



Handreiking voorkomen van bijplaatsingen

Deze handreiking is tot stand gekomen door interviews met gemeenten en adviesbureaus, aangevuld met gedragswetenschappelijke kennis. Vanuit de opgehaalde informatie is gezocht naar een rode draad bij de aanpak van bijplaatsingen. Welke kenmerken zie je terug bij een succesvolle aanpak? Gedurende de totstandkoming van dit product is de metafoor van een boom ontstaan. Het begint bij de wortels, gevolgd door de stam om zo uit te komen in het groen. Een goede aanpak begint dan ook bij de wortels van de boom en werkt zo door tot aan het groene blad hoog in de boom.

Deze handreiking geeft u handvatten om bijplaatsingen binnen uw gemeente aan te pakken. Aan de hand van een stappenplan, kunt op effectieve wijze te werk gaan. In het eerste deel wordt de aanpak toegelicht, in het tweede deel volgen de gedragsinterventies. Met behulp van de boom en de memo's kunt u eenvoudig de kernpunten tot u nemen voor een effectieve aanpak bijplaatsing.

Veel succes!

© **Novi Mores, mei 2017**

De update van de handreiking Voorkomen van bijplaatsingen is ontwikkeld door **Novi Mores** in opdracht van **Rijkswaterstaat** en in samenwerking met **Nederland Schoon** en **NVRD**. Deze handreiking is onderdeel van de landelijke aanpak zwerfafval (LAZ). Het LAZ is een samenwerking van het ministerie van IenM, VNG, Rijkswaterstaat, Nederland Schoon en de NVRD.

Aan de teksten in deze handreiking kunnen geen rechten worden ontleend.

Projectverantwoordelijken:

Kirsten Ruitenburg, Novi Mores, kirstenruitenburg@novimores.nl

Addie Weenk, RWS, addie.weenk@rws.nl

Design en grafische productie:

vormgeving bij Verf en de Buuf, verfendebuuf.nl



Rijkswaterstaat
Ministerie van Infrastructuur en Milieu



Inhoudsopgave

De boom aanpak bijplaatsing	4
1. De stappen voor het voorkomen van bijplaatsingen	5
1.1 Interne samenwerking	7
1.2 Hotspots monitoren en reduceren	9
1.2.1 Ondersteuning bij monitoring	10
1.3 Basis op orde.....	12
1.3.1 Basis op orde voorzieningen.....	12
1.3.2 Basis op orde communicatie.....	13
1.3.3 Basis op orde voorzieningen Plus+.....	14
1.4 Hotspots opnieuw monitoren, welke zijn nog problematisch?	16
1.5 Gedragsinterventies kiezen.....	17
2. Toelichting gedragsinterventies.....	19
2.1 Strategieën bij lage sociale cohesie.....	21
2.1.1 Gevoel versterken dat er actief gehandhaafd wordt op bijplaatsing.....	21
2.1.2 Faciliteer in (extra) voorzieningen voor (grof) afval.....	22
2.1.3 Afvallocaties duidelijker maken/eenvoudiger voor goed gedrag	23
2.2 Strategieën bij matige sociale cohesie.....	25
2.2.1 Placemaking	25
2.2.2 Eigenaarschap verhogen.....	26
2.2.3 Inzet autoriteit.....	28
2.2.4 Afvalcoaches	29
2.3 Strategieën bij gemiddelde sociale cohesie.....	31
2.3.1 Lokale helden.....	31
2.3.2 Foot-in-the-door	32
2.3.3 Sociale normen	33
3. Extra tips voor communicatie uitingen bij bijplaatsing	34
Bijlage 1 Checklists	35
Checklist hotspots monitoren en reduceren.....	35
Checklist Basis op orde voorzieningen	36
Checklist Basis op orde communicatie	37
Checklist sociale cohesie.....	38
Checklist Voorbereiding gedragsinterventie(s).....	39
Bijlage 2 Formulieren ter ondersteuning voor monitoring	40
Beeldkwaliteit rondom containers	40
Voorbeeld monitoringsformulier	41
Voorbeeld schouwformulier.....	42
Script informerend, beïnvloedend en activerend.....	43

Gemiddelde sociale cohesie

Bewoners voelen zich iets sterker verbonden met elkaar en de wijk

- Lokale helden bijv. een plaatselijke ondernemer zichtbaar koppelen aan een schone straat via posters/borden
- Foot-in-door, bewoners laten instemmen op klein verzoek en committeren aan schoon gedrag
- Sociale normen activeren, bijv. door het plaatsen van bord met het gewenste gedrag



Lage sociale cohesie

**Gedrag
interventies**

Matige sociale cohesie

Bewoners voelen zich niet verbonden met elkaar en de wijk

- (Perceptie van) handhaven
- Faciliteer in (extra) voorzieningen voor (grof) afval
- Afvallocaties duidelijker maken/eenvoudiger voor goed gedrag

Bewoners voelen zich enigszins verbonden met elkaar en de wijk

- Eigenaarschap verhogen, bijv. adoptie, personaliseren afvalbak, betrekken school
- Placemaking, bijv. plaatsen bloembakken, community art, sport- of speltoestel, kunstobject
- Inzet autoriteit, bijv. imam
- Inzet afvalcoaches

Check 2 - Hotspots

Inventariseren

Welke hotspots vormen nu nog een probleem?

Basis op orde

Voorzieningen

Zorg voor schone, hele en werkende afvalcontainer plus directe omgeving

Communicatie

Zorg voor heldere communicatie bij bewoners thuis, op container en op website

Voeg extra beleving aan de afvalcontainer toe, bijv. door gebruik van frisse kleuren en glimmende oppervlakken

Check 1 - Hotspots

Inventariseren

Welke hotspots vormen nu echt een probleem?

Interne samenwerking

Juiste mensen aanschuiven die invloed hebben op de afvallocatie

o.a. Communicatie, reiniging, afvalinzameling, beheer



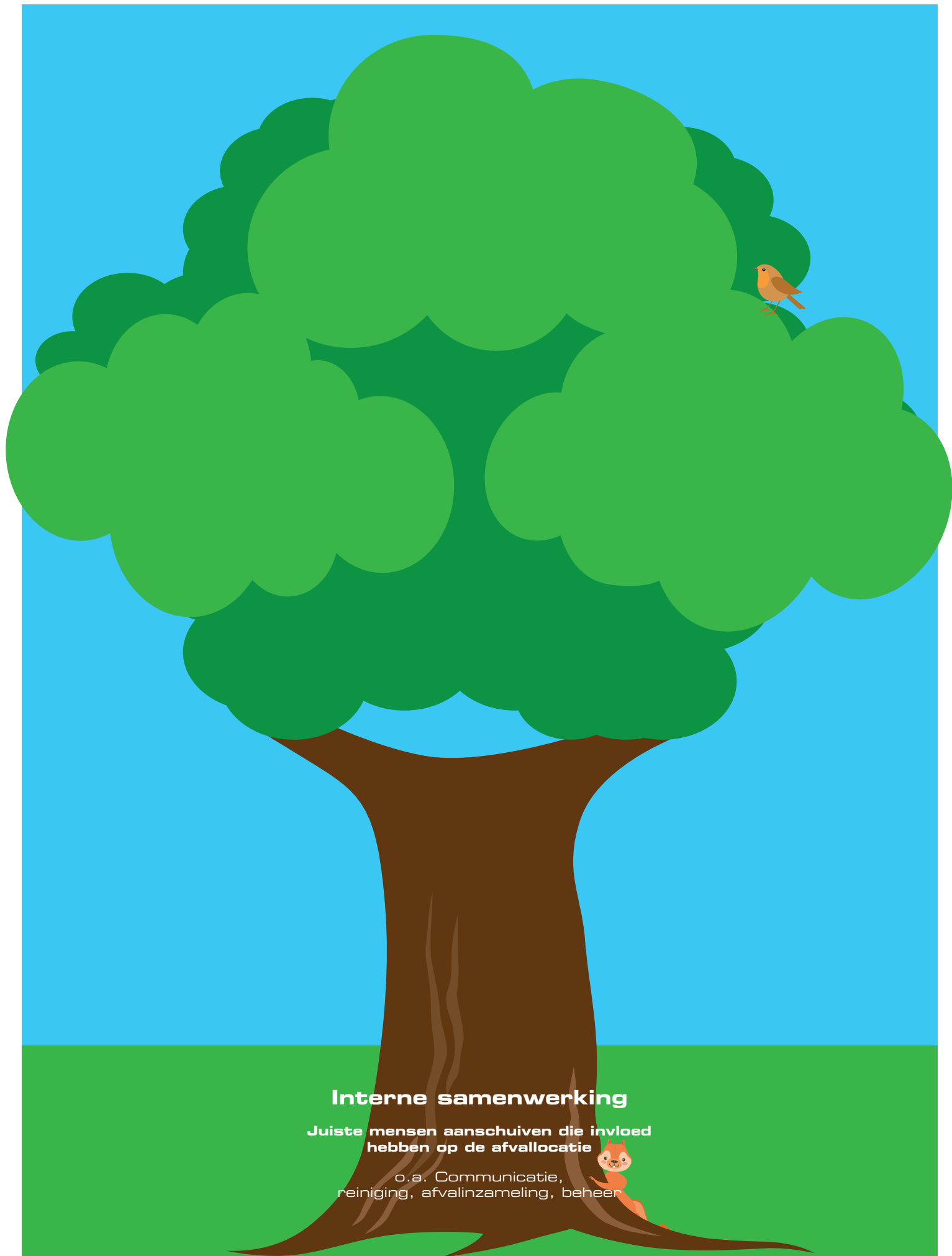
De boom aanpak bijplaatsing

1. De stappen voor het voorkomen van bijplaatsingen

In dit deel van de handreiking worden de stappen voor het voorkomen van bijplaatsingen toegelicht. Daarbij gaat het om de volgende stappen:

1. Interne samenwerking
2. Hotspots monitoren en reduceren
3. Basis op orde (van voorziening en communicatie)
4. Hotspots opnieuw monitoren
5. Gedragsinterventie(s) kiezen

In deel 2 van de handreiking staan de gedragsinterventies verder toegelicht.



Interne samenwerking

Juiste mensen aanschuiven die invloed hebben op de afvallocatie

o.a. Communicatie, reiniging, afvalinzameling, beheer



Stap 1

Handreiking voorkomen van bijplaatsingen

STAP 1 - INTERNE SAMENWERKING

- Organiseer een start-bijeenkomst met de juiste mensen aan tafel (die invloed hebben op afvallocatie)
- Breng hotspots in kaart
- Maak concrete afspraken over vervolg

1.1 Interne samenwerking

De eerste stap bij het succesvol aanpakken van bijplaatsing is de juiste mensen aan tafel brengen. Om te bepalen wie deze mensen zijn, kan de vraag gesteld worden: Welke mensen uit de organisatie hebben invloed op de afvallocatie? Dit kan per gemeente enigszins verschillen, maar gedacht kan worden aan mensen van:

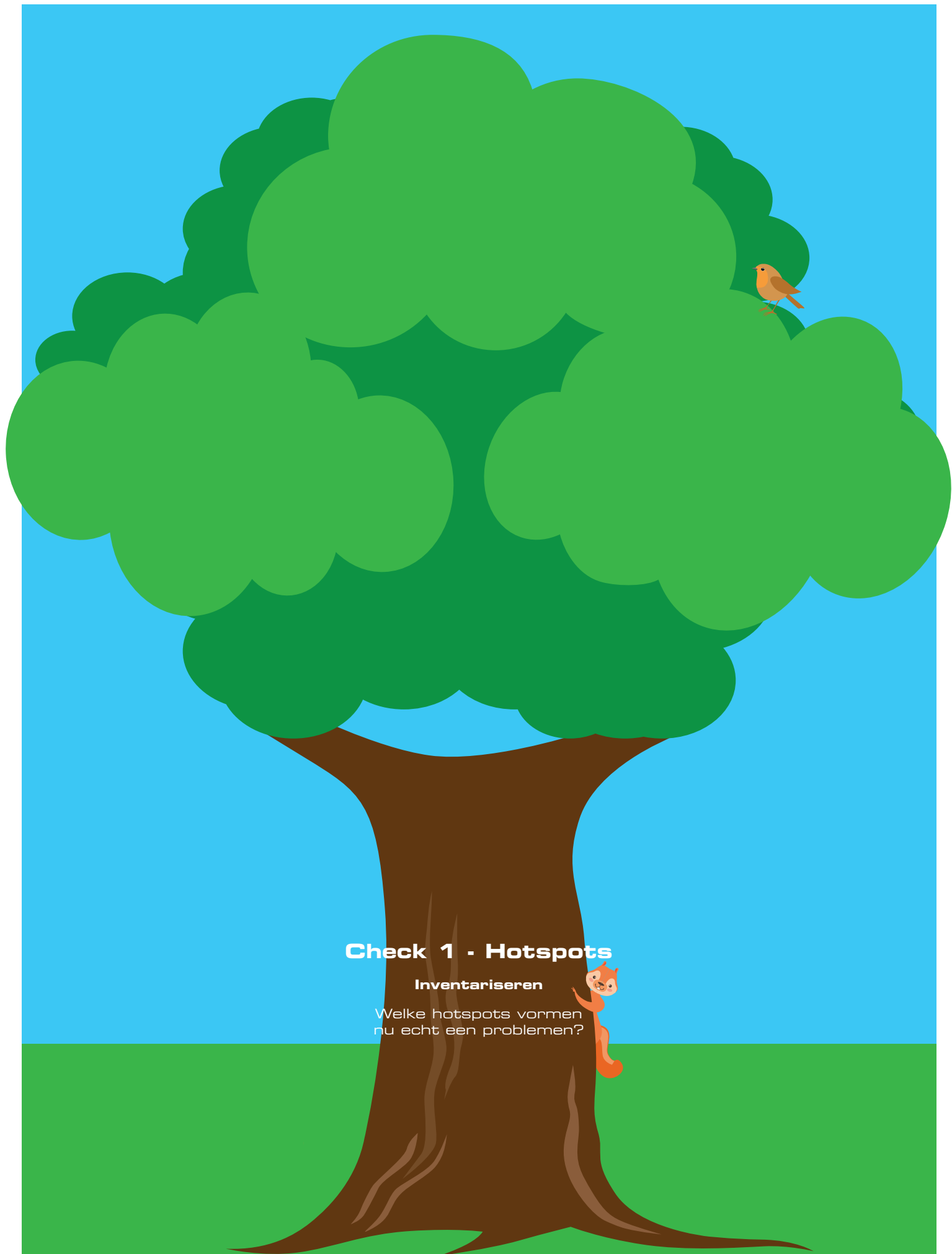
- Afvalinzameling
- Reiniging
- Handhaving
- Beheer
- Communicatie
- Wijkzaken/wijkcoördinator

Voor een goede aanpak is het van belang dat deze mensen samenwerken. Besteed hier dan ook aandacht voor. Hoewel het voor sommige gemeenten meer dan vanzelfsprekend is, blijkt in de praktijk dat deze mensen niet altijd met elkaar om tafel zitten. Plan ten minste één startbijeenkomst. Door ze daadwerkelijk aan tafel te brengen, ontstaat een andere dynamiek en bereidheid om te willen samenwerken. Naast het bij elkaar brengen van de juiste mensen heeft zo'n startbijeenkomst een ander belangrijk doel:

- In kaart brengen van hotspots
- Een doorkijk naar het traject dat bewandeld gaat worden

Besprek met elkaar de hotspots die er zijn. Juist doordat de verschillende disciplines aanwezig zijn, kan dit een ander licht op de aard en de problematiek van een hotspot geven. Wellicht zijn operationele taken niet optimaal op elkaar afgestemd bij probleemlocaties, onderzoek dat met elkaar. Indien mogelijk kan op basis van cijfers en ervaringen van aanwezigen de lijst van hotspots al gereduceerd worden. Welke afvallocaties kampen structureel met bijplaatsingen? Wanneer er cijfers bekend zijn van het aantal bijplaatsingen per dag/per week kan op basis daarvan al een eerste schifting gemaakt worden tussen hotspots die een aanpak vereisen en hotspots die eigenlijk meevallen. Bekijk welke maatregelen al getroffen zijn en wat de effecten daarvan zijn. Van belang is om deze bijeenkomst af te sluiten met een actieplan voor de monitoring hotspots. Koppel hier concrete afspraken aan, dit is eenvoudiger uit te voeren, dan abstracte plannen die nog invulling behoeven. Denk hierbij o.a. aan:

- Een lijst van de te bezoeken hotspot locaties
- Punten waar op gelet gaat worden
- Een datum waarop de hotspots bezocht zijn
- Inplannen vervolgspraak



Check 1 - Hotspots

Inventariseren

Welke hotspots vormen nu echt een probleem?

Stap 2

Handreiking voorkomen van bijplaatsingen

STAP 2 - OBSERVEER AFVALLOCATIES EN TYPE BIJPLAATSING

- Observeer de afvallocaties, zowel de container als de directe omgeving
- Breng de aard van bijplaatsingen in beeld (zoals type en frequentie bijplaatsing)
- Reduceer het aantal daadwerkelijke hotspots

1.2 Hotspots monitoren en reduceren

Voor een goede aanpak is het van belang de hotspots te bekijken en dus niet enkel van papier te kennen. Bij het bekijken van de hotspot locaties is het van belang om te letten op een aantal aspecten, waarbij het enerzijds om de afvallocatie gaat en anderzijds om het type bijplaatsingen. Bij het monitoren van de containerlocatie kan o.a. gelet worden op:

- Functioneert de klep op correcte wijze (opent en sluit deze goed)?
- Hoe ziet de container eruit (denk aan schilderwerk, roest, bestickering, graffiti, deuken, vuiligheid, etensresten, etc.)?
- In welke staat is het straatwerk rondom de container?
- In welke staat is het groen rondom de container (indien aanwezig)?
- Wordt er bij de afvalcontainer gecommuniceerd over afvalinzameling (bv. via bord/sticker)?
- Op wat voor soort plek staat de afvalcontainer (bv.: in/uit het zicht van omwonenden; aan een rustige/doorgaande weg; bij hoog- of laagbouw; nieuwbouw¹)
- Hoe is de samenstelling van de wijk waar de afvalcontainer staat (denk daarbij aan afkomst; culturele verschillen; sociaal economische status)
- Hoe is de sociale cohesie in de wijk? Bij sociale cohesie gaat het om de verbinding tussen mensen in een buurt/wijk.

Daarnaast is het van belang om tijdens het onderzoeken van de hotspots meer te weten te komen over de aard van de bijplaatsing per hotspot. Belangrijke vragen die daarbij kunnen helpen zijn:

- Om wat voor soort bijplaatsing gaat het (rest afval / grofvuil / pmd / papier)?
- Hoe frequent wordt er bijgeplaatst? Is er echt sprake van een bijplaatsingen probleem?
- Zijn er specifieke dagen/momenten dat de bijplaatsing voornamelijk ontstaat?
- Is de ledigingsfrequentie goed afgestemd op de behoefte?
- Is er een trend bij de bijplaatsingen: meer of juist minder dan voorheen? Wanneer het sinds een bepaald moment gestegen is, kan dit gekoppeld worden aan een gebeurtenis, bijvoorbeeld veranderd beleid/veranderde inzameling?

Het onderscheid in type bijplaatsing is van belang voor een eventuele aanpak. Wanneer er voornamelijk grofvuil wordt bijgeplaatst, is het raadzaam om de mogelijkheden van wegbrengen/op laten halen onder de loep te nemen (moeten ze bijvoorbeeld betalen, mogen ze het aan de weg zetten, is er een ophaalservice, etc.). Hoe eenvoudiger het voor mensen wordt om grofvuil op de juiste wijze weg te gooien, hoe eerder zij dit ook correct zullen doen (Law of least effort). Wanneer bijplaatsingen voornamelijk bestaan uit PMD en papier, kan het zijn dat er bij bewoners onduidelijkheid bestaat over het ophaalschema binnen de gemeente (bijv. wanneer mogen bewoners het aan de straat zetten). Onderzoek in welke mate dit beter gecommuniceerd of afgestemd kan worden. Het restafval bij bijplaatsing is een ander type probleem. Dit afval had wel in de afvalcontainer gekund, maar is niet gedaan: Hoe komt dit? Dat is de cruciale vraag bij de aanpak van bijplaatsing.

¹ Bij nieuwbouw komt dikwijls voor korte tijd veel bijplaatsing voor. Sommige gemeenten lossen dit op door tijdelijke maatregelen, zoals een extra container en aangepaste mogelijkheden voor het brengen van grofvuil.

Wanneer de hotspots bezocht zijn is het zinvol om een lijst te maken van de hotspots die daadwerkelijk een bijplaatsingsprobleem hebben. Een deel van de hotspots zal afvallen, wanneer ze bezocht zijn en de frequentie van bijplaatsing blijkt mee te vallen.

1.2.1 Ondersteuning bij monitoring

Voor de monitoring kunnen mensen van de gemeente ingezet worden, of bijvoorbeeld studenten. Van belang is dat op gestructureerde wijze geobserveerd wordt, zodat het goed te vergelijken is. De volgende formulieren en checklists kunnen helpen bij het monitoren van bijplaatsingen en het goed in beeld krijgen van de situatie:

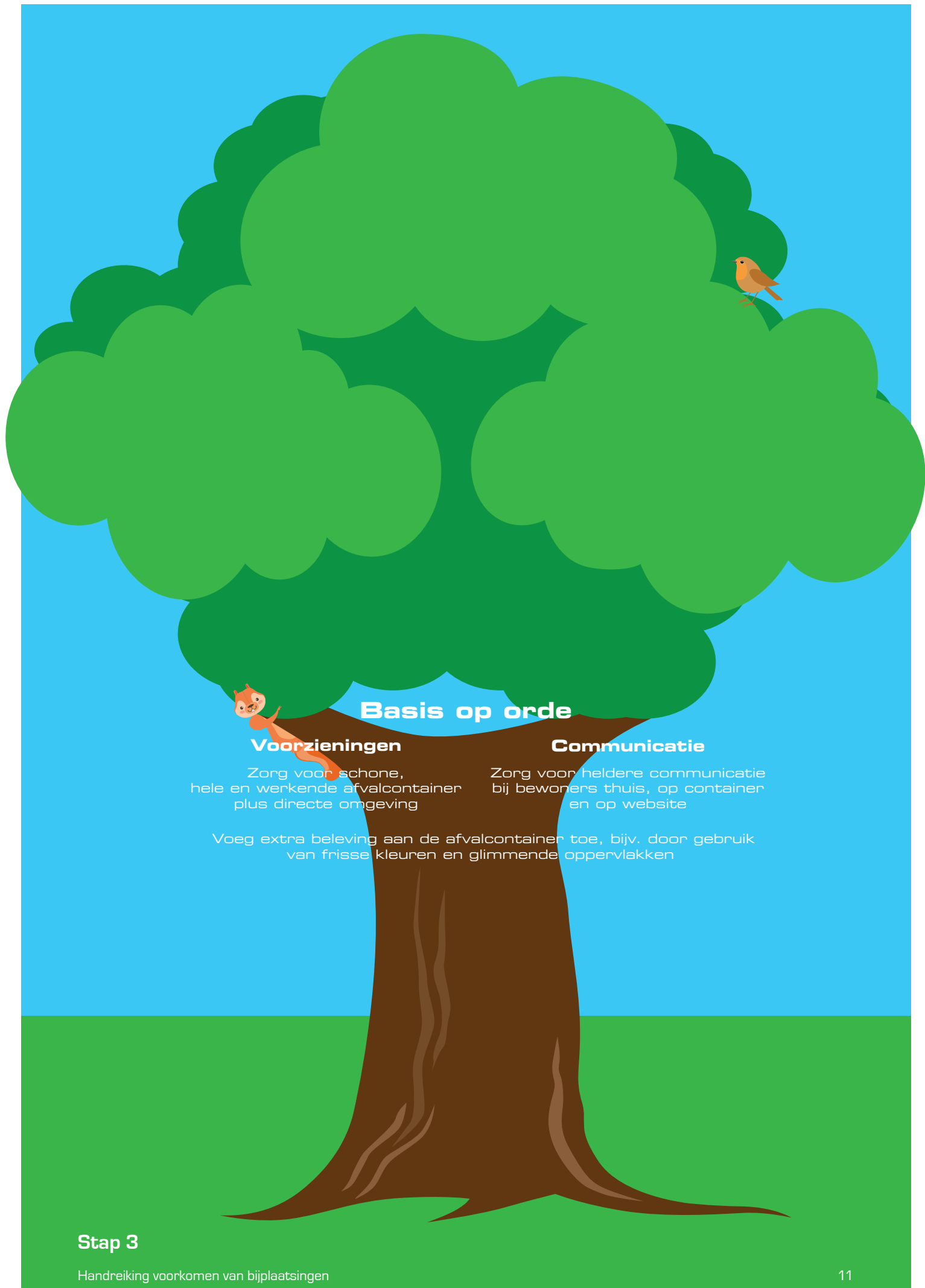
[Bijlage 1. Checklist hotspots monitoren en reduceren](#)

[Bijlage 1. Checklist sociale cohesie](#)

[Bijlage 2. Beeldkwaliteit rondom containers](#)

[Bijlage 2. Voorbeeld monitoringsformulier](#)

[Bijlage 2. Voorbeeld schouwformulier](#)



Basis op orde

Voorzieningen

Zorg voor schone, hele en werkende afvalcontainers plus directe omgeving

Communicatie

Zorg voor heldere communicatie bij bewoners thuis, op container en op website

Voeg extra beleving aan de afvalcontainer toe, bijv. door gebruik van frisse kleuren en glimmende oppervlakken

1.3 Basis op orde

Bij de basis op orde gaat het enerzijds om de voorzieningen en anderzijds om de communicatie. Beiden worden onderstaand apart toegelicht.

STAP 3a - BASIS OP ORDE VOORZIENINGEN

- Zorg voor een schone, hele en werkende afvalcontainer
- Maak de omgeving rondom de container schoon, heel en verzorgd
- Houd de basis op orde van container en omgeving

Basis op orde = Cruciaal voor een effectieve aanpak van bijplaatsingen!

1.3.1 Basis op orde voorzieningen

Bij stap 2 zijn de hotspotlocaties goed in beeld gebracht, dit helpt bij het vervolg van de aanpak. Het draagt bij aan een goede probleemanalyse en daardoor effectieve aanpak. Voor goed gedrag (het op juiste wijze weggooien/aanbieden van afval) is het van belang dat de basis op orde is. Dit heeft namelijk enorm veel invloed op gedrag. Een rommelige omgeving suggereert dat het 'oké' is om afval bij te plaatsen, want kennelijk 'boeit het niet hoe je je hier gedraagt'. Bij de basis op orde gaat het om de afvalcontainer en om de omgeving rond de afvalcontainer.

De basis op orde van de afvalcontainer:

- Een functionerende klep
- Verwijder voedselresten en andere vuiligheid
- Maak de container schoon
- Verwijder oude (informatie)stickers (als informatie niet meer up-to-date is/stickers niet meer fris ogen of onleesbaar zijn)
- Verwijder lijmresten
- Verwijder graffiti
- Werk roest en beschadigingsplekken bij
- Deuken uitdeuken
- Opnieuw verven indien de verflaag afgebladderd is

De basis op orde rondom de afvalcontainer:

- Groenvoorziening netjes bijgewerkt
- Onkruid weg
- Tegels recht leggen en vuile/beschadigde tegels vervangen

Wanneer de basis weer terug op orde is, zal automatisch het gedrag van omwonenden veranderen. Een schone omgeving stimuleert schoon gedrag. Wanneer mensen zien dat een omgeving netjes, heel en schoon is, activeert dat de norm 'hier hoor ik mij schoon te gedragen'. Waardoor mensen zich zo zullen gaan gedragen.

Een aanzienlijk deel van de hotspot locaties zal verdwijnen wanneer de basis goed op orde is. In een aanpak van bijplaatsingen is deze stap cruciaal. Gedragsinterventies komen vaak niet tot z'n recht wanneer ze in een rommelige omgeving worden toegepast. Het signaal dat een omgeving op zo'n moment geeft is namelijk dat er niet wordt omgekeken naar de container locatie en het dus niet uitmaakt wat je doet. Ook al zijn er mooie gedragsinterventies toegepast bij de bak, deze worden ontkracht door een negatieve uitstraling van de afvalcontainer en omgeving rondom de container.

Maak onderling duidelijke afspraken over wat schoon is, wat betekent de basis op orde? Voor de één kan schoon iets anders betekenen dan voor de ander. Dit kan afgestemd worden door bijvoorbeeld een checklist die op locatie afgevinkt moet worden, maar ook kan gedacht worden aan gebruik van afbeeldingen met voorbeelden van schoon/niet schoon. Besteed hier i.i.g. voldoende aandacht aan en check of de basis daarna ook daadwerkelijk op orde is, zoals afgestemd.

Wanneer de basis op orde is, is het van belang deze status te behouden. Maak afspraken met reinigingen om de afvalcontainer schoon te houden. Zorg dat groenvoorzieningen rondom een afvalcontainer blijvend extra aandacht krijgen. Door iemand verantwoordelijkheid te geven voor het toezicht op de status van de afvalcontainer, kan goed gemonitord worden of de basis daadwerkelijk op orde blijft. Wanneer er beschadigingen en vernieling plaatsvinden op of rond de bak, is het zaak om hier zo snel mogelijk om te anticiperen. Ook wanneer er klachten uit de wijk zijn, wordt geadviseerd om hier zo snel als mogelijk op te reageren.

Voor de uitvoer zie: [Checklist Basis op orde voorzieningen](#)

STAP 3b - COMMUNICEER MET OMWONENDEN

- Deur-tot-deur actie, achterhaal waarom bijplaatsingen ontstaan. Welke wensen / behoeften zijn er? Informeer tegelijk over regels rondom afval
- Zorg voor zichtbare, eenduidige informatie
- Stem afvalmogelijkheden af op wensen bewoners

1.3.2 Basis op orde communicatie

In het verlengde van de basis op orde ligt de communicatie naar omwonenden. Een deur-tot-deur actie kan helpen bij het verkrijgen van inzichten voor eventuele verdere aanpak. De hamvraag daarbij is: 'Waarom gaat het mis en wordt er toch bijgeplaatst?' Zijn bijvoorbeeld de regels rondom het aanbieden helder en sluiten ze aan bij de wensen en behoeften van bewoners? Spelen er wellicht andere factoren waardoor afval wordt bijgeplaatst? Het is belangrijk dat er geluisterd wordt naar wat bewoners aangeven. Het team dat ingezet wordt kan met scripts werken, om te waarborgen dat de goede vragen gesteld worden. Wel is het van belang dat bewoners zich gehoord voelen en niet het idee hebben dat een medewerker een vragenlijst afwerkt zonder echt te luisteren. Op zo'n manier kan het bij bewoners commitment versterken om enerzijds het goede gedrag te tonen en zelfs zich misschien wel actief in te zetten (bijvoorbeeld als adoptant van een afvalcontainer).

Hoewel dit behoorlijk intensief kan lijken qua inzet, kan het vrij laagdrempelig ingezet worden. Niet iedere bewoner 'moet' gesproken worden, het gaat om een algemeen beeld dat je op wil halen uit de wijk. Plan bijvoorbeeld 1 of 2 momenten in, waarin 2 personen langs deuren gaan.

Voor een voorbeeldscript zie:

[Bijlage 2. Script informerend, beïnvloedend en activerend buurtonderzoek t.b.v. schoon](#)

Door het moment aan de deur/in de wijk echt te gebruiken als moment om kennis te halen en brengen, kan daarna duidelijker worden bepaald of/welke acties nodig zijn vanuit de gemeente. Er kan onderscheid worden gemaakt tussen twee aspecten die onderstaand verder uitgewerkt worden:

- Basis informatie op orde brengen
- Mogelijkheden voor halen/brengen afval beter aansluiten op wensen en behoeften

Hoewel veel gemeenten aangeven dat bewoners echt wel weten wat er van ze verwacht wordt, blijkt dit in dit praktijk niet altijd zo te zijn. Bij het op orde brengen van de communicatie zijn de volgende aspecten van belang:

- Consistente informatie (eenduidige communicatie)
- Eenvoudig te interpreteren informatie, liefst visueel ondersteund
- Duidelijke informatiestickers op afvalcontainers (denk ook aan handelingsperspectief bij storing bak)
- Zorg dat communicatie in een duidelijk herkenbare stijl is, eventueel met een apart schoon logo, dat op alle uitingen terugkomt
- Duidelijke informatie op gemeente website (eventueel in meerdere talen)
- Periodiek huis aan huis informatie flyers over regels m.b.t. afval (eventueel in meerdere talen)
- Periodiek campagne-achtige communicatie (abri's / straat)

Het kan zijn dat mensen hun afval verkeerd aanbieden omdat ze een vorm van weerstand ervaren (inertia). Ze zijn niet 'tegen' het correct aanbieden van afval, maar ze ervaren het wel als veel gedoe. Het afval past bijvoorbeeld niet in de auto, het brengstation is al dicht wanneer ze uit werk komen, ze beschikken niet (meer) over een pasje, of als ze het aan straat 'mogen' zetten zijn ze niet in de gelegenheid. Door met bewoners in gesprek te gaan kunnen dit soort weerstanden achterhaald worden. Daarna kan bekeken worden hoe de gemeenten tegemoet kan komen aan de wensen en behoeften van bewoners. Bekijk daarbij wat haalbaar is binnen de gemeente. Mogelijke voorbeelden waar aan gedacht kan worden zijn:

- Langere openingstijden van de milieustraat
- Meerdere lokale kleine afvalbrengstations (eventueel een mini kringloop)
- Tijdelijk open containers plaatsen (bv. bij nieuwbouwwijken / periodiek als vorm van voorjaars schoonmaak)
- Ophaalservice uitbreiden (bv. vaker ophalen / mogelijkheid leenbusjes voor wegbrengen grofvuil)
- Ophaalservice eenvoudig benaderbaar (idealiter via meerdere kanalen, zoals telefoon, website en app)
- Pasjes afschaffen / eenvoudig maken om nieuw pasje te krijgen
- Lage(re) tarieven voor wegbrengen grofvuil

1.3.3 Basis op orde voorzieningen Plus+

De basis op orde kan verder doorgevoerd worden door de afvalcontainer aantrekkelijker te maken. Enerzijds door hem mooier te maken, waardoor het aantrekkelijker oogt. Anderzijds door de container meer op te laten vallen, waardoor mensen hem beter kunnen vinden. Onderstaand worden punten toegelicht waar aan gedacht kan worden.

- **Kleurgebruik**
Afvalcontainers zijn meestal in weinig opvallende kleuren (grijs tinten / natuur groen tinten), vaak vanuit architectonisch oogpunt, om de containers niet teveel op te laten vallen. Toch zouden juist frisse (opvallende) kleuren het gewenste gedrag kunnen stimuleren. Zo zorgden 'appeltjes' groene afvalbakken in Rotterdam voor veel minder zwerfafval.
- **Glanzende oppervlakken**
Gebruik glanzende oppervlakken. Iets dat er glimmend uitziet, activeert (onbewust) bij mensen dat het schoon is en zal eerder schoon gedrag uitlokken. Waardoor mensen minder geneigd zijn om afval bij te plaatsen.
- **Onderplaat/tegels rondom container accentueren**
Door de onderplaat te accentueren, kan gestimuleerd worden dat bewoners hun afval er niet naast plaatsen. Enerzijds kan hij geaccentueerd worden door de onderplaat/tegels te laten glimmen. Anderzijds door kleurgebruik. Wanneer er bijvoorbeeld een rode rand rondom de container is, zullen mensen automatisch minder geneigd zijn om afval naast de container te plaatsen.



Check 2 - Hotspots

Inventariseren

Welke hotspots vormen
nu nog een probleem?

STAP 4 - HOTSPOTS OPNIEUW MONITOREN

- Bij welke hotspots is nu nog een bijplaatsingsprobleem?
- Breng de situatie van de buurt goed in kaart, zodat een juiste gedragsinterventie gekozen kan worden

1.4 Hotspots opnieuw monitoren, welke zijn nog problematisch?

Het is belangrijk om wederom de hotspots te observeren, nadat de basis op orde gebracht is. Welke hotspots zijn nu nog problematisch? Vermoedelijk valt een aanzienlijk deel van de oorspronkelijk hotspots al af en is daar verder geen extra actie op nodig (buiten het op peil houden van de container, omgeving en communicatie). Door enkele weken bijplaatsingen te monitoren, zal blijken welke hotspotlocaties wel nog extra inzet nodig hebben. Daar kunnen gedragsinterventies worden toegepast.

Tijdens de eerdere monitoring van de hotspots en tijdens de communicatie acties is een duidelijk beeld ontstaan van de hotspot. Zet de belangrijkste punten nogmaals op een rij, om zo te bepalen welke gedragsinterventies zouden passen bij de specifieke hotspotlocatie. Denk daarbij aan:

- Hoe is de sociale cohesie in het deel van de wijk waar de container staat? Zijn er bijvoorbeeld wijkinitiatieven? [Zie checklist sociale cohesie](#)
- Is er een school of sportvereniging in de buurt?
- Zijn er sleutelfiguren in het betreffende deel van de wijk? Mensen die veel aanzien genieten, door een meerderheid gekend worden (zoals bijvoorbeeld een lokale ondernemer, een Imam, persoon van een koffie-/buurthuis, etc.)
- Voert een taal of cultuur de boventoon in het betreffende deel van de wijk?
- Zijn er mensen die al burgerinitiatieven doen, of die hebben aangegeven zoiets te willen doen?
- Welke type bijplaatsing vormt het grootste probleem bij de hotspotlocatie?
- Laat eens iemand anders (extern of i.i.g. minder betrokken bij de problematiek) naar de hotspotlocatie kijken. Wat ziet deze persoon? Is dat overeenkomstig met het bestaande beeld van de wijk? Andere ogen werpen soms een ander perspectief op het probleem en daarmee dus ook een andere oplossing.

1.5 Gedragsinterventies kiezen

Het kiezen van een gedragsinterventie blijft maatwerk. Iets dat bij de ene hotspot erin slaagt om het aantal bijplaatsing te reduceren, kan op een andere plek falen. In de boom is weergegeven wanneer welke strategie gekozen kan worden. Let wel, een omgeving/situatie kan altijd afwijken, waardoor soms een andere (gedrags-)interventie geschikter zou zijn. In deze fase kan een gedragsbureau uw gemeenten adviseren over de te kiezen gedragsinterventie.

Uitgangspunt is de mate van sociale cohesie in (het betreffende deel van) een wijk. Bij sociale cohesie gaat het om de betrokkenheid en verbinding onderling tussen bewoners en met de wijk. Wanneer de culturele diversiteit hoog is in een wijk, kan het zijn dat mensen geen verbinding voelen met elkaar, ze leven meer langs elkaar heen dan met elkaar. Belangrijk kenmerk voor de mate van sociale cohesie is of bewoners dezelfde normen en waarden delen en waarde hechten aan hoe de leefomgeving eruit ziet. Sociale cohesie is bijvoorbeeld vaak zeer laag in wijken waar de doorstroom hoog is. Voorbeelden hiervan kunnen zijn: studentenwijken, expat-wijken of wijken met een grote culturele diversiteit. Bewoners herkennen andere bewoners nauwelijks, weinig tot geen onderling contact en mensen spreken elkaar niet aan op 'normoverschrijdend' gedrag. Een wijk waar de mate van sociale cohesie hoger is, kenmerkt zich bijvoorbeeld door verschillende wijkinitiatieven, mensen die elkaar kennen en anderen aanspreken op 'wanordelijk' gedrag. Mensen in die wijk voelen zich verbonden met elkaar en betrokken bij de wijk.

Voor de aanpak voorkomen van bijplaatsingen is het onderscheid gemaakt tussen:

- Lage sociale cohesie (geen verbinding tussen bewoners in een wijk, weinig tot geen aandacht voor elkaar, 'iedereen zoekt zelf maar uit wat hij doet')
- Matige sociale cohesie (matige verbinding tussen bewoners in een wijk, enkel wijkinitiatief, deel bewoners heeft enig contact met elkaar, toch worden mensen niet/nauwelijks aangesproken op 'verkeerd' gedrag door bewoners)
- Gemiddelde sociale cohesie (iets meer verbinding tussen bewoners, enkele wijkinitiatieven, wordt iets meer gegroet tussen bewoners op straat, iets meer persoonlijk contact, enkele bewoners zullen anderen aanspreken op normoverschrijdend gedrag)

Per mate van cohesie wordt een aantal mogelijke strategieën aangegeven. Deze worden in het volgende deel verder toegelicht. Voor een uiteindelijk uitrol van een interventie is het van belang dat de gemeente wel verder kijkt dan alleen de sociale cohesie. Hoe is bijvoorbeeld de locatie waar de afvalbak staat, is deze in het zicht van bewoners of bij een blinde muur? Dit model helpt je zo goed mogelijk op weg, maar zelf goed de situatie bekijken blijft van belang.

Gemiddelde
sociale cohesie

**Bewoners voelen zich iets sterker
verbonden met elkaar en de wijk**

- Lokale helden bijv. een plaatselijke ondernemer zichtbaar koppelen aan een schone straat via posters/borden
- Foot-in-door, bewoners laten instemmen op klein verzoek en committeren aan schoon gedrag
- Sociale normen activeren, bijv. door het plaatsen van bord met het gewenste gedrag

Lage
sociale cohesie

**Bewoners voelen zich niet verbonden
met elkaar en de wijk**

- (Perceptie van) handhaven
- Faciliteer in (extra) voorzieningen voor (grof) afval
- Afvallocaties duidelijker maken/ eenvoudiger voor goed gedrag

**Gedrags
interventies**

Matige
sociale cohesie

**Bewoners voelen zich enigszins
verbonden met elkaar en de wijk**

- Eigenaarschap verhogen, bijv. adoptie, personaliseren afvalbak, betrekken school
- Placemaking, bijv. plaatsen bloembakken, community art, sport- of speltoestel, kunstobject
- Inzet autoriteit, bijv. imam
- Inzet afvalcoaches

2. Toelichting gedragsinterventies

Onderstaand worden de gedragsinterventies toegelicht, uitgesplitst op mate van sociale cohesie:

- **Lage sociale cohesie. Bewoners voelen zich niet verbonden met elkaar en de wijk waar ze wonen. Strategieën die daar goed kunnen werken zijn:**
 - o (Perceptie van) handhaven
 - o Faciliteer in (extra) voorzieningen voor (grof) afval
 - o Afvallocaties duidelijker maken/eenvoudiger voor goed gedrag
- **Matige sociale cohesie. Bewoners voelen zich enigszins verbonden met elkaar en de wijk waar ze wonen. Strategieën die daar goed kunnen werken zijn:**
 - o Placemaking
 - o Eigenaarschap verhogen
 - o Inzet autoriteit
 - o Afvalcoaches
- **Gemiddelde sociale cohesie. Bewoners voelen zich iets sterker verbonden met elkaar en de wijk waar ze wonen. Strategieën die daar goed kunnen werken zijn:**
 - o Lokale helden
 - o Foot-in-the-door
 - o Sociale normen

Naast sociale cohesie is het type plek waar de afvallocatie staat ook erg belangrijk. Daarbij kan voornamelijk onderscheid worden gemaakt in de mate van anonimiteit. Plekken die erg anoniem zijn, hebben vaak het meeste baat bij:

- Eigenaarschap verhogen
- Placemaking

Onderstaand worden de strategieën toegelicht en waar mogelijk voorzien van een illustratie.

Gemiddelde
sociale cohesie

**Bewoners voelen zich iets sterker
verbonden met elkaar en de wijk**

- Lokale helden bijv. een plaatselijke ondernemer zichtbaar koppelen aan een schone straat via posters/borden
- Foot-in-door, bewoners laten instemmen op klein verzoek en committeren aan schoon gedrag
- Sociale normen activeren, bijv. door het plaatsen van bord met het gewenste gedrag

Lage
sociale cohesie

**Bewoners voelen zich niet verbonden
met elkaar en de wijk**

- (Perceptie van) handhaven
- Faciliteer in (extra) voorzieningen voor (grof) afval
- Afvallocaties duidelijker maken/ eenvoudiger voor goed gedrag

**Gedrag
interventies**

Matige
sociale cohesie

**Bewoners voelen zich enigszins
verbonden met elkaar en de wijk**

- Eigenaarschap verhogen, bijv. adoptie, personaliseren afvalbak, betrekken school
- Placemaking, bijv. plaatsen bloembakken, community art, sport- of speltoestel, kunstobject
- Inzet autoriteit, bijv. imam
- Inzet afvalcoaches

2.1 Strategieën bij lage sociale cohesie

2.1.1 Gevoel versterken dat er actief gehandhaafd wordt op bijplaatsing

Door mensen het gevoel te geven dat er gehandhaafd wordt, kan het bijplaatsingsgedrag gereduceerd worden. Het gaat bij handhaven meer om de beleving (gevoel van pakkans), dan het daadwerkelijk handhaven. Als mensen het idee hebben dat ze 'gepakt' kunnen worden en dan een boete krijgen, gaat daar een gedragsbeïnvloedende werking van uit. Het gevoel van handhaving kan getriggerd worden door onderstaande maatregelen. Bij alle punten is wel de kernwaarde dat er daadwerkelijk handhavers frequent gezien worden door mensen in de buurt. Wanneer er alleen gecommuniceerd wordt over handhaving, maar er geen handhavers gezien wordt, verliest de communicatie iedere waarde. Dit kan zelfs negatieve neven effecten hebben op de geloofwaardigheid van andere gemeentelijke communicatie.

- Stickers plakken op bijgeplaatst afval. Op zo'n sticker kan een tekst staan als 'In behandeling bij stadstoezicht, verkeerd aangeboden', 'U riskeert een boete van €150,-'.
- Zichtbaar voor bewoners vuilniszakken controleren die zijn bijgeplaatst.
- Handhaver/wijkagent preventief langs deuren laten gaan. In gesprek gaan over bijplaatsing, eventueel regels rondom aanbieden nog eens toelichten. Hier gaat een preventieve werking van uit (versterkt wanneer bewoners deze handhavers daarna ook weer op straat zien).
- Een bord plaatsen bij de afvalcontainer met een afbeelding van 'neutraal' kijkende ogen. Dit geeft mensen het gevoel dat ze gezien worden.
- Communicatie op bord/sticker over de hoogte van de boete en dat er extra gehandhaafd wordt (eventueel i.c.m. de afbeelding van ogen). Kan extra gecommuniceerd worden via social media, bijvoorbeeld door te berichten over de handhavers die weer de wijk ingaan en aandacht besteden aan aantal uitgedeelde boetes. Wel belangrijk om zo'n bord weer te verwijderen wanneer er niet meer actief gehandhaafd wordt. Anders verliest het alle kracht.



Figuur 1. Voorbeeld van afbeelding ogen gebruikt bij zwerfafval project in Den Bosch op KW1C Nederland Schoon & Novi Mores.

Bij handhaving is het noodzakelijk dat de acties periodiek herhaald worden. Er ontstaat namelijk geen leereffect of nieuw gewoontegedrag.

Strategie handhaving

Zichtbaar handhavers op straat is een randvoorwaarde voor succesvolle uitrol van deze strategie!
Het kan ondersteund worden door:

- Stickers op zakken
- zichtbaar zakken controleren
- handhaver preventief langs deuren laten gaan
- Bord met ogen bij container
- Communicatie over de boete [eventueel ook via social media]

2.1.2 Faciliteer in (extra) voorzieningen voor (grof) afval

Door het voor bewoners eenvoudiger te maken om afval 'juist' aan te bieden, zal er minder bijgeplaatst worden. De gemeente kan haar inwoners faciliteren in voorzieningen om eenvoudiger grof afval weg te gooien. Onderstaand worden twee voorbeelden gegeven, maar er zijn verschillende mogelijkheden bij deze strategie:

- Een plek op straat waar periodiek (grof) afval geplaatst mag worden.
- Faciliteer een mini kringloop

Een plek op straat waar periodiek grof afval geplaatst mag worden

Creëer een plek op straat waar bewoners periodiek (grof) afval mogen plaatsen. Denk bijvoorbeeld aan het 1e weekend van de maand. Markeer duidelijk de plek waar bewoners dit mogen plaatsen, bijvoorbeeld middels belijning. Communiceer goed naar bewoners wanneer en waar zij hun grof afval mogen plaatsen. Wanneer het herhaaldelijk wordt aangeboden door de gemeente, is het van belang dat iedere keer vlak voor de gestelde datum hierover gecommuniceerd wordt naar bewoners.

Faciliteer een mini kringloop

Het opzetten van een minikringloop in de nabije omgeving van bewoners bij een hotspotlocatie. Door in de buurt bij de hotspot een plek te creëren (bv. een garagebox / schuur) waar mensen hun oude spullen naar toe kunnen brengen, wordt het bewoners 'makkelijker' gemaakt. Ze kunnen daar eenvoudig hun oude spullen brengen. Wat nog bruikbaar is kan een nieuw leven krijgen bij iemand anders. De spullen die niet meer voor hergebruik zijn, gaan dan alsnog naar de milieustraat. Zo'n kringloop kan door actieve buurtbewoners/vrijwilligers/huismeesters draaiende gehouden worden. Van belang is dat de openingstijden ruimer zijn dan van de milieustraat. Kies bijvoorbeeld de namiddag en begin van de avond. Op deze manier is het een extra mogelijkheid naast de reguliere tijden van een milieustraat in de gemeente. Communicatie en vindbaarheid zijn noodzakelijk voor het slagen van deze interventie. Kenmerk het bijvoorbeeld met een opvallend bord, waar duidelijk de openingstijden op staan. Stel eventueel informatie beschikbaar in de mini-kringloop. Wanneer mensen vragen hebben kunnen ze eenvoudig daar terecht en hoeven ze geen contact op te nemen met de gemeente. Voor sommige mensen kan dit een barrière vormen.

Faciliteer in voorzieningen voor (grof) afval

- Creëer een locatie in de buurt van de hotspot, waar mensen oude spullen kunnen brengen en voorkom zo bijplaatsing (plek op straat / mini kringloop)
- Zorg voor goede communicatie en vindbaarheid van mini-kringloop/plek op straat

2.1.3 Afvallocaties duidelijker maken/eenvoudiger voor goed gedrag

Plaats bij de hotspots op zowel de container als de grond een duidelijke sticker, zodat niet te missen is hoe bewoners zich horen te gedragen. Op het moment dat bewoners met hun afval bij de container staan, wordt door duidelijke communicatie goed gedrag uitgelokt. Onderstaande afbeelding is hier een voorbeeld van. Door de sticker te plaatsen op de grond, wordt het voor bewoners automatisch lastiger om daar hun afval te plaatsen. Er staat immers heel duidelijk 'Geen afval plaatsen'. De rode kleur triggert automatisch het 'niet doen' bij mensen. Wel is belangrijk dat mensen ook direct het juiste handelingsperspectief mee krijgen (losse zakken in container en grof afval naar de milieustraat brengen).

Duidelijke communicatie waar bijgeplaatst wordt

- Plaats een eenduidige boodschap op de grond waar bijgeplaatst wordt
- Stel een duidelijke norm
- Bied handelingsperspectief (wat verwacht je)
- Kleur rood kan hier goed helpen



Figuur 2. Sticker op container en grondplaat gemeente Hoogeveen

Gemiddelde
sociale cohesie

**Bewoners voelen zich iets sterker
verbonden met elkaar en de wijk**

- Lokale helden bijv. een plaatselijke ondernemer zichtbaar koppelen aan een schone straat via posters/borden
- Foot-in-door, bewoners laten instemmen op klein verzoek en committeren aan schoon gedrag
- Sociale normen activeren, bijv. door het plaatsen van bord met het gewenste gedrag

Lage
sociale cohesie

**Bewoners voelen zich niet verbonden
met elkaar en de wijk**

- (Perceptie van) handhaven
- Faciliteer in (extra) voorzieningen voor (grof) afval
- Afvallocaties duidelijker maken/ eenvoudiger voor goed gedrag

**Gedrags
interventies**

Matige
sociale cohesie

**Bewoners voelen zich enigszins
verbonden met elkaar en de wijk**

- Eigenaarschap verhogen, bijv. adoptie, personaliseren afvalbak, betrekken school
- Placemaking, bijv. plaatsen bloembakken, community art, sport- of speltoestel, kunstobject
- Inzet autoriteit, bijv. imam
- Inzet afvalcoaches

2.2 Strategieën bij matige sociale cohesie

2.2.1 Placemaking

Een strategie die ook gebruikt kan worden bij het verminderen van bijplaatsingen is placemaking, hierbij zorgen aanpassingen op de locatie voor een ander gebruik en beleving van die locatie. Voorbeelden van placemaking zijn o.a.:

- **Sport- of spel elementen plaatsen.** Gedacht kan worden aan een speeltoestel voor kinderen of een buiten fitness apparaat.
- **Kunstobjecten.** Een grappig/mooi kunstobject, eventueel met functie (zoals dat het tegelijk als klauter object gebruikt kan worden).
- **Groenvoorziening.** Plaats om de container(s) bijvoorbeeld mooie plantenbakken.
- **Community art-project,** waarbij mensen uit de wijk inbreng leveren voor iets wat een totaal 'kunstwerk' wordt, zoals bijvoorbeeld via foto's of tekeningen. Een blinde muur leent zich hier bij uitstek voor.

Wanneer een hotspotlocatie bijvoorbeeld wat uit het zicht staat, kan deze strategie heel succesvol zijn. Van belang voor het succes is, om bewoners mee te laten beslissen in de aanpassingen op de locatie. De hamvraag daarbij is: 'Hoe maken we deze plek aantrekkelijker?' Door bewoners er een stem in te geven voelen zij zich betrokken. Doordat er naar ze geluisterd wordt zullen zij eerder ander gedrag laten zien (commitment). Daarnaast zullen zij sterker een vorm van eigenaarschap ervaren, wanneer het hun idee is dat gerealiseerd wordt of wanneer ze er een bijdrage hebben geleverd. Naast dat het 'gehoord' worden en het verhoogde eigenaarschap al positieve effecten heeft op de bewoners, hebben de aanpassingen op locatie ook een directe invloed op gedrag. Een omgeving die er aantrekkelijk en verzorgd uit ziet, stimuleert eerder schoon gedrag. Maar ook doordat meer mensen zich gaan bevinden op de locatie – door bijv. de nieuwe functie met speeltoestel, kan dit de norm versterken hoe men zich hoort te gedragen. Wel is van belang dat de toepassing(en) goed onderhouden worden en er verzorgd en fris uit blijven zien. Bij bloembakken is het bijvoorbeeld van belang dat er geen dode plantjes in zitten en bij een speeltoestel dat het geregeld schoongemaakt wordt voor een aantrekkelijke uitstraling.

Strategie placemaking

Maak de locatie aantrekkelijker door iets toe te voegen, zoals:

- Sport-/spelcomponenten
- Mooie groenvoorziening
- Kunstobjecten
- Community art
- Zorg dat het toegevoegde aspect er aantrekkelijk uit blijft zien (goed onderhoud)

Ook goed toepasbaar bij anoniemere plekken!

De strategie placemaking hangt deels samen met de strategie eigenaarschap. Deze twee kunnen elkaar versterken. Beiden zijn ook goed in te zetten wanneer een plek wat anoniemer is, of uit het zicht staat van de bewoners.



Figuur 3. Bloembakken bij container - Gemeente Amsterdam



Figuur 4. Community Art gemeente Hoofddorp - Pottenkijkers

2.2.2 Eigenaarschap verhogen

Een strategie die ervoor kan zorgen dat er minder bijgeplaatst wordt, is wanneer het gevoel van eigenaarschap versterkt wordt. Wanneer duidelijk wordt dat anderen 'eigenaar' van de container zijn en zich er om bekommeren, zal dit eerder gewenst gedrag stimuleren. Het gevoel van eigenaarschap kan op een aantal manieren worden toegepast, waaronder:

- **Adoptie container door bewoners.** Bewoners worden zo 'letterlijk' eigenaar van de afvalcontainer. Zij krijgen bijvoorbeeld een pasje om naast liggend afval in de container te plaatsen. Wanneer ze de gemeente bellen over bijgeplaatst afval, krijgt dit voorrang bij het ophalen. Adoptanten zorgen dat de container er fris en verzorgd uit blijft zien. Ze worden bijvoorbeeld gefaciliteerd met knijpers en zakken. Uit de interviews met gemeenten blijkt dat container adoptie het meest succesvol is, wanneer een aantal bewoners samen een container adopteert en zij onderling communiceren (bv. via een whatsapp groep). Gaat bijvoorbeeld iemand op vakantie, kan één van de andere bewoners even bijspringen. Zorg dat je als gemeente deze mensen 'warm' houdt voor adoptie. Zo blijven ze zich inzetten. Plaats bij de container een plaatje/bordje, waarop duidelijk is dat deze container geadopteerd is door mensen uit de buurt en dat het gezamenlijk schoon gehouden wordt. Gebruik daarop bijvoorbeeld de tekst 'Deze container is geadopteerd door bewoners uit deze buurt. Samen houden we het schoon.' Of laat de adoptant de container zelf personaliseren met een naam of bepaalde uitstraling.
- **Klas/school die zich ontfermt over de containerlocatie.** Zij houden de locatie schoon en kenmerken de container als 'hun' bak. Belangrijk is dat omwonenden weten dat de leerlingen zich hebben ontfermd over die bak. Dit kan duidelijk gemaakt worden door een bord te plaatsen met bijvoorbeeld de tekst: Wij houden deze containerlocatie schoon, helpt u ook mee? Groeten van de leerlingen uit groep ... van deschool. Eventueel met passende kindertekening op/naast de afvalcontainer.
- **Aan eigenaarschap kan ook een andere draai gegeven worden, door de container te personaliseren.** Laat bewoners bijvoorbeeld een naam verzinnen voor de container(s) en faciliteer dan een bijpassend naambord.
- **Bij eigenaarschap kan ook gebruik worden gemaakt van antropomorfisme, het vermensen van de container.** Van de container kan een karaktertje gemaakt worden, door deze ogen en een mond te geven en een bepaalde uitstraling. Eventueel, wanneer er meerdere containers bij elkaar staan, kan er een soort familie/vrienden groepje van gemaakt worden. Zij zijn dan als het ware eigenaar van de locatie. De karakters kunnen een eigen naam krijgen om het nog sterker te maken. Let op dat het er vooral mooi uitziet en probeer het niet te grappig te laten zijn. In een buurtomgeving zijn mensen iedere dag en is de lol er snel vanaf. Onderstaand een voorbeeld van 'vermenselijke' afvalbakken bij een strandje.



Figuur 5. Afvalcontainer met menselijke trekjes bij de Kraaienbergse Plassen ODBN & Novi Mores

Strategie eigenaarschap

Maak zichtbaar dat anderen zich bekommeren om de containerlocatie

- Door adoptie container
- Door klas/ school te betrekken
- Door personaliseren container
- Door de bak menselijke trekjes te geven (zoals ogen/ mond)

2.2.3 Inzet autoriteit

Soms kan het werken om een autoriteit in te zetten. Mensen zijn gevoelig voor dit autoriteitsprincipe en passen gedrag erop aan. De heuristiek geldt: 'Als de expert het zegt, dan zal het wel zo zijn'. Bij het toepassen van deze strategie is het wel van belang dat de gekozen autoriteit, ook door bewoners als autoriteit wordt gezien en een bepaald aanzien heeft. Hierbij kan gedacht worden aan:

- Een Imam, die in z'n gebed aandacht vraagt voor het schoonhouden van de buitenruimte.
- Een gerespecteerd buurtvader, die een 'schoon' boodschap uitdraagt middels campagne materiaal (posters in de wijk).
- Een cultureel figuur die belangrijk is voor bepaalde cultuur die overheerst in een wijk.

Door campagne-achtige uitingen te maken (borden/posters) waarop de autoriteit de schoon-boodschap uitdraagt kan het autoriteitsprincipe versterkt worden en bijdragen aan gedragsverandering.

Strategie inzet autoriteit

Laat een 'autoriteit' oproepen tot schoon gedrag, denk daarbij aan:

- Imam
- Buurtvader
- Cultureel figuur

2.2.4 Afvalcoaches

Inzet van afvalcoaches kan bewoners net dat duwtje in de goede richting geven. Er wordt aandacht gevraagd voor het gewenste gedrag, bewoners krijgen uitleg over het juist weggoeien/aanbieden van afval en ze kunnen met hun vragen terecht bij de afvalcoaches. Deze strategie kan goed helpen, vooral op locaties waar bewoners in de basis welwillend zijn en het goed willen doen, maar het net niet helemaal doen. Afvalcoaches kunnen op verschillende manieren ingezet worden, bijvoorbeeld langs deuren, bij afvalcontainers of bij winkelcentra. In gemeenten worden verschillende mensen als afvalcoaches ingezet. Het kunnen studenten zijn, mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt of bijvoorbeeld vrijwilligers. Bij het selecteren van afvalcoaches kan gelet worden op de volgende aspecten:

- Mensen die bekend zijn met de wijk en er affiniteit mee hebben
- Mensen die idealiter de meest voorkomende taal in de wijk (enigszins) machtig zijn. Wanneer in een wijk een andere taal dan Nederlands overheerst, is het raadzaam een afvalcoaches in te zetten die mensen in hun eigen taal kan begroeten en eventueel uitleg kan geven. In sommige gemeenten wordt ook met flyers in verschillende talen gewerkt, die de afvalcoach dan uitdeelt.

Strategie afvalcoaches

Zet een afvalcoach in die bewoners op weg helpt, dit kan:

- Aan huis
- Bij de containerlocatie
- Bij het winkelcentrum



Figuur 6. Afvalcoaches Gemeente Nijmegen & Antea Group

Gemiddelde
sociale cohesie



**Bewoners voelen zich iets sterker
verbonden met elkaar en de wijk**

- Lokale helden bijv. een plaatselijke ondernemer zichtbaar koppelen aan een schone straat via posters/borden
- Foot-in-door, bewoners laten instemmen op klein verzoek en committeren aan schoon gedrag
- Sociale normen activeren, bijv. door het plaatsen van bord met het gewenste gedrag



Lage
sociale cohesie

**Gedrags
interventies**

Matige
sociale cohesie

**Bewoners voelen zich niet verbonden
met elkaar en de wijk**

- (Perceptie van) handhaven
- Faciliteer in (extra) voorzieningen voor (grof) afval
- Afvallocaties duidelijker maken/ eenvoudiger voor goed gedrag

**Bewoners voelen zich enigszins
verbonden met elkaar en de wijk**

- Eigenaarschap verhogen, bijv. adoptie, personaliseren afvalbak, betrekken school
- Placemaking, bijv. plaatsen bloembakken, community art, sport- of speltoestel, kunstobject
- Inzet autoriteit, bijv. imam
- Inzet afvalcoaches

2.3 Strategieën bij gemiddelde sociale cohesie

2.3.1 Lokale helden

Bij de inzet van lokale helden kan gedacht worden aan lokale ondernemers (zoals slager, bakker, groenteboer) of bijvoorbeeld een actieve buurtbewoner die zich inzet voor initiatieven in de wijk. Van belang is dat de persoon door veel mensen in de wijk herkend wordt en er een positieve associatie is met deze persoon. De 'lokale held' wordt een ambassadeur van de schoon boodschap. Dit kan uitgedragen worden door campagnemateriaal te maken dat in het straatbeeld terugkomt. Borden kunnen bevestigd worden aan lantaarnpalen in de straat, in de buurt van de lokale ondernemers, de scholen en sportverenigingen. Hierop is de 'lokale held' te zien en een tekst die appelleert aan de schoon boodschap. Lokale helden versterken de onderlinge verbondenheid met elkaar (de sociale cohesie), ze worden door de buurt immers gezien als 'een van hun'. Hierdoor zullen buurtbewoners eerder het gewenste gedrag tonen.

Strategie lokale helden

- Maak lokale helden ambassadeur van de schoon boodschap
- Maak er een campagne van door de wijk
- Tip: toon de mensen op de afbeelding met een handeling (afval juist weggoaien)



Figuur 7. Local Heroes - Gemeente Den Haag & D&B

2.3.2 Foot-in-the-door

De foot-in-the-door techniek kan ingezet worden om bij mensen de norm te activeren – afval op juiste wijze weggooien en aanbieden. Hiervoor laat je bewoners een commitment maken met het gewenste gedrag. Dit principe heeft te maken met commitment – consistentie – Wie A zegt, moet ook B zeggen. Als we iets aangeven te doen, voelt het onprettig wanneer we dit vervolgens niet doen. De kans dat mensen na instemmen dus daadwerkelijk het ingestemde gedrag laten zien, is aanzienlijk. Bewoners stemmen eerst in met een klein verzoek (sticker plakken), dat de kans dus vergoot dat zij later ook instemmend handelen met het grotere verzoek (afval juist weggooien/aanbieden). Deze techniek kan worden toegepast door een team langs de deuren te laten gaan. Idealiter mensen met binding met de wijk, een toegankelijke uitstraling en eventueel een extra taal sprekend. De stappen die genomen worden zijn:

- 1. In gesprek gaan met de bewoner.** Er wordt met de (hoofd)bewoner gesproken over de buurt. Hoe ervaart deze persoon de buurt en vindt hij/zij het belangrijk dat de buurt schoon is. Waarvoor zou een schone buurt van belang/fijn zijn? Belangrijk dat de bewoner zich wel gehoord voelt en niet het gevoel heeft dat er een standaard script afgewerkt wordt. Uiteindelijk wordt het gesprek gestuurd richting de commitment.
- 2. Vragen of de bewoner een sticker bij zijn deur wil opplakken.** Als duidelijk is dat de bewoner een schone buurt ook belangrijk vindt, wordt gevraagd of hij/zij dan een sticker naast de deur wil plakken om aan te geven dat hij/zij voor een schone buurt is. Laat hiervoor kleine stickers ontwikkelen met een boodschap als bijvoorbeeld schone buurt /voor een schone buurt. Belangrijk is dat de bewoner zelf de sticker opplakt, daarmee wordt namelijk meer het gedrag onderstreept.
- 3. De naam van de bewoner op een lijst zetten.** Nadat de bewoner de sticker heeft geplakt kan gevraagd worden of de naam van de bewoner op de lijst mag worden gezet. Hierdoor wordt de commitment extra versterkt.
- 4. Kort daarop (bv 1 week later) – verzoek tot schoon gedrag bij container.** Belangrijk is om het 'grotere' verzoek enkele dagen/weken later te doen. Plaats bij de container een bord, of een sticker op de container. Verzoek de bewoners om hun afval op de juiste wijze weg te gooien/aan te bieden. Voeg aan de communicatie het kleine stickertje toe (schone buurt /voor een schone buurt), zodat er een visuele link is tussen het stickertje aan de deur en het doelgedrag bij de container. Doordat de bewoner de commitment is aangegaan met het plakken van de sticker, zal hij/zij zichzelf eerder zien als een 'schoon' persoon en daar dus naar gaan handelen. Wel is het hier van belang dat bewoners verbinding voelen met elkaar en de wijk. Wanneer dit niet het geval is (dus lage sociale cohesie) zullen zij eerder 'maling' hebben aan het tweede verzoek en zich er niet naar gedragen.



Figuur 8. Voorbeeld van sticker op deur. Gemeente Enschede & Digidee

Strategie Foot-in-the-door

- Langs de deuren
- Eerst klein verzoek – sticker bij deur voor een schone buurt
- Later groter verzoek – bord bij container voor juist weggooien/aanbieden afval
- Gebruik stickers die eenvoudig te verwijderen zijn en voorkom zo weerstand bij bewoners

2.3.3 Sociale normen

Sociale normen worden vaak geactiveerd middels een bord of sticker op de container. De norm over hoe men zich hoort te gedragen of hoe de andere buurtbewoners zich gedragen, kan gestimuleerd worden. Belangrijk bij de uitwerking van deze strategie is het specifiek maken. Hoe meer het aansluit bij de situatie hoe sterker het zal werken. Dus benadruk dat het gaat om mensen uit die buurt, of liever nog die straat. We identificeren ons met mensen uit de wijk en zullen daar eerder ons gedrag op aanpassen.



Figuur 9. Normactiverend bord gemeente Amstelveen (links), normactiverend bord gemeente Oosterhout (rechts)

Strategie sociale normen

- Activeer de gewenste norm, koppel het aan hoe de meeste andere buurtbewoners zich gedragen



3. Extra tips voor communicatie uitingen bij bijplaatsing

Onderstaand nog een aantal adviezen (in willekeurige volgorde) wanneer u in uw gemeente aan de slag gaat met het aanpakken van zwerfafval en specifiek bijplaatsing

- Creëer een mooi beeldmerk/logo dat aan alle schoon uitingen gekoppeld kan worden. Dit zorgt voor een uniforme uitstraling binnen de gemeente. Inwoners kunnen de uitingen dan ook eenvoudiger herkennen.
- Houdt er rekening mee dat soms enkel de Nederlandse taal niet voldoende is bij het communiceren.
- Probeer communicatie zoveel mogelijk visueel te ondersteunen. Hierdoor is een boodschap vaak in één oogopslag duidelijk (en zonder taalbegrip ook helder).
- Probeer in communicatie gewenst gedrag te benadrukken. Door ontkenningen te gebruiken in taal loop je het risico dat je impliciet de norm zet dat het wel gebeurt. Kennelijk doen andere mensen het ook, dus mag ik het ook doen. In de basis leg je altijd de nadruk op wat je wel wil zien. Soms worden wel ontkenning gebruikt, zoals: 'Plaats geen afval naast de container'. Belangrijk is dat je daarbij dan een handelingsperspectief geeft van het gedrag dat je wel wil zien.
- Vermijd ambigue boodschappen in communicatie. Een tekst die op meerdere manieren op te vatten is, of waar even over nagedacht moet worden, verliest zijn waarde. Voor het bereiken van gedragsverandering is het van belang dat mensen de boodschap in één oogopslag snappen.
- Wees zuinig met woorden – vermijd dat mensen veel moeten lezen.
- Let bij plaatsen van borden erop dat deze goed zichtbaar zijn (niet achter een boom/in een moeilijke kijkhoek) en op ooghoogte.

Bijlage 1 Checklists

Checklist hotspots monitoren en reduceren

Vragen met betrekking tot het monitoren van de containerlocatie

- Functioneert de klep op correcte wijze (opent en sluit deze goed)?
- Hoe ziet de container er uit (denk aan schilderwerk, roest, bestickering, graffiti, deuken, vuiligheid, etensresten, etc.)?
- In welke staat is het straatwerk rondom de container?
- In welke staat is het groen rondom de container (indien aanwezig)?
- Wordt er bij de afvalcontainer gecommuniceerd over afvalinzameling (bv. via bord/sticker)?
- Op wat voor soort plek staat de afvalcontainer (bv.: in/uit het zicht van omwonenden; aan een rustige/doorgaande weg; bij hoog- of laagbouw; nieuwbouw²)
- Hoe is de samenstelling van de wijk waar de afvalcontainer staat (denk daarbij aan afkomst; culturele verschillen; sociaal economische status)
- Hoe is de sociale cohesie in de wijk (zijn er bijvoorbeeld wijkinitiatieven)?

Vragen met betrekking tot de aard van bijplaatsingen

- Om wat voor soort bijplaatsing gaat het (rest afval / grofvuil / pmd / papier)?
- Hoe frequent wordt er bijgeplaatst? Is er echt sprake van een bijplaatsingen probleem?
- Zijn er specifieke dagen/momenten dat de bijplaatsing voornamelijk ontstaat?
- Is de ledigingsfrequentie goed afgestemd op de behoefte?
- Is er een trend bij de bijplaatsingen: meer of juist minder dan voorheen? Wanneer het sinds een bepaald moment gestegen is, kan dit gekoppeld worden aan een gebeurtenis, bijvoorbeeld veranderd beleid/veranderde inzameling?

In bijlage 2 staan observatieformulieren die hierbij kunnen helpen.

² Bij nieuwbouw komt dikwijls voor korte tijd veel bijplaatsing voor. Sommige gemeenten lossen dit op door tijdelijke maatregelen, zoals een extra container en aangepaste mogelijkheden voor het brengen van grofvuil.

Checklist Basis op orde voorzieningen

De basis op orde van de afvalcontainer:

- Een functionerende klep
- Verwijder voedselresten en andere vuiligheid
- Maak de container schoon
- Verwijder oude (informatie)stickers (als informatie niet meer up-to-date is/stickers niet meer fris ogen of onleesbaar zijn)
- Verwijder lijmresten
- Verwijder graffiti
- Werk roest en beschadigingsplekken bij
- Deuken uitdeuken
- Opnieuw verven indien de verflaag afgebladderd is

De basis op orde rondom de afvalcontainer:

- Groenvoorziening netjes bijgewerkt
- Onkruid weg
- Tegelwerk recht leggen en vuile/beschadigde tegels vervangen

Checklist Basis op orde communicatie

Bij het op orde brengen van de communicatie zijn de volgende aspecten van belang:

- Consistente informatie (eenduidige communicatie)
- Eenvoudige te interpreteren, liefst visueel ondersteund
- Duidelijke informatiestickers op afvalcontainers (denk ook aan handelingsperspectief bij storing bak)
- Zorg dat communicatie in een duidelijk herkenbare stijl is, eventueel met een apart schoon logo, dat op alle uitingen terug kan komen
- Duidelijke informatie op gemeente website (eventueel in meerdere talen)
- Periodiek huis aan huis informatie flyers
- Periodiek campagne-achtige communicatie (abri's / straat)

Mogelijke voorbeelden waar aan gedacht kan worden zijn:

- Langere openingstijden van de milieustraat
- Meerdere lokale kleine afvalbrengstations (eventueel een mini kringloop)
- Tijdelijk open containers plaatsen (bv. bij nieuwbouwwijken / periodiek als vorm van voorjaars schoonmaak)
- Ophaalservice uitbreiden (bv. vaker ophalen / mogelijkheid leenbusjes voor wegbrengen grofvuil)
- Ophaalservice eenvoudige benaderbaar (idealiter via meerdere kanalen, zoals telefoon, website en app)
- Pasjes afschaffen / eenvoudig maken om nieuw pasje te krijgen
- Lage(re) tarieven voor wegbrengen grofvuil

Checklist sociale cohesie

Sociale cohesie gaat over de verbindingen tussen mensen in een wijk. Vaak is het lastig om exact te duiden wat de sociale cohesie is ergens. Onderstaande vragen kunnen helpen bij het in beeld brengen van de mate van sociale cohesie in een buurt.

Indicatoren die samengaan met sociale cohesie:

- Zijn er wijkinitiatieven (geïnitieerd door de buurt)?
Vaak zie je dat er bij een sterkere sociale cohesie, meer wijkinitiatieven zijn.
- Wat is de gemiddelde doorlooptijd in de wijk? Hoe lang wonen mensen er gemiddeld?
Wanneer mensen gemiddeld 3 jaar of minder ergens (verwachten te) wonen, zie je dat er vaak lagere sociale cohesie is. Als bewoners gemiddeld langere tijd wonen in een wijk zie je vaker hogere sociale cohesie.

Bij onderstaande vragen geldt hoe vaker het antwoord nee is, hoe lager de mate van sociale cohesie vermoedelijk is

- Kennen bewoners elkaar? Herkennen ze bijvoorbeeld buurtgenoten bij naam en van gezicht?
- Maken bewoners op straat vaak een praatje met elkaar?
- Groeten mensen elkaar?
- Spreken buurtbewoners elkaar aan op 'asociaal gedrag' (denk bijvoorbeeld aan graffiti spuiten/ ruzie en vechten/brutale kinderen/etc.)
- Voelen mensen solidariteit naar elkaar? Kunnen ze bij elkaar terecht met vragen/in geval van nood?
- Voelen mensen zich betrokken bij de andere bewoners in de wijk?
- Zijn bewoners gehecht aan andere buurtbewoners? Vinden ze het jammer als mensen verhuizen?
- Voelen bewoners zich thuis in de buurt?

Checklist Voorbereiding gedragsinterventie(s)






Zet de belangrijkste punten nogmaals op een rij, om zo te bepalen welke gedragsinterventies zouden passen bij de specifieke hotspotlocatie. Denk daarbij aan:

- Hoe is de sociale cohesie in het deel van de wijk waar de container staat? Zijn er bijvoorbeeld wijkinitiatieven?
- Is er een school of sportvereniging in de buurt?
- Zijn er sleutelfiguren in het betreffende deel van de wijk? Mensen die veel aanzien genieten, door een meerderheid gekend worden (zoals bijvoorbeeld een lokale ondernemer, een Imam, persoon van een koffie-/buurthuis, etc.)
- Voert een taal of cultuur de boventoon in het betreffende deel van de wijk?
- Zijn er mensen die al burgerinitiatieven doen, of die hebben aangegeven zo iets te willen doen?
- Welke type bijplaatsing vormt het grootste probleem bij de hotspotlocatie?
- Laat eens iemand anders (extern of i.i.g. minder betrokken bij de problematiek) naar de hotspotlocatie kijken. Wat ziet deze persoon? Is dat overeenkomstig met het bestaande beeld van de wijk? Andere ogen werpen soms een ander perspectief op het probleem en daarmee dus ook een andere oplossing.

Bijlage 2 formulieren ter ondersteuning voor monitoring

Beeldkwaliteit rondom containers

Meubilair-containers-bijgeplaatst afval rondom containers (RAW-hoofdcodes 70.50.38/70.50.88)

A+	A	B	C	D
				
Er ligt geen afval in de omgeving van de containers.	Er ligt weinig afval in de omgeving van de containers.	Er ligt redelijk veel afval in de omgeving van de containers.	Er ligt veel afval in de omgeving van de containers.	Er ligt zeer veel afval in de omgeving van de containers.
grof zwerfafval/grof vuil binnen een straal van 5m rondom de container	grof zwerfafval/grof vuil binnen een straal van 5m rondom de container	grof zwerfafval/grof vuil binnen een straal van 5m rondom de container	grof zwerfafval/grof vuil binnen een straal van 5m rondom de container	grof zwerfafval/grof vuil binnen een straal van 5m rondom de container
0 stuks	≤ 1 stuks	≤ 3 stuks	≤ 5 stuks	> 5 stuks

Bron: Kwaliteitscatalogus openbare ruimte 2010, CROW

Voorbeeld monitoringsformulier

Inventarisatie van bijplaatsingen		
Datum:		
Containernummer		
	Restafval	
	Papier	
	Glas	
	Kunststof	
	Textiel	
Kruis aan wat voor soort afval er bijgeplaatst is	Restafval	
	Papier	
	Glas	
	Kunststof	
	Textiel	
	Grof afval	
	Wit- en bruingoed	
	Ander afval dat niet in de container op deze locatie hoort	
Kruis aan hoeveel er bijgeplaatst is	1-3 stuks	
	4-6 stuks	
	Meer dan 7 stuks	
Heeft u het mee kunnen nemen in uw wagen	Ja	
	Nee	
Is er een andere inzamelwagen voor ingezet?	Ja	
	Nee	

Voorbeeld schouwformulier

Inventarisatie van bijplaatsingen		
Datum:		
Containerlocatie		
Soort container (park)		
Is de container goed bereikbaar?	Ja	Nee
Is de containerplaats overzichtelijk?	Ja	Nee
Is er voldoende verlichting?	Ja	Nee
Kan er afval op de zuil?	Ja	Nee
Worden de aanbiedregels op de afvallocatie vermeld?	Ja	Nee
Hoe lang geleden sinds laatste lediging?		
Netheid container		
Aantal stuks bijgeplaatst		
Algemene beschrijving van bijgeplaatst afval		
Om welk afval gaat het?	Afval dat in de container hoort.	
	Afval dat niet in de container hoort	
	Afval dat niet in de container past (grof hha)	
Zit de container vol?		
Werkt de container naar behoren		
Toelichting		

Script informerend, beïnvloedend en activerend

buurtonderzoek t.b.v. schoon

Doelen

- Informatie ophalen t.b.v. analyse, keuze en optimalisatie interventie(s)
- Attitude- en gedragsbeïnvloeding, door de aandacht/het luisterend oor voor de mensen en mensen via de vragen over bepaalde dingen na te laten denken en te informeren
- Motiveren tot participatie/actie

Inzet mensen

Zet mensen in die langs de deuren gaan, die bepaalde affiniteit en bekendheid met de wijk hebben. Zorg dat deze mensen toegankelijk en benaderbaar zijn voor de bewoners. Wanneer een andere taal dan Nederlands overheerst is het handig als i.i.g. één van deze mensen die andere taal beheerst. Eventueel kan een informatieflyer worden uitgedeeld, waarop de regels m.b.t. afval aanbieden duidelijk vermeld staan.

Opbouw script

Voor een buurtonderzoek t.b.v. schoon, raden we de volgende opbouw aan:

1. Introduceren /vriendelijke benadering
2. Achterhalen hoe de bewoner de wijk ervaart
3. Ingaan op de afvalcontainers en bijplaatsingen (belangrijk om ook naar gedrag van andere mensen te vragen vanuit sociaal wenselijkheid)
4. Polsen voor inzet/participatie en afronden

Script

Hieronder staan voorbeeldvragen die gebruikt kunnen worden bij een buurtonderzoek. Deze vragen kunnen eventueel aangevuld worden met vragen uit de checklist sociale cohesie (toevoegen bij vragen over de buurt), als de mate van sociale cohesie nog onduidelijk is.

Dik gedrukte tekst niet benoemen.

Introductie

Goedemiddag, fijn dat ik u tref! Voorstellen wie u bent – namens de gemeente.... We vinden uw mening belangrijk en willen graag weten wat u vindt van de buurt. Mag ik u daarover een paar vragen stellen?

Over de buurt

Hoe lang woont u al in deze buurt?

Hoe zou u deze buurt omschrijven? Wat komt er in u op?

Wat vindt u fijn aan deze buurt?

Zijn er ook dingen die u minder prettig vindt aan/beter zouden kunnen in deze buurt?

Welke suggesties heeft u hiervoor?

Vindt u dat er voldoende voorzieningen zijn in deze buurt? (denk aan afvalcontainers, prullenbakken, bankjes, etc.)?

Wat zou u qua voorzieningen graag beter zien?

Over de afvalcontainers

Dan heb ik nog een aantal vragen die over de (ondergrondse) afvalcontainers gaan hier in uw buurt. Ervaart u wel eens problemen bij het weggooien van afval in de afvalcontainer? Zoja, wat voor soort problemen?

Vindt u zelf de regels duidelijk rondom het aanbieden van afval?

Kunt u bijvoorbeeld aangeven wat in welke container hoort?

En wat moet u doen als de container vol is, of de klep niet open gaat?

Wat moet u doen met grofvuil dat er niet in past, bijvoorbeeld een stoel?

Denkt u dat het voor andere bewoners duidelijk is wat de regels zijn met betrekking tot het aanbieden van afval?

Wat is wel en wat is niet duidelijk?

Ziet u wel eens dat mensen afval naast de container zetten?

Hoe komt het denkt u dat er toch mensen zijn die afval naast de afvalcontainer zetten?

Wat zou er volgens u moeten gebeuren om te voorkomen dat mensen afval naast de container plaatsen?

Zou u zelf iets willen doen voor deze buurt /om deze buurt schoon te houden?

Heeft u zelf een idee van wat dit zou kunnen zijn?

En is daar iets voor nodig om te realiseren?

Afronding

Heel erg bedankt voor u tijd! Mocht u hier nog vragen over hebben, kunt u bellen/appen/e-mail sturen naar... [eventueel kaartje overhandigen met contactgegevens]