

en mespunt zout in de vijzel met stamper of gebruik een
teentje altijd voldoende. Doe de pijnboompitten erbij en wrijf
de Parmezaanse kaas toe. Roer het voorzichtig door en voeg
substantie heeft. Voeg zout en peper naar smaak toe en ver
p smaak. Blijf wat meer kaas en olie toevoegen tot je tevred
pensap bij, echt nodig is dat niet. Breng de pesto op smaak m

ZWERFAFVAL

SMAKELIJKE RECEPTEN VOOR EEN SCHONE WIJK

in kwaa als de aardappelen kapotgaan, dat gebeurt bijna
rdappel bijna verkruimeld, maar dat doe niets af aan de su
naar moeder.

ZWERFAFVAL

SMAKELIJKE RECEPTEN VOOR EEN SCHONE WIJK



“Wind, wat flik je me nou. Ik zie peterselie op de grond. DÀT hoort in de pan. Je moet hier kunnen eten van de grond”, schreeuwde in vroegere tijden de kookdocent in mijn rechteroor. Ik weet het nog als de dag van gisteren. Ook wanneer ik een zootje op mijn werkbank maakte kreeg ik een verbale tik. In de Michelin Sterrenzaken waar ik heb gewerkt, daar leerde ik echt wat spik en span is. Buiten de keuken heb ik het geleerd van mijn paps en mams. Met de paplepel is er bij mij ingegoten dat ik geen snippertje papier op straat mag laten vallen. Nu nog steeds heb ik daar profijt van. Ik maak liever van mijn auto een vuilnisbak dan van de straat. Of het nou in de keuken is of op straat: het gaat om opvoeding. Ja, dit klinkt oubollig. Het is eenmaal zo. Dan heb je nog het nostalgische ‘OMAfenomeen’. Als klein jongetje ergerde ik me groen en geel aan die omaatjes, die naar je toe kwamen en je persoonlijk bitsig en kribbig toespraken wanneer je maar een poging deed om ‘iets’ op straat te laten vallen. Het hielp wel. Ode aan de OMA’S!! Minder kribbig, maar even effectief: de recepten in dit boekje.

SMAKELIJKE RECEPTEN VOOR EEN SCHONE WIJK!

Zwerfafval! Jaarlijks belanden miljoenen kilo's afval in de openbare ruimte die door gemeenten en andere beheerders wordt schoongemaakt. In 2005 kostte het opruimen van zwerfafval in de openbare ruimte 235 miljoen euro. Reden voor bedrijfsleven, gemeenten en Rijksoverheid om de handen ineen te slaan en de strijd tegen het zwerfafval aan te gaan. Een succesvolle samenwerking is het resultaat; een samenwerking die ook komende jaren wordt voortgezet.

Zwerfafval! Storend om meerdere redenen. Vanuit milieuoogpunt omdat er jaren voorbij gaan voordat de natuur deze elementen heeft afgebroken. Wist u bijvoorbeeld dat:

Soort afval	Afbreektijd in jaren
Krant	0 tot 0,5
Sigarettenpeuk	2
Bananenschil	1-3
Kauwgom	20-25
Blikje van staal	50
Blikje van aluminium	Eeuwig
Patatbakje (polystyreen)	Eeuwig

Bron: www.samenwerkenaaneenschonernederland.nl

Storend ook voor de leefbaarheid in wijken. Zwerfafval scoort in elke leefbaarheidsmonitor hoog op ergernis en irritatie. Toch merkt één van de projectleiders die we voor dit boekje spraken, terecht op: 'Zwerfafval is iets waar iedereen iets van vindt, waar eigenlijk niemand

iets aan doet, terwijl het juist een probleem is dat door mensen zelf veroorzaakt wordt.' Kun je daar wat aan doen? Ja, dat kan. In dit boekje vindt u 23 leuke, effectieve en inspirerende manieren om zwerfafval tegen te gaan. We hebben daarbij gekozen voor projecten die zich richten op preventie: hoe voorkom je dat afval op straat belandt? De afgelopen jaren zijn door gemeenten, woningcorporaties, waterschappen en vele anderen projecten gestart om het gedrag van mensen te beïnvloeden en om bewoners bewust te maken van het zwerfafvalprobleem.

VOOR U!

Wij hebben een aantal van deze projecten voor u op een rij gezet en hebben vooral gekeken naar projecten in stadswijken waar met behulp van bewoners wordt gewerkt aan het terugdringen van de rommel op straat.

Deze projecten hebben we weergegeven als recepten. Enerzijds omdat we u - de opdrachtgevers of uitvoerders in de strijd tegen zwerfafval - hopen te voeden met ideeën en uw nieuwsgierigheid willen prikkelen. Anderzijds om doelstellingen, ervaringen en aanpakken van de verschillende projecten op een snelle en overzichtelijk manier weer te geven.

BASISINGREDIËNTEN VOOR EEN GOED RECEPT

We hebben geprobeerd een gevarieerd boekje samen te stellen. Variatie in projecten en variatie in opdrachtgevers. Zwerfafval wordt vanuit verschillende invalshoeken bestreden. Toch hebben deze projecten ook overeenkomsten. Enkele basisingrediënten komen vaak terug.

Het belangrijkste ingrediënt dat voor elk project onmisbaar is, is enthousiasme: het enthousiasme waarmee het project wordt uitgedragen. Enthousiasme en visie, overtuigen en anderen inspireren; het creëert het benodigde draagvlak.

Enthousiasme is ook wat we zien bij bewoners die zonder subsidie of organisatie zwerfvuil opruimen. Landelijk zijn bij www.ikprikmee.nl en de Stichting Vrijwillige Zwerfvuil Ophalers (SVZO) vele particulieren aangesloten. Vaak krijgen zij de benodigde voorzieningen als prikstokken en handschoenen van de gemeente, maar maken zij op eigen initiatief hun omgeving schoon.

Naast enthousiasme zijn er nog enkele succesfactoren die we vaak terug zien komen, zoals:

- Beloning voor de inzet
- Legitimatie: als lid van een club of deelnemer aan een actie zijn mensen eerder geneigd op te ruimen
- Opruimen als sociale activiteit
- Klein beginnen en het initiatief laten groeien
- Jong geleerd is oud gedaan: kinderen zijn een belangrijke doelgroep

MENUKAART: INDELING VAN HET BOEKJE

De recepten zijn op twee manieren voor u geordend: via een indeling op smaak en via de peperindex. Om een indicatie van het benodigde budget te geven, hebben we de recepten eveneens ingedeeld in prijscategorieën.

OP SMAAK

De recepten zijn als volgt ingedeeld:

- Voorproefjes
- Starters

- Beproefde recepten
- De gemengde keuken

VOORPROEFJES

Bij voorproefjes treft u enkele projecten aan die nog in de opstartfase verkeren, maar waarvan we u de achterliggende gedachten, de doelstellingen en de eerste resultaten niet willen onthouden.

STARTERS

Starters zijn projecten die zich alleen op het bestrijden van zwerfafval richten en die met beperkte middelen relatief snel uit te voeren zijn.

BEPROEFDE RECEPTEN

In dit deel van het boekje vindt u projecten die al enkele jaren succesvol zijn en die veel bewoners bereiken en betrekken.

DE GEMENGDE KEUKEN

In de gemengde keuken hebben we een brug proberen te slaan met andere beleidsvelden. De ambitie van deze projecten is abstracter geformuleerd, maar de resultaten van deze projecten leiden ook tot een schone, hele en veilige buurt.

DE PEPERINDEX

Naast een indeling op smaak, hebben we bij elk recept de score op de peperindex weergegeven. Elementen van deze index zijn de mate waarin een project arbeidsintensief is voor de opdrachtgever en de mate van complexiteit. Als een project meerdere doelen nastreeft of als het succes afhankelijk is van de medewerking van (meerdere) maatschappelijke partners, heeft het project een hoge mate van complexiteit. Als maar één doel wordt nagestreefd en het project zonder medewerking van maatschappelijke partners succesvol kan zijn, is sprake van een lage mate van complexiteit.

	Lage mate van complexiteit	Hoge mate van complexiteit
Arbeidsextensief	🌶️🌶️🌶️🌶️	🌶️🌶️🌶️🌶️
Arbeidsintensief	🌶️🌶️🌶️🌶️	🌶️🌶️🌶️🌶️

BENODIGD BUDGET

Het benodigde budget varieert ook per recept. Niet alleen in grootte, maar ook in de manier waarop de verschillende projecten het benodigde budget bepalen. Om toch een indicatie te geven, hebben we de recepten ingedeeld in 5 prijscategorieën:

Nummer	Prijscategorie
1	< € 5.000
2	€ 5.000 tot € 10.000
3	€ 10.000 tot € 50.000
4	€ 50.000 tot € 100.000
5	> € 100.000

Bij alle prijscategorieën zijn er recepten die qua benodigd budget dichtbij de ondergrens van de prijscategorie liggen. Voor de eerste prijscategorie betekent dit dat er ook recepten zijn opgenomen die met minimale kosten kunnen worden gerealiseerd.

INFORMATIE

Wij hopen dat deze recepten u smaken en dat de ingrediënten en tips u inspireren tot nieuwe creaties. Wij willen met deze recepten laten zien dat op veel plekken op creatieve manieren wordt gewerkt aan het terugdringen van zwerfafval. En wij weten dat het uitwisselen van ervaringen en het zien van voorbeelden, meer zeggen dan woorden op papier. Zoek elkaar daarom op! Wij zijn u daar graag bij van dienst.

Agentschap NL
 NL Milieu en Leefomgeving
 (088) 602 7979
afvalbeheer@agentschapnl.nl
www.gemeenteschoon.nl



VOORPROEFJES



1. COLLECTIEF BEHEER

WAT GAAN WE MAKEN?

Collectief beheer heeft als doel de beleving van bewoners over hun woonomgeving positief te beïnvloeden. Soms voelen bewoners zich niet prettig of niet veilig in een wijk, omdat zij negatieve associaties hebben bij enkele plekken. Denk bijvoorbeeld aan plantsoenen, hangplekken, groenstrookjes of zelfs de stoep voor de deur. Soms zijn deze gevoelens niet terecht, omdat die plekken feitelijk schoon, heel en veilig zijn. Om ervoor te zorgen dat bewoners zich weer prettig voelen in de wijk, wordt getracht de onterecht negatieve associaties bij bepaalde plekken weg te nemen. De veronderstelling is dat als bewoners voor die plekken in de openbare ruimte zorgen die voor hen betekenis hebben, die zorg zichtbaar zal zijn. Hierdoor zullen negatieve associaties langzaam verdwijnen en zal het woongenot toenemen. Het project is succesvol als er in het eerste jaar enkele bewoners zijn die een plek adopteren en collectief beheren en als dit aantal het daaropvolgende jaar toeneemt.

VOORBEREIDING:

- Collectief beheer wordt uitgevoerd in Biesdonk. Biesdonk ligt in Breda Noordoost. De gemeente heeft voor deze wijk een masterplan Openbare Ruimte gemaakt. Dit plan bevat de richtlijnen voor de veranderingen in de openbare ruimte voor de komende jaren. Een goede samenwerking tussen de ontwerpafdeling, de afdeling die het beheer uitvoert en de afdeling die de bewoners voor collectief beheer begeleidt is een voorwaarde.
- Gemeente en woningcorporatie maken afspraken over wie wat oppakt, hoe en hoe lang collectief beheer initiatieven worden ondersteund.

BENODIGDHEDEN:

- Projectleider
- Samenwerking gemeentelijke afdelingen beheer en inrichting openbare ruimte
- Samenwerking woningcorporatie
- Informeren bewonersvertegenwoordiging en andere belanghebbenden
- Beschikbaar stellen van materiaal voor beheer
- Indicatie budget: < € 5.000 per adoptieplek inclusief communicatie en exclusief uren inzet gemeente- en corporatiemedewerkers
- Doorlooptijd: continu

INGREDIËNTEN:

- Persoonlijke benadering
- Inventarisatie van plekken in de woonomgeving die bewoners belangrijk vinden
- Wederkerigheid: als jij... dan ik...

- Het is belangrijk dat de bewonersvertegenwoordiging en andere belanghebbenden op de hoogte zijn van het project.
- De beleving van de bewoners staat centraal: welke plekken zijn voor hen belangrijk.

BEREIDINGSWIJZE:

1. Ga op zoek naar wijkbewoners die willen participeren. Breda werkt in Noordoost met de wijktafel. Dit is een laagdrempelige vorm voor participatie: er wordt bijvoorbeeld een tent in de wijk geplaatst met een hapje en een drankje. Alle bewoners zijn bij de wijktafel welkom. Met deze manier van werken worden bewoners bereikt die niet worden bereikt door de traditionele vormen van participatie.
2. Breng in kaart wat bewoners toerekenen aan hun woonomgeving: bewoners hebben vaak een andere beleving van wat zij tot hun buurt rekenen dan de geografische indeling die gemeente en corporatie hanteren.
3. Inspireer. Laat zien wat gemeente en corporatie zelf doen. Laat ook zien wat organisaties niet zelf kunnen oppakken. Probeer de bewoners de meerwaarde van collectief beheer te laten zien en stel daar iets tegenover: als zij een plekje adopteren en beheren, dan zullen gemeente of corporatie ook een prestatie leveren. Singelveste AlleeWonen heeft bijvoorbeeld de achterpaden in een deel van de wijk opgeruimd; de omwonenden houden deze paden nu schoon.
4. Begeleid de bewoners die een plekje adopteren. Zorg voor één aanspreekpunt voor de bewoners.



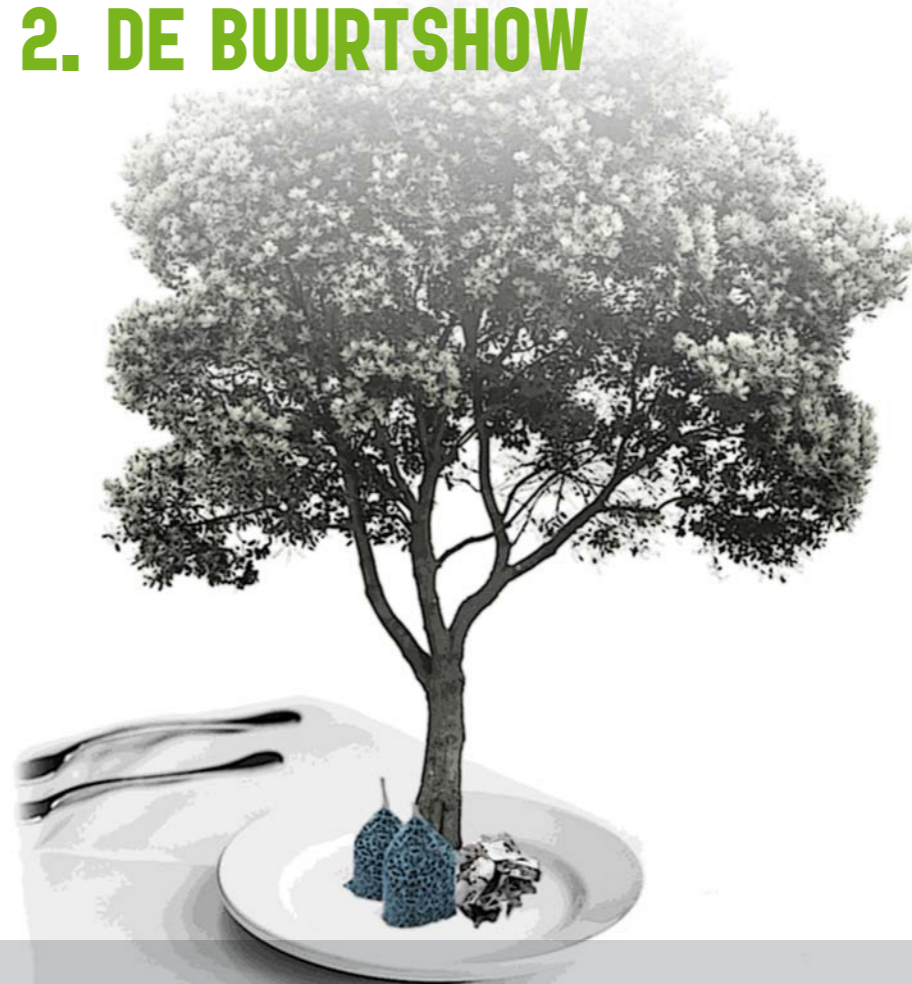
2. DE BUURTSHOW

TIPS:

- Het is moeilijk om een einddatum te bepalen: hoe lang willen bewoners een plek blijven beheren? Maak het daarom behapbaar voor bewoners en vraag niet te veel. Bij collectief beheer gaat het om toezicht, opruimen, opfleuren en niet om maaien en snoeien: dat doet de gemeente. Doen, meedenken, meepraten, dat is belangrijk.
- Zorg dat bewoners zich herkennen in de kleinschaligheid en dat het project bijdraagt aan hun beleving van 'huiselijkheid'.
- Spreek individuele bewoners aan; probeer contacten te leggen via oproepen en activiteiten die al in de wijk plaatsvinden.

LEKKER:

Omdat naar verwachting bewoners zich meer betrokken gaan voelen bij de woonomgeving.



BENODIGDHEDEN:

- Projectleider
- Samenwerking tussen gemeente, welzijnswerk, woningcorporaties en bewonersvertegenwoordiging
- Indicatie budget: € 10.000 tot € 50.000
- Doorlooptijd: maart tot en met september

INGREDIËNTEN:

- Helden
- Een uitdaging
- Communicatie
- De BuurtShow



WAT GAAN WE MAKEN?

De BuurtShow is een actieprogramma van bewoners dat afgerond wordt met een feestje: De BuurtShow. Bewoners houden hun buurt enkele maanden schoon en verdienen op die manier De BuurtShow. Om bewoners te enthousiasmeren worden helden ingezet. De veronderstelling is dat mensen zich laten aanspreken door mensen die ze bewonderen: dit kunnen locale of nationale 'helden' zijn. De helden dagen de buurtbewoners uit de buurt schoon te houden. Schiedam zette in op een schonere buurt, een betere beleving van bewoners over de buurt en meer ontmoeting. Roermond breidde deze doelen uit met vragen als: Spreken bewoners over De BuurtShow? Spreken bewoners elkaar op slecht gedrag aan? En voelen bewoners zich meer betrokken bij de wijk?

VOORBEREIDING:

- De gemeenten Roermond en Schiedam hebben De BuurtShow als pilot getest. De opzet was in beide gemeenten anders. In Schiedam trok De BuurtShow als een karavaan door Schiedam Oost. Hierdoor kwamen de activiteiten dicht bij de mensen en zagen bewoners dat er in hun straat wat gebeurde. In Roermond vormde het schoonhouden van twee plekken in de wijk de uitdaging.
- Communicatie is essentieel: niet alleen om de bewoners te informeren, maar ook om de uitdaging te volgen. Lokale tv kan de uitdaging bijvoorbeeld spannender maken. Helden krijgen duidelijke instructies.
- Aandacht, respect, waardering en trots zijn op de eigen omgeving, zijn de sleutelwoorden in de aanpak.
- De organisatie van De Buurtshow, de inzet van helden en communicatie zijn de kostenposten. De grootte van het gebied (één

buurt of meerdere buurten) bepaalt mede de hoogte van het benodigde budget.

BEREIDINGSWIJZE:

1. Stel een projectgroep samen met medewerkers van gemeente, welzijnswerk, woningcorporatie en bewonersvertegenwoordiging.
2. Stel met de buurt een actieplan op. Benoem de prestaties die bewoners leveren en verken met elkaar welke helden bij de buurt passen.
3. Laat de buurt in drie maanden de uitdaging waar maken. Communiceer veel in deze periode en zet de helden slim in om de uitdaging ook 'levend' te houden.
4. Sluit de periode af met De BuurtShow: een feestje waar de helden een rol in spelen en bewoners elkaar in het zonnetje zetten.

TIPS:

- Laat het actieprogramma aansluiten op huidige activiteiten in de wijk. Heeft de buurt bijvoorbeeld enkele actieve buurt of straatverenigingen? Werken zij met een jaarprogramma?
- Vergeet de aandacht voor de eigen organisatie niet: de hulp van meerdere afdelingen en diensten is nodig om van De BuurtShow een succes te maken.
- Goede contacten in de wijk zijn belangrijk. Betrek de sleutelfiguren die toegang hebben tot de verschillende netwerken in de wijk.
- De aanpak van zwerfafval is een middel om mensen op de been te brengen. Er ontstaan nieuwe contacten. Vanuit dit perspectief is De BuurtShow ook een instrument om bijvoorbeeld de sociale cohesie in een wijk te vergroten.

LEKKER:

Omdat buurtbewoners door de schoonmaakacties en De BuurtShow met elkaar in contact komen. Mensen leren elkaar kennen en dat heeft een positieve uitwerking op de leefbaarheid in de buurt.



3. SAMEN WERKEN AAN EEN SCHONE STAD

WAT GAAN WE MAKEN?

Samen werken aan een schone stad investeert in het opzetten van een netwerk van maatschappelijke organisaties dat gezamenlijk het zwerfafvalprobleem aanpakt. De gemeente ziet dat maatschappelijke organisaties zoals scholen en woningcorporaties directe ingangen hebben bij een grote groep bewoners. Om gebruik te maken van die ingangen en de boodschap over zwerfafval beter over te brengen, zoekt de gemeente samenwerking met deze organisaties. De aanpak is geslaagd als er een netwerk ontstaat van medewerkers van verschillende organisaties die signaleren, elkaar weten te vinden, elkaar helpen en gezamenlijk het goede voorbeeld geven. Uiteindelijk moet het netwerk leiden tot een gedragsverandering bij bewoners.

VOORBEREIDING:

- Rond 2001 is de gemeente Venlo gestart met een aanpak voor een schone stad. Naast zwerfafval gaat het daarbij om hondenpoep, graffiti, bladeren, wildplassen, groen en braakliggende terreinen.
- Voor elk thema van schoon hanteert zij de 4V's-aanpak: voorlichting, voorzieningen, verantwoordelijkheid en verbaliseren.
- De gemeente Venlo peilt periodiek de beleving van haar inwoners over de openbare ruimte. In 2005 was Venlo finalist in De schoonste gemeente van Nederland. Alhoewel er dat jaar geen extra inzet is gepleegd, schoot de tevredenheid van de inwoners omhoog: extra schoonmaken is niet de enige factor die de beleving beïnvloedt.

BENODIGDHEDEN:

- Gemeentelijke projectleider
- Contacten met diverse partners zoals middelbare scholen en woningcorporaties
- Indicatie budget: € 50.000 tot € 100.000
- Doorlooptijd: 2 jaar

INGREDIËNTEN:

- Communicatiemiddelen: spotjes De GluurBuur, posters en verkeersborden
- Projecten op maat

BEREIDINGSWIJZE:

1. Ontwikkel een voorlichtingscampagne en let daarbij op de beoogde doelgroep. In Venlo wil de gemeente vooral jongeren bereiken; daarom vroeg zij Maxim Hartman, bekend van Rembo en Rembo om als 'Gluurbuur' een aantal reclamespotjes voor tv en internet te maken.
2. Maak aanvullend posters die ingezet kunnen worden door verschillende partners.
3. Betrek maatschappelijke organisaties die directe ingangen hebben bij de doelgroep. Met deze partners wordt onderzocht of een gezamenlijk project een win-win situatie oplevert.
4. Sluit met deze projecten aan bij de leefwereld van de betreffende doelgroep. Het voortgezet onderwijs heeft bijvoorbeeld vaak een probleem met rommel in school. Besteed eerst aandacht aan dit zwerfvuilprobleem en leg vervolgens verbanden met zwerfvuil buiten school.
5. Maak gebruik van de communicatiemogelijkheden van partners. Via de communicatiekanalen van de scholen kunnen bijvoorbeeld opvoeders als ouders en leerkrachten worden betrokken.

TIPS:

- Begin klein: als er eenmaal een project loopt wordt het doel beter zichtbaar en dat heeft aantrekkingskracht op anderen.
- Begin met partners die een grote groep mensen kunnen bereiken: een project sorteert dan veel effect.
- Zorg voor een vaste contactpersoon bij de gemeente.
- Heb bij een samenwerking de andere partij wat te bieden. De gemeente Venlo regelt bijvoorbeeld het voorlichtingsmateriaal.



4. DE WIJKCREATOR

LEKKER:

Omdat door het netwerk naar verwachting meer inwoners worden bereikt. Het betere bereik moet leiden tot het effectievere tegengaan van zwerfafval.

BENODIGHEDEN:

- Gemeentelijke projectleider
- Partners in de wijk
- Indicatie budget: € 10.000 tot € 50.000
- Doorlooptijd: 6 tot 9 maanden

INGREDIËNTEN:

- DNA van de wijk
- Doorbraakplan
- Gelijkaardige samenwerking met bewoners, ondernemers, corporaties, scholen, opbouwwerk of andere organisaties
- Zakelijke relatie tussen samenwerkingspartners



WAT GAAN WE MAKEN?

De WijkCreator is een instrument dat ingezet wordt om afspraken te maken tussen maatschappelijke organisaties die in een wijk actief zijn en de bewoners om gezamenlijk het zwerfafval aan te pakken en het gedrag van vervuilers te veranderen. De veronderstelling is dat het zwerfafval alleen adequaat kan worden aangepakt als iedereen zijn steentje bijdraagt. De veronderstelling is ook dat iedereen die meedoet belang heeft bij het oplossen van het zwerfafval probleem. Overigens kan het zijn dat meerdere partijen niet alleen afspraken willen maken over zwerfafval maar ook over andere overlastgevende problemen zoals graffiti of hondenpoep. De WijkCreator biedt daar kansen voor. De eerste stap naar succes is een ondertekende intentieovereenkomst tussen meerdere partners die gaan samenwerken aan dit probleem; de uitvoering van deze overeenkomst is de tweede stap.

VOORBEREIDING:

- In de wijk waar de WijkCreator wordt toegepast, zoekt de gemeente samenwerking met organisaties in de wijk zoals scholen of ondernemers.
- De gemeentelijke projectleider maakt de afspraken met partners. Daarvoor is kennis over de lokale stand van zaken met betrekking tot voorzieningen, reiniging, handhaving, communicatie, monitoring, beheer en budgetten een basisvoorwaarde: over deze punten worden afspraken gemaakt.
- Samenwerkende partners spreken elkaar aan op acties en resultaten: de samenwerking is gebaseerd op gelijkwaardigheid.
- De samenwerking is niet vrijblijvend. De WijkCreator maakt de relatie tussen partners daarom met elke stap zakelijker.

BEREIDINGSWIJZE:

1. Start een gemeentelijke projectgroep en bereidt het project voor: als met het project wordt gestart, ontstaat er enthousiasme in de wijk. Deze energie moet goed benut worden: de eerste klap is een daalder waard; de gemeente moet een idee hebben wat zij wil.
2. Bepaal het DNA van de wijk en specificeer het zwerfafvalprobleem. Het DNA maakt de sociale opbouw van de wijk inzichtelijk. Als het DNA bekend is, is ook bekend met welke partijen het zinvol is de samenwerking te zoeken. Specificeren van het probleem is nodig omdat verschillende organisaties vaak verschillende definities hanteren. Deze stap eindigt met een doorbraakplan: wat wordt aangepakt, wie worden daarbij betrokken en wanneer is de aanpak succesvol?
3. Stel business cases op. Per doelstelling uit het doorbraakplan wordt een plan van aanpak gemaakt, de business case.
4. Teken voor iedere business case een intentieovereenkomst. Hierin staat hoe de business case wordt georganiseerd, wie de trekker is, wat de financiële kaders zijn en hoe de verantwoordelijkheden verdeeld zijn onder de partners.

TIPS:

- Evalueer periodiek de voortgang.
- Zorg dat de sleutelfiguren binnen elke organisatie de inhoud van de intentieovereenkomst kennen: het gaat uiteindelijk om de uitvoering.
- Neem de tijd voor de DNA-analyse: degene die de analyse uitvoert moet zowel de beleidsmatige inhoud als consequenties voor de uitvoering kunnen duiden.

- Communiceer zowel bottom-up als top-down. Bottom-up voor draagvlak en uitvoering van de afspraken. Met de leraren van een participerende school moet bijvoorbeeld afgesproken worden hoe de leerlingen te betrekken. Top-down om zeker te zijn dat de afspraken bestuurlijk worden ingebed. Dit draagt bij aan de continuïteit van de samenwerking.
- Houd je aan te planning: als te lang wordt gewacht, verslapt de aandacht van partners.
- Maak gebruik van quick wins.

LEKKER:

Omdat organisaties vaak afzonderlijk activiteiten ontplooiën om het zwerfafval tegen te gaan; door de samenwerking kan naar verwachting met dezelfde inspanning meer bereikt worden. Naar verwachting leidt het samenwerkingsverband eveneens tot nieuwe initiatieven in de wijk.



STARTERS



5. STRAATJUTTEN

WAT GAAN WE MAKEN?

Straatjutten probeert kinderen bewust te maken van de verantwoordelijkheid die zij hebben voor de omgeving waarin zij wonen en verblijven. Door lessen op school te koppelen aan een schoonmaakactie wordt dit doel bereikt. Straatjutten is geslaagd als de leerlingen ervaren hoe zij zelf kunnen bijdragen aan de kwaliteit van hun leefomgeving.

VOORBEREIDING:

- Straatjutten is een initiatief van een van de ouders. Het is een knipoog naar het strandjutten: in dit geval wordt er afval opgeruimd. De naam Straatjutten spreekt bij kinderen tot de verbeelding en maakt een opruimactie op die manier 'stoer'.
- Door te werken met vrijwilligers is minder budget nodig. Montessorischool Groenewold heeft bijvoorbeeld geen middelen in hoefden te zetten, omdat enkele ouders de organisatie van het Straatjutten oppakten.

BENODIGDHEDEN:

- Basisschool
- Hesjes, prikkers, vuilniszakken
- Voldoende ouders en leerkrachten voor begeleiding
- Inzet ouders bij organisatie
- Afspraken met reinigingsdienst
- Publiciteit
- Indicatie budget: < € 5.000
- Doorlooptijd: eenmalig

INGREDIËNTEN:

- Enthousiasme
- Voorbereiding van de kinderen in de lessen
- Draaiboek
- Schoonmaakmiddag

BEREIDINGSWIJZE:

1. Zorg voor een goede voorbereiding: informeer ouders en maak een uitgebreid draaiboek zodat iedereen weet wat wanneer en waar het gaat gebeuren.
2. Maak afspraken met de gemeentelijke reinigingsdienst over het ophalen van het afval.
3. Bereid de kinderen voor op de actie: de schoonmaakactie is ondergeschikt aan het educatieve doel. Neem het probleem van zwerfafval daarom mee in de lespakketten.
4. Zorg voor voldoende begeleiding van de kinderen tijdens de schoonmaakactie.
5. Evalueer de schoonmaakactie met de vrijwilligers.

TIPS:

- Geef de inzet van de kinderen de nodige aandacht; informeer bijvoorbeeld de lokale pers over de actie.

LEKKER:

Omdat straatjutten een eenvoudige manier is om in korte tijd veel mensen op de been te krijgen in de strijd tegen het zwerfafval. Kinderen leren op jonge leeftijd waar zwerfafval vandaan komt en wat ze zelf kunnen doen om het te voorkomen.



BENODIGDHEDEN:

- Projectleider
- Communicatiemedewerker
- Goede logistiek
- Medewerking van basisscholen en (sport)verenigingen
- Schoonmaakmaterialen als handschoenen, vuilniszakken en eventueel grijpers
- Communicatiemiddelen van Agentschap NL
- Sponsoring door bedrijfsleven
- Indicatie budget: € 10.000 tot € 50.000
- Doorlooptijd: Week van Nederland Schoon

INGREDIËNTEN:

- Communicatie
- Lespakketten
- Opruimactie voor kinderen
- Originele/ludieke aftrap van de opruimactie

6. BUITENGEWOON SCHONER

WAT GAAN WE MAKEN?

Samen met basisscholen en (sport)verenigingen wordt om de twee jaar in de Week van Nederland Schoon het zwerfafvalprobleem bij kinderen onder de aandacht gebracht. Door een grootschalige opruimactie en bijbehorende lespakketten leren kinderen geen afval op straat te gooien. Door de actie worden ook de mensen die de openbare ruimte schoonmaken zichtbaar. Dit moet bijdragen aan een hoger respect van de kinderen voor dergelijke beroepen. Roosendaal zet tweejaarlijks in op een grote schoonmaakactie: men wil minimaal 2000 kinderen bereiken. Belangrijkere succesfactor is echter het enthousiasme waarmee de kinderen aan de actie meedoen.

VOORBEREIDING:

- In 2003 nam de gemeente Roosendaal voor het eerst deel aan de Week van Nederland Schoon. Dit beviel dermate goed, dat werd besloten om tweejaarlijks de Week van Nederland Schoon te benutten om zwerfafval onder de aandacht te brengen.
- Door de opruimactie te organiseren in de Week van Nederland Schoon, kan gebruik gemaakt worden van communicatiemiddelen die daarvoor worden ontwikkeld, zoals de landelijke media-aandacht. Daarnaast doet de gemeente Roosendaal voor de benodigde materialen een beroep op sponsors.
- Het budget wordt ingezet om lessen te geven over zwerfafval, voor een deel van de communicatiekosten te financieren en voor een ludieke acties gedurende de actiedag.

BEREIDINGSWIJZE:

1. Benader scholen voor deelname en heb oog voor de jaarplanning die zij hanteren: plan de actie tijdig in.
2. Om de kinderen te enthousiasmeren is de manier waarop over de actie wordt gecommuniceerd belangrijk. Zorg dat teksten en vormgeving vanaf het eerste contact aansluiten op de belevingswereld van kinderen. Ook wedstrijdjes vergroten de motivatie van kinderen.
3. Organiseer de logistiek vanuit één centraal gelegen locatie. De dagen voor de opruimdag zijn arbeidsintensief door de distributie van benodigdheden naar de scholen. Denk daarbij aan zaken als handschoenen, vuilniszakken en lunchpakketjes.
4. Bedenk een leuke aftrap van de actie welke interessant is voor de pers. Werk bijvoorbeeld met acteurs.
5. Peil het enthousiasme van de kinderen. In Roosendaal gaan fototeams langs de scholen: zij leggen de acties van de kinderen vast en vragen de leraren naar de ervaringen van de dag.

TIPS:

- Doordat steeds meer scholen, verenigingen en bedrijven het project ondersteunen, zijn vanuit de gemeente relatief steeds minder middelen nodig.
- Sponsors zoeken is arbeidsintensief. Ruim hier voldoende tijd voor in. Sponsors worden per brief en telefonisch benaderd.
- Maak goede afspraken met de media. Positieve publiciteit draagt bij aan een toenemend deelnemersaantal.



7. PORTIEKPORTIERS



BENODIGHEDEN:

- Beheerders van woningcorporatie: wijkbeheerders of huismeesters
- Een sterk netwerk met partners als politie, brandweer en gemeente
- Draagvlak onder de ouders van de kinderen
- Indicatie budget: € 5.000 tot € 10.000
- Doorlooptijd: 1 jaar

INGREDIËNTEN:

- Continue positieve en enthousiaste benadering van de kinderen
- Wekelijkse activiteit
- PortiekPortier diploma en tenue



LEKKER:

Omdat naast de scholen ook steeds meer bewonerscomités mee willen doen met de actie. Na iedere actie ontvangt de gemeente Roosendaal meldingen van bewonersgroepen en bedrijven die mee willen doen. Ook zijn er scholen en bewonersgroepen die één keer per twee jaar opruimen te weinig vinden en die zelf schoonmaakdagen organiseren.

WAT GAAN WE MAKEN?

PortiekPortiers zijn kinderen van 8 tot 13 jaar die samen met de beheerder van de corporatie werken aan een schone, hele en veilige omgeving. Kinderen leren dat ze onderdeel van een samenleving zijn en dat ze zelf invloed op hun leefomgeving hebben. Als kinderen vaak horen dat ze overlast veroorzaken, is de veronderstelling dat ze zich daar ook naar gaan gedragen. Met PortiekPortiers krijgen kinderen medeverantwoordelijkheid voor hun wooncomplex en de omliggende omgeving. De kinderen manifesteren zich op een positieve manier in hun wijk. Succes wordt afgemeten aan het aantal deelnemers en het verantwoordelijkheidsgevoel dat de kinderen ontwikkelen.

VOORBEREIDING:

- Uitgangspunt van het project is dat kinderen een positief gevoel krijgen van hun acties als PortiekPortier. Zij worden niet materieel beloond, maar wel immaterieel. De beste manier is te laten zien dat hun werkzaamheden nut hebben. Dit kan door snel te handelen als zij bijvoorbeeld rommel in een plantsoen melden of als zij zelf een idee hebben voor het schoon, heel en veilig houden van hun woonomgeving.
- Enthousiasme is een succesfactor. De begeleiders moeten dit enthousiasme ook uitstralen. De beheerders of huismeesters die de PortiekPortiers begeleiden krijgen in de opstartfase tips en handigheidjes aangereikt om de kinderen blijvend te enthousiasmeren.
- PortiekPortier worden is niet vrijblijvend: met de kinderen worden afspraken gemaakt.

BEREIDINGSWIJZE:

1. Bepaal in welke complexen de PortiekPortiers worden ingezet en overtuig de ouders van de kinderen in die complexen van het nut en belang van het project. Kinderen kunnen alleen met toestemming van de ouders PortiekPortier worden. Ouders worden via de woningcorporatie benaderd.
2. Leid de kinderen op tot PortiekPortier. De opleiding heeft zowel een theoretische als een praktische kant. Kinderen krijgen hier een diploma voor.
3. Geef de kinderen na de diplomauitreiking taken. Een belangrijke taak is dat zij wekelijks een middag met de beheerder of huismeester meelopen.
4. Betrek wijkpartijen zoals de leraren van de basisscholen uit de buurt. Hierdoor wordt het bereik steeds groter. De kinderen krijgen in de klas bijvoorbeeld de ruimte om over hun ervaringen te vertellen en steken met hun enthousiasme andere kinderen aan.

TIPS:

- Politie en brandweer zijn helden voor kinderen. Een bezoekje van de politie of brandweer vergroot het gevoel van belangrijkheid en verantwoordelijkheid bij de kinderen. Met medewerking van politie, brandweer, gemeente en schoonmaakdiensten kunnen de activiteiten die de kinderen uitvoeren uitgebreid worden waardoor ook de nieuwsgierigheid van de kinderen geprikkeld blijft worden.
- Een professionele opzet van het project straalt vertrouwen uit naar de ouders. De ouders zien dat de corporatie niet uit is op een snel succesje, maar dat zij structureel investeert in een leefbare omgeving.

LEKKER:

Omdat het project een groep kinderen aan blijkt te spreken die niet snel aan andere projecten meedoen. Ook bieden actieve en betrokken kinderen de corporatie een ingang om de ouders te betrekken bij de verbetering van de leefbaarheid in de wijk. Lekker ook, omdat PortiekPortiers een deel van de anonimiteit waar in veel complexen sprake van is, doorbreken.



BENODIGDHEDEN:

- Projectleider GGD
- Contactpersoon welzijnswerk
- Schoonmaakmiddelen: hesjes, prikstokken, vuilniszakken
- Een georganiseerde activiteit in de wijk
- Indicatie budget: < € 5.000
- Doorlooptijd: 1 middag

INGREDIËNTEN:

- Prijsvraag
- Initiatiefnemer
- Activiteitenprogramma

8. OPRUIMEN IN JERUZALEM, TILBURG

WAT GAAN WE MAKEN?

Het project Gelijke Gezondheid, Gelijke Kansen streeft naar gezonde wijken met bewoners met een gezonde leefstijl. De fysieke woonomgeving beïnvloedt de gezondheid van mensen: mensen voelen zich prettiger in een schone wijk. De veronderstelling is dat mensen in een prettigere wijk ook gezonder leven. Vandaar dat in Tilburg vanuit een project voor de volksgezondheid budget beschikbaar is gesteld om zwerfafval op te ruimen: het GGGK schreef een prijsvraag uit en koos een opruimactie als het winnende idee. Succes wordt niet alleen afgemeten aan een schonere wijk: het positieve gevoel dat deelnemers na de schoonmaakactie mee naar huis nemen, is belangrijker.

VOORBEREIDING:

- In 'Gelijke Gezondheid, Gelijke Kansen' werken GGD Hart voor Brabant, Thebe, NIGZ, GGZ, Novadic-Kentron, de Twern en de gemeente Tilburg 10 jaar samen om de sociaaleconomische gezondheidsverschillen in 3 kwetsbare wijken te verminderen.
- Naast het verbeteren van de fysieke woonomgeving richten activiteiten zich op het verbeteren van 'toegang tot de gezondheidszorg', 'sociale omgeving' en 'leefstijl'.
- Uiteindelijke doel is dat de gezondheidssituatie voor bewoners verbetert. Belangrijkste spelers daarbij zijn de bewoners zelf. Stimuleren van bewonersinitiatieven is een manier om een verandering in gang te zetten.
- Het uitschrijven van een prijsvraag daagt mensen uit zelf na te denken over verbeterpunten voor hun situatie. Randvoorwaarde voor de ingezonden ideeën was dat deze passen binnen de doelstellingen van het project.

BEREIDINGSWIJZE:

- Het winnende idee van de prijsvraag was de opruimactie.
1. Werk het idee verder uit: een brainstormsessie tussen de winnares van de prijsvraag, de projectleider GGGK en de opbouwwerker leverde in Tilburg een activiteitenprogramma voor de opruimactie op: een afvalquiz, schoonmaken, een prijsje voor elke meter zwerfafval die wordt opgehaald.
 2. Koppel de opruimactie aan een bestaande activiteit. Dit garandeert een aantal deelnemers.
 3. Regel de benodigde materialen: prikstokken, veiligheidshesjes, vuilniszakken, pr en begeleiders.

TIPS:

- Als je gedrag wilt veranderen is herhaling belangrijk. Laat het daarom niet bij een eenmalige actie.
- Kinderen waarderen prijsjes. Zorg voor een beloning als je kinderen bij het project betreft.
- Bewonersinitiatieven zijn belangrijk voor de leefbaarheid in een wijk. Wees alert op signalen en ideeën van bewoners.

LEKKER:

Omdat de wijk in een dag schoner wordt en deelnemers met een goed gevoel naar huis gaan.





9. DE SCHOONSTE WIJK

WAT GAAN WE MAKEN?

De campagne 'Schoon genoeg van zwerfvuil' betreft bewoners bij de aanpak van zwerfafval en probeert het beeld bij te stellen dat de gemeente weinig aan dit probleem doet. Door de zwerfafvalgraad te meten en de resultaten terug te koppelen naar de wijk, wordt getracht de beleving van bewoners rondom de aanpak van zwerfvuil positief te beïnvloeden. Daarnaast moet deze terugkoppeling bewoners aansporen de wijk schoner te houden. Meetresultaten worden op een bijzondere manier teruggegeven: per wijk wordt de zwerfafvalgraad periodiek gemeten. Dit cijfer wordt op een bord bij de ingang van de wijk geplaatst. Door dit vaker te herhalen zien bewoners de vooruitgang.

VOORBEREIDING:

- De gemeente Soest bestrijdt zwerfafval via een aanpak op vier modules: beheer, voorzieningen, monitoring en communicatie. De Schoonste Wijk valt onder communicatie.
- De gemeente Soest heeft een monitor ontwikkeld waarin de zwerfafvalgraad per wijk periodiek en objectief wordt gemeten.
- Het budget is nodig voor de informatiefolder en het maken van de borden.

BENODIGDHEDEN:

- Gemeentelijke projectleider
- Monitoringsysteem
- Indicatie budget: € 5.000 tot € 10.000
- Doorlooptijd: 1 jaar

INGREDIËNTEN:

- Borden om in de wijk te plaatsen
- Informatiefolder

BEREIDINGSWIJZE:

1. Breng een folder uit met een toelichting op het project. De folder informeert bewoners verder over de partijen die verantwoordelijk zijn voor het schoonmaken van de wijk.
2. Vermeld de zwerfafvalgraad voor de verschillende wijken op 'verkeersborden' en zet deze borden bij de ingang van de wijk.
3. Organiseer een feestelijke bijeenkomst rondom de plaatsing van het eerste bord.
4. Haal de borden na ongeveer 6 weken weg.

TIPS:

- Laat de borden niet te lang hangen. De borden hebben bewoners aangespoord tot opruimacties; zij verwachten dat na die opruimacties de cijfers omhoog gaan.
- In plaats van cijfers, kunnen ook iconen of termen als 'schoon', 'netjes' als beoordeling op de borden worden geplaatst.

LEKKER:

Omdat de borden nieuwsgierigheid in de hand werken: bewoners van Soest vroegen zich af wat de betekenis van het cijfer was. De campagne heeft tot veel positieve reacties geleid. Ook lekker omdat informatie die in de wijk wordt verzameld op een aansprekende manier wordt teruggekoppeld naar bewoners.



10. MILIEUSTEWARDS

WAT GAAN WE MAKEN?

De MilieuStewards zijn medewerkers van de gemeente die volledig worden ingezet om bewoners en gebruikers van Vogelaarwijken te helpen de woon- en leefomgeving schoner te maken en te houden. Groningen experimenteert met deze aanpak in twee wijken waar zwerfafval een terugkerend probleem is. De MilieuStewards kijken niet alleen naar schoonmaken: zij willen bewoners bewust maken en verantwoordelijkheid geven. Succes en effectiviteit worden afgemeten aan de resultaten van het pilotproject.

VOORBEREIDING:

- De MilieuStewards houden zich bezig met de uitvoering: zij werken in de wijk. Organisatie, coördinatie, planning, financiën en randprogramma worden de door de gemeentelijk projectleider opgepakt.
- De MilieuStewards krijgen training in het contact leggen. Zij moeten in de wijk zoveel mogelijk 'vrienden' maken en houden. Ook wordt verbinding en samenwerking gezocht met studenten en verschillende organisaties en instanties zoals scholen, verenigingen en moskee/kerken.
- De Milieudienst ondersteunt de bewonersacties op basis van wederkerigheid: als de bewoners zorgen voor een team dat aan de slag gaat, levert de Milieudienst materiaal en mankracht voor het verwijderen van zwerfafval en zorgt zij voor de inzet van zeecontainers voor grofvuil, hout, oud ijzer/schroot en tuin- en snoeiafval.

BENODIGDHEDEN:

- Gemeentelijke projectleider
- Medewerking scholen (voortgezet onderwijs)
- Medewerking bewonerswerkgroepen
- (Opruim-) materialen: grijpertjes, afvalcaddy's, vuilniszakken, containers, kleding, gadgets en een eigen bus
- Indicatie budget: > € 100.000
- Doorlooptijd: 1,5 jaar

INGREDIËNTEN:

- Extra capaciteit: MilieuStewards
- Benodigde competenties: o.a. communicatief vaardig
- Bewonersinitiatieven
- Communicatie en voorlichting

BEREIDINGSWIJZE:

1. Organiseer activiteiten. De MilieuStewards organiseren vijf soorten activiteiten:
 - Zwerfafvalacties in straten, op pleinen, in parken in de eigen woonomgeving met bewoners en passanten.
 - Op buurtniveau: de Milieustraat, waarbij 4 containers voor grofvuil, hout, oud ijzer en elektrische apparaten worden geplaatst en teams van bewoners het zwerfafval opruimen.
 - Op straatniveau: de Stratenactie waarbij 1 container wordt geplaatst en een team van bewoners het zwerfafval opruimt. De bewoners bepalen welke container wordt ingezet.
 - Zwerfafvalacties op de snoeproutes, waarbij schoolkinderen eerst een milieueducatieve les krijgen en vervolgens aan de slag gaan. De snoeproutes in Groningen zijn de routes die scholieren onder schooltijd tussen school en winkel(-centrum) en/of snackbar afleggen.
 - Incidenteel: grootschalige acties, zoals de opruimactie waaraan vierhonderd eerstejaars studenten deelnamen.
2. Faciliteer activiteiten van bewoners. Ideeën en initiatieven uit een buurtoverleg of van individuele bewoners/gebruikers, worden met de initiatiefnemers uitgewerkt.
3. Communiceer over de activiteiten. Voor iedere actie worden bijvoorbeeld flyers verspreid om de wijkbewoners te informeren en op te roepen mee te doen. De projectleider verzorgt de communicatie zoals de verspreiding van infoflyers, aankondigingen op de website en een pagina in de wijkkrant. Bij speciale acties wordt de pers uitgenodigd.



TIPS:

- Houd de afstand tussen de gemeentelijke dienst en de bewoners zo klein mogelijk.
- Bouw in de wijk een 'vrienden' netwerk op zodat bewoners snel geactiveerd kunnen worden.
- Maak snel goede en heldere afspraken met bewoners.
- Zorg dat de MilieuStewards zichtbaar zijn. Bijvoorbeeld doordat zij continu in de wijk aanwezig zijn, toegankelijk zijn en open communiceren.
- Beloon deelnemers niet financieel, maar bijvoorbeeld door educatieve uitjes voor ouders en kinderen of door een leuk optreden in de wijk.

LEKKER:

Omdat zwerfafval in deze Groningse wijken één van de belangrijkste factoren is in de waardering van bewoners over de leefbaarheid. Door bewoners intensief bij te staan bij hun inspanningen en de acties te faciliteren versterken de MilieuStewards de betrokkenheid van bewoners. Lekker ook omdat in 2009 grote resultaten zijn geboekt: in 80 acties waar ruim 1650 bewoners/gebruikers een of meerdere keren aan deelnamen, is 48.000 kilogram afval opgehaald, waarvan 2700 kilogram zwerfafval.



BEPROEFDE RECEPTEN



11. ZWERF JE MEE?

WAT GAAN WE MAKEN?

Zwerf je mee? wil het gedrag van scholieren veranderen. De zwerfafvalproblematiek is door SRE Milieudienst vertaald naar een project voor de tweede klas van het middelbaar onderwijs en is vakoverstijgend. De lessen zijn gericht op het prikkelen van de interesse en nieuwsgierigheid van middelbare scholieren. Door meerdere sectoren (zoals Wiskunde, Techniek, Ontwerp, Biologie, Nederlands) in de lespakketten op te nemen, leren scholieren over zwerfafval, maar ontdekken zij verder waar interesse en talenten liggen. Succes wordt afgemeten aan het aantal deelnemende scholen respectievelijk scholieren.

VOORBEREIDING:

- De SRE Milieudienst is in 2002 begonnen met het project. Zij richt zich niet alleen op zwerfafval, maar probeert in de lespakketten ook andere sectoren te betrekken. Door bijvoorbeeld een relatie te leggen met techniek, past de les ook in handenarbeid in plaats van traditioneel bij biologie. Zo kunnen kennisinstituten als de TUE of de Design Academy indien gevraagd bijvoorbeeld een gastles over creatief ontwerpen verzorgen.
- Met de scholen worden tijdig afspraken gemaakt: zij werken met een jaarplanning en Zwerf je mee? wordt daar ingepast. Een vaste contactpersoon bij de SRE Milieudienst is belangrijk voor de scholen. De contactpersoon bij de SRE Milieudienst onderhoudt actief de contacten met de scholen, maar ook met de partners die bijvoorbeeld een gastcollege verzorgen.

BENODIGDHEDEN:

- Gemeentelijke projectleider
- Communicatiemedewerker
- Contacten met de middelbare scholen
- Contacten met bedrijven en instellingen
- Indicatie budget: € 10.000 tot € 50.000
- Doorlooptijd: 1 jaar

INGREDIËNTEN:

- Lespakketten voor VMBO-kader, VMBO-t, Havo en VWO met mogelijkheid tot gastcolleges
- Ontwerpwedstrijd met verkiezing op gemeenteniveau

BEREIDINGSWIJZE:

1. Biedt de lespakketten tijdig aan, zodat de scholen dit kunnen opnemen in hun planning. Elke school stelt vervolgens zijn eigen programma samen: bijvoorbeeld een gastles, een opruimactie en deelname aan de ontwerpwedstrijd.
2. Faciliteer de wedstrijd. Scholen selecteren ieder 2 tot 3 ontwerpen die meedoen aan de gemeentelijke verkiezing. De SRE Milieudienst plaatst deze op een website en stelt de geselecteerde ontwerpen tentoon op stadskantoor en in de bibliotheek.
3. Geef Zwerf je mee? de nodige mediaaandacht. Alle inwoners van Eindhoven kunnen stemmen op de ontwerpen.
4. Beloon de winnaars. De gemeente Eindhoven heeft elk jaar een prijs voor de beste drie ontwerpen; in 2008 is het winnende ontwerp ook uitgevoerd.

TIPS:

- Opstarten van Zwerf je mee? vergt veel tijd en geld. Denk aan lespakketten maken, contacten leggen met scholen, draagvlak binnen de gemeente genereren. Als je dit project uitvoert, start dan voor 3 tot 5 jaar en beoordeel vervolgens of het werkt. Enthousiasme van scholen over deelname is een belangrijke graadmeter.
- Durf bij het opstarten over de schutting van je eigen beleidsveld te kijken: dwarsverbanden maken het project interessant en kunnen bijdragen aan financiering vanuit andere beleidsvelden.
- De SRE Milieudienst zoekt bij Zwerf je mee? aansluiting bij sectoren waar Eindhoven sterk in is. Kijk wat je eigen gemeente te bieden heeft en waar een relatie ligt met onderwijs.
- Neem scholen zoveel mogelijk werk uit handen.



SAMEN DUURZAAM: AFVALRACE



BENODIGDHEDEN EN INGREDIËNTEN:

- Samenwerking met scholen en docenten
- Lesprogramma, leslocatie, jury
- Indicatie budget: < € 5.000
- Doorlooptijd: 1 maand

BEREIDINGSWIJZE:

Samen Duurzaam is een vergelijkbaar project met Zwerf je mee? Bij Samen Duurzaam verzorgt de gemeente een gastles op een middelbare school en sluit zij deze af met een opdracht aan de leerlingen. De leerlingen gaan aan de slag en presenteren hun ideeën aan een jury. Na juryberaad wordt een winnaar gekozen. De winnaar krijgt een prijs en het winnende idee wordt voor zover mogelijk uitgevoerd. Als er meerdere scholen deelnemen, wordt per school een winnaar gekozen.

DE GEMEENTE WIL MET DIT PROJECT:

- Jongeren bewust maken van het probleem van zwerfafval.
- Jongeren vragen ideeën aan te dragen om anderen te stimuleren geen rommel weg te gooien. Op deze manier zullen zij zelf ook minder geneigd zijn om afval op straat te gooien.
- Inzicht krijgen in hoe jongeren het beste benaderd kunnen worden en welke mediavormen daarvoor in te zetten.

LEKKER:

Omdat na 3 jaar door de gemeente geïnitieerd te zijn, een school nu zelf om een opdracht voor de leerlingen vraagt.

OP SMAAK GEBRACHT DOOR: Gemeente Amersfoort



LEKKER:

Omdat jaarlijks 8 tot 10 van de circa 15 middelbare scholen in Eindhoven deelnemen. Ook lekker omdat de gemeente Eindhoven merkt dat het project aanslaat bij wijkbewoners. In Blixembosch/Tempel zijn buurtbewoners aangehaakt: als de school een opruimactie organiseert, doen de buurtbewoners mee. De gemeente stimuleert dit op meerdere plekken en probeert eveneens de basisscholen te enthousiasmeren voor het project.



12. BEESTENBENDE

WAT GAAN WE MAKEN?

De BeestenBende betreft kinderen van 7 t/m 11 jaar actief bij de zwerfafvalproblematiek. Kinderen op deze leeftijd zijn in hun houding en gedrag nog te beïnvloeden. Kinderen geven zich op via scholen en kunnen in groepjes lid worden van De BeestenBende. Kinderen leren wat zwerfafval is en wat ze daar zelf tegen kunnen doen. Talis vindt het project een succes als binnen een jaar 60 kinderen lid zijn van De BeestenBende en als al deze kinderen minimaal één keer per maand opruimen in de buurt.

VOORBEREIDING:

- De BeestenBende is een concept dat aansluit op de belevingswereld van kinderen. BeestenBende werkt samen met Ouwehands Dierenpark en de van Nickelodeon en Willem Wever bekende Ewout Genemans. Ewout is de leider van De BeestenBende: hij maakt het spannend en stoer om op te komen voor een schone woonomgeving. Kinderen die lid worden krijgen regelmatig een nieuwsbrief, uitjes aangeboden en een tenue.
- Woningcorporatie Talis wilde de bewonersparticipatie in de wijk Diepvoorde vergroten. De veronderstelling is dat door een project voor kinderen te starten, de ouders volgen.
- De werkzaamheden zijn uitgevoerd door het bureau dat het concept heeft ontwikkeld. Het benodigde budget is afhankelijk van de grootte van de gemeente en van de ambities voor het aantal deelnemende wijken, scholen en kinderen. Budget wordt ingezet voor activiteiten en de projectorganisatie.
- Talis werkt samen met de gemeente die momenteel mede-opdrachtgever is. De gemeente haalt het ingezamelde vuil op.

BENODIGDHEDEN:

- Contactpersoon bij woningcorporatie
- Samenwerking met scholen
- Afstemming met vuilophaal- en schoonmaakdiensten
- Begeleiding door volwassenen, vaak één van de ouders
- Indicatie budget: € 10.000 tot € 50.000
- Doorlooptijd: 1 jaar

INGREDIËNTEN:

- Een stoere club waar kinderen lid van kunnen worden
- Spannende evenementen voor kinderen
- Een spaarsysteem voor extra beloning
- Communicatie: nieuws van de club

BEREIDINGSWIJZE:

1. Maak afspraken met de gemeentelijke schoonmaakdiensten: de kinderen moeten wel iets op te ruimen hebben.
2. Enthousiasmeer kinderen en hun ouders voor het project. In Diepvoorde is op de school een voorlichtingsfilm vertoond en hebben de kinderen een brief voor de ouders meegekregen. Kinderen kunnen zich in groepjes van ongeveer 5 aanmelden met minimaal een volwassen begeleider.
3. Start het project snel daarna. Leden van de club zijn te herkennen aan speciale BeestenBende-outfits (hesje, pet en knijper) waarmee ze minimaal eens per maand hun buurt ingaan om zwerfafval op te ruimen.
4. Beloon de kinderen voor hun inspanningen. Lid worden van de BeestenBende biedt de kinderen allerlei voordelen. Daarnaast is in Diepvoorde een spaarsysteem ontwikkeld om de frequentie waarmee vuil wordt opgehaald te vergroten. Kinderen kunnen sparen voor extra beloningen zoals een vrijkaartje voor het lokale zwembad of een kaartje voor de dierentuin. Iedere opruimbeurt levert een spaarpunt op.

TIPS:

- Het gaat niet om de hoeveelheid zwerfafval dat wordt verzameld, maar om het feit dat kinderen ermee bezig zijn: een beter milieu begint bij jezelf en jong geleerd is oud gedaan.
- Breng de wijk waarin het project gestart wordt in beeld en anticipeer daarop. In een wijk waar veel tweeverdienende gezinnen wonen zal het bijvoorbeeld lastig zijn om volwassen begeleiders te vinden.



LEKKER:

Omdat Talis heeft gemerkt dat als er eenmaal groepjes gestart zijn, dit een aantrekkelijke werking heeft. De kinderen van de Beesten-Bende zijn opvallend gekleed en maken met een behoorlijke frequentie schoon. Andere kinderen willen ook bij de club. In Wijchen zijn eind 2009 in twee wijken meer dan 200 kinderen lid van De Beestenbende.



BUURTRANGERS

BENODIGDHEDEN EN INGREDIËNTEN:

- Hesjes, vuilniszakken en prikstokken
- Ledenadministratie
- Communicatie: website, persberichten, mailings
- Vergoeding en leuke uitstapjes, rondleidingen en spelmiddagen
- Ophalen opgehaald zwerfafval
- Indicatie budget: € 50.000 tot € 100.000

BEREIDINGSWIJZE:

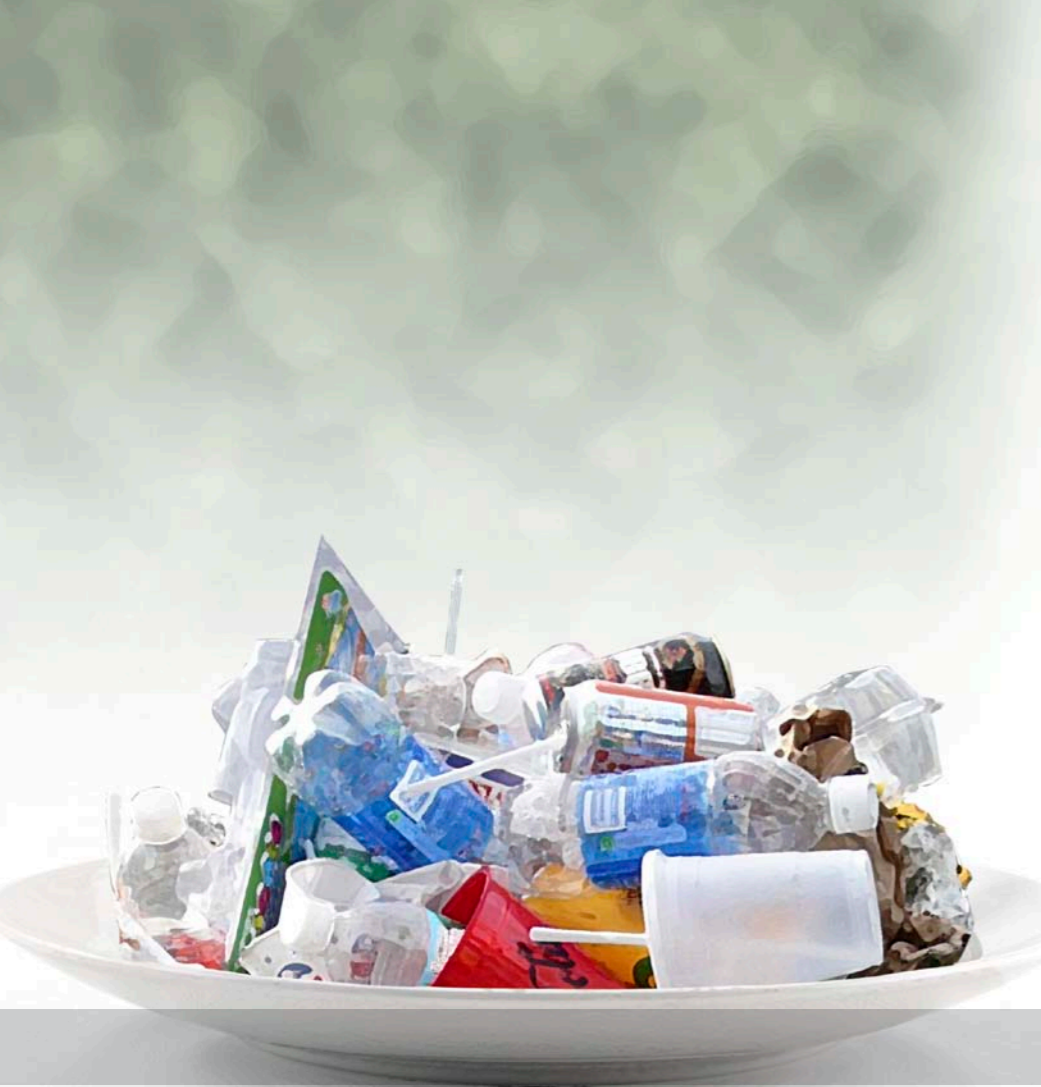
Onder aanvoering van Buurtranger Bart trekken de teams van Buurtrangers op gezette tijden de buurt in. Zij ruimen in de in hun toegewezen straat, buurt of wijk het zwerfvuil op. Teams verdienen hier een zakcentje mee. Buurtrangers worden vanuit de scholen en soms vanuit de corporaties geworven. Het schoonmaken staat voor de gemeente niet centraal. Het gaat erom kinderen te activeren en ze bewust te maken van hun medeverantwoordelijkheid voor de woonomgeving.

LEKKER:

Omdat woningcorporaties in Nijmegen het succes herkennen en mee willen doen. Huismeesters van de woningcorporaties gaan bijvoorbeeld met de kinderen mee als er te weinig ouders voor begeleiding zijn. Lekker ook, omdat de Buurtrangers een structureel onderdeel van de stadsbrede campagne 'Nijmegen Buitengewoon Schoon' zijn. Nijmegen telt momenteel ruim 700 Buurtrangers - kinderen en volwassenen - verdeeld over circa 80 teams.

OP SMAAK GEBRACHT DOOR: Gemeente Nijmegen





13. NATUURLIJK SCHOON

WAT GAAN WE MAKEN?

ROVA organiseert jaarlijks een opruimactie in de Week van Nederland Schoon. Kinderen worden in grote getale benaderd via scholen, bewoners via bewonersverenigingen en milieuverenigingen; ook staatsbosbeheer en de waterschappen doen mee. Het aantal deelnemers dat schoonmaakt en de samenwerkingsverbanden die ontstaan om zwerfafval beter te bestrijden bepalen het succes.

VOORBEREIDING:

- ROVA is een afval advies-, regie- en verwijderingsorganisatie van 20 gemeenten en 2 regio's in Midden- en Oost-Nederland. Uitgangspunt van Natuurlijk Schoon is een regionale aanpak: zwerfafval houdt niet bij de gemeentegrenzen op.
- Deelname aan de actie leidt voor scholen niet tot veel extra werk, doordat ROVA de organisatie en logistiek verzorgt. Hierdoor is de drempel om mee te doen voor scholen laag.
- ROVA probeert het netwerk van organisaties die zwerfafval bestrijden uit te breiden. Oog voor de win-win-situatie is belangrijk: deelnemende organisaties hebben niet allemaal dezelfde doelstellingen. Probeer waar dat kan het project te verbreden, door naast zwerfafval bijvoorbeeld ook graffiti te verwijderen.

BEREIDINGSWIJZE:

1. Werf scholen, bewonersverenigingen, lokale natuur en milieuverenigingen en regionale gebiedsbeheerders voor deelname aan het project. Let op de jaarplanning van scholen; deze wordt voor de zomervakantie gemaakt.

2. Zorg voor de nodige communicatie naar de media. De macht van het getal werkt: veel deelnemers, trekken nieuwe deelnemers.
3. Maak de bestuurlijke betrokkenheid zichtbaar. Kinderen vinden het bijvoorbeeld erg spannend als de burgemeester op bezoek komt om te kijken wat er allemaal wordt ondernomen door de school.
4. Organiseer de logistiek. Er zijn veel deelnemers en het project beslaat een groot gebied; dit vraagt om een goede organisatie.

TIPS:

- Niet elke deelnemende gemeente stelt dezelfde doelen. Zorg dat doelstellingen tijdig op papier staan, zodat er voldoende tijd is om de logistiek te regelen.
- Bij veel deelnemers zijn er altijd op het laatste moment nog wijzigingen. Richt je organisatie zo in dat dat ook kan.
- Maak voor de scholen een draaiboek; dit scheidt duidelijkheid en neemt veel werk uit handen.

LEKKER:

Omdat ROVA merkt dat door Natuurlijk Schoon jaarlijks te herhalen steeds meer mensen mee gaan doen. Lekker ook, omdat in 2010 240 basisscholen, 15 scholen voor voortgezet onderwijs en 25 tot 50 buurtverenigingen deelnemen aan het project.

BENODIGHEDEN:

- Regionale projectcoördinator
- Medewerkers voor logistiek
- Medewerking van basisscholen en voortgezet onderwijs
- Medewerking van lokale maatschappelijk betrokken mensen en/of instellingen (zoals scholen, milieuverenigingen, bewonersverenigingen)
- Medewerking van regionale gebiedsbeheerders (zoals waterschappen, staatsbosbeheer)
- Materialen zoals grijpers, vuilniszakken, hesjes, petjes en handschoenen
- Indicatie budget: € 50.000 tot € 100.000 voor de totale actie in 16 gemeenten.
- Doorlooptijd: 6 maanden

INGREDIËNTEN:

- Lespakketten en opruimacties voor basisschoolleerlingen
- Maatschappelijke stages voor voortgezet onderwijs
- Inzet van lokale helden voor stimulering betrokkenheid bewoners en bedrijven
- Netwerk van organisaties die zwerfafval bestrijden



14. OPPERUIMD MALBURGEN

WAT GAAN WE MAKEN?

Een juiste mix van de ingrediënten handhaving, aansturen van het schoonmaken en communicatie leidt tot een (blijvende) gedragsverandering bij bewoners waardoor de wijk in de toekomst schoner blijft. De mate van succes wordt afgemeten aan de beeldkwaliteit van 30 locaties in de wijk.

VOORBEREIDING:

- Waterschap Rivierenland is verantwoordelijk voor het beheer van stedelijk water en kreeg veel klachten over rommel in de vijvers en sloten van Malburgen. Zij is daarom als medeprobleemeigenaar op zoek gegaan naar partners om de troep in de wijk tegen te gaan.
- In de visie van het waterschap is een aanpak alleen zinvol als alledrie de ingrediënten worden gebruikt. Samenwerking met gemeente en politie is een harde randvoorwaarde.
- Inzet was om het jaartonnage zwerfvuil in de projectperiode te halveren. Dit bleek moeilijk te meten te zijn. Daarom wordt het succes nu bepaald door tweewekelijks de beeldkwaliteit van 30 locaties in de wijk te meten.
- Er worden drie sporen gevolgd en er wordt met veel organisaties samengewerkt; dit vergt een inspanning van de projectleider om ook in drukke tijden de prioriteit bij iedereen op een zwerfafvalproject te houden.
- Projectgroepen hebben baat bij een goede interne communicatie: om dingen snel in de eigen organisatie te kunnen regelen is het handig als collega's het project kennen.

BEREIDINGSWIJZE:

De projectgroep heeft onder andere de volgende stappen gezet:

1. Alle veroorzakers van zwerfafval zijn in het vizier: bouwers, winkeliers, scholieren, marktkooplui, overige bewoners en afvaltoeristen.
2. Alle mogelijke communicatiemomenten zijn benut om aandacht te vragen voor het project: voor scholieren is de Beestenbende gestart om opruimen te stimuleren en zwerfafval in de toekomst te verminderen. Verder zijn wijkbewoners ingelicht dat er een boete staat op het rommel op straat gooien.
3. Vervuilers zijn (zichtbaar) beboet. Hiervoor is samenwerking gezocht met de cadetten van de politieopleiding.
4. Scan op schoonmaakfaciliteiten: Malburgen heeft voldoende vuilnisbakken en ook het aanbieden van grof vuil is voor bewoners gemakkelijk.
5. De aannemer die is aangetrokken om de rommel in de wijk op te ruimen is gedurende het project een dag extra ingehuurd.

TIPS:

- Wees eenduidig en duidelijk in je aanpak, laat zien dat je ook doet wat je zegt en wees vooral voorspelbaar in je handelen.
- Ken je wijk en sluit daar op aan. Malburgen is bijvoorbeeld een wijk waar een aantal huishoudens met een taalachterstand kampt. Kinderen lezen de brieven thuis voor. Pas daar je taalgebruik ook op aan.
- Benut de samenwerking om de beschikbare capaciteit in de wijk beter in te zetten.
- Organiseer de voortgangsbewaking: een projectgroep op een laag pitje kan de aanpak snel intensiveren als dat nodig is.

LEKKER:

Omdat Malburgen zichtbaar schoner is geworden.

BENODIGDHEDEN:

- Projectleider
- Samenwerking Waterschap, Gemeente en Politie
- Netwerk uitbreiden met woningcorporatie, scholen, wijkplatform en justitie
- Subsidie als extra bijdrage in de kosten
- Aannemer die de wijk schoonhoudt
- Indicatie budget: > € 100.000
- Doorlooptijd: 20 maanden

INGREDIËNTEN:

- Handhaving
- Aansturing van het schoonmaken van de wijk
- Communicatie





15. DEVENTER SCHOONFAMILIE

WAT GAAN WE MAKEN?

Stichting Cambio Buurtbeheer heeft een manier gevonden om bewoners en organisaties uit de hele stad zorg te laten dragen voor de kwaliteit van de leefomgeving. Bewoners en organisaties kunnen lid worden van de Deventer Schoonfamilie. Leden van de Schoonfamilie maken periodiek schoon en ontvangen daar cambio's voor. Deze cambio's kunnen zij inwisselen voor diensten en producten. Stichting Cambio Buurtbeheer stimuleert deelname door acties consequent te koppelen aan de Schoonfamilie, waardoor deze een ruime bekendheid geniet. Succes wordt afgemeten aan de groei van de familie.

VOORBEREIDING:

- De Deventer Schoonfamilie is rond 2002 gestart. De aanpak komt voort uit het opbouwwerk. Het belangrijkste doel is om bewoners te activeren. Een schone wijk vormt het bindende thema.
- De Deventer Schoonfamilie is een netwerkorganisatie die professioneel wordt ondersteund. Bij de samenwerking met andere organisaties staat de activering van bewoners telkens voorop: van daaruit wordt de samenwerking ingevuld. Soms betekent dat een overlap met de werkzaamheden van een andere organisatie (bijvoorbeeld het opbouwwerk). In dat geval worden vooraf afspraken gemaakt over de rol- en taakverdeling.
- De Deventer Schoonfamilie faciliteert en ondersteunt acties van bewoners, scholen en bedrijven.
- Van de Deventer Schoonfamilie wordt men lid: nieuwe leden ondertekenen een verklaring waarin zij beloven een actieve bijdrage te leveren aan het schoonhouden van de buurt. Elk nieuw lid ontvangt een welkomstpakket met onder meer een gevelschildje en 5 cambio's.

BENODIGDHEDEN:

- Professionele organisatie voor ondersteuning bewonersinitiatieven
- Visie op activering en samenwerking
- Schoonmaakmiddelen: vuilniszakken, tuingereedschap
- Indicatie budget: > € 100.000
- Doorlooptijd: continu

INGREDIËNTEN:

- Leden van de Schoonfamilie
- Netwerkorganisatie
- Publiciteit, communicatie
- Welkomstpakket
- Beloning

BEREIDINGSWIJZE:

1. Geef de Schoonfamilie een gezicht. De Deventer Schoonfamilie krijgt vorm door 6 typetjes die in de communicatie gekoppeld zijn aan acties: Boy Blindganger wordt bijvoorbeeld ingezet voor vuurwerkafval en Bella en haar hond Bolly geven het goede voorbeeld als het gaat om hondenpoep.
2. Communiceer over acties. De Deventer Schoonfamilie organiseert acties rondom zwerfvuil, gevallen bladeren, vuurwerk, hondenpoep en onkruid. Leden ontvangen periodiek een nieuwsbrief.
3. Stimuleer bewoners om ook buiten de reguliere acties actief te worden. Meldingen van bewoners worden zoveel mogelijk vertaald naar een actie van de Schoonfamilie.
4. Faciliteer en beloon de opruimacties. Prikstokken kunnen in Deventer bijvoorbeeld geleend worden en leden van de Schoonfamilie krijgen voorrang bij het ophalen van verzameld afval. Elke schoonmaakactie levert bewoners cambio's op. Met cambio's kunnen leden bijvoorbeeld schoonmaak- en tuingereedschap kopen, kunnen kinderen speelgoed lenen of een consumptie krijgen.

TIPS:

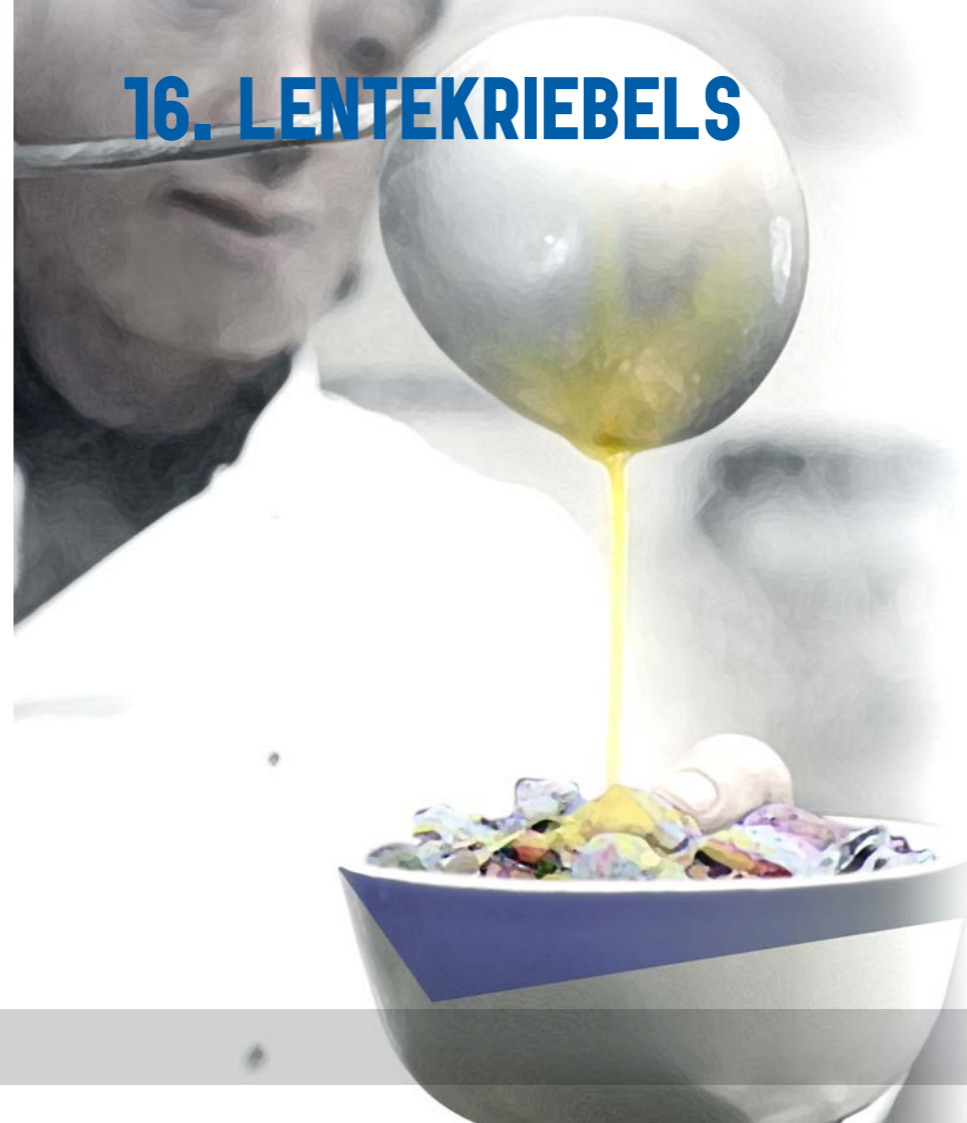
- Wees creatief. Alhoewel de basiskwaliteit van de omgeving in Deventer goed is, bestaat er altijd wel een aanleiding voor nieuwe acties.
- Laat je inspireren voor je een project vormgeeft: de Schoonfamilie is een idee. Begin klein en laat dat groeien. Doordat bewoners ergens lid van kunnen, identificeren zij zich met het onderwerp en ontstaat betrokkenheid.



16. LENTEKRIEBELS

LEKKER:

Omdat de Deventer Schoonfamilie structureel wordt ingezet en in de loop der jaren steeds meer leden heeft gekregen. Door voortdurend initiatieven van bewoners, scholen en bedrijfsleven te ondersteunen is Cambio erin geslaagd een uitgebreid netwerk op te bouwen en veel bewoners te activeren. In 2009 bestond de Schoonfamilie uit ruim 3500 huishoudens en 100 bedrijven, scholen en corporaties.



BENODIGDHEDEN:

- Gemeentelijke projectleider
- Medewerking gemeentelijke diensten en welzijnswerk
- Schoonmaakmiddelen zoals bezems, grijpers, vuilnisbakken
- Adresbestand
- Indicatie budget: € 50.000 tot € 100.000
- Doorlooptijd: 4 maanden

INGREDIËNTEN:

- Communicatie
- Persoonlijke aandacht en tonen van waardering
- Subsidie
- Pretpakket



WAT GAAN WE MAKEN?

De LenteKriebels zijn bedoeld om inwoners van de stad de medeverantwoordelijkheid voor de eigen leefomgeving te laten voelen en dragen. Hiervoor wordt iedereen in de stad opgeroepen om in de actieperiode van drie weken zelf een moment te prikken en een door hen zelf aan te wijzen stukje wijk, buurt of straat schoon te maken. Deelnemers melden zich (in groepjes) aan en ontvangen voor hun actie een kleine vergoeding en een 'pretpakket' met handige cadeautjes. Succes wordt afgemeten aan het aantal deelnemers en het enthousiasme waarmee de acties worden uitgevoerd.

VOORBEREIDING:

- Met de LenteKriebels is voortgeborduurd op schoonmaakacties die de gemeente al uitvoerde. Bij de start was de inzet om het aantal deelnemers te laten groeien: durf het project daarom enkele jaren uit te voeren om die groei ook te laten plaatsvinden.
- Spin in het web van het project is de projectleider. De gemeente is zelf trekker en facilitator; toch zijn het enthousiasme, het organiserend vermogen, de bereikbaarheid en herkenbaarheid van de projectleider belangrijke elementen voor een succesvol project.
- Enthousiasme en het tonen van waardering voor een ieders inzet zijn belangrijk om draagvlak te creëren en uit te bouwen.
- Als het deelnemersaantal toeneemt, kan het project uitgebouwd worden. Bijvoorbeeld door thema's toe te voegen (Kleurrijke wijk, Duurzame wijk) of onderdelen te laten sponsoren.

BEREIDINGSWIJZE:

1. Start een stuurgroep met medewerkers van alle gemeentelijke diensten en partners die een rol spelen bij de uitvoering. Op die manier is de voortgang geborgd en kunnen werkafspraken worden gemaakt.
2. Kondig de actieperiode publiekelijk aan en maak de randvoorwaarden bekend.
3. Zorg voor veel mediaaandacht tijdens de actieperiode en probeer als gemeente zowel bestuurlijk als ambtelijk veel initiatieven te bezoeken.
4. Heb aandacht voor de nazorg: deelnemers krijgen een vergoeding uitbetaald, het adressenbestand wordt verder aangevuld.

TIPS:

- De macht van het getal: veel bewoners met elkaar zien schoonmaken, trekt meer deelnemers aan.
- Niet alleen bewoners die vanaf het begin meedoen zijn ambassadeurs; ook de betrokken medewerkers kunnen die rol vervullen.
- Houd elkaar scherp: het project is geen vanzelfsprekendheid maar wordt jaarlijks op zijn bijdrage beoordeeld.

LEKKER:

Omdat de gemeente Groningen merkt dat groepjes bewoners die zich aanmelden voor de LenteKriebels ook buiten de actieperiode om op eigen initiatief schoonmaakacties organiseren. Lekker ook omdat in 2009 in de actieperiode ruim 3000 bewoners, verenigingen, instanties en bedrijven op een zelf gekozen tijdstip meer dan hun eigen stoepje schoonmaakten.



DE GEMENGDE KEUKEN



17. OPZOOMER MEE

WAT GAAN WE MAKEN?

Bewoners organiseren op straatniveau activiteiten rondom schoon, heel, veilig en kinderen. Het gaat niet alleen om opruimacties: bewoners kunnen zelf ideeën aandragen. Activiteiten vinden plaats op straatniveau. De filosofie hierachter is dat mensen op straatniveau niet in de anonimiteit kunnen verdwijnen. Bewoners delen op straatniveau voorzieningen en openbare ruimte en hebben er dus belang bij dat deze in goede staat verkeren. Opzoomer mee draagt bij aan het ontwikkelen van burgerschapscompetenties bij bewoners en werkt aan duurzame samenlevingsopbouw. Succes is van vier factoren afhankelijk: is de straat veilig of onveilig, zijn er gangmakers met de nodige talenten, wat is de participatiegraad van andere bewoners uit de straat en de mate waarin zij (onbedoeld) 'in- en uitsluiten' en de mate waarin de omgeving van de straat openstaat voor bewonersinitiatieven en deze ondersteunt.

VOORBEREIDING:

- In 1989 is het Opzoomeren als bewonersinitiatief begonnen in de Opzoomerstraat in Rotterdam. Bewoners waren zo ontevreden over het beheer van de buitenruimte, dat ze de handen uit de mouwen staken en zelf begonnen met het schoonmaken en schoonhouden van de straat. Bijkomend gevolg was dat in de straat een sterke sociale structuur ontstond die het veiligheidsgevoel en de leefbaarheid deed verbeteren. De gemeente heeft dit initiatief opgepakt en in 1994 in de vorm van een Opzoomer-dag uitgerold over de stad. Dit was zo'n groot succes dat een bureau is opgericht om het Opzoomeren in de stad te verankeren.
- Inmiddels is Opzoomer mee een zelfstandige stichting met 8 fte die, gesubsidieerd door de gemeente, als netwerkorganisatie fun-

geert. In samenwerking met bijvoorbeeld het opbouwwerk heeft de organisatie een bereik van 2000 straten.

- Naast de jaarlijkse Opzoomercampagne organiseert Opzoomer mee ook activiteiten als 'Mensen maken de stad' en op verzoek jongerenweddenschappen.

BEREIDINGSWIJZE:

1. Organiseer jaarlijks een campagne om bewoners te activeren, stimuleren en inspireren om met de eigen straat een actie te ondernemen.
2. Faciliteer de bewonersinitiatieven. Maak de criteria bekend voor subsidie. Opzoomer mee stelt bijvoorbeeld dat voor een kleine bijdrage de initiatiefnemer 5 handtekeningen van verschillende huishoudens in de straat nodig heeft. Als de aanvraag wordt gehonoreerd, krijgt de initiatiefnemer een waardebon die hij bijvoorbeeld bij het opbouwwerk of een bewonersorganisatie kan verzilveren. Op deze manier groeit ook het netwerk van het opbouwwerk in de straat.

TIPS:

- Maak afspraken met het opbouw- en jongerenwerk. Om het Opzoomeren succesvol te implementeren is de ondersteuning door het opbouw- of jongerenwerk belangrijk: steun voor bewoners is dan altijd in de buurt.
- Hanteer in de opstartfase het 'Premie op actie' principe: bewoners krijgen een premie (geld of materiaal) als ze iets voor hun straat organiseren; succesvolle activiteiten worden (materieel) beloond.

BENODIGDHEDEN:

- Stichting
- Intensieve samenwerking met opbouwwerk en jongerenwerk
- Indicatie budget: > € 100.000
- Doorlooptijd: continu

INGREDIËNTEN:

- Communicatie met de boodschap dat Opzoomeren van de bewoners zelf is.
- Gangmakers in de straten met de nodige talenten
- Bewonersparticipatie

OP SMAAK GEBRACHT DOOR: Stichting 'Opzoomer Mee', Rotterdam

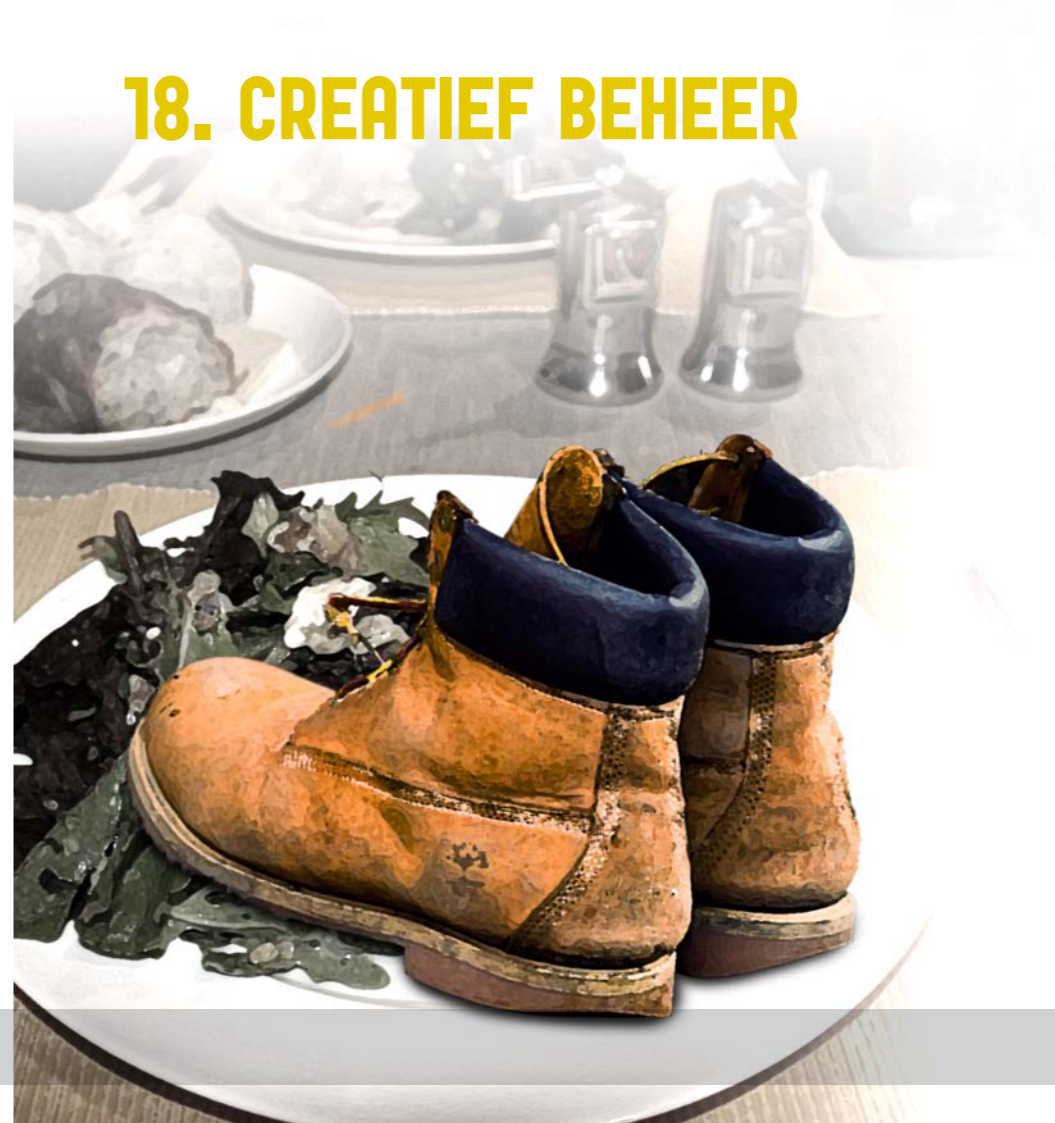


- Sla in de communicatie de juiste toon aan: de manier waarop bewoners worden aangesproken is belangrijk. Opzomen is als sociale beweging van hen. De acties worden niet opgelegd door de gemeente, maar komen van bewoners die graag een verandering in hun straat zien. Gebruik dan ook actief taalgebruik en zoek face-to-face of telefonisch contact.

LEKKER:

Omdat Opzomen een positief appèl doet op mensen: er is geen ruimte voor klagen. Het is praktisch ingestoken en laagdrempelig. Doordat Opzomer mee een stichting is heeft zij meer bewegingsvrijheid dan een gemeente.

18. CREATIEF BEHEER



BENODIGDHEDEN:

- Contactpersoon bij opdrachtgever(s)
- Indicatie budget: € 50.000 tot € 100.000
- Doorlooptijd: continu

INGREDIËNTEN:

- Projectleider
- Liefde voor de plek, aandacht en betrokkenheid
- Braakliggend terrein
- Bewonersparticipatie



WAT GAAN WE MAKEN?

Creatief beheer is een methode die zich richt op het vergroten van de betrokkenheid van mensen bij hun omgeving. Een plek in de stad - vaak een braakliggend terrein - wordt door het team van Creatief Beheer geadopteerd. Van daaruit worden activiteiten georganiseerd. Activiteiten richten zich op het mooier, schoner en in de beleving van bewoners veiliger maken van plekken. Denk bijvoorbeeld aan het planten van bloemen, milieu-educatie voor kinderen of het bouwen van een tuinhuisje. Succes wordt afgemeten aan de mate waarin de buurt het beheer voor die plek langzaam overneemt.

VOORBEREIDING:

- De deelgemeente Delfshaven kent door herstructurerings-activiteiten een aantal tijdelijk braakliggende terreinen. Zij zet Creatief Beheer in om bewoners te activeren.
- Braakliggende terreinen zijn geschikt voor deze aanpak, omdat het participanten de ruimte geeft zelf iets te creëren. Soms is een flexibele houding van de contactpersoon nodig.
- De methode van creatief beheer gaat uit van: de menselijke maat, leren door te doen, bewoners hebben grip op hun omgeving, open communicatie, cyclisch investeren en structureel embedden. Dit laatste betekent dat het team van creatief beheer binnen 3 tot 5 jaar op die plek overbodig is. De methode wordt vastgelegd in werkboeken.
- De hoogte van het budget is afhankelijk van de opdracht. Periodiek bespreekt men de voortgang.

BEREIDINGSWIJZE:

1. Zoek ingangen in de wijk. Moeders met jonge kinderen of hondenbezitters komen vaak in de wijk in de openbare ruimte. Vraag of zij willen helpen door contact te zoeken als de plek vervuilt.
2. Breng bewoners met elkaar in contact. Dat heeft tijd nodig.
3. Organiseer activiteiten, zoals educatie voor kinderen of het planten van bloemen. Door de omgeving bijvoorbeeld mooier, gezonder en vrolijker te maken, voelen bewoners zich meer verbonden. Bewoners denken mee over de aanpak van het braakliggende terrein dat vervolgens gezamenlijk wordt uitgevoerd.
4. Wees zichtbaar aanwezig en wees alert op signalen: soms is bemiddeling tussen bewoners belangrijker dan het beheer van de plek.

TIPS:

- Gun de buurt tijd. Betrek bij het opknappen van een plek de bewoners en leg het ambitieniveau niet meteen te hoog. Groei samen naar het gewenste kwaliteitsniveau.
- Verlies het doel niet uit het oog: het gaat niet zozeer om het mooier maken van de stad, maar om de beweging die bij buurtbewoners ontstaat.
- Analyseer het probleem en pak dat aan: doe niet aan symptoombestrijding.
- Sta tussen de mensen. Dit project kan alleen slagen als de uitvoerders zichtbaar en vaak aanwezig zijn.

LEKKER:

Omdat Creatief Beheer de betrokkenheid van bewoners bij de omgeving bevordert. Als mensen trots zijn op hun omgeving, zal die omgeving schoner blijven. Lekker ook, omdat eind 2009 20% van het werk dat verricht wordt op het Proefpark De Punt betaald wordt en 80% van het werk vrijwillig door bewoners of organisaties wordt opgepakt.



19. WEEK VAN DE HAAGSE ONTMOETING

WAT GAAN WE MAKEN?

In september organiseert de gemeente Den Haag de Week van de Haagse Ontmoeting. In deze week wordt een activiteitenprogramma georganiseerd dat voor een groot deel bestaat uit initiatieven van bewoners waarbij het ontmoeten tussen verschillende bevolkingsgroepen en dialoog centraal staat. Zo organiseerde een groep bewoners bijvoorbeeld een bowlingwedstrijd voor senioren en jongeren. Doordat bewoners elkaar ontmoeten, leren bewoners elkaar beter kennen en zullen zij ook voor een betere leefomgeving zorgdragen. Succes wordt afgemeten aan bezoekersaantallen en de tijd die zij aan een activiteit spenderen.

VOORBEREIDING:

- De Week van de Haagse Ontmoeting gaat over burgerschap: bewoners kunnen zwerfafval als onderwerp naar voren brengen.
- Het tegengaan van het 'zij/wij'-gevoel tussen autochtonen en migranten is voor het College van Den Haag een belangrijke motivatie om de Week van de Haagse Ontmoeting te organiseren. Het Haagse College heeft om het project mogelijk te maken de steun van bewonersorganisaties, zelforganisaties, stichtingen en verenigingen nodig. De burgerschapsprijs voor het meest originele of gewaardeerde burgerschapsinitiatief wordt eveneens in deze week uitgereikt.
- Een sleutelrol is weggelegd voor de projectleider. Deze adviseert bewoners bij de organisatie van hun initiatief. De projectleider moet goed kunnen communiceren met verschillende bewonersgroepen en kent de mogelijkheden van bijvoorbeeld scholen, bibliotheken en andere centrale locaties in de stad voor participatie.
- Communicatie is belangrijk: het programma moet voor inwoners duidelijk en uitnodigend zijn. Van het totale budget voor de Week van de Haagse Ontmoeting is € 85.000 uitgegeven aan communicatie.

BENODIGDHEDEN:

- Projectteam: gemeentelijke projectleider, communicatiemedewerker en projectsecretaris
- Bereikbare en herkenbare locaties in de stad voor activiteiten
- Indicatie budget: > € 100.000
- Duur: januari - oktober

INGREDIËNTEN:

- Burgerinitiatieven
- Publiciteit en communicatie
- Subsidie voor initiatieven

BEREIDINGSWIJZE:

1. Start een gemeentelijk projectteam. Het projectteam stelt het projectplan en het communicatieplan op.
2. Organiseer het proces: voortgangsnotities, reserveren locaties, stel draaiboeken en programma's op.
3. Stimuleer bewonersinitiatieven. Maak de criteria bekend, wees bereikbaar voor vragen van bewoners. Neem contact op met de bewonersorganisaties, verenigingen en stichtingen om activiteiten te organiseren.
4. Start een communicatiecampagne. Den Haag maakt gebruik van een website, advertenties in kranten en huis-aan-huisbladen, tram- en busreclame en spotjes op tv.
5. Zorg voor de nazorg. Initiatieven die voldoen aan de criteria krijgen subsidie, bewoners sturen een evaluatieverslag met foto's van hun activiteit naar de gemeente.

TIPS:

- Denk na over locaties voor activiteiten. Waar iets plaatsvindt is belangrijk als je mensen met een verschillende culturele achtergrond of uit verschillende leeftijdsgroepen bij elkaar wilt brengen.

LEKKER:

Omdat iedereen uiteindelijk een leefbare en veilige woonomgeving wil. Het project laat zien dat mensen best bereid zijn om daar wat voor te doen. Een project als de Week van de Haagse Ontmoeting biedt bewoners de gelegenheid het te organiseren.





20. JONGEREN4YOUTH

WAT GAAN WE MAKEN?

Jongeren die rondhangen vanwege een gebrek aan zinvolle tijdsbesteding, die problemen hebben op school, op de arbeidsmarkt, financieel of in relaties en jongeren die overlast veroorzaken in de wijk, vormen de doelgroep voor Jongeren4Youth. Deze jongeren worden actief getraind in sociale vaardigheden, op weerbaarheid en krijgen een steuntje in de rug om hun leven (terug) op de rails te zetten. Stichting Jongeren4Youth helpt jongeren van 12 tot 23 jaar een toekomst voor zichzelf op te bouwen. Inzet voor een schone, hele en veilige buurt is één van de middelen die de stichting gebruikt om dit doel te bereiken. Uiteindelijk moeten de jongeren zich (weer) betrokken en verantwoordelijk voelen voor de buurt waarin ze wonen. Succes wordt afgemeten aan het aantal jongeren dat echt wordt bereikt.

VOORBEREIDING:

- Jongeren4Youth is een vrijwilligersorganisatie die zich inzet voor een schone en veilige buurt. De stichting telt circa 50 vrijwilligers en organiseert activiteiten voor jongeren van 12 tot 23 jaar die het moeilijk hebben. De buurt opruimen en schoonmaken is één van die activiteiten.
- Om jongeren tot deelname over te halen, is het belangrijk een vertrouwensband op te bouwen. Zonder dat vertrouwen, participeren jongeren niet. Mensen die door de jongeren worden vertrouwd en waar zij zich mee kunnen identificeren worden als vrijwilligers ingezet.
- Jongeren4Youth richt zich vooral op de 'oudere' jongeren. Zij hebben vaak een voorbeeldfunctie voor de jongere kinderen. Als de oudere jongeren zich inzetten voor een schone en veilige

BENODIGDHEDEN:

- Stichting
- Vrijwilligers
- Een clubgebouw of uitvalsbasis
- Indicatie budget: € 50.000 tot € 100.000 afhankelijk van het aantal projecten
- Doorlooptijd: continu

INGREDIËNTEN:

- Vertrouwen
- Persoonlijke aandacht
- Groepsgevoel

buurt, dan zullen de jongere kinderen dat overnemen. Vaardigheids- en weerbaarheidstrainingen zorgen voor een blijvende gedragsverandering, zodat te allen tijde op een verantwoordelijke manier met de buitenruimte en de medebewoners wordt omgegaan.

BEREIDINGSWIJZE:

1. Benader jongeren en win het vertrouwen. Als er vertrouwen is, stellen jongeren zich open en kunnen ze geholpen worden met de problemen die ze tegenkomen.
2. Geef de jongeren een uitvalsbasis: een plek waar ze welkom zijn, waar ze een gevoel van vertrouwen hebben en waar ze op individueel niveau geholpen worden met problemen.
3. Bekijk met de jongere waar interesses liggen en hoe hij of zij kan bijdragen aan de activiteiten van de stichting.
4. Maak afspraken met de jongere over omgang met elkaar en normen en waarden. Jongeren4Youth laat de jongere duidelijk weten wat van hem of haar wordt verwacht, maar geeft ook aan wat de jongere van de stichting mag verwachten.
5. Organiseer activiteiten. Jongeren4Youth organiseert onder andere: maandelijkse debatten, spreekuur met studenten, sportactiviteiten, opruimacties in de buurt en trainingen.

TIPS:

- Laat de jongeren merken dat je veel energie in ze steekt. Daar bereik je veel mee.
- Het groepsgevoel dat bij de jongeren ontstaat, zorgt ervoor dat steeds meer jongeren willen meedoen.



- Beloon jongeren voor hun prestaties. Dit hoeft niet in geld en zeker niet groot te zijn. Jongeren4Youth zoekt steeds naar een creatieve vorm van beloning: soms voor een individu (pet of rugzak), soms voor de groep jongeren die een activiteit organiseren (zomerkamp, tripje naar een pretpark).

LEKKER:

Omdat steeds meer jongeren zich aansluiten bij de stichting: uit nieuwsgierigheid en door de goede verhalen van de jongeren die al ervaring hebben met de stichting. De aanpak levert eveneens een schoner en opgeruimder straatbeeld, omdat er minder dingen kapot worden gemaakt en er na evenementen wordt opgeruimd. Buurtbewoners voelen zich veiliger. Lekker voor jongeren omdat er een gezellige groep van leeftijdsgenoten ontstaat.

MET DANK AAN:

De recepten in deze publicatie zijn opgesteld op basis van verslagen van gesprekken met projectleiders en adviseurs die projecten trekken, respectievelijk ontwikkelden. Wij danken:

COLLECTIEF BEHEER

Gemeente Breda, Directie Buitenruimte, de heer R. ter Hoeve
Woningcorporatie Singelveste AlleeWonen, mevrouw K. Hillenaar

DE BUURTSHOW

Gemeente Roermond, Afdeling Kabinet en Communicatie,
mevrouw M. Buurman
Gemeente Schiedam, Afdeling Wijkontwikkeling,
mevrouw U. Rutten
Ubachs/ Full Contact, de heer P. Ubachs, www.ubachsfullcontact.nl

SAMEN WERKEN AAN EEN SCHONE STAD

Gemeente Venlo, Afdeling Openbare Werken,
de heer D. Nijskens

DE WIJKCREATOR

Gemeente Deventer, Afdeling EC/ROB,
de heer P. Woudwijk
StadNetwerk BV, mevrouw S. van der Waart, www.stadnetwerk.nl

STRAATJUTTEN

Deventer, Montessorischool Groenewold, mevrouw E. de Jager
Deventer, Initiatiefneemster, mevrouw M. de Groot

BUITENGEWOON SCHONER

Gemeente Roosendaal, Afdeling Programmering,
de heer B. Raeijmaekers

PORTIEKPORTIERS

Woonstichting De Key, de heer A. Karrouch
De Bakkerij, mevrouw D. van Dijken, www.debakkerij.org

OPRUIMEN IN JERUZALEM, TILBURG

GGGK, per adres: GGD Hart voor Brabant, mevrouw A. Brouwers
Welzijnswerk de Twern, mevrouw P. Schreuder
Initiatiefneemster, mevrouw M. Winter

DE SCHOONSTE WIJK

Gemeente Soest, Afdeling Ruimte, de heer H. Dillingh

MILIEUSTEWARDS

Gemeente Groningen, Milieudienst Groningen, de heer G. Bron

ZWERF JE MEE?

Stedelijke Regio Eindhoven, Milieudienst, mevrouw L. Schouten

SAMEN DUURZAAM: AFVALRACE

Gemeente Amersfoort, Afdeling Milieu, mevrouw P. Jansen

BEESTENBENDE

Woningcorporatie Talis, mevrouw E. Wolf
Ubachs/ Full Contact, de heer P. Ubachs, www.ubachsfullcontact.nl

BUURTRANGERS

Gemeente Nijmegen, Directie Stadsbedrijven, de heer F. Aalders

NATUURLIJK SCHOON

ROVA, Afdeling beleid, mevrouw A. van Voorst

OPGERUIMD MALBURGEN

Waterschap Rivierenland, Handhaving, mevrouw S. van Dam

DEVENTER SCHOONFAMILIE

Stichting Cambio Buurtbeheer, mevrouw D. van Rooij, www.cambio.nl

LENTEKRIEBELS

Gemeente Groningen, Milieudienst afdeling Communicatie,
mevrouw C. Veldhuis en mevrouw E. Werkman

OPZOOMER MEE

Stichting Opzoomer mee, de heer J. Groenenboom,
www.opzoomermee.nl

CREATIEF BEHEER

Deelgemeente Delfshaven, Wijkkantoor West, de heer H. Hermans
Creatief Beheer VOF, de heer R. Biemans, www.creatiefbeheer.nl

WEEK VAN DE HAAGSE ONTMOETING

Gemeente Den Haag, Programmabureau Burgerschap,
mevrouw R. Reijnders

JONGEREN4YOUTH

Stichting Jongeren4Youth, de heer A. El Hadioui,
www.jongeren4youth.nl

COLOFON

GEMEENTE SCHOON

'Zwerfafval! Smakelijke recepten voor een schone wijk' is een uitgave van NL Milieu en Leefomgeving in het kader van Gemeente Schoon. NL Milieu en Leefomgeving voert Gemeente Schoon uit in opdracht van de VNG. Alle instrumenten vindt u op: www.gemeenteschoon.nl/gemeenten/kennisbank

VOOR ADVIES OF HULP:

bel Helpdesk Afvalbeheer

Wilt u advies of ondersteuning bij het voorkomen en bestrijden van zwerfafval in uw gemeente? Neem dan contact op met Helpdesk Afvalbeheer van NL Milieu en Leefomgeving: Tel. (088) 602 79 79 (elke werkdag van 9.00 - 12.00 uur). Per mail zijn we de hele dag bereikbaar: afvalbeheer@agentschapnl.nl

Publicatienummer: 1AFVA1003
ISBN nummer: 978-90-5748-079-9

VERZAMELEN BASISMATERIAAL EN TEKST:

Gerrichhauzen en Partners, www.genp.nl
(Bert te Kieft, Bart Maassen en Patricia Theuws)

FOTO'S, ILLUSTRATIES EN VORMGEVING:

2Can Design, www.2candesign.nl
Stein van Waijenburg & Trees Schepman

April 2010

Maak allereerst de pesto. Wrijf de knoflook en het basilicum met de hand in een staafmixer. Neem wat meer knoflook ook als je wilt, ik vind dat het lekkerder is. Doe het mengsel in een kom en voeg de olie toe tot dat alles net bindt en de saus een mooie glans krijgt. Voeg de overgebleven kaas toe. Schenk er nog wat olie bij om de saus te dunnen en de smaak en dikte te regelen. Als laatste kan er een druppel zout en peper en zet hem opzij.

Agentschap NL
NL Milieu en Leefomgeving
Croeselaan 15
Postbus 8242
3503 RE Utrecht
Telefoon: (088) 602 79 79
afvalbeheer@agentschapnl.nl
www.gemeenteschoon.nl

Voor u, de opdrachtgevers of uitvoerders in de strijd tegen zwerfafval, zetten we in deze publicatie 22 inspirerende, leuke en succesvolle projecten op een rij waarin met behulp van bewoners van stadswijken wordt gewerkt aan het terugdringen van de rommel op straat.

ISBN 978-90-5748-079-9



ZWERFAFVAL

SMKELIJKE
RECEPTEN VOOR
EEN SCHONE WILK