



REBOUNDEFFECTEN IN BELEID: HOE TE HERKKENEN & VOORKOMEN?

Lisanne van Geffen – Gedragsadviseur IenW, BIT

Imke van der Loo – PhD onderzoeker bij REBOUNDLESS, ERC Project, DTU

DUURZAME INTERVENTIES





MAAR...



**ENERGIE EFFICIENT,
MAAR MEER... VOOR LANGER.**



**HERNIEUWBAAR & BIOLOGISCH AFBREEKBAAR...
MAAR MEER ZWERFAFVAL.**

47%

**VAN DE MOGELIJKE DUURZAAMHEIDS-
OPBRENGSTEN WORDEN NOOIT BEREIKT
DOOR REBOUNDEFFECTEN**

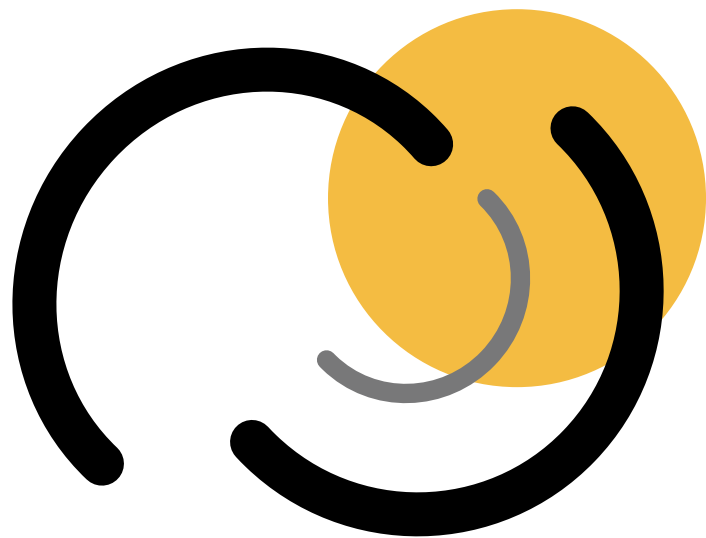
[Andrew & Pigosso, 2024]

REBOUND EFFECTEN

**NEGATIEVE CONSEQUENTIES VAN INTERVENTIES
DOOR GEDRAGS EN SYSTEEMVERANDERINGEN DIE**

DE MOGELIJKE DUURZAAMHEIDSOPBRENGSTEN

ONDERMIJNEN

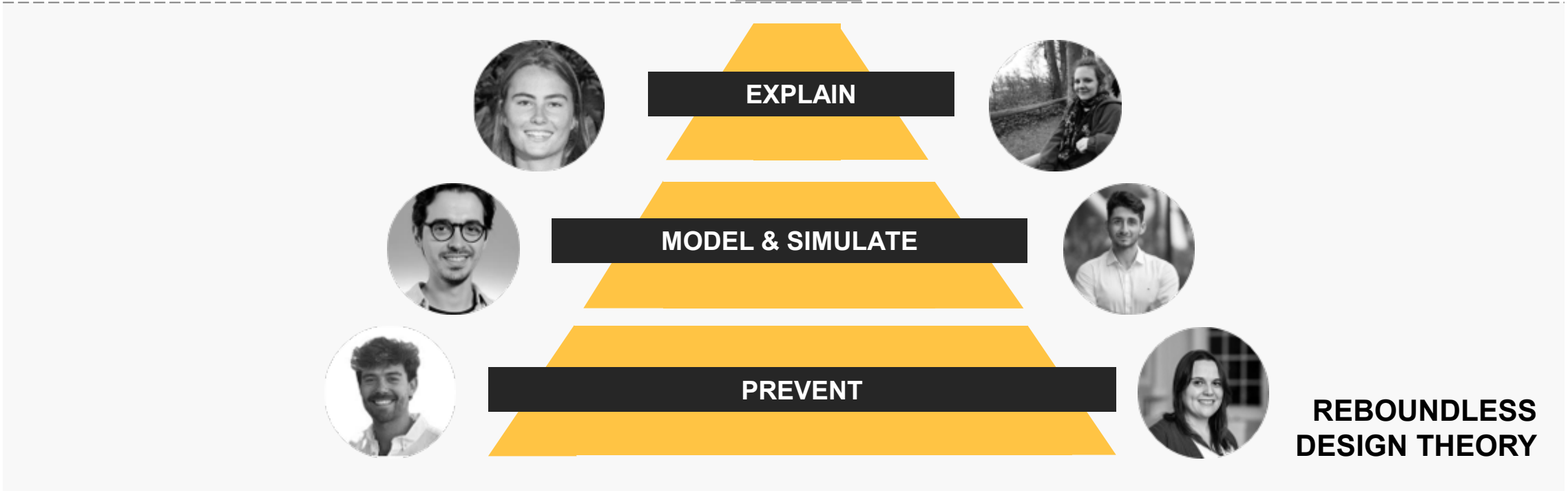


REBOUND
LESS



CURRENT STATE-OF-THE-SCIENCE

Events



FUTURE STATE-OF-THE-SCIENCE



GIÁCOMO PAROLIN
Postdoc



ELLEN HELLDÉN
Research assistant

INDUSTRY OUTREACH



CHRISTIAN POLL
Policy advisor



ANNA MAMMEN
Research assistant



FREDERIK HØGDAL
Research assistant

POLICY-MAKING

ONZE SAMENWERKINGEN



Ministerie van Infrastructuur
en Waterstaat



European
Environment
Agency

40+
partners

GREENPEACE



Dansk
Industri



CONCITO



Ministry of Environment
and Gender Equality



The Joint Research Centre

1

REBOUNDEFFECTEN **IDENTIFICEREN?**

2

REBOUNDEFFECTEN **VOORKOMEN?**

HOE KUN JE REBOUNDEFFECTEN IDENTIFICEREN?



DEELAUTO'S ->

VERMINDERDE AUTO CONSUMPTIE



10 MIN.

EXPLAIN

Welke reboundeffecten worden door deze interventie veroorzaakt?



Interventie = stimuleren van deelauto's. Gebruiker = consument van deelauto's

REBOUNDEFFEC TEN

Hoe te identificeren?

HERBRUIKBARE SHAMPOO FLES



MORAL LICENSING

JA

Do you think this intervention could lead people to feel that are doing something morally good for the environment?

4

M027

RE-SPENDING

JA

Do you think this intervention could increase the financial resources of the user?

2

M004

REBOUNDEFFEC TEN

Hoe te identificeren?

HERBRUIKBARE SHAMPOO FLES



MORAL LICENSING

1

“I use refillable bottles, so it feels justified to use a bit more shampoo”



MORAL LICENSING
one sustainable behaviour leads to moral credits for subsequent unsustainable behaviours

RE-SPENDING

2

“This bottle is cheaper so now I can buy many!”



RE-SPENDING
lower acquisition price leads to higher demand of additional products



10 MIN.

EXPLAIN

Welke reboundeffecten worden door deze interventie veroorzaakt?

Bespreek in groepen van 5 of 6:

1. Welke vragen kun je met “ja” beantwoorden?
2. Welke +/- 3 mechanismes zijn het meest relevant?



Interventie = stimuleren van deelauto's. Gebruiker = consument van deelauto's



VERMINDERDE AUTO CONSUMPTIE ->

MAAR...

HOE KUN JE REBOUNDEFFECTEN VOORKOMEN?

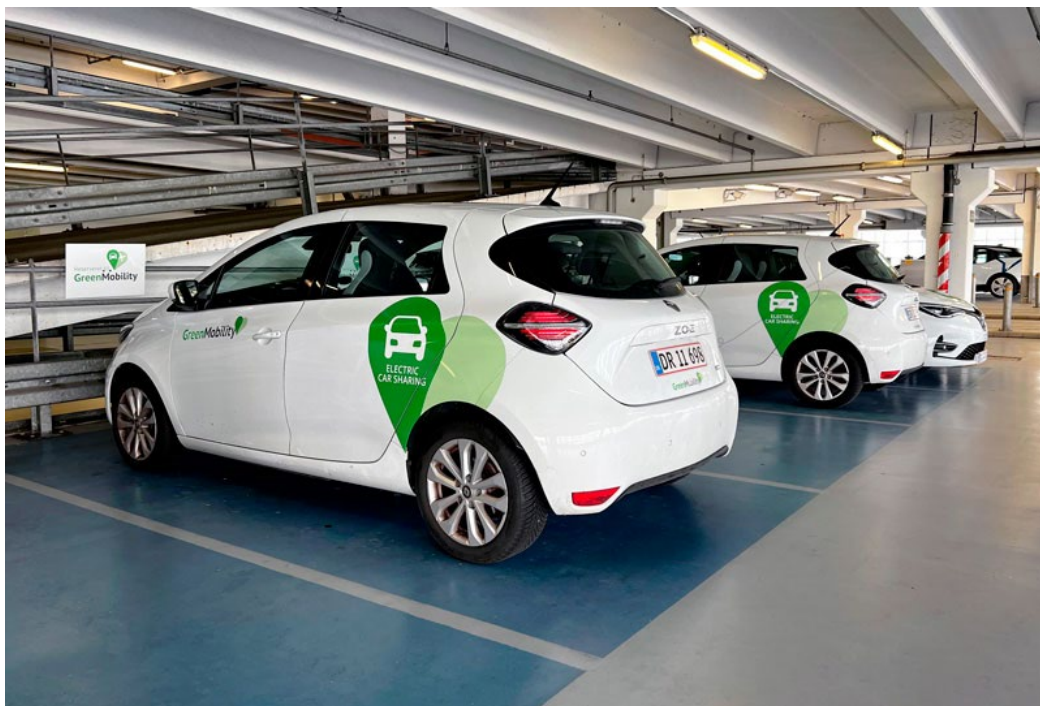
REBOUNDEFFECTEN

Hoe te voorkomen?



10 MIN.

PREVENT



**WELKE OPLOSSING IS ER
VOOR DIT REBOUNDEFFECT?**

Brainstorm in groepen van 5/6
Bereid een of meerdere oplossingen voor
om te delen met de hele groep

REBOUNDEFFEC TEN

Hoe te voorkomen?



FINANCIËLE PRIKKELS

“Sinds ik deelauto’s gebruik rijd ik minder voorzichtig en heb ik vaker schade”



MORAL HAZARD

Verminderd gevoel van eigenaarschap leidt tot minder zorgvuldig gedrag en negatieve milieu impact.

Bv: borgsom



REGELGEVING

“Sinds ik deelauto’s gebruik ga ik niet meer met het OV!”



MOTIVATIONAL SUBSTITUTION

Verandering in consumenten perspectieven leidt tot het vervangen van duurzamere opties.

Bv: zone systeem



NUDGES

“Sinds ik deelauto’s gebruik voelt het oké om op vliegvakantie te gaan”



MORAL LICENSING

Duurzame acties geven een morele “vrijbrief” voor minder duurzame vervolgacties.

Bv: identiteitsframing

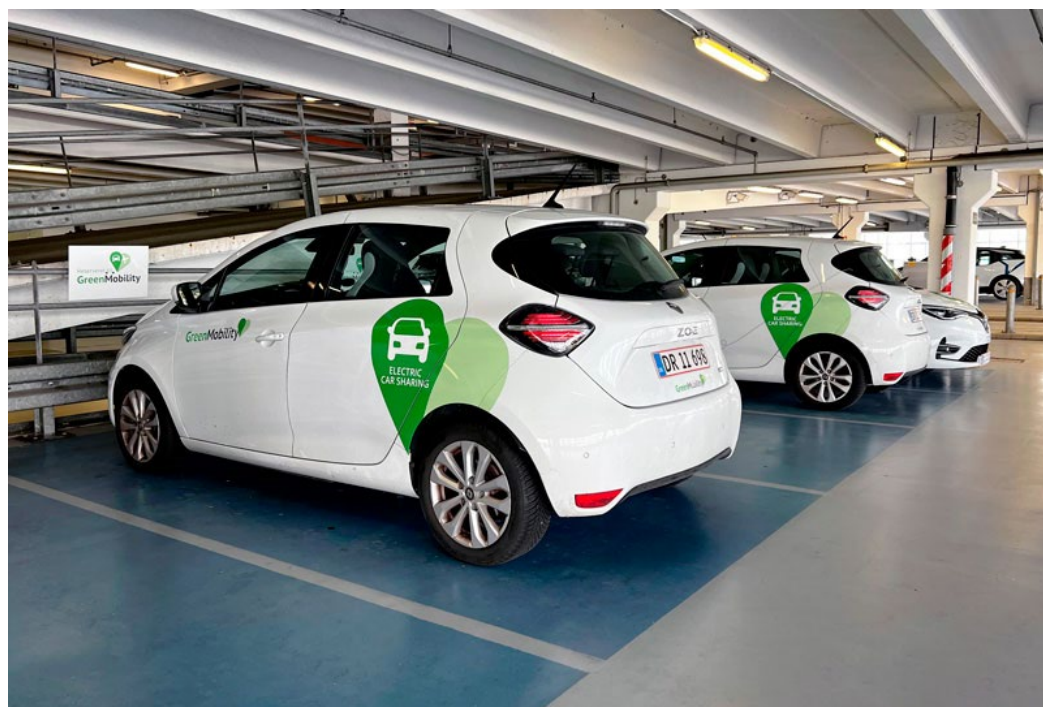
REBOUNDEFFEC TEN

Hoe te voorkomen?



10 MIN.

PREVENT



WELKE OPLOSSING IS ER VOOR DIT REBOUNDEFFECT?

Brainstorm in groepen van 5/6
Bereid een of meerdere oplossingen voor
om te delen met de hele groep



ROUND-TABLE

**“Hoe ga je deze inzichten
toepassen in je eigen
werkveld?”**

You get

Hands-on learning
experience on how to
**identify potential
rebound effects
in your organization**



Apply

<https://forms.gle/s42LXe8pTkpcTfht8>

Deadline: Nov 5th



Uitnodiging voor het testen van:



Questions?

Contact **Ellen Heldén**
elmhe@dtu.dk

You give

Feedback on the
**identification
approach**

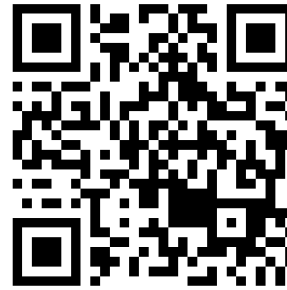


MAAR IS DAT
GENOEG?

DUURZAME INTERVENTIES

DANK!

Rebound effect dashboard:



REBOUNDNLESS LinkedIn:



Contact:

Imke van der Loo: ivdlo@dtu.dk

Lisanne van Geffen: lisanne.van.geffen@rws.nl

Tool testing: elmhe@dtu.dk