



D&B

**GEDRAGSADVIES BINNEN
VOUCHERREGELING VOOR
GEMEENTE DORDRECHT**

DEUR-AAN-DEUR-AANPAK

Om moeilijk bereikbare doelgroepen toch te bereiken is een persoonlijke benadering heel krachtig. Het deur-aan-deur inzetten van ‘buurtvoorlichters’ (of onder een andere naam als ‘schone buurtcoach’ ‘milieucoaches’, ‘schooncoaches’ of ‘wijkcoaches’) is hierin een goede stap.

Zorg altijd voor een goede voorbereiding. Een paar leerpunten om mee te nemen:

Wat hebben de coaches nodig?

- Kleine stickertjes (formaat kinderpostzegel) – zie onder
- Herkenbare outfit
- Aftekenlijst
- Eventueel ook een informatieflyer (liefst ook in andere talen)

Tips voor de uitvoer

- Zet het liefst voorlichters in, die aansluiten bij de doelgroep die je wilt bereiken. Is jouw doelgroep hoofdzakelijk Turks? Zet dan ook Turkse voorlichters in. Zeker als er sprake is van een taalbarriere. Een taalbarriere zorgt er vaak voor dat mensen niet de juiste informatie hebben, waardoor het juiste gedrag ook niet vertoond kan worden.
- Zorg voor herkenbaarheid in je materiaal. Gebruik bijvoorbeeld een terugkomende slogan of beeld, dat je in elke uiting inzet. Het liefst zoveel mogelijk: op de aftekenlijst die voorlichters meenemen, op kleding die de voorlichters dragen, op het stickertje dat gebruikt wordt tijdens de rondgangen, enzovoort. Zorg ervoor dat er geen directe link is met de gemeente (niet benoemen of een logo gebruiken) want dat zorgt vaak voor verkeerde associaties en weerstand bij de doelgroep.
- Maak in de deur-aan-deur-aanpak gebruik van ‘commitment en consistentie’ – een manier om ervoor te zorgen dat mensen makkelijker meegaan in jouw verzoek. Combineer dit met uitleg over welk gedrag je graag wilt zien (het handelingsperspectief). Vraag voorlichters daarom gebruik te maken van een script, zodat zij altijd consistent het juiste verhaal vertellen. Een voorbeeld van een script staat hieronder:

COMMITMENT EN CONSISTENTIE – DE STICKERACTIE

Als mensen publiek uitspreken iets belangrijk te vinden, handelen ze in de toekomst ook sneller in lijn met die uitspraak. Door mensen eerst ‘ja’ te laten zeggen op een klein verzoek, zal men later sneller instemmen met een groter verzoek dat hierop lijkt.

Als we mensen zover kunnen krijgen dat ze openlijk aangeven voorstander te zijn van het netjes houden van hun wijk, dan zullen ze in de toekomst meer geneigd zijn om op de juiste manier met afval om te gaan. Zeker als je dit combineert met informatie over hoe dat te doen (handelingsperspectief geven).

Voor de stickeractie gebruiken je een herkenbaar symbool. Dat symbool keert terug op alle uitingen van de coaches, zodat er veel herkenbaarheid wordt gecreeert. Het is goed om aan te sluiten bij al bekende concepten. Denk aan het al bestaande stickertje van de wijk-voor-wijk-aanpak (zie onder) of een stickertje met Dordtse Doorpakker of de slogan ‘een schone stad, heb je zelf in de hand’. Werk met aansprekend beeld, waar mensen zich graag mee associëren. Denk aan een sterke vuist of een hart (zie voorbeeld Den Haag onder), in relatie toch schoon. Het liefst komt dit symbool later ook terug in andere communicatie rondom afval en schoon, om de herkenbaarheid te versterken. Bijvoorbeeld in informatie die de milieucoach achterlaat en op hun papieren en kleding.



DE DEUR-AAN-DEUR STICKERACTIE

Doel: we laten buurtbewoners zich committeren aan een schone buurt, door hen de sticker bij hun deur te laten plakken en hun adres op een ‘aftekenlijst’ te noteren. Hierbij wordt niet de echte strategie achter de stickeractie vermeld, maar gebruiken we een coverstory (zie onder).

Uitvoering:

- Bewoners in de buurt van de hotspotlocatie worden door de schooncoaches benaderd met informatie en een klein verzoek: plak een sticker op je deur (of brievenbus/deurpost) en geef daarmee aan dat een schone buurt belangrijk is voor jou. Tevens noteren de coaches hun adres op een aftekenlijst.
- In het gesprek met buurtbewoners wordt de commitment stap voor stap opgebouwd. Zie onder.

De schooncoaches zijn dus dé kracht achter deze techniek. Zij staan in contact met de bewoners en zorgen er persoonlijk voor dat de techniek kan slagen of mislukken. Het is daarom erg belangrijk om de taken en werkwijze voor iedereen helder te hebben. Vooraf gezamenlijke instructies en oefenen kan zeker geen kwaad.

Concrete taken van de schooncoach:

- Aanbellen bij bewoners rond de overlastlocaties
- Informatie overdragen
- Informatieflyer achterlaten
- Na een kort gesprek de sticker uitdelen: ‘Love Den Haag Clean-sticker’
- Als de bewoner de sticker accepteert, hun adres opschrijven op de aftekenlijst
- Als de bewoner de sticker **niet** accepteert, hen toch vragen of je hun adres op de aftekenlijst mag noteren, zodat ze toch een beetje commitment geven voor een schone buurt

Kortom: de belangrijkste taak van de coaches bestaat uit het **verbonden** krijgen van de bewoners aan het belang van een schone wijk. Dat wil zeggen dat de bewoners **aangeven** dat zij het initiatief steunen en een schone wijk ook belangrijk vinden. Dit doen ze in eerste instantie door de **sticker te accepteren** en op te plakken en in de tweede plaats door de stickerplakkers **hun adres op de aftekenlijst te laten zetten**. Als bewoners positief zijn, kun je ook doorvragen. Zijn ze bijvoorbeeld bereid ook eens de rommel van een ander op te ruimen met een prikker? Of misschien zelf wel permanent bij te dragen als Dordtse Doorpakker?

COVERSTORY EN SCRIPT

Als coverstory maken wij doorgaans gebruik van de naam van Supporter van Schoon als ‘afzender’, als onafhankelijke partij. Dit doen we omdat mensen weerstand kunnen hebben tegen de gemeente als afzender. Je kunt ook de

Dordtse Doorpakkers als afzender nemen. Benadruk zo min mogelijk dat ook de gemeente hierbij betrokken is. Focus vooral op de schooncoach en eventueel op Dordtse Doorpakkers.

COVER STORY

Als iemand vraagt waarom je aanbelt, zeg je het volgende: *‘Uit een onderzoek van Supporter van Schoon (of Dordtse Doorpakkers) blijkt dat de meeste bewoners hun wijk schoonhouden. Rotzooi wordt vooral veroorzaakt door een klein groepje mensen. Daarom zijn de schooncoaches begonnen met een initiatief ‘Dordtse Doorpakkers’, waarmee we mensen de kans geven te laten zien een schone buurt belangrijk te vinden.’*

1. Aanbellen en initiatief uitleggen

Nadat er open gedaan is, stel je je voor met je naam en als schooncoach. Noem hierbij de gemeente niet.

“Goedendag! Ik ben <naam> en ik ben schooncoach.”

Je legt vervolgens het initiatief uit:

“Onderzoek laat zien dat veel mensen een schone buurt belangrijk vinden en dat slechts een paar uitzonderingen er een zoi van maken. Vindt u een schone buurt ook belangrijk?”

Wacht op “ja”.

“Daarom zijn de schooncoaches een actie begonnen waarmee bewoners aan elkaar en aan de gemeente kunnen laten zien een schone buurt belangrijk te vinden. Ik wil u daarom deze sticker aanbieden, die u op uw deurpost of brievenbus kunt plakken.”

2. Aanbieden van de sticker en gebruiken aftekenlijst

Bied de sticker aan. Bij accepteren van de sticker, pak je de aftekenlijst en controleer je bij de bewoner het adres:

“Op deze lijst noteer ik uw adres om een overzicht te krijgen van de mensen die de sticker opplakken. Is dit de <straat en huisnummer>? Dank u wel.”

Noteer vervolgens meteen het adres van de bewoner op de lijst.

Als de bewoner de sticker **niet** accepteert, maar wel bij vraag 1 heeft aangegeven een schone buurt belangrijk te vinden zeg je het volgende:

“Voor onze eigen administratie noteer ik alle adressen die zeggen een schone buurt belangrijk te vinden. Is dit de <straat en huisnummer>? Dank u wel.”

Noteer vervolgens meteen het adres van de bewoner op de lijst.

3. **Einde gesprek**

Beëindig het gesprek en bedank de bewoner.

“Bedankt voor uw tijd en nog een fijne dag gewenst!”

4. **Vul de aftekenlijst goed in**

Houd bij wie er open deed en wie niet. Turf hoeveel mensen de sticker hebben aangenomen, zodat je na afloop weet wat het rendement van de actie is geweest.

>> note: als je ook een informatieflyer wilt achterlaten, geef de flyer dan bij het weggaan.

PERSOONLIJK PORTRET SOCIAL MEDIA

Gebruik social media om het verhaal van betrokken mensen te tonen. Maak ‘persoonlijke portretten’ en gebruik daarvoor **storytelling**. Doe geen droog verslag, maar vertel echt een ‘verhaal’. Ga op zoek naar iemands ‘waarom’. Wat is iemands reden om schoon gedrag te vertonen? Dat spreekt anderen direct erg aan. Een voorbeeld dat we voor Tilburg maakten:



‘Ik ben geboren en getogen in Tilburg. Mijn ouders zijn dat ook. Mijn opa en oma zijn hier ooit gaan wonen voor het werk dat mijn opa had. Hij was melkboer en verkocht zijn producten op de vroegere Oude Markt, vlakbij het Oude Stadhuis en de Heikese Kerk die er toen nog stonden. Daar vertelde opa vaak over. Ik heb van hem de liefde voor deze stad meegekregen. Ik draag daarom graag bij aan een mooier Tilburg. Voor mij hoort het opruimen van zwerfafval daar bij. Ik ruim afval op als ik het zie en als ik iemand zie vervuilen spreek ik hem of haar daar op aan. Soms spannend, maar meestal krijg ik een vriendelijke reactie en zijn mensen welwillend. Opa zou trots op mij zijn, denk ik. Zo houden we ons Tilburg generatie op generatie een mooiere stad om te wonen.’

Andere voorbeelden van Supporter van Schoon:

Supporter van Schoon
11 januari om 12:10 · 🌐

"De wereld verbeteren. Met dat idee stapte ik in het vliegtuig naar Bali. Ik heb daar een spel ontwikkeld waarmee op een leuke manier afval kan worden opgeruimd. Lokale scholen waren enthousiast over het spel. Eenmaal terug in Nederland wilde ik het spel verder uitbouwen en zo is het idee voor Trashdating ontstaan.

Op de site van trashdating kun je je aanmelden voor een 'date'. En zoals de naam al verradt, ga je tijdens de date afval opruimen. Een mooie manier om elkaar onge... [Meer weergeven](#)



👍❤️ 261 28 opmerkingen 22 keer gedeeld

👍 Leuk 💬 Opmerking plaatsen ➦ Delen

Supporter van Schoon
19 januari om 12:10 · 🌐

"Natuurlijk gooi ik niets op straat of in het water. Mijn eigen straat hou ik ook goed schoon. Verder doe ik zoveel mogelijk alles met de fiets. De wereld is aan het vergaan als niet iedereen een beetje helpt!"

Marieke, Eindhoven



👍 Leuk 💬 Opmerking plaatsen ➦ Delen

👍❤️😄 376 Topopmerkingen ▾

18 keer gedeeld