

# Gedragbeïnvloeding op snoeproutes

Hoe worden leerlingen gestimuleerd om hun afval in de afvalbak te gooien?

Novi Mores  
Documentnummer: NLSCA30  
Datum: 11 december 2014



**Gemeente Schoon**



# Informatieblad

Document voor:  
Stichting Nederland Schoon  
Gemeente Schoon



Contactpersonen:  
Henk Klein Teeselink  
HKleinteeselink@nederlandschoon.nl  
070 304 2080

Postadres Nederland Schoon  
Bezuidenhoutseweg 12  
2594 AV Den Haag

Addie Weenk  
addie.weenk@rws.nl  
088 797 2950

Postadres Gemeente Schoon  
Griffioenlaan 2  
3526 LA Utrecht

Auteur document:  
Novi Mores



Contactpersoon  
Kirsten Ruitenburg  
kirstenruitenburg@novimores.nl  
06 45077794

Postadres Novi Mores:  
Tiranastraat 72,  
3404 CH IJsselstein

Bezoekadres:  
Lomanlaan 55  
3526 XC Utrecht

www.novimores.nl  
KvK nummer: 58462058  
BTW nummer: NL171131320B01

## Novi Mores

Novi Mores is een onderzoeks- en adviesbureau gespecialiseerd in gedragsbeïnvloeding. Met Novi Mores wordt een brug geslagen tussen wetenschap en praktijk. Gedrag en attitudes worden verklaard met behulp van kennis uit de wetenschap en kwalitatief en kwantitatief onderzoek. Door het veranderen van omgevingsaspecten of door middel van aangepaste communicatie beïnvloedt Novi Mores gedrag via bewuste en onbewuste processen. Hierdoor ontstaat 'nieuw gedrag' en dat is dan ook wat Novi Mores betekent. Novi Mores gaat verder dan enkel het probleem in kaart brengen of slechts oplossingen aan te dragen. De theorie vormt de basis voor zowel het begrijpen als beïnvloeden van gedrag, deze werkwijze wordt *evidence based* genoemd.



# Inhoudsopgave

Snoeroutes	4-5
Gedrag op de snoeroutes	6-7
Belang van samenwerken	8
Aanpak door de drie partijen	9-11
Mogelijke strategieën	12-13
Uitleg strategieën	14-27
Aanpakken van uw snoeroute	28

In dit document staat informatie over de aanpak van snoeroutes. Bent u na het lezen van dit document enthousiast geworden om ook uw snoeroute aan te pakken, neem dan contact op met Nederland Schoon/ Gemeente Schoon!

Bel of mail

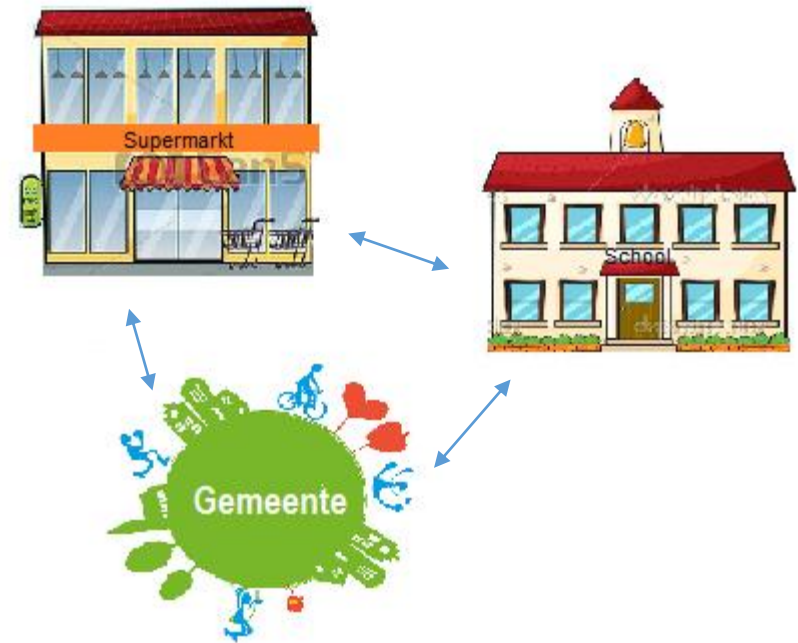
Gemeente Schoon:  
[addie.weenk@rws.nl](mailto:addie.weenk@rws.nl)  
088 - 797 2950

Nederland Schoon:  
[HKleinteeselink@nederlandschoon.nl](mailto:HKleinteeselink@nederlandschoon.nl)  
070 - 304 20 80

# Handreiking aanpak snoeproutes

Dit document is een handreiking om snoeproutes aan te pakken en is bedoeld voor:

- Gemeenten
- Voortgezet onderwijs
- Winkeliers in de nabijheid van scholen



Door een goede samenwerking tussen deze partijen kunnen snoeproutes op effectieve wijze worden aangepakt.

Op basis van wetenschappelijke literatuur en kennis uit eerdere zwerfafval projecten is dit document opgesteld. Het biedt, naast inzicht, concrete tools waarmee binnen uw gemeente of op uw school snoeproutes aangepakt kunnen worden. We onderzoeken graag samen met u welke strategieën het best van toepassing zijn voor uw situatie.

Allereerst wordt een korte introductie gegeven over snoeproutes, gedrag en gedragsverandering. Daarna volgt een weergave van mogelijke strategieën bij het aanpakken van snoeproutes, hierbij worden toepassingen geïllustreerd. Aan het einde van dit document wordt aangegeven welke stappen u kunt ondernemen om ook bij te dragen aan schone snoeproutes.

# Snoeroutes

In de nabijheid van scholen zijn vaak winkelvoorzieningen (denk aan supermarkten en fastfoodketens). In pauzes en tussenuren maken leerlingen dikwijls gebruik van deze voorzieningen. Het afval belandt vervolgens op straat, op de route terug naar school of huis. Deze routes worden snoeroutes genoemd. Het is van belang deze snoeroutes schoon te krijgen, want naast dat het zien van zwerfafval leidt tot nog meer zwerfafval, kan het ook ander normoverschrijdend gedrag uitlokken (Keizer, Lindenberg en Steg, 2008).

Vanuit scholen en gemeenten is er al veel aandacht geweest voor dit probleem. Verschillende maatregelen zijn toegepast, variërend van educatieve maatregelen tot handhavings-/ repressiemaatregelen (bijvoorbeeld beboeten), met wisselende successen. Bij verschillende projecten op ROC's (uitgevoerd i.o.v. Nederland Schoon) om het zwerfafval te verminderen, zijn successen behaald met interventies gericht op onbewuste gedragsbeïnvloeding.

Door kleine aanpassingen in de omgeving en door aangepaste communicatie krijgen leerlingen als het ware een duwtje in de goede richting, waardoor zij uit zichzelf het goede gedrag gaan vertonen. Deze manier van beïnvloeden roept weinig/ geen weerstand op, waardoor de gedragsverandering relatief eenvoudig tot stand komt.

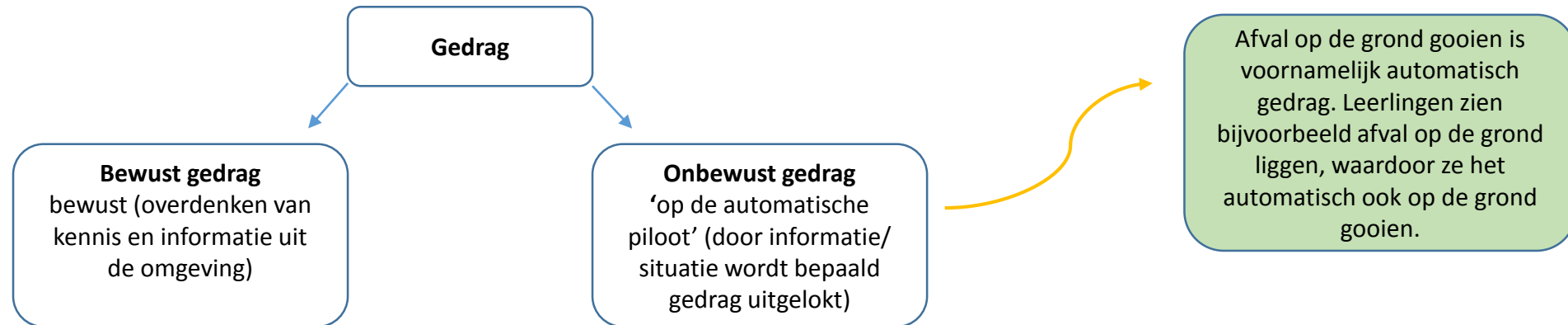
Op de volgende pagina's staat meer informatie over gedrag en gedragsverandering op snoeroutes.

**Henk Klein Teeselink projectmanager bij  
Nederland Schoon:**

*“We zien dat dit soort strategieën, die juist inspelen op het automatische (vaak meer onbewuste) gedrag, zeer effectief zijn in het creëren van een schonere omgeving.”*

# Gedrag: automatisch of gecontroleerd?

Wanneer het gaat om gedrag wordt er vaak onderscheid gemaakt tussen twee systemen/ routes, waarbij gerefereerd wordt aan 'bewust' en 'onbewust'. Bij een bewuste gedragsrespons wordt de situatie en beschikbare informatie overdacht en op basis daarvan volgt gedrag. Een automatische gedragsrespons gebeurt onbewust, een situatie of informatie lokt bepaald gedrag uit, hieronder valt bijvoorbeeld ook gewoontegedrag. Bij het veranderen van gedrag kan een beroep worden gedaan op maatregelen, die zowel het bewuste als onbewuste gedrag beïnvloeden.



Educatie verloopt via bewust gedrag, dit is voornamelijk van toepassing op de basisschool. Op het voortgezet onderwijs hebben leerlingen de kennis in huis omtrent afval, zij weten dat afval in de afvalbak hoort en waarom. Wanneer hierbij gedragsverandering gewenst is, heeft het meer effect om in te spelen op het automatische gedrag en dus gebruik te maken van onbewuste beïnvloeding. Het nieuwe gedrag kan zorgen voor een andere houding en dit kan leiden tot nieuwe kennis.

# Gedrag op de snoeproutes

- Hoe kunnen leerlingen op de route tussen het winkelcentrum en school (of huis) gestimuleerd worden om afval in de afvalbak te gooien in plaats van op straat?

Om deze vraag te beantwoorden is het goed om eerst inzicht te krijgen in gedrag en gedragsverandering. Het volgende stappenplan kan hierbij ondersteuning bieden. De volledige beschrijving van het stappenplan voor gedragsverandering staat op de kenniswijzer zwerfafval.

Het stappenplan omvat de volgende elementen:

1. *Omschrijf het probleem gedrag*
2. *Omschrijf het gewenste gedrag*
3. *Analyseer de gedragingen (motieven en weerstanden)*
4. *Selecteer de gedragsmaatregelen die passen bij de geanalyseerde situatie*
5. *Breng de maatregelen in de praktijk*
6. *Monitoren en evalueren*

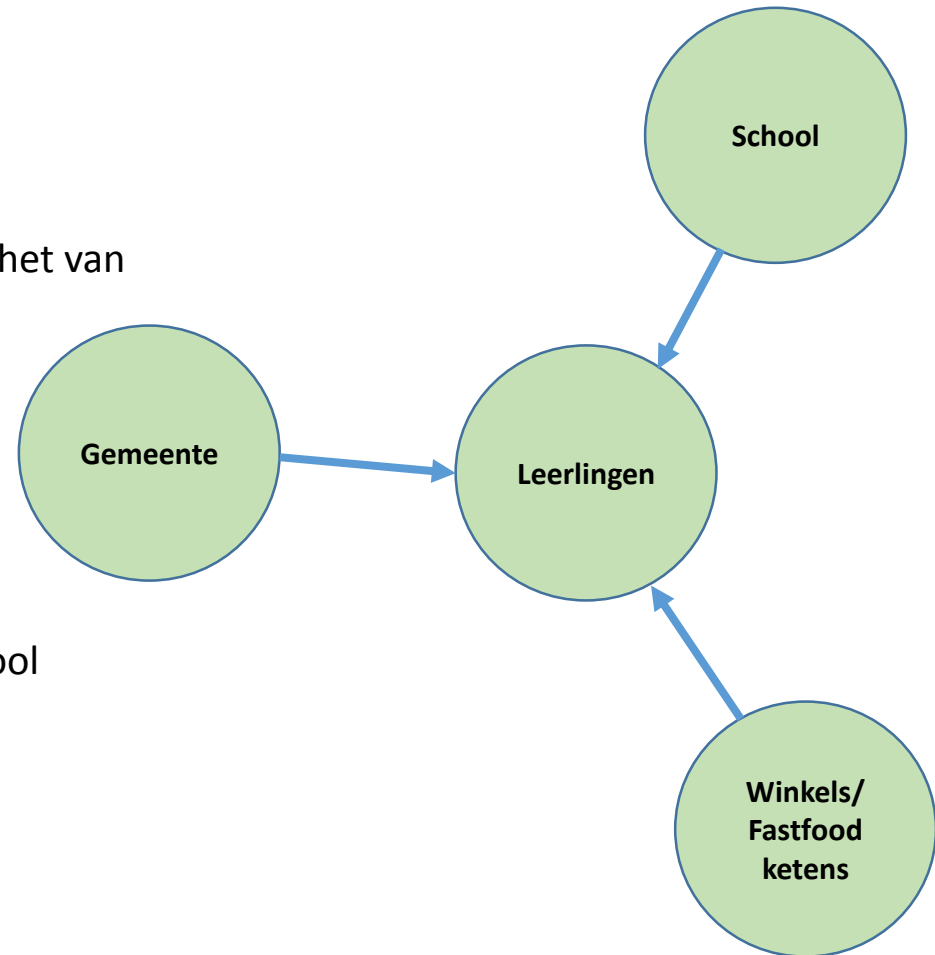
In deze handreiking worden diverse gedragsmaatregelen besproken, die toe te passen zijn bij stap 4 van het stappenplan.

# Samenwerken is van belang

Om de stappen tot gedragsverandering succesvol te doorlopen is het van belang dat de drie betrokken partijen samenwerken.

Bij de aanpak van snoeproutes gaat het om deze drie partijen:

- De school, waar de leerlingen vandaan komen.
- De gemeente, waar de snoeproute vervuld wordt.
- De winkel(s)/ fastfoodketen(s), waar leerlingen tijdens/ na school verpakte producten kopen. Het verpakkingsmateriaal is potentieel zwerfafval.



Deze partijen kunnen allen van invloed zijn op het gedrag van de leerlingen. Door verschillende maatregelen te treffen kan gezamenlijk de schone snoeproute bereikt worden. Op de volgende pagina's wordt beknopt aangegeven welke rol deze drie partijen kunnen spelen bij de aanpak van snoeproutes.



# 1. Wat kunnen scholen doen?

Voor de school is het van belang om de leerlingen te stimuleren het afval in de schoolomgeving op de juiste manier weg te gooien. Door hier het gedrag te beïnvloeden, wordt de schoolomgeving schoner en zullen leerlingen buiten school zich eerder ook zo gedragen (het werkt effectiever wanneer de omgeving dit 'juiste' gedrag ook ondersteunt, door faciliteiten en herinnerings-/beïnvloedingsborden). School creëert een goede basis, die door de andere partijen versterkt kan worden.



Naast aanpassingen op het plein, kan een school er ook voor kiezen om bij aanvang van de aanpak snoeproutes een thema dag in te plannen rondom zwerfafval. Op deze manier kan de kennis rondom afval vergroot worden en kunnen leerlingen en docenten geënthousiasmeerd raken om hier mee aan de slag te gaan. Belangrijke kanttekening hierbij is dat kennis wel tot een intentie kan leiden om ander gedrag te tonen, maar de link tussen intentie/ meer kennis en daadwerkelijk gedrag uitermate zwak is (Abrahamse, Steg, Vlek en Rothengatter, 2005). De maatregelen in de directe omgeving van de leerlingen, waar zij afval hebben en voor de keuze staan op de grond gooien/ in de afvalbak gooien, kunnen wel het gedrag beïnvloeden.

## 2. Wat kunnen winkels en fastfoodketens doen?

Ervan uitgaande dat een aanzienlijk deel van de vervuiling op de snoeproutes verpakkingsmateriaal is van eten en drinken van dichtstbijzijnde winkels en fastfoodketens, is het raadzaam om deze partijen ook te betrekken in de aanpak van snoeproutes.

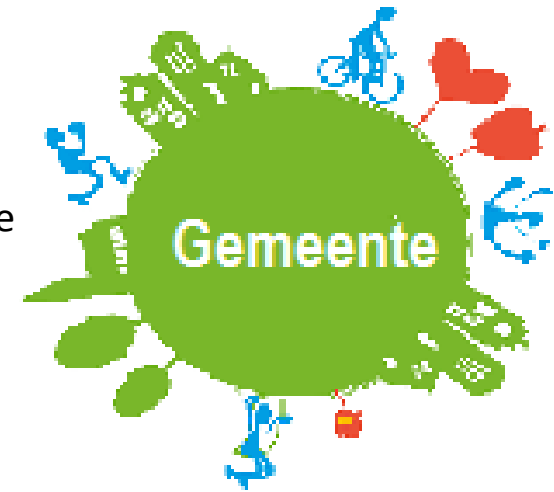
Voor het beïnvloeden van gedrag bestaat enerzijds de mogelijkheid om het verpakkingsmateriaal zo minimaal mogelijk te houden. Minder verpakkingsmateriaal betekent automatisch minder afval. De winkelier zal hier niet altijd invloed op uit kunnen oefenen. Anderzijds bestaat de mogelijkheid om beïnvloedingsstrategieën toe te passen in de winkel.



### 3. Wat kunnen gemeenten doen?

De gemeente is degene van de betrokken partijen die invloed kan uitoefenen op de leerlingen wanneer zij daadwerkelijk voor het keuzemoment staan 'op de grond of in de afvalbak'.

Enerzijds hebben zij de mogelijkheid om meer afvalvoorzieningen te faciliteren op de snoeroutes en anderzijds kunnen zij beïnvloedende strategieën toepassen.



**Addie Weenk programmacoördinator bij  
Gemeente Schoon:**

*“Juist van gemeenten waar al intensief wordt samengewerkt met alle betrokken partijen om een omgeving weer schoon te krijgen, horen we positieve verhalen.”*

# Mogelijke strategieën

Om het gedrag van leerlingen te beïnvloeden zijn veel verschillende strategieën mogelijk, maar grofweg zijn er twee categorieën te onderscheiden (Steg & Vlek, 2009).

1. *Strategieën die informatie geven*

Deze strategieën stimuleren het gewenste gedrag door middel van tekst en/ of afbeeldingen. Voorbeelden van dergelijke strategieën zijn prompts, commitment strategieën (zoals implementatie intenties), activeren van normen en feedback.

2. *Strategieën die de omgeving aanpassen*

Deze strategieën stimuleren het gewenste gedrag door de omgeving aan te passen. Dit zorgt ervoor dat het makkelijker wordt om bepaald gedrag te tonen of bepaald gedrag wordt eerder uitgelokt. Bijvoorbeeld door het faciliteren van afval- en asbakken.

Op de volgende pagina staat een overzicht van strategieën die toegepast kunnen worden op de aanpak van snoeproutes. Vervolgens worden de strategieën verder uitgelegd en concreet vertaald naar toepassingen.

# Mogelijke strategieën

## 1. Faciliteren van voorzieningen:

hierdoor verandert de context en komen leerlingen in de gelegenheid om afval weg te gooien in daarvoor bestemde bakken.  
Zie pagina 15, 16 en 20.

**2. Prompting:** met een simpele tekst en/of afbeelding het gewenste gedrag uitlokken.  
Zie pagina 16, 17 en 18.

## 3. Injunctieve norm activeren:

bestaande normen over hoe men zich zou moeten gedragen in een context.  
Zie pagina 19.

## 4. Descriptieve norm activeren:

normen gebaseerd op observaties over wat de meerderheid van de mensen voor gedrag laat zien in een situatie.  
Zie pagina 19.

**5. Sociale identiteit:** gebruik maken van een bekend persoon, waar jongeren zich mee willen identificeren en gedrag op aanpassen.  
Zie pagina 20.

**6. Maak het makkelijk:** hoe eenvoudiger het is om gewenst gedrag te laten zien hoe eerder leerlingen dit zullen doen.  
Zie pagina 20.

**7. Social modeling:** wanneer het gewenste gedrag gedemonstreerd wordt door een persoon, zijn mensen meer geneigd om het na te doen.  
Zie pagina 20.

**8. Routing:** gebruik maken van visuele cues (bv. voetstappen) om leerlingen te stimuleren naar een afvalbak te lopen.  
Zie pagina 21.

**9. Zelfbevestiging:** hierdoor beïnvloeden/ overtuigen leerlingen zichzelf.  
Zie pagina 22 en 23.

**10. Implementatie intentie:** gebruik maken van de als-dan regel, voor het doorbreken van gewoontegedrag.  
Zie pagina 22 en 24.

**11. Commitment en consistentie:** door een 'commitment' te laten opschrijven, is men automatisch meer geneigd om daar ook naar te handelen.  
Zie pagina 25.

**12. Foot-in-the-door techniek:** als men heeft ingestemd met een klein verzoek, zal men sneller akkoord gaan met een grotere gunst.  
Zie pagina 26.

**13. Beboeten/ handhaving:** dit kan preventief of repressief worden gebruikt. Door monitoring of beboeten.  
Zie pagina 27.

**14. Beloning:** het stimuleren van bepaald gedrag door middel van een beloning.  
Zie pagina 27.

**15. Wederkerigheid:** het gevoel van voor wat hoort wat.  
Zie pagina 27.

# Strategieën

De strategieën zullen worden uitgelegd aan de hand van concrete voorbeelden. Verschillende interventies zijn succesvol geweest bij het verminderen van zwerfafval op schoolpleinen van het ROC, dit wordt geïllustreerd aan de hand van een duim met de tekst 'ROC'. Het is aannemelijk dat deze strategieën ook succesvol kunnen zijn voor de aanpak van snoeproutes, omdat het om dezelfde doelgroep en over hetzelfde thema 'zwerfafval' gaat.



Veel van de strategieën kunnen door alle drie de partijen ingezet worden, soms is een strategie echter specifiek goed van toepassing voor één van de partijen. Dit zal gekenmerkt worden door de volgende tekens.

Specifiek goed inzetbaar door school



Specifiek goed inzetbaar door gemeente



Specifiek goed inzetbaar door winkelier



# Faciliteren van voorzieningen op de snoeproute

Leerlingen kunnen op de route terug naar school/ naar huis een barrière ervaren om het juiste gedrag te tonen, wanneer er nergens afvalbakken zijn. Ook wanneer deze er wel zijn, maar niet direct in het zicht, kan dit als een barrière gezien worden, waardoor leerlingen automatisch geneigd zijn om het afval op de grond te gooien. Wanneer er op de snoeproute dus nog geen afvalbakken aanwezig zijn, is het van belang deze te plaatsen.



Ervan uitgaande dat op veel snoeproutes wel afvalvoorzieningen staan, maar deze niet optimaal gebruikt worden, is het wenselijk om de zichtbaarheid van de afvalbakken te vergroten. Dit kan door de afvalbak zelf zichtbaarder te maken (door kleur of deze te laten bedrukken) en bijvoorbeeld te voorzien van beïnvloedende strategieën. Dit kan als sticker worden toegepast op de afvalbak, maar de mogelijkheid bestaat ook om de afvalbak te laten bedrukken.

Voorbeelden hiervan zijn de peukenpak en de afvalbak met verschillende plaatjes en teksten. Op deze bakken kunnen diverse beïnvloedingsstrategieën worden toegepast die hierna toegelicht zullen worden.



# Peukenbak

**Faciliteren van voorzieningen:**  
hierdoor verandert de  
omgeving en komen  
leerlingen in de gelegenheid  
om sigarettenpeuken weg te  
gooien in daarvoor bestemde  
bakken.



Met **Prompting** wordt de **injunctieve norm** geactiveerd: Door het vriendelijke verzoek in combinatie met het label 'juist' (duim opstekende smiley), wordt het gewenste gedrag uitgelokt.

ROC



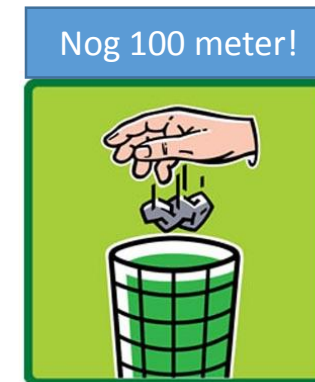


# Prompting op de snoeroutes

Naast dat de afvalbakken zichtbaarder gemaakt kunnen worden, wordt geadviseerd om onderweg op snoeroutes de strategie 'prompting' in te zetten. Een uitgebreide uitleg van prompting staat op de volgende pagina. Bij 'prompting' wordt gebruikgemaakt van een beknopt bord dat de voorbijganger op positieve wijze herinnert aan het gewenste gedrag. In deze context een hele bruikbare strategie, omdat het én de zichtbaarheid vergroot van afvalbakken én leerlingen automatisch stimuleert het afval in de afvalbak te gooien. Deze strategie kan op de volgende manier worden toegepast:



- Borden aan palen bevestigen (ophangen in zichtveld leerlingen), met alleen een afbeelding van 'afval in afvalbak' en de afstand erbij (dus bijvoorbeeld 'nog 100 meter!'). Belangrijk bij het plaatsen van deze borden is dat goed bekeken wordt op locatie hoeveel borden er nodig zijn en waar ze het beste opgehangen kunnen worden. Zorg dat het geen wirwar van borden wordt en dat ze op plekken hangen waar leerlingen een barrière kunnen ervaren (geen afvalbak in zicht, wel afval in hand).



# Prompting

De strategie prompting betekent dat met een simpele tekst en/ of afbeelding het gewenste gedrag wordt uitgelokt. Mensen worden op positieve wijze herinnerd aan het goede gedrag. Uit onderzoek van Sussman en Gifford (2012) blijkt dat er een aantal randvoorwaarden is voor effectieve prompting:

- Het teken/ bord moet zorgvuldig ontworpen zijn en goed geplaatst worden, daar waar het zo effectief mogelijk is.
- Het teken/ bord moet goed zichtbaar zijn, simpel en eenduidig te interpreteren.
- Voor het uitlokken van specifiek gedrag moet de focus van het teken/ bord op dat specifieke gedrag liggen .
- Een teken/ bord dat je aan het denken zet of aan het lachen maakt kan effectief zijn, maar wanneer de boodschap ambigu is, is het minder effectief (daarom dus niet echt raadzaam om dit te doen).
- Ter ondersteuning maakt een afbeelding of tekening het teken/ bord effectiever (maar veel afbeeldingen maken de boodschap juist onduidelijk).
- Waar het teken/ bord bevestigd wordt is minstens zo belangrijk als wat erop staat. Een visuele prompt op een plek waar de persoon direct het gevraagde gedrag kan tonen is effectiever, daarom zo dicht mogelijk en goed in het zicht plaatsen van het uit te voeren gedrag.
- Positief en beleefd geformuleerde boodschappen zijn effectiever dan negatief geformuleerde boodschappen.
- Een groter teken/ bord is vaak effectiever dan een kleiner bord. Hoewel beiden effectiever zijn dan geen teken/ bord.

# Sociale normen

Gedrag wordt gestuurd door sociale normen, deze zijn onderverdeeld in injunctieve en descriptieve normen (Cialdini, Reno en Kallgren, 1990).

- Injunctieve normen zijn bestaande normen over hoe men zich zou moeten gedragen in een bepaalde context. Mensen vertonen gedrag waarvan ze denken dat het door anderen wordt goedgekeurd en vermijden gedrag waarvan ze denken dat het door anderen wordt afgekeurd.
- Descriptieve normen zijn gebaseerd op observaties over wat de meerderheid van de mensen voor gedrag laat zien in een specifieke omgeving. Onbewust wordt dan de regel gehanteerd: als iedereen het doet, zal het wel goed zijn.

Als de injunctieve en de descriptieve norm niet overeenkomen in een situatie, 'wint' over het algemeen de descriptieve norm en stemmen mensen hun gedrag af op wat anderen in die omgeving doen. Dat verklaart ook waarom mensen soms wel en soms niet hun afval op straat gooien.

Uit het onderzoek op het ROC is echter gebleken dat het opvallend maken van de descriptieve norm minder goed werkt voor deze doelgroep. Door de injunctieve norm saillant te maken, stemmen leerlingen daar eerder hun gedrag op af. Het toepassen van de injunctieve norm kan dus door tekst in combinatie met een positief teken, dit laat zien wat het juiste gedrag is.

# Afvalbak

**Sociale identiteit:** Gebruik van een bekende sportheld (Klaas Jan Huntelaar), waar jongeren zich mee willen identificeren en gedrag op afstemmen.

Het **gewenste gedrag zo eenvoudig mogelijk** maken: Door de container open te zetten, zullen leerlingen eerder gebruik maken van de afvalbak.

ROC



Met **Prompting** wordt de **injunctieve norm** geactiveerd: Door visueel te maken wat het gewenste gedrag is en daar het label 'goed' aan te hangen (duim opstekende smiley) wordt het juiste gedrag uitgelokt.

**Social modeling:** door middel van de hand die afval weggooit in de prullenbak. Dit is een vorm van leren waarbij het gaat om het nadoen van iets dat je iemand anders ziet doen.

**Hans van den Broek regiocoördinator  
Facilitair Bedrijf bij ROC Scalda:**

*"Ook kwam er een container met een bord met een foto van voetballer Klaas-Jan Huntelaar en de tekst 'Ik ben supporter van schoon'. Hoe simpel het ook lijkt, het werkte wel."*

# Routing

Bij routing worden visuele cues gebruikt om mensen te stimuleren het goede gedrag te tonen, vaak wordt het toegepast om een bepaalde looproute te stimuleren, wat gebeurt aan de hand van lichtjes, lijnen of voetstappen (Boutelle, Jeffery, Murray & Schmitz, 2001).

Neurowetenschapper Mirre Stallen verwoorde het mooi in een interview in de Volkskrant:

*“Voetstappen laten zien wat andere mensen doen en mensen hebben nu eenmaal een sterke drang zich aan te passen aan de keuzen van anderen. Pijlen in plaats van voetstappen zouden daarom waarschijnlijk al minder goed helpen.”*

**Routing:** Gebruik van visuele cues (hier voetstappen) kan mensen stimuleren een bepaalde kant op te lopen, zo kun je mensen ‘sturen’ richting een afvalbak.

ROC



# Gewoontegedrag doorbreken & zelfbevestiging

**Zelfbevestiging:** twee argumenten kun je altijd wel verzinnen, doordat dit relatief zo eenvoudig is gebeurt onbewust: 'dan zal ik het er wel mee eens zijn' en stemmen mensen hun gedrag erop af.

**Welke 2 redenen heb jij om je afval in de afvalbak te gooien?**

**Uitgepauzeerd? Gooi dan je afval in de afvalbak**



**Implementatie intentie:** de 'als..dan..' regel. Hier wordt het ondersteund door het gewenste gedrag visueel te maken (social modeling) en er het label 'juist' aan te hangen voor het activeren van de injunctieve norm.



# Zelfbevestiging

Het kost het menselijk brein teveel inspanning om alle informatie in de wereld aandachtig te verwerken. Ter compensatie hiervan maakt men gebruik van heuristieken, oftewel vuistregels, om de informatie toch nog voldoende te verwerken zonder daaraan al teveel aandacht te besteden. Een kenmerk van heuristieken is dat ze werken op een zo laag mogelijk niveau van aandacht. Daardoor zijn mensen zich vaak minder bewust van de informatie die ze verwerken.

Op die automatische verwerking en gebruik van heuristieken kan op een slimme manier ingespeeld worden. De simpele vraag *'Welke 2 redenen heb jij om je afval in de afvalbak te gooien?'* stimuleert tot het overgaan op bewustwording, ondanks het gebruik van weinig aandacht. Het is relatief eenvoudig om twee argumenten te bedenken, juist doordat dit (onbewust) makkelijk gaat, zal de persoon deze informatie (de argumenten) bewuster gaan verwerken (Schwarz, 1991). De gedachtegang hierbij luidt: 'als ik mij dat zo bedenk, zal ik er maar naar gaan handelen'.

# De implementatie intentie

*Als ik in situatie X kom, laat ik gedrag Y zien*

Een implementatie intentie is een visueel, mentaal stappenplan gemaakt door de persoon zelf die het gewoontegedrag wil doorbreken, de als-dan regel. (Gollwitzer, 1999; Holland, Aarts & Langendam, 2006). Recent onderzoek toont aan dat mensen ook door het zien van een implementatie intentie eerder geneigd zijn afval op te rapen en weg te gooien in een afvalbak (Brown, Ham & Hughes, 2010).

Idealiter komt er bij de winkel en/ of fastfoodketen ook een interventie te hangen, die leerlingen eraan herinnert om het juiste gedrag te tonen. Een logische keuze zou zijn om daar een mooie poster te hangen, duidelijk in het zicht, die inspeelt op het gedrag dat komen gaat: **De implementatie intentie**. Als ik in situatie X kom, laat ik gedrag Y zien. Hoe meer het overeenstemt met de werkelijkheid, hoe effectiever het zal zijn. Voorbeelden:



*“Als ik straks mijn snack op heb, gooi ik het afval in de afvalbak”*

*“Als ik straks alles op heb, bewaar ik mijn afval tot de eerste afvalbak die ik tegenkom”*

Daarnaast is het belangrijk om het visueel te ondersteunen, dus weer de hand die afval weggooit. Idealiter is dit een visuele weergave van de werkelijke situatie (dus bij een fastfoodketen is het bijvoorbeeld een hand die een frietzak in de afvalbak gooit).



# Commitment en consistentie

Een slimme manier om mensen te beïnvloeden is middels de slagzin die afgemaakt moet worden. De strategie die hier gebruikt wordt is ‘**commitment**’ (Cialdini, 2009). Men heeft namelijk de drang om consistent te zijn. Door gebruik te maken van commitment kun je gedrag in een bepaalde richting sturen. Wanneer men een standpunt heeft ingenomen, is er een natuurlijke neiging om naar dit standpunt te gedragen. Als mensen een ‘commitment’ opschrijven, zijn ze automatisch veel meer geneigd om daar ook naar te handelen, zonder dat ze in de gaten hebben dat ze beïnvloed worden door het commitment dat zij zelf opschrijven. Dit principe is zeer effectief in het beïnvloeden van gedrag, het werkt bijvoorbeeld om mensen positiever te laten denken over een bepaald product en is zelfs in staat om politieke overtuigingen van mensen te laten verschuiven (Cialdini, 2009).



Winkels en fastfoodketens kunnen eenvoudig gebruik maken van deze strategie, door bijvoorbeeld de beste slagzin te belonen met het winnen van gratis menu (fastfoodketen) en bij de supermarkt met gratis producten. Door het beloningsaspect worden de leerlingen uitgedaagd om mee te doen aan de slagzin. De slagzin moet gericht zijn op het afval in de afvalbak gooien (positieve formulering gericht op het gewenste gedrag), bijvoorbeeld:

Mijn afval gooi ik in de afvalbak, omdat

.....

.....

.....

.....



# 'Foot in the door' techniek

De 'foot in the door' techniek is een vorm van commitment (Cialdini, 2009). Bij deze strategie wordt men gevraagd in te stemmen met een kleine verzoek. Wanneer men hiermee heeft ingestemd, zal men sneller akkoord gaan met een grotere gunst. Dit heeft ermee te maken dat men graag consistent is, maar ook dat mensen door ergens mee in te stemmen hun attitude enigszins veranderen. Zij zullen daarom na instemming sneller akkoord gaan met soortgelijke verzoeken.



- In het geval van snoeproutes kan hier met name gebruik van worden gemaakt door scholen. Zij kunnen op een eenvoudige manier alle leerlingen bereiken om in te stemmen met een klein verzoek. Bijvoorbeeld door hen te vragen te ondertekenen dat zij ook een schone omgeving willen, daarbij kan een sticker worden gegeven die zij op de fiets plakken. Op deze manier hebben zij ingestemd met het kleine verzoek. Vervolgens kunnen grotere borden worden opgehangen, bijvoorbeeld bij afvalbakken, met een soortgelijke illustratie als op de sticker, waarop staat dat men voor een schone omgeving is.



# Overige strategieën

De volgende strategieën kunnen effectief zijn, maar worden als strategie voor de snoeproutes niet aangeraden.

- **Beboeten**

De strategie voor handhaven en beboeten is vaak maar voor een korte periode effectief. Een overtreder op hete daad betrappen gebeurt daarbij ook niet vaak; de pakkans is klein. Wanneer wel gecommuniceerd wordt dat je beboet wordt, maar het niet gebeurt kan dit de gedachte stimuleren 'in deze omgeving hoef ik mij niet aan de regels te houden', wat ook weer invloed heeft op ander normoverschrijdend gedrag.

- **Beloning**

Dit is een effectief hulpmiddel voor de gewenste gedragsverandering zolang er daadwerkelijk een beloning tegenover staat (Steg & Vlek, 2009). Men vervalt over het algemeen weer in 'oud' gedrag wanneer de beloning stopt.

- **Wederkerigheid**

Het principe van 'voor wat hoort wat'. Door de scholieren een gadget te geven (met een schoon-prime), zullen zij het gevoel hebben iets terug te moeten doen. Echter zal dit gevoel van 'iets terug doen' verdwijnen na een keer iets terug te hebben gedaan. Deze strategie zal daarom naar verwachting niet effectief zijn op langer termijn.

# Uw snoeproute(s) aanpakken!

Dit document heeft u inzicht gegeven in wat voor soort mogelijkheden er zijn om snoeproutes weer schoon te krijgen. Daarbij is de inzet voornamelijk gericht op het beïnvloeden van het automatische gedrag. De voorgestelde interventies zijn gebaseerd op kennis uit de wetenschap en op basis van successen van pilots op ROC's.

Zou u ook graag snoeproutes aanpakken, kom dan in actie!

Gemeente Schoon en Nederland Schoon komen graag met u in contact, zodat ze u kunnen ondersteunen bij het aanpakken van de snoeproutes. De mogelijkheid bestaat om uw snoeproute(s) te onderzoeken middels een pilot, waarbij verschillende interventies getest zullen worden. Er is een beperkt aantal pilots mogelijk, dus wanneer u geïnteresseerd bent kom dan snel in actie!

Voor meer informatie over aanpak zwerfafval:

<http://www.kenniswijzerzwerfafval.nl>

Voor aanvragen van zwerfafvalvergoeding:

[www.nederlandschoon.nl](http://www.nederlandschoon.nl)

Voor workshops over effectieve gedragsverandering:

<http://www.gemeenteschoon.nl>

Nederland Schoon en Gemeente Schoon bieden de mogelijkheid om uw snoeproute aan te pakken!

Bel of mail:

Nederland Schoon:

[HKleinteeselink@nederlandschoon.nl](mailto:HKleinteeselink@nederlandschoon.nl) / 070 - 304 20 80

Gemeente Schoon:

[addie.weenk@rws.nl](mailto:addie.weenk@rws.nl) / 088 - 797 2950

# Referentielijst

Abrahamse, W., Steg, L., Vlek, C., & Rothengatter, T. (2005). A review of intervention studies aimed at household energy conservation. *Journal of Environmental Psychology, 25*, 273-291.

Boutelle, K.N., Jeffery, R.W., Murray, D.M. and Schmitz, M.K. (2001). Using signs, artwork, and music to promote stair use in a public building. *American Journal of Public Health, 91*, 2004-2006.

Brown, T.J., Ham, S.H., & Hughes, M. (2010). Picking up litter: an application of theory-based communication to influence tourist behaviour in protected areas. *Journal of Sustainable Tourism, 7*, 879-900.

Cialdini, R.B., Reno, R.R., & Kallgren, C.A. (1990). A focus Theory of Normative Conduct: Recycling the concept of norms to reduce littering in public places. *Journal of Personality and Social Psychology, 6*, 1015-1026.

Cialdini, R.B. (2009). *Influence: science and practice* (5th ed.). Boston: Pearson.

Gollwitzer, P. M. (1999). Implementation intentions: Strong effects of simple plans. *American Psychologist, 54*, 493-503.

Holland, R. W., Aarts, H., & Langendam, D. (2006). Breaking and creating habits on the working floor: A field experiment on the power of implementation intentions. *Journal of Experimental Social Psychology, 42*, 776-783.

Keizer, K., Lindenberg, S., & Steg, L. (2008). The spreading of disorder. *Science, 322*, 1681-1685.

Schultz, P.W. (2014). Strategies for promoting proenvironmental behavior. Lots of tools but few instructions. *European Psychologist, 19*, 107-117.

Steg, L., & Vlek, C. (2009). Encouraging pro-environmental behaviour: An integrative review and research agenda. *Journal of Environmental Psychology, 29*, 309-317.

Sussman, R., & Gifford, R. (2012). Please turn off the lights: The effectiveness of visual prompts. *Applied Ergonomics, 43*, 596-603.

Schwarz, N., Bless, H., Strack, F., Klumpp, G., Rittenauer-Schatka, H., & Simons, A. (1991). Ease of retrieval as information: Another look at the availability heuristic. *Journal of Personality and Social Psychology, 60*, 195-202.

<http://www.volkskrant.nl/vk/nl/2844/Archief/archief/article/detail/3548570/2013/11/21/Mensen-doen-elkaar-na-in-goed-gedrag.dhtml>

