

Academiejaar
2022 - 2023

Duurzame consumptie: Een verkennend onderzoek naar freecyclegroepen in Antwerpen

Imani Ramioullé

S0172072

Masterproef
Master in de sociologie

Promotor
Prof. dr. Frédéric Vandermoere

Medebeoordelaar
Prof. dr. Ilse Loots



Universiteit Antwerpen
| Faculteit Sociale Wetenschappen

Dankwoord

Tijdens mijn afstudeerjaar van de master sociologie besloot ik mijn thesis te schrijven rond een onderwerp dat mij persoonlijk heel erg aanspreekt, namelijk duurzame consumptie. Duurzame consumptie is een breed onderwerp, waar al veel in de literatuur over geschreven werd. Toen ik in de literatuur van duurzame consumptie dook, vond ik hier een *gap*. Zelf ben ik lid geworden van een lokale freecyclegroep om goederen die ik weg wou doen niet als afval te laten eindigen en ook om andere mensen hun goederen, dewelke ik zou kunnen gebruiken niet onnodig verloren te laten gaan. Omwille van het ontbreken van literatuur hieromtrent, kreeg ik de kans om als één van de eerste personen onderzoek te doen naar freecyclegroepen. Dit was voor mij een unieke ervaring, waar ik graag een vervolgstudie over zou willen doen.

Dit onderzoek had ik niet kunnen uitvoeren zonder mijn thesisbegeleider, professor Vandermoere. De lessen die hij gaf in de opleiding sociologie gaven een ideale basis om dit onderwerp verder te kunnen verkennen. Ook zijn begeleiding werd hierin erg geapprecieerd. Vervolgens zou ik graag de beheerders van de Free & Recycled Antwerpen groep willen bedanken. Zonder hun toelating had ik geen bericht kunnen plaatsen in één van de grootste freecyclegroepen op Facebook. Zij gaven mij de kans om respondenten te vinden in een groep die 46 duizend leden telt. Natuurlijk wil ik ook de respondenten bedanken. Deze twaalf mensen maakten het mogelijk om dit onderwerp te onderzoeken en deze thesis te schrijven. Ook zou ik graag mijn vriend, Maarten Michielsens, willen bedanken, die steeds mijn thesis mee op de voet volgde.

Tot slot wil ik graag vermelden hoe trots ik ben op mezelf dat ik deze thesis heb geschreven. In het begin van dit academiejaar kreeg ik te horen dat mijn mama een ongeneselijke kanker heeft en stierf diezelfde maand ook een vriendin. Ik zou deze thesis niet hebben kunnen verderzetten zonder de steun van iedereen in mijn omgeving, alsook dankzij het doorzettingsvermogen en de positiviteit van mezelf.

Abstract

The research of Terlau and Hirsch (2015) shows that people are keen to make their consumption habits more sustainable. Items are often thrown away after a short use, which is at the root of our (over)consumption society. One possible form of sustainable consumption could be using freecycle groups. Freecycle's main goal was to ensure that goods would be used longer, by letting them change of owner locally and free of charge without expecting anything in return. This master's thesis therefore conducted an exploratory study on the motivation of freecycle group members and also examined the social and ecological aspects of these groups. For this purpose, twelve individual interviews were conducted with members of the 'Free & Recycled Antwerpen' Facebook group. Various motivations were cited in the interviews and were both ecologically and socially inspired. Different problems were also discussed during the interview. In its report, the European Union encourages greater commitment to sustainable consumption. Freecycle groups could be a low-threshold step in the transition to a more sustainable society. Freecycle groups are still relatively unknown to the general public, despite they could have a greater impact if more people learn about it and use these groups. The research showed relevant and yet-to-be-explored domains, such as the use of freecycle groups by people in a vulnerable position, the views of people who are not (yet) members, hoarding behavior, and the role of gender.

Keywords: sustainable consumption, freecycle, gift giving, no buy groups.

Inhoudsopgave

DANKWOORD	2
ABSTRACT	3
1 INLEIDING	6
2 PROBLEEMSTELLING	8
3 FREECYCLE	9
3.1 CONCEPT	9
3.2 ONTSTAAN	9
3.3 PIJLERS	11
3.3.1 ECOLOGISCHE PIJLER	11
3.3.2 SOCIALE PIJLER	11
4 THEORETISCH KADER	13
4.1 DUURZAME CONSUMPTIE	13
4.1.1 ECO-HABITUS.....	14
4.2 ONLINE ALTERNATIVE GIVING	14
4.3 MOTIVATIES	15
4.4 TRANSITIES	15
4.4.1 DUURZAAMHEIDSTRANSITIES	15
4.4.2 HET MULTI-LEVEL PERSPECTIEF.....	16
4.4.3 GRASSROOTS-INNOVATIES	16
5 ONDERZOEKSMETHODOLOGIE	17
5.1 ONDERZOEKSVRAGEN	17
5.2 METHODOLOGIE	17
5.3 DATAVERWERKING	18
6 RESULTATEN	19
6.1 MOTIVATIES FREE & RECYCLED ANTWERPEN RESPONDENTEN	19
6.1.1 ALLEEN GAAN WONEN (NA EEN BREUK)	19
6.1.2 OM DE OPSTART MOGELIJK TE MAKEN	20
6.1.3 KINDEREN HEBBEN GEEN NIEUWE SPULLEN NODIG.....	20
6.1.4 OVERLIJDEN.....	20
6.1.5 NIET VERKOOPBAAR	21
6.1.6 ANDERS HET CONTAINERPARK BETALEN	21
6.1.7 ANTIKAPITALISTISCHE REACTIE	21

6.1.8	TWEEDEHANDS IS COOL	22
6.1.9	CREATIEF RECYCLEN	22
6.2	ECOLOGISCH ASPECT.....	22
6.2.1	HERGEBRUIKEN	22
6.2.2	GREEN-WASHED CONVENIENCE.....	23
6.2.3	OVERCONSUMPTIE	23
6.2.4	BESPAARDE GELD DONEREN.....	23
6.3	SOCIALE ASPECT	23
6.3.1	IEDEREEN KANSEN BIEDEN	24
6.3.2	DE GEMEENSCHAP VERSTERKEN	25
6.3.3	VROEGER WERD ER MEER DOORGEGEVEN	25
6.3.4	MENSEN LEREN KENNEN	25
6.4	PROBLEMEN	27
6.4.1	TAAL	27
6.4.2	HET ONTBREKENDE GEVOEL VAN VEILIGHEID.....	27
6.4.3	HOARDING	27
6.4.4	KAPOT	28
6.4.5	VERKOPEN	28
6.5	HOE KUNNEN FREECYCLEGROEPEN IN DE TOEKOMST EEN BELANGRIJKE ROL (BLIJVEN) SPELEN?	29
7	<u>CONCLUSIE & DISCUSSIE.....</u>	<u>31</u>
	<u>BIBLIOGRAFIE.....</u>	<u>33</u>
	<u>BIJLAGE: INTERVIEWLEIDRAAD.....</u>	<u>38</u>

1 Inleiding

Op 26 mei 2020, volop in de pandemie, verscheen op de website van VRT.NWS het artikel “Kringwinkels verzuipen in aanbod goederen: “Hou spullen nog even thuis”” (Hoof, 2020). Het artikel haalde aan dat de pandemie een opruimbeweging had doen starten. De Vlamingen besloten hun huis op te ruimen en de goederen die ze niet meer nodig hadden naar de Kringwinkel te brengen. Omwille van het duurzaamheidsperspectief dat de Kringwinkel aanneemt, wilden ze graag niets weggooien. Zo vroeg de Kringwinkel aan inleveraars de goederen thuis even bij te houden tot er weer plek was in hun opslagplaatsen (Chaze, 2022).

Ook ik was tijdens de eerste coronagolf een grote doorgronding van mijn goederen gestart. Wanneer de Kringwinkel aankondigde dat ze geen goederen meer aannamen, besloot ik alternatieve duurzame manieren van het ‘kwijtraken van goederen’ te verkennen. Zo kwam ik online terecht op een Facebookgroep genaamd ‘Free & Recycled Antwerpen’ en ontdekte ik het fenomeen ‘freecyclegroepen’. Het artikel van Herdagdelen et al. (2022) stelt dat tijdens de pandemie er een duidelijke stijging waargenomen werd in het aantal leden die begonnen deel te nemen aan dit soort groepen.

In freecyclegroepen worden goederen aan mensen gegeven zonder dat er geld voor gevraagd wordt. Deze goederen worden via een bericht online in een groep geplaatst, waarna een geïnteresseerd persoon kan reageren om deze te gaan ophalen bij de eigenaar. Zo wisselen goederen van eigenaar, zonder dat ze meteen in de vuilnisbak belanden. Volgens eerder onderzoek blijkt het willen ontspullen één van de grootste redenen waarom mensen gebruikmaken van freecyclegroepen (Aptekar, 2016). Aptekar (2016) stelt in haar artikel dat mensen blij zijn om van spullen af te geraken, mensen goederen een tweede leven willen geven en hiermee ook anderen helpen. Het is dus een win-win situatie.

Omwille van de beperkte literatuur die te vinden is over de Belgische freecyclegroepen en de verschillende mogelijke motieven waarom mensen lid worden van deze Facebookgroepen, zal deze masterproef een verkennend onderzoek doen naar freecyclegroepen, voornamelijk in de provincie Antwerpen (cf. methodologie). Freecyclegroepen zouden een manier van duurzame consumptie kunnen zijn en een laagdrempelige stap in de transitie naar een duurzamere samenleving. De Europese Commissie zou dit graag zien gebeuren (Sonigo et al., 2012). Desondanks dat freecyclegroepen hieraan kunnen bijdragen, dienen de motivaties van de huidige gebruikers hiertoe niet aan te leunen. Dit onderzoek tracht daarom te onderzoeken **wat de motieven zijn om gebruik te maken van freecyclegroepen en/of het ecologische of het sociale aspect hierin belangrijk zijn en/of hoe ze in de toekomst een belangrijke rol kunnen (blijven) spelen.**

In de eerste plaats zal de probleemstelling proberen capteren wat het probleem is, wat de huidige kennis of denkwijze over het probleem is en waarom het zo belangrijk is dat dit onderwerp onderzocht wordt (Lingard, 2015). Hierbij zal duurzaamheid centraal gesteld worden, aangezien de opzet van deze masterproef kwam uit het licht van duurzame consumptie. Vervolgens zal het concept, namelijk freecyclegroepen, toegelicht worden. Hierin wordt het ontstaan, de manier van werken en het ecologische en sociale aspect uitgelegd. In het theoretisch kader wordt de bestaande literatuur toegelicht. De eerste alinea start met de toelichting van de definitie van duurzame consumptie. Vervolgens worden (duurzame) koopattitudes besproken. Naast deze koopattitudes, dewelke ‘anders consumeren’ kunnen bewerkstelligen, wordt ook ‘consuminderen’ onder de loep genomen. Vervolgens wordt het maatschappelijke aspect besproken onder politiek consumentisme en het structure/agency debat. Gebruik maken van freecyclegroepen zou kunnen voortkomen uit politieke motieven. Het structure/agency debat stelt in vraag welk gewicht gelegd dient te worden in de maatschappij wanneer individuele (koop)attitudes bekeken worden. Literatuur rond welke bevolking(sub)groepen aan duurzame consumptie doen wordt besproken onder de titel ‘eco-habitus’, een term dewelke geïnspireerd werd door Bourdieu (Kennedy & Givens, 2019). Aangezien voorgaande literatuur vaak de link tussen freecyclegroepen en geschenkcultuur besprak, zal dit ook toegelicht worden in het theoretisch kader. Deze alinea wordt opgevolgd door enkele motivaties dewelke een onderzoek in de Verenigde Staten naar boven brachten (Liu et al., 2020). Tot slot wordt de theorie van (duurzaamheids)transities, het multi-level perspectief, grassroots-innovaties toegelicht en toegepast op freecyclegroepen.

Om dit onderzoek uit te voeren, werden er twaalf individuele interviews afgenomen bij respondenten van de Free & Recycled Antwerpen groep. De keuze om leden van deze groep te interviewen werd gemaakt omwille van

de grootte van deze groep en de omgeving die deze groep bestrijkt. De groep telt 46 duizend leden en ligt in de provincie Antwerpen, waar ook de Universiteit Antwerpen en ik gevestigd zijn. Om de respondenten te vinden, werd een bericht in deze groep geplaatst dat goedgekeurd werd door de beheerders. Respondenten konden hierna via Facebook Messenger gecontacteerd worden. Er werd op voorhand gevraagd of ze meestal goederen kregen, weggaven of beide deden via de groep. Zo werd getracht een gelijke verdeling in de respondenten te voorzien. Er werd steeds afgesproken bij de respondent thuis om het interview af te nemen. Het interview werd opgenomen, waarna het getranscribeerd, geanonimiseerd en gecodeerd werd. Dit maakte het mogelijk om de resultaten, de conclusie en discussie uit te schrijven. Hierin werden de onderzoeksvragen beantwoord, de beperkingen en beleidsimplicaties vermeld en tot slot ook een aanzet gedaan tot verder onderzoek.

2 Probleemstelling

Onderzoek van Trudel (2019) stelt dat menselijke activiteiten een ingrijpend gevolg hebben op milieuproblemen zoals klimaatverandering en de opwarming van de aarde. Het uitstoten van broeikasgassen, uitputting van natuurlijke hulpbronnen en milieuvervuiling door menselijke activiteiten hebben een verwoestend effect (Yan et al., 2021). Zo stelt het rapport van de European Environment Agency dat er onomkeerbare schade toegebracht wordt aan de mondiale ecosystemen, bodemdegradatie op termijn kan zorgen voor voedselschaarste en de menselijke gezondheid ook rechtstreeks in gevaar wordt gebracht (Mortensen et al., 2012). Hierdoor stelt het rapport dat het belangrijk is de consumptie van burgers aan te pakken (Mortensen et al., 2012). De Europese Commissie stelde daarom een rapport op waarin ze duurzame consumptie aanmoedigen aan hun burgers (Sonigo et al., 2012).

Het onderzoek van Nelson et al. (2007) stelt dat in de huidige Westerse wereld waar (over)consumptiecultuur genormaliseerd wordt, er ook plaats wordt gemaakt voor consumenten die 'downshiften' en zich bekommeren over het maatschappelijke leven. 'Downshiften' betekent dat individuen bewuster nadenken over hun aankopen en levensstijl (Nelson et al., 2007). Zo consumeren en werken deze mensen over het algemeen minder (Nelson et al., 2007). Deze specifieke groep consumenten zou voornamelijk downshiften omwille van milieu, sociale- en dierenwelzijnskwesties (Shaw & Newholm, 2002). Klimaatverandering, milieuvervuiling en uitputting van grondstoffen worden door overconsumptie in de hand gewerkt (Brown & Cameron, 2000). Ecologische en sociale problemen, zoals de opwarming van de aarde, het uitsterven van soorten, overbevolking, armoede, droogte, etc. leiden tot het in vraag stellen van de duurzaamheid van de samenleving (Phillis et al., 2010). Vele mensen proberen daarom hun eigen negatieve impact te beperken, door te proberen aan duurzame consumptie te doen (Nelson et al., 2007).

Één van de alternatieve manieren om aan duurzame consumptie te doen, is via freecyclegroepen. Dankzij freecyclegroepen worden goederen lokaal van eigenaar gewisseld zonder dat men deze overkoopt. Het onderzoek van Eden (2017) stelt dat de huidige manier van consumeren door deze alternatieve manier in vraag wordt gesteld. Zo zorgen freecyclegroepen ervoor dat er opnieuw waarde wordt toegekend aan producten en wordt circulariteit in de kijker gezet (Eden, 2017). De eerste trede van de Ladder van Lansink, namelijk afval voorkomen, was de insteek van de organisatie 'Freecycle' (Aptekar, 2016; *Ladder van Lansink*). De oorsprong van de freecyclegroepen is te vinden bij de Amerikaanse organisatie Freecycle. Hieruit ontstonden freecyclegroepen wereldwijd, zonder dat ze nog verbonden zijn met de oorspronkelijke organisatie. Freecyclegroepen zijn niet-wederkerig en zorgen er elke dag voor dat tonnen goederen niet verspild worden (Liu et al., 2020). De levensduur van goederen wordt verlengd doordat ze van eigenaar en gebruiker wisselen.

Dit fenomeen werd reeds in beperkte mate onderzocht in de Verenigde Staten (Aptekar, 2016; Liu et al., 2020; Nelson et al., 2007) en in het Verenigd Koninkrijk (Eden, 2017), maar literatuur voor België blijft beperkt tot onbestaand. Deze masterthesis hoopt daarom het fenomeen lokaal te bestuderen en na te gaan **wat de motieven zijn om gebruik te maken van freecyclegroepen en/of het ecologische of het sociale aspect hierin belangrijk zijn en/of hoe ze in de toekomst een belangrijke rol kunnen (blijven) spelen.**

3 Freecycle

3.1 Concept

Zoals in de volgende alinea toegelicht zal worden, zijn freecyclegroepen overgewaaid vanuit de Verenigde Staten, waar de non-profit organisatie Freecycle werd opgericht. Freecycle profileert zich als een grassroots, non-profit beweging waarvan je gratis lid kan worden (About Freecycle). Hun voornaamste doel is goederen lokaal van eigenaar te laten wisselen en bruikbare goederen zo uit de afvalberg te weren (About Freecycle). Hun missie wordt samengevat in volgend citaat: “to build a worldwide gifting movement that reduces waste, saves precious resources, and eases the burden on our landfills while enabling our members to benefit from the strength of a larger community” (Aptekar, 2016, p. 269).

In Antwerpen wordt voornamelijk de Facebookgroep Free & Recycled Antwerpen gebruikt in plaats van de pagina die op Freecycle.org werd aangemaakt. Dit kon achterhaald worden door de frequentie berichten die geplaatst werden te bekijken. Freecyclegroepen zijn ook vaak te vinden onder de naam ‘graag gegeven [gemeente]’ of ‘Free & Recycled [gemeente]’, ‘Gratis [gemeente]’ etc. Ondanks dat deze groepen ‘freecyclegroepen’ genoemd worden, dient hierbij vermeld te worden dat de groepen op Facebook in tussentijd los zijn komen te staan van de oorspronkelijke organisatie Freecycle. Omwille van het patent dat Freecycle op deze naam heeft, dienen de groepen op Facebook een andere naam te gebruiken (hsb, 2015). De manier van werken van deze Facebookgroepen is dezelfde als op Freecycle.org. Mensen die lid worden van deze Facebook freecyclegroep, krijgen de kans om online de goederen die ze graag zouden wegdoen te plaatsen, waarna andere mensen deze goederen kunnen afhalen. Belangrijk voor de verdere bespreking, is om te benadrukken dat de mensen die geven en ontvangen, elkaar vaak niet kennen. Er is ook geen wederkerigheid. Het weggeven van goederen verloopt in één richting (Aptekar, 2016). De mensen die goederen plaatsen zijn ook in staat om goederen bij andere mensen op te halen. Praktisch betekent dit dat wanneer iemand in een groep zit, deze een bericht plaatst in de groep. Wanneer men een bericht wil plaatsen, wordt er gevraagd om een beschrijving van het goed te geven, een kleine locatiebeschrijving van waar het kan worden opgehaald en een foto van het item te plaatsen. In deze groepen dient de beheerder of dienen de beheerders het bericht goed te keuren, aangezien bijvoorbeeld medicatie niet via deze groep weggegeven mag worden. Indien iemand geïnteresseerd is om een product van iemand anders over te nemen, kan deze persoon ofwel reageren in de comment-sectie onder het bericht of een privébericht sturen naar de persoon die het item wegdoet. De aanbieder en geïnteresseerde nemen zo met elkaar contact op en spreken af waar en wanneer het opgehaald kan worden.

3.2 Ontstaan

Zoals reeds eerder vermeld, is de literatuur rond freecyclegroepen schaars. Het artikel van Aptekar (2016) stelt dat de oorspronkelijk milieuactivistische organisatie Freecycle werd opgericht met het doel goederen niet te verspillen. Het artikel van Gunther (2007) stelt dat de organisatie in 2003 werd opgericht door Deron Beal, nadat hij zich bewust werd op zijn job hoeveel bruikbare goederen werden weggegooid. Hij werkte toen voor een non-profit recyclage organisatie genaamd RISE. Omwille hiervan startte hij een experiment waarbij hij bruikbare goederen zou weggeven aan mensen die hij kende en waarvan hij wist dat zij deze goederen konden gebruiken. Zijn netwerk breidde uit en hij merkte dat hierin meer interesse kwam, waarna Freecycle in Arizona werd opgericht. Freecycle breidde vervolgens wereldwijd uit onder de naam The Freecycle Network. Hier begon The Freecycle Network met het vormen van nieuwe groepen via andere platformen, alsook deze zelf te promoten (*Guidelines and Disclaimer*, 2003). The Freecycle Network zet zich voornamelijk in om mensen online samen te brengen en de uitwisseling mogelijk te maken (Eden, 2017). Ook stelt The Freecycle Network de regels op over welke goederen geruild mogen worden en op welke manier dit best verloopt. Vrijwilligers, m.a.w. de beheerders van deze groepen, kijken erop toe dat deze regels gerespecteerd worden.

Na talloze pogingen te onderzoeken hoe het fenomeen naar België is overgewaaid, werd geconstateerd dat dit moeilijk te achterhalen is. Om toch enige informatie te verkrijgen, zocht ik contact met enkele beheerders van de Free & Recycled Antwerpen groep. Vanuit hen kreeg ik de volgende info over het ontstaan van deze groep: In 1994 ontstond, ongeveer tien jaar voor The Freecycle Network in de Verenigde Staten, LETS in Leuven (LETS Antwerpen Stad). LETS staat voor *Local Exchange Trading System* en waaide over vanuit Canada (LETS

Antwerpen Stad; C. C. Williams, 1996). Deze LETS groepen worden regionaal georganiseerd en bestaan uit het onderling uitwisselen van goederen en diensten. Vanuit deze insteek en het observeren van het opkomende freecycle-netwerk, zouden de oprichters van Antwerpen besloten hebben ook een groep op Facebook op te starten. Deze groep zou in de eerste plaats ook 'Freecycle Antwerpen' genoemd hebben, maar omwille van het patent op de naam Freecycle werden de beheerders van deze Facebookgroep gevraagd de naam te veranderen naar een andere (hsb, 2015). Zo ontstond 'Free & Recycled Antwerpen'. De originele oprichters vinden is niet simpel, aangezien de groepen al meerdere malen zijn doorgegeven van beheerder op beheerder.

Hierbij dient vermeld te worden dat er een groot verschil is tussen LETS en freecyclegroepen. LETS is een lokaal uitwisselingsstelsel, wat gekarakteriseerd wordt door wederkerigheid (LETS Antwerpen Stad). Freecyclegroepen zijn niet wederkerig en bieden ook geen diensten aan. LETS werd opgericht uit een ecologisch en ook sociaal perspectief (Caldwell, 2000). Zo hoopt het goederen en diensten binnen de gemeenschap uit te wisselen, waardoor er geen nood zou kunnen zijn aan inbrenging van buiten de gemeenschap of de reguliere markt (Caldwell, 2000; Pacione, 1997). Dankzij dit fenomeen, zou het de ongelijkheid tussen arm en rijk verminderen en de levensstandaard verhogen (Colin C. Williams, 1996). Het onderzoek van Caldwell (2000) stelt dat de gebruikers nu vaak voorstander zijn van het groene gedachtengoed.

Soortgelijke groepen werden ook online opgericht dankzij het Buy Nothing Project. Deze 'no buy' groepen verschillen van freecyclegroepen omwille van het toestaan van verschillende soorten berichten. In de meeste freecyclegroepen worden berichten met de vraag naar goederen beperkt en worden er ook niet regelmatig dankbaarheidsberichten geplaatst. Dit is in 'no buy' groepen wel zo (Herdagdelen et al., 2022). Herdagdelen et al. (2022) stellen ook dat het gemeenschapsgevoel in dit soort groepen meer van belang is dan in freecyclegroepen.

3.3 Pijlers

Zoals eerdere literatuur reeds aantoonde, was het oorspronkelijke doel van Freecycle de hoeveelheid bruikbare of repareerbare goederen dewelke weggegooid worden te reduceren (Krush et al., 2015). Toch toont het artikel van Aptekar (2016) dat niet enkel het duurzame aspect een rol zou kunnen spelen in het gebruikmaken van freecyclegroepen. Daarom wordt in dit deel van de masterproef onderzoek gedaan naar twee aspecten, namelijk het ecologisch- en sociale aspect.

3.3.1 Ecologische pijler

De Ladder van Lansink geeft de hiërarchie waarmee afval dient behandeld te worden weer (*Ladder van Lansink*). In de eerste plaats hoopt de Ladder van Lansink afval te voorkomen. Daarom is het belangrijk te bedenken of de aankoop van een goed in de eerste plaats nodig is. Hierover is in deze masterthesis later meer te lezen. Een volgende trede in deze afvalhiërarchie is hergebruiken. Freecycle is ontstaan met de intentie om goederen niet onnodig weg te moeten gooien, maar langer in leven te kunnen houden indien dit mogelijk is (*About Freecycle*; Aptekar, 2016). Twee decennia na het ontstaan van Freecycle kan geconstateerd worden dat freecyclegroepen deze doelstelling nog steeds halen. Hoewel de literatuur niet aanwijst dat dit de voornaamste reden is dat freecycleleden gebruikmaken van deze lokale groepen, zorgen deze groepen er nog steeds voor dat de levensduur van nog bruikbare of repareerbare goederen verlengd wordt. Zo worden er volgens Freecycle gemiddeld per dag 1.000 ton goederen in de Verenigde Staten gered van de afvalberg via deze lokale freecyclegroepen (*About Freecycle*). De derde trede moedigt recycleren aan. Ook deze trede zal later aan bod komen in de motivaties waarom mensen gebruikmaken van freecyclegroepen (cf. motivaties). Tot slot bevindt onderaan de ladder verbranding met en zonder energierecuperatie.

Zoals Freecycle en het artikel van Aptekar (2016) aanhaalden, is het de bedoeling dat goederen binnen freecyclegroepen lokaal worden weggegeven (*About Freecycle*). Omwille daarvan wordt er per land, stad, gemeente, etc. een groep aangemaakt. Dit zorgt ervoor dat de goederen geen lange afstanden moeten afleggen, dewelke mogelijk meer CO₂-uitstoot zouden veroorzaken dan nodig.

Het onderzoek van Aptekar (2016) toont aan dat freecyclegroepen mensen doet nadenken over het weggooien van goederen. Mensen worden zich meer bewust van de impact van het weggooien van bruikbare of te repareren goederen en willen zich actief inzetten om bruikbare goederen langer in leven te houden, bij een andere eigenaar. Dit maakt dat de eindfase van het leven van een goed in de kijker wordt gezet. Freecyclegroepen zorgen er ook voor dat er minder nood is aan de productie van nieuwe goederen, doordat mensen die via freecyclegroepen goederen ontvangen, deze niet nieuw in de winkel gaan kopen.

Het artikel van Aptekar (2016) haalt ook een meer egoïstisch – ecologisch perspectief naar boven onder de term ‘green-washed convenience’. Deze term stelt dat gevers vaak klimaat- en milieuvriendelijke intenties hebben, maar zich ook schuldig voelen wanneer ze nog bruikbare goederen willen weggooien. Omwille hiervan zouden mensen goederen willen dumpen bij andere mensen, zodat ze zich niet slecht hoeven te voelen over het willen wegdoen van een vroegere (en eventueel onnodige) aankoop. Hierdoor zouden deze freecyclegroepen overconsumptie kunnen stimuleren, aangezien weggevers vaak vlot van hun goederen afraken en daardoor mogelijk opnieuw of meer zullen consumeren.

3.3.2 Sociale pijler

Wanneer men aan de positieve sociale aspecten van freecyclegroepen denkt, kan men snel tot de conclusie komen dat freecyclegroepen bijvoorbeeld bijdragen aan de zoektocht van mensen naar bepaalde goederen. Zo krijgen mensen die op zoek zijn naar bepaalde goederen via freecyclegroepen deze gratis. Gevers voelen zich goed bij het idee dat ze iemand zouden kunnen helpen met hun goederen en worden daarnaast extra gelukkig wanneer bij het ophalen iemand zijn of haar dankbaarheid uit naar de gever (Aptekar, 2016). Het artikel van Nelson et al. (2007) stelt dat freecyclegroepen kunnen bijdragen aan het gemeenschapsgevoel. Zo geraken mensen die in elkaars buurt wonen met elkaar in contact en geraken ze via deze lokale groepen met elkaar online en offline verbonden (Nelson et al., 2007). Freecyclegroepen worden in verschillende teksten beschreven als

‘online alternative giving’ (Liu et al., 2020), hierover later meer. Ondanks dat directe wederkerigheid niet aanwezig is in freecyclegroepen, kan in vraag gesteld worden of mensen die goederen weggeven ook zelf gebruikmaken van dit netwerk om iets te krijgen, waardoor er indirecte wederkerigheid tegenover de groep zou kunnen ontstaan. Het artikel van Herdagdelen et al. (2022) vermeldt dat de sociale en morele verplichting van leden ervoor zorgt dat ze niet meteen wederkerigheid ervaren, maar dat dit in enige zin wel nodig is om de groepen draaiende te kunnen houden.

In het onderzoek van Aptekar (2016) wordt aangegeven dat indien meerdere mensen geïnteresseerd zijn in een item, de geveger zelf kan beslissen aan wie hij of zij het item geeft. Dit zorgt voor enige macht, aangezien hierdoor bepaalde mensen kunnen uitgesloten worden (Eden, 2017). Anderzijds heeft de ontvanger vaak ook enige macht doordat hij of zij een afspraak maakt met de geveger om het item te komen ophalen, waarna hij of zij kan besluiten uiteindelijk niet op te dagen. Dit fenomeen wordt in de literatuur ‘no-show’ genoemd (Aptekar, 2016).

Het onderzoek van Aptekar (2016) stelt dat freecyclegroepen een nieuwe soort economie met zich meebrengen waarin er klassenverschillen kunnen zijn tussen zij die lid van de groep zijn om goederen weg te geven en zij die lid zijn om goederen te ontvangen. Hierdoor kan er sprake zijn van ongelijkheid. De weggevers krijgen een soort van beloning omwille van het doneren van goederen, op een duurzame manier, aan iemand anders. Zo krijgen ze een dubbel goed gevoel omdat ze hun onnodige goederen kwijtraken en iemand anders helpen. De ontvangers, dewelke soms in een kwetsbare positie zitten, zijn niet altijd in staat om goederen te doneren. Schaamte is één van de gevoelens die hiermee gepaard zou kunnen gaan. Dit betekent niet dat zij geen beloning zouden mogen voelen, aangezien sommige leden van deze groepen inherent minder aankopen, door bijvoorbeeld budgettaire beperkingen. Hierdoor is hun gedrag vermoedelijk al duurzamer (Aptekar, 2016).

Als lid van freecyclegroepen, kan ikzelf bevestigen dat er regelmatig in deze groepen berichten worden geplaatst door mensen in een kwetsbare positie, dewelke opzoek zijn naar bepaalde goederen. In dit onderzoek wordt gehoopt dat mensen eerlijk durven spreken over hun kwetsbare positie, aangezien hiermee schaamte gepaard kan gaan.

4 Theoretisch kader

4.1 Duurzame consumptie

Volgens het 'United Nations Environment Programme' kan duurzame consumptie en productie gedefinieerd worden als "the use of services and related products, which respond to basic needs and bring a better quality of life while minimizing the use of natural resources and toxic materials as well as the emissions of waste and pollutants over the life cycle of the service or product so as not to jeopardize the needs of future generations" (Sustainable consumption and production policies, 2022). Op Europees vlak stelde de Europese Commissie een rapport voor om weer te geven hoe zij duurzame consumptie wilden aanmoedigen. Dit rapport stelt dat de toegenomen welvaart en de bijhorende toename in consumptie een belangrijke factor is die milieuproblematiek, klimaatverandering, uitputting van grondstoffen, etc. in de hand werkt (Sonigo et al., 2012). Het rapport van Sonigo et al. (2012) wijst naar het belang van de gedragingen van de individuele Europese burgers en wil gedragsverandering in de hand werken. Echter wordt ook gesteld dat niet enkel de gedragsveranderingen in consumptiepatronen voldoende zijn om de klimaat- en milieuproblematiek op te lossen. Dit rapport richt zich tot de bevolkingsgroepen die de mogelijkheid hebben betere keuzes te maken en volgt het 'equity'-principe (Sonigo et al., 2012). Dit principe houdt in dat er rekening gehouden wordt met de sociale en economische context, waarbij er gevraagd wordt een inspanning te leveren binnen de mogelijkheden en zonder een drastische reductie van de levensstandaard van bepaalde bevolkingsgroepen (Lorek, 2021).

Het onderzoek van Terlau & Hirsch (2015) toont aan dat mensen graag hun consumptiegewoontes willen verduurzamen, maar toch blijkt er een kloof te zijn tussen hun houding en gedrag. Transparantie van de bedrijven zou de keuze kunnen vergemakkelijken. Individuen vinden het vaak moeilijk om informatie te vinden over de goederen die ze willen kopen. Bedrijven boekten reeds vooruitgang in het verbeteren van het rendement van het productiesysteem (Jackson, 2005). "Reusing, remanufacturing, and recycling end-of-life products, using the wastes of one production process as inputs to another, and redesigning products, processes, and supply chains for improved efficiency all offer clear environmental benefits to industrial society" (Jackson, 2005, p. 20). De verbeteringen in de productie van goederen worden zeker en vast erkend, maar desondanks de technologische vooruitgang wordt betwist dat louter het efficiënter maken van industriële processen voldoende zal zijn (Jackson, 2005).

Anders (m.a.w. duurzamer) consumeren of 'consuminderen' zijn twee verschillende manieren om het vraagstuk rond duurzaam consumeren als individu in te vullen. Aangezien de impact van de productie van goederen belangrijk is om mee te nemen, kan 'consuminderen' een goed alternatief zijn. Bij consuminderen bekijkt de consument de eerste trede van de Ladder van Lansink, namelijk afval voorkomen (*Ladder van Lansink*). Wanneer een individu onnodige goederen aankoopt, zullen deze waarschijnlijk minder lang gebruikt worden. Individuen die graag willen consuminderen denken na over hun aankoop en onderzoeken of het geen onnodige aankoop zou zijn. Deze gedachte kan vertaald worden in volgende vragen: Is de aankoop van dit goed een impulsaankoop? Zal ik het goed nog kopen als ik een maand wacht voor de aankoop? Zou ik het goed ook van iemand anders kunnen lenen of huren? Zal ik het goed binnen een jaar nog gebruiken?

Duurzame consumptie zou ook bekeken kunnen worden als een niet-institutionele vorm van politieke participatie onder de term 'politiek consumentisme' (Gundelach, 2020). Consumptie kan politiek consumentisme worden indien politieke motieven de drijfkracht van de beslissingen zijn en het zo een politiek statement uit. Belangrijk daarbij is dat het niet een éénmalige actie is, maar ingebakken zit in de aankoopattitudes van een persoon (Gundelach, 2020). Freecyclegroepen zouden dus mogelijk een uiting van politiek consumentisme kunnen zijn. Uit de interviews zou naar voren kunnen komen dat personen met bepaalde politieke of activistische motieven in het achterhoofd besluiten gebruik te maken van deze groepen. Hiernaar zal daarom ook gepeild worden in het interview. Het onderzoek van Sorensen en Jorgensen (2019) toont bijvoorbeeld aan dat millennials, individuen geboren tussen 1980 en 1999, politieke overwegingen vaker meenemen in hun keuze van aankoop. Het sociale en ecologische aspect zou belangrijk zijn voor hun beslissing. Een stijgende trend is hierdoor te zien in de aankoop van tweedehands goederen, waarbij wordt gezegd dat deze een enorme impact hebben op de industrie (Herjanto et al., 2016). Ook schrijft Steffen (2016) dat het kopen van tweedehands iets populair is geworden en gezien wordt als stijlvol en verstandig.

Deze quote van Spaargaren (2011, p. 813) haalt enkele belangrijke en samenvattende punten aan, namelijk: “First, the role and responsibilities (not) to be assigned to individual citizen-consumers in environmental change can be specified. Secondly, objects, technologies and infrastructures can be recognized for their crucial contribution to climate governance without lapsing into technological determinism. Third, the cultural framing of sustainability can be enriched by looking into the forms of excitement generated in shared practices of sustainable consumption. We conclude by discussing the need to investigate the globalization of practices from a post-national perspective in both science and policy”. Het agency/structure debat kan opengetrokken worden wanneer we spreken over duurzame consumptie. Zonder een sterk structuralistisch standpunt aan te nemen, mag gezegd worden dat het belangrijk is na te gaan hoe consumenten omgaan met de praktijken, gewoontes en context waarin mensen leven wanneer duurzame consumptie geobserveerd wordt.

Hoewel duurzame consumptie niet de hoofdreden van de gebruikers van freecyclegroepen hoeft te zijn, doet vermoeden dat toch een belangrijk aandeel van de gebruikers dit als één van de redenen zal opsommen. Het artikel van Aptekar (2016) haalt aan dat freecyclegebruikers ook mogelijk een voldoening vinden in freecyclegroepen voor hun overconsumptie. Zo kan het zijn dat individuen zonder schuldgevoel overconsumeren en de gekochte goederen achteraf weggeven via freecyclegroepen wanneer ze de goederen beu zijn. Indien dit het geval zou zijn, moet het duurzaamheidsaspect van freecyclegroepen herbekeken worden.

4.1.1 Eco-habitus

Bourdieu's 'habitus' toont de link en wisselwerking tussen het (micro) handelen en de (macro) structuren (Haluzá-DeLay, 2008). Bourdieu stelt dat er drie soorten kapitaal bestaan, namelijk het economisch, cultureel en sociaal kapitaal. Deze vormen van kapitaal en de onderlinge machtsstrijd die hierin speelt, maken het mogelijk dat iemand behoort tot een bepaalde klasse. “Habitus is de gestalte of levenshouding die mensen aannemen” (Stoep, 2018, p. 165). “The concept of an eco-habitus proposes that an orientation toward sustainably produced products can be found among high cultural capital (HCC) individuals” (Kennedy & Givens, 2019, p. 648). De eco-habitus zou de connectie en verantwoordelijkheid van mensen tegenover de aarde herstellen door hen aan te moedigen individuele en collectieve stappen te nemen (Kasper, 2009). Zoals eerder vermeld, is het belangrijk om steeds rekening te houden met de positie waar een land, individu, etc. zich in bevindt (Lorek, 2021). De mogelijkheid om duurzame stappen te ondernemen is niet altijd vanzelfsprekend. De term eco-habitus beklemtoont dan ook meteen dat individuen in een minder sterke sociaal-economische positie een sterk gevoel van 'eco-machteloosheid' kunnen ervaren (Kennedy & Givens, 2019). In deze masterthesis zal de sociaal-economische positie van individuen niet nagegaan worden, maar wordt wel vermoed dat freecyclegroepen een laagdrempelige manier kunnen zijn om aan duurzame consumptie te doen, waardoor het mogelijk gevoel van eco-machteloosheid zou kunnen minderen.

4.2 Online alternative giving

Bestaande literatuur linkt freecyclegroepen vaak aan de traditionele geschenkcultuur (Aptekar, 2016; Liu et al., 2020). Het artikel van Krush et al. (2015) bekritiseert de verwijzing naar de geschenkcultuur. Zij stellen dat 'gifting' niet inherent gekarakteriseerd wordt door een gever die onnodige goederen probeert door te geven naar een ontvanger, wat in freecyclegroepen wel vaak het geval is. Daarnaast stellen ze dat bij het cadeau doen de ontvanger ook normaal niet weet wat hij of zij zal krijgen. In freecyclegroepen krijgen mensen goederen omdat zij er zelf op reageren of naar zochten. Dit is niet het geval bij de gewoonlijke geschenkcultuur. Tot slot wordt gesteld dat bij de reguliere geschenkcultuur de gever en ontvanger elkaar kennen, wat vaak niet het geval is in freecyclegroepen (Krush et al., 2015).

Het artikel van Liu et al. (2020) stelt dat de uitwisseling dewelke in freecyclegroepen gebeurt niet-monetair, niet-wederkerig is en online verloopt. Het niet-monetaire aspect maakt in freecyclegroepen plaats voor een waarde dewelke individueel gecreëerd wordt (Eden, 2017). Het ontbreken van wederkerigheid in freecyclegroepen onderscheidt zich van het traditionele schenken. Het traditionele schenken bevat drie vereisten, namelijk geven, ontvangen en teruggeven (Tumin, 1956). De wederkerigheid in freecyclegroepen is niet aanwezig, waardoor er gesproken zou kunnen worden van delen, wat een 'niet-wederkerige pro-sociale gedraging' wordt genoemd (Benkler, 2004; Herdagdelen et al., 2022). Delen impliceert een eigenaarschap waardoor deze term ook niet

passend is wanneer het fenomeen van freecyclegroepen wordt beschreven. Wel is er sprake van een gedeeld voordeel aangezien de gever ontdaan wordt van een goed en de ontvanger verrijkt wordt (Krush et al., 2015).

Vervolgens worden freecyclegroepen in de literatuur gelinkt aan de deeleconomie (Liu et al., 2020). Deeleconomie wordt door de Europese Commissie gedefinieerd als: “bedrijfsmodellen waarin activiteiten worden gefaciliteerd door deelplatforms die een open marktplaats tot stand brengen voor het tijdelijke gebruik van (vaak door particulieren aangeboden) goederen of diensten” (Dubois et al., 2022, p. 13). Door de monetaire transacties dewelke de deeleconomie karakteriseren en doordat er geen overdracht van eigendom is, kunnen freecyclegroepen ook niet ondergebracht worden onder de deeleconomie. De term dewelke daarom de voorkeur krijgt is ‘online alternative giving’ (Liu et al., 2020). Het artikel van Liu et al. (2020) stelt dat freecyclegroepen mogelijk werden dankzij de technologische veranderingen en globalisatie die deze online gemeenschap deed ontstaan. Hierbij dient rekening gehouden te worden met mogelijke digitale geletterdheid die kan ontstaan wanneer individuen niet capabel zijn zichzelf in deze onlinegemeenschap te vestigen. Dit kan plaatsvinden wanneer individuen bijvoorbeeld moeilijkheden hebben met de online werking, een toestel ontbreken dat op internet kan of ze geen toegang hebben tot het internet in het algemeen. Hierdoor is het mogelijk dat een bepaalde groep gebruik maakt van freecyclegroepen. Dit wordt erkend in het onderzoek. Ook wordt er meegenomen dat niet enkel ‘schenkers’, maar individuen die ontvangen of beiden doen geïnterviewd worden.

4.3 Motivaties

Zoals eerder vermeld, is onderzoek naar freecyclegroepen schaars. Het artikel van Liu et al. (2020) was vrijwel het enige onderzoek dat de motivaties van de freecyclegebruikers onderzocht. Uit dit onderzoek kwamen de negen belangrijkste motivaties om gebruik te maken van freecyclegroepen in Orlando naar voren. De eerste motivatie die aangehaald wordt is dat freecyclegroepen een alternatieve vorm van geven mogelijk maakt dat mensen waarderen. De nadruk wordt gelegd op de cyclus van geven en ontvangen tussen verschillende gevers en ontvangers. Dit gebeurt niet-wederkerig en zonder tussenkomst van geld. Vervolgens wordt anti-consumptie aangehaald als een mogelijke motivatie. “Consumers motivated by anticonsumption commonly seek to live a downsized and simple life, though other factors such as prosocial motivations emerged” (Liu et al., 2020, p. 344). Creatief recycelen blijkt ook een motivatie te zijn om deel te nemen aan freecyclegroepen. Deze motivatie herbekijkt de rechtlijnige functietoewijzing van goederen. Goederen kunnen namelijk een andere functie krijgen en op een andere manier hergebruikt worden door iemand anders. Het onderzoek van Liu et al. (2020) toonde aan dat sommige gevers gemotiveerd werden door indirecte wederkerigheid (ownership repurposing). Hun motivatie om deel te nemen aan freecyclegroepen zou voornamelijk komen uit het herbestemmen van goederen waarbij naar de goederen gekeken wordt vanuit een ‘gezamenlijk eigendom’- visie. Verder worden in het artikel van Liu et al. (2020) nog andere motivaties aangehaald waaronder utilitaire behoeften, hedonische behoeften, herbestemming van eigendom, veranderingen in de levensfase en monetaire ruil. Deze kwamen in mindere mate voor en werden ook niet verder toegelicht in het onderzoek.

4.4 Transitie

Binnen transitiestudies worden langetermijnprocessen van verandering bestudeerd (Caletrio, 2015). Samenlevingen bestaan uit gevestigde structuren en praktijken dewelke maatschappelijke functies vervullen en zo socio-technische systemen creëren (Geels & Kemp, 2000). Omwille van de betrokkenheid van vele en verschillende actoren, instellingen, etc. gebeurt een transitie niet meteen (Markard et al., 2012). De socio-technische systemen hangen samen, zijn onderling afhankelijk van elkaar en vervullen belangrijke functies (Markard et al., 2012). Het is daarom belangrijk om de dynamiek van deze systemen in het achterhoofd te houden (Markard, 2011).

4.4.1 Duurzaamheidstransities

Gegeven dat menselijke activiteiten een ingrijpend gevolg hebben op milieuproblemen, klimaatverandering en de opwarming van de aarde, dient er nagedacht te worden over een duurzamere samenleving (Trudel, 2019). Hierdoor zou een radicale transformatie naar een duurzame samenleving, oftewel een duurzaamheidstransitie,

een antwoord kunnen bieden (Grin et al., 2010). Er is nood aan systeeminnovatie dewelke bestaat uit meer duurzame socio-technische configuraties. Technische veranderingen zullen hieraan bijdragen, maar ook (groene) veranderingen in de structuur van de maatschappij zijn belangrijk (Caletrio, 2015). Deze duurzame veranderingen dienen de noden van de bevolking te bevredigen en terwijl rekening te houden met de levenskwaliteit van de huidige en toekomstige generaties (Seyfang & Smith, 2007).

Het aanpakken van consumptiepatronen is een belangrijk aspect dat hierin niet verwaarloosd mag worden (Jackson, 2005; Spaargaren, 2011). De verantwoordelijkheid wordt hierbij ook gelegd bij de consument. In het artikel van Spaargaren (2008) wordt gesteld dat consumenten de 'change-agents' zijn die verandering maken, ook op maatschappelijk- en beleidsmatig vlak. Het agency/structure debat kan hierdoor opengetrokken worden. Zonder een sterk structuralistisch standpunt aan te nemen, mag gezegd worden dat het belangrijk is na te gaan hoe consumenten omgaan met de praktijken, gewoontes en context waarin mensen leven.

4.4.2 Het multi-level perspectief

Het multi-level perspectief kan voorgesteld worden in verschillende levels waarbij het hoogste level het landschap vertegenwoordigt. Dit level bestaat uit langetermijntrends waar men niet meteen een invloed op kan hebben (Vandermoere, 2022). Vervolgens vinden we daaronder het regime. Het regime is de gewoonlijke dominante structuur, cultuur en praktijken (Vandermoere, 2022). Tot slot hebben we de niches. Deze niches vertegenwoordigen "een domein van creatieve levendigheid met een hoog innovatietempo" (Caletrio, 2015).

Op het regimeniveau is bijvoorbeeld de gangbare manier van consumeren (en produceren) te vinden. Op het landschapniveau situeert zich de milieuproblematiek (Trudel, 2019). Onderzoek van McDermott (2016) toont aan dat mensen goederen minder lang gebruiken en er plaats gemaakt werd voor een wegwerpcultuur. Freecyclegroepen zouden een positieve rol als nichespeler hierin kunnen spelen. Zoals eerder vermeld zorgen freecyclegroepen ervoor dat reeds geproduceerde goederen een langer leven krijgen door te wisselen van eigenaar. Het vermindert daardoor de afvalberg, de nood aan de productie van nieuwe goederen en zorgt dat op een lokale en budgetvriendelijke manier mensen goederen kunnen verkrijgen.

4.4.3 Grassroots-innovaties

Grassroots-innovaties worden door Seyfang en Smith (2007, p. 585) beschreven als "networks of activists and organisations generating novel bottom-up solutions for sustainable development; solutions that respond to the local situation and the interests and values of the communities involved". Grassroots-innovaties zoals freecyclegroepen zijn niet te vinden in de reguliere markt en zijn niet noodzakelijk gebonden aan het idee van kapitaalsvermeerdering, waardoor er meer bewegingsruimte is (Seyfang & Smith, 2007). Zoals het artikel van Martin and Upham (2016) aangeeft, zijn grassroots-innovaties van belang bij de transitie naar duurzame productie en consumptiesystemen. Er springen groenere initiatieven uit de samenleving en bekijken of er alternatieve en innovatieve manieren zijn om de noden van de samenleving te kunnen vervullen (Martin & Upham, 2016). Wanneer grassroots-innovaties geobserveerd worden, kan het zijn dat er geconcludeerd wordt dat hun impact beperkt is, maar wanneer deze verder doorgroeien en op grotere schaal beginnen te werken, kunnen ze net een grotere impact realiseren (Seyfang & Smith, 2007). Dit kan het geval zijn voor freecyclegroepen, aangezien ze steeds kleinschalig en regionaal georganiseerd worden, maar ondertussen verspreid geraakt zijn over meerdere landen.

5 Onderzoeksmethodologie

5.1 Onderzoeksvragen

In deze masterproef werd er een kwalitatief onderzoek gedaan naar freecyclegroepen in Antwerpen. Zoals eerder vermeld, is er niet veel literatuur te vinden over het fenomeen freecyclegroepen. De gevonden literatuur spitst zich toe op de Verenigde Staten en het Verenigd Koninkrijk en legt de focus vaak anders. Deze masterproef onderzoekt daarom **wat de motieven zijn om gebruik te maken van freecyclegroepen, en/of het ecologische of het sociale aspect hierin belangrijk zijn en/of hoe ze in de toekomst een belangrijke rol kunnen (blijven) spelen.**

5.2 Methodologie

Om deze thesis te schrijven, werd er eerste in de literatuur gedoken. Door het gebrek aan literatuur specifiek over freecyclegroepen, werd het schrijven van het theoretisch kader uitdagend, maar konden uitweidingen naar andere onderwerpen gedaan worden en gelinkt worden aan freecyclegroepen. Vervolgens werd er een interviewleidraad opgesteld, waarna semi-gestructureerde interviews met respondenten afgenomen werden.

Om respondenten te vinden, werd er aan 'convenience sampling' gedaan (Stratton, 2021). Convenience sampling is een vorm van non-probability sampling en selecteert deelnemers van een populatie op een niet-random manier (Stratton, 2021). Er werd gekozen om mensen te bevragen die deel uitmaakten van de Free & Recycled Antwerpen groep. Deze groep telt 46 duizend leden, wat enorm groot is voor een freecyclegroep. Dit is de groep voor inwoners van de provincie Antwerpen, al kan in principe iedereen hier lid van worden. De keuze om respondenten uit deze groep te bevragen werd gemaakt omwille van de grootte van deze groep en omdat zowel de Universiteit Antwerpen als de student die dit onderzoek uitvoert gevestigd zijn in Antwerpen. Het onderzoek van Stratton (2021) stelt dat de motivatie van de deelnemers goed gecapteerd dient te worden, aangezien deze bepaalde uitingen tegenover het te onderzoeken onderwerp met zich meedraagt. Respondenten werden gevonden door in de freecyclegroep Free & Recycled Antwerpen een bericht te zetten, waarin de vraag gesteld werd of er leden geïnteresseerd waren om deel te nemen aan dit onderzoek. Omwille van dit verkennend onderzoek werden er, om data voor Antwerpen te verkrijgen, individuele diepte-interviews afgenomen bij twaalf leden van de Free & Recycled Antwerpen groep. Er werd getracht variatie te voorzien in de leeftijd van de respondenten, alsook de mate waarin ze geven, ontvangen of beide doen. Leeftijd werd beperkt meegenomen aangezien er mogelijk verschillende motivaties naar voren zouden komen verdeeld naar leeftijd of levensfase. De mate waarin ze geven, ontvangen of beide doen werd verkozen om mee te nemen, aangezien verschillende soorten gebruikers mogelijk verschillende soorten motivaties hebben. Dit onderzoek is een verkennend thesisonderzoek, waardoor de mogelijkheid om veel verschillende en relevante variabelen afzonderlijk te gaan bekijken moeilijk wordt. Verder onderzoek zou een beter onderscheid naar relevante variabelen kunnen maken.

Om de interviews te kunnen afnemen, werd er op voorhand een interviewleidraad uitgeschreven (cf. bijlage: interviewleidraad). Naast het gebruik maken van deze leidraad, werd er ook spontaan ingepikt op interessante elementen indien er werd verwacht dat deze mogelijk belangrijke informatie konden bieden. Zo kan het zijn dat er bijvragen gesteld werden zonder dat deze te vinden zijn op de oorspronkelijke interviewleidraad en de volgorde niet helemaal gevolgd werd of letterlijk werd uitgesproken. Om de gedeelde informatie uit de interviews achteraf te kunnen onderzoeken, werd op voorhand gevraagd of de respondent akkoord ging met het opnemen van het gesprek. Zo konden de interviews achteraf getranscribeerd worden volgens het verbatim-principe en vervolgens gecodeerd worden in Nvivo (cf. supra). De informatie die uit de interviews kwam werd geanalyseerd.

Datum	Voornamelijk geven, krijgen of beide	Leeftijd	Gender	Audiobestand
8/03	Beide	48	V	Interview 1
8/03	Geven	37	V	Interview 2
11/03	Krijgen	29	M	Interview 3
12/03	Beide	30	V	Interview 4
15/03	Geven	37	V	Interview 5
16/03	Krijgen	50	V	Interview 6
16/03	Krijgen	65	V	Interview 7
17/03	Geven	45	V	Interview 8
21/03	Krijgen	38	M	Interview 9
22/03	Krijgen	23	V	Interview 10
26/03	Beide	60	V	Interview 11
2/04	Geven	22	V	Interview 12

5.3 Dataverwerking

Zoals in methodologie wordt vermeld, werden de interviews getranscribeerd en vervolgens gecodeerd (Claessens, 2022; Mortelmans, 2020). Het coderen verliep in volgende stappen. In de eerste plaats werd er open gecodeerd. Dit betekent dat de interviews in tekstvorm gelezen werden, waarna deze in kleinere stukken opgedeeld werden (Claessens, 2022; Mortelmans, 2020). Hierdoor kon er aan data reductie gedaan worden. Vervolgens werd er axiaal gecodeerd. Dit betekent dat de open codes werden vergeleken, gedifferentieerd en tot slot verzameld en afgezonderd werden (Claessens, 2022; Mortelmans, 2020). Tot slot werd het bredere plaatje geconstrueerd. Dit betekent dat tijdens het selectief coderen de theorie opgebouwd werd (Mortelmans, 2020).

Uit de codes kwam duidelijk naar voren welke zaken belangrijker werden om te vermelden. Hoewel de vragen naar bepaalde zaken peilden, kwamen ook spontaan interessante zaken aan bod. Dit maakte dat na de interviews, het transcriberen en het coderen er een codeboom ontstond waaruit te zien was wat vaker aan bod kwam. Hieruit werd later de theorie opgebouwd, dewelke in de resultatensectie te lezen is.

6 Resultaten

In deze masterproef werd onderzocht **wat de motieven zijn om gebruik te maken van freecyclegroepen en/of het ecologische of het sociale aspect hierin belangrijk zijn en/of hoe ze in de toekomst een belangrijke rol kunnen (blijven) spelen**. Hiervoor werden twaalf leden van de Free & Recycled Antwerpen groep geïnterviewd. Uit de interviews kwamen interessante bevindingen voort, dewelke in de volgende secties toegelicht zullen worden. Hierna wordt een opdeling gedaan die focust op het ecologische en het sociale aspect. Vervolgens toonden de interviews ook belangrijke problemen aan in deze groepen, wat handige bevindingen kunnen zijn voor de beheerders van deze groep(en).

Belangrijk te vermelden is dat uit dit onderzoek niet specifiek naar voren kwam dat de respondenten diep gedreven bezig zijn met ecologisch gedachtegoed. Hoewel enkele onder hen hiermee bezig waren, waren verschillende redenen ook praktisch en economisch van aard. De geïnterviewden vertoonden geen duidelijk terugkomende kenmerken en waren heel verschillend. Desondanks dat ze vaak niet alledaags bezig zijn met duurzame consumptie, maakt hun lidmaatschap van deze groep dat ze hier onbewust wel in bijdragen.

6.1 Motivaties Free & Recycled Antwerpen respondenten

In dit eerste deel van de resultatensectie, zullen de motivaties, dewelke opgesomd werden tijdens de interviews door de respondenten, te lezen zijn. Sommige werden in eerder onderzoek gevonden en zijn te herkennen uit het theoretisch kader (cfr. Motivaties). Op andere motivaties werd dieper ingegaan, omwille van het unieke en onverwachte karakter.

In de vragenlijst werd specifiek gevraagd naar de motivaties van de respondenten. In eventuele bijvragen werd gepeild naar sociale, economische of ecologische motivaties om deel te nemen aan deze groep. De grootste motivaties waren ook vaak van deze aard. Dé motivatie die in het onderzoek van Aptekar (2016) naar voren werd gehaald, was altruïsme. Verschillende respondenten vertellen ook in dit interview dat de voornaamste reden dat ze in deze groep zitten is omdat zij goederen hebben die ze niet meer gebruiken en graag aan andere mensen willen geven om hen te helpen. Een andere belangrijke reden die meerdere malen werd aangehaald, was de oorspronkelijke reden waarvoor Freecycle werd opgericht, namelijk de levensduur van goederen verlengen door deze in leven te houden bij een andere eigenaar. Vaak werd hier de duurzaamheid van goederen aan gekoppeld. Ook het economische kantje werd regelmatig aangehaald. De goederen die via freecyclegroepen verkregen zijn, dienen niet betaald te worden. Dit maakt het mogelijk dat mensen met een beperkt budget zo de kans krijgen om aan goederen te geraken. Ook het praktische aspect kwam vaak naar boven. Freecyclegroepen zijn handig om goederen snel en zonder al te veel moeite kwijt te geraken. Dit kan ideaal zijn wanneer mensen besluiten hun huis op te ruimen.

6.1.1 Alleen gaan wonen (na een breuk)

Alleen gaan wonen en van nul een nieuwe thuis vullen kan moeilijk zijn. Één van de respondenten gaf aan dat hij zelf blij was om zijn freecyclegroep te hebben leren kennen. Hij kreeg op deze manier de kans om als jong persoon van zijn woning een echte thuis te maken, zonder dat hiervoor een groot budget nodig was. Het budget was er op het moment dat hij alleen ging wonen niet echt, dus via deze manier kon hij zichzelf toch een aangename woonsituatie gunnen.

“We hebben een paar keer zo een post op freecycle gezet van “We wonen hier net, we zoeken al dit”, omdat we dan veel zochten (...) dan hebben we ook heel veel via freecycle gekregen op die manier. (...) Ja, dus in het begin was dat voor mijn appartementen in te richten, alleen was dat echt omdat we gewoon gerief nodig hadden en niet alles nieuw konden kopen.” – interview 3

Als zelf gebruiker zijnde van de Free & Recycled Antwerpen groep, kan ik beamen dat er regelmatig berichten komen van mensen die plots alleen dienen te gaan wonen door bijvoorbeeld een scheiding en hierdoor hun huishouden (terug) dienen op te bouwen. Verschillende respondenten gaven aan dat ook zij dit reeds zagen en vonden het een goed initiatief om zo deze mensen te helpen om aan de nodige goederen te geraken.

“Dat kan puur uit armoede zijn dat ze dat nodig hebben, want ge merkt dat ook dikwijls koppels die uit mekaar gaan, met kindjes die dan eigenlijk dringend van alles zoeken voor die kindjes of huishoud materiaal...”
– interview 7

6.1.2 Om de opstart mogelijk te maken

Verschillende respondenten gaven aan dat ze heel bewust terecht zijn gekomen in deze groepen. Ze waren namelijk op zoek naar goederen om bijvoorbeeld een project te starten of een klas in te richten. Aangezien het budget voor deze zaken vaak beperkt is, kwamen ze zo terecht bij hun freecyclegroep.

Zo sprak ik bijvoorbeeld een jonge leerkracht in het lager onderwijs. Zij gebruikte de Free & Recycled Antwerpen groep om haar klas in te richten. Ze kreeg een beperkt budget van de school, waardoor ze, indien ze de klas volledig wou herinrichten, haar eigen geld hiervoor moest gebruiken. Ze wou graag haar klas moderniseren op een goedkope en milieuvriendelijke manier. Dit werd mogelijk dankzij de freecyclegroepen.

“Via een vriendin die heeft mij laten weten dat dat bestond omdat ik meubeltjes zocht voor mijn klas. Ik had gezegd dat ik nogal weinig budget kreeg van school en niet al mijn eigen centjes daarin wou steken en dan had die persoon wel gezegd is te kijken naar zo'n freecyclegroep.” – interview 10

Ook de opstart van andere projecten worden via deze weg mogelijk. Oude spelletjes werden gebruikt door een oudervereniging om een speltheek op te richten. Dit is een plek waar spelletjes uitgeleend kunnen worden.

“We zochten iets voor de oudervereniging om iets te doen, een project of (...) een speltheek. En we hadden spelletjes nodig (...) En toen was er iemand die freecycle vernoemde en ik kende dat niet. (...) “oh ja, da's goed, ik word daar ook lid van, dan kan ik ook oproep doen”.” – interview 6

6.1.3 Kinderen hebben geen nieuwe spullen nodig

“Waarom zou ik voor kinderen, die eigenlijk toch materiaal niet altijd op de beste manier gebruiken, allemaal nieuwe meubels gaan kopen, terwijl er eigenlijk bij mensen misschien meubels staan die anders op het containerpark terechtkomen terwijl die in mijn klas perfect een nieuw leven zouden kunnen hebben?”
– interview 10

Ook deze quote is afkomstig van het interview met de jonge leerkracht. Ze is van mening dat de meubels voor haar klas niet allemaal in perfecte nieuwstaat moeten zijn, maar dat er weliswaar lichte gebreken aan mogen zijn. Dit standpunt neemt ze in omdat ze uit ervaring weet dat kinderen soms tegen de meubels stampen en hierdoor schade kunnen veroorzaken.

Een andere respondent deelde deze mening. Zij is geen leerkracht, maar wel een moeder en huisvrouw. Ze gaf tijdens het interview aan dat haar kinderen zo goed als enkel tweedehands kleren, speelgoed en meubels hebben. Ze liet mij weten dat ze ooit had meegemaakt dat het goed dat zij had gekregen via de groep, bleef doorgegeven worden in de groep. Zo konden andere ouders hun kind laten genieten van iets dat voorgaand door andere kinderen gebruikt werd, maar waar zij uitgegroeid waren.

“Ja en die groeien dan snel (...) ik had dat opgehaald via freecycle en super superleuk! Heel veel gebruikt, maar ja dan is dat weer te klein. Maar daar was niks aan. Dat was al tweedehands, dus ik heb dat weer doorgegeven [uhu], uhm weer iemand blij gemaakt en het jaar daarna zag ik datzelfde terug.” – interview 6

6.1.4 Overlijden

Wanneer een familielid komt te overlijden, kan dit ervoor zorgen dat je plots met heel veel goederen komt te zitten. Dit werd als één van de redenen aangehaald waarom een respondent in de groep zit. Door het overlijden

van haar moeder en zelf al een stabiele woonsituatie te hebben, had ze de extra goederen die haar moeder haar naliet niet allemaal nodig. Het afscheid nemen van goederen die ooit van een dierbare waren kan soms moeilijk zijn, maar weten dat deze een nieuwe en goede thuis kunnen vinden waar ze verder gebruikt kunnen worden, kan dit proces iets aangener maken.

“Vorig jaar is mijn mama overleden en zij had heel, heel, heel, heel, heel veel van vanalles en nog wat (...) Kunnen we er nog iemand plezier mee doen...” – interview 5

6.1.5 Niet verkoopbaar

De eerste vraag die gesteld werd aan de respondenten was: “Wat doet u met spullen die u niet meer nodig heeft?”. Hierop reageerden de respondenten regelmatig dat ze spullen doorverkochten via 2dehands, Marketplace of Vinted. Sommige respondenten lieten weten dat wanneer de verkoop van een goed te lang duurde of ze er geen goed bedrag voor zouden krijgen, dit hun motivatie was om de goederen aan te bieden in de Free & Recycled Antwerpen groep.

“Want wij hebben ook nog zo dingen dat wij verkocht hebben en allee soms staan wij ook wel op rommelmarkten, maar ja, sommige dingen, allee ge een euro vraag dan willen mensen het niet geven en als het gratis is dan staat er hier een rij bij wijze van spreken.” – interview 5

Sommige goederen, zoals bijvoorbeeld specifieke wisselstukken leken de respondenten ook te moeilijk om nog te verkopen.

“Als ik een keer iets moet wegdoen ja, waarvan dat ik denk, ja, ik kan zelf echt niet gebruiken en kan ‘t ook niet gemakkelijk verkopen. Of zo. Dan denk ik, geef het gewoon weg.” – interview 1

Goederen met lichte schade, maar die wel nog bruikbaar zijn, zijn hierdoor soms ook moeilijk verkoopbaar. Enkele respondenten laten weten dat ze vaak nog heel blij zijn met deze goederen die ze dan gratis hebben verkregen.

“Als dat spullen zijn waarvan ik denk ja, niemand zit daarop te wachten om dat te kopen, of het is beschadigd of het is uh iets minder van kwaliteit...” – interview 6

6.1.6 Anders het containerpark betalen

Als het alternatief dan weggooien zou zijn, lieten enkele respondenten weten dat ze liever via deze groepen de goederen kwijtraakten. Dit zou namelijk de kost van hun afval kunnen verlagen of de kost van het containerpark kunnen vermijden.

“Als ik de moeite niet wil steken om het te verkopen, is de andere optie behalve gratis online zitten, naar het containerpark, dan kost het mij geld.” – interview 4

6.1.7 Antikapitalistische reactie

Één respondent gaf aan dat hij meer om antikapitalistische redenen in deze groep zat. Hij was in zijn jongere jaren een meer activistisch persoon en vond het als dertiger nog steeds moeilijk om zijn draai te vinden in de maatschappij. Hij kocht zelf niet veel en wou graag zo veel mogelijk via freecyclegroepen verkrijgen. Hij zag de freecyclegroep als een soort bibliotheek. Doordat goederen vlot van eigenaar konden wisselen, gaf het hem het gevoel dat er geen echte eigenaar was.

“Zo'n dingen, dat lijkt mij meer zo de kant van een warme samenleving dan zo een kille samenleving, waar de kapitalistische kant, waar iedereen alles nieuw koopt (...) en dat is eigenlijk een beetje tegen het kapitalistische wereldbeeld in dat alles een prijs moet hebben en alles verkocht moet worden.” – interview 9

6.1.8 Tweedehands is cool

Een andere respondent liet ook weten dat zij mensen kent die in deze groep zitten omdat ze geen voeling hebben met de traditionele consumptiemaatschappij. Ze houden niet van het economische plaatje, maar houden meer van goederen met een geschiedenis of verhaal.

“... voor het ecologische of mensen die ook wel houden van spullen met een verhaal. Eh want nu is het normaal hard zo van ja de Primark is nogal heel erg commercieel, alleen economisch gericht. Maar ja, dat zijn zo voorwerpen zonder karakter of zonder inhoud.” – interview 5

De meeste respondenten vertelden tijdens hun interview dat milieuproblematiek en klimaatopwarming niet meer te ontlopen zijn doordat het zo vaak in de media te horen is. Duurzaam en milieuvriendelijk consumeren zou een trend geworden zijn. Door het groter bewustzijn hiervan zouden er ook mensen volgens de respondenten gebruiker zijn geworden van deze groepen.

“De mensen zijn veel veranderd de laatste jaren, dus vroeger was tweedehands niet hip, maar nu is dat super hip” – interview 1

6.1.9 Creatief recyclen

Liu et al. (2020) stelde dat sommige mensen via freecyclegroepen goederen proberen te verzamelen, dewelke ze opwaarderen of er iets nieuw van maken. Dit werd ook enkele keren aangehaald in de interviews. Sommige meubels hebben voor de oorspronkelijke eigenaar geen meerwaarde meer, maar kunnen mits enige creatieve aanpassing een ander persoon gelukkig maken.

“Mijn zus heeft zo een heel versleten bureaustoel gaan halen om daar zelf een hoes voor te maken. (...) dat was van dat nepleer. Dus dat was helemaal versleten. Dus zij heeft daar echt van stof een nieuwe hoes van gemaakt en die staat nu wel in de vzw maar die wordt nog wel gebruikt.” – interview 4

6.2 Ecologisch aspect

Zoals in de onderzoeksvraag vermeld, zal in dit onderdeel van de thesis toegelicht worden **wat de motieven zijn om gebruik te maken van freecyclegroepen en/of het ecologische aspect hierin belangrijk is**. Een link wordt hierin gelegd met de voorgaande literatuur, dewelke ook te vinden is onder de titel ‘ecologische pijler’.

6.2.1 Hergebruiken

Zoals in de motivaties aangehaald werd, is het hergebruiken van goederen een grote reden waarom mensen lid zijn van deze groep. Alle respondenten lieten in hun interview weten dat ze freecyclegroepen duurzaam vonden. Ze zorgen, zoals de oorspronkelijke reden waarom Freecycle werd opgericht, ervoor dat goederen hun levensduur wordt verlengd, door ze van eigenaar te doen wisselen. Dit doel wordt nog steeds gehaald.

De respondent van volgend citaat is een dertig jarige vrouw die een goede woonsituatie heeft. Ze krijgt binnenkort haar eerste kindje en is zich bewust van de nieuwe goederen die ze daardoor zal aankopen. Ze geeft graag de goederen die zij niet meer nodig heeft een tweede leven via freecyclegroepen en vindt het jammer dat niet iedereen dit doet.

“Het allergemakkelijkste is natuurlijk iets weggooien (...) Het is heel gemakkelijk om iets gewoon in de prullenbak te gooien en ge zijt er vanaf. Maar dan denk ik: ja, maar waarom uw afvalhoop vergroten als die spullen nog ergens naartoe kunnen?” – interview 4

6.2.2 Green-washed convenience

Aptekar (2016) introduceerde het begrip ‘green-washed convenience’. Dit houdt in dat mensen het gevoel hebben klimaat- en milieuvriendelijk gedrag te vertonen wanneer ze goederen die zij niet meer nodig hebben of niet meer willen, aan iemand kunnen doorgeven. Dit wordt gedaan zodat het schuldgevoel van het wegdoen bij de gever beperkt wordt. Meerdere respondenten lieten weten dat ze gebruik maken van freecyclegroepen om het schuldgevoel te kunnen vermijden.

“Ik ben wel zo tegen verspilling in het algemeen. Dat dat wel. Niet dat ik zo super ecologisch ben bij alles. Maar ik vind wel, als je iets degelijk hebt en het werk nog, het is nog nuttig, of het is nog mooi of het is niet allee. Dan vind ik wel allee denk ik, zo tegen weggooien. [Ja.] En ja, dan vind je dat wel leuk dat mensen zo ... echt iets mooi vinden of zo, en dan ja voor hun eigen.” – interview 5

6.2.3 Overconsumptie

Individen die aan overconsumptie doen en daardoor ook snel van goederen af willen raken zouden geen lid worden van freecyclegroepen, menen nagenoeg allen respondenten. Dit zou volgens hen geen motivator zijn om lid te zijn en deel te nemen aan freecyclegroepen. Het artikel van Aptekar (2016) haalde aan dat freecyclegroepen overconsumptie zouden kunnen promoten. De respondenten gaven aan dat ze er niet van overtuigd zijn zulke mensen terecht komen in freecyclegroepen.

“Ik weet het niet. Ik denk dat dat mensen zijn die die vooral bezig zijn met het consumeren en met consuminderen. Nee, ik denk niet dat ze daarin terecht komen.” – interview 1

6.2.4 Bespaarde geld doneren

Één respondent liet weten dat zij voor zichzelf een regel heeft ingesteld dat het geld dat zij bespaart door goederen via een freecyclegroep te krijgen, doneert aan een milieuorganisatie. Ze is een heel milieubewuste moeder en denkt goed na over elke aankoop, al heeft ze wel al goederen afgehaald die ze toch niet nodig had. Ze doneert het geld dat ze via freecyclegroepen bespaart omdat ze zo voor zichzelf vermijdt dat ze onnodige goederen bij mensen gaat ophalen, aangezien ze dan een hoger bedrag moet doneren. Daarnaast heeft de groep een niet-wederkerig karakter. Op die manier geeft ze ook iets terug, weliswaar aan een milieuorganisatie.

“Ge kunt die tweedehands kopen of ge kunt die tweedehands krijgen. Uhm, het geld wat ik daarmee uitspaarde (...) op het einde van het jaar gaf ik dat bedrag aan Natuurpunt (...) Ik wil ook wel iets terugdoen dan [ja] om om je eigen hebberigheid zo'n beetje tegen te gaan. Maar ook van 'goh, ik spaar dat geld eigenlijk toch uit'”. – interview 6

6.3 Sociale aspect

In dit deel wordt toegelicht **wat de motieven zijn om gebruik te maken van freecyclegroepen en/of het sociale aspect hierin belangrijk is**. Zoals bij het voorgaande deel wordt hierin de link gelegd met de bestaande literatuur, dewelke te vinden is onder de titel ‘sociale pijler’.

6.3.1 Iedereen kansen bieden

Uit de interviews kwam naar voren dat een grote motivator in deze groep het sociale hart van de leden is. Zo hopen vele geïnterviewden mensen kansen te kunnen bieden of ze zelf te krijgen. Een freecyclegroep biedt mensen goederen via een niet-monetaire of niet-wederkerige weg. Tijdens de interviews werd het duidelijk dat niet elk lid gewoonweg vraagt of neemt wat deze persoon kan gebruiken. Sommige respondenten houden er doelbewust rekening mee dat een ander lid in de groep mogelijk meer nood heeft aan dit goed. Hier dacht de toekomstige moeder die ik interviewde ook over na.

“Wij hebben binnenkort ons eerste kindje, dus maar dan heb ik zoiets van: Ik kan dat zelf betalen, dus ik ga niet iemand anders allé ik ga niet proberen die buggy te vragen omdat ik het kan gebruiken, terwijl ik weet dat er iemand anders is die dat financieel moeilijker heeft, die dat dan veel beter, allé die dat niet kan kopen en het echt nodig heeft tegenover mij.” - interview 4

Wanneer er in de groep een bericht met een weg te geven goed wordt geplaatst, rapporteren de respondenten verschillende manieren om iemand te kiezen om dit goed aan te geven. De respondenten rapporteerden dat er algemeen vanuit wordt gegaan dat de eerste persoon die reageert of de eerste persoon die het kan komen ophalen, degene is die het goed krijgt. Toch hebben enkele respondenten hierin een ander systeem, om zo kans te geven aan iedereen. Niet iedereen bekijkt regelmatig Facebook, waardoor sommige berichten soms laat opgemerkt worden. Zo geeft één van de respondenten steeds het goed aan de laatste reactie.

“Uhm, ik heb ooit voor mezelf ingesteld van uhm “oké, ik geef het aan de laatste die reageert” (...) Ik zit bepaalde uren van de dag nooit op de computer en dan zie je dus “oh shit, ik had dat wel willen hebben”. Ja, moet ge dan niet koken of moet ge dan niet met uw kinderen bezig zijn om dan te kijken? Nee, dus ik had zoiets van... ja die mensen die worden zo een beetje uitgesloten soms. Dus waarom zou ik dat aan den eerste geven?” - interview 6

Andere respondenten bekijken het profiel en vragen zichzelf af of ze op deze manier de meest geschikte ontvanger kunnen vinden. Deze beslissing wordt gemaakt op basis van informatie die te vinden is op de persoon zijn of haar Facebookprofiel. Hier wordt nagegaan of de ontvanger dé persoon is die nood heeft aan het goed. Sommige mensen geraken soms door het gebrek aan gepast vervoer niet snel op de ophaallocatie. Dit nemen sommige respondenten ook mee in hun keuze van ontvanger.

“Ik zou dat liever dan toch aan die mensen willen geven, dan iemand die dan al een grote camionet heeft en die waarschijnlijk dan ook genoeg middelen heeft om zelf...” - interview 9

Andersom liet een respondent weten dat het voor hem moeilijk was om een uur af te spreken wanneer iemand iets komt ophalen of hijzelf iets kan gaan ophalen. Hijzelf was al door moeilijke financiële situaties gegaan en kon dan ook begrip hebben met andere mensen die zich in een kwetsbaardere positie bevinden. Toch heeft hij begrip wanneer hij merkt dat de andere persoon meer nood heeft aan een duidelijke afspraak.

“Het is niet makkelijk allé, ik kan niet zeggen ‘ik ben dan thuis’ een week op voorhand (...) plannen is één van de eerste dingen die moeilijk wordt voor mensen in armoede. Dus, ik begrijp het ook wel, maar het blijft wel. Ja, het zijn wel mensen die je totaal niet kennen, die u willen helpen” - interview 3

Zoals eerder in vermeld, is het mogelijk dat de mensen die het meeste nood hebben aan deze groep, de groep niet vinden door het niet kennen/bestaan afweten van de groep of geen toegang hebben (cf. sociale pijler). Mensen die hun gemaakte afspraak met een geveer niet nakomen, worden ook regelmatig uit de groep gezet. Het meenemen van de positie van de kwetsbaarste mensen, zou interessant zijn om in een later onderzoek verder te bekijken.

6.3.2 De gemeenschap versterken

In de literatuur werd gesteld dat freecyclegroepen kunnen bijdragen aan het gemeenschapsgevoel (Nelson et al., 2007). Gemeenschapsgevoel wordt door Mcmillan and Chavis (1986) gedefinieerd als een groep mensen, wonende in elkaars buurt, die uit samenhangigheid voor elkaar proberen te zorgen en de groep. Freecyclegroepen worden steeds lokaal georganiseerd. Desondanks dat de meeste respondenten geen nieuwe of versterkte banden met mensen overhielden, werd er toch regelmatig gerapporteerd dat freecyclegroepen wel zouden bijdragen aan het versterken van de gemeenschap. Mensen in elkaars buurt doen iets voor elkaar, ze zorgen voor elkaar op een materiële manier, wat de gemeenschap in enige zin sterker maakt. Het zou enkele respondenten het gevoel geven dat ze een liefdadigheidsactie doen voor iemand die bij hen in de buurt woont. Drie respondenten vertelden dat ze een goed gingen brengen wanneer ze merkten dat de ophaler hiertoe niet in staat was.

“Wij gaven een antieke stoel weg en dat was een alleenstaande moeder, uit Merksem van Turkse afkomst, maar die was dan met een met een bus van Merksem naar hier gekomen voor die stoel te komen halen toen en ik zeg: ja, waar sta uw auto, en die zo ah neenee maar ik ben met de bus. Ik zeg ja, maar dat gaat toch niet gaan met die stoel op die bus dus allee, en ik zeg dan tegen mijn man ja dat in Merksem. We zullen dat van de middag gaan brengen. (...) en dan hadden wij ook zoiets van allé, en die doet dan zoveel moeite om hier te geraken. Dat is geen probleem, dat is veel leuker dan dat, het idee dat die die stoel schoon vindt en dat dan in haar huis staat.”
– **interview 5**

Tijdens de interviews kwam ik ook enkele warme verhalen tegen. Sommige respondenten doen via deze groepen hun best om andere mensen vooruit te helpen door voor anderen goederen te verzamelen en deze eventueel te brengen. Dit lijkt een goed voorbeeld te zijn van een individuele liefdadigheidsactie.

“Maar waarom niet als ge zo mensen kunt helpen? In Brussel was iemand, had ik via freecycle uhm lego gekregen. (...) Ik denk “oh man, gij kunt zoveel spullen gebruiken”. Allee ja, ge zit hier zelf zo armweg, ge had dat beter verkocht. Ja maar zo zo lief en zo goed ook hè. (...) Dan denk ik ja ik heb dan thuis een berichtje gestuurd van “goh, kan ik u helpen”? Gij geeft mij zoveel, kan ik hier iets teruggeven? (...) ik heb gewoon een bericht gezet op freecycle. Ik ben een maand later teruggeden met nen hoop spullen. Ik vind dat zalig als ge zo mensen kunt helpen [ja]. Die was niet in staat om zelf dingen op te halen. Ik had ook kunnen zeggen “in Brussel zijn er waarschijnlijk ook van die groepen en ge kunt dingen zoeken”. Maar die kon dat gewoon niet [ja]. Da's toch zalig hé? Als ge dat zo kunt doen.” – **interview 6**

6.3.3 Vroeger werd er meer doorgegeven

Versillende respondenten vertelden dat het bij hen in de familie of vriendenkring het gebruikelijk was dat goederen werden doorgegeven. Dit zouden dan bijvoorbeeld kinderkleren of speelgoed geweest zijn waar de kinderen te groot voor waren geworden. De trend zou nu geworden zijn dat mensen meer verkopen, dit kwam ook uit de interviews naar voren. Meerdere respondenten stelden dat hun eerste actie wanneer ze goederen niet meer nodig hebben, verkopen is. Freecyclegroepen zouden dit terug laten heropleven onder een grotere groep. Dit zou de motivatie zijn van enkele respondenten om aan freecyclegroepen deel te nemen. Zo zou de ‘doorgeefgroep’ van de respondenten buiten deze groep vaker beperkter zijn.

“Ik vind dat wel een goede allé ik denk ook dat, eerlijk gezegd, dat mijn grootouders of die die in die tijd dat ook heel vaak deden. Hè, als ik jong was, dan kregen wij de kleren van mijn neven (...) dan werd er speelgoed van de buurman gegeven aan de kinderen, het heel veel gedaan en dat is precies allemaal een beetje verloren gegaan en dat daar nu een beetje terug kan komen, onder andere vorm dan vind ik dat juist heel mooi.” – **interview 9**

6.3.4 Mensen leren kennen

Mensen leren kennen was voor de meeste mensen geen motivatie om deel te nemen aan freecyclegroepen desondanks dat het onderzoek van Nelson et al. (2007) dit aanhaalde. De meeste respondenten lieten in de

interviews weten dat het contact met mensen vaak heel kort verliep. Tijdens corona zagen veel respondenten de gever of ontvanger zelfs niet. Toen werden goederen vaak ergens achtergelaten, waarbij de ontvanger een plaatsbeschrijving kreeg waar hij of zij deze moest komen ophalen. Deze manier van goederen aan mensen geven bleef ook vaak na corona hangen, omwille van de vrijheid dat mensen hadden om het goed te gaan ophalen wanneer ze wilden en voor de gever om het ongemak van een no-show te vermijden. Wanneer gever en ontvanger wel contact hadden, werd er vaak een kort gesprek gevoerd. Dit korte gesprek werd meestal als aangenaam beschouwd, maar niet zorgend voor het meer samenbrengen van individuen die bij elkaar in de buurt wonen.

“Dat geeft een community gevoel. Zo van mensen zijn met hetzelfde bezig en da's ook. (...) Ja, ja, dus vind ik dat eigenlijk nog wel leuker op deze manier en dan soms leren mensen van uit hun buurt kennen.” – interview 1

Één respondent was hierbij totaal verschillend van de andere respondenten. Zij liet weten dat ze via de freecyclegroepen al verschillende mensen goed had leren kennen waarmee ze een langdurige relatie aanhield. Ze rapporteerde dat ze met sommige mensen zelfs op vakantie gaat nu. Zij ziet de groep ook echt als een plek waar mensen elkaar kunnen leren kennen en dit is ook een motivatie voor haar om er aan deel te nemen.

“Bij sommige mensen zijn er blijvende contacten geweest en het was zelfs zo dat wij nu echt goede vrienden eraan over gehouden hebben. Dat is ongelooflijk (...) Echt goede vrienden, want wij gaan er dus mee op reis gaan en al.” – interview 11

Vermoedelijk is het karakter van de gever en ontvanger meer bepalend voor het samenbrengen van mensen dan de groep zelf. Desondanks dat deze groep mensen (soms) kortstondig samenbrengt voor het overleveren van een goed, zorgt het er dus niet automatisch voor dat mensen niet enkel online, maar ook offline met elkaar verbonden worden.

“I don't think it depends on the group. It just depends on the people. Some people will click, some people will not click.” – interview 2

6.4 Problemen

In de literatuur werd reeds vermeld dat een no-show een probleem was (Aptekar, 2016). Dit kwam ook in de meeste interviews aan bod. In volgende alinea's worden problemen besproken, dewelke door de respondenten aangehaald werden.

6.4.1 Taal

Verscheidene respondenten lieten weten dat het proberen afspreken met een anderstalig persoon soms moeilijker verloopt. Hierdoor liet bijvoorbeeld één respondent weten dat ze voorkeur zou geven aan iemand waarmee ze goed zou kunnen afspreken wanneer het gaat over een groot voorwerp, dan iemand waarmee de communicatie moeilijker verloopt.

“Ik denk dat ik daar waarschijnlijk zelf ook wel schuldig aan ben ze. [Ja.] Maar dat is gewoon ... ge kunt daar niet altijd even gemakkelijk mee afspreken ... dat is gewoon moeilijker als die wellicht proberen om in het Nederlands of zelfs het Engels, ik vind dat helemaal niet erg om daar mee in het Engels af te spreken. Dat stoort mij dan niet. Maar ja, als je het niet uitgelegd krijgt, dan vind ik het ook heel moeilijk om te kunnen afspreken.” – interview 4

Dit antwoord kwam nadat ik vroeg of de respondent het gevoel heeft dat sommige mensen in deze groepen soms benadeeld worden. Ik ben erg tevreden dat de respondent hier een eerlijk antwoord op gaf.

Een 65-jarige respondent gaf aan dat indien ze met een anderstalige persoon afsprak, ze bij een moeilijk verloop van het gesprek vroeg aan de respondent om te antwoorden op haar vragen in de taal van de spreker zelf. Zij zou dit dan zelf via vertalingssites proberen te vertalen. Dit liet volgens haar de communicatie vlotter verlopen.

“Dat is soms wel moeilijk, want soms is er iets, ik zeg nu maar rechtstreeks uit Oekraïens vertaald en dat zijn dan dikwijls zinnen dat ik denk: wat wordt daar mee bedoeld en dan stuur ik wel een berichtje, stuur het in Oekraïens of in het Hongaars of weet ik veel ik zal het zelf wel vertalen (...) maar ik heb daar wel begrip voor.” – interview 7

6.4.2 Het ontbrekende gevoel van veiligheid

Enkele respondenten gaven aan dat ze het soms moeilijk vinden om hun adres aan mensen te geven die ze niet kennen. De geïnterviewden waren voornamelijk vrouwen en de bezorgdheid omwille van veiligheid was ook enkel terug te vinden bij vrouwelijke respondenten. Het zou kunnen dat dit te maken heeft met een bredere maatschappelijke trend, maar hier zal niet verder op ingegaan worden in dit onderzoek. Één van de respondenten gaf aan dat ze om veiligheidsredenen liever de goederen die ze weggeeft naar mensen gaat brengen.

“Ik weet ook niet snel of ik mijn adres zou geven. Ik zou dat dan precies zelf gaan afzetten, maar ik ben er zelf heel voorzichtig mee misschien. (...) ik zou het gewoon zelf niet doen.” – interview 10

Een duidelijk Facebookprofiel maakt de angst dat er iets zou kunnen gebeuren voor verschillende respondenten al aangenamer.

“So, like, made up name or no pictures or weird pictures? It's really a lot. That's. I must say, it makes me feel uncomfortable [because you don't know who comes]. Yeah.” – interview 2

6.4.3 Hoarding

“Nee, dat is ... ben er ook nog niet opgekomen. Ik ben wel eens dingen gaan halen die dan in een hoekje belanden die niet gebruikt worden.” – interview 9

Desondanks dat er in het interview niet specifiek gevraagd werd naar hoarding gedrag, merkte ik bij het binnenkomen van sommige huizen dat dit mogelijk weleens het geval zou kunnen zijn. 'Hoarding' gedrag houdt in dat iemand het moeilijk vindt om goederen weg te doen en deze daarom liever bijhoudt ondanks dat deze persoon de goederen niet meer gebruikt of nodig heeft.

"Ja het is bijna verslavend hahahaha. Uhm denk iets meer afhalen dan plaatsen [uhu] omdat ik ook iemand ben die niet snel weggooit." – **interview 6**

Één respondent liet weten dat ze dit ook reeds opmerkte in de groep, doordat bepaalde leden op elk bericht reageerden dat ze geïnteresseerd waren.

"Ik zie heel vaak op de freecyclegroepen dat er, ongeacht wat hetgeen wordt weggegeven, bepaalde mensen heel vaak reageren. Dan denk ik van 'is het nood of is het uit hamsterig... hamsteren eerder'" – **interview 8**

Om dit tegen te gaan, proberen sommige respondenten extra bewust om te gaan met de goederen die ze bij mensen gaan ophalen, om zo te voorkomen dat ze onnodig goederen in huis halen.

"Er komt zoveel voorbij en uhm ge wilt dat allemaal wel halen want ge kunt uw kinderen blij maken en ge vindt dan zelf weer iets wat je eigenlijk heel graag zou willen hebben of zo [ja]. En dat ik zoiets had van 'ja, ge wordt daar zo hebberig van'." – **interview 9**

6.4.4 Kapot

Één van de respondenten liet weten dat hij al enkele keren had meegemaakt dat de goederen die hij ging ophalen kapot waren. Dit werd toen niet vermeld in het Facebook bericht. Andere respondenten lieten weten dat ze steeds een duidelijke beschrijving zetten van het voorwerp en ook van de gebreken. Dit blijkt dus geen algemeen gegeven te zijn in de groep.

"Die hebben waarschijnlijk zelfs niet gecheckt of dat nog werkte ofzo. (...) Ik denk niet dat die dat expres deed [nee]. Het is gewoon ambetant want dan denkt ge "ik heb dat eigenlijk" en dan blijkt van niet." – **interview 3**

6.4.5 Verkopen

Hoewel het niet door alle respondenten als een probleem gezien wordt, staat in de regels van de Free & Recycled Antwerpen groep dat dit verboden is. De ene respondent vindt dit echt niet oké, de andere respondent kan dit wel begrijpen. Zo lieten meerdere respondenten weten dat ze dit niet erg zouden vinden. Het voornaamste voor de gever was, dat hij of zij van een goed af zou geraken. Wanneer ze ervan af waren, maakte het eigenlijk niet meer uit wat er met het goed zou gebeuren.

"Ik denk dat dat wel gebeurt. Maar ik heb daar ook geen probleem mee. Als iemand geen inkomsten heeft en die wil inkomsten genereren, vind ik dat nog een goeie manier." – **interview 1**

De angst dat goederen doorverkocht zouden kunnen worden, kunnen ervoor zorgen dat mensen geen gebruik willen maken van deze groep, wat een mogelijke belemmering kan zijn in het deelnemen aan deze groep.

6.5 Hoe kunnen freecyclegroepen in de toekomst een belangrijke rol (blijven) spelen?

Zoals eerder toegelicht, kunnen freecyclegroepen een manier zijn om anders te consumeren. Om een goed te verkrijgen, dient er geen monetaire transactie plaats te vinden. Zowel gever als ontvanger ervaren een voordeel: de gever is van zijn goed af en de ontvanger is er mogelijk met geholpen. In de eerste plaats kunnen freecyclegroepen een grotere rol spelen in het reduceren van afval. Desondanks dat er niet expliciet gevraagd werd naar hoeveel kennissen de leden kenden in hun freecyclegroep, kwamen er toch vaak opmerkingen alsof ze niet te veel mensen in zulke groepen kenden. Dit is jammer, aangezien elk goed dat niet in de vuilbak belandt en hergebruikt wordt, ook een nieuw te produceren goed kan sparen. Daarnaast kan het bewustmaken van individuen dat bruikbare goederen weggooien mogelijk de productie van een nieuw goed kan uitsparen en ook de stap kan zijn in de richting van een duurzame samenleving.

“Mijn vriend gaat dat minder snel hebben, die gaat zeggen: kom we zullen dat weg doen en ik zeg dan nee geven, dus dat is zo.... het is, het alle gemakkelijkste is natuurlijk iets weggooien en tenzij het dan specifiek naar het containerpark moet.” – interview 4

De interviews toonden niet enkel aan dat freecyclegroepen goederen langer in leven houden, maar zorgen er ook voor dat goederen een andere functie krijgen, opgewaardeerd worden of partieel hergebruikt worden. Zoals uit de interviews en literatuur naar voren kwam, kunnen freecyclegroepen een bron van creativiteit zijn (Liu et al., 2020). Goederen kunnen mits het nodige kluswerk een andere bestemming krijgen en zo langer circuleren. Ook worden op deze manier goederen met beschadigingen of gebruikssporen nog steeds hergebruikt.

In de interviews werd aangegeven dat sommige respondenten het gevoel hadden dat freecyclegroepen bij mensen die het fenomeen nog niet kennen ervoor zou kunnen zorgen dat ze een andere visie krijgen tegenover goederen. In plaats van dat een kleine beschadiging er mogelijk voor zou zorgen dat bijvoorbeeld een tafel op het containerpark zou belanden, vermoedden ze dat sommige mensen er meer bewust van zouden worden dat er nog andere mensen zijn die deze met veel plezier willen overnemen, ook met een beschadiging. Het zou dus een motivator kunnen zijn voor andere mensen om deel te nemen aan deze groepen.

“Ik probeer alles wel echt tot het einde te gebruiken (...) We hebben ooit een tafel gekregen van mensen die (...) Maar dan denk ik voor hun dat dat zo alé dat die anders kijken naar “wanneer is iets bruikbaar” [uhu]. Dus op zich wel, denk ik, ik weet niet hoeveel dat daar... alé ik denk ook wel dat de meeste mensen in zo'n groep stappen ook wel al een bepaald idee hebben van hoe dat alé die weten wel een beetje hoe dat wat ideeën achter een groep denkt [ja, ja]. Maar misschien wel dat je er via-via van hoort en dat er zowel die impact heeft.” – interview 3

Hoewel niet iedereen in de interviews zei dat ze zelf door het deelnemen aan hun freecyclegroep een andere kijk kregen op goederen, zeiden sommige respondenten dat ze denken dat zo'n groep dit wel bij mensen die het fenomeen nog niet kennen in de hand werkt. Een mogelijke verklaring zou hiervoor kunnen zijn dat er een selectie-effect is. De mensen die geïnterviewd werden kenden de groep en waren er soms zelf naar opzoek gegaan.

Ook het sociale aspect bleek erg belangrijk te zijn in de interviews. Freecyclegroepen zijn een plek waar mensen kansen geboden worden, wanneer ze mogelijk ergens anders minder geluk hebben. Goederen worden soms geleverd, mensen kijken niet enkel voor zichzelf naar goederen, de situatie maakt regelmatig wie de goederen krijgt, etc. De solidariteit maakt de groep een warme plek die mensen wonende in elkaars buurt toelaat elkaar te helpen. Dit is een belangrijk gegeven dat gekoesterd zou mogen worden.

“Niet bij stilgestaan dat... dat mensen zo van die dingen zouden weggeven [aah ja oké]. Als ge geen netwerk hebt en ge weet niet waar dat ge dat moet gaan halen. Als mensen mij dat vroeger hadden gegeven, dan had ik dat aangenomen [ja], maar dat bestond toen nog niet [ja, ja, ja]. Klopt hé?” – interview 11

Het meer in de kijker zetten van zulke groepen zou kunnen helpen. Dit werd ook in de interviews aangehaald. De respondenten wisten vaak niet meer volledig hoe zij in de Free & Recycled Antwerpen groep terecht waren gekomen, maar konden vaak beamen dat deze groep hen erg had geholpen. Het in de kijker zetten van zulke groepen zou het potentiële bereik dan ook kunnen vergroten. Mogelijk zouden ze dan ook een verandering in het regime kunnen veroorzaken, waardoor er meer gebruik gemaakt kan worden van deze alternatieve vorm van consumptie. Zoals in het theoretisch kader vermeld werd, wil de Europese Unie duurzame consumptie aanmoedigen (cf. duurzame consumptie). Mogelijk zouden zij, samen met de nationale overheden, het gebruik van zulke groepen promoten. Via deze weg zouden mensen de groepen kunnen leren kennen, aangezien de mensen die geïnterviewd werden ofwel de groep via iemand leerden kennen, er zelf naar zochten of het niet meer wisten hoe ze deze groepen hadden ontdekt. Het zou mensen kunnen helpen die in een kwetsbare positie zitten om toch een stap verder te kunnen geraken zonder een nodige monetaire transactie.

“Enhancing the politics of lifestyle change that result from and feed the greening of everyday life consumption practices will release the politics of greening consumption from their individualist image” (Spaargaren & Oosterveer, 2010, p. 1903). Zoals in het structure/agency debat besproken wordt, dient er gekeken te worden naar de context waarin individuen leven. Indien er een transitie zou kunnen plaatsvinden van een individuele (over)consumptie of wegwerpcultuur naar een meer duurzame samenleving, denk ik dat deze grassroots Facebookgroepen promoten een mooie start zou kunnen zijn. Ze kunnen waarden en ‘food for thought’ brengen en vooral doen waarvoor ze oorspronkelijk opgericht werden, namelijk goederen een langer leven gunnen.

7 Conclusie & discussie

Dit onderzoek startte uit het oogpunt van duurzame consumptie. Het niet moeten weggooien van goederen, was de oorspronkelijke intentie van de oprichter van de organisatie Freecycle. Consumptie blijkt een belangrijke factor te zijn dewelke milieuproblemen, klimaatverandering, uitputting van grondstoffen, etc. versterkt (Yan et al., 2021). Omwille hiervan moedigt de Europese Unie zijn burgers aan om aan duurzame consumptie te gaan doen (Sonigo et al., 2012; *Sustainable consumption and production policies*, 2022). Gedragsverandering in consumptiepatronen zou hierbij nodig zijn. Individuen hebben vaak wel de intentie om hun consumptie te verduurzamen, toch toont het onderzoek van van Terlau en Hirsch (2015) aan dat er een deviatie is tussen koopattitudes en reëel koopgedrag. Er blijkt al een trend te zijn richting 'consuminderen' (Nelson et al., 2007). Dit vervult de eerste trede van de Ladder van Lansink, namelijk afval voorkomen (*Ladder van Lansink*). Duurzame consumptie kan ook een uiting zijn van 'politiek consumentisme', waarbij bepaalde motieven de drijfveer zijn om 'anders' te consumeren (Gundelach, 2020). Desondanks de focus op individuele consumptie, dient er ook nadruk gelegd te worden op de bredere maatschappelijke context waarbinnen individuen leven (Spaargaren, 2011). Uit een sociologisch perspectief zou duurzame consumptie een uiting kunnen zijn van de habitus. De eco-habitus stelt dat consumptie van duurzaam geproduceerde goederen een uiting kan zijn van het hebben van een hoog kapitaal, wanneer gesproken wordt in termen van Bourdieu. Mensen met een minder sterke sociaal-economische positie zouden "eco-machteloosheid" kunnen ervaren (Kennedy & Givens, 2019). Freecyclegroepen zouden hierdoor een laagdrempelige manier kunnen zijn om aan duurzame consumptie te doen, waardoor het gevoel van eco-machteloosheid zou kunnen minderen. Freecyclegroepen zijn namelijk niet-monetair, niet-wederkerig en worden gezien als een 'online alternative giving'.

Het onderzoek van Liu et al. (2020), gaf reeds een inzicht in de motieven waarom mensen gebruik maken van deze groepen. Helaas waren de motieven van de gebruikers slechts een klein aandeel van dit onderzoek en waren verdere bronnen beperkt tot vrijwel onbestaand, waardoor de literatuurstudie over de motivaties beperkt bleef. Na het uitvoeren van dit masterproefonderzoek kwamen enkele motivaties naar voren dewelke in deze conclusie/discussie kort opsomt zullen worden. Belangrijk te vermelden is, dat er geen duidelijk 'milieuvriendelijk' profiel gevonden werd bij de gebruikers van deze groep, ondanks dat ze onbewust wel aan duurzame consumptie doen. De resultaten van dit onderzoek toonden aan dat het gemakkelijk kwijtraken van goederen een motivator was, aangezien dit meermaals aangehaald werd. De geïnterviewden vonden het fijn om te weten dat hun weggegeven goederen nog door iemand anders gebruikt zouden kunnen worden. Ze zouden via deze weg andere mensen kunnen helpen. Ook kwam regelmatig de niet-monetaire zijde van deze groep ter sprake, namelijk dat mensen met een beperkt budget gratis goederen kunnen verkrijgen via deze weg. Andere redenen waren: alleen gaan wonen (na een breuk), dat kinderen geen nieuwe spullen nodig hebben, het leegmaken van een huis bij een overlijden, van niet-verkoopbare of te specifieke goederen afraken, dat de gever anders het containerpark zou moeten betalen, om een opstart van een klas of project mogelijk te maken, een antikapitalistische reactie, dat tweedehands cool is en tot slot dat er creatief gerecycled kan worden.

In de interviews kwam duidelijk naar voren dat zowel het sociale als ecologische aspect van freecyclegroepen belangrijk zijn. Zoals eerder vermeld, is het hergebruiken van goederen het voornaamste doel van Freecycle. 'Green-washed convenience' werd teruggevonden in het onderzoek. Zo gaven respondenten regelmatig aan dat het schuldgevoel, voorkomend uit het weg willen doen van goederen, dankzij freecyclegroepen vermeden kan worden. Niemand gaf aan overtuigd te zijn dat freecyclegroepen overconsumptie promoten of dat dit een motivator zou kunnen zijn. Één vrouw besloot het geld dat ze bespaarde via deze groepen te doneren aan Natuurpunt. Wat minder aan bod kwam in voorgaande literatuur, was het sociale aspect in freecyclegroepen. Desondanks dat het duurzame karakter in de oprichting een rol speelde, kan uit de literatuur en de resultaten van de interviews ook gesteld worden dat er een groot sociaal hart te vinden is in deze groepen. De respondenten gaven regelmatig aan dat ze kansen boden en kregen van mensen, dewelke ze ergens anders mogelijk niet zouden krijgen. Zo werd er rekening gehouden met de mogelijkheid dat iemand anders een goed beter kan gebruiken, dat ze vaak niet gewoon de éérste beste persoon kiezen, dat ze goederen zouden brengen bij gebrek aan (gepast) vervoer en dat er rekening gehouden wordt met de kwetsbare positie van individuen. Desondanks dat de freecyclegroepen mensen in de meeste gevallen niet dichterbij elkaar zouden brengen, m.a.w. dat mensen elkaar zouden leren kennen, wordt er voor elkaar gezorgd. Het doorgeven van goederen werd vroeger al gedaan, maar is dan minder gebruikelijk geworden. Freecyclegroepen zouden dit terug doen heropleven, maar dan in een groter netwerk. Ook gaven enkele respondenten aan dat ze het niet erg zouden vinden dat mensen

in een kwetsbare positie goederen uit de Free & Recycled Antwerpen groep zouden verkopen om hieruit een inkomen te halen, desondanks dat dit volgens de regels niet mag.

Tot slot werden er ook enkele problemen aangehaald. Deze interessante bevindingen zouden een drempel tot het gebruik kunnen vormen. Ik was aangenaam verrast hoe eerlijk de respondenten konden praten over hun 'ongemakken' met anderstaligen. De communicatie met hen verloopt soms niet vlot genoeg of te onduidelijk, waardoor ze in sommige gevallen goederen naar anderen laten gaan. Enkelen besluiten toch de extra inspanning te doen. Voornamelijk vrouwelijke respondenten hadden er enkele keren moeite mee om hun adres aan onbekenden te geven. Een ander opgenoemd probleem was dat goederen soms toch (te) beschadigd waren en dit niet vermeld was. Wat niet in de literatuurstudie aan bod kwam, maar wel in de interviews was hoarding-gedrag. Dit werd aangegeven door twee respondenten en kan in de toekomst verder onderzocht worden.

Bij dit onderzoek zijn enkele belangrijke beperkingen te vermelden. Ik was zelf al lid van de Free & Recycled Antwerpen groep voor ik dit onderzoek begon. Dit was ook de eerste keer dat ik zelfstandig interviews afnam. Ik merkte achteraf, tijdens het analyseren, dat er op bepaalde antwoorden van respondenten nog meer in diepte bevraagd kon worden. Zo werden sommige interessante bevindingen amper besproken, zoals bijvoorbeeld de antikapitalistische motivatie. Om respondenten te verkrijgen, werd er een bericht geplaatst in de Free & Recycled Antwerpen groep. Op deze oproep reageerden voornamelijk vrouwen. Er reageerden drie mannen, waarvan één uiteindelijk afhaakte. Dit zorgde ervoor dat tien van de twaalf respondenten vrouwen waren. Er kan in vraag gesteld worden hoe de resultaten zouden verschillen wanneer er meer mannen bevraagd werden. Zo werd het onveiligheidsgevoel bijvoorbeeld uitsluitend door vrouwen aangehaald. Daarnaast werden er uitsluitend mensen bevraagd die lid waren van deze groep, waardoor er rekening gehouden moest worden met een mogelijk selectie-effect. Leden zouden ander verwachtingen en visies kunnen hebben in vergelijking met individuen die freecyclegroepen nog niet kennen.

De Europese Unie geeft aan dat ze wil wegstappen van een (over)consumptie- en/of wegwerpcultuur en moedigt duurzame consumptie aan (Sonigo et al., 2012; *Sustainable consumption and production policies*, 2022). Aangezien freecyclegroepen nog niet wijdverspreid bekend zijn, zou mits enige campagnevoering het fenomeen mogelijk bij een breder publiek gekend kunnen worden. Ze helpen namelijk de afvalberg te verkleinen, ook doordat er regelmatig creatief omgesprongen wordt met de goederen. De groep zou een bredere maatschappelijke visiewijziging kunnen veroorzaken. Het zou potentiële nieuwe leden kunnen aantonen dat goederen niet in de perfecte staat hoeven te zijn en een functiewijziging kunnen krijgen indien men wat handig is. Daarnaast mogen freecyclegroepen ook in de kijker gezet worden voor hun sociale karakter. Er wordt in deze groepen rekening met elkaar gehouden, waardoor ze een plek kunnen zijn waar mensen kansen geboden worden, dewelke ze ergens anders niet zouden kunnen krijgen. Naast dat het fenomeen niet bekend is bij het brede publiek en mensen de voordelen hiervan zouden kunnen mislopen, zou het bekendmaken van dit fenomeen ook het netwerk kunnen uitbreiden, waardoor de impact vergroot wordt. Hopelijk kunnen freecyclegroepen in de toekomst context en individu laten navigeren naar de transitie richting een meer duurzame samenleving, iets dat enkel aangemoedigd kan worden.

Het kan interessant zijn om een vervolgstudie te doen. Uit het onderzoek kwam naar voren dat mensen met een kwetsbare positie meer afhankelijk zouden kunnen zijn van dit soort manieren van consumptie. Ook taal, etnische achtergrond, etc. kunnen hierin belangrijke factoren zijn. Een beperkt profiel werd meegenomen in dit onderzoek, maar de meeste respondenten bleken zich in een comfortabele situatie te bevinden. Het kan daarom interessant zijn om in een vervolgonderzoek te bestuderen of individuen in een kwetsbare positie in deze groepen terecht komen en/of ze van deze groepen gemakkelijk gebruik kunnen maken en/of deze groepen hun levensomstandigheden verbeteren. Een onderzoek waarin de sociaal-economische positie in wordt meegenomen, zou mogelijk andere resultaten kunnen opleveren. Opvallend was dat de meeste respondenten in dit onderzoek vrouwen waren. Een vervolgstudie zou de genderverdeling in de groep kunnen bekijken en zich afvragen of lidmaatschap en/of deelname aan deze groep verdeeld is naar gender. Hoarding werd in de resultaten ook vernoemd. Hoarding kwam niet eerder aan bod in de literatuur van freecyclegroepen. Dit maakt het een interessant gegeven om dieper op in te zoomen in volgend onderzoek. Ook werden er enkel mensen bevraagd die lid zijn van deze freecyclegroep. Volgend onderzoek zou kunnen bevragen wat de redenen zijn waarom mensen hieraan niet zouden willen deelnemen en/of dit verdeeld is naar bepaalde karakteristieken.

Bibliografie

About Freecycle. Freecycle.

<https://www.freecycle.org/pages/about#:~:text=The%20Freecycle%20Network%C2%AE%20is,good%20stuff%20out%20of%20landfills.>

Aptekar, S. (2016, May 1). Gifts Among Strangers: The Social Organization of Freecycle Giving. *Social Problems*, 63(2), 266-283. <https://doi.org/10.1093/socpro/spw005>

Benkler, Y. (2004, Nov). Sharing nicely: On shareable goods and the emergence of sharing as a modality of economic production. *Yale Law Journal*, 114(2), 273-+. <https://doi.org/Doi.10.2307/4135731>

Brown, P. M., & Cameron, L. D. (2000, Jan). What can be done to reduce overconsumption? *Ecological Economics*, 32(1), 27-41. [https://doi.org/Doi.10.1016/S0921-8009\(99\)00093-2](https://doi.org/Doi.10.1016/S0921-8009(99)00093-2)

Caldwell, C. (2000). Why Do People Join Local Exchange Trading Systems? *International Journal of Community Currency Research*, 4.

Caletrio, J. (2015). *Transition studies*. <http://en.forumviesmobiles.org/marks/transition-studies-2839>

Chaze, S. V. (2022). *Vlaanderen kampt met groot tekort aan kinderopvang: in Leuven staan 430 kinderen op de wachtlijst*. vrt.nws. <https://www.vrt.be/vrtnws/nl/2022/09/14/groot-tekort-aan-kinderopvang-in-leuven-staan-430-kinderen-op-d/>

Claessens, E. (2022). *Van data tot resultaten* [Powerpoint]. UAntwerpen.

Dubois, M., Meyer, L. D., Vandorpe, I., Lauwers, D., Jonghe, N. D., Dooghe, D., & Wynants, K. (2022). *Deeleconomie*. FOD Economie. <https://economie.fgov.be/nl/themas/ondernemingen/duurzame-economie/deeleconomie>

Eden, S. (2017, Jul). Blurring the boundaries: Prosumption, circularity and online sustainable consumption through Freecycle. *Journal of Consumer Culture*, 17(2), 265-285. <https://doi.org/10.1177/1469540515586871>

Geels, F., & Kemp, R. (2000). *Transities vanuit sociotechnisch perspectief*. <https://kemp.unu-merit.nl/pdf/geelskemp.pdf>

Grin, J., Rotmans, J., & Schot, J. (2010). *Transitions to Sustainable Development*. <https://doi.org/10.4324/9780203856598>

- Guidelines and Disclaimer. (2003). The Freecycle Network.
https://wiki.freecycle.org/Guidelines_and_Disclaimer
- Gundelach, B. (2020, Aug). Political Consumerism as a Form of Political Participation: Challenges and Potentials of Empirical Measurement. *Social Indicators Research*, 151(1), 309-327.
<https://doi.org/10.1007/s11205-020-02371-2>
- Gunther, M. (2007). *The amazing Freecycle story*. CNN Money.
https://money.cnn.com/2007/07/13/magazines/fortune/pluggedin_gunther_freecycle.fortune/index.htm#:~:text=Beal%2C%20who%20is%2039%2C%20started,away%20among%20people%20he%20knew.
- Haluza-DeLay, R. (2008, Jun). A theory of practice for social movements: Environmentalism and ecological habitus. *Mobilization*, 13(2), 205-218. <Go to ISI>://WOS:000256889000005
- Herdagdelen, A., Adamic, L., & State, B. (2022). Community gifting groups on Facebook.
- Herjanto, H., Scheller-Sampson, J., & Erickson, E. (2016). The Increasing Phenomenon of Second-Hand Clothes Purchase: Insights from the Literature. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 18(1), 1-15.
<https://doi.org/10.9744/jmk.18.1.1-15>
- Hoof, T. V. D. (2020). *Kringwinkels verzuipen in aanbod goederen: "Hou spullen nog even thuis"*. vrt.nws.
<https://www.vrt.be/vrtnws/nl/2020/05/26/kringwinkels-verzuipen-in-aanbod/>
- hsb. (2015). *Freecyclegroepen van Facebook gehaald*. Het Nieuwsblad.
https://www.nieuwsblad.be/cnt/blhsm_01733369
- Jackson, T. (2005). Live Better by Consuming Less?: Is There a "Double Dividend" in Sustainable Consumption? *Journal of Industrial Ecology*, 9(1-2), 19-36.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1162/1088198054084734>
- Kasper, D. V. S. (2009, Sep). Ecological Habitus: Toward a Better Understanding of Socioecological Relations. *Organization & Environment*, 22(3), 311-326. <https://doi.org/10.1177/1086026609343098>
- Kennedy, E. H., & Givens, J. E. (2019, Oct). Eco-habitus or Eco-powerlessness? Examining Environmental Concern across Social Class. *Sociological Perspectives*, 62(5), 646-667.
<https://doi.org/10.1177/0731121419836966>
- Krush, M. T., Pennington, J. R., Fowler, A. R., & Mittelstaedt, J. D. (2015, Dec). Positive marketing: A new theoretical prototype of sharing in an online community. *Journal of Business Research*, 68(12), 2503-2512. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2015.06.037>

Ladder van Lansink. Integraal Verantwoordelijk Milieubeheer. <https://www.ivmmilieubeheer.be/ladder-van-lansink>

LETS Antwerpen Stad. LETS werking. http://groepen.letsvlaanderen.be/antwerpen-stad/las_werking.html

Lingard, L. (2015, Oct). Joining a conversation: the problem/gap/hook heuristic. *Perspect Med Educ*, 4(5), 252-253. <https://doi.org/10.1007/s40037-015-0211-y>

Liu, F., Johnson, Z., Massiah, C., & Lowrey, T. M. (2020, Jul). Nonmonetary and nonreciprocal freecycling: Motivations for participating in online alternative giving communities. *Journal of Consumer Behaviour*, 19(4), 339-350. <https://doi.org/10.1002/cb.1810>

Lorek, S. (2021). Equity Within Ecological Limits: Grand Challenge for Sustainable Consumption. *Frontiers in Sustainability*, 2. <https://doi.org/10.3389/frsus.2021.728093>

Markard, J. (2011, Sep). Transformation of Infrastructures: Sector Characteristics and Implications for Fundamental Change. *Journal of Infrastructure Systems*, 17(3), 107-117. [https://doi.org/10.1061/\(Asce\)Is.1943-555x.0000056](https://doi.org/10.1061/(Asce)Is.1943-555x.0000056)

Markard, J., Raven, R., & Truffer, B. (2012, Jul). Sustainability transitions: An emerging field of research and its prospects. *Research Policy*, 41(6), 955-967. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2012.02.013>

Martin, C. J., & Upham, P. (2016, Oct 15). Grassroots social innovation and the mobilisation of values in collaborative consumption: a conceptual model. *Journal of Cleaner Production*, 134, 204-213. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2015.04.062>

McDermott, K. L. (2016). Plastic Pollution and the Global Throwaway Culture: Environmental Injustices of Single-use Plastic *ENV 434 Environmental Justice*, 4.

Mcmillan, D. W., & Chavis, D. M. (1986, Jan). Sense of Community - a Definition and Theory. *Journal of Community Psychology*, 14(1), 6-23. [https://doi.org/Doi.10.1002/1520-6629\(198601\)14:1<6::Aid-Jcop2290140103>3.0.Co;2-I](https://doi.org/Doi.10.1002/1520-6629(198601)14:1<6::Aid-Jcop2290140103>3.0.Co;2-I)

Mortelmans, D. (2020). *Handboek kwalitatieve onderzoeksmethoden*. Acco Uitgeverij.

Mortensen, L. F., Reichel, A., Watson, D., Hansen, M. S., & Fernandez, J. A. (2012). *Consumption and the environment*. European environment agency.

- Nelson, M. R., Rademacher, M. A., & Paek, H. J. (2007, May). Downshifting consumer = upshifting citizen? An examination of a local freecycle community. *Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 611, 141-156. <https://doi.org/10.1177/0002716206298727>
- Pacione, M. (1997). Local exchange trading systems—a rural response to the globalization of capitalism? *Journal of Rural Studies*, 13(4), 415-427. [https://doi.org/10.1016/s0743-0167\(97\)00026-0](https://doi.org/10.1016/s0743-0167(97)00026-0)
- Phillis, Y. A., Kouikoglou, V. S., & Manousiouthakis, V. (2010, Mar). A Review of Sustainability Assessment Models as System of Systems. *Ieee Systems Journal*, 4(1), 15-25. <https://doi.org/10.1109/Jsystem.2009.2039734>
- Seyfang, G., & Smith, A. (2007). Grassroots innovations for sustainable development: Towards a new research and policy agenda. *Environmental Politics*, 16(4), 584-603. <https://doi.org/10.1080/09644010701419121>
- Shaw, D., & Newholm, T. (2002, Feb). Voluntary simplicity and the ethics of consumption. *Psychology & Marketing*, 19(2), 167-185. <https://doi.org/DOI> 10.1002/mar.10008
- Sonigo, P., Bain, J., Kong, M. A., Fedrigo, D., Withana, S., Watkins, E., Scholl, G., Rubik, F., Vanner, R., & Dresner, S. (2012). *Policies to encourage sustainable consumption*.
- Sorensen, K., & Jorgensen, J. J. (2019, Sep). Millennial Perceptions of Fast Fashion and Second-Hand Clothing: An Exploration of Clothing Preferences Using Q Methodology. *Social Sciences-Basel*, 8(9). <https://doi.org/ARTN> 24410.3390/socsci8090244
- Spaargaren, G. (2008). Citizen-consumers as change agents. *Ökologisches Wirtschaften - Fachzeitschrift*, 23(3). <https://doi.org/10.14512/oew.v23i3.581>
- Spaargaren, G. (2011, Aug). Theories of practices: Agency, technology, and culture Exploring the relevance of practice theories for the governance of sustainable consumption practices in the new world-order. *Global Environmental Change-Human and Policy Dimensions*, 21(3), 813-822. <https://doi.org/10.1016/j.gloenvcha.2011.03.010>
- Spaargaren, G., & Oosterveer, P. (2010). Citizen-Consumers as Agents of Change in Globalizing Modernity: The Case of Sustainable Consumption. *Sustainability*, 2, 1887-1908; <https://doi.org/10.3390/su2071887>
- Steffen, A. (2016). *Second-Hand Consumption as a Lifestyle Choice*. <https://doi.org/10.15501/978-3-86336-918-16>
- Stoep, J. v. d. (2018). Pierre Bourdieu. Een theorie over praktijken. *Radix*, 44, 164-174.

Stratton, S. J. (2021, Aug). Population Research: Convenience Sampling Strategies. *Prehospital and Disaster Medicine*, 36(4), 373-374. <https://doi.org/10.1017/S1049023x21000649>

Sustainable consumption and production policies. (2022). United Nations Environmental Programme. <https://www.unep.org/explore-topics/resource-efficiency/what-we-do/sustainable-consumption-and-production-policies#:~:text=Sustainable%20consumption%20and%20production%20refers,the%20service%20or%20product%20so>

Terlau, W., & Hirsch, D. (2015). Sustainable Consumption and the Attitude-Behaviour-Gap Phenomenon - Causes and Measurements towards a Sustainable Development. *International Journal on foodsystem dynamics*, 6, 159-174.

Trudel, R. (2019). Sustainable consumer behavior. *Consumer psychology review*, 2(1), 85-96.

Tumin, M. M. (1956). The Gift - Forms and Functions of Exchange in Archaic Societies - Mauss, M. *American Sociological Review*, 21(2), 249-250. [https://doi.org/Doi 10.2307/2088549](https://doi.org/Doi%2010.2307/2088549)

Vandermoere, F. (2022). *SOTA 3: The sustainability discourse, eco-modernisation and society-wide change*

Williams, C. C. (1996). An appraisal of Local Exchange and Trading Systems in the United Kingdom. *Local Economy*, 11(3), 259 - 266. <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/026909496087263>

Williams, C. C. (1996, Aug). Local exchange and trading systems: A new source of work and credit for the poor and unemployed? *Environment and Planning A*, 28(8), 1395-1415. [https://doi.org/DOI 10.1068/a281395](https://doi.org/DOI%2010.1068/a281395)

Yan, L., Keh, H. T., & Wang, X. (2021, 2021/03/01). Powering Sustainable Consumption: The Roles of Green Consumption Values and Power Distance Belief. *Journal of Business Ethics*, 169(3), 499-516. <https://doi.org/10.1007/s10551-019-04295-5>

Bijlage: interviewleidraad

Alvast bedankt om te reageren op mijn bericht in de Free & Recycled Antwerpen groep. Zoals reeds vermeld, zullen de vragen gaan over de motivatie of redenen waarom u of andere mensen lid zijn van een freecyclegroep zoals bijvoorbeeld de Free & Recycled Antwerpen groep. Daarnaast zullen er nog enkele andere vragen gesteld worden die onder andere peilen naar het sociale karakter van deze groep, of u al eens problemen heeft gehad, etc.

Voordat we beginnen, dien ik wil ik u eerst te informeren dat deelnemen aan het onderzoek volledig vrijwillig is. U mag op elk ogenblik zeggen dat u het onderzoek wil stopzetten. Alles dat in dit interview gezegd zal worden, zal discreet behandeld worden. Het opnemen van dit gesprek gebeurt louter uit praktische redenen en zal enkel behandeld worden door mezelf, Imani Ramiouille en mijn thesispromotor. De informatie die u zal geven zal nooit bij naam in de finale thesis terechtkomen. In de thesis kunnen later citaten aangehaald worden. Deze zullen vermeld worden aan de hand van een schuilnaam om de anonimiteit te bewaren. Persoonlijke gegevens zullen ook niet vrijgegeven of opgeslagen worden.
indien akkoord gaat het onderzoek verder

Nu zullen we echt starten met de vragen. Ondanks dat het onderzoek gaat over freecyclegroepen, wil ik u eerst vragen even na te denken over wat is uw eerste actie is wanneer u spullen vindt die u niet meer nodig heeft.

1. Wat doet u met spullen die u niet meer nodig heeft? (strong weak ties)
2. Wat is het eerste dat u doet wanneer u een bepaald goed nodig heeft of wil? (Online kijken in webshops, naar winkel gaan, kringwinkel bezoeken, etc.)
3. In het begin van de coronapandemie werden de kringwinkels overspoeld met spullen omdat mensen besloten hun huis op te ruimen. Heeft u hier ook aan deelgenomen?
 - a. Zo ja, wat deed u met die spullen toen?

Nu gaan we dieper in op het onderwerp freecyclegroepen. Zoals u weet hebben wij dankzij de freecyclegroep "Free & Recycled Antwerpen" contact met elkaar kunnen opnemen. De volgende vragen zullen gaan over uw ervaring en uw motivatie om lid te zijn van deze groep.

4. Hoe heeft u de Free & Recycled Antwerpen ontdekt?
5. Waarvoor gebruikt u de Free & Recycled Antwerpen groep?
6. Wat denkt u van de Free & Recycled Antwerpen groep? Welk gevoel roept deze groep bij u op?
7. Geeft of ontvangt u het meest? (of beide)
 - a. Bij geven: Hoe voelt u zich als u spullen weggeeft? Hoe voelt de andere persoon zich volgens u?
 - b. Bij krijgen: Hoe voelt u zich als u spullen krijgt? Hoe voelt de andere persoon zich volgens u?
8. Hoe vaak maakt gebruik van deze groep?
9. Bent u lid van nog andere soortgelijke freecyclegroepen?
 - a. Zo ja, dewelke? Hoe kwam u op deze groep(en)?
 - b. Welke groep(en) gebruikt u het vaakst? Wat maakt het dat u de ene groep preferereert boven de andere?
10. Hoe kijken andere mensen, die geen lid zijn, volgens u naar de Free & Recycled Antwerpen groep?
11. Wat zijn voor u de voornaamste redenen om freecyclegroepen te gebruiken?
12. Wat zijn volgens u de motieven van andere mensen om deze groep te gebruiken?
 - a. Zijn deze ecologisch geïnspireerd?
 - b. Zijn deze sociaal geïnspireerd?
 - c. Zijn deze economisch geïnspireerd?
 - d. Andere?

Bedankt voor het beantwoorden van de voorgaande vragen. We zijn nu ongeveer halverwege het interview. De vragen die nu komen zullen meer gaan over het sociale aspect van de freecyclegroep.

13. Met welke mensen bent u zelf al in contact gekomen? Denkt u dat er gemeenschappelijke kenmerken te vinden zijn bij de leden van deze groepen? Voorbeelden hiervan kunnen zijn interesses, inkomen, karaktereigenschappen, etc.
 - a. Zo ja, welke?
14. Denkt u dat er een gelijke verdeling is in de mensen die spullen krijgen en de mensen die spullen weggeven?
 - a. Zo nee, waardoor komt dit volgens u?
15. Hoe staat u tegenover de mensen die uitsluitend spullen weggeven of krijgen?
16. Heeft u ooit al eens spullen verkocht die u via deze groep had gekregen?
17. Heeft u ooit al eens problemen gehad met het verkrijgen of weggeven van spullen?
 - a. Zo ja, wat waren de problemen?
18. Hoe kies je iemand? Denk je dat mensen soms keuzes maken op basis van persoonskenmerken?
19. Heeft u al eens meegemaakt dat iemand niet kwam opdagen?
 - a. Zo ja, welk gevoel geeft u dit?
20. Denkt u dat er mensen bevoorreed en benadeeld worden in deze groepen?
 - a. Zo ja, hoe uit dit zich?
21. Wat vindt u van de manier van werken van deze groep?
22. Wat vindt u ervan dat mensen spullen geven aan mensen die ze niet kennen in deze groep?
 - a. Welk gevoel roept dat bij u op? (vreemde mensen zien, cadeau geven aan iemand, etc.)
23. Heeft u al mensen leren kennen via deze groep waarmee het contact online of offline behouden werd?
24. Freecyclegroepen worden steeds lokaal georganiseerd. Denkt u dat deze groepen bijdragen aan het gemeenschapsgevoel?
25. Wat is voor u de betekenis van het woord duurzaamheid?

Tot slot heb ik nog enkele duurzaamheidsvragen.

26. In welke mate zijn mensen volgens u bezig met milieukwesties. Is dat iets dat u boeit? Bent u bijvoorbeeld ergens actief.
 - a. Zo ja, kan u hierover praten met uw omgeving? Kent u daar ook mensen die hierin geïnteresseerd bent (die evt mee acties ondernemen)?
 - b. Hoe bent u tot deze interesse gekomen? (opleiding, job, ...)

Oorspronkelijk werden online groepen zoals de “Free & recycled Antwerpen” groep opgericht om spullen langer in leven te houden. De huidige redenen voor deze groepen kunnen vandaag verschillend zijn dan bij de oprichting. Daarom peilde het onderzoek tot nu toe louter naar de redenen die u kon geven voor het deelnemen aan deze groep. Nu zal ik enkele vragen stellen over het duurzaamheidsaspect.

27. Denkt u dat freecyclegroepen duurzaam zijn? Op welke manier kunnen ze voor u duurzaam zijn?
 - a. Zo ja/nee, waarom? Op welke manier kunnen ze dat zijn?
28. Kijkt u door de freecyclegroep anders naar spullen? (Levensduur, bruikbaarheid, recyclagemogelijkheid, etc.)
 - a. Zo ja, waarom?
29. Is uw koopgedrag verandert sinds u lid bent van de Free & Recycled Antwerpen groep?
 - a. Zo ja, waarom?
30. Er wordt wel eens gezegd dat freecyclegroepen een plek zijn waar mensen hun spullen dumpen. Dit zou ervoor kunnen zorgen dat mensen het minder erg vinden dat ze onnodige spullen kopen. Denkt u dat freecyclegroepen overconsumptie promoten?
 - a. Zo ja, waarom?

Dat waren de vragen! Indien u graag zelf nog iets toe te voegen heeft aan het interview, dan heeft u hiervoor nu nog de mogelijkheid. Anders zal ik de opname afsluiten en wil ik u van harte bedanken om deel te willen nemen.