scores op de matching van bedrijven, omgeving en instrumenten hebben bepaald.



Naast deze rapportage heeft dit onderzoeksproject ook zes praktische factsheets opgeleverd. Iedere factsheet beschrijft een type instrument dat toezichthouders kunnen inzetten om betrokkenheid van omwonenden te bevorderen. De factsheets bevatten praktische handvatten wanneer dit instrument het best ingezet kan worden en voorbeelden van elders.

Het onderzoek is mede begeleid door een begeleidingscommissie van de provincie (zie bijlage 6). Op vier momenten in het onderzoeksproces heeft de begeleidingscommissie het onderzoeksteam op constructieve en zeer betrokken wijze geadviseerd over het onderzoek:

- 9 oktober 2013 – over doel en opzet van het onderzoek;
- 6 november 2013 – over de selectie van instrumenten, selectie van bedrijven, vragenlijsten;
- 15 januari 2014 – over de eerste resultaten, opzet van de match;
- 2 april 2014 – over het concepteindrapport.

2

Hoofdstuk

Theoretisch kader



2. Theoretisch kader

2.1 Probleemstelling

De provincie Noord-Brabant wil betrokkenheid van omwonenden bij bedrijven die onder (milieu)toezicht van de provincie staan bevorderen. Hiermee wordt bedoeld op het meer betrekken van de omgeving van bedrijven bij de milieuprestaties van de bedrijven. Om dit te stimuleren gaat de provincie Noord-Brabant voorlichting geven over risico's en hinderaspecten en de daaraan verbonden normeringen. Informatie over naleving wordt digitaal ontsloten. Verder gaat de provincie contacten tussen bedrijf en omgeving bevorderen. De vraag is echter, werkt deze aanpak en wat kan de provincie nog meer doen om betrokkenheid van omwonenden te bevorderen?

Om deze vraag te kunnen beantwoorden moeten we in de eerste plaats helder stellen wat we verstaan onder 'omwonenden betrekken bij de milieuprestaties van bedrijven'. Er is de laatste jaren veel geschreven over het betrekken van omwonenden in de bestuurskundige en sociaalwetenschappelijke literatuur onder de noemer 'vermaatschappelijking'. Aan de hand van twee rapporten: "Loslaten in vertrouwen" en "vertrouwen in burgers", positioneren we dit onderzoek in de literatuur en bepalen we het theoretisch kader. Vervolgens lichten we het model toe aan de hand waarvan we de kenmerken van het bedrijf, de omgeving en instrumenten kunnen matchen.

2.2 Begripsbepaling

In "Loslaten in vertrouwen" heeft de Raad voor het Openbaar Bestuur (ROB) bijdragen verzameld van de andere adviesraden voor het regeringsbeleid inzake het thema 'vermaatschappelijking'. Het geeft hiermee een goed overzicht van hoe er momenteel in bestuurskundig Nederland wordt gedacht over het onderwerp. De Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid (WRR) heeft met het rapport "Vertrouwen in burgers" een grote hoeveelheid kennis verzameld uit literatuur en uit veldwerk naar manieren waarop beleidsmakers burgers meer kunnen betrekken bij het actief vormgeven van de samenleving.

Wat is vermaatschappelijking?

Uitgangspunt van vermaatschappelijking is het betrekken van burgers, maatschappelijke organisaties en bedrijven bij de uitvoering van overheidstaken (ROB, 2012a, p. 3). Het gaat hierbij om een herordening van verantwoordelijkheden tussen overheid, markt en samenleving waarbij burgers meer verantwoordelijkheid nemen voor de publieke zaak. Dit 'loslaten' mag echter niet het karakter hebben van afwenteling van verantwoordelijkheden, of het de facto rekruteren van betrokken burgers om te functioneren als een soort uitvoeringsorganisatie van de overheid.

Waarom vermaatschappelijking?

De belangrijkste reden voor vermaatschappelijking is volgens de ROB de erkenning dat de overheid het uiteindelijk niet alleen kan (ROB 2012a, p. 10). Dit wordt ook de door de Provincie Noord-Brabant onderkend. In de kaderstellende nota handhaving wordt gesteld dat de huidige aanpak eigenlijk niet veel effectiever kan en dat de provincie denkt met het betrekken van de omgeving de (spontane) naleving van bedrijven nog verder te verbeteren (Wolfs 2012).



Vermaatschappelijking van toezicht en handhaving

Vermaatschappelijking wordt veelal gezocht in het domein van de verzorgingsstaat, in de taken van de overheid die ooit zijn ontstaan vanuit maatschappelijk initiatief en die de staat naar zich toe heeft getrokken. Het domein van de handhaving behoort tot wat de Raad voor Maatschappelijke Ontwikkeling ‘onvervreemdbare taken’ van de overheid noemt, taken waarbij het idee van vermaatschappelijking lijkt te botsen met het uitgangspunt van de rechtsstatelijkheid (ROB 2012b, p. 10).

Ook de WRR stelt dat ‘toezicht’ in het speelveld van burgerbetrokkenheid het meest ver verwijderd is van het maatschappelijk middenveld (WRR 2012, p. 28). Betrokkenheid is daar het meest geformaliseerd, zoals een beroep bij de Raad van State, toezicht via ‘klachtenlijnen’ of lidmaatschap van formele adviesraden. Het maatschappelijk middenveld wordt gedefinieerd als “de diversiteit aan instellingen, organisaties en sociale bewegingen waarbinnen burgers maatschappijgerichte activiteiten ondernemen”. Hieronder vallen bijvoorbeeld ngo’s, media en protestacties van individuen die tegenspel bieden aan achterblijvende overheden en het bedrijfsleven, maar ook maatschappelijk verantwoord ondernemen. De WRR beschouwt de kansen en mogelijkheden om burgerbetrokkenheid te vergroten los van het formele toezicht.

Instrumenten voor het betrekken van omwonenden

Instrumenten voor het betrekken van omwonenden zijn interventies van de provincie om bij bedrijven de gedragsverandering ‘verbeterde naleving’ te bewerkstelligen. Het zijn de verschillende mogelijkheden om de omgeving meer te betrekken bij de milieuprestaties van het bedrijf.

Afbakening

Dit onderzoek richt zich niet zozeer op het toepassen van burgerbetrokkenheid in het formele toezicht op milieuwetgeving, maar op de (keuze van) instrumenten om een specifieke groep burgers meer te betrekken bij het milieugedrag van bedrijven. Het onderzoek richt zich hierbij op de omwonenden van bedrijven met een provinciale milieuvergunning. Natuurlijk bestaat de omgeving van een bedrijf uit meer stakeholders dan alleen omwonenden (belangengroepen, aandeelhouders, brancheleden, leveranciers, financiers, aandeelhouders etc.), maar omwonenden hebben direct te maken met de hinder en risico’s veroorzaakt door een bedrijf dat milieuregels niet naleeft. Het belang van het betrekken van omwonenden is daarmee groter dan dat van andere stakeholders.

2.3 Datamodel

Om de bereidheid van bedrijven en omwonenden te onderzoeken maken we gebruik van een standaard model uit de psychologie voor het verklaren van gedragsverandering, de “theory of planned behavior” van Ajzen en Fishbein (1991). Het model gaat ervan uit dat mensen een rationele afweging maken voor hun gedrag. We gaan ervan uit dat de mensen die meedoen aan het onderzoek een dergelijke rationele afweging maken.

De theory of planned behaviour gaat ervan uit dat gedrag wordt bepaald door de intentie om dit gedrag uit te voeren. Dus bedrijven gaan beter de milieuregels naleven als zij dit van plan zijn te doen(willen).



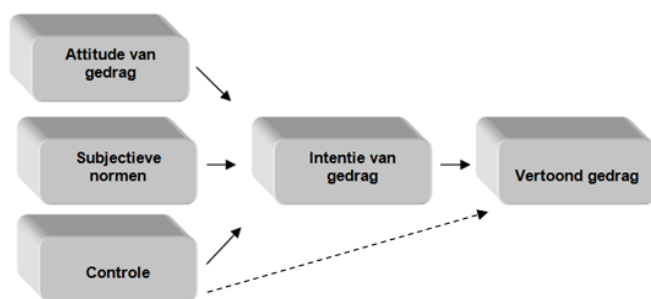
Wel blijft een belangrijke kanttekening dat men wel in staat moet zijn om dit gedrag uit te voeren (kunnen). Anders zal ondanks een goede intentie het gewenste gedrag toch niet vertoond worden. Voorbeelden van belemmeringen zijn onvoldoende budget en capaciteit.

Gedragmodel voor betere naleving van milieuregels

Of men een bepaald gedrag wil uitvoeren hangt ervan af wat iemands eigen mening is over dat gedrag (attitude), wat men denkt dat anderen ervan vinden dat je het gedrag uitvoert (subjectieve norm) en of men zichzelf in staat acht het gedrag ook uit te voeren (controle). Figuur 2.1 toont een overzicht van dit model.

Figuur 2.1

Theory of planned behavior (Ajzen, 1991, p. 182).



Met dit model kunnen we verklaren hoe het betrekken van de omgeving bij het milieugedrag van een bedrijf leidt tot een betere naleving door het bedrijf. Het betrekken van de omgeving kan namelijk op alle onderdelen van het model invloed uitoefenen.

- **Attitude:** door de omgeving meer te betrekken kunnen bedrijven meer voordelen gaan zien in verbeterde naleving.
- **Normen:** door de omgeving meer te betrekken ervaren bedrijven meer sociale druk om zich goed te gedragen en krijgen ze een beter beeld van wat omwonenden goed- of afkeuren.
- **Controle:** door de omgeving meer te betrekken kan een bedrijf zich beter in staat voelen om de regels goed na te leven. Misschien kan de omgeving daar ook daadwerkelijk behulpzaam in zijn.

Het betrekken van de omgeving bij het milieugedrag van een bedrijf kan zo de intentie van bedrijven om de regels na te leven doen toenemen (willen), of ze dit ook doen is nog wel afhankelijk van wat er binnen capaciteit, budget en tijd mogelijk is (kunnen).

Gedragmodel voor vergroten betrokkenheid

Hiermee zijn we er nog niet, want we moeten ook kunnen verklaren wanneer bedrijven de omgeving willen betrekken en wanneer omwonenden betrokken willen worden bij het bedrijf.



We passen hiervoor het model nogmaals toe, maar dan met de verschillende manieren om de omgeving te betrekken als mogelijke uitkomsten van het model.

We passen de theory of planned behaviour toe op het gewenste gedrag bij bedrijven, namelijk 'omwonenden meer betrekken bij het milieugedrag'.

Hiervoor moeten bedrijven dit allereerst 'willen' en van plan zijn. Dit willen wordt dan bepaald door:

- **Attitude:** hoe kijken ze aan tegen het betrekken van omwonenden en ziet men er meer voor- dan nadelen.
- **Normen:** hoe belangrijk is het voor het bedrijf dat omwonenden positief zijn?
- **Controle:** acht een bedrijf zichzelf in staat omwonenden meer te betrekken?

We passen de theory of planned behaviour ook toe op het gewenste gedrag bij omwonenden, namelijk '(meer) betrokkenheid tonen bij het milieugedrag'.

Hiervoor moeten omwonenden dit allereerst 'willen' en van plan zijn. Dit willen wordt dan bepaald door:

- **Attitude:** hoe kijken omwonenden aan tegen meer betrokkenheid bij het milieugedrag van het bedrijf, zien ze voordelen hiervan, of nadelen?
- **Normen:** hoe belangrijk is het voor omwonenden wat anderen ervan denken dat zij betrokken worden? Is het bedrijf belangrijk voor de plaatselijke economie en werkgelegenheid?
- **Controle:** achten omwonenden zichzelf in staat meer betrokken te worden bij het milieugedrag? Hebben ze bijvoorbeeld tijd hiervoor?

Verschillende elementen van attitude, normen en controle en ook de gedragsintentie bij bedrijven en bij omwonenden vormen het uitgangspunt voor respectievelijk het interviewprotocol en de omwonendenenquête.

Match met instrumenten

Uiteindelijk is de wens bij ieder bedrijf en iedere omgeving een passend instrument voor het betrekken van omwonenden te vinden. Dit noemen we de match. Bij elk van de instrumenten hoort een ander profiel van attitude, normen en controle. Dit zijn de voorwaarden voor het instrument, of de condities waaronder het instrument met succes kan worden toegepast. Voor elk van de instrumenten geldt dat bedrijven en omwonenden een bepaald gedrag moeten willen en kunnen vertonen. Welke kenmerken dit precies zijn hebben we uitgezocht in het literatuuronderzoek naar instrumenten. De resultaten van het bedrijven- en omwonendenonderzoek en het literatuuronderzoek naar instrumenten worden gecombineerd in de matching. Met het literatuuronderzoek hebben we daarnaast ook informatie verzameld over hoe de instrumenten de drie factoren (attitude, normen en controle) beïnvloeden die bepalen of een bedrijf de regels beter wil en kan naleven.

3

Hoofdstuk

Instrumenten voor het betrekken van omwonenden



3. Instrumenten voor het betrekken van omwonenden

3.1 Inleiding

In dit hoofdstuk behandelen we zes typen instrumenten om betrokkenheid van omwonenden te stimuleren. In paragraaf 3.1 geven we een overzicht van gezamenlijke elementen van de instrumenten die tot variatie in de toepassing kunnen leiden. Dit is van belang omdat de zes instrumenten die we beschrijven tot op zekere hoogte specifieke toepassingen van die instrumenten zijn.

In de paragrafen 3.2 tot en met 3.7 komen de instrumenten achtereenvolgens aan bod. Dat zijn informeren, benchmarken, melden, monitoren, forum en platform. Elke paragraaf beschrijft één instrument aan de hand van de kenmerken en condities waaronder het met succes kan worden ingezet om betrokkenheid van omwonenden te stimuleren. De inhoud van dit hoofdstuk is ook in verkorte vorm gepresenteerd in de zes instrumentenfactsheets. Een volledig overzicht van alle geraadpleegde bronnen is opgenomen in bijlage 1.

3.2 Variatie binnen de instrumenten

In de volgende paragrafen worden de verschillende instrumenten om betrokkenheid te stimuleren beschreven en de condities waaronder deze met succes kunnen worden ingezet. Deze beschrijving doet echter niet volledig recht aan de grote mate van variatie die we zijn tegengekomen bij de inventarisatie van instrumenten én de variatie die bij de toepassing van de instrumenten in de praktijk kan optreden.

Om een voorbeeld van die variatie te geven: een instrument als informeren kan je bijvoorbeeld nader specificeren door te beschrijven op wiens initiatief het instrument wordt uitgevoerd, welke partij er informeert, welke partij de doelgroep van de informatie is, hoe vaak het instrument wordt ingezet en met welk doel het instrument wordt ingezet.

In tabel 3.1 staat een overzicht van verschillende elementen die bij de toepassing van instrument voor variatie kunnen zorgen. Deze elementen kunnen ook worden gebruikt om een instrument te typeren. De specifieke varianten van de instrumenten die wij verder gebruiken in het onderzoek zijn volgens ons het meest geschikt om betrokkenheid van omwonenden te stimuleren, op basis van de literatuurstudie.



Tabel 3.1

element	door	varianten
informatie verzamelen over gedrag/situatie bedrijf	• bedrijf • overheid • burgers	• systematisch/Incidenteel • inhoud: systemen/gedrag/resultaten
informatie over situatie bedrijf verstrekken	• bedrijf • overheid • burgers	• systematisch/Incidenteel • aan B. O. B. • inhoud
communicatie over informatie (interactie)	wie met wie	• systematisch/incidenteel • face to face/op afstand • inhoud
maatregelen richting bedrijf	• overheid • burgers	• aanwijzing • sanctie • stimuleren • faciliteren
maatregelen richting burgers (om actief te worden)	• overheid • bedrijf	• oproepen • stimuleren • faciliteren

3.3 Informeren

Beschrijving van het instrument

Een van de manieren om omwonenden van bedrijven te betrekken bij het milieugedrag van het bedrijf is het informeren van omwonenden door bedrijven over de bedrijfsactiviteiten die mogelijk hinder of risico's voor de omgeving kunnen veroorzaken, of maatregelen van het bedrijf om hinder of risico's voor de omgeving te beperken.

De verwachting is dat het informeren van omwonenden leidt tot het vergroten van sociale controle op het bedrijf. Bijvoorbeeld omdat de informatie schokkend is voor omwonenden en niet in overeenstemming blijkt met hun verwachtingen. Ook zou informeren van omwonenden ertoe kunnen leiden dat omwonenden het milieugedrag van het bedrijf hoger op de agenda zetten. Door nieuwe informatie krijgt het een hogere prioriteit.

In de literatuur zijn veel voorbeelden van informeren door een overheidsinstelling. Twee voorbeelden hiervan zijn de voorlichtingscampagne in de regio Rijnmond en de Toxic Release Index in de Verenigde Staten. Uit evaluatie van deze instrumenten blijkt dat omwonenden weinig met deze informatie doen. Media, belangengroepen en actieve bewonersgroepen gebruiken de informatie soms wel. De verwachting is dat informeren door bedrijven meer impact zal hebben. Hier zijn echter niet veel studies van beschikbaar.



Een voorbeeld: Voorlichtingscampagne Rijnmond

In de voorlichtingscampagne was maximale openheid naar omwonenden het uitgangspunt. In een veiligheidskrant gaven verschillende betrokkenen hun visie op risico's en rampenbestrijding. De grootste impact had een kaart met een overzicht van de meest risicovolle bedrijven in de regio met daarbij een uitgebreide toelichting. Na de campagne voelden inwoners zich gemiddeld iets veiliger dan voor de campagne (Woudenberg, 2003).

Een voorbeeld: Toxic Release Index (TRI), Verenigde Staten

De Environmental Protection Agency (EPA) in de Verenigde Staten verzamelt de rapportages van bedrijven over de uitstoot en het transport van schadelijke stoffen en publiceert de informatie in verschillende vormen (lijst, kaart, rapporten). Wordt veel gebruikt door media, belangengroepen en bewonersgroepen (Karkkainen e.a., 2000; Fung & O'Rourke, 2000; Kraft e.a., 2011).

Ervaringen, studies en evaluaties

Het blijkt dat omwonenden zelden een bedrijf aanspreken op basis van beschikbare (toezicht)informatie (Meijer e.a. 2007; Meijer 2008; Meijer & van Erp 2010). De verklaring die Meijer en van Erp geven voor de beperkte impact van openbare toezichtinformatie is dat openbaarmaking te veel gebaseerd is op het model van (de consument als) de rationele beslisser:

- het ontbreekt mensen aan tijd en interesse om zich uitgebreid te informeren;
- mensen verwerken informatie selectief, negeren daarbij informatie die hun huidige opvattingen weersprekt en overschatten eigen kennis en kunde;
- toezichtinformatie is niet altijd relevant of bruikbaar voor omwonenden, verhuizen omdat een bedrijf in de omgeving opeens milieuregels aan zijn laars lapt is meestal geen reële optie;
- loyaliteit en vertrouwen spelen een grote rol bij het ontvangen van nieuwe informatie.

Vertrouwen in de zender van informatie over milieurisico's kan vergroot worden door het stereotype beeld van de zender te doorbreken (Peters e.a. 1997):

- voor bedrijven is dit het tonen van bezorgdheid en betrokkenheid;
- voor overheden is dit het tonen van commitment;
- voor belangengroepen is dit het tonen van kennis en expertise.

Hoewel de impact van openbare toezichtinformatie op omwonenden vrij gering is, heeft de Provincie wel een taak om milieu-informatie, waaronder informatie over (naleving van) milieuwetgeving actief te verspreiden. Uit evaluatie van het verspreiden van emissiedata in de VS komen de volgende aanbevelingen (Kraft, 2011):

- experimenteer met creatieve manieren om interesse en begrip publiek te vergroten;
- informatie moet recent, eenvoudig, helder en toegankelijk zijn. Maak gebruik van intermediairs: bewonersgroepen, media, lokale ambtenaren, sociale netwerken;
- vergroot vertrouwen in informatie van de overheid, deels door Open Overheid.



In plaats van bovengenoemde intermediairs te gebruiken kan de Provincie ook het bedrijf zelf aanmoedigen om te informeren, waarmee het bedrijf dan meteen bezorgdheid en betrokkenheid kan tonen om het vertrouwen van omwonenden te vergroten.

Leerpunten: wanneer inzetten

De theorie over het instrument informeren en de ervaringen bieden aanknopingspunten voor het formuleren van situaties waarin dit instrument het best ingezet kan worden.

1. **Als omwonenden weinig kennis hebben over het bedrijf**
Als omwonenden weinig kennis hebben is de kans dat informatie nieuw is groter en dus de kans op impact, omdat het voor hen schokkend is, of omdat het onderwerp op de agenda komt.
2. **Als het bedrijf overlast en zorgen van omwonenden (h)erkent**
Omwonenden hebben meer vertrouwen in de informatie van een bedrijf als deze bezorgdheid toont en betrokken is en dus overlast en zorgen van omwonenden (h)erkent.
3. **Als omwonenden enige behoefte hebben aan informatie over het bedrijf, de eventuele risico's en de maatregelen die het bedrijf neemt**
Omwonenden moeten wel enige interesse hebben in een bedrijf, omdat ze anders de informatie niet eens tot zich zullen nemen.
4. **Als het bedrijf bereid is omwonenden te informeren en dit belangrijk vindt**
Het bedrijf moet wel betrokken zijn en inwoners willen informeren, anders is het niet aannemelijk dat het bedrijf omwonenden op een goede manier informeert (recente informatie, eenvoudig, helder en toegankelijk).

3.4 Benchmarks

Beschrijving van het instrument

Een manier voor de Provincie om bedrijven aan te sporen om het milieugedrag te verbeteren is door het vergelijken en publiceren van hun milieuprestaties en zo publiekelijk onderscheid te maken tussen bedrijven die de regels goed naleven en bedrijven die dat minder goed doen.

De verwachting is dat bedrijven worden aangesproken op hun prestaties of gevolgen van publicatie ondervinden in hun bedrijfsresultaten. Bedrijven kunnen hun milieugedrag ook aanpassen zonder deze signalen, op basis van verwachtingen binnen het bedrijf over reacties door de buitenwereld.

In de literatuur zijn verschillende voorbeelden van overheidsinstellingen die bedrijven benchmarken. Twee voorbeelden hiervan zijn het smiley systeem van de voedselinspectie in Denemarken en het spotlight report van de milieudienst in Engeland & Wales. Uit evaluatie van deze instrumenten blijkt dat bedrijven weinig worden aangesproken op hun prestaties door klanten of omwonenden, maar dat bedrijven wel veel waarde hechten aan hun score op de benchmark. Er is meer aandacht voor benchmarks in de media, bij managers in bedrijven zelf en brancheorganisaties dan voor algemene informatie.



Een voorbeeld: Smiley systeem, Denemarken

Bedrijven die de zaken goed op orde hebben krijgen een blij smiley of zelfs een elite-smiley. Bedrijven die niet aan alle regels voldoen ontvangen een sippe smiley. Klanten blijken nauwelijks gebruik te maken van de smileys, maar de bedrijven hechten er veel waarde aan. De smileys spelen namelijk wel een rol in de relaties tussen de bedrijven, via branche verenigingen en de handel in de productieketen (Meijer, 2008; Meijer e.a. 2007).

Een voorbeeld: Spotlight report, Engeland & Wales

Elk jaar publiceert de milieudienst een rapport met de milieuprestaties van bedrijven. Het noemt de tien bedrijven met de hoogste cumulatieve boetes in het totaal en per sector. Daarnaast beschrijft het de grootste vervuilers in de vorm van case studies, maar ook de best practices. De rapporten komen direct bij invloedrijke mensen binnen de bedrijven en krijgen aandacht in de media (Meijder, 2008; Meijer e.a. 2007).

Ervaringen, studies en evaluaties

De redenen waarom een bedrijf maatregelen neemt naar aanleiding van een benchmark zijn praktisch dezelfde als waarom omwonenden in actie kunnen komen na het ontvangen van nieuwe informatie (Stephan, 2002):

- bedrijf maakt nieuwe afweging kosten/baten naleven op basis van informatie toezichthouder;
- resultaten benchmark kunnen ook voor bedrijf zelf schokkend zijn;
- bedrijf schaamt zich voor de eigen prestaties in vergelijking met anderen;
- onderwerp komt hoger op agenda managers.

Benchmarken heeft als vooronderstelling dat reputatie belangrijk is voor het bedrijf, maar dat geldt niet voor alle bedrijven in dezelfde mate:

- van beursgenoteerde bedrijven wordt verwacht dat reputatie (bij aandeelhouders) erg belangrijk is, het is ook mogelijk dat milieubewuste aandeelhouders alleen worden vervangen door minder milieubewuste;
- bedrijven die consumentenproducten maken onder een merknaam zijn gevoelig voor hun reputatie via de verkoopcijfers;
- informatie over gevoeligheid van tussenhandel voor reputatie is niet eenduidig
 - tussenhandel levert niet aan consumenten en is daar meestal onbekend, dus ongevoelig (Kolk, 2003)
 - bedrijven aan het eind van de keten zijn zelf steeds kritischer op hun leveranciers (o.a. onder druk consumentenorganisaties), dus wel gevoelig (Meijer e.a.; 2007).

Kritiek op gebruik benchmarken door overheidsinstellingen (Kolk, 2003):

- vorm van informele sanctie;
- draagt niet bij aan internaliseren goed gedrag bij bedrijven;
- doet niets zonder dreiging ingrijpen door overheid (De Witt, 1999);
- weinig toegevoegde waarde voor omwonenden.



Lessen voor toezichthouders uit de evaluatie van verschillende systemen voor benchmarken door Meijer (2008):

- gebruik meerdere systemen van openbaarmaking toezichtinformatie naast elkaar. Benchmark waarin prestaties van specifieke bedrijven worden uitgelicht en algemene informatie over alle bedrijven;
- wees niet bang om te experimenteren. Er worden geen dramatische effecten voor bedrijven verwacht;
- probeer bedrijven een rol te geven bij invulling benchmark. Luister naar suggesties, onderhandelen is niet nodig;
- ga zorgvuldig om met maatschappelijke normen. Informatie over klachten kan erg gevoelig zijn
- niet alleen aandacht voor 'shaming' maar ook 'faming'. Aandacht voor goed presterende bedrijven.

Leerpunten: wanneer inzetten

De theorie over het instrument benchmarken en de ervaringen bieden aanknopingspunten voor het formuleren van situaties waarin dit instrument het best ingezet kan worden.

1. **Als het bedrijf overlast en zorgen van omwonenden niet (h)erkent, terwijl omwonenden wel overlast ervaren of zich zorgen maken**
Als het bedrijf denkt dat er niets aan de hand is en te horen krijgt dat de milieuprestaties eigenlijk niet zo goed zijn is de kans dat benchmarken impact heeft groter.
2. **Als het bedrijf zich verantwoordelijk voelt voor milieu en omgeving**
Benchmarken heeft een groter effect op bedrijven die een goede reputatie belangrijk vinden, zich verantwoordelijk gedragen naar milieu en omgeving zijn aspecten waarin een bedrijf dit kan tonen.
3. **Als de reputatie erg belangrijk is voor het bedrijf, bijvoorbeeld omdat het bedrijf beursgenoteerd is of omdat het consumentenproducten maakt onder een bekende merknaam**
Dit zijn eigenschappen die het belang van reputatie voor een onderneming doen toenemen, ongeacht de opstelling van het bedrijf.
4. **Als het bedrijf weinig behoefte heeft om omwonenden te betrekken**
Het gebruik van benchmarken door overheidsinstellingen levert vaak kritiek op. Als het bedrijf zijn best wil doen om omwonenden te betrekken is benchmarken waarschijnlijk niet de beste optie.
5. **Als omwonenden weinig behoefte hebben om betrokken te worden**
Benchmarken heeft weinig toegevoegde waarde voor omwonenden, als omwonenden graag betrokken willen worden bij het milieugedrag van het bedrijf is benchmarken waarschijnlijk niet de beste optie.

3.5 Melden

Beschrijving van het instrument

Een manier om omwonenden te betrekken bij het milieugedrag van het bedrijf is om omwonenden bij overlast of hinder direct bij het bedrijf te laten melden in plaats van bij de Provincie.



Bedrijven die op een bedrijventerrein zitten en waarbij het moeilijk is om de herkomst van overlast te bepalen kunnen gezamenlijk een meldpunt inrichten.

De verwachting is dat bedrijven bij een melding maatregelen nemen om de oorzaak van het probleem of de klacht te achterhalen en te verhelpen. Hinder en overlast kunnen een indicatie zijn van problemen in bedrijfsprocessen die verholpen moeten worden.

In de literatuur is er niet veel aandacht voor de klassieke klachtentelefoon en het milieuklachtenformulier. Een voorbeeld dat wel uitgebreid wordt beschreven is het milieuklachtennummer van bedrijventerrein Chemelot, in de Provincie Limburg. In de literatuur gaat er meer aandacht uit naar nieuwe (interactieve) vormen van melden via online applicaties of social media, zoals de vele pogingen om Meldingen Openbare Ruimte te digitaliseren.

Een voorbeeld: Meldingen Openbare Ruimte

Er zijn veel partijen die initiatieven ondernemen om het melden van zaken als zwerfvuil, loszittende tegels en niet werkende stoplichten te digitaliseren. Burgerconnect, verbeterdebuurt, en buitenbeter zijn de bekendste in Nederland. Belangrijkste graadmeter van succes is het aantal gebruikers, als er niks met de melding gebeurt, haken de gebruikers af. (Frissen e.a. 2008).

Een voorbeeld: Milieuklachtennummer Chemelot

Omwonenden van bedrijventerrein Chemelot hebben vaak overlast van neerslag van roet, stank en geluid. Zij weten vaak bij welk bedrijf op het terrein de oorzaak precies zit. Daarom is er een gratis milieuklachtennummer ingericht bij de Centrale Meldkamer van Chemelot. De websites van bedrijven op het terrein verwijzen allemaal naar dit nummer en de Chemelot website. De Provincie Limburg en de gemeente Sittard-Geleen doen dit overigens niet.

Ervaringen, studies en evaluaties

Provincies en gemeenten gebruiken informatie die verkregen wordt uit milieumeldingen in de handhaving, maar delen weinig informatie die inzicht kan geven in de effectiviteit of het doelbereik van het instrument. Een enquête door Broenink e.a. (2003) leverde op dat bewonersgroepen veel meer knelpunten noemden over het contact met een provinciale klachtentelefoon dan over het Meldpunten Netwerk Gezondheid en Milieu (een belangengroep). Anders dan bij veel nieuwe vormen van melden, wordt niet of nauwelijks openbaar gemaakt wat er gebeurt met meldingen, wat andere mensen te melden hebben, of en hoeveel meldingen er worden opgelost. De kracht van interactieve vormen van melden is deels dat gebruikers elkaar kunnen aanvullen, corrigeren en weerspreken waardoor er een compleet beeld ontstaat.

Handhaving op basis van meldingen of klachten heeft als nadeel dat het sociale normen plaatst boven wettelijke normen en is dus geen substituut voor controles (Dasgupta & Wheeler, 1997).



Klachten, overlast, risico's en overtreding van milieuwetgeving zijn namelijk niet goed onderling uitwisselbaar (Warwick & Ortolano, 2007):

- een bedrijf kan milieuregels overtreden, zonder dat omwonenden overlast ondervinden en melden;
- een bedrijf kan overlast veroorzaken, zonder dat het milieuregels overtreedt of risico's veroorzaakt;
- een bedrijf kan overlast veroorzaken, zonder dat er hiervan melding wordt gemaakt;
- wat de ene omwonende ervaart als overlast, hoeft door een ander niet als zodanig te worden ervaren.

Bedrijven kunnen het best hindercommunicatie opnemen als onderdeel van het extern milieumanagement (De Coster, van Larebeke & Keune, 2010):

- hinderbeleving door omwonenden heeft een zeer plaatselijke en historische context;
- hierdoor is communicatie tussen bedrijf en buurtbewoners zeer belangrijk, zo wordt wederzijds begrip bevorderd;
- de overheid kan dan zorg dragen voor neutrale bemiddeling indien bedrijf en omwonenden er onderling niet uitkomen;
- zaken als een klachtentelefoon kunnen dus het best georganiseerd worden bij de bedrijven die hinder veroorzaken.

Leerpunten: wanneer inzetten

De theorie over het instrument melden en de ervaringen bieden aanknopingspunten voor het formuleren van situaties waarin dit instrument het best ingezet kan worden.

1. **Als het bedrijf veel waarde hecht aan input van omwonenden**
Het bedrijf moet de meldingen die het ontvangt van omwonenden serieus nemen en dus niet behandelen als ruis. Als melden bij het bedrijf niet meer/sneller resultaat oplevert dan melden bij de Provincie heeft het voor omwonenden geen zin.
2. **Als het bedrijf duidelijk zichtbaar is voor de omgeving en omwonenden het bedrijf kennen**
Het signaal dat omwonenden met melden kunnen afgeven aan het bedrijf is sterker en nuttiger als omwonenden altijd melden zodra zij overlast of hinder ervaren, die kans is groter als omwonenden het bedrijf kennen.
3. **Als omwonenden in sterke mate overlast ervaren en het dus gaat om meer dan een paar klachten per jaar**
Als er vrijwel nooit iets aan de hand is, verdienen andere zaken dan melden waarschijnlijk prioriteit.
4. **Als omwonenden ook willen melden bij het bedrijf zelf, omdat ze denken dat het bedrijf iets doet met hun opmerkingen**
Omwonenden willen vooral serieus genomen worden en dat er iets gebeurt met hun melding. Als omwonenden geen vertrouwen hebben in melden bij het bedrijf kan de Provincie zich als bemiddelaar opstellen en is inzet van andere instrumenten waarschijnlijk een beter optie.



3.6 Monitoren

Beschrijving van het instrument

Een manier om omwonenden te betrekken bij de milieuprestaties van het bedrijf is door omwonenden op structurele wijze informatie te laten verzamelen over overlast, hinder en milieurisico's veroorzaakt door het bedrijf.

De verwachting is dat bedrijven van wie het gedrag door omwonenden nauwlettend in de gaten wordt gehouden hun bedrijfsprocessen beter controleren en de dialoog met omwonenden opzoeken (O'Rourke & Macey, 2003).

In de literatuur zijn er verschillende voorbeelden van de inzet van monitoren waarbij omwonenden helpen om het gedrag van bedrijven in de gaten te houden. Twee voorbeelden hiervan zijn Geluidsnet Schiphol en project E-Nose, Rijnmond. Het blijkt dat de inspanningen die omwonenden zelf leveren in de verschillende voorbeelden nogal varieert, afhankelijk van de technologie die gebruikt wordt om gegevens te verzamelen. Soms is er uitgebreide training voor nodig, soms hoeven omwonenden alleen een kastje in de tuin te plaatsen.

Een voorbeeld: Geluidsnet Schiphol

Een netwerk van meetapparatuur bij omwonenden en een website maken direct zichtbaar waar vliegtuigen zijn en hoeveel geluid deze produceren op de grond. Het systeem levert zo informatie op over de naleving van geluidsnormen door Schiphol. Het oorspronkelijke initiatief is uitgegroeid tot een onderneming (Frissen e.a. 2007).

Een voorbeeld: E-Nose, Rijnmond

De milieudienst Rijnmond heeft proeven gedaan met een systeem van elektronische neuzen (e-nose) dat veranderingen in de luchtsamenstelling kan meten. Het blijkt dat de e-nose goed kan voorspellen wanneer er meer klachten over stank komen. Op de controlekamer van het bedrijf Vopak wordt gewerkt met een alarmsysteem gekoppeld aan de e-nose. Hiermee kan op tijd worden ingegrepen om overlast in de woonkernen te voorkomen (DCMR 2013).

Ervaringen, studies en evaluaties

Voor verschillende vormen van ernstige overlast of zorgen over risico's zijn wel voorbeelden van monitoren door omwonenden gevonden:

- stank. E-nose, meten van verandering in de luchtsamenstelling gekoppeld aan ervaring door omwonenden;
- lawaai. Geluidsnet, meten van geluidsniveau;
- luchtverontreiniging. "bucket brigades", nemen van luchtmonsters door omwonenden;
- fijnstof. I-spex, smartphone module om concentratie fijnstof te meten.



Monitoren kan op weerstand rekenen, van bedrijven en toezichthouders:

- belangrijkste functie van monitoren is om te waarschuwen als er iets mis gaat, het geeft dus eigenlijk alleen negatieve signalen af (Bliss e.a. 2001);
- initiatieven van monitoring komen meestal voort uit actieve bewoners- of belangengroepen uit onvrede over (gebrek aan) informatievoorziening van bedrijf en/of overheid. Het wordt dus vaak gezien als motie van wantrouwen tegen het bedrijf en de toezichthouder die het bedrijf in de gaten moet houden;
- monitoren versterkt de relatieve informatie positie van en daarmee het vermogen van actieve bewoners om andere partijen te dwingen om actie te ondernemen (Stephan, 2002).

Voor de toezichthouder is monitoren door omwonenden interessant omdat deze (in sommige gevallen) een bedrijf als het ware kunnen omsingelen en altijd ter plaatse zijn, wat bij incidenten erg praktisch is (Stephenson, 2005).

Ondersteuning van overheidsinstellingen voor lokale monitoring projecten komt voor zover bekend alleen voor in situaties waar de punt van zorg de algemene staat van het milieu is, niet het milieugedrag van een specifiek bedrijf (Pollock & Whitelaw, 2005). De bijdrage bestaat dan uit het faciliteren van een goede organisatiestructuur en meetapparatuur. Organisatie en betrouwbaarheid zijn de grootste uitdagingen voor monitoren door omwonenden (O'Rourke & Macey, 2003). Een overheidsinstelling kan helpen met:

- gemeenschap in kaart brengen. Gelegenheid bieden voor bewoners en besluitvormers om behoefte aan informatie en doelstellingen te formuleren;
- participatie inventariseren. Motivatie en kennis/expertise peilen onder bewoners en 'kampioenen' identificeren die bereid zijn om de kar te trekken;
- capaciteit opbouwen. Organisatiestructuur, partnerschappen en ondersteuning regelen om betrokkenheid voor de lange termijn mogelijk te maken;
- informatie output. Verzameling van gegevens en het bewerken van ruwe data tot een boodschap om de gemeenschap en anderen te informeren en invloed te krijgen op bedrijven en/of toezichthouder.

Leerpunten: wanneer inzetten

De theorie over het instrument monitoren en de ervaringen bieden aanknopingspunten voor het formuleren van situaties waarin dit instrument het best ingezet kan worden.

1. **Als het bedrijf overlast en zorgen van omwonenden niet (h)erkent, terwijl omwonenden wel overlast ervaren of zich zorgen maken**
De impact van nieuwe informatie is groter als deze niet overeenkomt met de verwachtingen.
2. **Als het bedrijf geen enkele moeite wil doen om omwonenden te betrekken bij de milieuprestaties van het bedrijf**
Monitoren is een ingrijpend instrument dat op veel weerstand kan rekenen. Als het bedrijf wel bereid is om omwonenden te betrekken hebben andere instrumenten daarom de voorkeur.
3. **Als omwonenden veel behoefte aan informatie hebben**
Als omwonenden geen sterke behoefte hebben aan informatie gaan ze ook niet helpen met het verzamelen van deze informatie.



4. **Als omwonenden weinig vertrouwen hebben in het bedrijf en niet verwachten dat het bedrijf iets doet met hun opmerkingen**
Projecten om bedrijven te monitoren ontstaan vaak omdat omwonenden de informatie van en over het bedrijf wantrouwen, als omwonenden denken dat praten met het bedrijf zin heeft dan is monitoren niet nodig.
5. **Als er genoeg omwonenden zijn met de interesse, tijd en gelegenheid om gedurende een zekere periode te monitoren**
Monitoren vereist betrokkenheid voor de lange termijn. Daarnaast is de toegevoegde waarde van het betrekken van omwonenden bij monitoren juist dat ze altijd ter plaatse zijn en makkelijk vaak metingen kunnen verrichten.

3.7 Forum

Beschrijving van het instrument

Een manier om de dialoog tussen bedrijf en omwonenden te bevorderen is door een forum te organiseren over milieugerelateerde activiteiten van het bedrijf. Denk hierbij aan een informatiebijeenkomst of een discussieavond. Een forum kan ook via een online applicatie georganiseerd worden.

De verwachting is dat wanneer bedrijfsleiding, werknemers, omwonenden, overheid en anderen met elkaar in gesprek gaan, bedrijven beter rekening houden met de zorgen van de andere partijen in het nemen van beslissingen. Interactie beïnvloedt de manier waarop deelnemers hun eigen situatie zien en definiëren (Campbell 2007).

In de literatuur zijn er verschillende voorbeelden van een forum georganiseerd door een bedrijf of overheidsinstelling. Een voorbeeld van een online forum is het loket van de GG&GD Utrecht op de website van de projectontwikkelaar van de City Campus Max. Een voorbeeld van een bijeenkomst georganiseerd door een bedrijf is de bijeenkomst van Koffie Kàn voorafgaand aan investering in een grotere koffiebrander.

Een voorbeeld: City Campus Max

De GG&GD Utrecht heeft een digitaal loket geopend op een bestaand internetforum voor toekomstige bewoners van de city campus, dat wordt gebouwd naast een tippelzone. Een vaste medewerker plaatst informatie op het forum en beantwoordt vragen van bewoners. Naast het forum gebruikt de GG&GD andere communicatiekanalen om bewoners te bereiken die niet op het forum actief zijn (Waterdrinker, 2010).

Een voorbeeld: Koffie Kàn

Koffie branden gaat gepaard met geur- en geluidshinder. Toen Koffie Kàn in 2004 de koffiebrandmachine moest vervangen is gezocht naar een oplossing die rekening hield met de burens. Op een bijeenkomst heeft het bedrijf de plannen en de consequenties voor de omwonenden uitgelegd. Toen de nieuwe machine er stond, is er een rondleiding gegeven. Burens die vroeger terughoudend waren, zijn klant geworden. (De Coster e.a. 2010).



Ervaringen, studies en evaluaties

Uit de evaluatie van het Superfund Community Involvement Program³ kwam naar voren dat omwonenden er de voorkeur aan gaven om te participeren middels bijeenkomsten, terwijl medewerkers van het programma het juist een van de minst nuttige instrumenten voor het verkrijgen van input vonden (Charnley & Engelbert, 2005).

Waarom omwonenden hier de voorkeur aan geven wordt niet duidelijk uit de tekst, maar waarschijnlijk om dezelfde reden als waarom veel mensen de voorkeur geven aan melden via de telefoon boven een digitaal klachtenformulier. Het is persoonlijker.

Het positieve effect van goede communicatie naar omwonenden op het vertrouwen in het bedrijf is eerder genoemd bij informeren. Daarbij heeft een fysieke bijeenkomst in vergelijking met een brief of online forum als extra eigenschap dat er ook non-verbale communicatie plaatsvindt, waarmee een boodschap (van bedrijf of omwonenden) kan worden versterkt. Dit maakt een bijeenkomst beter geschikt uit het oogpunt van sociale controle. Het is een beter instrument voor het geven van signalen van vertrouwen of wantrouwen, goedkeuring of afkeuring en daarmee voor het bevorderen van goede naleving.

Bij de evaluatie van het Superfund Community Involvement Program is ook uitgezocht waarom veel omwonenden ervoor kozen om niet betrokken te raken en input te leveren. De vijf meest genoemde redenen zijn:

- niet bewust van de site en de problemen;
- geen interesse want te ver verwijderd;
- tevredenheid met inspanningen EPA;
- gevoel geen kennis bij te kunnen dragen;
- gevoel dat EPA toch niets met input doet.

Een forum zal meestal worden georganiseerd door omwonenden uit te nodigen voor een bijeenkomst. Soms kan een online forum een goed alternatief zijn, bijvoorbeeld om een lastig te bereiken doelgroep te betrekken (Waterdrinker, 2010). Aandachtspunten zijn:

- houd rekening met de doelgroep. Sluit waar mogelijk aan op een bestaand forum waar de doelgroep gebruik van maakt;
- gebruik verschillende kanalen. Om verschillende delen van de doelgroep te bereiken, er is niet een vorm van communicatie die het best werkt voor iedereen;
- duidelijk en persoonlijk aanspreekpunt. Verkleint de afstand tussen bewoners en een organisatie;
- tijdige communicatie. Wees actief in communiceren, zodat omwonenden niet voor verassingen komen te staan.

Deze aandachtspunten gelden natuurlijk ook grotendeels voor communicatie via andere kanalen en de organisatie van een bijeenkomst.

³ Een programma om gemeenschappen te betrekken bij de opruiming van ernstig vervuilde sites door de Environmental Protection Agency (EPA) in de Verenigde Staten (Charnley & Engelbert, 2005).



Leerpunten: wanneer inzetten

De theorie over het instrument forum en de ervaringen bieden aanknopingspunten voor het formuleren van situaties waarin dit instrument het best ingezet kan worden.

1. **Als een bedrijf wil investeren in de relatie met omwonenden**
Het bedrijf moet wel betrokken zijn en inwoners willen informeren, anders is het niet aannemelijk dat het bedrijf omwonenden op een goede manier informeert.
2. **Als omwonenden duidelijke behoefte hebben aan informatie of een gesprek met het bedrijf**
Er moeten wel omwonenden zijn die echt behoefte hebben aan een dialoog met het bedrijf over milieugerelateerde activiteiten. Anders heeft het geen zin.
3. **Als omwonenden overlast ervaren of zorgen hebben**
De kans dat omwonenden participeren aan een forum is kleiner als ze door de afstand geen last ervaren of tevreden zijn over de inspanningen van het bedrijf.
4. **Als omwonenden niet goed op de hoogte zijn van risico's die het bedrijf veroorzaakt of de regels waar het bedrijf zich aan moet houden**
De kans dat omwonenden participeren is ook kleiner als ze zich niet bewust zijn van eventuele risico's, of het gevoel hebben geen kennis bij te kunnen dragen. Deze lastig te bereiken omwonenden wil een overheid over het algemeen juist wel proberen te betrekken.

3.8 Platform

Beschrijving van het instrument

De meest verregaande manier om omwonenden te betrekken bij het milieugedrag van het bedrijf is structurele samenwerking tussen een bedrijf en een groep omwonenden in een platform waarbij samen plannen worden gemaakt en uitgevoerd om de gezamenlijk geconstateerde problemen aan te pakken.

De verwachting is dat in een geïnstitutionaliseerde vorm van overleg partijen gedragsnormen met elkaar afspreken. Deze gedragsnormen die tot stand komen in onderling overleg tussen overheid, bedrijven en andere stakeholders worden eerder nageleefd dan gedragsnormen die van bovenop zijn opgelegd (Campbell, 2007).

Er zijn verschillende voorbeelden van platformen gevonden in de literatuur. De platformen zelf publiceren ook redelijk wat informatie over het eigen functioneren. Twee voorbeelden hiervan zijn de Burenraad Moerdijk en de Burenraad Shell Pernis.



Een voorbeeld: Burenraad Moerdijk

De Burenraad is een vast overleg tussen bedrijven van het Zeehaven- en Industriegebied Moerdijk en de direct omwonenden. Het doel is om gezamenlijk oplossingen te vinden, zelfs als dit van de bedrijven meer vraagt dan zij wettelijk verplicht zijn te doen. Hoog op de agenda staan het oprichten van een fonds voor (sociale) projecten en het vertalen van de thema's (o.a. leefbaarheid en veiligheid) naar concrete resultaten (Govaart, 2013).

Een voorbeeld: Burenraad Shell Pernis

“Een goede buur is beter dan een verre vriend, aldus een bekend spreekwoord. Wat doen goede burens? Ze communiceren met elkaar, informeren elkaar, krijgen een relatie, helpen elkaar, maken elkaar waar dat mogelijk is het leven wat aangenamer. En eigenlijk is dat precies wat wij in de Burenraad Shell Pernis doen.”

Bert Kandel, Vz. Burenraad Shell Pernis.
(Leidraad Burenraad, 2002)

Ervaringen, studies en evaluaties

Er zijn aanwijzingen dat bedrijven die aan een platform deelnemen eerder sociaal wenselijk gedrag vertonen (Campbell, 2007). Het probleemoplossend vermogen van een platform is wel beperkt (De Witt, 2000), door:

- grenzen. Deelname wordt altijd beperkt, wie worden aangemerkt als stakeholder en wie niet?
- tijd. Gezamenlijk plannen maken kost veel tijd en aandacht, die lange adem is vaak beperkt aanwezig;
- geld. Plannen maken en uitvoeren lukt beter als er budget voor is en als hinder of risico beperkende maatregelen niet duur zijn.

Daarnaast is er een belangrijk risico aan het nemen van beslissingen in een besloten platform, de dreiging van ‘capture’ of inkapseling. Het risico bestaat dat de omwonenden die deelnemen aan een platform het belang van de omgeving uit het oog verliezen door de samenwerking met het bedrijf. Dit risico is groter als:

- er onvoldoende kritische reflectie is binnen het platform (deelnemende omwonenden specifiek);
- de omgeving weinig inzicht krijgt in wat er binnen het platform wordt besproken en besloten;
- er onvoldoende doorstroom is van deelnemende omwonenden, “het moet geen vriendenclub worden”.

De Leidraad Burenraad (2002) van de Burenraad Shell Pernis geeft duidelijk aan wanneer een platform zinvol is.

“Een Burenraad kan goed functioneren in geval van grotere bedrijven in een stedelijke omgeving, waarbij relatief gemakkelijk overlast of risicosituaties ontstaan in de woonomgeving. De mogelijkheden tot directe communicatie tussen het bedrijf en individuele burens daarvan zijn dan vaak gering; daarom een Burenraad als intermediaire organisatie.”

De hoofreden voor het oprichten van een Burenraad is het wederzijdse belang voor het bedrijf én voor zijn burens, van directe, eerlijke en open communicatie.



Vanuit die basis volgen andere baten van een platform, maar alleen met tijd en het blijven investeren in wederzijds vertrouwen, zoals blijkt uit het volgende:

“Shell-mensen beseffen steeds beter dat zaken die binnen het bedrijf als normaal worden ervaren, buiten de hekken een totaal andere waarneming (perceptie) kunnen opleveren.”

“Omgekeerd weten meer omwonenden nu dat de complexe fabrieken niet met een “druk op de knop” aan en uit te zetten zijn ... die alleen stap voor stap kunnen worden verbeterd.”

Bij het opzetten van een platform is er een sleutelrol voor een bemiddelaar of “facilitator”. Dit kan zijn een bestuurlijke, ambtelijke of politieke organisatie (de Provincie), maar ook een maatschappelijke organisatie met groot draagvlak. De bemiddelaar kan een aantal taken vervullen:

- doorbreken wederzijds wantrouwen bedrijf en omwonenden bij aanvang;
- zoeken naar de juiste mensen (buren met maatschappelijke ervaring, voorzitter);
- ondersteuning bieden voor omwonenden (secretariaat, advies e.d.).

Het goed vervullen van deze taken is alleen mogelijk als de bemiddelaar geen eigen belang heeft te verdedigen in de Burenraad. Het gaat om de burens.

Leerpunten: wanneer inzetten

De theorie over het instrument forum en de ervaringen bieden aanknopingspunten voor het formuleren van situaties waarin dit instrument het best ingezet kan worden.

1. **Als een bedrijf overlast en zorgen van omwonenden (h)erkent**
Het succes van een platform is afhankelijk van het scheppen van een vertrouwensband, het helpt als het bedrijf al een beetje gevoel heeft voor de zorgen van omwonenden.
2. **Als een bedrijf zich verantwoordelijk voelt voor milieu en omgeving**
Samenwerken in een platform vraagt van een bedrijf dat het verder gaat dan wettelijke verplichtingen in het nemen van maatregelen om milieu en omgeving te sparen, dit begint met het tonen van verantwoordelijkheid.
3. **Als een bedrijf veel wil investeren in de relatie met omwonenden**
Het moet aannemelijk zijn dat het bedrijf structureel tijd en middelen vrijmaakt voor het platform, anders is het probleemoplossend vermogen beperkt.
4. **Als de reputatie erg belangrijk is voor het bedrijf, bijvoorbeeld omdat het bedrijf beursgenoteerd is of omdat het consumentenproducten maakt onder een bekende merknaam**
Beursgenoteerde ondernemingen en bedrijven die consumentenproducten maken onder een bekende merknaam hebben meer te winnen bij een platform omdat zij meer profiteren van een goede reputatie.
5. **Als omwonenden veel behoefte hebben aan informatie over het bedrijf, de milieurisico's en de maatregelen die het bedrijf neemt om overlast en risico's te beperken**
Een platform kan nuttig zijn als er eigenlijk veel behoefte is aan informatie over en communicatie met het bedrijf, maar het praktisch niet mogelijk is voor het bedrijf om met individuele omwonenden in gesprek te gaan en er dus een soort van intermediaire organisatie nodig is.



6. Als er voldoende omwonenden zijn die echt tijd en aandacht willen investeren om met het bedrijf te werken aan een betere leefomgeving. Liefst met enige maatschappelijke ervaring
Er moeten wel omwonenden te vinden zijn die zouden kunnen en willen deelnemen aan een platform, ook van hen wordt een behoorlijke investering in tijd en aandacht verwacht.

4

Hoofdstuk

Omwonenden over betrokkenheid bij het bedrijf



4. Omwonenden over betrokkenheid bij het bedrijf

4.1 Inleiding

In totaal zijn 14.621 omwonenden van 24 bedrijven in Noord-Brabant uitgenodigd voor het onderzoek. Hiervan hebben 2.038 omwonenden deel genomen aan het onderzoek. De totale respons bedroeg daarmee 14 procent. Voordat we ingaan op de resultaten van dit deelonderzoek nog twee opmerkingen vooraf:

- Onze ervaring met dit type onderzoek (burgeronderzoek) is dat er in de steekproef altijd enige oververtegenwoordiging is van respondenten die het bedrijf goed kennen en betrokken zijn bij milieugedrag of overlast of risico's ervaren. De bekendheid met het bedrijf, de hinder- en risicobeleving en de betrokkenheid bij het bedrijf zal daarom in werkelijkheid enigszins kunnen afwijken van steekproef. Op zichzelf is deze vertekening niet bezwaarlijk omdat deze zich in alle 24 cases voordoet en daarmee geen invloed heeft op de match tussen instrument, omwonenden en bedrijf.
- Verder is een aandachtspunt bij het lezen van de resultaten de selectie van omwonenden. Voor dit onderzoek is uitgegaan van huishoudens die binnen de milieucontour van een bedrijf wonen. Deze milieucontour is een cirkel rondom het bedrijf waarbinnen huishoudens overlast kunnen ervaren van het bedrijf of gezondheidsrisico's kunnen lopen. Hoe groot de cirkel rondom een bedrijf is, hangt af van de bedrijfsactiviteiten. In dit onderzoek varieert de milieucontour van een straal van 200 meter tot een straal van 1.750 meter. Hierdoor is er geen evenredige verdeling van respondenten over alle bedrijven. Ook dit is voor de match tussen instrument, bedrijf en omwonenden niet bezwaarlijk, maar het kan er in dit hoofdstuk wel toe leiden dat de oordelen over bedrijven met veel omwonenden wat zwaarder meewegen in de gepresenteerde cijfers dan de oordelen over bedrijven met weinig omwonenden. Ook dit is niet bezwaarlijk omdat het er ons in dit hoofdstuk vooral om gaat de lezer een algemeen beeld te geven van de ervaringen van omwonenden met bedrijven die een milieuvergunning van de provincie hebben.

4.2 Hinder- en risicobeleving

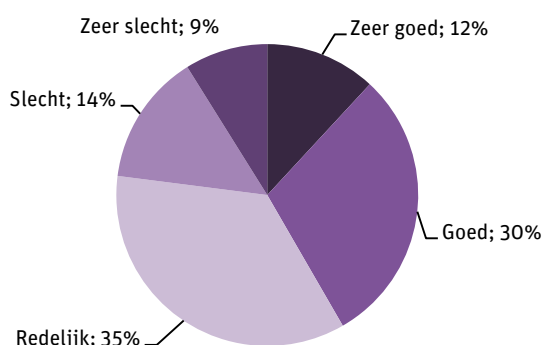
Bekendheid met bedrijf

In de enquête onder omwonenden is allereerst gevraagd naar de bekendheid met het bedrijf en eventueel ervaren overlast of risico's. De meeste respondenten zijn redelijk of goed bekend met het bedrijf in hun woonomgeving. Een op de acht is naar eigen zeggen zeer goed bekend en iets minder dan een kwart is slecht of zeer slecht bekend met het bedrijf (figuur 4.1).



Figuur 4.1

Hoe goed bent u bekend met [naam bedrijf]? (n=2.038)



Gemiddeld weet ruim acht op de tien wat het bedrijf in hun woonomgeving produceert (tabel 4.1). Dit varieert overigens duidelijk per bedrijf. Bij twee bedrijven weet minder dan de helft van de omwonenden wat het bedrijf produceert. Het bedrijf met de minste bekendheid is nog relatief kort gevestigd op de huidige locatie.

Gemiddeld zegt ongeveer een op de drie de risico's van het bedrijf te kennen en ongeveer een op de vijf kent naar eigen zeggen de milieuregels van het bedrijf. De verwachting is dat van deze 19 procent lang niet iedereen de specifieke regels kent, maar in ieder geval wel een globaal idee van milieuwetgeving heeft.

Tabel 4.1

Bekendheid van omwonenden met [naam bedrijf] (n=2.038).

	kent bedrijf (zeer) goed	weet wat bedrijf produceert	kent risico's van bedrijf	kent milieuregels van bedrijf
gemiddelde	42%	82%	32%	19%
minimum	14%	38%	2%	6%
maximum	72%	100%	62%	39%

Ervaren overlast en bezorgdheid om risico's

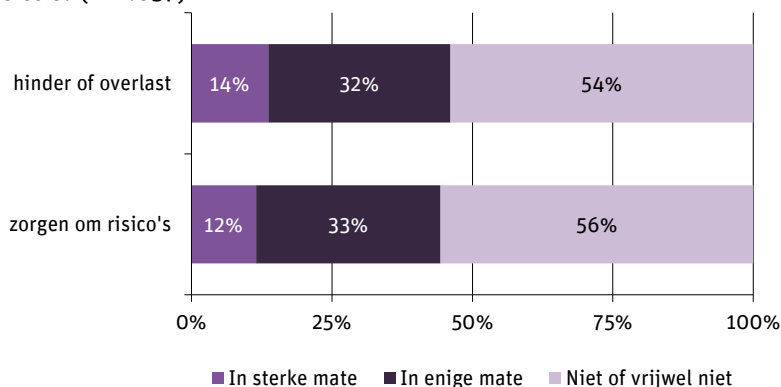
Ruim de helft van de deelnemers aan de enquête ervaart geen overlast van het bedrijf in hun omgeving. Een derde ervaart enige overlast en een op de zeven ernstige overlast (figuur 4.2). Als men hinder of overlast ervaart is dit vooral stankoverlast, vaak afhankelijk van de windrichting. Geluidsoverlast en (veel) vrachtverkeer worden daarnaast als hinderlijk ervaren. Van de 279 respondenten die naar eigen zeggen ernstige overlast ervaren van het bedrijf in hun woonomgeving, heeft 45 procent hiervan nog nooit melding gemaakt bij het bedrijf of een instantie.



Het totale aandeel respondenten met zorgen om risico's is ongeveer even groot als het aandeel dat overlast ervaart. Bij een derde zijn er in enige mate zorgen om risico's en bij een op de acht zijn er sterke zorgen. Ruim de helft maakt zich helemaal geen zorgen om risico's. Als men bezorgd is noemt men vaak de stoffen in de lucht. Een reactie is bijvoorbeeld "Is de uitstoot ongezond of stinkt het alleen maar?" Sommige respondenten geven aan dat als je de risico's niet kent, je je ook geen zorgen kunt maken. Een ander geeft juist aan dat als je niet weet wat er gebeurt en welke risico's er zijn, er altijd sprake is van zorgen.

Figuur 4.2

In hoeverre ervaart u hinder of overlast van [naam bedrijf] en in hoeverre maakt u zich zorgen om risico's? (n=2.037)



Er zijn duidelijke verschillen tussen de inschatting van bedrijven en de ervaring van omwonenden wat betreft overlast en zorgen om risico's (tabel 4.2). Bij zes bedrijven zegt meer dan de helft van de omwonenden die deel hebben genomen aan de enquête in enige of sterke mate overlast te ervaren van het bedrijf in hun omgeving. Vijf van deze zes bedrijven geven in dit onderzoek aan (paragraaf 4.1) dat het bedrijf in enige mate hinder of overlast veroorzaakt voor de omgeving. Een van deze zes bedrijven geeft aan dat het bedrijf nauwelijks voor hinder of overlast zorgt in de omgeving.

Bij eveneens zes bedrijven zegt meer dan de helft van de omwonenden zich in enige of sterke mate zorgen te maken om de risico's. Vijf van deze zes bedrijven geven aan dat er geen of vrijwel geen risico's zijn voor de omgeving. Eén bedrijf geeft aan dat er enigszins risico's zijn. Omwonenden schatten risico's dus groter in dan de bedrijven.

Tabel 4.2

Hinder- en risicobeleving van omwonenden van [naam bedrijf], (n=2.037).

	ervaart in enige of sterke mate overlast	maakt zich in enige of sterke mate zorgen om risico's
gemiddelde	46%	44%
minimum	19%	18%
maximum	81%	68%



4.3 Motivatie

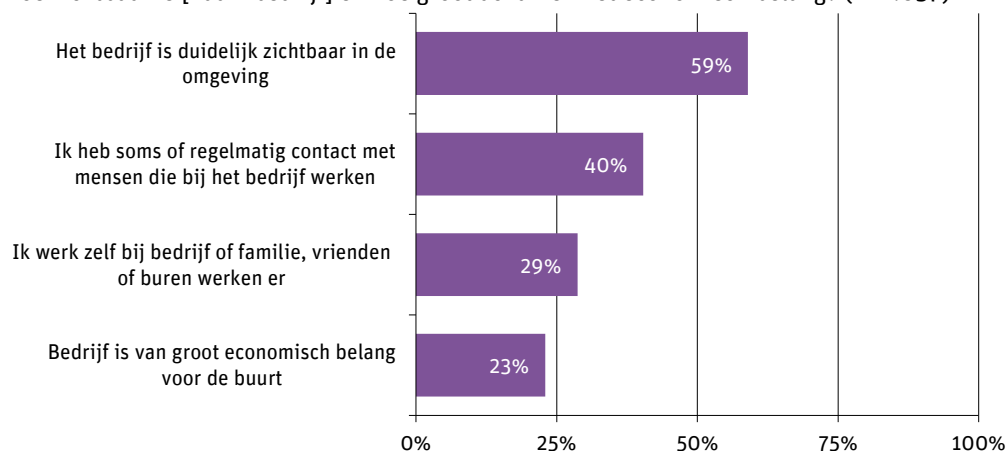
Zichtbaarheid & economisch belang

Factoren die van invloed kunnen zijn op het betrekken van omwonenden bij een bedrijf zijn de zichtbaarheid van een bedrijf en het economisch belang van een bedrijf. De meerderheid van de omwonenden vindt het bedrijf in de eigen omgeving duidelijk zichtbaar (figuur 4.3). Hierin is het ene bedrijf zichtbaarder dan het andere (tabel 4.3). Hoe zichtbaar de bedrijven zijn voor omwonenden komt over het algemeen overeen met het beeld dat bedrijven hier zelf over hebben. In een enkel geval strookt het beeld van bedrijven niet helemaal met de ervaring van omwonenden.

Volgens iets minder dan een kwart van de respondenten is het bedrijf van groot economisch belang voor de buurt (figuur 4.3). Ook hierin zijn duidelijke verschillen per bedrijf. Wel is er een duidelijke samenhang tussen het economisch belang van een bedrijf voor de omgeving en het aantal arbeidsplaatsen bij het bedrijf.

Figuur 4.3

Hoe zichtbaar is [naam bedrijf] en hoe groot acht men het economisch belang? (n=2.037)



Tabel 4.3

Zichtbaarheid en economisch belang van [naam bedrijf] (n=2.037).

	duidelijk zichtbaar	regelmatig contact met bedrijf	werk(te) bij bedrijf of familie, vrienden, burens werken er	van groot economisch belang voor de buurt
gemiddelde	59%	46%	29%	23%
minimum	28%	3%	2%	2%
maximum	96%	79%	67%	62%



Vertrouwen in bedrijf en overheid

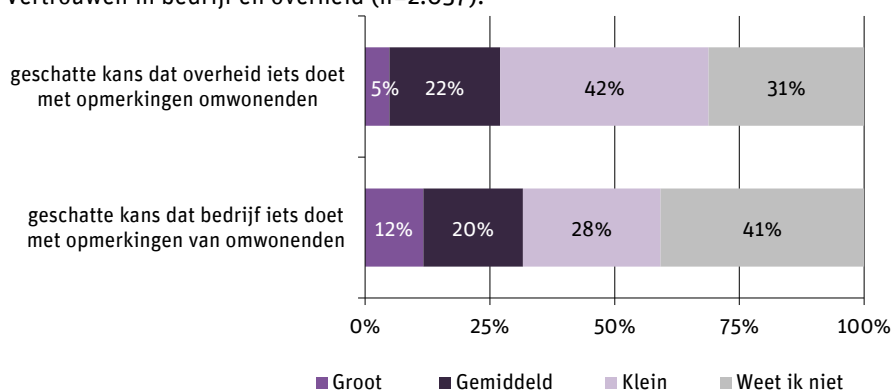
Aan de omwonenden is gevraagd hoe groot men de kans acht dat een bedrijf of overheid iets doet met de opmerkingen van omwonenden. Dit geeft een indruk van het vertrouwen dat omwonenden in bedrijf en overheid hebben. Overheid is hierbij een breed begrip. Het is het vertrouwen van burgers in Den Haag, in de gemeenten en andere overheidsinstellingen.

Een relatief groot deel van de omwonenden heeft geen idee hoe groot de kans is dat de overheid of een bedrijf iets doet met de opmerkingen. Van de omwonenden die hier wel een beeld van hebben, verwacht het grootste deel dat er weinig gebeurt met hun opmerkingen. Hierbij is gemiddeld genomen het vertrouwen in het bedrijf iets groter dan het vertrouwen in de overheid. Ongeveer een op de acht omwonenden acht de kans dat het bedrijf iets doet met hun opmerkingen groot (figuur 4.4). Hierin zijn wel duidelijke verschillen tussen de verschillende bedrijven. Het vertrouwen in de overheid kent veel minder spreiding dan het vertrouwen in bedrijven (tabel 4.4). Omwonenden die al eens een melding hebben gedaan over het bedrijf of al eens betrokken zijn geweest bij het verminderen van overlast, zijn relatief pessimistischer over de kans dat het bedrijf of de overheid iets met de opmerkingen van omwonenden doet dan omwonenden die geen actie hebben ondernomen.

Bij 11 van de 22 bedrijven hebben omwonenden meer vertrouwen in het bedrijf dan in de overheid, bij 9 van de 22 bedrijven is het vertrouwen in de overheid groter en bij twee bedrijven is het vertrouwen gelijk. Bij de negen bedrijven waar het vertrouwen in de overheid groter is dan in het bedrijf, heeft dit deels te maken met het feit dat veel omwonenden geen beeld hebben over hoe het bedrijf zal reageren op opmerkingen van omwonenden. Bijvoorbeeld omdat ze het bedrijf niet kennen, of er weinig ervaring mee hebben. Dan is er nog geen vertrouwen, maar ook geen wantrouwen.

Figuur 4.4

Vertrouwen in bedrijf en overheid (n=2.037).





Tabel 4.4

Vertrouwen in bedrijf en in overheid (n=2.037).

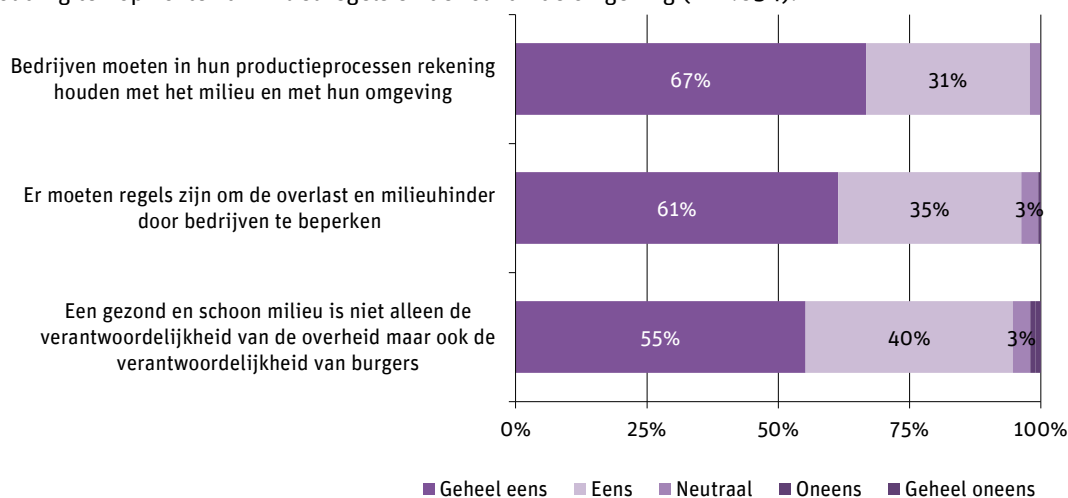
	gemiddeld tot grote kans dat overheid iets doet met opmerkingen van omwonenden	gemiddeld tot grote kans dat bedrijf iets doet met opmerkingen van omwonenden
gemiddelde	27%	32%
minimum	12%	13%
maximum	39%	62%

Houding ten opzichte van milieuregels en de rol van de omgeving

Omwonenden zijn net als bedrijven positief over het bestaan van milieuregels (figuur 4.5). Ook vinden vrijwel alle deelnemende omwonenden dat ook burgers een verantwoordelijkheid dragen voor een schoon en gezond milieu. Hierbij zijn nauwelijks verschillen tussen omwonenden van de verschillende bedrijven (tabel 4.5).

Figuur 4.5

Houding ten opzichte van milieuregels en de rol van de omgeving (n=2.034).



Tabel 4.5

Houding ten opzichte van milieuregels en de rol van de omgeving, percentage (zeer) eens (n=2.034).

	bedrijven moeten in productieprocessen rekening houden met milieu en omgeving.	er moeten regels zijn om de overlast en milieuhinder door bedrijven te beperken.	een gezond en schoon milieu is niet alleen de verantwoordelijkheid van de overheid maar ook van burgers.
gemiddelde	98%	96%	95%
minimum	93%	88%	90%
maximum	100%	99%	99%



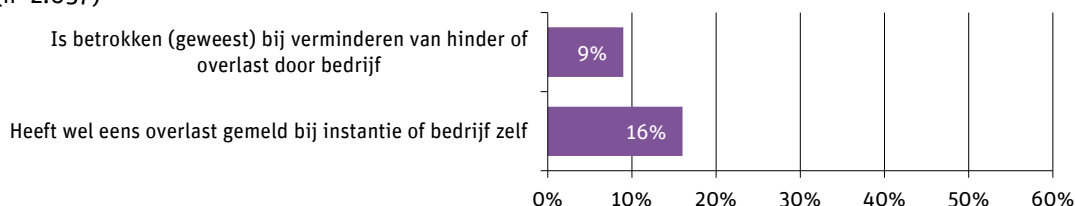
4.4 Gedrag & bereidheid

Bijna een op de zes deelnemers aan het onderzoek heeft wel eens overlast gemeld bij het bedrijf zelf of bij een instantie (figuur 4.6). Bijna een op de tien is wel eens betrokken geweest bij het verminderen van hinder of overlast. Hierin zijn duidelijke verschillen per bedrijf (tabel 4.6).

Wie zijn de omwonenden die een melding doen? Omwonenden met een koopwoning doen vaker een melding dan omwonenden met een huurwoning. Daarnaast melden omwonenden tussen de 55 en 69 jaar vaker dan omwonenden van andere leeftijdsgroepen. Vaak ook zijn het wat actievere omwonenden (ze hebben vaker gestemd bij de verkiezingen, zijn vaker actief in de wijk, hebben al vaker een bezwaarschrift ingediend). Verder doen omwonenden die het economisch belang van een bedrijf klein achten vaker melding van overlast, dan omwonenden die een bedrijf groot economisch belang toedichten.

Figuur 4.6

Heeft wel eens overlast gemeld, of is betrokken geweest bij verminderen van hinder of overlast. (n=2.037)



Tabel 4.6

Overlast gemeld of betrokken bij verminderen overlast (zeer) eens. (n=2.037)

	is betrokken bij verminderen hinder of overlast door bedrijf	heeft overlast gemeld bij bedrijf
gemiddelde	9%	16%
minimum	0%	0%
maximum	27%	52%

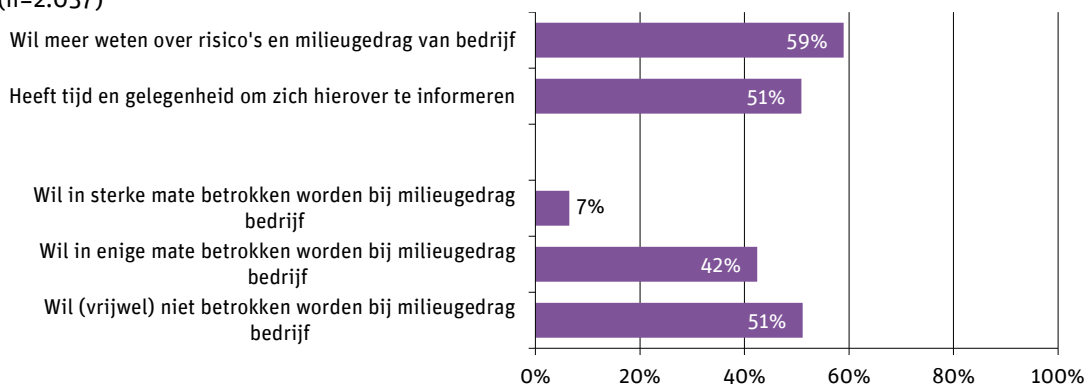
Bij bijna zes op de tien omwonenden die deel hebben genomen aan de enquête is er interesse om meer te weten over de risico's en het milieugedrag van het bedrijf. Iets meer dan vijf op de tien heeft naar eigen zeggen ook tijd en gelegenheid om zich hierover te informeren.

Iets minder dan de helft wil wel betrokken worden bij het milieugedrag van het bedrijf. Een klein deel wil sterk betrokken worden (figuur 4.7). Ook hierin is er duidelijke variatie tussen de bedrijven (tabel 4.7).



Figuur 4.7

Interesse en bereidheid om meer betrokken te worden bij het milieugedrag van [naam bedrijf] (n=2.037)



Tabel 4.7

Interesse en bereidheid om meer betrokken te worden bij milieugedrag van [naam bedrijf]. (n=2.037)

	wil meer weten over risico's en milieugedrag	heeft tijd en gelegenheid zich te informeren	wil in enige of sterke mate betrokken worden
gemiddelde	59%	51%	49%
minimum	43%	38%	37%
maximum	76%	64%	82%

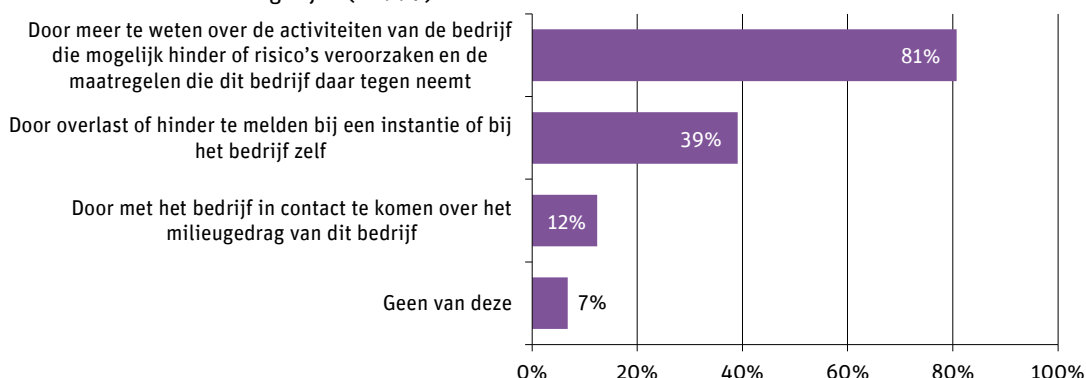
Aan de omwonenden die in enige of sterke mate betrokken willen worden, is gevraagd of ze geïnformeerd willen worden, melding willen doen bij overlast, of in contact willen treden met het bedrijf. Ruim acht op de tien zou wel meer willen weten over de activiteiten van het bedrijf die mogelijk hinder veroorzaken en wat het bedrijf daar tegen doet. Hierin is variatie tussen omwonenden van verschillende bedrijven, maar bij alle bedrijven zou een ruime meerderheid van de omwonenden wel via informeren betrokken willen worden. Voor zelf melden is iets meer actie gevraagd en is iets minder animo. Ongeveer vier op de tien zou op deze manier wel meer betrokken willen worden. Echt in contact treden wil een op de acht.



Figuur 4.8

Op welke manier zou u meer betrokken willen worden bij het milieugedrag van [naam bedrijf]?

Meerdere antwoorden mogelijk? (n=997)



Tabel 4.8

Op welke manier zou u meer betrokken willen worden bij het milieugedrag van [naam bedrijf]?

Meerdere antwoorden mogelijk? (n=997)

	meer weten	melden	in contact met bedrijf	geen van deze
gemiddelde	81%	39%	12%	7%
minimum	64%	21%	0%	0%
maximum	94%	62%	23%	17%

4.5 Verklarende factoren

Welke kenmerken van omwonenden zijn bepalend of omwonenden wel of niet betrokken willen worden bij het milieugedrag van het bedrijf in hun woonomgeving? Tabel 4.9 laat zien in hoeverre omwonenden die wel betrokken willen worden zich onderscheiden van omwonenden die niet betrokken willen worden. Dit onderscheid is getoetst met behulp van statistiek, een significant verschil wil zeggen dat we er 95 procent zeker van zijn dat omwonenden die betrokken willen worden de vraag anders hebben beantwoord dan omwonenden die niet betrokken willen worden.

Omwonenden die betrokken willen worden zijn beter bekend met het bedrijf en wat dit produceert dan omwonenden die niet betrokken willen worden. Er is geen significant verschil tussen omwonenden die wel én niet betrokken willen worden wat betreft hun kennis over de risico's en milieuregels.

Verder blijken omwonenden die wel betrokken willen worden bijna twee keer zo vaak overlast te ervaren en ruim twee keer zo vaak zorgen te hebben over risico's dan omwonenden die niet betrokken willen worden. De hinder- en risicobeleving is dus een belangrijke indicator of inwoners betrokken willen worden. Omwonenden die wel betrokken worden, zijn het vaak nog wat explicieter eens met de stellingen over milieu en de rol die bedrijven en omgeving hier beiden in hebben.



Omwonenden die betrokken willen worden achter het economisch belang van een bedrijf vaak kleiner dan omwonenden die niet betrokken willen worden. Een mogelijke verklaring hiervoor is dat men een bedrijf dat een grote economische rol speelt in de omgeving, niet in de weg wil staan.

Een opvallende uitkomst is dat omwonenden die betrokken willen worden relatief minder vertrouwen hebben in bedrijf en overheid. Zij denken vaker dat bedrijf en overheid weinig met hun opmerkingen doen. Een mogelijke verklaring is dat bij omwonenden die al eens melding hebben gedaan van overlast het vertrouwen is afgenomen, maar dat ze wel betrokken zijn bij het bedrijf. Echter als we controleren voor eerder meldgedrag, blijkt nog steeds dat omwonenden die betrokken willen worden minder vertrouwen hebben.

Omwonenden die betrokken willen worden, zien hiervoor ook vaker tijd en gelegenheid. Ze hebben daarnaast over het algemeen een hogere maatschappelijke betrokkenheid (meer tijd, vaker gestemd, vaker bezwaarschrift ingediend, vaker actief in wijk, vaker lid van een milieugroep) en zijn ook hoger opgeleid. Verder zijn inwoners tussen de 55 en 70 jaar oud vaker dan andere leeftijdsgroepen bereid om betrokken te worden.

Tabel 4.9

Verschillen tussen omwonenden die wel en niet betrokken willen worden.

	alle respondenten	willen niet betrokken worden	willen wel betrokken worden	significante verschillen ^{a)}
kennis				
percentage (zeer) bekend met bedrijf	42%	37%	47%	*
weet wat bedrijf produceert	82%	79%	85%	*
op de hoogte van risico's bedrijf	32%	31%	32%	
op de hoogte van milieuregels	19%	19%	18%	
houding/attitude				
bedrijf is zichtbaar voor omgeving	59%	48%	71%	*
ervaart enige of ernstige overlast	46%	33%	60%	*
is in enige of sterke mate bezorgd om risico's	44%	27%	62%	*
economisch belang is klein	23%	19%	27%	*
heeft soms of regelmatig contact met bedrijf	40%	37%	44%	*
werkt(e) bij bedrijf, of familie, vrienden of burens werken er	29%	27%	30%	
zeer eens met stelling dat bedrijven rekening moeten houden met omgeving	67%	56%	78%	*
weinig vertrouwen in bedrijf	28%	21%	35%	*
weinig vertrouwen in overheid	42%	37%	47%	*
zeer eens met stelling dat gezond milieu ook verantwoordelijkheid is van omgeving	55%	48%	63%	*
zeer eens met stelling, dat goed is dat er regels zijn	61%	50%	73%	*

a) Getoetst met Chikwadraat toets, $p < 0,05$. Significante verschillen staan gemarkeerd met *



Tabel 4.9 - vervolg

Verschillen tussen omwonenden die wel en niet betrokken willen worden.

	alle respondenten	willen niet betrokken worden	willen wel betrokken worden	significante verschillen ^{a)}
gedrag				
heeft wel eens overlast van bedrijf gemeld	16%	9%	24%	*
was al betrokken bij verminderen overlast	9%	5%	13%	*
heeft wel eens milieumelding gedaan	21%	13%	28%	*
controle				
heeft tijd en gelegenheid	51%	42%	60%	*
achtergrondkenmerken				
heeft gestemd	86%	83%	89%	*
heeft wel eens bezwaarschrift ingediend	26%	24%	29%	*
is lid van natuur of milieugroep	23%	17%	29%	*
actief in eigen wijk	13%	11%	15%	*
lid van vereniging	63%	61%	65%	
is hoog opgeleid	39%	34%	44%	*
is man	68%	67%	70%	
heeft een koopwoning	78%	76%	80%	*
is tussen de 55-70 jaar	40%	36%	45%	*

a) Getoetst met Chikwadraat toets, $p < 0,05$. Significante verschillen staan gemarkeerd met *

5

Hoofdstuk

Resultaten bedrijvenonderzoek



5. Resultaten bedrijvenonderzoek

5.1 Inleiding

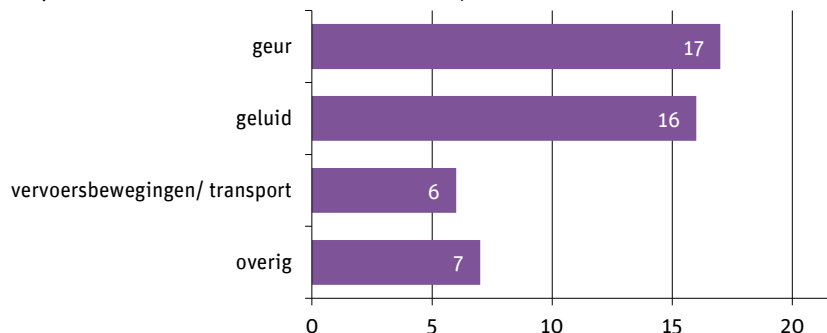
In dit hoofdstuk komen de resultaten van de interviews met bedrijven aan bod. Ook hier worden alleen geaggregeerde cijfers gepresenteerd. Daarmee geven we een goed beeld van hoe er door vertegenwoordigers van 23 bedrijven met een provinciale milieuvergunning wordt aangekeken tegen zaken als hinderbeleving, de relatie tussen het bedrijf en de directe omgeving van het bedrijf en de bereidheid om de omgeving meer te betrekken bij de milieuprestaties.

5.2 Hinderbeleving

Aan de deelnemende bedrijven is gevraagd welke potentiële hinder het bedrijf volgens hen veroorzaakt. Geur- en geluidsoverlast zijn hierbij het meest genoemd (figuur 5.1). Daarnaast kunnen ook vervoersbewegingen rondom het bedrijf tot overlast leiden. Enkele overige vormen van potentiële overlast zijn stof, trillingen die leiden tot rammelende kopjes in de kasten van de burens, of werk dat te vroeg of te laat begint. Dit zijn bijvoorbeeld vrachtwagens die vroeg zijn en er niet in kunnen.

Figuur 5.1

Welke potentiële hinder veroorzaakt het bedrijf? (n=22)



Vervolgens is gevraagd aan bedrijven in hoeverre zij daadwerkelijk hinder en overlast of risico's veroorzaken voor de omgeving. Geen van de bedrijven gaf aan in sterke mate hinder, overlast, of risico's te veroorzaken. Een derde zegt dat het bedrijf niet of nauwelijks overlast veroorzaakt. De bedrijven geven hierbij veelal aan dat er nauwelijks klachten zijn. Ongeveer twee derde van de bedrijven geeft aan dat de omgeving in enige mate hinder of overlast ervaart van het bedrijf. De bedrijven schatten de hoeveelheid overlast zelf in, of ze leiden dit af uit de hoeveelheid klachten die ze krijgen. Een bedrijf geeft aan dat er wel klachten zijn, maar dat onduidelijk is welk bedrijf de veroorzaker hiervan is.

Ruim vier op de vijf bedrijven geeft aan geen risico's te veroorzaken voor de omgeving. Veelal licht men toe dat het bedrijf uitvoerige maatregelen heeft getroffen om risico's in te perken, of het bedrijf geeft aan dat het risicocontour geheel op het eigen terrein ligt. Minder dan een op de vijf bedrijven geeft aan in enige mate een risico te veroorzaken voor de omgeving. Hierbij licht men veelal toe, dat het bedrijf een BRZO bedrijf is. BRZO staat voor Besluit Risico's Zware Ongevallen '99.



“Wij staan bekend als een BEVI bedrijf. Wij hebben meer dan 10 ton chemicaliën in opslag. Volgens de wet is dat een groot risico. Maar wij hebben het goed geregeld. We vinden dus dat we geen risico’s voor de omgeving geven.”

Tabel 5.1

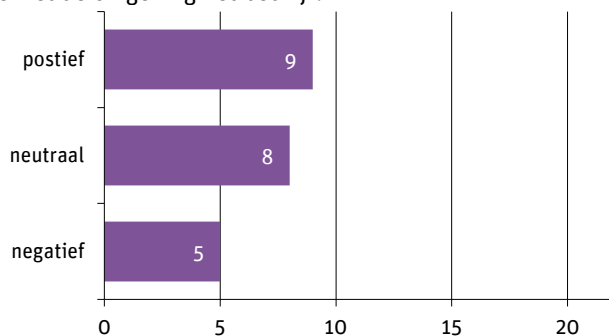
In hoeverre veroorzaakt het bedrijf voor de omgeving hinder, overlast, of risico’s?

	hinder of overlast	risico's
(vrijwel) niet	7	18
in enige mate	15	4
in sterke mate	0	0
totaal	22	22

Bedrijven is ook gevraagd hoe zij verwachten dat de omgeving het bedrijf ziet. Dit is gescoord als positief, neutraal of negatief. De meeste bedrijven denken dat de omgeving een positief beeld heeft of neutraal is. Vijf bedrijven denken dat de omgeving een negatief beeld heeft (figuur 5.2). Dit is dan met name gerelateerd aan (vroegere) overlast.

Figuur 5.2

Hoe ziet de omgeving het bedrijf?



“De omgeving ziet ons als een oud familiebedrijf dat er al lang is. Een neutraal beeld. De oudere generaties kennen het bedrijf, jongere generaties weten niet van het bestaan.”

5.3 Motivatie

Om inzicht te krijgen in de mogelijke drijfveren van bedrijven om de omgeving wel of niet meer te willen betrekken bij de milieuprestaties van het bedrijf zijn een aantal mogelijke drijfveren nagevraagd.



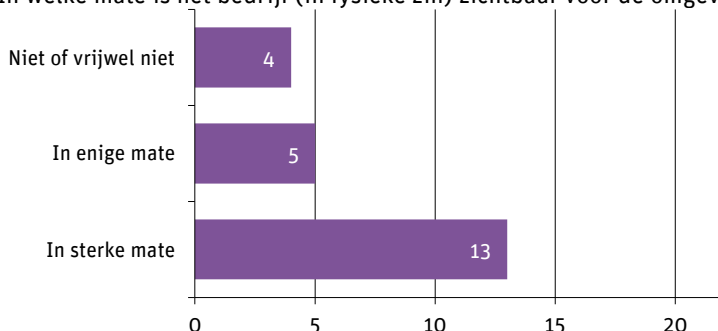
Dit betrof onder andere de zichtbaarheid van het bedrijf en het belang van een positief imago, de mate waarin het bedrijf werknemers uit de omgeving in dienst heeft, de visie op verantwoordelijkheden voor een schoon en gezond milieu en de voor- en nadelen die een bedrijf ziet in het meer betrekken van de omgeving.

Zichtbaarheid en belang imago

De meeste bedrijven in het onderzoek zijn naar eigen zeggen duidelijk zichtbaar voor de omgeving, bijvoorbeeld doordat er een hoge schoorsteen of andere hoogbouw op het terrein staat, het bedrijf aan een drukke weg ligt, het terrein zeer omvangrijk is, er veel verkeer is van en naar het bedrijf, of het bedrijf dichtbij de stadskern en een woonwijk ligt. Vrijwel alle bedrijven zijn actief in lokale netwerken en/of sponsoren lokale clubs en verenigingen. Slechts een bedrijf is niet op deze manier zichtbaar in de omgeving.

Figuur 5.3

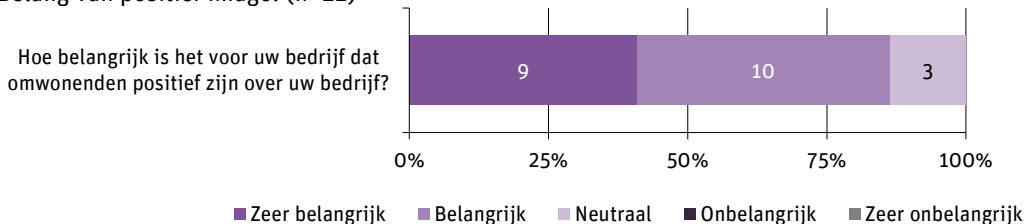
In welke mate is het bedrijf (in fysieke zin) zichtbaar voor de omgeving? (n=22)



Geen van de bedrijven vindt het onbelangrijk wat omwonenden vinden van het bedrijf (figuur 5.4). Drie bedrijven zijn neutraal en de rest vindt het belangrijk (tien bedrijven) of heel belangrijk (negen bedrijven). Bedrijven geven verschillende redenen voor het belang van een positief imago bij omwonenden, onder andere dat het bedrijf een interessante werkgever wil zijn, er dan meer begrip is bij overlast, dat een bedrijf maatschappelijke verantwoording heeft en dat een slecht imago uitwerking heeft op de verkoop van de producten.

Figuur 5.4

Belang van positief imago. (n=22)



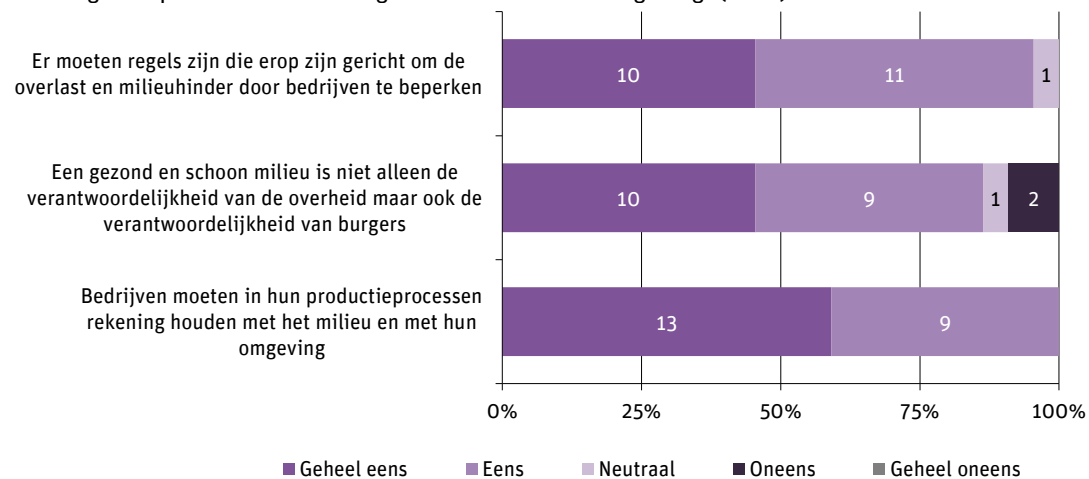


Houding ten opzichte van milieuregels en de rol van de omgeving

Vrijwel alle bedrijven vinden het goed dat er regels zijn, gericht op het beperken van overlast en milieuhinder door bedrijven. Daarnaast zijn verreweg de meeste bedrijven van mening dat ook burgers verantwoordelijk zijn voor een gezond en schoon milieu. Twee bedrijven zijn het hier niet mee eens. Iedereen vindt dat bedrijven in hun productieprocessen rekening moeten houden met het milieu en hun omgeving (figuur 5.5).

Figuur 5.5

Houding ten opzichte van milieuregels en de rol van de omgeving. (n=22)



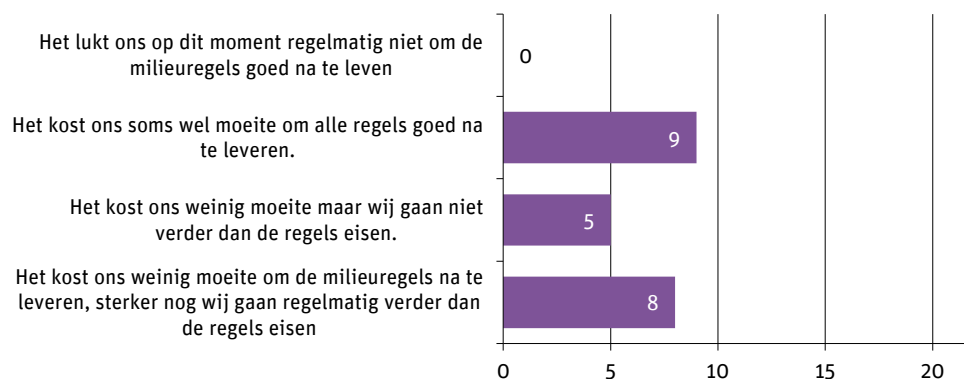
Naleefgedrag

Ruim vier op de tien bedrijven geeft aan dat het bedrijf soms moeite heeft om alle regels goed na te leven. Vijf bedrijven geven aan dat het weinig moeite kost om de regels na te leven, maar dat men niet verder gaat dan de regels eisen. Ruim een derde zegt regelmatig verder te gaan dan de regels eisen (figuur 5.6).



Figuur 5.6

Hoe zou u het naleefgedrag van de milieuregels door uw bedrijf willen typeren? (n=22).

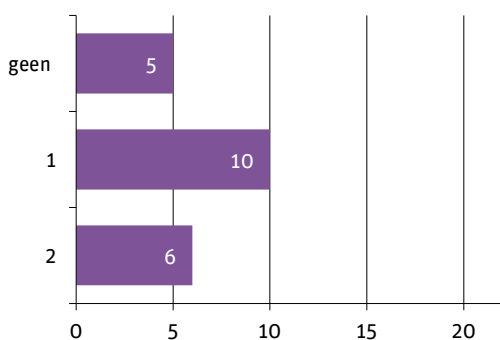


Voor- en nadelen van betrekken omgeving

De meeste bedrijven noemen minimaal één voordeel van het meer betrekken van de omgeving bij de milieuprestaties van het bedrijf. Vijf bedrijven zien geen enkel voordeel. De meeste bedrijven noemen ook minimaal één nadeel. Acht bedrijven zien geen enkel nadeel (figuur 5.7).

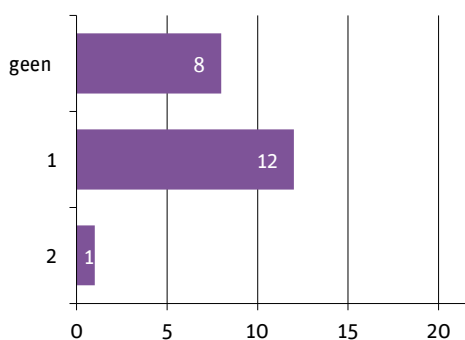
Figuur 5.7a

Welke (mogelijke) voordelen zou het (meer) betrekken van de omgeving bij de milieuprestaties van uw bedrijf kunnen hebben?



Figuur 5.7b

Welke (mogelijke) nadelen zou het (meer) betrekken van de omgeving bij de milieuprestaties van uw bedrijf kunnen hebben?



Bedrijven die voordelen zien in het (meer) betrekken van omwonenden, noemen onder andere begrip kweken en klachten gemakkelijker en sneller op kunnen lossen. Genoemde nadelen zijn onder andere dat omwonenden geen goede afweging kunnen maken omdat zij individuele belangen hebben. De kans bestaat dat vooral omwonenden met een belang (klagers) meedoen. Ook noemen enkele bedrijven dat omwonenden niet in staat zijn om toe te zien op de milieuprestaties van een bedrijf en niet bevoegd zijn om te handhaven. Een ander nadeel dat genoemd wordt is dat meer betrekken kan leiden tot extra klachten en het mogelijk veel tijd in beslag neemt (tabel 5.2).



Tabel 5.2

Genoemde voor- en nadelen bij het (meer) betrekken van de omgeving bij milieuprestaties. (n=22)

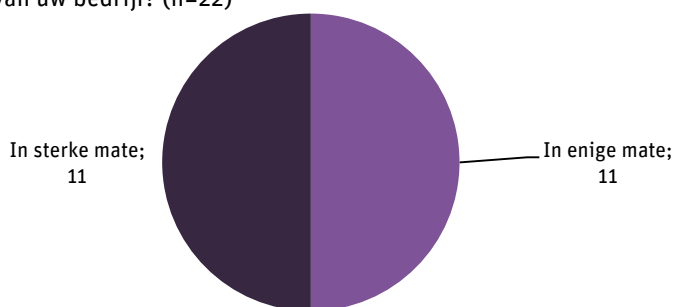
voordelen	nadelen
helpt begrip kweken	omwonenden kunnen geen goede afweging maken, zij zijn belanghebbend.
makkelijker te beoordelen of klacht terecht is	wat extra werk voor communicatie
makkelijker positieve wending te geven aan melding	dit kan klachten oproepen die er nu niet zijn.
minder snel escalatie	burgers zijn hiervoor niet aangewezen en niet bevoegd
minder snel negatieve berichtgeving in media	levert meer meningen op die niet onderbouwd kunnen worden.
geeft omgeving inzicht in bedrijf, want onbekend maakt onbemind	neemt veel tijd in beslag, belemmert bedrijfsvoering
sneller problemen op kunnen lossen	individuele belangen mogen niet overheersen
onrust wegnemen	risico dat alleen klagers meedoen.
duidelijk maken wat hinderbijdrage van bedrijf is (en wat niet)	-

5.4 Gedrag & bereidheid

Alle bedrijven zijn in enige of sterke mate benieuwd hoe omwonenden tegen het bedrijf aankijken (figuur 5.8).

Figuur 5.8

In welke mate is er bij uw bedrijf interesse om meer te weten over het beeld dat omwonenden hebben van uw bedrijf? (n=22)



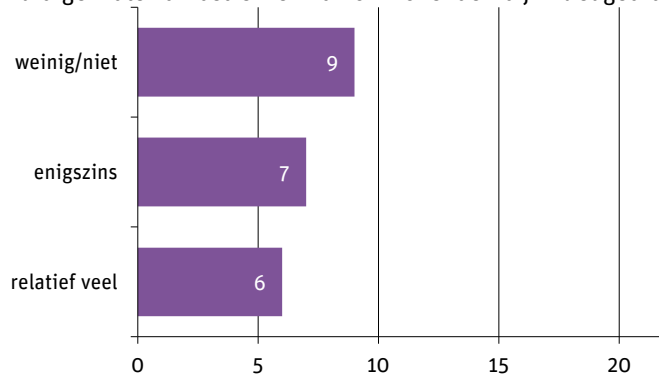
Aan de bedrijven is gevraagd op welke wijze ze op dit moment omwonenden betrekken bij het milieugedrag. Op basis van hun antwoord is de mate van betrekken als weinig, enigszins of relatief veel ingeschaald. Vijf bedrijven betrekken omwonenden op dit moment al relatief veel. Zij organiseren open dagen en of rondleidingen, geven voorlichting/excursies voor scholieren, organiseren 1 à 2 keer per jaar een burenavond, sturen omwonenden een brief bij bijzondere activiteiten en doen aan berichtgeving in de lokale krant. Zeven bedrijven betrekken omwonenden enigszins.



Zij maken melding van specifieke onderhoudswerkzaamheden bij de burelen en hebben soms in het verleden wel eens iets georganiseerd. Iets minder dan de helft van de bedrijven betreft omwonenden niet en reageert enkel op meldingen (figuur 5.9).

Figuur 5.9

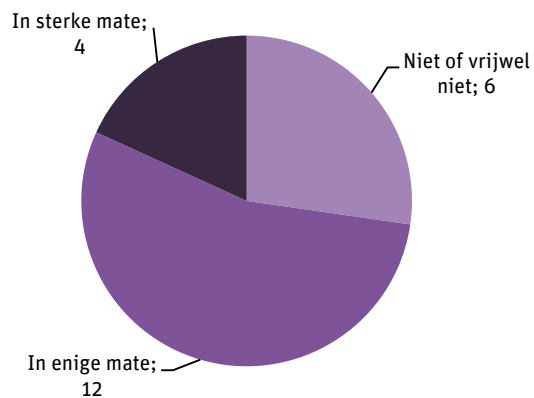
Huidige mate van betrekken van omwonenden bij milieugedrag van bedrijf. (n=22)



Bij de meeste bedrijven (12 van de 22) is er in enige mate bereidheid om de omgeving meer te betrekken bij milieuprestaties. Vier bedrijven zijn hier in sterke mate toe bereid en zes bedrijven zijn hier niet toe bereid (figuur 5.10).

Figuur 5.10

In welke mate is er bij uw bedrijf bereidheid om de omgeving meer te betrekken bij milieuprestaties van het bedrijf? (n=22)

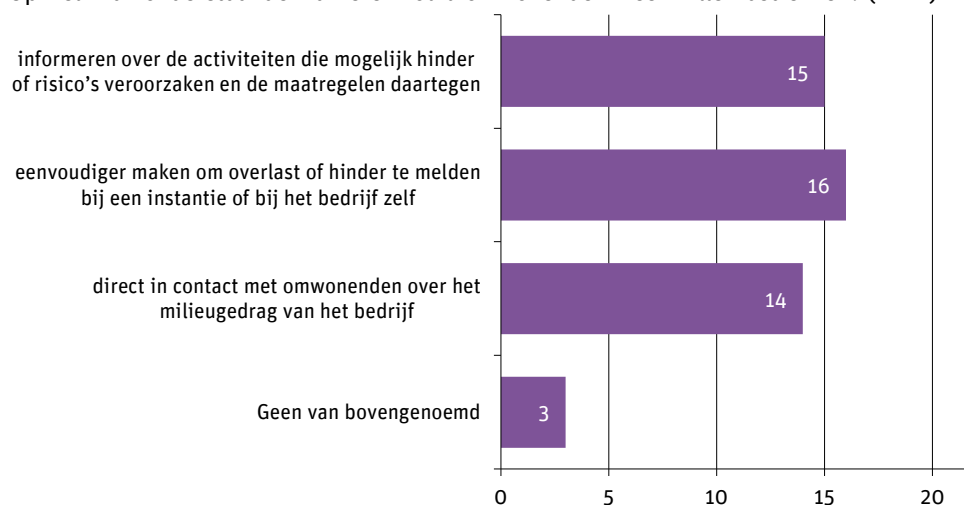




Aan alle bedrijven is vervolgens gevraagd of zij op drie specifieke manieren omwonenden meer zouden willen betrekken, namelijk door omwonenden te informeren, het eenvoudiger te maken om overlast te melden, of door direct met omwonenden in contact te treden. Alle drie de vormen van betrekken van omwonenden kennen draagvlak onder een groot deel van de bedrijven (figuur 5.11).

Figuur 5.11

Op welk van onderstaande manieren zou u omwonenden meer willen betrekken? (n=22)



5.5 Verklarende factoren

Het aantal bedrijven in dit onderzoek (22) is te klein om statistisch te onderzoeken welke factoren de verschillen verklaren in de mate waarin bedrijven bereid zijn om de omgeving meer te betrekken bij de naleving van wet- en regelgeving. Wel kunnen we een kwalitatieve analyse doen door te bekijken wat de vier bedrijven typeert die in sterke mate bereid zijn om omwonenden meer te betrekken en wat de zes bedrijven typeert die hier niet of nauwelijks toe bereid zijn (tabel 5.3).

Tabel 5.3

Kwalitatieve analyse van de bedrijven die wel en niet bereid zijn om omwonenden te betrekken. (n=22)

sterke bereidheid om omwonenden te betrekken	weinig/geen bereidheid
twee bedrijven, met gering aantal personeelsleden die er nog niet zo lang zitten	bedrijven betrekken omwonenden nu ook al vaak weinig of niet
twee bedrijven met veel personeel, al lang gevestigd op centraal punt in de woonkern	bedrijven zien er vaker geen voordelen in om omwonenden te betrekken
voor alle bedrijven zeer belangrijk dat omwonenden positief beeld hebben.	twee bedrijven met stankoverlast die weinig begrip voelen van omgeving
-	veelal bedrijven van middelgrote omvang 10-100 personeelsleden

6

Hoofdstuk

Instrumentadvies



6. Instrumentadvies

6.1 Inleiding

In dit hoofdstuk behandelen we de matching van instrumenten, bedrijven en omgeving (onderzoeksvraag 7). In de eerste paragraaf beschrijven we kort de situatie van de 22 aan dit onderzoek deelnemende bedrijven. In de paragrafen 6.3 tot en met 6.8 komen achtereenvolgens de instrumenten: informeren, benchmarken, melden, monitoren, forum en platform aan bod. In iedere paragraaf herhalen we de kenmerken van bedrijf en omgeving die als voorwaarde gelden voor een kansrijke inzet van het instrument. Daarnaast geven we in iedere paragraaf een overzicht van de bedrijven die de beste match met het instrument hebben. In paragraaf 6.9 staat een overzicht van de match per bedrijf met alle instrumenten. We besluiten het hoofdstuk met een korte analyse van de matching op basis van praktijkervaring van handhavers met de naleving van en de hoeveelheid klachten over de bedrijven.

6.2 Bedrijfsbeschrijvingen

Wij bespreken de matching per bedrijf zonder de naam van het bedrijf te noemen. In plaats daarvan wordt elk bedrijf aangeduid met een letter van A t/m W. hieronder volgt eerst de geanonimiseerde lijst met de bedrijven, inclusief een korte omschrijving van de belangrijkste kenmerken van het bedrijf en de omgeving.

- A. Het bedrijf ligt op een industrieterrein, is tussen de 10 en 20 jaar gevestigd op de betreffende locatie, heeft minder dan 10 fte personeel in dienst en produceert niet onder bekende merknaam. Er zijn vrijwel geen risico's volgens het bedrijf. Potentiële overlast is er van geluid, stof en geur. Bij omwonenden zijn de bedrijven op dit industrieterrein relatief onbekend, de ervaren overlast is gemiddeld. De milieucontour van het industrieterrein is 1.000 meter, hierbinnen bevinden zich 1.350 adressen.
- B. Dit bedrijf ligt op een industrieterrein, is tussen de 10 en 20 jaar gevestigd op de betreffende locatie, heeft minder dan 10 fte personeel in dienst en produceert niet onder bekende merknaam. Vrijwel geen risico's volgens bedrijf. Potentiële overlast is er van geluid, geur en vervoersbewegingen. Bij omwonenden zijn de bedrijven op dit industrieterrein relatief onbekend, de ervaren overlast is gemiddeld. De milieucontour van het industrieterrein is 1.000 meter met daarbinnen 1.350 adressen.
- C. Dit bedrijf ligt op een industrieterrein aan de rand van de kern. Het bedrijf is minder dan 10 jaar gevestigd op de betreffende locatie en heeft tussen de 10 en 100 fte personeel in dienst, produceert niet onder bekende merknaam. Er zijn vrijwel geen risico's volgens het bedrijf. Potentiële overlast van geluid door vervoersbewegingen. Bij omwonenden relatief onbekend bedrijf, er wordt relatief weinig overlast ervaren. De milieucontour is 300 meter, met 38 adressen.
- D. Dit bedrijf ligt op een klein industrieterrein in de woonkern, is hier tussen de 51 en 100 jaar gevestigd en heeft tussen de 10 en 100 fte personeel in dienst. Bedrijf produceert onder merknaam. Vrijwel geen risico's volgens bedrijf.



Potentiële overlast van vervoersbewegingen en geur. Bedrijf is relatief onbekend onder omwonenden. Relatief weinig overlast, milieucontour 300 meter, 614 adressen.

- E. Dit bedrijf ligt op een bedrijventerrein buiten de woonkern. Bedrijf is minder dan 10 jaar gevestigd op betreffende locatie en heeft minder dan 10 fte personeel in dienst. Bedrijf produceert niet onder bekende merknaam. Vrijwel geen risico's volgens bedrijf. Potentiële overlast van geur. Bedrijf is gemiddeld bekend onder omwonenden en overlast is ook gemiddeld. De milieucontour is 1.000 meter, hier bevinden zich 406 adressen.
- F. Dit bedrijf ligt in de woonkern, is hier tussen de 21 en 50 jaar gevestigd, heeft meer dan 1.000 fte personeel in dienst en produceert onder een bekende merknaam. Er zijn vrijwel geen risico's volgens bedrijf en er is potentiële overlast van geluid, geur en trillingen. Bedrijf is gemiddeld bekend en overlast is ook gemiddeld. De milieucontour van het bedrijf is 250 meter en telt 17 adressen.
- G. Dit bedrijf ligt aan de rand van de woonkern, is hier tussen de 51 en 100 jaar gevestigd, heeft tussen 100 en 500 fte personeel in dienst en produceert onder een bekende merknaam. Er zijn vrijwel geen risico's volgens bedrijf en er is potentiële overlast van geluid en emissie in de lucht, bodem en water. Het bedrijf is iets bovengemiddeld bekend en omwonenden ervaren iets meer overlast dan gemiddeld. Milieucontour is 500 meter, 260 adressen.
- H. Dit bedrijf ligt in de woonkern, is hier tussen de 51 en 100 jaar gevestigd, heeft tussen 100 en 500 fte personeel in dienst en produceert onder een bekende merknaam. Er zijn in enige mate risico's volgens bedrijf en er is potentiële overlast van geluid, geur en vervoersbewegingen. Het bedrijf is goed bekend en omwonenden ervaren relatief weinig overlast. Milieucontour is 200 meter, er zijn 40 adressen.
- I. Het bedrijf ligt op een bedrijventerrein, is hier tussen 20 en 50 jaar gevestigd, heeft tussen 500 en 1.000 fte personeel in dienst en produceert niet onder een bekende merknaam. Er zijn in enige mate risico's volgens bedrijf en er is potentiële overlast van geur en geluid. Het bedrijf is relatief onbekend. De ervaren overlast is bovengemiddeld. De milieucontour is 1.750 meter, 9.658 adressen vallen binnen de milieucontour.
- J. Het bedrijf ligt in het buitengebied nabij een woonkern, is tussen de 21 en 50 jaar hier gevestigd, heeft minder dan 10 fte personeel in dienst en produceert niet onder een bekende merknaam. Er zijn vrijwel geen risico's volgens bedrijf en er is potentiële overlast van stof en lawaai. Het bedrijf is relatief goed bekend. De ervaren overlast is gemiddeld. De milieucontour is 300 meter, er zijn 38 adressen.
- K. Dit bedrijf ligt aan de rand van de woonkern, is hier meer dan 100 jaar gevestigd, heeft tussen de 10 en 100 fte personeel in dienst en produceert niet onder een bekende merknaam. Er zijn vrijwel geen risico's volgens bedrijf en er is potentiële overlast van trillingen, geur en geluid (door vrachtwagens). Het bedrijf is in de omgeving relatief goed bekend en omwonenden ervaren relatief weinig overlast. De milieucontour is 250 meter en telt 337 adressen.
- L. Het bedrijf ligt in het buitengebied nabij een woonkern, is hier tussen de 10 en 20 jaar gevestigd. Het bedrijf heeft minder dan 10 fte personeel in dienst en produceert niet onder een bekende merknaam. Er zijn vrijwel geen risico's volgens bedrijf en er is potentiële overlast van geluid (door vrachtwagens). Het bedrijf is relatief goed bekend en de ervaren overlast is bovengemiddeld. Het bedrijf heeft een milieucontour van 1.000 meter met daar in 335 adressen.



- M. Het bedrijf ligt op een bedrijventerrein in de kern, is hier tussen 21 en 50 jaar gevestigd en heeft tussen de 10 en 100 fte personeel in dienst. Het produceert niet onder een bekende merknaam. Er zijn vrijwel geen risico's volgens bedrijf en er is potentiële overlast van geur. Het bedrijf is relatief onbekend in de omgeving en de ervaren overlast is gemiddeld. Milieucontour is 1.000 meter, er zijn 3.248 adressen binnen de milieucontour.
- N. Het bedrijf ligt in het buitengebied, is hier tussen 21 en 50 jaar gevestigd en heeft tussen de 10 en 100 fte personeel in dienst. Het produceert niet onder een bekende merknaam. Er zijn vrijwel geen risico's volgens bedrijf en er is potentiële overlast van geluid, geur en vervoersbewegingen. Het bedrijf is goed bekend in de omgeving en de ervaren overlast is bovengemiddeld. De milieucontour is 1.000 meter en telt 96 adressen.
- O. Het bedrijf ligt in het buitengebied nabij een woonkern, is hier tussen 51 en 100 jaar gevestigd en heeft minder dan 10 fte personeel in dienst. Het produceert niet onder een bekende merknaam. Er zijn vrijwel geen risico's volgens de omgevingsdienst en er is potentiële overlast van geur. Het bedrijf is relatief onbekend in de omgeving en de ervaren overlast is beneden gemiddeld. Dit bedrijf is niet meegenomen in de match vanwege het ontbreken van een aantal gegevens over het bedrijf. De milieucontour van dit bedrijf is 1.000 meter, met 980 adressen.
- P. Het bedrijf ligt in de woonkern, is hier tussen 51 en 100 jaar gevestigd en heeft meer dan 1.000 fte personeel in dienst. Het produceert niet onder een bekende merknaam. Er zijn enige risico's volgens het bedrijf en er is potentiële overlast van geur en geluid. Het bedrijf is relatief bekend in de omgeving en de ervaren overlast is beneden gemiddeld. Milieucontour is 500 meter, 960 adressen.
- Q. Het bedrijf ligt aan de rand van de woonkern, is bijna 100 jaar gevestigd op deze locatie en heeft tussen de 100 en 500 fte personeel in dienst. Het produceert onder een bekende merknaam. Er zijn vrijwel geen risico's volgens het bedrijf en er is potentiële overlast van met name geluid en daarnaast soms geur en vervoersbewegingen. Het bedrijf is relatief bekend in de omgeving en de ervaren overlast is iets boven gemiddeld. De milieucontour van het bedrijf is 300 meter, hier binnen vallen 166 adressen.
- R. Deze twee bedrijven van dezelfde eigenaar liggen op een bedrijventerrein en zijn hier tussen de 21 en 50 jaar gevestigd. Ze hebben samen tussen de 10 en 100 fte personeel in dienst. De bedrijven produceren niet onder een bekende merknaam. Er zijn vrijwel geen risico's volgens het bedrijf en er is potentiële overlast van iets van stof. Bij omwonenden zijn de bedrijven op dit industrieterrein relatief onbekend, de ervaren overlast is gemiddeld. De milieucontour van beide bedrijven is 1.000 meter en heeft 1.350 adressen binnen de grenzen.
- S. Het bedrijf ligt op een industrieterrein aan de rand van de woonkern, het bedrijf is hier tussen de 50 en 100 jaar gevestigd en heeft minder dan 10 fte personeel in dienst. Het produceert niet onder een bekende merknaam. Er zijn vrijwel geen risico's volgens het bedrijf en er is potentiële overlast van geur. Het bedrijf is relatief onbekend onder omwonenden, de ervaren overlast is gemiddeld. De milieucontour is 500 meter en telt 108 adressen.
- T. Het bedrijf ligt in het buitengebied aan de rand van de woonkern en is hier tussen 51 en 100 jaar gevestigd. Het bedrijf heeft tussen de 10 en 100 fte personeel in dienst. Het produceert niet onder een bekende merknaam. Er zijn enige risico's volgens het bedrijf en er is potentiële overlast van geur. Het bedrijf is gemiddeld bekend onder omwonenden, de ervaren overlast is bovengemiddeld. De milieucontour van het bedrijf is 1.250 meter, hier zijn 111 adressen.



- U. Het bedrijf ligt aan de rand van een kleine woonkern en is hier meer dan 100 jaar gevestigd. Het bedrijf heeft tussen de 100 en 500 fte personeel in dienst. Het produceert wel een consumentenproduct, maar niet onder een merknaam. Er zijn vrijwel geen risico's volgens het bedrijf en er is enkele maanden per jaar potentiële overlast van geur en geluid. Het bedrijf is goed bekend bij omwonenden. De ervaren overlast is boven gemiddeld. Milieucontour is 1.000 meter, er zijn 428 adressen.
- V. Het bedrijf ligt op een bedrijventerrein, is hier tussen de 21 en 50 jaar gevestigd en heeft tussen de 10 en 100 fte personeel in dienst. Het produceert niet onder een bekende merknaam. Er zijn vrijwel geen risico's volgens het bedrijf en er is potentiële overlast van geur en geluid. Het bedrijf is iets boven gemiddeld bekend onder omwonenden, de ervaren overlast is bovengemiddeld. De milieucontour van het bedrijf is 1.100 meter, met daar binnen 979 adressen.
- W. Het bedrijf ligt in een woonkern, is hier meer dan 100 jaar gevestigd en heeft tussen de 500 en 1.000 fte personeel in dienst. Er zijn vrijwel geen risico's volgens het bedrijf en er is potentiële overlast van geluid, geur en werk dat te vroeg of te laat begint buiten het bedrijf. Het bedrijf is gemiddeld bekend bij omwonenden. De ervaren overlast is gemiddeld. Milieucontour is 500 meter, 1.637 adressen.

6.3 Informeren

Uit de literatuur uit hoofdstuk 3 blijkt dat informeren van omwonenden door het bedrijf het vertrouwen in het bedrijf kan vergroten. Tabel 6.1 toont een overzicht van de kenmerken van bedrijf en omgeving die belangrijk zijn voor een zinvolle inzet van het instrument 'informeren'. De kenmerken zijn geordend in volgorde van belangrijkheid. In bijlage 5 is na te lezen hoe deze kenmerken verder geoperationaliseerd zijn.

Tabel 6.1

Voorwaarden voor een zinvolle inzet van instrument 'informeren'.

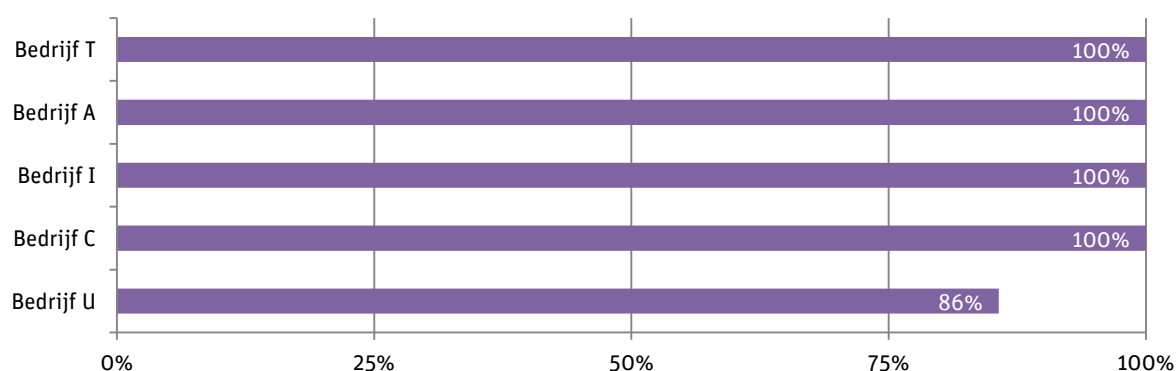
kenmerken van bedrijf	kenmerken van omgeving
bedrijf (h)erkent overlast en zorgen omwonenden	omwonenden hebben enige behoefte aan informatie over het bedrijf, de eventuele risico's en de maatregelen die het bedrijf neemt
bedrijf is bereid omwonenden te informeren en vindt dit belangrijk	omwonenden hebben weinig kennis over het bedrijf

Figuur 6.1 laat de top 5 van bedrijven met de beste match met het instrument 'informeren' zien. De bedrijven waarbij inzet van het instrument waarschijnlijk het meest zinvol is. In paragraaf 7.7 staat een overzicht met de match van alle bedrijven op de verschillende instrumenten.



Figuur 6.1

Top 5 bedrijven met beste match met het instrument 'informereren'.



Er zijn in het totaal negen bedrijven met een 75 procent match of hoger. Bij deze bedrijven is de kans het grootst dat inzet van het instrument 'informereren' daadwerkelijk leidt tot het vergroten van het vertrouwen van omwonenden in het bedrijf.

6.4 Benchmarks

Uit de literatuur uit hoofdstuk 3 blijkt dat benchmarks van bedrijven er voor kan zorgen dat bedrijven hun milieuprestaties verbeteren om zo hun reputatie te bewaken. Tabel 6.2 toont een overzicht van de kenmerken van bedrijf en omgeving die belangrijk zijn voor een zinvolle inzet van het instrument 'benchmarken'. De kenmerken zijn geordend in volgorde van belangrijkheid. In bijlage 5 is na te lezen hoe deze kenmerken verder geoperationaliseerd zijn.

Tabel 6.2

Voorwaarden voor een zinvolle inzet van instrument 'benchmarken'.

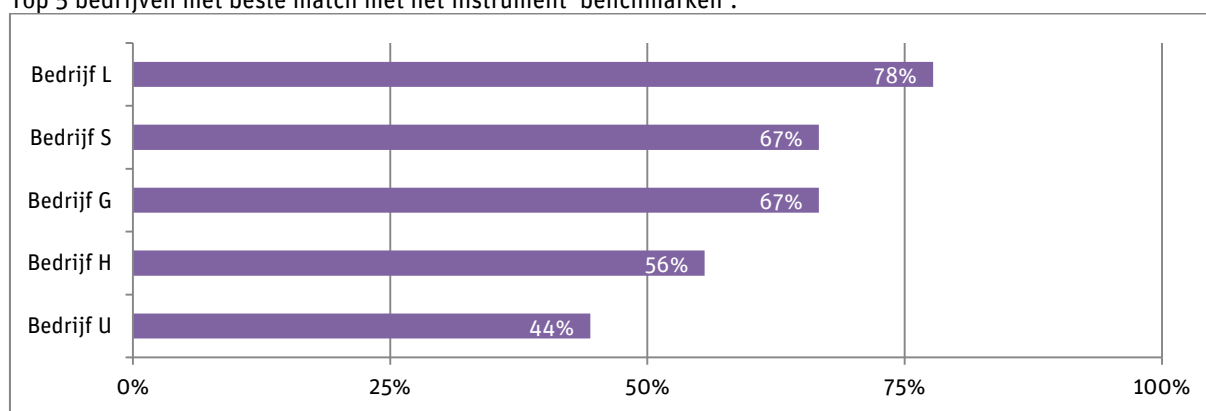
kenmerken van bedrijf	kenmerken van omgeving
reputatie is erg belangrijk voor het bedrijf	omwonenden hebben weinig behoefte om betrokken te worden
bedrijf (h)erkent overlast en zorgen van omwonenden niet	
bedrijf heeft weinig behoefte om omwonenden te betrekken	
bedrijf voelt zich verantwoordelijk voor milieu en omgeving	



Figuur 6.2 laat de top 5 van bedrijven met de beste match met het instrument ‘benchmarken’ zien. De bedrijven waarbij inzet van het instrument waarschijnlijk het meest zinvol is. In paragraaf 7.7 staat een overzicht met de match van alle bedrijven op de verschillende instrumenten.

Figuur 6.2

Top 5 bedrijven met beste match met het instrument ‘benchmarken’.



Er is in het totaal één bedrijf met een 75 procent match of hoger. Bij dit bedrijf is de kans het grootst dat inzet van het instrument ‘benchmarken’ daadwerkelijk leidt tot het verbeteren van hun milieuprestaties.

6.5 Melden

Uit de literatuur uit hoofdstuk 3 blijkt dat melden bij de bedrijven die hinder veroorzaken zelf de relatie tussen bedrijf en omwonenden kan verbeteren door de klachten van omwonenden serieus te behandelen.

Tabel 6.3 toont een overzicht van de kenmerken van bedrijf en omgeving die belangrijk zijn voor een zinvolle inzet van het instrument ‘melden’. De kenmerken zijn geordend in volgorde van belangrijkheid. In bijlage 5 is na te lezen hoe deze kenmerken verder geoperationaliseerd zijn.

Tabel 6.3

Voorwaarden voor een zinvolle inzet van instrument ‘melden’.

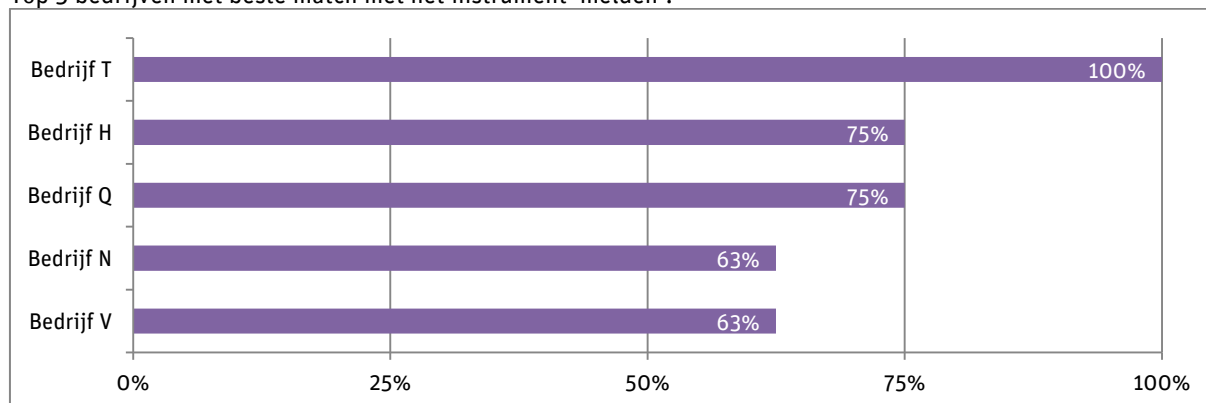
kenmerken van bedrijf	kenmerken van omgeving
bedrijf hecht veel waarde aan input van omwonenden	omwonenden willen melden bij het bedrijf zelf
bedrijf is zichtbaar voor de omgeving en omwonenden kennen het bedrijf	omwonenden ervaren in sterke mate overlast, het gaat dus om meer dan een paar klachten per jaar

Figuur 6.3 laat de top 5 van bedrijven met de beste match met het instrument ‘melden’ zien. De bedrijven waarbij inzet van het instrument waarschijnlijk het meest zinvol is. In paragraaf 7.7 staat een overzicht met de match van alle bedrijven op de verschillende instrumenten.



Figuur 6.3

Top 5 bedrijven met beste match met het instrument 'melden'.



Er zijn in het totaal drie bedrijven met een 75 procent match of hoger. Bij deze bedrijven is de kans het grootst dat inzet van het instrument 'melden' daadwerkelijk leidt tot een betere relatie tussen bedrijf en omwonenden.

6.6 Monitoren

Uit de literatuur uit hoofdstuk 3 blijkt dat monitoren van het bedrijf door omwonenden er voor kan zorgen dat het bedrijf de bedrijfsprocessen beter gaat controleren en de dialoog met omwonenden opzoekt. Tabel 6.4 toont een overzicht van de kenmerken van bedrijf en omgeving die belangrijk zijn voor een zinvolle inzet van het instrument 'monitoren'. De kenmerken zijn geordend in volgorde van belangrijkheid. In bijlage 5 is na te lezen hoe deze kenmerken verder geoperationaliseerd zijn.

Tabel 6.4

Voorwaarden voor een zinvolle inzet van instrument 'monitoren'.

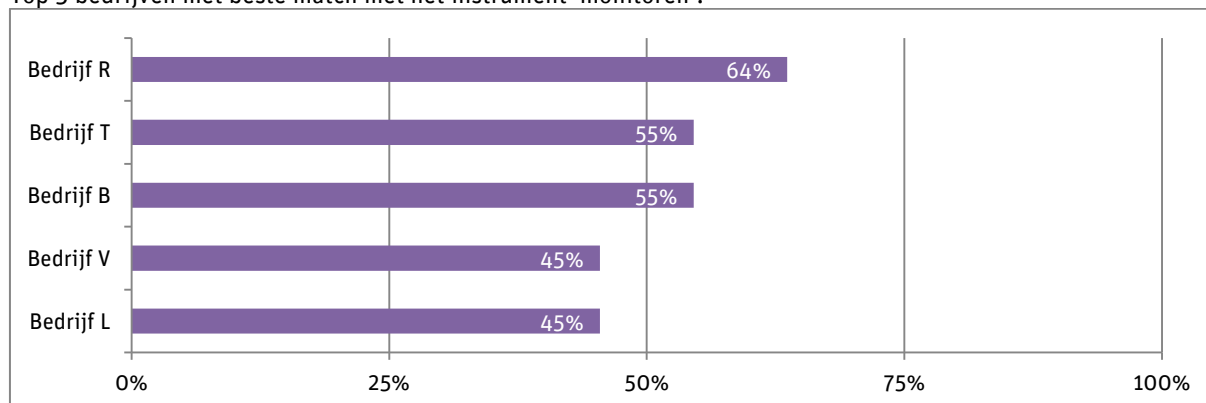
kenmerken van bedrijf	kenmerken van omgeving
bedrijf (h)erkent overlast en zorgen omwonenden niet	er zijn genoeg omwonenden met de interesse, tijd en gelegenheid om gedurende een zekere periode te monitoren
bedrijf wil geen enkele moeite doen om omwonenden te betrekken bij de milieuprestaties van het bedrijf	omwonenden hebben weinig vertrouwen in het bedrijf en verwachten niet dat het bedrijf iets doet met hun opmerkingen
	omwonenden hebben veel behoefte aan informatie

Figuur 6.4 laat de top 5 van bedrijven met de beste match met het instrument 'monitoren' zien. De bedrijven waarbij inzet van het instrument waarschijnlijk het meest zinvol is. In paragraaf 7.7 staat een overzicht met de match van alle bedrijven op de verschillende instrumenten.



Figuur 6.4

Top 5 bedrijven met beste match met het instrument 'monitoren'.



Er zijn geen bedrijven met een 75 procent match of hoger. Bij geen van de onderzochte bedrijven is de kans erg groot dat inzet van het instrument 'monitoren' daadwerkelijk van de grond komt en omwonenden het bedrijf kunnen aanzetten tot verbeterde naleving.

6.7 Forum

Uit de literatuur uit hoofdstuk 3 blijkt dat het organiseren van een forum door het bedrijf wederzijds begrip tussen bedrijf en omwonenden kan bevorderen. Tabel 6.5 toont een overzicht van de kenmerken van bedrijf en omgeving die belangrijk zijn voor een zinvolle inzet van het instrument 'forum'. De kenmerken zijn geordend in volgorde van belangrijkheid. In bijlage 5 is na te lezen hoe deze kenmerken verder geoperationaliseerd zijn.

Tabel 6.5

Voorwaarden voor een zinvolle inzet van instrument 'forum'.

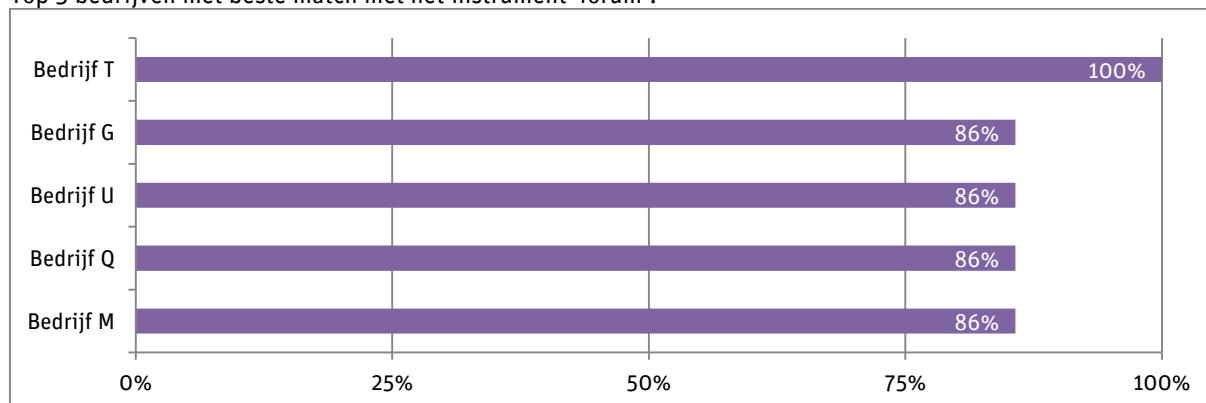
kenmerken van bedrijf	kenmerken van omgeving
bedrijf wil investeren in de relatie met omwonenden	omwonenden hebben een duidelijke behoefte aan informatie of een gesprek met het bedrijf
	omwonenden ervaren overlast of hebben zorgen
	omwonenden zijn niet goed op de hoogte van de risico's die het bedrijf veroorzaakt of de regels waar het bedrijf zich aan moet houden

Figuur 6.5 laat de top 5 van bedrijven met de beste match met het instrument 'forum' zien. De bedrijven waarbij inzet van het instrument waarschijnlijk het meest zinvol is. In paragraaf 7.7 staat een overzicht met de match van alle bedrijven op de verschillende instrumenten.



Figuur 6.5

Top 5 bedrijven met beste match met het instrument 'forum'.



Er zijn in het totaal zes bedrijven met een 75 procent match of hoger. Bij deze bedrijven is de kans het grootst dat inzet van het instrument 'forum' leidt tot beter wederzijds begrip tussen bedrijf en omwonenden.

6.8 Platform

Uit de literatuur uit hoofdstuk 3 blijkt dat het organiseren van een platform waarin bedrijf en omwonenden samenwerken, kan leiden tot een hoge mate van wederzijds begrip en concrete verbeteringen voor milieu en leefomgeving. Tabel 6.6 toont een overzicht van de kenmerken van bedrijf en omgeving die belangrijk zijn voor een zinvolle inzet van het instrument 'platform'. De kenmerken zijn geordend in volgorde van belangrijkheid. In bijlage 5 is na te lezen hoe deze kenmerken verder geoperationaliseerd zijn.

Tabel 6.6

Voorwaarden voor een zinvolle inzet van instrument 'platform'.

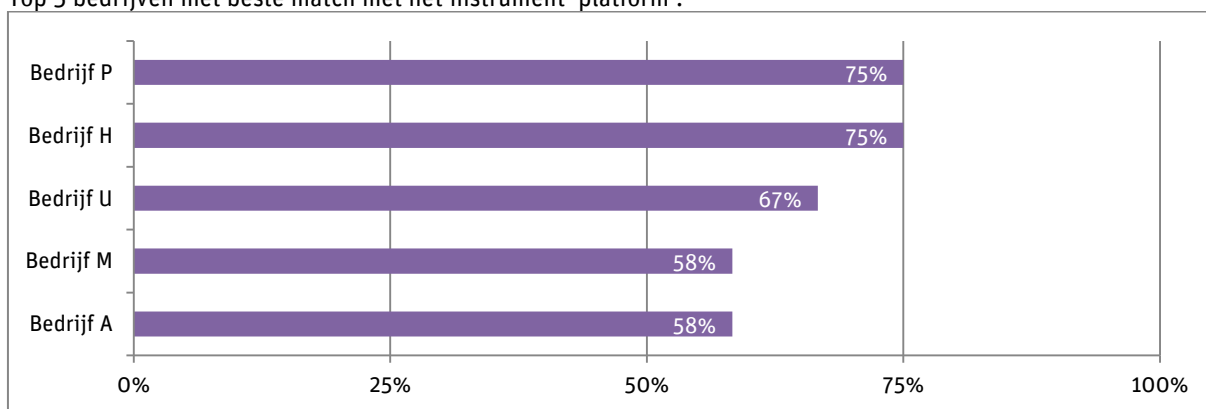
kenmerken van bedrijf	kenmerken van omgeving
bedrijf wil veel investeren in de relatie met omwonenden	er zijn voldoende omwonenden die echt tijd en aandacht willen investeren om met het bedrijf te werken aan een betere leefomgeving. Liefst met enige maatschappelijke ervaring
bedrijf (h)erkent overlast en zorgen omwonenden	omwonenden hebben veel behoefte aan informatie over het bedrijf, de milieurisico's en de maatregelen die het bedrijf neemt om overlast en risico's te beperken
reputatie is erg belangrijk voor het bedrijf	
bedrijf voelt zich verantwoordelijk voor milieu en omgeving	



Figuur 6.6 laat de top 5 van bedrijven met de beste match met het instrument 'platform' zien. De bedrijven waarbij inzet van het instrument waarschijnlijk het meest zinvol is. In paragraaf 7.7 staat een overzicht met de match van alle bedrijven op de verschillende instrumenten.

Figuur 6.6

Top 5 bedrijven met beste match met het instrument 'platform'.



Er zijn in het totaal twee bedrijven met een 75 procent match of hoger. Bij deze bedrijven is de kans het grootst dat inzet van het instrument 'platform' leidt tot meer wederzijds begrip tussen bedrijf en omwonenden en verbeteringen voor het milieu en de leefomgeving.



6.9 Match per bedrijf

In paragraaf 7.1 tot 7.6 hebben we voor elk instrument laten zien met welke vijf bedrijven de match het best is. Het blijkt dat er een aantal bedrijven zijn die een goede match hebben met meerdere instrumenten, maar er zijn ook bedrijven zonder echt goede match. Tabel 6.7 laat voor elk bedrijf zien welk instrument de beste match is (gearceerd).

Tabel 6.7

Overzicht van de match per bedrijf.

bedrijf	informer	benchmark	melden	monitoren	forum	platform
A	100%	33%	38%	36%	57%	58%
B	71%	22%	38%	55%	57%	50%
C	100%	33%	38%	0%	71%	33%
D	71%	44%	50%	0%	57%	42%
E	57%	0%	13%	18%	57%	17%
F	71%	44%	13%	18%	14%	17%
G	57%	67%	38%	27%	86%	50%
H	29%	56%	75%	0%	43%	75%
I	100%	33%	50%	0%	29%	25%
J	86%	44%	0%	0%	14%	0%
K	29%	44%	13%	18%	0%	25%
L	57%	78%	13%	45%	14%	33%
M	71%	33%	38%	9%	86%	58%
N	86%	22%	63%	18%	57%	42%
P	86%	33%	50%	0%	57%	75%
Q	86%	33%	75%	18%	86%	50%
R	71%	44%	38%	64%	57%	33%
S	71%	67%	13%	0%	57%	17%
T	100%	0%	100%	55%	100%	50%
U	86%	44%	38%	36%	86%	67%
V	57%	0%	63%	45%	14%	42%
W	71%	11%	50%	9%	86%	17%



Het instrument 'informereren' is voor de meeste bedrijven (16) de beste match. Daarna volgen 'forum' (8), 'melden' (3), 'benchmarken' (2) en 'platform' (1). Het instrument 'monitoren' is voor geen enkel bedrijf de beste match.

De meeste bedrijven zijn wel bereid enige inspanning te doen om omwonenden beter te betrekken en 'informereren' en 'forum' zijn daarvoor de meest laagdrempelige instrumenten. Er zijn ook veel bedrijven die even hoog scoren op 'informereren' als 'forum', de instrumenten vallen ook goed te combineren.

De voorwaarden voor de instrumenten 'melden' en 'platform' zijn strikter en komen deels overeen met die voor 'informereren' en 'forum'. Het is makkelijker om hoog te scoren op de wat laagdrempeliger instrumenten, daarom is het niet verwonderlijk dat er maar een paar bedrijven zijn die 'melden' of 'platform' als beste match hebben.

Bedrijven die hoog scoren op het instrument 'benchmarken', scoren over het algemeen lager op 'informereren'. De voorwaarden voor deze instrumenten zijn ook grotendeels tegengesteld. Aangezien de meeste bedrijven wel enige bereidheid tonen om omwonenden beter te betrekken, zijn er dus weinig waarvoor 'benchmarken' de beste match is.

Er is geen enkel bedrijf dat de beste match heeft met het instrument 'monitoren'. De voorwaarden voor dit instrument zijn ook vrij streng. Nadere analyse wijst uit dat de bedrijven die relatief hoog scoren op de match met 'monitoren' zich wel bewust zijn van overlast bij omwonenden en/of bereid zijn omwonenden meer te betrekken. Hierdoor zijn andere opties dan 'monitoren' wellicht geschikter.

Bij het maken van de match is geen rekening gehouden met de historische context van de relatie tussen bedrijf en omgeving, en de relatie tussen bedrijf en toezichthouder. Er is namelijk geen volledig beeld van huidige en eerdere inspanningen van bedrijven en Provincie om omwonenden te betrekken bij het milieugedrag van bedrijven. Het kan gebeuren dat uit de match komt dat bij bedrijf A het instrument 'informereren' zinvol is, terwijl het bedrijf dit al doet of in het verleden zonder succes heeft geprobeerd. De match per bedrijf geeft een indicatie van welke instrumenten kansrijk zijn, maar kennis van de historisch gegroeide situatie en de ervaring van de handhaver blijft noodzakelijk. De matching is een hulpmiddel.

6.10 Match naar handhavingspatroon

Om te kijken hoe de matching aansluit bij de praktijkervaring van handhavers hebben we aan de Provincie gevraagd om na te gaan wat het nalevingspatroon is van de bedrijven en hoeveel klachten er binnenkomen over het bedrijf. Dit levert een indeling van de bedrijven in vier kwadranten op. Vervolgens hebben we de matching uitgesplitst naar deze vier kwadranten en gekeken of de match van bedrijven met hetzelfde handhavingspatroon hoger (groen) of lager (rood) is dan de gemiddelde match van alle bedrijven. Het beeld dat hiermee ontstaat, is slechts indicatief, want de kwadranten hebben elk maar een beperkt aantal bedrijven.



Tabel 6.8

Match van bedrijven met hetzelfde handhavingspatroon.

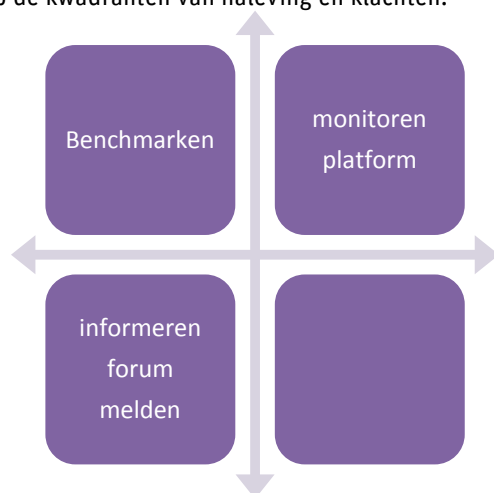
		naleving	
		goed - neutraal	slecht
klachten	weinig	• informeren 55%	• informeren 80%
		• forum 48%	• forum 50%
		• benchmarken 44%	• platform 45%
		• melden 40%	• benchmarken 40%
		• platform 38%	• melden 34%
		• monitoren 12%	• monitoren 32%
	veel	• informeren 82%	• informeren 79%
		• forum 82%	• forum 43%
		• melden 56%	• melden 41%
		• platform 44%	• platform 29%
		• benchmarken 33%	• benchmarken 17%
		• monitoren 20%	• monitoren 16%

Wat opvalt is dat ‘informeren’ in alle kwadranten gemiddeld genomen nog steeds de beste match is, gevolgd door ‘forum’. De indeling in kwadranten is daarmee maar weinig onderscheidend voor het bepalen van de match.

We hebben ook een plot gemaakt van de kwadranten waarin alleen wordt aangegeven in welk kwadrant een instrument gemiddeld het hoogste scoort (figuur 6.7).

Figuur 6.7

Plot instrumenten op de kwadranten van naleving en klachten.





Bedrijven met goede of neutrale naleving en weinig klachten hebben gemiddeld de hoogste score op het instrument 'benchmarken'. Dat is ook het enige instrument waarvan de score hoger wordt als er bij zowel bedrijf als omgeving geen behoefte is om de betrokkenheid van omwonenden te vergroten. Bedrijf en omgeving vinden eigenlijk dat het goed gaat zoals het is en een interventie om betrokkenheid van omwonenden te stimuleren is eigenlijk niet nodig.

Bedrijven met goede of neutrale naleving en veel klachten scoren gemiddeld het hoogst op de instrumenten 'informer', 'forum' en 'melden'. Voor deze bedrijven is het vergroten van sociale controle op het bedrijf niet bedreigend en worden mogelijkheden om de relatie met omwonenden te verbeteren verwelkomd als mogelijkheid om het aantal klachten te verminderen. Hier zijn veel kansen om omwonenden te betrekken bij de milieuprestaties van het bedrijf.

Bedrijven met slechte naleving en weinig klachten scoren het hoogst op de instrumenten 'platform' en 'monitoren'. Dit is opvallend, aangezien 'monitoren' en 'platform' een beetje elkaars tegenpolen zijn. Een platform is voor bedrijven die heel veel moeite willen doen om omwonenden beter te betrekken, monitoren is juist voor bedrijven die absoluut niets willen doen met de omgeving. Voor beide instrumenten is het belangrijk dat er een aantal omwonenden zijn met ernstige overlast of zorgen over risico's, met een sterke interesse, tijd en gelegenheid om betrokken te worden bij het milieugedrag van het bedrijf. Ook hier zijn dus wel mogelijkheden voor het betrekken van omwonenden.

Bedrijven met slechte naleving en veel klachten scoren op geen van de instrumenten hoger dan de bedrijven met een ander handhavingspatroon. De match met 'informer' is hier gemiddeld nog wel hoog (zie tabel 6.8), maar niet met de andere instrumenten. Voor deze bedrijven valt er bij gebruikmaking van de onderzochte instrumenten niet veel te verwachten van het stimuleren van betrokkenheid van omwonenden.

7

Hoofdstuk

Conclusies en aanbevelingen



7. Conclusies & aanbevelingen

Op basis van de resultaten van de literatuurstudie, het omwonendenonderzoek, het bedrijvenonderzoek en de match hebben we conclusies getrokken en doen we ook een aantal aanbevelingen richting de Provincie Noord-Brabant om met het betrekken van omwonenden bij de milieuprestaties van bedrijven aan de slag te gaan.

7.1 Conclusies

Bij de start van het onderzoek zijn zeven onderzoeksvragen geformuleerd (paragraaf 1.2). Hieronder beantwoorden we de onderzoeksvragen aan de hand van de resultaten van dit onderzoek.

1. **Welke instrumenten worden gebruikt om betrokkenheid (van omwonenden) te bevorderen?**

De literatuurstudie laat zien dat het betrekken van omwonenden in binnen- en buitenland een belangrijk thema is dat op veel verschillende manieren wordt gestimuleerd. Uit de talloze praktijkvoorbeelden uit de literatuurstudie zijn in dit onderzoek zes meer algemene typen instrumenten geselecteerd voor nader onderzoek: informeren, benchmarken, melden, monitoren, forum en platform.

Van elk instrumenttype bestaan meerdere varianten. Een instrument kan bijvoorbeeld structureel of incidenteel worden toegepast, het kan face-to-face of online worden uitgevoerd, het kan op initiatief van een overheid of van een bedrijf of een groep omwonenden worden gestart, et cetera.

2. **Wat zijn de kenmerken van deze instrumenten en onder welke condities kunnen zij met succes worden ingezet?**

De zes geselecteerde instrumenten verschillen in intensiviteit en inzet die van bedrijven en omwonenden wordt verwacht. Ook verschillen ze in de effecten die hiermee bereikt kunnen worden. Bij een platform wordt bijvoorbeeld gewerkt aan een vertrouwensband tussen bedrijf en omwonenden, terwijl benchmarken er op gericht is de opinie te beïnvloeden en zo druk uit te oefenen op een bedrijf zich goed aan de milieuregels te houden.

Ook de condities waaronder deze het best ingezet kunnen worden verschillen. Bereidheid en interesse bij bedrijf en omwonenden zijn hierbij bepalend, maar ook de mate waarin overlast wordt ervaren en het belang van een goede reputatie voor het bedrijf.

De variatie tussen de instrumenten maakt het mogelijk om voor meerdere, maar niet voor alle, situaties een passende aanpak voor het betrekken van omwonenden te ontwikkelen. In dit onderzoek is voor ieder instrument vanuit de wetenschappelijke literatuur beschreven wat de beste toepassingscondities zijn.



3. In welke mate zijn omwonenden van bedrijven bereid om meer betrokken te worden bij de milieuprestaties van deze bedrijven?

Uit het omwonendenonderzoek blijkt dat bijna drie op de vijf omwonenden meer willen weten over het milieugedrag van het aandachtsbedrijf in hun omgeving. Ruim twee op de vijf omwonenden wil wel in enige mate betrokken worden bij het milieugedrag van het bedrijf.

Een kleiner deel, namelijk 7 procent, wil in sterke mate betrokken worden. Om de uitkomsten in enig perspectief te plaatsen vergelijken we deze met de bereidheid van buurtbewoners om een bijdrage te leveren aan een nette en veilige buurt. Uit een grootschalig buurtonderzoek dat I&O Research sinds 2011 in Enschede uitvoert, komt naar voren dat ongeveer twee op de drie buurtbewoners bereid is een bijdrage te leveren aan een schone, nette buurt. Slechts 7 procent van de buurtbewoners is bereid om deel te nemen aan een buurtcommissie of wijkraad.

Kortom, onder een brede groep direct omwonenden bestaat interesse in het milieugedrag van bedrijven en is er bereidheid om hier in enige mate bij betrokken te raken. De betrokkenheid van omwonenden bij bedrijven is iets minder groot dan bij de netheid of veiligheid in de buurt, maar toch nog steeds aanzienlijk. Een kleine groep buurtbewoners is bereid tot intensievere betrokkenheid bij een bedrijf. Dit komt overeen met de bereidheid tot deelname aan een buurtcommissie of wijkraad.

4. Welke factoren verklaren verschillen in de mate van bereidheid van omwonenden om meer bij de naleving van deze bedrijven betrokken te worden?

Of men een bepaald gedrag wil uitvoeren hangt volgens de theorie ervan af wat iemands eigen mening is over dat gedrag (attitude), wat men denkt dat anderen ervan vinden dat je het gedrag uitvoert (subjectieve norm) en of men zichzelf in staat acht het gedrag ook uit te voeren (controle). Dit onderzoek laat zien dat alle drie de aspecten inderdaad een rol spelen.

Uit dit onderzoek komt naar voren dat óf men overlast ervaart of zich zorgen maakt een belangrijke verklaring is voor het wel of niet betrokken willen worden bij het bedrijf. Als men overlast ervaart is men hier veel eerder toe bereid, dan wanneer men geen hinder ondervindt.

Daarnaast zijn omwonenden die sterk betrokken zijn bij een bedrijf, die expliciet vinden dat bedrijf en omwonenden een rol hebben in een gezond en veilig milieu en die in het algemeen een wat hogere maatschappelijke betrokkenheid hebben, relatief eerder bereid om betrokken te worden bij het milieugedrag van een bedrijf dan omwonenden die hier niet aan voldoen.

Als een bedrijf van relatief groot economisch belang is voor de buurt willen omwonenden minder snel betrokken worden bij een bedrijf. Verder zijn inwoners met een koopwoning, in de leeftijdscategorie 50 tot 69 jaar eerder bereid om betrokken te worden bij het milieugedrag van het bedrijf.



5. In welke mate zijn de bedrijven bereid om hun omgeving meer te betrekken bij hun naleving van wet- en regelgeving?

Bij alle bedrijven die deel hebben genomen aan dit onderzoek is er in enige of sterke mate interesse in het beeld dat omwonenden hebben van hun bedrijf. Bij 16 van de 22 bedrijven is er in enige of sterke mate bereidheid om omwonenden te betrekken bij het milieugedrag. Vier van deze zestien bedrijven zijn in sterke mate bereid omwonenden te betrekken. Bij bedrijven is de interesse in omwonenden en de bereidheid omwonenden te betrekken iets groter dan andersom.

6. Welke factoren verklaren verschillen in de mate waarin deze bedrijven bereid zijn om hun omgeving meer te betrekken bij de naleving van wet- en regelgeving?

De bedrijven met een sterke bereidheid, hebben als overeenkomsten onder andere, dat de bedrijven nog relatief kort gevestigd zijn op de betreffende locatie, of juist al lang, maar op een centraal punt in de woonkern. Voor elk van deze vier bedrijven is het belangrijk dat omwonenden een positief imago hebben van het bedrijf. Bij bedrijven die onder een bekende merknaam produceren is zo'n positief imago extra belangrijk.

7. Welke instrumenten komen – gezien hun kenmerken, de kenmerken van de omgeving en de kenmerken van de bedrijven - in aanmerking om ingezet te worden bij de bedrijven?

Per bedrijf is in dit onderzoek nagegaan in hoeverre elk van de zes instrumenten voor het betrekken van omwonenden past bij de bedrijfssituatie. Dit is uitgevoerd door te beoordelen in hoeverre de situatie van het bedrijf en de omgeving van dit bedrijf voldoen aan de condities die horen bij een bepaald instrument.

Het instrument 'informer' is voor de meeste bedrijven in dit onderzoek (16 van de 22) de beste match. Daarna volgen 'forum' (8), 'melden' (3), 'benchmark' (2) en 'platform' (1). Het instrument 'monitoren' is voor geen enkel bedrijf de beste match. De meeste bedrijven zijn wel bereid enige inspanning te doen om omwonenden beter te betrekken en 'informer' en 'forum' zijn daarvoor de meest laagdrempelige instrumenten. Er zijn ook veel bedrijven die even hoog scoren op 'informer' als 'forum', de instrumenten vallen ook goed te combineren.

7.2 Aanbevelingen

In de vorige paragraaf zijn de onderzoeksvragen beantwoord. Het laatste onderdeel van dit rapport is het geven van een eerste antwoord op de vraag hoe de provincie Noord-Brabant de uitkomsten van dit onderzoek kan toepassen in het streven naar het betrekken van omwonenden bij de milieuprestaties van bedrijven.

1. Ga aan de slag met de instrumenten

Dit project heeft veel concrete kennis opgeleverd over toepassingsmogelijkheden voor instrumenten om betrokkenheid van omwonenden te stimuleren. Voor 22 bedrijven is een globaal voorstel ontwikkeld om de omwonenden meer bij de milieuprestaties te betrekken. Op basis van deze kennis zou de provincie of de omgevingsdienst aan de slag kunnen om samen met bedrijven en omwonenden concrete projecten op te starten.



In dat verband lijkt het verstandig om niet meteen met alle bedrijven die aan dit onderzoek deelnamen aan de slag te gaan, maar met een selectie. Om over de volle breedte van de zes instrumenten praktijkervaringen te verzamelen lijkt het verstandig om voor elk instrument een pilot te starten. Omwonenden die in de enquête hebben aangegeven hiervoor interesse te hebben, kunnen bij de pilots betrokken worden.

2. Ontwikkel een quick scan

Om bij bedrijven die niet aan het onderzoek deelnamen toch snel een beeld te krijgen welk instrument het beste past op de situatie zou een quick scan ontwikkeld kunnen worden die snel de situatie in kaart brengt zonder dat daarvoor een enquête onder omwonenden uitgevoerd hoeft te worden. De quick scan zou door de handhaver uitgevoerd moeten kunnen worden, op basis van een interview met een vertegenwoordiger van het bedrijf en een beperkte set eenvoudig te verkrijgen indicatoren van de omgeving van het bedrijf.

3. Terugkoppeling naar handhavers

Informeer de bij de onderzochte bedrijven betrokken handhavers uitvoering over dit onderzoek en de onderzoeksresultaten. Kennis over de situatie van het bedrijf en de kenmerken van omwonenden kan ook gebruikt worden in de handhavingsstrategie. Handhavers die betrokken worden bij de pilots zouden ook uitvoerig geïnformeerd moeten worden over de aard en inhoud van de instrumenten. Hierbij kunnen ook de in dit project ontwikkelde factsheets worden ingezet.

4. Terugkoppeling naar bedrijven

De 23 bedrijven waarbij een omwonendenonderzoek is gehouden, zouden individuele terugkoppeling moeten krijgen over de resultaten hiervan en de matching met instrumenten voor het betrekken van omwonenden die op basis daarvan heeft plaatsgevonden. Dit zou door de handhaver uitgevoerd kunnen worden. Hiermee kunnen twee doelen worden bereikt: dit vergroot de kennis van het bedrijf van de eigen omgeving en het vergroot de bekendheid van de handhavers met het project omwonenden betrekken bij de milieuprestaties van bedrijven.

5. Terugkoppeling naar omwonenden

Omwonenden die aan het onderzoek hebben deelgenomen zouden actief benaderd kunnen worden met informatie over de onderzoeksresultaten. Dat kan door hen een link naar dit eindrapport te mailen of via een publiekssamenvatting.

bijlagen



Bijlage 1. Literatuurlijst

- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational behavior and human decision processes* (50), 179-211.
- Alders, H. (2013). Bijlage 7a: Evaluatie covenant hinderbeperking. In H. Alders, Advies Alderstafel aan de Staatssecretaris van Infrastructuur en Milieu over nieuw normen- en handhavingstelsel Schiphol. Amsterdam: Alderstafel.
- Avontroodt, Y. (1998, Juni 22). Meldpunt Milieu en Gezondheid - Evaluatie. Vraag nr. 129. Vlaams Parlement.
- Bliss, J., Aplet, G., Hartzell, C., Harwood, P., Jahnige, P., Kittredge, D., et al. (2001). Community-based ecosystem monitoring. *Journal of Sustainable Forestry*, 143-167.
- BLRS. (2008, Oktober 27). Platforms richten nieuwe vereniging op. Opgeroepen op December 11, 2013, van vliegghinder.nl: http://www.vliegghinder.nl/reacties.php?id=4909_O_1_O_C
- BLRS. (2013, Oktober 8). Advies Alderstafel met Nieuw Geluidsstelsel Schiphol laat bewoners omgeving Schiphol in de kou staan. Opgeroepen op December 11, 2013, van vliegghinder.nl: http://www.vliegghinder.nl/reacties.php?id=P6979_O_1_O
- Bradford, E. (2013, March 19). Patient Opinion website for rating NHS care endorsed. Opgeroepen op December 11, 2013, van BBC News: <http://www.bbc.co.uk/news/uk-scotland-21836067>
- Broenink, N., Huygen, A., de Meere, F., & Wentink, M. (2003). *Bewonersgroepen versterkt*. Utrecht: Verwey-Jonker Instituut.
- Bull, J. (2013, February 8). About MyBikeLane Toronto. Opgeroepen op December 10, 2013, van mybikelane.to: <http://www.mybikelane.to/page/about-mybikelane-toronto>
- Burenraad Shell Pernis. (2002). Leidraad Burenraad. Hoogvliet: Burenraad Shell Pernis.
- Campbell, J. L. (2007). Why would corporations behave in socially responsible ways? An institutional theory of corporate social responsibility. *Academy of management Review*, 946-967.
- Centrum voor Criminaliteitspreventie en Veiligheid. (2000). *De tafel van elf*. Rijswijk: Artoos.
- Centrum voor Criminaliteitspreventie en Veiligheid. (2009, December). Ridderkerk organiseert handhavingsdag. *De Handhavingskrant*, p. 9.
- Charnley, S., & Engelbert, B. (2005). Evaluating public participation in environmental decision-making: EPA's superfund community involvement program. *Journal of Environmental Management*, 165-182.
- Christen, F. W. (2006). De mening van de burger telt? Een vergelijkend onderzoek naar de werking van burgerplatforms in het Rijnmondgebied. *Hellevoetsluis*.
- Dasgupta, S., & Wheeler, D. (1997). Citizen complaints as environmental indicators: evidence from China. *The World Bank*.
- de Boer, J. (2012, September 6). Introductie iSPEX. Opgeroepen op December 10, 2013, van ispex.nl: <http://ispex.nl/ispex/introductie-ispex/>
- De Coster, S., van Larebeke, N., & Keune, H. (2010). *Communicatie van bedrijven met buurtbewoners over mogelijke hinder*.
- DeWitt, J. (1999). Good cops, bad cops: A response to beyond backyard environmentalism by C. Sabel et al. *Boston Review*.
- Dienst Centraal Milieubeheer Rijnmond. (2012). Schone lucht in de Rijnmond. Opgeroepen op December 11, 2013, van rotterdam.nl: <http://www.rotterdam.nl/DG%20Hillegersberg%20-%20Schiebroek/PDF/2-12-11-26%20-%20Schone%20lucht%20in%20Rijnmond%20z-card%20DCMR%201972-2012.pdf>
- Environmental Protection Agency. (1999). 1997 toxics release inventory public data release report. Washington DC: EPA.



- Frissen, V., van Staden, M., Huijboom, N., Kotterink, B., Huveneers, S., Kuipers, M., et al. (2008). Naar een 'User Generated State'? De impact van nieuwe media voor overheid en openbaar bestuur. Delft: TNO.
- Fung, A., & O'Rourke, D. (2000). Reinventing environmental regulation from the grassroots up: Explaining and expanding the success of the toxics release inventory. *Environmental Management*, 115-127.
- Govaart, A. F. (2013). Positionering & Ambitie Burenraad Moerdijk.
- Grant, D. S. (1997). Allowing citizen participation in environmental regulation: An empirical analysis of the effects of right-to-sue and right-to-know provisions on industry's toxic emissions. *Social Science Quarterly*, 859-873.
- Hamilton, J. T. (1995). Pollution as news: media and stock market reactions to the toxics release inventory data. *Journal of environmental economics and management*, 98-113.
- Hutter, B. M., & Jones, C. J. (2007). From government to governance: External influences on business risk management. *Regulation & Governance*, 27-45.
- I&O Research (2013). Handhavingsconvenanten als nalevingsinstrument – Lessen uit de praktijk.
- Janssen, R. A. (2012, November 7). Aanvullende informatie naar aanleiding van vragen van PvdA over toezicht bij BRZO bedrijven. Brief gedeputeerde Janssen met overzicht overtredingen BRZO bedrijven. Den Haag, Zuid-Holland: Gedeputeerde Staten Zuid Holland.
- Karkkainen, B. C., Fung, A., & Sabel, C. F. (2000). After Backyard Environmentalism: Toward a Performance-Based Regime of Environmental Regulation. *American Behavioral Scientist*, 692-711.
- Kolk, A. (2003). Het eind van maatschappelijk verantwoord ondernemen, of het begin? Amsterdam University Press.
- Kraft, M. E., Stephan, M., & Abel, T. D. (2011). Coming clean: information disclosure and environmental performance. MIT Press.
- Lowi, T. J. (1999). Frontyard propaganda: a response to 'Beyond backyard environmentalism' by C. Sabel et al. *Boston Review*, 15-16.
- Meijer, A. J. (2008). Openbaarmaking van handhavingsinformatie. Leren van de ervaringen van Deense en Limburgse toezichthouders. Boom Juridische Uitgevers.
- Meijer, A. J., & van Erp, J. G. (2010). Overheids- en burgertoezicht in de kennissamenleving: pleidooi voor een LAT-relatie. Aksant.
- Meijer, A. J., Homburg, V., & Bekkers, V. (2007). Toezicht 2.0 Onderzoek naar toezicht, transparantie, burgers en compliance. Alliantie ICT en Vitaal Bestuur.
- Mental Health Network. (sd). Patient Opinion: A case study. Opgeroepen op December 10, 2013, van nhsconfed.org: www.nhsconfed.org/Documents/MHN_Case_study2.pdf
- Milan, J. B. (2013). E-nose programma Rijnmond. Schiedam: DCMR Milieudienst Rijnmond.
- Ministerie van Justitie. (2005, Mei). Bezorgers ruimen zelf gedumpte folders op. *De Handhavingskrant*, pp. 6-7.
- Ministerie van Justitie. (2007, Mei). M. gaat lokaal. *De Handhavingskrant*, p. 10.
- Ministeriet for Fødevarer, Landbrug og Fiskeri. (sd). Elite-virkomheder 2008-2012. Opgeroepen op December 10, 2013, van findsmiley.dk: <http://www.findsmiley.dk/NR/exeres/18D42B45-8715-4301-965B-174939A83AAA.htm>
- National Council for Voluntary Organisation. (2010). Voicing your right to know: A guide to using Freedom of Information in campaigning. NCVO, Campaigning Effectiveness.
- O'Rourke, D., & Macey, G. P. (2003). Community environmental policing: Assessing new strategies of public participation in environmental regulation. *Journal of Policy Analysis and Management*, 383-414.
- Osimo, D. (2008). Web 2.0 in government: Why and how? Seville: JRC, European Commission, Institute for Prospective Technological Studies.
- Peters, R. G., Covello, V. T., & McCallum, D. B. (1997). The determinants of trust and credibility in environmental risk communication: An empirical study. *Risk analysis*, 43-54.



- Pollock, R. M., & Whitelaw, G. S. (2005). Community-based monitoring in support of local sustainability. *Local Environment*, 211-228.
- Raad voor het openbaar bestuur. (2012a). Loslaten in vertrouwen – naar een nieuwe verhouding tussen overheid, markt én samenleving.
- Raad voor het openbaar bestuur. (2012b). Cahier Loslaten in vertrouwen – beschouwingen van adviesraden over een nieuwe verhouding tussen overheid, markt én samenleving.
- Rich, R. C., Edelstein, M., Hallman, W. K., & Wandersman, A. H. (1995). Citizen participation and empowerment: The case of local environmental hazards. *American Journal of Community Psychology*, 657-676.
- Rohe, W. M., Adams, R. E., & Arcury, T. A. (2001). Planner's Notebook: Community Policing and Planning. *Journal of the American Planning Association*, 78-90.
- Sabel, C., Fung, A., & Karkkainen, B. (2000). Beyond Backyard Environmentalism. *Boston Review*.
- Scholtes, E. (2007). Toezichthouders en transparantie. In F. J. Leeuw, Turven, tellen en toetsen - Over toezicht, inspectie, handhaving en evaluatie in Nederland. Boom Juridische Uitgevers.
- Stephan, M. (2002). Environmental information disclosure programs: They work, but why? *Social Science Quarterly*, 190-205.
- Stephenson, M. C. (2005). Public regulation of private enforcement: The case for expanding the role of administrative agencies. *Virginia Law Review*, 93-145.
- Stichting M. (2013, Februari 7). Kwart meer misdrijven opgelost en voorkomen met M. Opgeroepen op 12 10, 2013, van Meld misdaad anoniem: <http://www.meldmisdaadanoniem.nl/m-actueel/resultaten-en-acties/kwart-meer-misdrijven-opgelost-en-voorkomen-met-m/>
- van Erp, J. G. (2009). Naming en shaming in het markttoezicht. Boom Juridische Uitgevers.
- van Erp, J. G., & Mein, A. G. (2013). Evaluatie actieve openbaarmaking toezichtrapporten IGZ. Verweij Jonker Instituut.
- Veenstra, J. (2013, April 23). Persbericht - Sociale wijkprojecten doorgaans weinig wetenschappelijk onderbouwd. Opgeroepen op December 10, 2013, van Movisie.nl: <http://www.movisie.nl/persbericht/persbericht-sociale-wijkprojecten-doorgaans-weinig-wetenschappelijk-onderbouwd>
- Warwick, M., & Ortolano, L. (2007). Benefits and costs of Shanghai's environmental citizen complaints system. *China Information*, 237-368.
- Waterdrinker, M. (2010). Onbekende Buren. Een evaluatief onderzoek naar het proces van burgerparticipatie van de GG&GD Utrecht bij de onbekende, potentiële bewoners van City campus MAX.
- Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid. (2012). Vertrouwen in burgers. Amsterdam University Press, Amsterdam.
- Wheeler, D. (1997). Information in Pollution Management: the new model. In *Brazil: Managing Pollution Problems, The Brown Environmental Agenda* (pp. 1-19, Vol. II, Annex 8). Washington DC: The World Bank.
- Wilson, M., & Weltman, E. (1999). Government's job: a response to 'Beyond backyard environmentalism' by C. Sabel et al. *Boston Review*, 11.
- Wolfs, R. J. C. H. (2012). Kaderstellende nota "Handhavingsskoers 2013-2016" – Naleving is een zaak van ons allemaal.
- Woudenberg, F. (2003). Communicatie bij incidenten: ramp of zegen? *Tijdschrift voor veiligheid & veiligheidszorg*, 3-15.



Bijlage 2. Interviewprotocol bedrijvenonderzoek

Begeleidende tekst vragenlijst

De provincie Noord-Brabant onderzoekt de mogelijkheden om omwonenden van bedrijven te betrekken bij het toezicht op de naleving van omgevingsvergunningen. Voor dit onderzoek zijn 25 bedrijven in Noord-Brabant en de omwonenden van deze bedrijven geselecteerd. Uw bedrijf is één van de geselecteerde bedrijven.

De provincie wil bevorderen dat bedrijven en omwonenden constructief met elkaar in contact komen en blijven. Dat zou een win-winsituatie betekenen: een goede onderlinge verstandhouding tussen bedrijven en omwonenden en minder klachten en procedures. Via dit onderzoek wil de provincie duidelijk krijgen hoe bedrijven en omwonenden van deze bedrijven hier tegenover staan.

Code	Vraag	Antwoordmogelijkheden
V1	Wat zijn de belangrijkste bedrijfsactiviteiten op deze locatie	...
V2	Welke potentiële hinder veroorzaakt het bedrijf	...
V3	Hoeveel medewerkers heeft het bedrijf op deze locatie	... (fte)
V4	Wat is de omvang van de locatie	... (m ²)
V5	Hoe lang is het bedrijf hier al gevestigd?	... (jaar)
V6	In hoeverre veroorzaakt dit bedrijf hinder of overlast voor de omgeving?	1. Niet of vrijwel niet 2. In enige mate 3. In sterke mate 4. Weet niet
V7	Kunt u dit toelichten (waaruit bestaat deze overlast? Hoe weet u dat u overlast veroorzaakt?)	...
V8	In hoeverre veroorzaakt de aanwezigheid van dit bedrijf risico's voor de omgeving?	1. Niet of vrijwel niet 2. In enige mate 3. In sterke mate 4. Weet niet
V9	Kunt u dit toelichten? (waaruit bestaan deze risico's?)	...
V10	In welke mate is het bedrijf volgens u zichtbaar voor de omgeving (toelichting: met zichtbaar bedoelen we zichtbaarheid in fysieke zin, en niet zichtbaarheid in de media o.i.d.)?	1. Niet of vrijwel niet 2. In enige mate 3. In sterke mate
V11	Kunt u dit toelichten?	...
V12	Hoeveel werknemers van het bedrijf wonen in de directe omgeving?	1. Vrijwel niemand 2. Weinig 3. Betrekkelijk veel 4. Bijna iedereen
V13	Hoe ziet de omgeving uw bedrijf? (graag doorvragen hoe men deze kennis heeft verzameld)	...
V14	Welke (mogelijke) voordelen zou het (meer) betrekken van de omgeving bij de milieuprestaties van uw bedrijf kunnen hebben?	... Geen
V15	Welke (mogelijke) nadelen zou het (meer) betrekken van de omgeving bij de milieuprestaties van uw bedrijf kunnen hebben?	... Geen
V16_1	In hoeverre bent u het eens of oneens met de volgende stellingen: Bedrijven moeten in hun productieprocessen rekening houden met het milieu en met hun omgeving	1. Geheel eens 2. Eens 3. Neutraal 4. Oneens 5. Geheel oneens 6. Weet niet
V16_2	In hoeverre bent u het eens of oneens met de volgende stellingen: Een gezond en schoon milieu is niet alleen de verantwoordelijkheid van de overheid maar ook de verantwoordelijkheid van burgers	1. Geheel eens 2. Eens 3. Neutraal 4. Oneens 5. Geheel oneens 6. Weet niet
V16_3	In hoeverre bent u het eens of oneens met de volgende stellingen: Er moeten regels zijn die erop zijn gericht om de overlast en milieuhinder door bedrijven te beperken	1. Geheel eens 2. Eens 3. Neutraal 4. Oneens



		5. Geheel oneens 6. Weet niet
V17	Hoe belangrijk is het voor uw bedrijf dat omwonenden positief zijn over uw bedrijf?	1. Zeer belangrijk 2. Belangrijk 3. Neutraal 4. Onbelangrijk 5. Zeer onbelangrijk
V18	Kunt u dit antwoord toelichten?	...
V19	Is uw bedrijf actief in milieunetwerken in de branche of in de omgeving?	1. Ja, nl... 2. Nee 3. Weet niet
V20	Is uw bedrijf actief in andere netwerken in de omgeving?	4. Ja, nl... 5. Nee 6. Weet niet
V21	Is uw bedrijf actief in verenigingsverband in de omgeving? (evt. als sponsor)	7. Ja, nl... 8. Nee 9. Weet niet
V22	Hoe zou u het naleefgedrag van de milieuregels door uw bedrijf willen typeren?	1. Het kost ons weinig moeite om de milieuregels na te leveren, sterker nog wij gaan regelmatig verder dan de regels eisen 2. Het kost ons weinig moeite maar wij gaan niet verder dan de regels eisen 3. Het kost ons soms wel moeite om alle regels goed na te leveren 4. Het lukt ons op dit moment regelmatig niet om de milieuregels goed na te leven.
V23	Kunt u dit antwoord toelichten?	...
V24	Op welke wijze betreft uw bedrijf omwonenden, zoals individuele bewoners of bewonersgroepen, wijkraden, etc. bij het milieugedrag van het bedrijf?	...
V25	In welke mate is er bij uw bedrijf interesse om meer te weten over het beeld dat omwonenden hebben van uw bedrijf?	1. Niet of vrijwel niet 2. In enige mate 3. In sterke mate
V26	In welke mate is er bij uw bedrijf bereidheid om de omgeving meer te betrekken bij milieuprestaties van het bedrijf?	1. Niet of vrijwel niet 2. In enige mate 3. In sterke mate
V27	Kunt u dit toelichten? (wat zou het bedrijf ervoor over hebben in termen van geld of capaciteit)	...
V28_1	Hoe zou u de omgeving meer willen betrekken bij de milieuprestaties van het bedrijf?: Door hen te informeren over de activiteiten van het bedrijf die mogelijk hinder of risico's veroorzaken en de maatregelen die het bedrijf daar tegen neemt	0. Niet genoemd 1. Genoemd
V28_2	Hoe zou u de omgeving meer willen betrekken bij de milieuprestaties van het bedrijf?: Door het voor omwonenden eenvoudiger te maken om overlast of hinder te melden bij een instantie of bij het bedrijf zelf	0. Niet genoemd 1. Genoemd
V28_3	Hoe zou u de omgeving meer willen betrekken bij de milieuprestaties van het bedrijf?: Door met de omwonenden direct in contact te komen over het milieugedrag van het bedrijf	0. Niet genoemd 1. Genoemd
V28_4	Hoe zou u de omgeving meer willen betrekken bij de milieuprestaties van het bedrijf?: Geen van bovengenoemd	0. Niet genoemd 1. Genoemd
V29	Ziet u nog andere manieren waarop u omwonenden meer kan betrekken bij het milieugedrag van dit bedrijf?	...
V30	Hoe typeert u de bedrijfscultuur van dit bedrijf?	...
V31	Beschikt de locatie over een onafhankelijke milieuoördinator (d.w.z. iemand met een rechtstreekse lijn met de directie)?	1. Ja full time 2. Ja part time 3. Nee
V32_1	Beschikt het bedrijf over een of meer van de volgende ISO certificaten?: ISO 9001	0. Niet genoemd 1. Genoemd
V32_2	Beschikt het bedrijf over een of meer van de volgende ISO certificaten?: ISO 14001	0. Niet genoemd 1. Genoemd
V32_3	Beschikt het bedrijf over een of meer van de volgende ISO certificaten?: Andere (milieu)-certificaten, nl...	0. Niet genoemd 1. Genoemd, nl...



V32_4	Beschikt het bedrijf over een of meer van de volgende ISO certificaten?: Weet ik niet	0. Niet genoemd 1. Genoemd
V33	Is het bedrijf beursgenoteerd?	1. Ja 2. Nee
V34	Wilt u iets kwijt over dit onderwerp en dat nog niet aan bod is gekomen?	...
V35	Is uw bedrijf aangesloten bij een branche-organisatie?	1. Ja, nl... 2. Nee
V36	Wilt u geïnformeerd worden over de resultaten van dit onderzoek?	1. Ja, nl.@.... 2. Nee
V37	De provincie is erg geïnteresseerd hoe u tegen de vermaatschappelijking van toezicht en handhaving aankijkt en zou het dan ook op prijs stellen om een verslag van dit interview te ontvangen. Heeft u hiertegen bezwaar?	1. Ja 2. Nee
V38	Wilt u dat iemand van de afdeling handhaving van de provincie naar aanleiding van dit gesprek contact met u opneemt?	1. Ja 2. Nee



Bijlage 3. Vragenlijst omwonenden

Begeleidende tekst vragenlijst

De provincie Noord-Brabant onderzoekt de mogelijkheden om omwonenden van bedrijven te betrekken bij het toezicht op de naleving van omgevingsvergunningen. Deze vragenlijst is speciaal bedoeld voor omwonenden van bedrijven in Noord-Brabant.

Deze vragenlijst is bestemd voor omwonenden van het bedrijf << naam bedrijf>>. Alle vragen in deze enquête gaan over dit bedrijf.

Code	Vraag	Antwoordmogelijkheden
V1	Hoe goed bent u bekend met dit bedrijf?	1. Zeer goed 2. Goed 3. Redelijk 4. Slecht 5. Zeer slecht
V2	Weet u wat dit bedrijf produceert?	1. Ja 2. Nee
V3	Bent u op de hoogte van de risico's van dit bedrijf voor de omgeving?	1. Ja 2. Nee
V4	Bent u op de hoogte van de milieuregels waaraan dit bedrijf zich moet houden?	1. Ja 2. Nee
V5	In welke mate ervaart u hinder/overlast van dit bedrijf?	1. Niet of vrijwel niet 2. In enige mate 3. In sterke mate
V6	Kunt u dit toelichten?	...
V7	In welke mate maakt u zorgen over bepaalde (milieu-)risico's van dit bedrijf?	1. Niet of vrijwel niet 2. In enige mate 3. In sterke mate
V8	Is het bedrijf voor u als omwonende duidelijk aanwezig in de omgeving?	1. Ja 2. Nee
V9	Hoe groot is het economisch belang van dit bedrijf voor deze buurt? Denk hierbij aan het creëren van werkgelegenheid en bedrijvigheid.	1. Groot 2. Gemiddeld 3. Klein 4. Weet ik niet
V10	Hoe groot is de kans dat het bedrijf iets doet met opmerkingen van omwonenden?	1. Groot 2. Gemiddeld 3. Klein 4. Weet ik niet
V11	Hoe groot is de kans dat de overheid iets doet met opmerkingen van omwonenden?	1. Groot 2. Gemiddeld 3. Klein 4. Weet ik niet
V12	Werkt u zelf bij dit bedrijf?	1. Ja op dit moment 2. Ja vroeger 3. Nee
V13	Heeft u wel eens contacten met mensen die in het bedrijf werken?	1. Ja regelmatig 2. Ja soms 3. Nee
V14	Werken bij dit bedrijf familieleden, vrienden, burens of bekenden van u?	1. Ja 2. Nee
V15_1	In hoeverre bent u het eens of oneens met de volgende stellingen: Bedrijven moeten in hun productieprocessen rekening houden met het milieu en met hun omgeving	1. Geheel eens 2. Eens 3. Neutraal 4. Oneens 5. Geheel oneens 6. Weet niet
V15_2	In hoeverre bent u het eens of oneens met de volgende stellingen: Een gezond en schoon milieu is niet alleen de verantwoordelijkheid van de overheid maar ook de verantwoordelijkheid van burgers	1. Geheel eens 2. Eens 3. Neutraal



		4. Oneens 5. Geheel oneens 6. Weet niet
V15_3	In hoeverre bent u het eens of oneens met de volgende stellingen: Er moeten regels zijn die erop zijn gericht om de overlast en milieuhinder door bedrijven te beperken	1. Geheel eens 2. Eens 3. Neutraal 4. Oneens 5. Geheel oneens 6. Weet niet
V16	Heeft u wel eens overlast of hinder van dit bedrijf gemeld bij een instantie of bij het bedrijf zelf?	1. Ja 2. Nee
V17	Bent u nu of was u eerder betrokken bij het verminderen van hinder of overlast door dit bedrijf?	1. Ja 2. Nee
V18	Wilt u meer weten over de milieurisico's en het milieugedrag van dit bedrijf?	1. Ja 2. Nee
V19	Heeft u tijd en gelegenheid om uzelf over deze onderwerpen te informeren?	1. Ja 2. Nee
V20	In welke mate wilt u meer betrokken worden bij het milieugedrag van dit bedrijf?	1. Niet of vrijwel niet 2. In enige mate 3. In sterke mate
V21_1	Indien in enige mate of in sterke mate, op welke wijze zou u meer betrokken willen worden?: Door meer te weten over de activiteiten van het bedrijf die mogelijk hinder of risico's veroorzaken en de maatregelen die het bedrijf daar tegen neemt	0. Niet genoemd 1. genoemd
V21_2	Indien in enige mate of in sterke mate, op welke wijze zou u meer betrokken willen worden?: Door overlast of hinder te melden bij een instantie of bij het bedrijf zelf	0. Niet genoemd 1. genoemd
V21_3	Indien in enige mate of in sterke mate, op welke wijze zou u meer betrokken willen worden?: Door met het bedrijf in contact te komen over het milieugedrag van het bedrijf	0. Niet genoemd 1. genoemd
V21_4	Indien in enige mate of in sterke mate, op welke wijze zou u meer betrokken willen worden?: Geen van deze	0. Niet genoemd 1. genoemd
V22	Ziet u nog andere manieren waarop u meer betrokken zou willen zijn bij het milieugedrag van dit bedrijf?	...
V23	Heeft u gestemd bij de vorige gemeenteraadsverkiezingen?	1. Ja 2. Nee 3. Weet niet
V24	Heeft u wel eens een milieumelding of klacht gedaan over een bedrijf bij de provincie, het bedrijf zelf of een andere instantie?	1. Ja 2. Nee 3. Weet niet
V25	Heeft u wel eens een bezwaarschrift geschreven tegen een besluit van de gemeente of een andere overheidsinstelling?	1. Ja 2. Nee 3. Weet niet
V26	Bent u lid van een of meer natuur- of milieugroepen? (b.v. Natuurmonumenten, Stichting Natuur en Milieu, Greenpeace etc.)	1. Ja 2. Nee
V27	Bent u actief in de eigen wijk, bijvoorbeeld in bewonersgroep of wijkraad?	1. Ja 2. Nee
V28	Bent u lid van een of meer verenigingen?	1. Ja 2. Nee
V29	Wat is uw leeftijd?	... (jaar)
V30	Bent u man of vrouw?	1. Man 2. Vrouw
V31	Wat is uw arbeidssituatie?	1. Loondienst 2. Ondernemer 3. Werkzoekend 4. Arbeidsongeschikt 5. Student 6. Gepensioneerd 7. Huisman/vrouw 8. Anders namelijk....
V32	Hoe ziet uw huishouden eruit?	1. Ik woon alleen (zelfstandig in een huis, op kamers, studentenflat, etc.)



		2. Ik woon als kind bij mijn ouder(s) 3. Ik woon met kind(eren) maar zonder partner 4. Ik ben gehuwd of samenwonend zonder thuiswonende kinderen 5. Ik ben gehuwd of samenwonend met thuiswonende kinderen 6. Anders dan hierboven: met familie (bijvoorbeeld broer / zus), vriendengroep of woongroep, e.d.
V33	Wat is uw hoogste opleiding?	1. Lager onderwijs 2. Lager en middelbaar algemeen voortgezet onderwijs (VMBO, VGLO, MULO, LAVO, MAVO) etc.) 3. Hoger algemeen voortgezet onderwijs (HAVO, HBS, VWO, MMS, Atheneum, Gymnasium etc.) 4. Lager beroepsonderwijs (ambacht- of huishoudschool, LTS, LHNO, LEAO, LAS etc.) 5. Middelbaar beroepsonderwijs (MTS, UTS, MEAO, INAS etc.) 6. Hoger beroepsonderwijs (HEAO, HTS, Hogeschool, lerarenopleiding, Soc. Academie etc.) 7. Wetenschappelijk onderwijs, universiteit
V34	Hoe lang woont u al in deze wijk?	... (jaar)
V35	Woont u in een huur- of koopwoning?	1. Huurwoning 2. Koopwoning
V36_1	Wilt u benaderd worden voor een eventueel vervolg naar aanleiding van dit onderzoek?	1. Ja 2. Nee
V36_2	Wilt u vaker aan onderzoek van I&O Research meedoen?	1. Ja 2. Nee
V36_3	Wilt u de resultaten van dit onderzoek ontvangen?	1. Ja 2. Nee
V37_1	Als u de uitkomsten van dit onderzoek wilt ontvangen, vaker aan onderzoek wilt deelnemen of benaderd wil worden voor een eventueel vervolg hebben we uw naam en e-mailadres nodig. We gebruiken uw naam en e-mailadres uitsluitend voor de doeleinden die u heeft aangegeven bij de vorige vraag. Naam:	...
V37_2	Als u de uitkomsten van dit onderzoek wilt ontvangen, vaker aan onderzoek wilt deelnemen of benaderd wil worden voor een eventueel vervolg hebben we uw naam en e-mailadres nodig. We gebruiken uw naam en e-mailadres uitsluitend voor de doeleinden die u heeft aangegeven bij de vorige vraag. E-mailadres:	...



Bijlage 4. Responsoverzicht omwonendenonderzoek

Bedrijf	Adressen	Uitgenodigd	aantal resp.	Responsp- perc.	Gem. leeftijd (jr.)	%man	%huur	woont in wijk (jr.)
C	137	137	32	23%	52	81%	0%	28
D	579	579	61	11%	53	64%	53%	19
E	841	841	120	14%	54	74%	9%	28
F	697	697	79	11%	46	53%	29%	13
G	996	996	110	11%	56	78%	27%	28
H	675	675	94	14%	56	65%	34%	29
I	9294	1.000	104	10%	53	59%	34%	18
J	269	269	59	22%	56	81%	5%	28
K	662	662	81	12%	58	72%	17%	24
L	389	389	82	21%	53	72%	12%	27
M	2941	1.000	125	13%	50	56%	34%	20
N	264	264	68	26%	55	63%	6%	28
O	978	978	177	18%	52	68%	2%	21
P	950	950	79	8%	54	70%	32%	23
Q	484	484	87	18%	58	71%	30%	19
S	329	329	42	13%	53	69%	57%	13
T	1553	1.000	166	17%	55	71%	15%	20
U	555	555	94	17%	52	75%	22%	27
V	816	816	105	13%	58	71%	9%	23
A, B, R	1215	1.000	144	14%	57	71%	20%	28
W	1629	1.000	124	12%	54	63%	41%	13
Totaal	26.253	14.621	2.033	14%	54	68%	22%	23



Bijlage 5. Operationalisering matching

De matching bestaat uit vier onderdelen.

1. Aan de hand van de literatuurstudie hebben we de kenmerken van bedrijf en omgeving bepaald die als voorwaarde bepalend zijn voor succesvolle inzet van het instrument.
2. We hebben de voorwaarden gekoppeld aan specifieke indicatoren (vragen, data) uit het bedrijven en omwonenden onderzoek. In de meeste gevallen zijn er meerdere indicatoren voor nodig om te bepalen of aan een voorwaarde is voldaan. De indicatoren staan beschreven in de kolom 'data' in de tabellen hieronder.
3. We hebben criteria vastgesteld voor een positieve score op de indicatoren. Voor de bedrijven is het criterium gewoon het antwoord op een vraag, voor omwonenden is het criterium een **aantal** of een **aandeel** omwonenden dat het relevante antwoord geeft. Bij een positieve score krijgt de voorwaarde de waarde '1', anders '0'.
4. Om het relatieve belang van verschillende voorwaarden voor het slagen van een instrument mee te nemen is gebruik gemaakt van weegfactoren. De matchingscore is het gewogen percentage van de voorwaarden met een positieve score.

Voorbeelduitwerking

Hoe stellen we vast in hoeverre het instrument 'informer' geschikt is om in te zetten bij een bepaald bedrijf? Hiervoor hebben we de bovengenoemde stappen doorlopen en gebruik gemaakt van de onderstaande tabel 'informer'.

- Voor informeren zijn op basis van de literatuur vier voorwaarden geformuleerd (zie kolom voorwaarden). Deze vier voorwaarden gaan we allemaal controleren voor het betreffende bedrijf in een bepaalde omgeving.
- De eerst genoemde voorwaarde van informeren is dat een bedrijf overlast en zorgen van omwonenden (h)erkent. Deze voorwaarde kent twee subvoorwaarden. Want het betekent dat er bij omwonenden enige overlast of zorgen aanwezig moet zijn én dat een bedrijf overlast of zorgen van omwonenden moet vermoeden.
- Of omwonenden enige overlast of zorgen hebben, hebben we vastgesteld aan de hand van vraag 5 en vraag 7. Omwonenden hebben enige overlast of zorgen als meer dan 50 procent van hen (zie criterium) in de enquête (zie bijlage 3) heeft aangegeven bij vraag 5 dat ze in enige of sterke mate overlast ervaren en/of dat ze bij vraag 7 in enige of sterke mate bezorgd zijn over de risico's (in formule: $V5 > 1 \mid V7 > 1$).
- Of bedrijven overlast of zorgen bij omwonenden vermoeden hebben we vastgesteld aan de hand van vraag 6 en 8 in de interviews. Als het bedrijf in het interview heeft aangegeven dat het bedrijf enige overlast veroorzaakt óf dat er enig risico is voor de omgeving, dan vermoedt het bedrijf overlast of zorgen (in formule: $V6 = 2 \mid V8 = 2$).
- Als omwonenden enige overlast of zorgen hebben én het bedrijf vermoedt deze overlast of zorgen, dán voldoet het bedrijf in deze omgeving aan de voorwaarde 'bedrijf (h)erkent overlast en zorgen'. Voor deze voorwaarde geven we een bedrijf dan 1 punt.
- Omdat deze voorwaarde relatief belangrijk is voor het succes van het instrument 'informer' krijgt deze een wegingsfactor twee mee. Dus het bedrijf heeft hiermee al twee punten verzameld.
- Op vergelijkbare wijze zijn ook de andere voorwaarden uitgewerkt.
- De scores van alle voorwaarden zijn bij elkaar opgeteld. Het bedrijf heeft hiermee minimaal 0 en maximaal 7 punten behaald. Het aantal behaalde punten gedeeld door het maximum te behalen punten, geeft het matchingspercentage.



Informereren

Voorwaarden	Data	Criterium	Weging
Bedrijf (h)erkent overlast en zorgen omwonenden - Bedrijf vermoedt overlast of zorgen omwonenden (B1) - Omwonenden hebben enige overlast of zorgen (O1)	B1=1 & O1=1 V6=2 V8=2 V5>1 V7>1	>50%	2
Bedrijf is bereid omwonenden te informeren en vindt dit belangrijk	V17=1 V26>1 V28_1=1		2
Omwonenden hebben enige behoefte aan informatie over het bedrijf, de eventuele risico's en de maatregelen die het bedrijf neemt	V18=1 V21_1=1	>50%	2
Omwonenden hebben weinig kennis over het bedrijf	V1>2 & V3=2 & V4=2	>50%	1

Benchmarken

Voorwaarden	Data	Criterium	Weging
Bedrijf (h)erkent overlast en zorgen omwonenden niet - Bedrijf ziet geen overlast of zorgen omwonenden (B2) - Omwonenden hebben enige overlast of zorgen (O1)	B2=1 & O1=1 V6=1 & V8=1 V5>1 V7>1	>50%	2
Reputatie is erg belangrijk voor het bedrijf	V33=1 merkproduct=1		2
Bedrijf heeft weinig behoefte om omwonenden te betrekken	V25<3 & V26<3		2
Bedrijf voelt zich verantwoordelijk voor milieu en omgeving	(V16_1+V16_2+V16_3)<5 & (V19=1 V20=1 V21=1)		1
Omwonenden hebben weinig behoefte om betrokken te worden	V18=1 & V19=1 & V20>1	<20	2

Melden

Voorwaarden	Data	Criterium	Weging
Bedrijf hecht veel waarde aan input van omwonenden	V17<3 & V25>2 & V28_2=1		3
Bedrijf is zichtbaar voor de omgeving - Volgens het bedrijf (B3) - Volgens de omwonenden (O3)	B3=1 & O3=1 V10=3 V8=1	>40	1
Omwonenden willen melden bij het bedrijf zelf	(V10<3 & V21_2=1) V16=1 V17=1	>20	2
Omwonenden ervaren in sterke mate overlast, het gaat dus om meer dan een paar klachten per jaar	V5=3	>20	2



Monitoren

Voorwaarden	Data	Criterium	Weging
Bedrijf (h)erkent overlast en zorgen omwonenden niet - Bedrijf ziet geen overlast of zorgen omwonenden (B2) - Omwonenden hebben enige overlast of zorgen (O2)	B2=1 & O2=1 V6=1 & V8=1 V5=3 V7=3	>20	3
Bedrijf wil geen enkele moeite doen om omwonenden te betrekken bij de milieuprestaties van het bedrijf	V28_4=1		2
Er zijn genoeg omwonenden met de interesse, tijd en gelegenheid om gedurende een zekere periode te monitoren	(V16=1 V17=1 24=1) & V19=1	>20	3
Omwonenden hebben weinig vertrouwen in het bedrijf en verwachten niet dat het bedrijf iets doet met hun opmerkingen	V1>2 & V3=2 & V4=2	>30%	2
Omwonenden hebben veel behoefte aan informatie	V18=1 & V21_1=1	>40	1

Forum

Voorwaarden	Data	Criterium	Weging
Bedrijf wil investeren in de relatie met omwonenden	V17<3 & V25>1 & V28_1=1		3
Omwonenden hebben een duidelijke behoefte aan informatie of een gesprek met het bedrijf	(V21_1=1 V21_3=1) & V18=1	>40	2
Omwonenden ervaren overlast of hebben zorgen	V5>1 V7>1	>50%	1
Omwonenden zijn niet goed op de hoogte van de risico's die het bedrijf veroorzaakt of de regels waar het bedrijf zich aan moet houden	V1>2 & V3=2 & V4=2	>50%	1



Platform

Voorwaarden	Data	Criterium	Weging
Bedrijf (h)erkent overlast en zorgen omwonenden - Bedrijf vermoedt overlast of zorgen omwonenden (B1) - Omwonenden hebben enige overlast of zorgen (O2)	B1=1 & O2=1 V6=2 V8=2 V5=3 V7=3	>20	2
Bedrijf wil veel investeren in de relatie met omwonenden	V17=1 & V25=3 & V28_3=1		3
Reputatie is erg belangrijk voor het bedrijf	V33=1 merkproduct=1		2
Bedrijf voelt zich verantwoordelijk voor milieu en omgeving	$(V16_1 + V16_2 + V16_3) < 5$ & (V19=1 V20=1 V21=1)		1
Er zijn voldoende omwonenden die echt tijd en aandacht willen investeren om met het bedrijf te werken aan een betere leefomgeving. Liefst met enige maatschappelijke ervaring	(V19=1 V21_3=1) & (V16=1 V17=1 V24=1)	>15	3
Omwonenden hebben veel behoefte aan informatie over het bedrijf, de milieurisico's en de maatregelen die het bedrijf neemt om overlast en risico's te beperken	V18=1 & V21_1=1	>40	1



Bijlage 6. Leden van de begeleidingscommissie

De heer R.J.C.H. Wolfs,
strategisch medewerker handhaving provincie Noord-Brabant

Mevrouw C.M. Jansen,
interne auditor bij provincie Noord-Brabant

De heer M.D.J. Postma,
trainee bij Provincie Noord-Brabant

Mevrouw M. van den Dries,
programmamanager bij provincie Noord-Brabant

Mevrouw C.P.J.M. van Eenbergen,
hoofd van de afdeling Samenleving bij provincie Noord-Brabant.

De heer A.W. van den Eng,
beleidscoördinator repressieve handhaving bij provincie Noord-Brabant

Mevrouw P.F.L. Feimann,
projectleider Kennis en Onderzoek bij provincie Noord-Brabant

Ook meerdere malen aangeschoven zijn:

De heer J.L.A.M. Kop,
woordvoerder Gedeputeerde Staten

De heer J. van den Hout,
Gedeputeerde Ecologie en Handhaving Provincie Noord-Brabant

De heer J.M.G. de Haas
regisseur handhaving bij provincie Noord-Brabant



Bijlage 7. Factsheets

Factsheet Informereren

1

Over deze factsheet

De Provincie Noord-Brabant wil omwonenden van bedrijven meer betrekken bij de milieuprestaties van bedrijven. Zes manieren om omwonenden te betrekken zijn:

1. Informeren

2. Melden
3. Monitoren
4. Forum
5. Benchmarken
6. Platform

Voor elk van deze zes instrumenten bestaat een aparte factsheet. Hierin staat een beschrijving van het instrument, wanneer het beter wel en beter niet gebruikt kan worden, wat het betekent voor het bedrijf en voor de provincie en verdere aandachtspunten. Deze factsheet gaat over informeren.

Informeren - wat bedoelen we ermee?

Met informeren bedoelen we dat bedrijven omwonenden informeren over activiteiten van het bedrijf die mogelijk hinder of risico's voor de omgeving kunnen veroorzaken.

Checklist – Wanneer in te zetten?

- ☐ Als het bedrijf overlast en zorgen van omwonenden (h)erkent
- ☐ Als het bedrijf bereid is omwonenden te informeren en dit belangrijk vindt
- ☐ Als omwonenden weinig kennis hebben over het bedrijf
- ☐ Als omwonenden behoefte hebben aan informatie over het bedrijf, de eventuele risico's en de maatregelen die het bedrijf neemt

Hoe meer voorwaarden van toepassing zijn, hoe kansrijker de inzet van het instrument.

Wat betekent het voor het bedrijf?

Informeren is in vrijwel elke situatie in te passen en is goed te gebruiken in combinatie met andere maatregelen. Goede informatievoorziening draagt bij aan het vertrouwen van omwonenden in het beheersen van risico's. Bedrijven kunnen vertrouwen winnen onder omwonenden door zorgzaamheid te tonen, zoals het informeren van omwonenden per brief of mail voorafgaand aan geplande werkzaamheden of achteraf bij incidenten.



Factsheet Informeren

Wat betekent het voor de provincie?

De provincie kan bedrijven stimuleren omwonenden te informeren door de positieve effecten te benoemen. Zowel de provincie als het bedrijf hebben belang bij het voorkómen van klachten en onrust. De provincie kan ook zelf omwonenden informeren en zo het vertrouwen van omwonenden vergroten in de provincie met betrekking tot het beheersen van de risico's. Zij kan bijvoorbeeld systematisch toezichtinspanningen bijhouden.

Aandachtspunten

- Informatie zorgt er vrijwel nooit voor dat omwonenden actief worden. Omwonenden stellen juist hun verwachtingen bij aan de hand van nieuwe informatie. Dit helpt klachten voorkomen.
- Belangengroepen en media gebruiken de informatie wel actief. Zij kunnen de aandacht vestigen op schokkende informatie of zaken van (relatief) onrecht. Dan nog is niet zeker dat omwonenden dit beeld overnemen en in actie komen.

Voorbeelden

- **Voorlichtingscampagne Rijnmond.**

In de voorlichtingscampagne was maximale openheid naar omwonenden het uitgangspunt. Een onderdeel van het campagnemateriaal was een veiligheidskrant waarin verschillende betrokkenen hun visie op risico's en rampenbestrijding gaven. De grootste impact had een kaart met een overzicht van de meest risicovolle bedrijven in Rijnmond met daarbij een uitgebreide toelichting. Na de campagne voelden de inwoners van Rijnmond zich gemiddeld iets veiliger dan voor de campagne.

- **Informatievoorziening Essent Amercentrale.**

Het bedrijf wil de omgeving actief benaderen en open te woord staan. Als er activiteiten veranderen organiseert het bedrijf daarom open dagen, excursies en rondleidingen. Als er bijzonderheden zijn, bijvoorbeeld als er tijdelijk een grote groep externen werkzaam is op het terrein, plaatst het bedrijf een bericht in de lokale krant.

Verdere informatie

Deze factsheet is ontwikkeld in het kader van het onderzoek "Omwonenden betrekken bij milieuprestaties" in Noord-Brabant (2014). Bij het opstellen van deze factsheet is onder meer deze literatuur gebruikt:

- Woudenberg, F. (2003). Communicatie bij incidenten: ramp of zegen?
- Meijer, Homburg & Bekkers (2007). Toezicht 2.0 Onderzoek naar toezicht, transparantie, burger en compliance.

Factsheet Melden

2

Over deze factsheet

De Provincie Noord-Brabant wil omwonenden van bedrijven meer betrekken bij de milieuprestaties van bedrijven. Zes manieren om omwonenden te betrekken zijn:

1. Informeren
- 2. Melden**
3. Monitoren
4. Forum
5. Benchmarken
6. Platform

Voor elk van deze zes instrumenten bestaat een aparte factsheet. Hierin staat een beschrijving van het instrument, wanneer het beter wel en beter niet gebruikt kan worden, wat het betekent voor het bedrijf en voor de provincie en verdere aandachtspunten. Deze factsheet gaat over melden.

Melden - wat bedoelen we ermee?

Met melden bedoelen we dat omwonenden overlast of hinder zelf direct melden bij het bedrijf in plaats van bij de provincie. Bedrijven die op een bedrijventerrein zitten en waarbij het moeilijk is om de herkomst van overlast te bepalen, kunnen gezamenlijk een meldpunt inrichten.

Checklist – Wanneer in te zetten?

- ☐ Als het bedrijf veel waarde hecht aan input van omwonenden
- ☐ Als het bedrijf duidelijk zichtbaar is voor de omgeving en omwonenden het bedrijf kennen
- ☐ Als omwonenden in sterke mate overlast ervaren en het dus gaat om meer dan een paar klachten per jaar
- ☐ Als omwonenden ook willen melden bij bedrijf zelf, omdat ze denken dat het bedrijf iets doet met hun opmerkingen

Hoe meer voorwaarden van toepassing zijn, hoe kansrijker de inzet van het instrument.

Wat betekent het voor het bedrijf?

Hinderbeleving hangt sterk samen met de specifieke situatie en de geschiedenis die een bedrijf met omwonenden heeft. Als buurtbewoners spreken met het bedrijf over hinder ontstaat meer wederzijds begrip. De provincie kan zorgdragen voor neutrale bemiddeling als bedrijf en omwonenden er onderling niet uit komen. Voor bedrijven is het voordelig om klachten af te vangen en op te lossen voordat deze bij de provincie komen. Dit voorkomt formele procedures van de toezichthouder. Ook kan men sneller overlastsituaties oplossen als de meldingen direct bij het bedrijf binnen komen. Voor omwonenden is het belangrijk dat hun klacht serieus wordt genomen, dat er iets met hun klacht gebeurt en dat zij op de hoogte worden gehouden van ontwikkelingen en de uiteindelijke oplossing. Bedrijven kunnen hindercommunicatie opnemen als onderdeel van het extern milieumanagement.



Factsheet Melden

Wat betekent het voor de provincie?

De provincie kan omwonenden aanmoedigen om vooral bij het bedrijf zelf klachten te melden. Zij kan hierbij noemen dat klachten dan waarschijnlijk sneller en beter opgelost kunnen worden. Een zorgvuldige registratie, afhandeling en terugkoppeling van milieuklachten, draagt bij aan het vertrouwen van omwonenden in provincie en bedrijf. Als de registratie, afhandeling en terugkoppeling niet goed gebeurt, kan het ook afbreuk doen aan het vertrouwen.

Aandachtspunten

- Het instrument is niet geschikt voor bedrijven die vooral risico's voor de omgeving veroorzaken, zonder bijkomende overlast. Omwonenden maken namelijk vrijwel alleen melding van overlast of hinder.
- Omwonenden klagen over wat zij zien als overtreding van sociale of maatschappelijke normen. Dit is niet hetzelfde is als overtreding van wettelijke normen. Hierdoor is het instrument niet geschikt voor bedrijven die de letter van de wet volgen, zonder extra inspanningen te willen doen.

Voorbeelden

- **Milieuklachtennummer Chemelot, Provincie Limburg.**
Omwonenden van bedrijventerrein Chemelot hebben vaak overlast van neerslag van roet, stank en geluid. Zij weten vaak niet bij welk bedrijf op het terrein de oorzaak precies zit. Daarom is er een gratis milieuklachten-nummer ingericht bij de Centrale Meldkamer van Chemelot. De websites van bedrijven op het terrein verwijzen allemaal naar dit nummer en de Chemelot website. De provincie Limburg en de gemeente Sittard-Geleen doen dit overigens niet.
- **MSD Oss (Stichting vergunning Moleneind).**
MSD Oss heeft met de andere bedrijven op het bedrijventerrein een gezamenlijke stichting die de milieuvergunning beheert. Het bedrijf besteedt al aandacht aan communicatie met omwonenden en denkt dat met directe communicatie problemen sneller opgelost kunnen worden. Klachten komen echter binnen via het meldpunt van de provincie. Dit zou ook geregeld kunnen worden door een centrale meldkamer voor het bedrijventerrein.

Verdere informatie

Deze factsheet is ontwikkeld in het kader van het onderzoek "Omwonenden betrekken bij milieuprestaties" in Noord-Brabant (2014). Bij het opstellen van deze factsheet is onder meer deze literatuur gebruikt:

- Frissen, V., van Staden, M., Huijboom, N., Kotterink, B., Huveneers, S., Kuipers, M., et al. (2008). Naar een 'User Generated State'? De impact van nieuwe media voor overheid en openbaar bestuur. Delft: TNO.
- De Coster, S., van Larebeke, N., & Keune, H. (2010). Communicatie van bedrijven met buurtbewoners over mogelijke hinder.

Factsheet Monitoren

3

Over deze factsheet

De Provincie Noord-Brabant wil omwonenden van bedrijven meer betrekken bij de milieuprestaties van bedrijven. Zes manieren om omwonenden te betrekken zijn:

1. Informeren
2. Melden
- 3. Monitoren**
4. Forum
5. Benchmarks
6. Platform

Voor elk van deze zes instrumenten bestaat een aparte factsheet. Hierin staat een beschrijving van het instrument, wanneer het beter wel en beter niet gebruikt kan worden, wat het betekent voor het bedrijf en voor de provincie en verdere aandachtspunten. Deze factsheet gaat over monitoren.

Monitoren - wat bedoelen we ermee?

Met monitoren bedoelen we dat omwonenden zelf op structurele wijze informatie verzamelen over overlast, hinder en milieurisico's die het bedrijf veroorzaakt.

Checklist - Wanneer in te zetten?

- ☐ Als het bedrijf overlast en zorgen van omwonenden niet (h)erkent, terwijl omwonenden wel veel overlast ervaren of zich ernstig zorgen maken
- ☐ Als het bedrijf geen enkele moeite wil doen omwonenden te betrekken
- ☐ Als omwonenden veel behoefte hebben aan informatie over het bedrijf, de milieurisico's en de maatregelen die het bedrijf neemt om overlast en risico's te beperken
- ☐ Als omwonenden weinig vertrouwen hebben in het bedrijf en niet verwachten dat het bedrijf iets doet met hun opmerkingen
- ☐ Als er genoeg omwonenden zijn met interesse, tijd en gelegenheid om gedurende een zekere periode te monitoren

Hoe meer voorwaarden van toepassing zijn, hoe kansrijker de inzet van het instrument.

Wat betekent het voor het bedrijf?

Monitoren door omwonenden kan uitkomst bieden als een bedrijf niet bereid is om omwonenden te betrekken en het monitoren wel belangrijke informatie kan opleveren over de naleving van milieuregels door het bedrijf.



Factsheet Monitoren

Wat betekent het voor de provincie?

Belangengroepen van actieve burgers zetten doorgaans eerder in op het monitoren van bedrijfsactiviteiten en milieuprestaties dan overheden. Er zijn een aantal redenen om hier als overheid toch op in te zetten. Allereerst kan een netwerk van omwonenden effectiever zijn dan meten door controleurs van de provincie, omdat een groep omwonenden veel meer meetpunten kan leveren. Daarnaast heeft monitoren effect op het bedrijf zelf. Bedrijven reageren hier vaak op door zelf de eigen bedrijfsactiviteiten beter te monitoren en de dialoog met omwonenden aan te gaan.

Aandachtspunten

- Monitoren is een conflict gedreven benadering net als benchmarken. Het kan op bedrijven bedreigend overkomen, meer nog dan benchmarken.
- Anders dan bij benchmarken, kan monitoren het gesprek tussen omwonenden en het bedrijf bevorderen.
- Monitoren bevordert de betrokkenheid van omwonenden en kan hen meer invloed geven bij het bedrijf (en de toezichthouder).
- Het stimuleren en faciliteren van omwonenden bij het monitoren is lastig te verenigen met een neutrale houding van de overheid in geschillen tussen burgers en bedrijven.
- Er is technische en organisatorische ondersteuning nodig voor omwonenden om betrouwbare meetgegevens te leveren voor het controleren van bijvoorbeeld geluidsnormen en concentraties chemische stoffen. Dit hoeft niet duur of ingewikkeld te zijn.

Voorbeelden

- **Geluidsnet Schiphol.**
Een netwerk van meetapparatuur bij omwonenden en een website maken direct zichtbaar waar vliegtuigen zijn en hoeveel geluid deze produceren op de grond. Het systeem levert zo informatie op over de naleving van geluidsnormen door Schiphol. Het project is zo succesvol gebleken dat het ook in andere situaties is toegepast en het oorspronkelijke initiatief is uitgegroeid tot een onderneming.
- **E-Nose, Rijnmond.**
De Milieudienst Rijnmond heeft proeven gedaan met een systeem van elektronische neuzen (e-nose) dat veranderingen in de luchtsamenstelling kan meten. Het bleek dat de e-nose, wanneer deze geplaatst werd in de buurt van omwonenden, goed kon voorspellen wanneer er meer klachten over stank zouden komen. Op de controlekamer van het bedrijf Vopak wordt gewerkt met een alarmeringssysteem dat in gaat als een e-nose een verandering meet die gezien de windrichting waarschijnlijk bij Vopak vandaan komt. Hiermee kan op tijd worden ingegrepen om overlast in de woonkernen te voorkomen.

Verdere informatie

Deze factsheet is ontwikkeld in het kader van het onderzoek “Omwonenden betrekken bij milieuprestaties” in Noord-Brabant (2014). Bij het opstellen van deze factsheet is onder meer deze literatuur gebruikt:

- Frissen, V., van Staden, M., Huijboom, N., Kotterink, B., Huveneers, S., Kuipers, M., et al. (2008). Naar een ‘User Generated State’? De impact van nieuwe media voor overheid en openbaar bestuur. Delft: TNO.
- Milan, J. B. (2013). E-nose programma Rijnmond. Schiedam: DCMR Milieudienst Rijnmond.
- O’Rourke, D., & Macey, G. P. (2003). Community environmental policing: Assessing new strategies of public participation in environmental regulation. *Journal of Policy Analysis and Management*, 383-414.

Over deze factsheet

De Provincie Noord-Brabant wil omwonenden van bedrijven meer betrekken bij de milieuprestaties van bedrijven. Zes manieren om omwonenden te betrekken zijn:

1. Informeren
2. Melden
3. Monitoren
- 4. Forum**
5. Benchmarken
6. Platform

Voor elk van deze zes instrumenten bestaat een aparte factsheet. Hierin staat een beschrijving van het instrument, wanneer het beter wel en beter niet gebruikt kan worden, wat het betekent voor het bedrijf en voor de provincie en verdere aandachtspunten. Deze factsheet gaat over een forum.

Forum - wat bedoelen we ermee?

Met een forum bedoelen we een dialoog tussen bedrijf en omwonenden over milieugerelateerde activiteiten van het bedrijf. Denk hierbij aan een informatiebijeenkomst of een discussie-avond. Een forum kan ook via een online applicatie worden georganiseerd.

Checklist – Wanneer in te zetten?

- ☐ Als een bedrijf wil investeren in de relatie met omwonenden
- ☐ Als omwonenden duidelijke behoefte hebben aan informatie of een gesprek met het bedrijf
- ☐ Als omwonenden overlast ervaren of zorgen hebben
- ☐ Als omwonenden niet goed op de hoogte zijn van risico's die het bedrijf veroorzaakt of de regels waar het bedrijf zich aan moet houden

Hoe meer voorwaarden van toepassing zijn, hoe kansrijker de inzet van het instrument.

Wat betekent het voor het bedrijf?

Voor een bedrijf verschilt een forum nauwelijks van informeren. Net als bij informeren toont het bedrijf zorgzaamheid door omwonenden op de hoogte te houden van veranderingen bij het bedrijf die voor hen van belang kunnen zijn. Daarnaast maakt het bedrijf omwonenden meer vertrouwd met wat er bij het bedrijf gebeurt. Anders dan bij informeren biedt een forum omwonenden de mogelijkheid om direct te reageren op de informatie van het bedrijf. Het bedrijf krijgt hierdoor ook input. Omwonenden stellen openheid en eerlijkheid van een bedrijf op prijs.



Factsheet Forum

Wat betekent het voor de provincie?

Voor de provincie is er een belang om eerder in te zetten op een forum dan op eenzijdig informeren. Een forum draagt namelijk sterker bij aan een goede naleving van de milieuregels. Bij een forum kunnen omwonenden hun zorgen uiten, vragen stellen of hun tevredenheid tonen. Het bedrijf krijgt een beter beeld van hoe de omwonenden over het bedrijf denken. Beide partijen kunnen aan de hand van de interactie verwachtingen bijstellen en er ontstaat wederzijds begrip. Dit draagt bij aan een goede naleving enerzijds en minder klachten anderzijds.

Aandachtspunten

- Hoewel een forum omwonenden gelegenheid biedt om input te leveren, zullen slechts enkelen echt nieuwe feiten, meningen of ideeën aandragen. Het is dus belangrijk dat een bedrijf reële verwachtingen heeft over de inbreng van omwonenden.
- Voor een succesvolle toepassing van het forum is goede communicatie noodzakelijk. Het is belangrijk om omwonenden duidelijk te informeren over het forum, bij voorkeur via verschillende communicatiekanalen. Ook werkt een duidelijk aanspreekpunt voor omwonenden binnen het bedrijf bevorderlijk en geeft een duidelijke terugkoppeling vertrouwen.

Voorbeelden

- **City campus Max.**
De GG&GD Utrecht heeft een digitaal loket geopend op een bestaand internetforum voor toekomstige bewoners van de City campus, die wordt gebouwd naast een tippelzone. Een vaste medewerker plaatst informatie op het forum en beantwoordt vragen van bewoners. Naast het forum gebruikt de GG&GD andere communicatiekanalen om bewoners te bereiken die niet op het forum actief zijn.
- **Informatiebijeenkomst Nutricia.**
Nutricia organiseert twee keer per jaar een informatiebijeenkomst voor de direct aanwonenden. Ook de gemeente en de omgevingsdienst krijgen hiervoor een uitnodiging. Nutricia informeert haar burens op de bijeenkomst over activiteiten en acties. Ook de binnengekomen klachten komen aan de orde.

Verdere informatie

Deze factsheet is ontwikkeld in het kader van het onderzoek “Omwonenden betrekken bij milieuprestaties” in Noord-Brabant (2014). Bij het opstellen van deze factsheet is onder meer deze literatuur gebruikt:

- Waterdrinker, M. (2010). Onbekende Buren. Een evaluatief onderzoek naar het proces van burgerparticipatie van de GG&GD Utrecht bij de onbekende, potentiële bewoners van City campus MAX.
- Campbell, J. L. (2007). Why would corporations behave in socially responsible ways? An institutional theory of corporate social responsibility. *Academy of management Review*, 946-967.

Over deze factsheet

De Provincie Noord-Brabant wil omwonenden van bedrijven meer betrekken bij de milieuprestaties van bedrijven. Zes manieren om omwonenden te betrekken zijn:

1. Informeren
2. Melden
3. Monitoren
4. Forum
- 5. Benchmarks**
6. Platform

Voor elk van deze zes instrumenten bestaat een aparte factsheet. Hierin staat een beschrijving van het instrument, wanneer het beter wel en beter niet gebruikt kan worden, wat het betekent voor het bedrijf en voor de provincie en verdere aandachtspunten. Deze factsheet gaat over benchmarks.

Benchmarks - wat bedoelen we ermee?

Met benchmarks bedoelen we dat de provincie milieuprestaties van bedrijven vergelijkt en publiceert en zo publiekelijk een onderscheid maakt tussen bedrijven die de regels goed naleven en bedrijven die dat minder goed doen.

Checklist - Wanneer in te zetten?

- ☐ Als het bedrijf overlast en zorgen van omwonenden niet (h)erkent, terwijl omwonenden wel overlast ervaren of zich zorgen maken
- ☐ Als het bedrijf zich verantwoordelijk voelt voor milieu en omgeving
- ☐ Als de reputatie erg belangrijk is voor het bedrijf, bijvoorbeeld omdat het bedrijf beursgenoteerd is of omdat het consumentenproducten maakt onder een bekende merknaam
- ☐ Als het bedrijf weinig behoefte heeft om omwonenden te betrekken
- ☐ Als omwonenden weinig behoefte hebben om betrokken te worden

Hoe meer voorwaarden van toepassing zijn, hoe kansrijker de inzet van het instrument.

Wat betekent het voor het bedrijf?

Als het bedrijf geen moeite wil doen om omwonenden te betrekken, is benchmarken een optie. Benchmarken zorgt bij sommige bedrijven wel voor een betere naleving en bij anderen niet. Het werkt beter bij zichtbare of bekende bedrijven, die zich verantwoordelijk voelen voor het milieu of die opereren in een productieketen waar hoge eisen worden gesteld aan milieuprestaties. Benchmarken kan een direct effect op de naleving hebben als de positie van het bedrijf op de benchmark binnen het bedrijf wordt besproken.

Factsheet Benchmarks

Wat betekent het voor de provincie?

De provincie kan een benchmark inzetten om signalen af te geven over (on)wenselijk gedrag door bedrijven. Het is een vorm van beloning of sanctie. De resultaten van een benchmark zijn vooral interessant voor ketenpartners, branchegenoten, aandeelhouders, media en belangengroepen. Met een benchmark kan de provincie sociale en maatschappelijke controle van een bedrijf versterken als er weinig betrokkenheid van omwonenden is.

Aandachtspunten

- Benchmarks is het meest effectief bij bedrijven van wie het beste nalevingsgedrag verwacht wordt: verantwoordelijke, bekende bedrijven. Het is het minst effectief bij bedrijven van wie het slechtste nalevingsgedrag verwacht wordt: bedrijven die relatief weinig belang hechten aan het milieu en niet plaatselijk of publiekelijk bekend zijn.
- Benchmarks is een conflict gedreven benadering. Als een bedrijf verandert, dan is dit vanwege externe factoren (bijvoorbeeld druk). Doordat de goede naleving niet van het bedrijf zelf uit komt, raakt het ook niet goed ingebed in de praktijk van de onderneming.
- Benchmarks heeft weinig toegevoegde waarde voor omwonenden, die immers weinig te kiezen hebben.
- Benchmarks gaat over het vergelijken van bedrijven en is dus moeilijk toe te passen in de specifieke situatie van één bedrijf.

Voorbeelden

• Smiley systeem, Denemarken.

De Inspectie voedselveiligheid hanteert een smiley systeem voor het bekend maken van inspectieresultaten. Bedrijven die de zaken goed op orde hebben krijgen een blij smiley of zelfs een elite-smiley. Bedrijven die niet aan alle regels voldoen ontvangen een sippe smiley. Klanten blijken nauwelijks gebruik te maken van de smileys, maar de bedrijven hechten er veel waarde aan. De smileys spelen namelijk wel een rol in de relaties tussen bedrijven, via branche verenigingen en de handel in de productieketen.

• Spotlight report, Engeland & Wales.

Deze benchmark benoemt de tien bedrijven met de hoogste cumulatieve boetes in totaal en per sector. Daarnaast beschrijft de benchmark de grootste vervuilers in de vorm van case studies, maar ook de best practices. De rapporten komen direct bij invloedrijke mensen (bij de bedrijven) en krijgen aandacht in de media.

Verdere informatie

Deze factsheet is ontwikkeld in het kader van het onderzoek “Omwonenden betrekken bij milieuprestaties” in Noord-Brabant (2014). Bij het opstellen van deze factsheet is onder meer deze literatuur gebruikt:

- Meijer, A. J. (2008). Openbaarmaking van handhavinginformatie. Leren van de ervaringen van Deense en Limburgse toezichhouders. Boom Juridische Uitgevers.
- Kolk, A. (2003). Het eind van maatschappelijk verantwoord ondernemen, of het begin? Amsterdam University Press.
- Meijer, A. J., Homburg, V., & Bekkers, V. (2007). Toezicht 2.0 Onderzoek naar toezicht, transparantie, burgers en compliance. Alliantie ICT en Vitaal Bestuur.

Over deze factsheet

De Provincie Noord-Brabant wil omwonenden van bedrijven meer betrekken bij de milieuprestaties van bedrijven. Zes manieren om omwonenden te betrekken zijn:

1. Informeren
2. Melden
3. Monitoren
4. Forum
5. Benchmarken
- 6. Platform**

Voor elk van deze zes instrumenten bestaat een aparte factsheet. Hierin staat een beschrijving van het instrument, wanneer het beter wel en beter niet gebruikt kan worden, wat het betekent voor het bedrijf en voor de provincie en verdere aandachtspunten. Deze factsheet gaat over een platform.

Platform - wat bedoelen we ermee?

Met een platform bedoelen we een structurele samenwerking tussen een bedrijf en een groep omwonenden waarbij samen plannen worden gemaakt en uitgevoerd om de gezamenlijk geconstateerde problemen aan te pakken.

Checklist – Wanneer in te zetten?

- ☐ Als een bedrijf overlast en zorgen van omwonenden (h)erkent
- ☐ Als een bedrijf zich verantwoordelijk voelt voor milieu en omgeving
- ☐ Als een bedrijf veel wil investeren in de relatie met omwonenden
- ☐ Als de reputatie erg belangrijk is voor het bedrijf, bijvoorbeeld omdat het bedrijf beursgenoteerd is of omdat het consumentenproducten maakt onder een bekende merknaam
- ☐ Als omwonenden veel behoefte hebben aan informatie over het bedrijf, de milieurisico's en de maatregelen die het bedrijf neemt om overlast en risico's te beperken
- ☐ Als er voldoende omwonenden zijn die echt tijd en aandacht willen investeren om met het bedrijf te werken aan een betere leefomgeving. Liefst met enige maatschappelijke ervaring

Hoe meer voorwaarden van toepassing zijn, hoe kansrijker de inzet van het instrument.

Wat betekent het voor het bedrijf?

Een platform is een instrument voor bedrijven die een hoge mate van sociale of maatschappelijke acceptatie nastreven en bereid zijn daar in te investeren. Nog meer dan bij een forum staat het ontstaan van wederzijds begrip centraal. Het bedrijf kan door het platform meer rekening houden met de wensen en zorgen van omwonenden. Omwonenden krijgen meer begrip voor de moeite die een bedrijf moet doen om aan alle wetgeving te voldoen en risico's volledig uit te bannen.



Factsheet Platform

Een platform kan ook tot nieuwe perspectieven en oplossingen leiden. Bijvoorbeeld het verbeteren van het aanzicht van een bedrijventerrein om gevoelens van onveiligheid bij omwonenden weg te nemen. Het hele proces van het vinden van deelnemers, het wennen aan de gesprekspartners, het ontstaan van een vertrouwensband tot het uitwerken van concrete projecten, kost veel tijd en doorzettingsvermogen. Bedrijf, omwonenden en provincie moeten hier rekening mee houden.

Wat betekent het voor de provincie?

De provincie kan een belangrijke bijdrage leveren aan het stimuleren en faciliteren van een platform. In de aanloopfase kan ze peilen hoeveel behoefte er is onder omwonenden om met het bedrijf te praten en te discussiëren over het verbeteren van de woon- en leefomgeving. De provincie kan ook helpen om deelnemers te vinden met enige maatschappelijke ervaring. Daarna kan de provincie als onafhankelijk adviseur optreden en de deelnemers aan het platform voorzien van technische ondersteuning. De provincie kan daarbij op de achtergrond blijven, want een platform draait in de eerste plaats om de relatie tussen bedrijf en omwonenden.

Aandachtspunt

- Het gevaar van een platform is dat het een te hechte club wordt. Bij omwonenden die niet in het platform zitten, kan gevoel ontstaan dat de deelnemers niet meer goed opkomen voor hun belangen. Om dit te voorkomen is communicatie met de buitenwacht belangrijk, net als doorstroming van deelnemers aan het platform.

Voorbeelden

- **Burenraad Moerdijk.**
Dit is een vast overleg tussen de bedrijven van het Zeehaven- en Industriegebied Moerdijk en de direct omwonenden. Het doel is om gezamenlijk oplossingen te vinden, zelfs als dit van de bedrijven meer vraagt dan zij wettelijk verplicht zijn te doen. Hoog op de agenda staan het oprichten van een fonds voor (sociale) projecten en het vertalen van de thema's (o.a. leefbaarheid en veiligheid) naar concrete resultaten.
- **Buren van HAK.**
HAK BV voert al jaren overleg met de Buren van HAK. Het initiatief voor dit overleg kwam uit de buurt en HAK waardeert het overleg als goed klankbord. Met de informatie van de burens kan het bedrijf de juiste investeringen doen om de kwaliteit van de leefomgeving te verbeteren.

Verdere informatie

Deze factsheet is ontwikkeld in het kader van het onderzoek "Omwonenden betrekken bij milieuprestaties" in Noord-Brabant (2014). Bij het opstellen van deze factsheet is onder meer deze literatuur gebruikt:

- Govaart, A. F. (2013). Positionering & Ambitie Burenraad Moerdijk.
- Burenraad Shell Pernis. (2002). Leidraad Burenraad. Hoogvliet: Burenraad Shell Pernis.
- Christen, F. W. (2006). De mening van de burger telt? Een vergelijkend onderzoek naar de werking van burgerplatforms in het Rijnmondgebied. Hellevoetsluis.