

Inspiratiegids schooncampagnes

Overzicht voor gemeenten die een campagne willen inzetten als onderdeel van de aanpak van zwerfafval

November 2013 | Rijkswaterstaat Leefomgeving



Kennisdelen en inspiratie

Wat maakt een campagne succesvol, op wie richt ik mij, waar moet ik beginnen, hoeveel budget heb ik nodig... Allemaal logische vragen voor gemeenten die een campagne willen inzetten als onderdeel van de zwerfafvalaanpak.

Gemeente Schoon ondersteunt deze gemeenten met de kennis en ervaring die in de afgelopen jaren zijn opgedaan. Enerzijds door inspiratie te bieden, anderzijds door gemeenten laagdrempelig op weg te helpen naar een effectieve campagne.

Hoe?

Door een overzicht te bieden waarmee u geprikkeld wordt, en inspiratie opdoet voor uw eigen aanpak. En door u op weg te helpen bij vragen en het voorzien van achterliggende documentatie, voorbeeldrapporten, onderzoeken, contactpersonen, et cetera.

In dit document hebben we voor u een aantal campagnes op een rij gezet. Wat opvalt is de verscheidenheid: de ene campagne richt zich op bewustwording, de andere op participatie en weer een andere is gericht op een beeldmerk als verbindend element in alle schooncommunicatie.

Afhankelijk van wat u wilt bereiken, kiest u een campagneboodschap die bij uw gemeente en uw doelstellingen past. En bent u zo enthousiast over een bestaande campagne, dat u deze zelf wilt inzetten? Dan helpen wij u verder.

Voor vragen, nadere informatie, mogelijkheden, maar ook voor het aanmelden van andere bestaande schooncampagnes, kunt u contact opnemen met Ageeth Boos, van Gemeente Schoon, 088-6027903, ageeth.boos@rws.nl.

SAMEN HOUDEN we de STRAAT SCHOON... Bedankt!



Geen excuus
Afvval in de bak!



Geen excuus
Afvval in de bak!





Instrument in de mix

Gemeente Schoon

Campagne als instrument in de mix

Communicatie is geen wondermiddel tegen zwerfafval, maar wél een essentieel onderdeel van een integraal beleid. Communicatie is een instrument om de beleidsdoelstellingen BOR te bereiken. Net als handhaving, reiniging, participatie, voorzieningen, draagt inzet op dit onderdeel bij aan het realiseren van doelstellingen. Communicatie staat niet op zichzelf maar vestigt de aandacht op het vraagstuk.

Communicatie helpt:

- mensen te bereiken/ in contact te komen;
- te achterhalen wat mensen beweegt;
- draagvlak te verwerven (intern en extern);
- inspanningen zichtbaar te maken;
- beleving te beïnvloeden;
- effect van maatregelen te versterken;
- te werken aan gedragsverandering.

Een schone gemeente bereikt u het beste als u het integraal aanpakt. Bij een integrale aanpak kan communicatie de genomen maatregelen versterken.

Doelen van een campagne

De keuze die u maakt, hangt samen met welk doel de campagne dient. U stemt daarop uw boodschap/beeldmerk, middelen en kanalen af. De boodschap in een campagne waarin gestuurd wordt op actief burgerschap (participatie) is een andere dan een campagne gericht op preventie.

Mogelijke doelen:

- Bevorderen actief burgerschap (gedrag)
U wilt dat bewoners of andere groepen al dan niet structureel meedoen. Denk aan een oproep voor een opschoondag, of aan structurele betrokkenheid bij het opschonen van de eigen straat/wijk.
- Zwerfafvalpreventie (gedrag)
U wilt dat gebruikers van de openbare ruimte (of een specifieke doelgroep daarbinnen) afval in de bak achterlaat of mee naar huis neemt.
- Beïnvloeden beleving
Want schoon houdt schoon. U werkt aan een positievere waardering van de netheid in uw gemeente.

Een logo en/of campagne helpt ook alle schoon-communicatie en -activiteiten aan elkaar te verbinden. In deze inspiratiegids vindt u voorbeelden van de verschillende doelen. We hopen dat het u helpt bij het bepalen van uw eigen doelen, zodat u een effectieve campagne kunt voeren.

Gemeente Schoon-campagne

De gemeente Houten maakt gebruik van de campagne(materialen) van Gemeente Schoon.

Doel: Activeren bewoners, winkeliers en scholieren.

Samenwerken aan een prettige leefomgeving.

Hoe? Door buurtambassadeurs als spil tussen gemeente en inwoners. Door convenanten en ondersteuning voor basisscholen en middelbare scholen. En door structurele samenwerking met ondernemers.

De gemeente neemt ook deel aan de **vuurwerkcampagne** van Gemeente Schoon (zie verderop in deze gids) en organiseert jaarlijks de **ZAP**-wedstrijd (ZwerfAfvalPakker), waarbij vrijwilligers in het zonnetje gezet worden.



Houten schoon,
gewoon samen!



Prijzuitreiking Schone Scholenwedstrijd 2013

De winnaar van de Schone Scholenwedstrijd 2013 is Het Mozaïek, locatie De Haag, gevestigd aan Putterhaag 2 in Houten. Op maandag 8 juli heeft wethouder Kees van Dalen persoonlijk de prijs van 250 euro aan de school overhandigd.

De looptijd van de Schone Scholenwedstrijd was dit jaar zo'n drie maanden, tussen maart en mei. Om mee te doen aan de wedstrijd moesten de basisscholen samen met leerlingen gedurende een dag de schoolomgeving schoonmaken en een gasties afnemen of zwerf-afvalgames inzetten. De school die vervolgens het meeste afval had ingezameld mocht zich de winnaar noemen.

Ruim 900 leerlingen van vijf verschillende basisscholen in Houten zijn met afvalprikers en afvalzakken aan de slag gegaan en zich bewuster geworden van wat afval met

een omgeving doet. Met nipte overwinning heeft basisschool Het Mozaïek gewonnen van Ridderspoor.

Als tweede prijswinnaar krijgt Ridderspoor een bedrag van 100 euro uitgereikt. De andere deelnemende scholen krijgen als bedankje en aanmoediging een taart. Er zijn ook basisscholen die niet meededen aan de wedstrijd maar wel regelmatig aandacht schenken aan het onder-



werp schone schoolomgeving. Ook zij krijgen voor hun inzet een taart. Meewerken aan een schone schoolomgeving is uiteindelijk het allerbelangrijkst.



Waarom een schooncampagne?

De kern is de gedachte dat je samen verantwoordelijk bent voor de openbare ruimte. Met Houten Schoon roept de gemeente bewoners, ondernemers en scholieren op om mee te doen. Enerzijds door niet te veroorzaken, anderzijds door samen actief te werken aan een schone en leefbare omgeving.

Inwoners mobiliseren

De zwerfavalcoördinator van de gemeente werkt samen met (inmiddels 12) buurtambassadeurs. Dit zijn bewoners die als coördinatiepunt fungeren in de wijk. Zij betrekken actief andere bewoners en coördineren acties in de buurt. Zij zijn de spil tussen gemeente en vrijwilligers in de wijken. De gemeente ondersteunt de acties met materialen, een beloning en haalt het afval op. Ook Viveste, de woningcorporatie is vaste partner in de communicatie en het mobiliseren van inwoners.



Campagne gericht op betrekken van inwoners, scholieren en ondernemers.

Bekijk het [praktijkvoorbeeld](#) op www.gemeenteschoon.nl

Cirkel rond

De gemeente werkt volgens het principe: werven, uitvoeren/faciliteren, nazorg en belonen. Elke actie wordt aangekondigd op de website van de gemeente, op de gemeentepagina en via de sociale media kanalen van de gemeente. En wordt georganiseerd en/of ondersteund door de gemeente. Er is altijd sprake van een (kans op) een beloning.

Scholieren mobiliseren

De gemeente heeft alle sportverenigingen en scholen opgeroepen om aandacht te besteden aan het onderwerp zwerfafval en heeft samen met de partijen gekeken naar de afvalbakken in de omgeving en deze geoptimaliseerd. De scholen en verenigingen hebben in ruil hiervoor een gebied rond hun gebouw/terrein geadopteerd en zorgen er met de scholieren voor dat deze omgeving schoon blijft. Om scholen verder te ondersteunen biedt de gemeente activiteiten aan zoals de **Schone Scholen** wedstrijd (voor basisscholen), maatschappelijke stages (middelbaar onderwijs) en gastlessen. Ze kunnen tevens gebruikmaken van de afvalroadshow en de zwerfafvalbus. Afhankelijk van hoe de school het onderwerp wil behandelen, worden er afspraken op maat gemaakt. Dit maakt dat veel scholen enthousiast zijn en een convenant hebben afgesloten.

Kernwoorden

- Samen met bewoners
- Samen met scholieren
- Samen met sportverenigingen
- Samen met winkeliers
- Buurtambassadeurs
- Convenanten
- Gezamenlijk verantwoordelijk
- Gemeente faciliteert
- Schoon en leefbaar

Kanalen/middelen

- Twitter @houtenschoon
- Posters, spandoek
- Opschoonmaterialen
- Convenanten
- Inzet wethouder/ free publicity
- Inzet kanalen intermediairs
- Buurtbrieven
- Advertenties/artikelen
- [Website](http://www.houten.nl/houtenschoon)
www.houten.nl/houtenschoon

**Interesse? Informeer bij
Gemeente Schoon naar de
mogelijkheden!**



Houten schoon,
gewoon samen!



Grootschalige opruimactie

Natuurlijk Schoon is een jaarlijkse zwerfafval inzamelactie die in het werkgebied van ROVA wordt gehouden. Met meer dan 16.000 scholieren en vrijwilligers wordt de eigen leefomgeving opgeruimd. In 2014 vindt alweer de zesde editie plaats. Verspreid over 16 gemeenten nemen ook volgend jaar weer rond de 250 scholen deel.

Waarom zo succesvol?

ROVA werkt intensief samen met de 16 deelnemende gemeenten, Natuur en Milieu Overijssel, Waterschap, Landschap Overijssel, Staatsbosbeheer, Geldersch Landschap, Natuurmonumenten en Landstede.

ROVA coördineert, faciliteert en promoot de actie. En voert een actieve aanpak richting scholen: **tijdige aankondiging** (ruim voor de zomervakantie) met **herhalingsberichten** en een **belronde** voor de kerstvakantie, een duidelijk aanbod en flexibiliteit/maatwerk. Daarbij ontzorgt ROVA de scholen maximaal: zij verzorgt alle materialen, lespakketten, de logistiek en zorgt voor een beloning.

Meer dan 16.000 scholieren doen mee!



Hoe het werkt?

De projectcoördinator van ROVA begint al voor de zomervakantie met het attenderen van alle scholen dat de actie er weer aankomt (**brief**). Zo kunnen scholen de activiteit alvast opnemen in het lesprogramma voor het volgende schooljaar. De **website** van Natuurlijk Schoon, waar scholen zich kunnen aanmelden, opent dan ook. Een duidelijk aanbod, de flexibiliteit van de wijze waarop een school kan/wil deelnemen en de manier waarop ROVA alles verzorgt, maakt het deelnemersaantal groot. Er moet flink opgebokst worden tegen andere activiteiten zoals de boomplantdag, lentekriebels en andere acties in diezelfde periode. Je moet dus zorgen dat de actie tijdig in beeld is, met een duidelijk en laagdrempelig aanbod. De gemeenten krijgen tijdig een overzicht van wie er allemaal meedoen, zodat ook zij de **communicatiekanalen** kunnen inzetten. De macht van het getal werkt, veel deelnemers trekken nieuwe deelnemers. Bestuurlijke betrokkenheid werkt ook, er is altijd bezoek van de wethouder bij de aftrap op school. www.rova.nl/natuurlijkschoon

Interesse? Het is mogelijk het concept te adopteren. Neem contact op met Gemeente Schoon, Ageeth Boos (colofon).



Natuurlijk Schoon
34 personen vinden dit leuk

Vind ik leuk

Een duidelijk aanbod, tijdige aankondiging, flexibiliteit van de wijze waarop een school kan deelnemen en de manier waarop ROVA alles verzorgt, maakt het deelnemersaantal groot en de actie succesvol.



ROVA Zwolle @ROVAzwolle

Morgen wordt Zwolle-Zuid schoongemaakt! Meedoen? Van 10 tot 12 bij wijkcentrum de Pol #NatuurlijkSchoon ow.ly/9wUja

16 maart 12

Buurtbewoners maken zelf de buurt mooi met 'Opgeruimd Breda'

Het programma 'Jouw Opgeruimd Breda' laat twee jaar na de start positieve resultaten zien: er doen 2000 Bredanaars mee in wijkdeals, er zijn 135 plekken in de stad geadopteerd, er zijn 93 Opgeruimde Bredanaars en er doen 5 scholen in het Voortgezet Onderwijs mee. De doelen zijn hiermee ruimschoots gehaald.

De stad is van iedereen

Opgeruimd Breda staat voor de uitdaging aan bewoners om de buurt aantrekkelijker te maken. Ruim 2000 Bredanaars hebben deze uitdaging opgepakt. De stad is van iedereen, dat laat Opgeruimd Breda vol overtuiging zien.

Gemeente de basis, bewoners de plus

In Opgeruimd Breda beheert de gemeente het basisoniveau van de buitenruimte en kan de buurt de kwaliteit verhogen door zelf de handen uit de mouwen te steken. Gemeente en bewoners leggen deze prestatie, inclusief tegenprestatie van de gemeente, vast in een zogenaamde wijkdeal.



Visie en beleid vormen de basis

De Raadscommissie Ruimte heeft het college in 2011 de opdracht gegeven flink te bezuinigen op het onderhoud en beheer van de openbare ruimte. Deze bezuinigingen zijn vliegwielen geweest voor Opperuimd Breda. Andersom kon de bezuiniging beter gemanaged worden door de keuze die voorgelegd kon worden.

Gemeente basis, bewoners plus

De aanpak van de gemeente is gericht op alles samen doen. Niet zozeer de bewoners activeren, maar in staat stellen zelf bij te dragen aan extra kwaliteit in de openbare ruimte. De gemeente heeft bijvoorbeeld 450 plaatsen aangewezen die omgevormd moesten worden tot onderhoudsarme plaatsen. Bewoners konden de bestaande situatie handhaven door zelf het beheer en over te nemen (wijkdeal).

Campagne verbindt

De campagne 'Jouw opgeruimd Breda' biedt een platform voor alle informatie over deze aanpak. Er wordt voornamelijk digitaal gecommuniceerd. Op de website www.opgeruimdbreda.nl is er het laatste nieuws te vinden, de spelregels, aanmeldformulieren, de participatiekaart. Verder maakt de gemeente gebruik van Facebook voor interactie met de doelgroep.

Belangrijke partners

De wijkbeheerders spelen een belangrijke schakelrol richting de doelgroep. Zij vormen de spil tussen de bewoners en de gemeente. Zij zijn in de ontwikkeling van de aanpak actief betrokken geweest. Ook de dorps- en wijkraden verdienen aandacht, omdat hun rol anders werd. Belangrijkste kracht is dat te allen tijde gewerkt werd vanuit de visie en dat de verandering vormgegeven kon worden vooral met de welwillers.



Gemeente Breda



Gemeente Schoon

Hoe het werkt:

Wijkdeals: een groep buurtgenoten maakt een afspraak over onderhoud van de openbare ruimte, in de vorm van een Wijkdeal. Zij nemen het initiatief om het onderhoud van een stuk groen, plein of straat op zich te nemen of om bepaalde plekken schoon te houden. De Gemeente Breda kijkt samen met de aanvrager naar een geschikte tegenprestatie. Deze kan bestaan uit een vergoeding voor de onkosten, het organiseren van een gezellige activiteit of het verzorgen van materialen. Het is altijd maatwerk tussen de buurt en de gemeente.

Opgeruimde Bredanaar: opgeruimde Bredanaars gaan geen wijkdeals aan, want die zijn bedoeld voor groepen. Opgeruimde Bredanaars voelen zich verbonden met de doelen van het project Opgeruimd Breda en zetten zich regelmatig in. Elke Opgeruimde Bredanaar weer op zijn eigen wijze. De één stort zich op het goed scheiden van afval, de ander ruimt wat zwerfvuil als hij de hond uitlaat.

Deals in soorten en maten

In het begin werden de wijkdeals gemaakt voor het behoud van groen, nu worden steeds meer wijkdeals op maat gesloten. Van zoutdeals tot parkdeals, van blokhagen tot schoonmaakacties.

Succesvol

Opgeruimd Breda startte in het voorjaar 2012 en is nu bijna 2 jaar bezig en kent inmiddels 200 opgeruimde Bredanaars, 140 wijkdeals en 5 klasse deals.

Ingezette kanalen en middelen

Opgeruimd Breda maakt vooral gebruik van digitale middelen, zoals de website, Facebook en Twitter. Daarnaast heeft Opgeruimd Breda een duidelijk gezicht met het zegel 'Jouw opgeruimd Breda' en de huisstijl daar omheen. Deze keert terug in de digitale middelen, maar is ook te vinden op voertuigen, hesjes, correspondentie, deals en wordt gebruikt in gemeentelijke publicaties. Verder organiseert de gemeente netwerkbijeenkomsten en bijvoorbeeld een snoeicursus voor opgeruimde Bredanaars. Het in contact komen met de bewoners gaat vooral via de wijkbeheerders, zij hebben een directe lijn naar deze groep.

Interesse in deze campagne? Informeer bij Gemeente Schoon naar de mogelijkheden!

Achtergronden

[Praktijkvoorbeeld](#) kennisbank
[Facebook.com/opgeruimdbreda](https://www.facebook.com/opgeruimdbreda)
www.opgeruimdbreda.nl

Vondelpark Schoon

In de kern richt de aanpak zich op de bron van het probleem: het gedrag van de parkbezoekers. De rode lijn is dat het stadsdeel de betrokkenheid van bezoekers wil vergroten waarbij een beroep wordt gedaan op de vriendschap met het park. Vrienden vervuilen niet, laten geen rommel bij elkaar achter en zijn mogelijk zelfs bereid de handen uit de mouwen te steken voor een schoon Vondelpark. Via vier pijlers: participatie, beheer, handhaving en communicatie richt de aanpak zich meer dan voorheen op preventieve maatregelen als zichtbaar reinigen, gastheerschap, stimuleren van participatie van vrijwilligers en op het via diverse communicatiemiddelen uitdragen van het gewenste gedrag.

Vondelkabouter als sympathieke gastheer

De Vondelkabouter staat symbool voor de nieuwe aanpak. Hij heet de bezoekers welkom in het park en heeft tegelijk een 'klein verzoek': gooi je afval in de afvalbak. Acties van vrijwilligers ondersteunen deze boodschap. De Vrienden en het Stadsdeel werken samen met organisaties die een schoon Vondelpark ook belangrijk vinden. Denk hierbij aan belangenverenigingen, horeca, ondernemers en exploitanten in en rond het Vondelpark maar bijvoorbeeld ook aan vrijwilligers, studentenverenigingen en sportorganisaties. Iedereen draagt op zijn eigen manier een steentje bij.



Het succes van Vondelpark Schoon

De samenwerking met de Vereniging Vrienden van het Vondelpark, maakt het concept extra sterk. De betrokkenheid van de Vrienden werkt als vliegwiel voor het vergroten van het aantal vrijwilligers en –organisaties en geeft extra capaciteit om acties te organiseren.

Integrale aanpak, campagne vestigt aandacht

De combinatie van participatie, zichtbaar reinigen (tijdens piekuren), handhaving, gastheerschap en de introductie van de Vondelkabouter werkte versterkend.

Droombeeld: beleef park als eigen achtertuin

Belangrijk is ook dat het Stadsdeel duidelijk heeft kunnen uitdragen dat een schoon park niet alleen een zaak is van de gemeente, maar dat je al bezoeker ook een eigen verantwoordelijkheid hebt. En dat ziet het Stadsdeel duidelijk terug. Het park is schoner en regelmatig melden vrijwilligers zich aan om een handje mee te helpen. Het Stadsdeel bekijkt nu hoe ze de aanpak nog meer voor en door de bezoekers en betrokkenen kan laten zijn en hoe ze de doelgroep in het hart kan raken. Een prijsvraag onder het Amsterdamse publiek moet een hint in de goede richting bieden. Om de aanpak nog verder te verstevigen en te verduurzamen.





Ingezette middelen:

- Vondelparkconferentie
- Perslancering
- Persberichten, artikelen
- Uitdelen afvalzakken op drukke dagen door beheer, studenten en vrijwilligers
- Driehoeksbordjes aan lantaarnpalen op kabouterhoogte
- Stickers op afvalbakken en -containers
- Vondelkabouter armbanden (aanvoerdersband)
- Stickers op veegwagens
- Beachvlaggen bij vrijwilligersacties
- Schoudertassen in campagnestijl (om de afvalzakken in te doen)
- www.facebook.com/hetvondelpark
- Fotowedstrijd Facebook
- Website:
<http://www.zuid.amsterdam.nl/kleinverzoek>
- Deelname aan [Battle of Concepts](#)
- [Prijsvraag](#) voor een schoon Vondelpark
- Veel free publicity rondom acties, prijsvragen
- Training gastheerschap voor parkmedewerkers



Interesse in de aanpak en de achtergronden?
Gemeente Schoon helpt u graag u verder op weg!

Heel Apeldoorn Rein

Eén vlag voor alle schoonmaakacties in de stad. Dat is de gedachte achter 'Heel Apeldoorn is Rein', een langdurig project dat dit voorjaar van start ging in Apeldoorn. Hiermee wil de gemeente bestaand enthousiasme zichtbaar maken, nieuwe krachten mobiliseren en inwoners bewust maken van hun weggoiedrag. 'Belanghebbenden binnen én buiten de organisatie dachten mee.

Rein staat voor elke Apeldoorner

Met Apeldoorn Rein wil de gemeente inwoners verbinden aan hun leefomgeving, partijen verbinden die de openbare ruimte schoonmaken en buurtbewoners verbinden zodat ze zich samen verantwoordelijk voelen voor hun buurt

Rein biedt podium aan bestaande initiatieven

De gemeente wil zwerfafval voorkomen door met de campagne te vertellen dat je al Rein bent, als je geen rommel op straat achterlaat. Daarnaast creëren ze bewustwording, door te delen wat verschillende partijen allemaal doen om de stad schoon te houden (zichtbaarheid vergroten, als vliegwielen voor nieuwe initiatieven). En roepen ze op actief mee te doen, door blad op te vegen, hondenpoep op te ruimen, deel te nemen aan opschoonacties, et cetera.



Heel Apeldoorn Rein
125 personen vinden dit leuk · 38 praten hierover

Community
Trots op Apeldoorn? Houd het schoon en word ook Rein!
Opruimspullen nodig? Kijk op apeldoorn.nl/rein.

Info Foto's Vind-ik-leuks 125 YouTube Evenementen

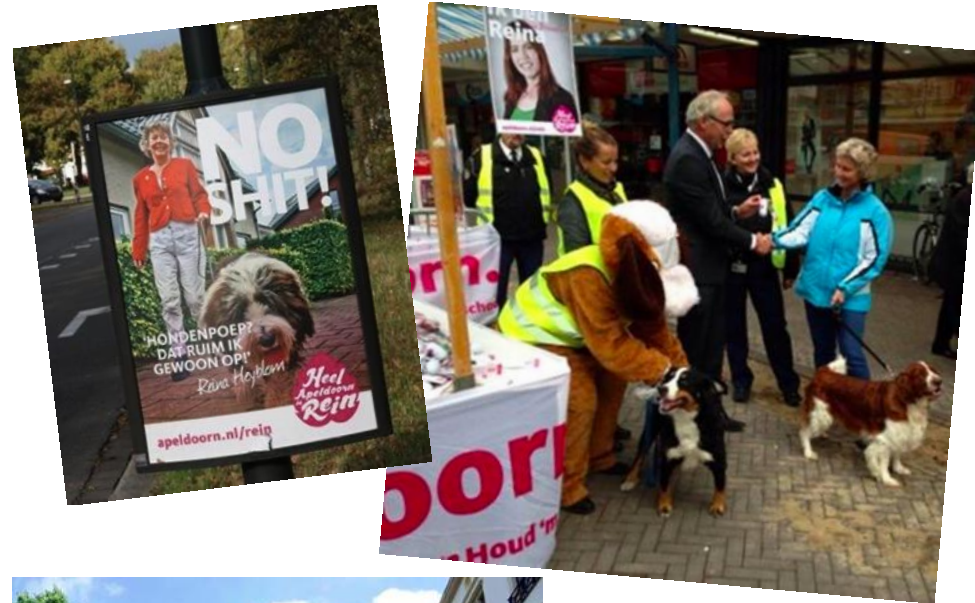
Naast preventie ook activatie

De campagne richt zich tevens op activatie. De gemeente ontplooit een aantal acties, waarbij ze vragen of inwoners actief willen meedoen. Daarnaast hopen ze dat andere partijen in de stad zelf acties opzetten; daarvoor kunnen ze de campagnemiddelen gebruiken en aanhaken bij Heel Apeldoorn Rein. Het uiteindelijke doel is dat iedereen in Apeldoorn zich verantwoordelijk voelt voor de openbare ruimte.

Draagvlak essentieel voor succes

De gemeente investeerde in het vroegtijdig betrekken van belanghebbenden. Ze zorgden voor goedkeuring van de strategische kaders en het werkplan door de directie en wethouder. Ook gingen ze om tafel met beleidsmedewerkers, stadsdeelmanagers, handhavers, stads- deel- en wijkbeheerders. En extern met woningbouwcorporaties, wijkraden, afvalbeheerder Circulus en andere partijen. Iedereen dacht mee over de insteek en uitvoering. Essentieel, want alle betrokkenen kunnen zo de boodschap uitdragen.

Rein richt zich op bewustwording (Heel Apeldoorn Rein – als paraplu), op preventie (No Shit) en op activatie (Week van Apeldoorn Schoon, Bladactie...).



Stappenplan: bewustwording -> activatie

De eerste stap richtte zich op bewustwording. De gemeente is gestart met een corporate campagne, waarmee de boodschap: Iedereen kan Rein zijn, jijzelf, de buurman/vrouw, de buurkinderen.... Met artikelen, free publicity, een billboardcampagne en handvegers in de stad (met bakken met daarop het campagnelogo) introduceerde de gemeente deze boodschap bij de Apeldoorners.

Verschillende doelgroepen

De volgende stap richtte zich op een specifieke doelgroep. Namelijk de hondenbezitters. Met een integrale aanpak waarbij ook het handhavingsteam betrokken is, is de gemeente de campagne 'No Shit' gestart, als onderdeel van de Apeldoorn Rein-campagne. Op positieve wijze benadrukt de gemeente het belang van het opruimen van hondenpoep (normaalste zaak van de wereld). Ook de handhavers spreken de baasjes op positieve wijze aan en bieden hondenpoepzakjes aan. In de loop van het jaar richt de gemeente zich op andere specifieke doelgroepen. In het voorjaar bijvoorbeeld op de parkbezoekers en op het basisonderwijs tijdens de Week van Apeldoorn Schoon, richting de zomer op recreanten en in het najaar op wijkbewoners met de bladcampagne en de vuurwerkcampagne.

Meer informatie

Facebook: www.facebook.com/apeldoornrein

Website: www.apeldoorn.nl/rein

[Praktijkvoorbeeld](#) kennisbank Gemeente Schoon.

Wilt u meer weten over de aanpak? Of wilt u ook aan de slag met een gelijksoortige campagne? Of rapporten en de communicatiejaarplanning inzien? Neem contact op met Ageeth Boos van **Gemeente Schoon** (zie colofon).



Blijf op de hoogte van de ontwikkelingen van deze campagne en like de pagina op Facebook: facebook.com/apeldoornrein



De Deventer Schoon Familie

Om je eigen buurt schoon en opgeruimd te houden hoef je niet te wachten tot iemand dat voor je komt doen. De Deventer Schoon Familie speelt een belangrijke rol bij de bewustwording hiervan. Zij wil bewoners er van overtuigen dat zij zelf invloed kunnen uitoefenen op het al dan niet schoon zijn van hun eigen straat of buurt. Door bewoners te activeren en hen mede verantwoordelijk te maken voor de - fysieke - leefbaarheid van hun buurt, wordt de sociale kwaliteit van het leven in de buurt verbeterd. Hoe meer mensen er lid zijn, hoe beter het is. Iedereen moet het gewoon vinden dat je zélf iets doet aan en voor die schone straat. Dat besef verspreidt zich als een olievlek over de stad.

Lid worden van de gezelligste familie van Deventer

Elke bewoner van Deventer kan lid worden van de Deventer Schoon Familie. De contributie bestaat uit het zelf actief bijdragen aan schone, sociale woonomgeving. Ook scholen, bedrijven en instellingen kunnen zich aanmelden bij de Deventer Schoon Familie. Elk nieuw lid van de Deventer Schoon Familie ondertekent een verklaring waarin de wederzijdse prestaties staan beschreven (lees meer over de verklaring op de volgende pagina).



Elk familielid een andere rol

Familieleden Bep (zwerfvuil), Benny Bladman (bladafval), Boy Blindganger (vuurwerk), puberdochter Bella (hondenpoep) en Oma Baps (onkruid, bloemetjes, plantjes) spelen de hoofdrol in de communicatie. Zij kunnen alles zeggen, zonder dat het belerend overkomt, dat maakt het makkelijker de boodschap over te brengen.

De figuren duiken, afhankelijk van het onderwerp, overal op. In persberichten (artikelen), op de website, tijdens evenementen/acties in buurten (diverse promotiematerialen), wervingsflyers, in schoolgidsen, in communicatiemiddelen van andere intermediairs. En afhankelijk van de doelgroep en het onderwerp, is de schijnwerper gericht op een van de familieleden.

Meer informatie

[Over de DSF \(website Cambio\)](#)

Waardering en beloning

Lid worden van de Deventer Schoon Familie levert voordelen op. Er is een beloningssysteem voor bewoners die hun best willen doen voor een schone omgeving. Gebleken is dat dat goed werkt: mensen vinden het leuk om een beloning te krijgen voor hun werk. Iedereen die lid wordt van de Deventer Schoon Familie krijgt: een welkomspakket, een VIP-behandeling bij de Deventer Schoon Familie (als je belt met een probleem of een vraag over afval word je snel geholpen), voorrang bij de koeriersdiensten (als je (zwerf)afval in de buurt hebt verzameld dan wordt het afval opgehaald), hulp als je zelf een actie organiseert om je straat of buurt schoon te maken, drie keer per jaar de DSF-berichten en vooral: op den duur woon je in een schonere straat en buurt. En daar gaat het natuurlijk om.

Warm welkom

Het welkomspakket bestaat uit: een DSF-spaarpot in de vorm van een afvalcontainer, vijf cambi's (de munt van de Deventer Schoon Familie, omgerekend in euro's is een cambi € 0,50 waard). Met de cambi's kunnen schoonmaakgereedschap en Cambiodiensten gekocht worden in de speciale DSF-shop.



Meer verdienen dan alleen een schone buurt

Onder het motto 'Voor wat, hoort wat' kunnen de leden ook cambi's verdienen als ze meedoen met acties of bijvoorbeeld zwerfvuil aanleveren. Ook ontvangen zij een spelregelkaart met telefoonnummers van o.a. de koeriersdienst van Cambio en het Meldpunt Klachten van de Sector Gemeentewerken, een gevelbordje (zo is de bewoner herkenbaar als lid van de DSF) en een cadeautje.

Succesfactoren

De Deventer Schoon Familie bestaat inmiddels ruim 10 jaar. Mede daardoor geniet de familie **grote bekendheid** onder de Deventernaren. Maar ook door jaarlijks terugkerende activiteiten (zoals vuurwerkactie, bladactie, scholenacties) en de publiciteit er omheen, maar ook door een groot **ledenaantal** (allemaal deel en ambassadeur van de familie), door samenwerking met partijen in de wijken (corporaties, welzijnswerk, scholen, NME, wijkaanpak, et cetera) en vooral ook door de **laagdrempeligheid**. Daarnaast is de Deventer Schoon Familie aanwezig op veel evenementen/activiteiten in buurten (levende Bep, opblaaspop Bep, DSF-team) en organiseert ook de actie Deventer Schone Scholen. De DSF faciliteert en geeft een goed gevoel. Een club waarbij iedereen welkom is en waar je graag bij wilt horen. En de grootste beloning is de waardering, een schone buurt, de contacten die worden gelegd en het goede gevoel. De ervaring heeft geleerd dat naast de beloning van een schone buurt een klein extraatje werkt: al is het een pakje koekjes of een voucher met de tekst: Bikkels van de buurt, het motiveert en houdt mensen betrokken.

Interesse in de achtergronden van dit concept? Laat het ons weten (zie colofon).



'Ik buurt mee!'

Een open communicatielijn met bewoners. Dat is het doel van de gemeente Rheden en partners. Wie kent zijn buurt immers beter? Met het initiatief 'Ik buurt mee!' nodigen ze bewoners uit om mee te werken aan een sociale, prettige en veilige leefomgeving. Denk mee, doe mee: buurt mee!

Het Buurtplan

Een van de speerpunten binnen 'Ik buurt mee!' is het opstellen van buurtplannen. Elke buurt krijgt een eigen buurtplan, hierin staan de plannen en projecten die gedurende twee jaar in de buurt worden uitgevoerd. Daarin is ruimte voor de ideeën en suggesties van bewoners.

Idee indienen

Als een bewoner een idee heeft voor de buurt, bijvoorbeeld een schoonmaakactie, een buurtklussendienst of een idee voor een groenere straat, dan komt deze in aanmerking voor een bijdrage uit het buurtbudget. Het idee wordt ingediend op de website, en na aanmelden staat het meteen op de kaart.

Zelf kijken hoe het werkt? www.ikbuurtmee.nl



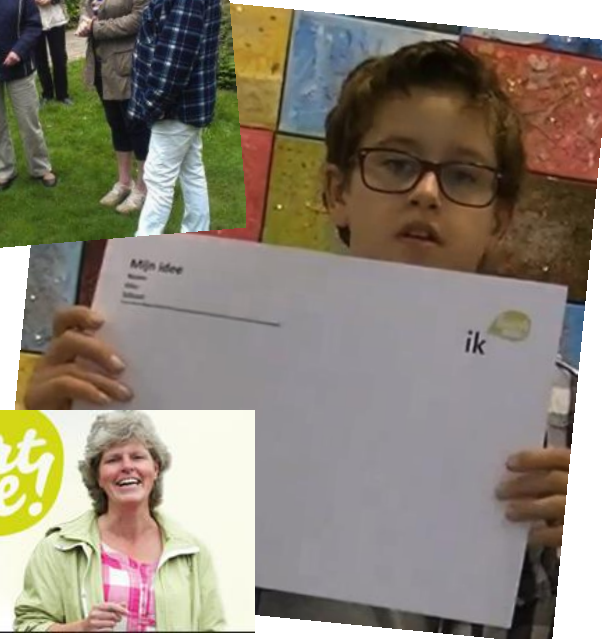
'Ik buurt mee!' is een initiatief van de gemeente Rheden, in samenwerking met Vivare, Stichting Viva Rheden en de Politie.

Filosofie centraal

Bij de keuze voor een slogan en beeldmerk, is de filosofie van het participeren in je eigen buurt centraal gesteld. 'Ik buurt mee!' speelt in op een wij-gevoel en geeft handelingsperspectief (dit kun jij doen, als bewoner, ondernemer, school, organisatie). In de communicatie wordt een podium gecreëerd voor alle initiatieven (participatiekaart), hebben ambassadeurs een gezicht en wordt iedereen opgeroepen ook mee te buurten. De oproep wordt gedaan door de deelnemers, 'Ik buurt mee', 'Buurt jij ook mee?'. Dit brengt het dichtbij, en vergroot de betrokkenheid.

Resultaten

Inmiddels zijn er 9 buurtplannen en haken steeds meer mensen aan. Belangrijkste resultaat is de samenwerking en afstemming tussen de partijen die actief zijn in de openbare ruimte en de transparante communicatielijn tussen bewoners, partijen en de gemeente. Er is een weg geplaveid voor ideeën en inspanningen van bewoners en partijen voor een leefbare omgeving. Sterk aan het concept is dat vanuit de basis belangrijke partijen uit het maatschappelijke veld meedoen. Politie, de woningcorporatie en het buurtnetwerk. Ook de medewerkers in de buitendienst spelen een actievere rol. Zij zijn de gastheren en vormen de directe lijn tussen de buurten en gemeente.



Communicatie

De gemeente zet flink in op de communicatie om de nieuwe werkwijze onder de aandacht te brengen van de inwoners en partijen. En om zoveel mogelijk vrijwilligers te werven die meedoen met 'Ik buurt mee!'. Door 'Ik buurt mee!' een helder logo/beeldmerk mee te geven, is de campagne herkenbaar. Het beeldmerk keert ook terug op elke uiting en op materialen en wagens van de buitendienst. Daarnaast wordt er veelvuldig gebruik gemaakt van foto's/beelden van mensen die al 'meebuurten'. Zij leggen uit wat zij doen en vragen of de buurt ook mee wil helpen. Dit maakt deelname laagdrempelig en aantrekkelijk (het is de buurman die het vraagt en niet de gemeente...).

Ingezette middelen/activiteiten

Twitter, filmpjes, scholenactie, website met participatiekaart waar alle initiatieven op vermeld staan, posters, flyers, artikelen, kraampje op de markt en buurten, pleingesprekken, portiekgesprekken, buurtgesprekken, free publicity (persberichten, lancering, gerealiseerde buurtplannen, aankondigingen, betrokkenheid college B&W), stickers op materialen en wagens.

Interesse in de achtergronden? In de aanpak of in het gebruik van deze campagne? Laat het ons weten, we helpen u graag verder!



Bewoners in Westland participeren met Buurt in Uitvoering

Actief iets ondernemen voor je buurt, met ondersteuning van de gemeente. Dat is in een notendop het project Buurt in Uitvoering van de gemeente Westland. Bewoners kunnen een idee aandragen op www.buurtinuitvoering.nl, de speciale app of door te bellen. Als het haalbaar en nuttig is, maakt de wijkregisseur concrete afspraken met de initiatiefnemer. De gemeente faciliteert bijvoorbeeld met materialen en vakkennis, zonder al te veel regels te stellen. Samen aan de slag gaan verbetert de omgeving, de sociale verbondenheid en de relatie tussen inwoners en de gemeente.

Laagdrempeligheid als succesfactor

In 2012 is de gemeente gestart met deze nieuwe aanpak. Wat hierbij belangrijk is geweest, is de benadering. Van regels naar spelregels. Iedereen kan en mag meedoen, zonder ingewikkelde voorwaarden. Ook worden de initiatieven breed uitgedragen en gefaciliteerd. Als de buurt in actie is, wordt dit bekend gemaakt op de Facebookpagina en staat er een verkeersbord van 'Buurt in uitvoering' waarop aangekondigd wordt dat buurtbewoners werken aan de buurt. Ook krijgt de buurt een speciale tegel, die kenbaar maakt dat dat stukje van de openbare ruimte door bewoners wordt bijgehouden.



Meer informatie

www.buurtinuitvoering.nl

Twitter: #buurtiu

[Facebook](#) (Wijkbeheer Gemeente Westland)

Interesse in het gebruik van deze campagne? Gemeente Schoon helpt u graag verder!

Goede start

De gemeente is Buurt in Uitvoering gestart tijdens Burendag 2012. In samenwerking met vrijwilligersorganisatie Vites is gezocht naar enkele projecten die tijdens de lancering in de schijnwerper geplaatst konden worden als eerste Buurt in Uitvoering acties. De wethouder heeft deze op feestelijke wijze afgetrapt. Door de vele pers rondom deze aftrap, de website en social media zijn er een jaar na de start ruim 100 Buurt in Uitvoering projecten gerealiseerd. De campagne rondom Buurt in Uitvoering verbindt alle initiatieven van bewoners en (vrijwilligers)organisaties en draagt een positief gevoel uit.

Communicatiemiddelen

Naast de website en de social media kanalen, maakt de gemeente gebruik van promotiematerialen zoals flyers, advertenties, beachvlaggen en posters (tijdens buurtavonden, in het gemeentehuis, tijdens activiteiten) en vergroot de zichtbaarheid van de initiatieven op locatie (verkeersborden, afzetlint en tegels in campagnestijl). Op Facebook worden alle acties vermeld, maar worden buurtbewoners ook uitgenodigd om mee te lopen met de buurtschouw. Ook worden ideeën gedeeld en acties vermeld waar mensen aan mee kunnen doen. Facebook is een laagdrempelige manier om in contact te zijn en een podium te creëren voor alle buurtinitiatieven.



Schoonlogo's

Gemeente Schoon

Schoonlogo als verbinding

Op deze pagina vindt u voorbeelden van schoonlogo's. Gemeenten zetten deze beelden in om de schooncommunicatie en -activiteiten met elkaar te verbinden. Dit werkt versterkend zorgt voor herkenbaarheid. Tevens stelt het de gemeente in staat aan het onderwerp een boodschap te verbinden die structureel terugkeert. Bijvoorbeeld dat het heel gewoon is dat je niet vervuult of zo af en toe eens meehelpt in je eigen buurt, of dat het een kwestie is van samen doen. Afhankelijk van de doelstelling, kiest u als gemeente de insteek die bij u past.

Mascottes

Sommige gemeenten kiezen een mascotte/figuur. Veelal sluit deze aan bij de streek (Niels Netjes), het gebied (Vondelkaboutert) of het onderwerp schoon (Stoffie en Blikkie) waardoor gebruik gemaakt kan worden van bestaande positieve associaties/betrokkenheid. Tevens kunnen de figuren, makkelijk een boodschap overbrengen met een knipoog.



www.facebook.com/schoonsamenpakkenwehetop



Toepassing schoonlogo

Gemeente Schoon



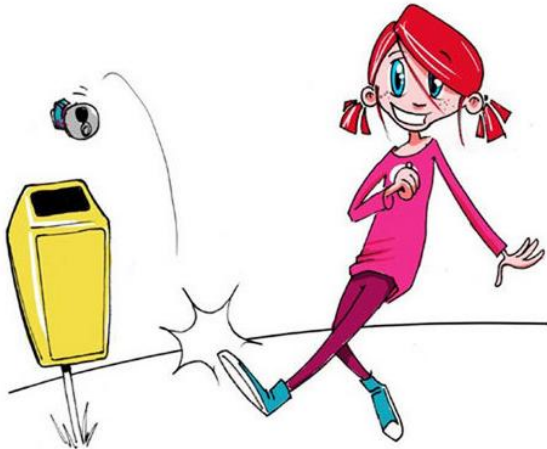
Schoonlogo als verbindend element in alle schooncampagnes.

De gemeente Venlo maakt jarenlang gebruik van een vast beeldmerk en slogan (zie hiernaast) om alle communicatie (-campagnes) aan elkaar te verbinden. Zo heeft de gemeente in de loop der jaren diverse vernieuwende campagnes gevoerd omtrent het thema schoon. Maar het beeldmerk schoon is altijd gelijk gebleven en keert terug op alle uitingen. Dit zorgt voor herkenbaarheid en de mogelijkheid om in de tijd te variëren met campagnes.



Gemeente Schoon

Mascottes



Hinke Himmel - Omrin



Stoffie en Blikkie - Stadsdeel Oost
facebook.com/stoffieenblikkie

Opgeruimd
staat netjes!



Niels Netjes - Oss



Proper Jetje - Den Bosch



Eindhoven

Gemeente Schoon

Mascottes



Nijmegen - Buurtrangers



Vrijwilligersinitiatief -
www.samendrentheschoon.nl



Vondelkabouter - Stadsdeel Zuid

MAAS SCHOON?
DOEN GEWOON!



Schone Maas -
Natuurmonumenten

Nieuwegein



Maasschouw - Opruimheld Schone Lei



Deventer Schoon Familie - Cambio

Ondersteuning

Gemeente Schoon

Instrumenten/hulpmiddelen

Handreiking Communicatie

Communicatie is een bijzonder effectief wapen in uw gemeentelijke strijd tegen zwerfafval. Of beter gezegd: kan dat zijn. Uw communicatieplan moet dan wel goed doordacht zijn. En bovendien naadloos aansluiten op het zwerfafvalbeleid van uw gemeente en op de andere inspanningen om het zwerfafval in uw gemeente aan te pakken, zoals preventie, reinigen en handhaven. Deze handreiking helpt u op weg naar begrip, draagvlak en medewerking van uw burgers én eigen organisatie bij uw aanpak. U vindt de handreiking Communicatie op de [website](#) van Gemeente Schoon (bij producten/publicaties).

Andere publicaties (ook op de website):

- Voorbeeld [draaiboek](#) voor een opschoonactie.
- Handleiding [Social Media](#) en zwerfafval.
- Stappenplan [gedragsverandering](#).
- [Burgerschapstijlen](#), beleving zwerfafval

Praktijkvoorbeelden

Op de website van Gemeente Schoon vindt u bij [producten/praktijkvoorbeelden](#) diverse uitgewerkte voorbeelden van hoe andere gemeenten zwerfafval aanpakken en hoe zij hierbij gebruik maken van een campagne.

The screenshot shows the website 'Gemeente Schoon Kenniscentrum zwerfafval'. The main article is titled 'Houten Schoon is participatie voor iedereen'. Below it, there's a section 'Waarom zijn jullie participatie gaan stimuleren?' with a sub-section 'Hoe pakken jullie dit aan?'. There are also sections for 'Nieuws' and 'Agenda'. A vertical banner on the right side of the page reads 'www.gemeenteschoon.nl'. There are also smaller images of people participating in activities, one with a sign that says 'Doe een ander je afval niet kwaad. Handreiking communicatie zwerfafval'.

www.gemeenteschoon.nl

Ondersteuning

Gemeente Schoon

Gratis campagne (downloads): Geen excuus, afval in de bak!

Gemeente Schoon heeft gratis rechten-vrije middelen voor u beschikbaar: posters in verschillende formaten (van A4 tot Abri), spandoeken, stoppers, folders, flyers en banners. De middelen richten zich op de volgende onderwerpen: algemene bewustwording, winkelgebied, opschoondag/-week, openbaar vervoer, schoolomgeving en handhaving. Heeft u interesse? Kijk op www.gemeenteschoon.nl/webwinkel voor actuele informatie over de communicatiemiddelen.

In 2014 gaat de webwinkel van Gemeente Schoon samen met de webwinkel van Supporter van Schoon: alle middelen op één plek!



Geen excuus!



Vuurwerkafval
ruim je zelf op!

www.gemeenteschoon.nl/webwinkel



Gemeente Schoon

Haak aan: Supporter van Schoon!

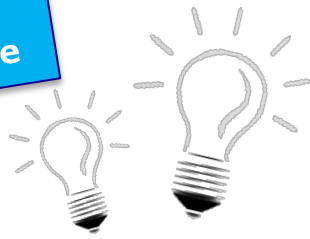
Supporter van Schoon is een landelijke campagne. Je bent Supporter als je een schone leefomgeving echt belangrijk vindt en daar ook best wat voor wilt doen. Iedereen kan zich hiervoor aanmelden.

Gemeente als supporter

Ook als gemeente kunt u laten zien dat u supporter bent. U wordt hierbij ondersteund met diverse promotiematerialen. Zodat u niet alleen zelf kan laten zien dat u supporter bent, maar ook uw inwoners, verenigingen, ondernemers, scholieren kunt oproepen supporter te worden. Kijk op www.supportervanschoon.nl hoe het werkt en wat de mogelijkheden zijn.



TIPS voor een succesvolle campagne



Gemeente Schoon

Stel uzelf/uw team de volgende vragen

1

- Wat wil ik bereiken?
- Bij welke doelgroep?
- Wie heb ik daarvoor nodig (intern en extern)?
- Welke boodschap zet ik in?
- Welke kanalen zet ik in?
- Hoeveel tijd en budget heb ik daarvoor?

Draagvlak essentieel voor het succes

2

Intern draagvlak, zowel bestuurlijk, ambtelijk als uitvoerend is nodig om uw plannen ten uitvoer te brengen. Bestuurlijk draagvlak om (structureel) capaciteit en middelen te verwerven. Ambtelijk om afstemming te vinden met andere betrokken disciplines (bijvoorbeeld communicatie). Ook de collega's van reiniging en beheer zijn belangrijk. Zij zijn een belangrijke informatiebron en de spil in de vertaling van beleid naar uitvoering.

Pak het integraal aan

3

Communicatie helpt uw doelen te bereiken, maar is geen wondermiddel. Bekijk hoe communicatie uw maatregelen (zoals handhaving, reiniging, voorzieningen) versterkt, aandacht vraagt voor het onderwerp en uiteindelijk bijdraagt aan het bereiken van gewenst gedrag.

Ingrediënten voor de boodschap

4

- Kies voor een positieve insteek.
- Houd het simpel, een boodschap tegelijk.
- Kies voor dichtbij (straat, wijk, buurt).
- Zorg voor een call-to-action (roep op tot het gewenste gedrag, dit geeft handelingsperspectief).
- Creëer verbinding (samen, wij).
- Boodschap en beeld moeten overeenkomen.

Breng focus aan, maak keuzes

5

Het is een onmogelijke opgave om iedereen te bereiken met dezelfde boodschap. Breng daarom focus aan. Wie zijn de voornaamste veroorzakers, welk zwerfafval valt het meest op (beeldvorming), welke doelgroepen zijn kansrijk, welke gebieden richten we ons op...

Dé burger bestaat niet

6

Onderzoek van [Motivaction](#) laat zien dat er verschillende leefstijlen zijn. Deze zijn vertaald naar vier burgerschapsstijlen. Inzicht in deze stijlen en de kennis wat mensen beweegt, waar ze zich voor interesseren en hoe zij het best betrokken raken maakt dat u sneller de juiste snaar weet te raken in uw boodschap, maar ook gericht een keuze kunt maken voor de in te zetten middelen en eventuele beloning.

Informatie en contactgegevens

Deze gids is een uitgave van Gemeente Schoon. Met als doel gemeenten in Nederland te ondersteunen en op weg te helpen bij een succesvolle campagne tegen zwerfafval.

Wilt u advies of ondersteuning bij het voorkomen en bestrijden van zwerfafval, of wilt u ondersteuning bij het inzetten van de gelden uit het afvalfonds? Neemt u dan contact met ons op:

Gemeente Schoon

088 602 2707

info@gemeenteschoon.nl

Deze gids is samengesteld, geschreven en opgemaakt door **Kwintes Communicatie**.

Voor meer informatie over de campagnes uit deze gids, over communicatie/campagnes algemeen en over gedragsbeïnvloeding, neemt u contact op met **Ageeth Boos** van Gemeente Schoon, 088 602 7903 of ageeth.boos@rws.nl.

GEMEENTEN BEDANKT!

Onze speciale dank gaat uit naar alle gemeenten die hebben meegewerkt aan deze gids.

Dankzij hen en de kennis en ervaringen die zij met ons deelden, is deze inspiratiegids mede tot stand gekomen.



Geen excuus
Afval in de bak!