



---

# Natuurinclusief bouwen: wat beweegt de Nederlandse vastgoedsector?

Onderzoek naar motieven, barrières en gedrag in de transitie naar meer groen

M.A. van Haaster-de Winter, M.W.C. Dijkshoorn-Dekker, N.B.P. Polman, T.J.M. Mattijssen en H. Kortstee



**WAGENINGEN**  
UNIVERSITY & RESEARCH

---



---

# Natuurinclusief bouwen: wat beweegt de Nederlandse vastgoedsector?

Onderzoek naar motieven, barrières en gedrag in de transitie naar meer groen

M.A. van Haaster-de Winter, M.W.C. Dijkshoorn-Dekker, N.B.P. Polman, T.J.M. Mattijssen en H. Kortstee

Dit onderzoek is uitgevoerd door Wageningen Economic Research in opdracht van en gefinancierd door het ministerie van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit in het kader van de kennisbasisgelden, thema 'Nature-Inclusive Transitions.' (projectnummer KB-36-005-004)

Wageningen Economic Research  
Wageningen, juli 2020

---

RAPPORT  
2020-047  
ISBN 978-94-6395-416-7

---

M. A. van Haaster-de Winter, M. W. C. Dijkshoorn-Dekker, N. B. P. Polman, T. J. M. Mattijssen en H. Kortstee, 2020. *Natuurinclusief bouwen: wat beweegt de Nederlandse vastgoedsector?; Onderzoek naar motieven, barrières en gedrag in de transitie naar meer groen*. Wageningen, Wageningen Economic Research, Rapport 2020-047. 22 blz.; 2 fig.; 5 tab.; 18 ref.

Om te achterhalen wat de huidige rol is van natuurinclusief bouwen in de vastgoedsector en hoe de sector ondersteund kan worden om meer natuurinclusief te bouwen is in 2019 een enquête uitgezet onder bedrijven in de Nederlandse vastgoedsector. Op basis van de uitkomsten concluderen we dat er een positieve houding is ten aanzien van natuurinclusief bouwen; de aantrekkingskracht ervan zowel in maatschappelijk als bedrijfsbelang ligt en er in het peloton aanknopingspunten zijn voor gedragsverandering naar natuurinclusief bouwen.

To find out what the current role of nature-inclusive building is in the real estate sector and how the sector can be supported to build more nature-inclusive, a survey is conducted among companies in the Dutch real estate sector in 2019. Based on the results, we conclude that there is a positive attitude towards nature-inclusive construction; its appeal lies in both social and business interests and there are leverage points for behavioural change towards nature-inclusive construction in the following pack.

Trefwoorden: natuurinclusief bouwen, vastgoedsector, enquête, gedragsverandering

Dit rapport is gratis te downloaden op <https://doi.org/10.18174/522641> of op [www.wur.nl/economic-research](http://www.wur.nl/economic-research) (onder Wageningen Economic Research publicaties).

© 2020 Wageningen Economic Research  
Postbus 29703, 2502 LS Den Haag, T 070 335 83 30, E [communications.ssg@wur.nl](mailto:communications.ssg@wur.nl),  
[www.wur.nl/economic-research](http://www.wur.nl/economic-research). Wageningen Economic Research is onderdeel van Wageningen University & Research.



Dit werk valt onder een Creative Commons Naamsvermelding-Niet Commercieel 4.0 Internationaal-licentie.

© Wageningen Economic Research, onderdeel van Stichting Wageningen Research, 2020  
De gebruiker mag het werk kopiëren, verspreiden en doorgeven en afgeleide werken maken. Materiaal van derden waarvan in het werk gebruik is gemaakt en waarop intellectuele eigendomsrechten berusten, mogen niet zonder voorafgaande toestemming van derden gebruikt worden. De gebruiker dient bij het werk de door de maker of de licentiegever aangegeven naam te vermelden, maar niet zodanig dat de indruk gewekt wordt dat zij daarmee instemmen met het werk van de gebruiker of het gebruik van het werk. De gebruiker mag het werk niet voor commerciële doeleinden gebruiken.

Wageningen Economic Research aanvaardt geen aansprakelijkheid voor eventuele schade voortvloeiend uit het gebruik van de resultaten van dit onderzoek of de toepassing van de adviezen.

Wageningen Economic Research is ISO 9001:2015 gecertificeerd.

Wageningen Economic Research Rapport 2020-047 | Projectcode 2282700429

Foto omslag: Shutterstock

---

# Inhoud

	<b>Samenvatting</b>	<b>5</b>
	<b>Summary</b>	<b>6</b>
<b>1</b>	<b>Inleiding</b>	<b>7</b>
	1.1 Achtergrond en doel	7
	1.2 Aanpak	7
	1.3 Afbakening	9
<b>2</b>	<b>Resultaten</b>	<b>11</b>
	2.1 Huidige situatie van natuurinclusief bouwen in de vastgoedsector	11
	2.2 Motivaties en belemmeringen	12
	2.2.1 Motivaties	12
	2.2.2 Belemmeringen	13
	2.2.3 Gedrag	13
	2.3 Doelgroepensegmentatie	15
<b>3</b>	<b>Conclusies en aanbevelingen</b>	<b>17</b>
	3.1 Conclusies	17
	3.2 Discussie	18
	3.3 Aanbevelingen	18
	<b>Literatuur en websites</b>	<b>19</b>

---

---

# Samenvatting

Om te achterhalen wat de huidige rol is van natuurinclusief bouwen in de vastgoedsector en hoe de sector ondersteund kan worden om meer natuurinclusief te bouwen, heeft Wageningen Economic Research in 2019 een enquête uitgezet onder bedrijven in de Nederlandse vastgoedsector. Op basis van de uitkomsten concluderen we het volgende:

- *Er is een positieve houding ten aanzien van natuurinclusief bouwen.* Gemiddeld hebben bedrijven een positieve houding ten aanzien van natuurinclusief bouwen, ook degenen die dat nu nog niet doen. Meer dan zestig procent (61%) van de bedrijven bouwt naar eigen zeggen al in meer of mindere mate natuurinclusief. Wellicht is het vanuit groeiperspectief nog belangrijker dat de resultaten laten zien dat bijna iedereen die nog niet natuurinclusief bouwt, zich wel kan voorstellen dat te gaan doen. Het merendeel hiervan (69%) verwacht zelfs al binnen een periode van 5 jaar natuurinclusief te bouwen.
- *De aantrekkingskracht van natuurinclusief bouwen ligt zowel in maatschappelijk als bedrijfsbelang.* Het belangrijkste motief om natuurinclusief te gaan bouwen ligt op het niveau van waarden: iets goed doen voor de maatschappij. Andere belangrijke motivaties zijn de bijdrage van natuurinclusief bouwen aan het imago en onderscheidend vermogen van een bedrijf.
- *Er zijn in de bouw aanknopingspunten voor gedragsverandering.* Gemiddeld hebben bedrijven een positieve houding ten aanzien van natuurinclusief bouwen, ook degenen die nu nog niet natuurinclusief bouwen. Een regressieanalyse laat zien dat zowel de attitude, sociale normen en ervaren gedragscontrole allemaal significante verklarende variabelen zijn voor de intentie tot natuurinclusief bouwen. Inzetten op deze aanknopingspunten loont: het verhoogt de intentie om natuurinclusief te gaan bouwen, waarbij het positieve effect van de ervaren gedragscontrole het grootst is.
- *Er zijn drie segmenten natuurinclusieve bouwers: koplopers, peloton en vraagtekens.* Een segmentatieanalyse laat zien dat er gemeten naar interesse en kennis drie clusters zijn met betrekking tot natuurinclusief bouwen: koplopers, peloton en vraagtekens. Het peloton is het grootste segment (64%). Bedrijven in dit segment hebben gemiddeld veel interesse in natuurinclusief bouwen, maar nog te weinig kennis hierover in huis. Dit segment kan voor veel impact zorgen als het in beweging komt.

Natuurinclusief bouwen kan gestimuleerd worden door beleid te maken en te implementeren, waarbij rekening gehouden wordt met enkele aanbevelingen:

- *Maak het makkelijker om natuurinclusief te (gaan) bouwen.* Om meer bedrijven meer natuurinclusief te laten bouwen, helpt het om drempels zo laag mogelijk te maken en voordelen te benadrukken. Laat zien wat het oplevert of op kan leveren, zowel voor de maatschappij als voor het bedrijf zelf. Hierdoor wordt het makkelijker om natuurinclusieve elementen in plannen op te nemen en uit te voeren.
- *Kennisverspreiding:* bedrijven die overwegen om natuurinclusief bouwen (meer) toe te gaan passen, zijn gebaat bij kennis die hen kan helpen überhaupt meer over het onderwerp en de toepassing ervan te weten te komen. Met de nieuwe kennis kunnen bedrijven bijvoorbeeld natuurinclusief bouwen meer laten aansluiten bij de huidige werkwijzen of bedrijfsprocessen of ervaren dat dit al meer het geval is dan gedacht.
- *Maak van natuurinclusief bouwen de nieuwe, algemene norm, zodat die richting kan geven aan – meer natuurinclusief - gedrag van individuele bedrijven.* In het algemeen is iemand sneller geneigd bepaald gedrag te vertonen, als diegene het idee heeft dat andere mensen dat ook doen of belangrijk vinden.
- *Benader de sector in doelgroepen:* het ene bedrijf is het andere niet en er zijn drie segmenten vastgesteld met betrekking tot natuurinclusief bouwen. Benader het peloton – het grootste segment – op de voor hen meest passende wijze, omdat dit segment zowel qua houding als aantal veel beweging kan creëren.

De enquête maakt onderdeel uit van een vierjarig onderzoek naar hoe de vastgoedsector in beweging gebracht kan worden om een bijdrage te leveren aan de transitie naar een natuurinclusief stedelijk gebied dat sociaal, economisch en ecologisch veerkrachtig is.

---

# Summary

In 2019, Wageningen Economic Research conducted a survey of companies in the Dutch real estate industry to determine the current role nature-inclusive construction plays in the real estate industry and how the industry can be supported in increasing nature-inclusive construction. We conclude the following from the findings:

- *Attitudes are favourable towards nature-inclusive construction.* On average, companies have a favourable attitude towards nature-inclusive construction, including companies that have yet to adopt the concept. More than sixty per cent (61%) of the companies stated that they are already engaged in nature-inclusive construction to a lesser or greater extent. When viewed from a growth perspective, the most important conclusion from the findings is that almost all companies not currently engaged in nature-inclusive construction can envisage that they will adopt the concept. The majority of these companies (69%) actually expect that they will be engaged in nature-inclusive construction within the coming five years.
- *Nature-inclusive construction's appeal lies in the social and business interests.* Values are the most important motive for adopting nature-inclusive construction – the wish to do something good for society. The contribution that nature-inclusive construction makes to the company's image and its ability to distinguish itself in its market is also an important motive.
- *Nature-inclusive construction offers points of departure for behavioural changes.* On average, companies have a favourable attitude towards nature-inclusive construction, including companies that have yet to adopt the concept. A regression analysis revealed that attitude, social standards and experienced behavioural control are all significant explanatory variables for the intention to adopt nature-inclusive construction. Focusing on these points of departure is worthwhile, as they strengthen the intention to adopt nature-inclusive construction, with experienced behavioural control having the greatest favourable effect.
- *Three segments of nature-inclusive construction companies: leaders of the pack, the pack and doubters.* A segmentation analysis based on interest and knowledge identified three clusters of nature-inclusive construction companies: leaders of the pack, the pack and doubters. The pack is the largest segment (64%). On average, companies in this segment have a great deal of interest in nature-inclusive construction, but still have too little in-house knowledge of the concept. This segment can have a great impact when it gets into motion.

Nature-inclusive construction can be encouraged by formulating and implementing policy that takes account of a number of recommendations:

- *Simplify the implementation of nature-inclusive construction.* Minimising barriers and emphasising the advantages will encourage more companies to take up nature-inclusive construction. Demonstrate the yields or potential yields for both society and the company. This will simplify adopting and implementing nature-inclusive elements in plans.
- *Spreading knowledge:* companies giving consideration to adopting or increasing their focus on nature-inclusive construction will benefit from knowledge that can increase their understanding of the concept and its implementation. This new knowledge can, for example, enable companies to bring nature-inclusive construction more into line with their current methods or operations, or appreciate that they are already more in line than they thought.
- *Make nature-inclusive construction the new general standard to promote the nature-inclusive behaviour of individual companies.* We are generally more inclined to adopt a certain behaviour when we believe that others also show or value this behaviour.
- *Approach the industry as target groups:* companies differ and have been classified into three nature-inclusive construction segments. Target the pack – the largest segment – in the most effective manner, as both the attitude and the number of companies in this segment can set a great deal in motion.

This survey is part of a four-year study of the manner in which the real estate industry can be set in motion to make a contribution to the transition to a nature-inclusive urban area that offers social, economic and ecological resilience.



---

# 1 Inleiding

## 1.1 Achtergrond en doel

Ondanks de meerwaarde die natuur kan hebben voor steden en hun bewoners, staat de groene ruimte in en om de stad onder druk (Dijkshoorn et al., 2020). Een speler met grote invloed op ruimtelijke ontwikkelingen in de stad, en daarmee ook op de hoeveelheid en kwaliteit van stedelijk groen, is de vastgoedsector (Roebeling et al., 2017; Sealey et al., 2018). Hieronder verstaan we alle partijen die zich bezighouden met het realiseren en exploiteren van onroerend goed. Dit kunnen partijen met of zonder winstdoelstelling zijn en de betreffende gebouwen kunnen dienen voor wonen, werken/opslag of vrijetijdsbesteding. Belangrijke partijen in de vastgoedsector zijn architecten, projectontwikkelaars, woningcorporaties, bouwbedrijven, grond- en vastgoedbezitters en financiële instellingen.

Uit een eerder onderzoek is gebleken dat de vastgoedsector als geheel nog weinig natuurinclusief opereert (Dijkshoorn-Dekker et al., 2018). Om meer inzicht te krijgen in hoe de sector in beweging kan komen in de transitie naar een natuurinclusief stedelijk gebied, is een enquête uitgezet. De enquête heeft als doel het volgende te achterhalen:

1. *Wat is de huidige rol van natuurinclusief bouwen in de vastgoedsector?*
2. *Hoe kan de vastgoedsector geholpen worden om meer natuurinclusief te bouwen?*
3. *Zijn er verschillende doelgroepen binnen de vastgoedsector met betrekking tot natuurinclusief bouwen?*

Deze enquête maakt onderdeel uit van een vierjarig onderzoek naar hoe de vastgoedsector in beweging gebracht kan worden om een bijdrage te leveren aan de transitie naar een natuurinclusief stedelijk gebied dat sociaal, economisch en ecologisch veerkrachtig is<sup>1</sup>.

## 1.2 Aanpak

In de periode juni – augustus 2019 is een enquête gehouden onder bedrijven in de Nederlandse vastgoedsector<sup>2</sup>. Bedrijven zijn benaderd en telefonisch geïnterviewd volgens een vast protocol door een marktonderzoeksbureau dat gespecialiseerd is in de vastgoedsector. De respondenten zijn geworven op basis van zowel bedrijfskenmerken (rubriek/type en grootte) als respondentkenmerken (functie en betrokkenheid bij het beslisproces binnen het bedrijf), waarbij ook rekening is gehouden met de geografische spreiding van de bedrijven in Nederland. Er is een steekproef getrokken uit alle rubrieken van een bestaand panel van een marktonderzoeksbureau gespecialiseerd in de bouw- en woonsector. Hierdoor is de enquête breed uitgezet en is er met veel bedrijven telefonisch gesproken. Dat maakt het mogelijk om verschillende groepen in de sector met betrekking tot natuurinclusief gedrag te vergelijken. Er hebben 103 respondenten meegedaan aan de enquête, waarvan er op basis van consistentie en bedrijfsgrootte 89 voor de statistische analyse zijn gebruikt<sup>3</sup>. De gestratificeerde steekproef laat zich als volgt omschrijven:

- De steekproef bestaat vooral uit bedrijven die zich bezighouden met woningbouw (74%). Andere genoemde vastgoedtypen zijn: utiliteit, retail, kantoren, gebiedsontwikkeling en overige.
- De bedrijven zijn vooral te typeren als aannemers/bouwers (27%), architecten (21%) en projectontwikkelaars (18%). Andere genoemde bedrijfstypes zijn woningcorporaties, investeerders, vastgoedbeheerders en een makelaar.

---

<sup>1</sup> Voor meer informatie over de opzet en uitkomsten van het totale onderzoek verwijzen we u graag naar de brochure en het bijbehorende achtergrondrapport (Dijkshoorn et al., 2020a, 2020b).

<sup>2</sup> De data zijn verzameld (ruim) voordat de coronacrisis haar intrede deed en in de periode dat de stikstofdiscussie (pfas) speelde. We weten niet hoe en welke invloed deze ontwikkelingen hebben op de sector en in het verlengde daarvan op de resultaten van het onderzoek.

<sup>3</sup> Alleen bedrijven die alle vragen bij motivaties en barrières beantwoord hebben zijn meegenomen in de steekproef. Bij bedrijfsgrootte zijn de allergrootste en allerkleinste bedrijven niet meegenomen.

- De grootte van de bedrijven bedraagt gemiddeld 99 fte en varieert van 2 tot en met 1800 fte's (mediaan is 30 fte).
- De gemiddelde werkervaring van de respondenten is 10 jaar en varieert van 1 tot en met 50 jaar (mediaan 8 jaar).
- De financiële situatie van het bedrijf wordt omschreven met een gemiddelde van 3,8 (op schaal een van 1 tot 5 waarbij 1 heel lastig is en 5 heel riant).

### Vragenlijst

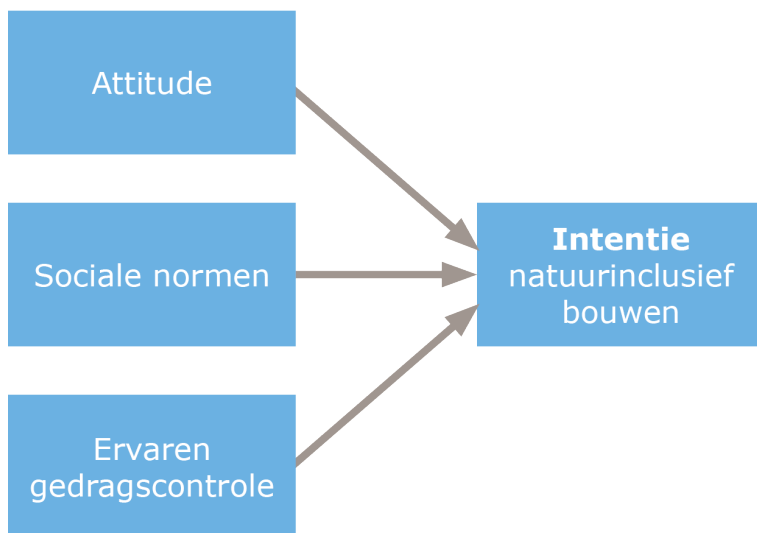
In de ontwikkeling van de enquête is het conceptuele kader van het overkoepelende project (zie Dijkshoorn-Dekker et al., 2020b) leidend geweest. De kern hiervan is dat het proces van verandering naar een natuurinclusieve vastgoedsector (transitie) verloopt via veranderend gedrag in vastgoedpraktijken die door diverse actoren uitgevoerd worden. Hierom zijn drie onderwerpen in de vragenlijst uitgewerkt, te beginnen met het in kaart brengen van de huidige rol van natuurinclusief bouwen. Daarna bestuderen we het belang van een aantal motivaties en belemmeringen om al dan niet natuurinclusief te bouwen en als laatste onderzoeken we welke aanknopingspunten er in het gedrag te vinden zijn.

- De vragen met betrekking tot **de huidige rol** van natuurinclusief bouwen in de vastgoedsector zijn mede gebaseerd op het transitieraamwerk dat is ontwikkeld door Dijkshoorn-Dekker et al. (2017). Omdat natuurinclusief bouwen geen vastomlijnd begrip is, is voorafgaand aan de beantwoording van de vragen de in dit onderzoek gehanteerde invulling van natuurinclusief bouwen met de respondenten doorgenomen<sup>4</sup>. Vervolgens kregen de deelnemers bijvoorbeeld vragen over de bekendheid met en interesse in natuurinclusief bouwen, de aanwezigheid van een visie en doelstellingen op dit gebied en of er al natuurinclusief gebouwd wordt. Indien dit niet het geval bleek, kregen ze ook de vraag of ze zich kunnen voorstellen in de toekomst natuurinclusief te gaan bouwen. Indien hierop bevestigend geantwoord is, werd ook doorgevraagd naar de termijn die ze voor ogen hadden. Ook is naar ideeën over de impact en kennis van natuurinclusief bouwen gevraagd middels een persoonlijke inschatting van het kennisniveau ten opzichte van anderen (Flynn & Goldsmith, 1999); *Hoe schat u uw positie in ten opzichte van anderen in de vastgoedsector als het gaat om het hebben van kennis over natuurinclusief bouwen?* Ten slotte is gevraagd naar de mate waarin natuurinclusief bouwen voor- en nadelen heeft voor het eigen bedrijf, de sector en de maatschappij (methode van vraagstelling gebaseerd op Ronteltap et al., 2009).
- Voor het vaststellen van de **motivaties en belemmeringen** is gebruikt gemaakt van een review van wetenschappelijke literatuur (zie (Dijkshoorn et al., 2020b), waarin is gekeken naar de huidige rol van natuurinclusief bouwen in de vastgoedsector vanuit een internationaal perspectief, en van een kwalitatief onderzoek met tien actoren uit de vastgoedsector, om een beeld te krijgen van de manier waarop zij opereren en de wijze waarop natuurinclusief bouwen en biodiversiteit hierbij een rol spelen (Dijkshoorn et al., 2018). Vervolgens zijn negen motivaties en tien belemmeringen voorgelegd en werd aan bedrijven gevraagd aan te geven in welke mate dit voor hen doorslaggevend is geweest om al dan niet natuurinclusief te bouwen.
- Om **gedrag** in kaart te brengen, richten we ons op het gedragsmodel van Ajzen (1991)<sup>5</sup>. Het model is weergegeven in figuur 1.1 en is in veel verschillende landen en contexten toegepast. De theorie maakt duidelijk dat er aan de daadwerkelijke uitvoer van gedrag iets voorafgaat, namelijk de intentie om dat te doen. Deze intentie tot gedrag is de focus van het onderzoek en een functie van drie variabelen: attitude (houding ten aanzien van gedrag), sociale normen (perceptie van het oordeel van belangrijke anderen over het gedrag) en ervaren gedragscontrole<sup>6</sup> (in hoeverre heeft iemand verwacht het gedrag te kunnen uitoefenen). In brede zin kan worden gezegd dat de intentie om bepaald gedrag te vertonen sterker is wanneer de drie (voorspellende) factoren positief zijn. En dat hoe sterker de intentie is om bepaald gedrag te vertonen, des te waarschijnlijker het is dat dit gedrag in kwestie ook wordt vertoond.

<sup>4</sup> Aan de hand van de definitie, zie paragraaf 1.3.

<sup>5</sup> We richten ons op het bewuste deel van gedrag, maar er is meer: er zitten namelijk grenzen aan het denkvermogen (Simon, 1982). Onbewuste processen zoals emoties, biases en gewoontegedrag zijn in de enquête niet meegenomen. Zie ook paragraaf 3.2 Discussie.

<sup>6</sup> *perceived behavioral control*



**Figuur 1.1** Gedragsmodel: attitude, sociale normen en gedragscontrole zijn verklarende variabelen voor de gedragsintentie (Ajzen, 1991)

Alle variabelen in het gedragsmodel zijn gemeten middels vijfpunts-Likertschalen. De *intentie* om natuurinclusief te bouwen is gemeten volgens Ajzen (1991), bijvoorbeeld "Ik ben er zeker van dat wij het komende jaar natuurinclusief gaan bouwen". De *attitude*, de houding ten aanzien van natuurinclusief bouwen, is gemeten met een schaal waarbij de uiteinden een zogeheten semantische differentiaal vormen. Aan respondenten wordt bijvoorbeeld gevraagd om aan te geven in hoeverre zij natuurinclusief bouwen slecht of goed en ongunstig of gunstig vinden (Ajzen, 1991; Petty, Wegener & Fabrigar, 1997). *Sociale normen* staat voor de perceptie van wat belangrijke anderen uit de omgeving van iemand ('significant others') vinden dat hij of zij zou moeten doen en is gemeten volgens Ajzen (1991), Minton & Rose, (1997) en Onwezen et al. (2013). Respondenten moesten aangeven in hoeverre zij denken dat hun klanten, financiers en overheden willen dat zij natuurinclusief gaan bouwen. De ervaren gedragscontrole verwijst naar de verwachte eenvoud of moeilijkheid waarmee men het beoogde gedrag kan uitvoeren. Deze schaal is tevens ontworpen op basis van Ajzen (1991) en meet in hoeverre men zichzelf in staat acht om natuurinclusief te gaan bouwen, bijvoorbeeld "Ik heb het gevoel dat wij het komende jaar natuurinclusief kunnen bouwen".

#### Analyse van gegevens

De verzamelde gegevens zijn met behulp van SPSS geanalyseerd. Eerst zijn de data verkend en beschrijvend weergegeven. Vervolgens is er middels t-toetsen getoetst of de uitkomsten van de bedrijven die wel en niet natuurinclusief bouwen van elkaar verschillen. Omdat intentie tot gedrag fungeert als middel om gedrag te voorspellen, is er een lineaire regressie uitgevoerd waarbij deze relatie tussen intentie en andere gedragsvariabelen is onderzocht. Tot slot zijn de bedrijven gesegmenteerd op basis van hun interesse in natuurinclusief bouwen en relatieve kennis hierover. Eerst is een TwoStep-clusteranalyse uitgevoerd om het aantal clusters te bepalen. Vervolgens is een K-Means-clusteranalyse uitgevoerd om te bepalen welke bedrijven er in welke clusters zitten. Met een ANOVA en post-hoc-tests zijn vervolgens verschillen tussen de segmenten vastgesteld.

## 1.3 Afbakening

Natuurinclusief bouwen is in dit onderzoek gedefinieerd als het rekening houden met de natuur en biodiversiteit in de bouw – van plan tot realisatie – en dit meenemen op, aan of in het gebouw of de (openbare) ruimte opdat er meer diverse planten- en diersoorten kunnen leven. Bijvoorbeeld door het aanleggen van groene gevels, daken of binnentuinen, planten van bomen en struiken, integreren van nestkasten of speciale dakpannen of aanleggen van natuurlijke vijvers. Het gaat om het proactief handelen ten bate van de biodiversiteit en natuur. Hiermee wordt beoogd de leefomgeving van dier en mens een impuls te geven. In de enquête is deze invulling van het begrip natuurinclusief bouwen met de respondenten doorgenomen.

---

De vastgoedsector is in brede zin meegenomen. Het gaat om partijen die zich bezighouden met (her)ontwikkeling, bouwprojecten en gebiedsontwikkeling in Nederland. Belangrijke partijen in de vastgoedsector zijn architecten, projectontwikkelaars, stadsplanners, woningcorporaties, bouwbedrijven, grondbezitters en financiële instellingen. Daarbij hebben we ons gericht op bedrijven groter dan 1 fte.

In dit rapport gebruiken we de woorden bedrijf of bedrijven, waarmee we verwijzen naar de persoon die als vertegenwoordiger van het bedrijf de vragen beantwoord heeft.

---

## 2 Resultaten

In dit hoofdstuk worden de resultaten gepresenteerd van een verkennend onderzoek onder de Nederlandse vastgoedsector om meer inzicht te krijgen hoe de sector in beweging kan komen in de transitie naar een natuurinclusief stedelijk gebied. Hierbij gaan we in op de grootte en samenstelling van de steekproef, de huidige rol van natuurinclusief bouwen in de sector en welke motivaties en belemmeringen er zijn om meer natuurinclusief te bouwen. Ook geven we aan waar zich aanknopingspunten bevinden om de vastgoedsector meer te ondersteunen.

### 2.1 Huidige situatie van natuurinclusief bouwen in de vastgoedsector

In deze paragraaf komt de uitgangssituatie van de Nederlandse vastgoedsector ten aanzien van natuurinclusief bouwen in enkele highlights aan bod. Tenzij anders genoemd, zijn de vragen beantwoord op een vijfpunts-Likertschaal die loopt van 1 (heel oneens) tot 5 (heel eens). Ten behoeve van de leesbaarheid zijn de scores (in %) 1 (heel oneens) en 2 (oneens), en de scores (in %) 4 en 5 samengenomen. De score 3 ligt in het midden en duidt aan dat een bedrijf het eens noch oneens is met de vraag die voorgelegd is.

#### *Natuurinclusief bouwen is bekend*

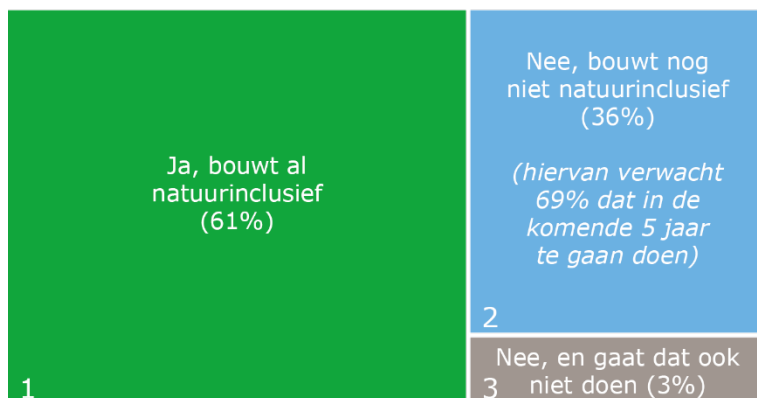
- 61% van de bedrijven is bekend met de term natuurinclusief bouwen.
- 61% van de bedrijven heeft interesse in natuurinclusief bouwen.
- Bedrijven hebben een persoonlijke inschatting gemaakt van hun kennis over natuurinclusief bouwen in vergelijking met anderen in de sector: 20% schat in dat zij over relatief meer kennis dan andere bedrijven beschikken.

#### *Kijk op natuurinclusief bouwen*

- 33% van de bedrijven heeft een visie op natuurinclusief bouwen.
- Eén op de vier (24%) heeft doelstellingen geformuleerd met betrekking tot natuurinclusief bouwen.
- 19% van de bedrijven is het niet eens met de stelling "Natuurinclusief bouwen is een belangrijk criterium in het besluitvormingsproces bij ons bedrijf" en een even grote groep (19%) is het hier wel mee eens.
- 61% van de bedrijven geeft aan al natuurinclusief te bouwen. Van de bedrijven die nu nog niet natuurinclusief bouwen (39%), geeft 91% aan zich wel voor te kunnen stellen natuurinclusief te gaan bouwen op termijn. Hiervan verwacht 69% dat binnen 5 jaar te doen (zie figuur 2.1).
- Respondenten vinden gemiddeld dat de voordelen van natuurinclusief bouwen het grootst zijn voor de maatschappij (4,0). Dit is significant hoger dan de mate waarin ze voordelen zien voor de sector (3,3) en het eigen bedrijf (3,2)<sup>7</sup>.

---

<sup>7</sup> Paired t-test,  $t=5,5$ ,  $p=0,000$



**Figuur 2.1** Verdeling van bedrijven die wel dan niet natuurinclusief bouwen

## 2.2 Motivaties en belemmeringen

Motivaties en belemmeringen spelen een rol in het wel dan niet natuurinclusief bouwen door bedrijven. Er is hierbij onderscheid gemaakt tussen een groep bedrijven die al wel natuurinclusief bouwt (n=54) en een groep die dat nog niet doet (n=35).

### 2.2.1 Motivaties

Bedrijven hebben verschillende redenen om natuurinclusief te bouwen. Tabel 2.1 geeft negen motivaties weer die aan de respondenten voorgelegd zijn. Hierbij is gevraagd om aan te geven in welke mate deze van doorslaggevend belang zijn om natuurinclusief te gaan bouwen. De uitkomsten laten voor beide groepen bedrijven een vergelijkbaar beeld zien van de motivaties om natuurinclusief te bouwen. Hierbij scoort de groep die niet natuurinclusief bouwt iets lager op de verschillende motivaties dan de andere groep.

De belangrijkste motivatie om natuurinclusief te gaan bouwen, is om 'iets goed te doen voor de maatschappij'. Daarnaast zijn ook de bijdrage aan het imago van het bedrijf en het onderscheidend vermogen belangrijke motivaties. Geheel onderaan in de prioritering van de motivaties staat 'Het is nodig voor certificering die we willen'.

Er zijn vijf motivaties die significant hoger scoren bij bedrijven die al natuurinclusief bouwen in vergelijking met bedrijven die dat nog niet doen:

- Wij willen iets goed doen voor de maatschappij.
- Het is goed voor ons imago.
- Het sluit aan bij de werkwijze/operationele processen van ons bedrijf.
- De kennis hierover is bij ons voldoende aanwezig.
- Het is onderdeel van de klantvraag.

**Tabel 2.1** Overzicht van motivaties en hun gemiddelde score voor bedrijven die natuurinclusief bouwen (n=54) en bedrijven die dat niet doen (n=35). t-test \*p=0,001 en \*\*p=0,05 (gemiddelden op een Likertschaal van 1 (heel oneens) – 5 (heel eens))

	Bedrijven die wel natuurinclusief bouwen	Bedrijven die (nog) niet natuurinclusief bouwen
Wij willen iets goed doen voor de maatschappij**	4,2	3,7
Het is goed voor ons imago**	4,0	3,4
Het creëert onderscheidend vermogen	3,4	3,3
Het sluit aan bij de werkwijze/operationele processen van ons bedrijf*	3,3	2,3
De rendement-risico verhouding is acceptabel	3,2	2,9
De kennis hierover is bij ons voldoende aanwezig*	3,1	2,3
Het is onderdeel van de klantvraag**	2,9	2,3
Het zorgt voor het behoud of de uitbouw van onze marktpositie	2,8	2,7
Het is nodig voor de certificering die we willen	2,2	2,1

## 2.2.2 Belemmeringen

Tabel 2.2 geeft tien belemmeringen die aan de respondenten zijn voorgelegd. Hierbij is gevraagd aan te geven in welke mate deze aspecten van doorslaggevend belang zijn om niet natuurinclusief te bouwen. De belangrijkste belemmering is 'de geringe bereidheid bij afnemers om voor natuurinclusief bouwen te betalen', zowel voor bedrijven die nog niet natuurinclusief bouwen als bedrijven die dat wel doen. Ook 'het onderhoud en beheer van het groen' en 'de invloed van de gemeentelijke regelgeving en procedures' worden door beide groepen als belemmerend ervaren.

Bedrijven die nog niet natuurinclusief bouwen vinden daarentegen nog veel vaker dat natuurinclusief in de kinderschoenen staat en dat het hen te onzeker is. Ook vinden zij natuurinclusief bouwen gemiddeld significant minder aansluiten bij de huidige werkwijze van het bedrijf.

**Tabel 2.2** Overzicht van belemmeringen en hun gemiddelde score voor bedrijven die natuurinclusief bouwen (n=54) en bedrijven die dat niet doen. t-test \*\*p=0,05 (gemiddelden op een Likertschaal van 1 (heel oneens) – 5 (heel eens))

	Bedrijven die wel natuurinclusief bouwen	Bedrijven die (nog) niet natuurinclusief bouwen
De geringe bereidheid bij afnemers om hiervoor te betalen	3,7	3,6
Het staat nog in de kinderschoenen, het is mij te onzeker**	2,8	3,3
Het onderhoud en beheer van groen is een probleem	3,1	3,2
Het is niet nodig voor het behoud of de uitbouw van onze marktpositie	3,0	3,1
Gemeentelijke regelgeving/procedures maken het ingewikkeld	3,3	3,1
De rendement-risico verhouding is niet acceptabel	2,9	3,0
De kennis hierover is bij ons onvoldoende aanwezig	2,7	2,9
De technologie/techniek is niet ver genoeg ontwikkeld	2,8	2,7
Het sluit niet aan bij de werkwijze/operationele processen van ons bedrijf**	2,1	2,6
Er is onvoldoende draagvlak binnen ons bedrijf	2,1	2,5

## 2.2.3 Gedrag

Uit een vergelijking van de verschillende onderdelen die samenhangen met gedrag, zie tabel 2.3, blijkt dat de attitude (de houding ten aanzien van gedrag) gemiddeld het hoogst scoort. Dit geldt voor beide groepen bedrijven. Er is dus sprake van een positieve grondhouding in de sector ten aanzien van natuurinclusief bouwen, waarbij bedrijven die natuurinclusief bouwen significant hoger scoren (4,2 vs. 3,6).

De verklarende variabele van gedrag, de intentie, scoort gemiddeld laag. Bij degenen die nog niet natuurinclusief bouwen is dit significant lager (2,0 vs. 3,6). De bedrijven die natuurinclusief bouwen hebben ook meer het idee dat ze in staat zijn om natuurinclusief te bouwen. Zij scoren gemiddeld significant hoger op de ervaren gedragscontrole (3,7 vs. 2,8).

De invloed (of druk) vanuit de omgeving is relatief geringer. In algemene zin geven sociale normen richting aan gedrag. Zo zijn mensen sneller geneigd bepaald gedrag te vertonen als zij het idee hebben dat andere mensen dat ook doen of belangrijk vinden. De sociale norm wordt niet significant verschillend ervaren door bedrijven die natuurinclusief bouwen en bedrijven die dat niet doen.

**Tabel 2.3** Gemiddelden van de gedragsvariabelen naar bedrijven die natuurinclusief bouwen ( $n=54$ ) en bedrijven die niet natuurinclusief bouwen ( $n=35$ ). \* $t$ -toets,  $p < 0.01$

	Bedrijven die wel natuurinclusief bouwen	Bedrijven die niet natuurinclusief bouwen
Attitude (houding ten aanzien van natuurinclusief bouwen)*	4,2	3,6
Intentie die iemand heeft om natuurinclusief te bouwen*	3,6	2,0
Ervaren gedragscontrole om natuurinclusief te gaan bouwen*	3,7	2,8
Sociale normen (ervaren druk uit de sociale omgeving om natuurinclusief te gaan bouwen)	3,0	2,7

De intentie om een bepaald gedrag te vertonen is sterker wanneer de attitude, sociale normen en ervaren gedragscontrole<sup>8</sup> positief zijn. En hoe sterker de intentie is om bepaald gedrag te vertonen, des te waarschijnlijker het is dat dit gedrag in kwestie ook wordt vertoond. Door middel van een lineaire regressie is het verband tussen enerzijds de intentie om natuurinclusief te bouwen en anderzijds de attitude, sociale normen en ervaren gedragscontrole onderzocht. Die blijkt bruikbaar om de intentie tot natuurinclusief bouwen te verklaren ( $r^2=0,55$ ), zie tabel 2.4. Zowel attitude, sociale normen en ervaren gedragscontrole zijn significante verklarende variabelen voor de intentie om natuurinclusief te gaan bouwen. Dus als een van deze variabelen toeneemt, heeft dat een positief effect op de intentie (die stijgt mee). Van de drie variabelen heeft de ervaren gedragscontrole de grootste coëfficiënt, en dus de grootste invloed op intentie. Een coëfficiënt geeft de mate aan waarmee de afhankelijke variabele stijgt (of daalt) bij een toename van de bijbehorende variabele van 1. In dit geval: wanneer de ervaren gedragscontrole toeneemt met 1, stijgt ook de intentie om natuurinclusief te bouwen met 0,59. We hebben ook gezien dat het verband tussen ervaren gedragscontrole en intentie gemodereerd wordt door de interesse in natuurinclusief bouwen. Dit betekent dat voor bedrijven die relatief veel interesse in natuurinclusief bouwen hebben, het gevoel dat zij in staat zijn om natuurinclusief te bouwen sterker van invloed is op hun intentie. Deze groep is dus *nog* sneller voornemens om natuurinclusief te gaan bouwen, als zij het gevoel krijgen dat ze het ook kunnen (meer gedragscontrole ervaren).

**Tabel 2.4** Regressieanalyse met de afhankelijke variabele intentie om natuurinclusief te bouwen en de onafhankelijke variabelen attitude, sociale normen en ervaren gedragscontrole ( $r^2 = 0,55$ )

	Coëfficiënt	SE	Sign.
Constante	-1,52	0,53	0,005
Attitude natuurinclusief bouwen	0,34	0,12	0,007
Sociale normen natuurinclusief bouwen	0,43	0,13	0,001
Ervaren gedragscontrole natuurinclusief bouwen	0,59	0,11	0,000



---

## 2.3 Doelgroepensegmentatie

Om bedrijven te stimuleren ander, natuurinclusiever gedrag te vertonen, is het belangrijk om dat op een voor hen passende wijze te doen. Bedrijven zijn niet gelijk en worden niet altijd door hetzelfde argument overtuigd om iets (anders) te gaan doen. Daarom is binnen dit onderzoek een clusteranalyse uitgevoerd en zijn bedrijven gegroepeerd op basis van hun interesse in natuurinclusief bouwen en de inschatting van hun kennis over dit onderwerp.

Hieruit blijkt dat er drie segmenten te onderscheiden zijn, waarbij we ons qua naamgeving hebben laten inspireren door de innovatietheorie van Rogers (2003):

1. **Koplopers** (21%): bedrijven in dit segment hebben veel interesse in natuurinclusief bouwen en weten er relatief ook veel van.
2. **Peloton** (64%): bedrijven in dit segment hebben veel interesse in natuurinclusief bouwen, maar weten er relatief niet zo veel van.
3. **Vraagtekens** (15%): bedrijven in dit segment hebben niet zo veel interesse in natuurinclusief bouwen en weten er relatief ook weinig van.

De bedrijven in de segmenten hebben overeenkomsten, bijvoorbeeld de bedrijfsgrootte of het aantal werkzame jaren van de respondent. Ook de mate waarin de financiële situatie van het bedrijf wordt ingeschat, verschilt niet significant; deze zien ze allemaal gemiddeld positief in (3,5 of hoger op een schaal van 5). Verschillen zijn er ook, zie tabel 2.5, en hieronder volgt meer informatie per segment op basis van kenmerkende verschillen. Te beginnen bij het grootste segment: het **peloton**. Bedrijven in dit segment zijn behoorlijk bekend met natuurinclusief bouwen (3,7), en het vormt in mindere mate een belangrijk criterium in het besluitvormingsproces (2,4). Zij staan heel positief tegenover het idee van natuurinclusief bouwen (4,0), maar de intentie blijft hierbij achter (2,9). Deze bedrijven willen iets goeds doen voor de maatschappij (4,0) en vinden ook dat natuurinclusief bouwen bijdraagt aan hun imago (4,0). Maar twee andere aspecten die het leuker en makkelijker maken om natuurinclusief te bouwen zijn voor hen veel minder een motivatie: zij ervaren relatief minder dat er voldoende kennis aanwezig is (2,5) en dat natuurinclusief bouwen aansluit bij de huidige bedrijfsprocessen (2,7). Ook speelt onzekerheid bij bedrijven in dit segment nog een relatief grote rol (3,1).

De **koplopers** is het tweede grootste segment en heeft deze naam gekregen, omdat bedrijven in dit segment over de gehele linie meer vooraan staan dan de andere twee segmenten. Bedrijven in dit segment zijn goed bekend met natuurinclusief bouwen (4,7) en nemen het relatief het meest mee in het besluitvormingsproces (3,3). De bedrijven in het dit segment hebben veel interesse in natuurinclusief bouwen en weten er relatief ook veel van. Bestaande werkwijzen of processen werpen hier de minste drempels op om natuurinclusief te bouwen (3,8), en de grootste voornemens (intentie) om natuurinclusief te bouwen vinden we in dit segment (4,0). Dit segment vindt ook het sterkst dat kennis voldoende aanwezig is (3,8) en onzekerheid speelt bij hen relatief het minst (2,6).

Aan de andere kant staan de **vraagtekens**. Het is ongewis wat de bedrijven in dit segment gaan doen, en in eerste instantie lijken ze natuurinclusief bouwen nog even aan te kijken. Bedrijven in dit segment zijn het meest en behoorlijk onbekend met natuurinclusief bouwen (2,1). Het is niet dat ze er per se negatief tegenover staan, want de houding ten aanzien van natuurinclusief bouwen (attitude) scoort redelijk (3,3). Maar zowel de interesse in als de intentie om natuurinclusief te gaan bouwen is laag (beide 1,6).

**Tabel 2.5** Algemene gegevens per segment en significante verschillen tussen de segmenten (in gemiddelden op schaal van 1 tot 5)

	Koplopers	Peloton	Vraagtekens
<i>Algemene gegevens:</i>			
Aantal bedrijven in segment (in aantal en %)	18 (21%)	55 (64%)	13 (15%)
Fte (in aantal)	93	88	123
Financiële situatie bedrijf	4,0	3,8	3,5
Aantal werkjaren respondent (in jaren)	10	11	12
<i>Natuurinclusief bouwen:</i>			
Interesse in natuurinclusief bouwen	4,2	3,9	1,6
Subjectieve kennis	4,3	2,6	2,0
Bouwt al natuurinclusief (in %)	90	70	20
Voordelen natuurinclusief bouwen voor het bedrijf	3,9	3,2	2,5
Voordelen natuurinclusief bouwen voor de vastgoedsector	3,9	3,3	2,8
Voordelen natuurinclusief bouwen voor de maatschappij	4,3	4,1	3,2
Bekendheid met toelichting op natuurinclusief bouwen	4,7	3,7	2,1
Natuurinclusief bouwen als belangrijk criterium in besluitvormingsproces	3,3	2,4	1,5
<i>Motivaties:</i>			
Het sluit aan bij werkwijze/operationele processen	3,8	2,7	2,3
Kennis over natuurinclusief bouwen is voldoende aanwezig	3,8	2,5	2,5
Natuurinclusief bouwen is goed voor het imago	4,0	4,0	2,6
Wij willen iets goed doen voor maatschappij	4,2	4,0	3,5
<i>Belemmeringen:</i>			
Het sluit niet aan bij de werkwijze/operationele processen	2,1	2,2	2,8
Kennis over natuurinclusief bouwen is onvoldoende aanwezig	2,4	2,9	2,5
Er is onvoldoende draagvlak binnen het bedrijf	2,4	2,1	2,8
Het staat nog in de kinderschoenen, het is mij te onzeker	2,6	3,1	3,0
<i>Gedrag:</i>			
Attitude	4,4	4,0	3,3
Intentie	4,0	2,9	1,6
Sociale normen	3,3	2,9	2,3
Ervaren gedragscontrole	3,9	3,2	2,4
Persoonlijke normen	3,9	3,4	2,1

---

## 3 Conclusies en aanbevelingen

### 3.1 Conclusies

Om te achterhalen wat de huidige rol is van natuurinclusief bouwen in de vastgoedsector en hoe de sector ondersteund kan worden om meer natuurinclusief te bouwen, is er een enquête gehouden onder bedrijven in de Nederlandse vastgoedsector. Er zijn 103 bedrijven benaderd waarvan er 89 bruikbaar waren in de analyse. Op basis van deze enquête kunnen we het volgende concluderen:

#### *Natuurinclusief is bekend*

Natuurinclusief bouwen is een redelijk bekend thema binnen de vastgoedsector en ook de interesse hiervoor is aanwezig bij 61% van de bedrijven. De interesse wordt ook al omgezet in acties. Meer dan zestig procent (61%) van de bedrijven bouwt momenteel in meer of mindere mate natuurinclusief. Wellicht is het vanuit groeiperspectief nog belangrijker dat de resultaten laten zien dat bijna alle bedrijven die nog niet natuurinclusief bouwen, zich wel kunnen voorstellen dat te gaan doen. Het merendeel hiervan (69%) verwacht zelfs al binnen een periode van 5 jaar natuurinclusief te gaan bouwen.

#### *Aantrekkingskracht natuurinclusief bouwen ligt zowel in maatschappelijk als bedrijfsbelang*

De belangrijkste motivatie om natuurinclusief te gaan bouwen ligt op het niveau van waarden: iets goed doen voor de maatschappij. Ook werkt de bijdrage aan het imago en onderscheidend vermogen motiverend. Aan de andere kant is de geringe bereidheid bij afnemers om voor natuurinclusief te betalen de belangrijkste belemmering om in beweging te komen. In de ogen van bedrijven die de stap naar natuurinclusief bouwen nog moeten maken, speelt onzekerheid ook een rol van betekenis. Bedrijven die natuurinclusief bouwen vinden gemiddeld vaker dat het aansluit bij de operationele werkwijze binnen het bedrijf, dat kennis over natuurinclusief bouwen voldoende aanwezig is en vinden minder dat het hen te onzeker is en natuurinclusief bouwen nog in de kinderschoenen staat.

#### *Aanknopingspunten voor gedragsverandering*

De houding van de sector ten aanzien van natuurinclusief bouwen is gemiddeld positief. Van alle gemeten gedragsaspecten scoort attitude gemiddeld het hoogst. Dit geldt zowel voor bedrijven die al natuurinclusief bouwen, als degenen die dat nog niet doen. Bedrijven staan dus positief tegenover het idee biodiversiteit bij de (her)ontwikkeling van vastgoed te versterken. Toch brengen ze dit niet altijd in de praktijk. Een regressieanalyse laat zien dat zowel de attitude, sociale normen en ervaren gedragscontrole allemaal significante verklarende variabelen voor de intentie tot natuurinclusief bouwen zijn. Inzetten op al deze variabelen verhoogt de intentie om natuurinclusief te gaan bouwen, en daarmee zijn deze variabelen aanknopingspunten tot gedragsverandering. Hierbij is het effect van de ervaren gedragscontrole het grootst. Zeker bij de bedrijven die relatief veel interesse hebben in natuurinclusief bouwen: deze groep is dus *nog* sneller voornemens om natuurinclusief te gaan bouwen, als zij het gevoel krijgen dat ze het ook kunnen (meer gedragscontrole ervaren).

#### *Er zijn drie segmenten natuurinclusieve bouwers: koplopers, peloton en vraagtekens.*

Er zijn overeenkomsten en verschillen in de sector. Met betrekking tot natuurinclusief bouwen zijn er, gemeten naar interesse en kennis, drie clusters gevonden: de koplopers, het peloton en de vraagtekens. Het *peloton* vormt het grootste segment (64%) en kan dan ook veel impact creëren wanneer het in beweging komt. Bedrijven in dit segment hebben gemiddeld veel interesse in natuurinclusief bouwen, maar minder kennis over dit onderwerp. Zij vinden het ook nog niet lekker aansluiten bij de huidige werkwijze en bedrijfsprocessen en onzekerheid speelt nog een rol van betekenis. Het (on)gemak waarmee zij inschatten natuurinclusief te kunnen bouwen, is hun belangrijkste verklarende variabele van de intentie om natuurinclusief te gaan bouwen. De *koplopers* staan eigenlijk over de gehele linie vooraan en bouwen al relatief vaak natuurinclusief. Hier tegenover staan de *vraagtekens*, voor wie natuurinclusief bouwen nog vooral een onbekend en niet interessant thema is. Het is nog een opgave om uit te puzzelen hoe of wanneer zij in beweging komen.

---

## 3.2 Discussie

We hebben met de enquête gekeken naar aanknopingspunten voor gedragsverandering in het bewuste deel van het gedrag. Het werkelijke gedrag kan anders zijn, onder andere doordat gedrag niet alleen op bewuste processen is gebaseerd. Onze rationaliteit is namelijk beperkt doordat er (biologisch gezien) grenzen aan het denkvermogen zitten (Simon, 1982). Een deel gaat dan ook onbewust en beïnvloedt op die manier gedrag (Kahneman, 2011). Onbewuste processen zoals emoties, biases en impulsen zijn in de enquête niet meegenomen. Tegelijkertijd is het redelijk te verwachten dat natuurinclusief bouwen een zekere mate van bewustheid en nadenken of inplannen vergt. Zo kan bijvoorbeeld het integreren van voor vleermuizen geschikte dakpannen niet plaatsvinden zonder dat daar vooraf over nagedacht is. Alleen al een dergelijke dakpan – voor de eerste keer – aankopen vergt een aanpassing van de bestaande inkoopprocedure.

De uitkomsten zijn verkregen middels zelfrapportage. Het is een bekende beperking dat zelfrapportage (d.w.z. het zelf invullen van een vragenlijst) tot over- of onderschatting van werkelijk gedrag leidt: mensen zijn niet altijd even goed in staat om in te schatten hoe ze bepaalde keuzes maken of gemaakt hebben of kunnen niet de neiging onderdrukken om te antwoorden naar wat ze vermoeden dat wenselijk is. Als mensen bijvoorbeeld aangeven hoe ze een dag of week indelen, schatten ze de tijd vaak verkeerd in. Hierom zijn respondenten erop gewezen dat de vragen naar eerlijkheid ingevuld moeten worden, dat de antwoorden anoniem verwerkt worden en zijn vragen waar mogelijk gerandomiseerd gesteld. Ook is er gecontroleerd op spreiding tijdens de data-analyse.

## 3.3 Aanbevelingen

Op basis van de resultaten en conclusies zien we de volgende aanbevelingen voor een beweging naar meer natuurinclusief bouwen:

- *Maak het makkelijker om natuurinclusief te (gaan) bouwen:* er is interesse in natuurinclusief bouwen en er gaat ook een zekere aantrekkingskracht van uit. En dit kan groeien. Om meer bedrijven meer natuurinclusief te laten bouwen, helpt het om drempels zo laag mogelijk te maken en voordelen te benadrukken. Laat zien wat het oplevert of op kan leveren, zowel voor de maatschappij als het bedrijf zelf. Hierdoor wordt het makkelijker om natuurinclusieve elementen in plannen, op te nemen en uit te voeren. Hiermee wordt tevens ingespeeld op het gemak waarmee iemand verwacht natuurinclusief te (kunnen gaan) bouwen, een van de grootste verklarende variabelen van de intentie om natuurinclusief te bouwen.
- *Kennisverspreiding:* niet iedereen heeft (of denkt te beschikken over) voldoende kennis met betrekking tot natuurinclusief bouwen. Bedrijven die overwegen om natuurinclusief bouwen (meer) toe te gaan passen, zijn gebaat bij kennis die hen kan helpen om überhaupt meer over het onderwerp en de toepassing ervan te weten te komen. Met de nieuwe kennis kunnen bedrijven bijvoorbeeld natuurinclusief bouwen meer laten aansluiten bij de huidige werkwijzen of bedrijfsprocessen of ervaren dat dit al meer het geval is dan gedacht. Op die manier creëert kennis beweging en draagt het bij aan de transitie.
- *Nieuwe normen stimuleren:* maak van natuurinclusief bouwen het nieuwe normaal. Geen eenvoudige of snelle route, maar wel het noemen waard. Zo zag de NVWA dat meer varkenshouders zich aan het gewenste gedrag hielden (+25% ten opzichte van het referentiejaar) in het jaar waarin ze een campagne uitvoerden, waarbij de nadruk lag op de sociale norm (BIN NL, 2019). Iemand is namelijk sneller geneigd (ander of gewenst) gedrag te vertonen als diegene het idee heeft dat andere mensen om zich heen dat ook doen of belangrijk vinden, zoals klanten, financiers of consumenten (bewoners). Bijvoorbeeld door structureel in vakbladen het onderwerp onder de aandacht brengen of – meer dwingend - natuurinclusief bouwen als eis op te nemen in het bestek of vergunningstrajecten.
- *Benader de sector in doelgroepen:* het ene bedrijf is het andere niet en op basis van overeenkomsten en verschillen zijn er drie segmenten gevonden. Benader het peloton op de voor hen meest passende wijze, omdat dit segment zowel qua houding als aantal veel potentieel biedt. Denk ondertussen ook aan het blijven faciliteren van koplopers, zij spelen een relevante (voorbeeld)rol in het aanmoedigen om natuurinclusief te gaan bouwen en zo natuurinclusief bouwen te laten groeien in de Nederlandse vastgoedsector.

---

# Literatuur en websites

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- BIN NL (2019). Rijk aan gedragsinzichten: editie 2019. Behavioral Insights Netwerk Nederland. Den Haag: Ministerie van Economische zaken. Publicatienr. 0919-105
- Dijkshoorn-Dekker, M., Kortstee, H., Michels, R., Polman, N., 2018. Groen in de stad - het perspectief van de vastgoedsector. Wageningen University & Research, Den Haag, p. 38.
- Dijkshoorn-Dekker, M. W. C., Kortstee, H., Mattijssen, T. J. M., Haaster-De Winter, M., Polman, N., de Rooij, S., Steingrover, E., (2020a). Bouwen aan een natuurinclusieve stad: Beweging binnen de vastgoedsector. Wageningen Economic Research, Den Haag.
- Dijkshoorn-Dekker, M., T. Mattijssen, M. A. van Haaster-de Winter, H. Kortstee, Polman, N. (2020b). De bijdrage van de vastgoedsector aan een natuurinclusieve leefomgeving. Achtergrondrapport. Wageningen UR: Den Haag.
- Dijkshoorn-Dekker, M. W. C., Soma, K., de Blaeij, A. T., 2017. Groene initiatieven in de stad; Handelingsperspectief provincies voor het stimuleren van maatschappelijke betrokkenheid bij groen in de stad. Wageningen Economic Research, Wageningen.
- Kahneman, D. (2011). *Ons feilbare denken. Thinking, fast and slow*. Business Contact, Amsterdam.
- Latkin, C. A., Vlahov, D. (1998). Socially desirable response tendency as a correlate of accuracy of self-reported HIV serostatus for HIV seropositive injection drug use. *Addiction*, 93(8), pp. 1191-119
- Minton, A. P., Rose, R. L. (1997). The effects of environmental concern on environmentally friendly consumer behavior: An exploratory study. *Journal of Business Research*, 40(1), 37-48.
- Onwezen, M. C., Van 't Riet, J., Dagevos, H., Sijtsema, S. J., Snoek, H. M. (2016). Snacking now or later? Individual differences in following intentions or habits explained by time perspective. *Appetite*, 107, 144-151.
- Onwezen, M. C., Antonides, G., Bartels, J. (2013). The Norm Activation Model: An exploration of the functions of anticipated pride and guilt in environmental behaviour. *Journal of Economic Psychology*, 49, 141–153.
- Petty, R. E., Wegener D. T., Fabrigar, L. R., (1997). Attitudes and attitude change. *Annual Review of Psychology* 48, 609-647.
- Rip, A., Kemp, R., 1998. Technological change, in: Rayner, S., Malone, E. (Eds.), *Human Choices and Climate Change 2*. Battelle, Columbus, Ohio, pp. 327-399.
- Roebeling, P., Saraiva, M., Palla, A., Gnecco, I., Teotónio, C., Fidelis, T., Martins, F., Alves, H., Rocha, J., 2017. Assessing the socio-economic impacts of green/blue space, urban residential and road infrastructure projects in the Confluence (Lyon): a hedonic pricing simulation approach. *J. Environ. Plann. Manage.* 60, 482-499.
- Ronteltap, A., van Trijp, J. C., Renes, R. J., 2009. 'Consumer acceptance of nutrigenomics-based personalised nutrition.' In: *British journal of Nutrition* 101(1), pp. 132-44. Schwartz, S. H. (1977).

---

Normative influence on altruism. In Berkowitz, L. (Ed.). *Advances in experimental social psychology* (Vol. 10, pp. 221–279). New York: Academic Press.

Schatzki, T., 2012. A primer on practices., in: Higgs, J., Barnett, R., Billett, S., Hutchings, M., Trede, F. (Eds.), *Practice-Based Education. Perspectives and Strategies*. Sense Publishers, Rotterdam, the Netherlands, pp. 13-27.

Sealey, K. S., Binder, P. M., Burch, R. K. (2018). Financial credit drives urban land-use change in the United States. *Anthropocene* 21, 42-51.

Simon, H. A., 1982. *Models of bounded rationality*. Cambridge, MA: MIT Press.



---

Wageningen Economic Research  
Postbus 29703  
2502 LS Den Haag  
T 070 335 83 30  
E [communications.ssg@wur.nl](mailto:communications.ssg@wur.nl)  
[www.wur.nl/economic-research](http://www.wur.nl/economic-research)

Wageningen Economic Research  
RAPPORT  
2020-047

---

De missie van Wageningen University & Research is 'To explore the potential of nature to improve the quality of life'. Binnen Wageningen University & Research bundelen Wageningen University en gespecialiseerde onderzoeksinstituten van Stichting Wageningen Research hun krachten om bij te dragen aan de oplossing van belangrijke vragen in het domein van gezonde voeding en leefomgeving. Met ongeveer 30 vestigingen, 5.000 medewerkers en 12.000 studenten behoort Wageningen University & Research wereldwijd tot de aansprekende kennisinstellingen binnen haar domein. De integrale benadering van de vraagstukken en de samenwerking tussen verschillende disciplines vormen het hart van de unieke Wageningen aanpak.







To explore  
the potential  
of nature to  
improve the  
quality of life



---

Wageningen Economic Research  
Postbus 29703  
2502 LS Den Haag  
T 070 335 83 30  
E [communications.ssg@wur.nl](mailto:communications.ssg@wur.nl)  
[www.wur.nl/economic-research](http://www.wur.nl/economic-research)

Rapport 202-047  
ISBN 978-94-6395-416-7

---

De missie van Wageningen University & Research is 'To explore the potential of nature to improve the quality of life'. Binnen Wageningen University & Research bundelen Wageningen University en gespecialiseerde onderzoeksinstituten van Stichting Wageningen Research hun krachten om bij te dragen aan de oplossing van belangrijke vragen in het domein van gezonde voeding en leefomgeving. Met ongeveer 30 vestigingen, 5.000 medewerkers en 12.000 studenten behoort Wageningen University & Research wereldwijd tot de aansprekende kennisinstellingen binnen haar domein. De integrale benadering van de vraagstukken en de samenwerking tussen verschillende disciplines vormen het hart van de unieke Wageningen aanpak.

