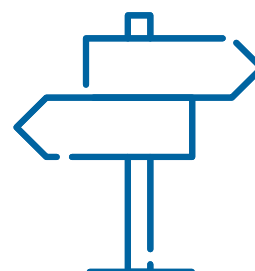


Zwerfafval in winkelgebieden

Plan van aanpak

Inhoud

Inleiding	3
1. Fase 1 Voorbereiding	5
1.1 Benoem het gebied en baken het af	5
1.2 Zoek samenwerking	5
1.3 Analyseer het gebied en het probleemgedrag	6
1.4 Doe een 0-meting	7
2. Fase 2 Uitvoering	9
2.1 Bespreek de resultaten van fase 1 met de stakeholders	9
2.2 Breng de basis op orde	9
2.3 Doe een tussenmeting	12
2.4 Neem aanvullende maatregelen	12
2.5 Maak het plan van aanpak definitief	17
3. Fase 3 Monitoring en evaluatie	18
3.1 Doe een 1-meting	18
3.2 Evalueer de aanpak	18
4. Meer informatie	19



Inleiding

Dit is een plan voor de aanpak van zwerfafval in winkelgebieden. In winkelgebieden zijn forensen de grootste vervuilers, gevolgd door jongeren (met name scholieren) en winkelend publiek.

Ook marktlieden, marktconsumenten en winkelpersoneel kunnen vervuilers zijn.

De verantwoordelijkheid voor het schoonmaken en -houden van winkelgebieden ligt altijd bij meerdere partijen. Meestal zijn dat de gemeente, de ondernemers in de omgeving en de beheerder van het winkelgebied. Het is echter lang niet altijd duidelijk welke rol en verantwoordelijkheid iedereen heeft. Ook vindt vaak nauwelijks afstemming van de werkzaamheden plaats, terwijl samenwerking juist leidt tot betere oplossingen. Met dit plan van aanpak kun je die samenwerking vorm en inhoud geven.

Doelgroep

Dit plan van aanpak is bedoeld voor:

- Managers van een winkelcentrum
- Gemeentemedewerkers verantwoordelijk voor de openbare ruimte
- Leden van ondernemers- en winkeliersverenigingen

Nederland Schoon benadrukt graag het belang van samenwerking tussen deze partijen.

Wij zien in de praktijk dat goede samenwerking leidt tot de beste resultaten bij de aanpak van zwerfafval.

Motivatie

Winkelgebieden zijn een belangrijke economische factor én het visitekaartje van een gemeente. In een schoon winkelgebied voelen mensen zich prettiger. Daardoor blijven ze langer en kopen ze meer. De voordelen voor bezoekers, ondernemers en beheerders zijn:



Aanpak

De aanpak bestaat uit 3 fasen, met in elke fase meerdere stappen. In de volgende hoofdstukken leggen we deze helder uit. Aan het eind van dit document geven we aan waar je praktijkvoorbeelden en links kunt vinden naar meer informatie over zwerfafval en de aanpak daarvan.

Fase 1 Vorbereiding

- Benoem het gebied en baken het af
- Zoek samenwerking
- Analyseer het gebied en het probleemgedrag
- Doe een 0-meting

Fase 2 Uitvoering

- Bespreek de resultaten van fase 1 met de stakeholders
- Breng de basis op orde
- Doe een tussenmeting
- Neem aanvullende maatregelen
- Maak het plan van aanpak definitief

Fase 3 Monitoring en evaluatie

- Doe een 1-meting
- Evalueer de aanpak

Fase 1: Voorbereiding

Fase 1 Voorbereiding

- Benoem het gebied en baken het af
- Zoek samenwerking
- Analyseer het gebied en het probleemgedrag
- Doe een 0-meting

Zodra de proceseigenaar bekend is, kun je starten. Belangrijk is om eerst te bepalen, hoe het gebied er precies uitziet, welke activiteiten er plaatsvinden en met welke partijen je de aanpak uitvoert.

1.1 Benoem het gebied en baken het af

- Breng het hele gebied dat je wilt aanpakken in kaart. Bij voorkeur is het gebied aaneengesloten.
- Check van tevoren wie de grondeigenaren zijn: voor het plaatsen van afvalbakken bijvoorbeeld is toestemming van de eigenaar van de grond nodig. Voor de openbare ruimte is dit de gemeente, terwijl parkeerplaatsen vaak privaat bezit zijn.
- Benoem de verschillende plekken waar veel zwerfafval ligt, zoals parkeerplaatsen, bushaltes, hangplekken voor jongeren maar ook de waaiplekken en (natuurlijke) barrières waarachter het zwerfafval blijft hangen.
- Benoem wie in het gebied betrokken zijn (bewoners, ondernemers, gemeente, andere partijen).

1.2 Zoek samenwerking

Samenwerken is de sleutel tot succes. Wil je daadwerkelijk aan de slag met schoon in een winkelgebied, zorg dan dat in ieder geval iemand van de gemeente, een vertegenwoordiger van de ondernemers en de beheerder samenkomen om dit thema te bespreken. In de meeste winkelgebieden zijn er natuurlijk nog meer stakeholders.

- Bepaal welke ondernemers moeten meedoen. Alleen de horeca- en foodondernemers in het gebied of ook andere typen bedrijven? Is het bijvoorbeeld wenselijk dat alle non-foodbedrijven in het winkelgebied ook meedoen? Zoek een groep ondernemers die het belang van een schone omgeving onderschrijft en daadwerkelijk de handen uit de mouwen wil steken. Vaak kunnen de ondernemers meedoen via een ondernemersvereniging of ondernemersfonds.
- Niet alleen het samenwerken tussen ondernemers onderling is van belang, maar ook de samenwerking met partijen zoals de gemeente en eventuele andere gebiedsbeheerders. Een gemeente die meedenkt en openstaat voor samenwerking draagt bij aan het succes van de aanpak.
- Stel een werkgroep samen die gezamenlijk de aanpak tot een succes maakt.



Samenwerken is belangrijk voor een succesvolle aanpak.



Tip

Denk ook eens aan samenwerken op een andere manier. Bijvoorbeeld met een adviesbureau dat het hele proces kan uitvoeren en de planning in de gaten houdt. Of met een collega-gemeente of winkelgebied dat deze werkwijze al heeft geïmplementeerd. Nederland Schoon kan je helpen bij het leggen van de contacten.

1.3 Analyseer het gebied en het probleemgedrag

Een zorgvuldige analyse is belangrijk om te bepalen welke maatregelen of interventies het meeste succes zullen boeken. Het beste is om zowel een analyse van het gebied te maken als van het vervuulende gedrag. Onderzoek zeker ook de mening van het winkelend publiek.

Een gebieds- en gedragsanalyse doe je door:

- Schouwrondes
- Enquêtes onder het winkelend publiek
- Inventarisatie van het draagvlak bij ondernemers

Schouwrondes

In schouwrondes verzamel je gegevens over, onder meer, de hoeveelheid zwerfafval en de staat van de winkelgebieden. Elk winkelgebied kent zijn eigen schoonproblematiek. Vaak hebben betrokken partijen hierover elk een eigen mening, waardoor discussies tot niets leiden. Door de situatie samen in de praktijk te onderzoeken ontstaat een gezamenlijk beeld van de belangrijkste problemen. Bij het samen schouwen is het praktisch om een formulier erbij te hebben. Met het handige digitale schouwformulier van Nederland Schoon ga je zelf eenvoudig aan de slag. Nodig betrokken partijen zoals ondernemers, ambtenaren en vastgoedbeheerders uit om samen je winkelgebied te schouwen. Zo doe je samen nieuwe inzichten op en kun je verbeterpunten identificeren. Dit is belangrijke input voor het maken van het plan van aanpak in fase 2. [Download het schouwformulier.](#)



Tip

Een gezamenlijke schouw met gemeentemedewerkers, ondernemers en buurtbewoners creëert meer betrokkenheid bij en inzicht in het zwerfafvalprobleem.

Enquêtes onder het winkelend publiek

Met enquêtes krijg je een beter beeld van de meningen en ervaringen van het winkelend publiek. Een goed uitgevoerde enquête kan inzicht geven in het gedragspatroon van bezoekers, welke plekken men vies vindt (hotspots) en hoe schoon men het winkelgebied vindt (de schoonbeleving). Voordelen van een enquête zijn dat deze relatief snel kan worden uitgevoerd, de kosten betrekkelijk laag zijn en de resultaten snel bekend. De uitkomst van de enquête gebruik je bij het maken van het plan van aanpak in fase 2. [Download de bezoekersvragenlijst.](#)

Inventarisatie van het draagvlak bij ondernemers

Het is waardevol om van de lokale ondernemers te horen wat hun mening is over het schoon-niveau van het winkelgebied. Welke problemen signaleren zij en wat doen zij zelf voor een schoon winkelgebied? Dit vraag je uit in een enquête met vragen over wie ze verantwoordelijk vinden voor het schoonniveau, wat hun eigen rol hierin is en welk schooncijfer ze zelf geven. De interviews met de ondernemers geven inzicht in hun mening, maar belangrijker nog, ze creëren betrokkenheid bij de ondernemers voor een gezamenlijke aanpak. [Download de ondernemersvragenlijst.](#)

Zelf doen of uitbesteden

De gebieds- en gedragsanalyse kun je op twee manieren doen:

1. Loop zelf een schouw door het gebied met alle betrokken partijen en voer de enquêtes uit. Gebruik hiervoor het schouwformulier dat Nederland Schoon heeft ontwikkeld en de twee genoemde vragenlijsten.
2. Schakel een extern bureau in om de analyse te maken en een advies te laten opstellen. Een goede methode is bijvoorbeeld de Winkelgebieden Scan die het bureau [ABR Activatie](#) kan uitvoeren. De Winkelgebieden Scan bestaat uit schouwrondes, enquêtes onder het winkelend publiek en interviews met ondernemers.

De investering loont

Met een gedegen gebieds- en gedragsanalyse krijg je handvatten voor een goed onderbouwd gesprek met ondernemers en inwoners over het belang van schoon voor het winkelgebied. En belangrijker nog, wat je daar samen voor kunt doen.

1.4 Doe een 0-meting

Voordat je start met de aanpak van het zwerfafval – fase 2 – raden we aan om de huidige mate van vervuiling in kaart te brengen via een objectieve meting. Dit is de zogeheten 0-meting. Als je de maatregelen in fase 2 hebt uitgevoerd, doe je nog een meting. Zo kom je erachter wat het effect van je maatregelen is en of ze het gewenste resultaat hebben opgeleverd.

Het nut van een effectmeting

Met een effectmeting kun je meerdere doelen bereiken. Ten eerste kom je erachter of je actie of maatregel daadwerkelijk een positief effect heeft op de hoeveelheid zwerfafval of de zwerfafvalbeleving. Wat werkt goed en welke maatregel heeft minder effect? Met de uitkomsten van de effectmeting kun je:

- **Bepalen wat werkt.** Met welke maatregel kun je de doelgroep het meest succesvol beïnvloeden? Welke maatregel leidt tot de grootste zwerfafvalreductie? Bij welke doelgroep werkt een maatregel wel en bij welke niet?
- **Betere keuzes maken in de toekomst.** Vaak moeten er keuzes worden gemaakt tussen maatregelen. Gewoonweg omdat de beschikbare tijd, capaciteit en het budget beperkt zijn. Een effectmeting kan je helpen (toekomstige) keuzes te maken en prioriteiten te stellen.
- **Je aanpak bijsturen.** De uitkomsten van een effectmeting geven aanknopingspunten voor verbetering van het beleid. Het helpt bij het signaleren van trends en incidenten.
- **De resultaten vergelijken met andere gemeenten.** Zo kun je leren van elkaars ervaringen en meer inzicht krijgen in welke maatregelen en acties in vergelijkbare gemeenten succesvol zijn.

- **Laten zien welke resultaten zijn bereikt.** Idealiter zijn er bij de maatregelen vooraf doelen gesteld. Met een effectmeting ga je na of deze doelen zijn behaald. Dit helpt in de verantwoording om de maatregel bij te stellen, te stoppen of juist te continueren. Een goede onderbouwing van de gekozen strategie en aanpak is altijd belangrijk. Door de effecten van een gedragsmaatregel aan te tonen, kun je draagvlak creëren bij betrokkenen.
- **Op termijn geld besparen of beter besteden.** Effectmetingen vragen weliswaar om een investering, maar met dit instrument kun je vaststellen welke maatregelen de moeite waard zijn om mee door te gaan en welke kunnen worden stopgezet.



Monitoring tips

Wil je breder en structureel meten? In het [Handboek monitoring zwerfafval](#) staat hoe je dit aanpakt. Daarin lees je ook alles over beeldmeetlatten en meetvakselectie. In ons kennisdocument [Effectmetingen. Wat kun je leren over je lokale zwerfafvalaanpak?](#) vind je twee voorbeelden van effectmetingen in de gemeenten Emmen en Delft.

Fase 2: Uitvoering

Fase 2 Uitvoering

- Bespreek de resultaten van fase 1 met de stakeholders
- Breng de basis op orde
- Doe een tussenmeting
- Neem aanvullende maatregelen
- Maak het plan van aanpak definitief

2.1 Bespreek de resultaten van fase 1 met de stakeholders

Het is belangrijk om alle stakeholders bij elkaar te krijgen zodat iedereen met dezelfde informatie aan de slag kan. Denk bij stakeholders aan: (het bestuur van) de winkeliersvereniging, de gemeente, vastgoedeigenaren en -beheerders, buurtverenigingen en eventueel enkele vaste consumenten. Ook individuele winkeliers kunnen deelnemen aan het stakeholdersoverleg en zo een voorbeeldrol vervullen.

Tijdens het gesprek met de stakeholders bespreek je de resultaten van de gebieds- en gedragsanalyse in fase 1 en licht je ze nader toe. Herkent iedereen zich in de uitkomsten? Geef alle stakeholders de ruimte om hun input te geven.

Draagvlak en inzet van alle stakeholders

Dit is van wezenlijk belang om de aanpak te laten slagen. Deze stap is dan ook de belangrijkste van allemaal. Het is een go/no-go-moment om samen afspraken te maken over het opstellen en uitvoeren van het plan van aanpak. Het resultaat van het gesprek met stakeholders dient als input voor het plan van aanpak en het creëren van betrokkenheid onder de stakeholders.

2.2 Breng de basis op orde

Met de resultaten van de gebieds- en gedragsanalyse en de input vanuit het stakeholderoverleg ga je aan de slag met een gezamenlijk plan van aanpak. Hierin staan de afspraken en de mogelijk uit te voeren maatregelen, de kosten voor materialen/middelen, een tijdsplanning en taakverdeling. Het plan van aanpak begint met de vraag of de basis op orde is. Zo nee, dan is dit de eerstvolgende stap om te zetten.

3 basiselementen

In een schone omgeving gooien mensen minder snel afval op de grond. Als afvalbakken duidelijk zichtbaar zijn, zullen mensen ze makkelijker gebruiken. Een groot deel van het zwerfafvalprobleem kan daarom vaak al opgelost worden door de basis op orde te brengen. Daarmee bedoelen we:

- Effectieve inrichting van de openbare ruimte
- Voldoende en goed geplaatste afvalvoorzieningen
- Voldoende reiniging

Deze drie onderdelen versterken elkaar: een optimaal ingericht winkelgebied maakt de afvalvoorzieningen beter vindbaar en herkenbaar. En als de afvalvoorzieningen juist geplaatst zijn en voldoende gereinigd worden, is het makkelijker voor mensen om hun afval op de juiste manier weg te gooien. Kortom, de basis op orde is het fundament voor elke gebiedsgerichte zwerfafvalaanpak.

Basis op orde: openbare ruimte

Met de uitkomsten van de gebieds- en gedragsanalyse ga je aan de slag om de openbare ruimte effectief in te richten. Hiervoor kun je een nieuwe kaart van het gebied maken, waarop je de verbeteringen aangeeft. Mogelijke verbeteringen zijn:

- De loop- of aanrijroute van bezoekers langs afvalvoorzieningen leiden.
- Extra bakken plaatsen.
- Kapotte materialen zoals bankjes, borden en afvalbakken herstellen.
- Graffiti verwijderen.
- Onkruid tussen tegels weghalen.
- Bosjes waar gemakkelijk afval ingegooid wordt verwijderen of verplaatsen.
- Beter verlichting van het winkelgebied op donkere plekken.
- Beter communicatie over waar mensen hun afval kwijt kunnen. Op de kaart kun je aangeven waar de communicatie geplaatst moet worden.

Basis op orde: afvalvoorzieningen

Zorg ervoor dat de juiste afvalbakken op de juiste plekken staan. Ga na of er wellicht extra bakken geplaatst moeten worden of dat sommige bakken beter op een andere plek kunnen staan. Het effect van een afvalbak hangt onder andere af van de locatie, het formaat, de kleur en de tekst op de afvalbak. Denk dus bij het optimaliseren van de afvalvoorzieningen aan de grootte, de vormgeving, de kleurstelling en de communicatie op en rond de bak.



Weetje

Door een betere vormgeving en plaatsing van afvalbakken kan de hoeveelheid zwerfafval tot 50% afnemen.



Weetje

Een andere kleur afvalbak – bij voorkeur appeltjesgroen – kan 30% meer afval ophalen.

Maatregelen voor een goede afvalvoorziening:

- Zorg ervoor dat de voorzieningen schoon, heel en zichtbaar zijn.
- Plaats afvalvoorzieningen langs aanloop- en aanrijroutes van bezoekers.
- Afvalbakken plaatsen op zichtafstand van elkaar levert het meeste gebruiksgemak op en daarmee het beste resultaat. Ook het plaatsen van meerdere afvalbakken naast elkaar verhoogt de vindbaarheid en het gebruiksgemak.

- Fastfoodverpakkingen zijn volumineus, maar wegen weinig. Een afvalbak is snel vol als het afval niet wordt aangeduwd. Op zeer drukke locaties, waar ook 's nachts veel genuttigd wordt, is een persende afvalbak een goede optie.
- Adoptie: ondernemers kunnen in overleg met de gemeente vaste afvalbakken adopteren. Beide partijen krijgen sleutels om het legen van de vuilnisbakken bij te houden. De gemeente zorgt voor de inzameling.
- Laat zien welke ondernemers welke afvalbakken of welke gebieden hebben geadopteerd. Dit kan bijvoorbeeld met een raamsticker of op digitale schermen in de winkels.
- Nieuwe afvalbakken kosten geld. Maak van tevoren duidelijk wie welke kosten gaat betalen. Denk hierbij aan de zwerfafvalvergoeding voor gemeenten en een ondernemersfonds voor bedrijven.

Basis op orde: reiniging

Voor een effect op de langere termijn is beheer en reiniging een essentieel onderdeel van de aanpak. De openbare ruimte en de afvalvoorzieningen moeten schoon, heel en veilig zijn en blijven om het juiste wegwerpgedrag te stimuleren. Let in de uitvoering op drie onderdelen:

1. *Legen* – Het is belangrijk dat de afvalbakken op tijd en regelmatig geleegd worden. Als bakken overvol zijn, gooien bezoekers er niets meer bij, kunnen dieren met het afval aan de haal gaan of kan de wind het afval verspreiden. Gebruik bijvoorbeeld vulgraadsensoren, persafvalbakken en clusterafvalbakken.
2. *Onderhoud* – Maak hier direct werk van, want 'schoon houdt schoon'. Zorg dat de aannemer of de buitendienst van de gemeente bijtijds geattendeerd wordt op een volle, vieze of kapotte afvalbak. Ook afval naast de afvalbak moet zo snel mogelijk opgeruimd worden.
3. *Monitoring* – Zet monitoringsschema's in en gebruik de resultaten om de aanpak bij te sturen. Bekijk of de afvalbakken vaker of minder frequent geleegd of schoongemaakt moeten worden.



Tip

Als er persafvalbakken of vulgraadsensoren worden geplaatst, bekijk dan of de 'leegroute' van de afvalbakken moet worden aangepast. Het zorgt mogelijk voor een kostenbesparing voor de gemeente wanneer de bakken alleen geleegd worden als ze vol zijn.



Tip

Zet op drukke tijdstippen in het winkelgebied schoonmakers in die zichtbaar schoonmaken. Dit beïnvloedt het gedrag van bezoekers: het zorgt voor 'normactivatie'. Doordat mensen zien dat afval wordt opgeruimd, zullen zij zelf ook afval in de bak gooien in plaats van ergens anders op het terrein.

Snel resultaat

Door probleemgericht afspraken te maken over beheer (wie doet wat, wanneer en hoe) is in de meeste gevallen snel resultaat te boeken in winkelgebieden. Vooral op plekken die qua beheer tussen wal en schip zijn geraakt, bijvoorbeeld op de grens tussen binnen en buiten. Door betere onderlinge afstemming van alle werkzaamheden houd je een winkelgebied vaak beter schoon zonder extra investeringen. Handig is om ook deze afspraken in het plan van aanpak te zetten.

2.3 Doe een tussenmeting

Heb je de basis op orde gebracht, dan zal de hoeveelheid zwerfafval waarschijnlijk al behoorlijk verminderen. Hoe sterk, hangt af van hoe goed de basis op orde was vóór je begon. Wil je erachter komen wat het effect is van de verbeteringen, doe dan een tussentijdse meting. Doe dit vóór je aanvullende maatregelen inzet. Zorg dat deze tussenmeting op dezelfde manier gebeurt als de 0-meting, onder zo veel mogelijk dezelfde omstandigheden. Voor de manier waarop je een tussenmeting doet, verwijzen we naar het [Handboek Monitoring Zwerfafval van Nederland Schoon](#).

2.4 Neem aanvullende maatregelen

Welke maatregelen werken, is afhankelijk van de situatie per winkelgebied. Zorg dat de maatregelen aansluiten op de resultaten uit je gebieds- en gedragsanalyse van fase 1. Bespreek de mogelijke maatregelen ook tijdens het stakeholdersoverleg.

Mogelijke aanvullende maatregelen:

- Handhaving
- Aanpak van de snoeproute
- Gezamenlijke communicatie
- Convenant
- De Dagstart
- De Afvalestafette

Bepaal eerst of handhaving noodzakelijk is. Als uit de gedragsanalyse blijkt dat er sprake is van steeds dezelfde groep notoire overtreders, dan is inzet van handhaving een logische keuze. Wil je de hoeveelheid zwerfafval nog sterker verminderen, dan kun je aanvullende maatregelen nemen zoals gezamenlijke communicatie en het afsluiten van een convenant.



Tip

Wil je weten of één specifieke maatregel effect heeft? Voer niet meerdere interventies tegelijkertijd uit, maar meet na elke interventie het effect.

Handhaving

Mensen vinden het fijn als zij niet de enigen zijn die moeite doen om het schoon te houden. Ze willen hun afval netjes weggooien in de afvalbak als anderen dat ook doen. Een duidelijk handhavingssysteem helpt daarbij. Mensen die niet meewerken worden dan immers bestraft.

Maar het invoeren van (hogere) boetes leidt niet automatisch tot gedragsverandering. Verboden zijn pas effectief als er sprake is van voldoende handhaving, ofwel wanneer mensen de kans groot achten dat zij daadwerkelijk een boete ontvangen bij het overtreden van de regels. Bovendien zijn mensen minder rationeel dan ze graag denken: veel gewoontegedrag gebeurt onbewust. Het veranderen van gewoontegedrag door handhaving kost dan ook veel inspanning.

Boetes, beloningen, toezicht, optreden of informeren; er zijn verschillende manieren waarop handhaving – zowel repressief als preventief – ingezet kan worden. Denk ook aan de mogelijkheid van handhaving op de 25-meterregel voor ondernemers (zie het kader). Wil je handhaving als middel inzetten, lees dan het kennisdocument Handhaving van Nederland Schoon. Hierin staat wat handhaving is en hoe je het goed inzet. Ook geeft het document aan hoe je effectief communiceert en bevat het een concreet stappenplan.

Als je kiest voor handhaving, zorg dan ook voor een duidelijke communicatiecampagne. Mensen moeten weten wat de regels zijn, om zich er bewust aan te kunnen houden. In je communicatie-campagne combineer je de algemene schoonboodschap met voorlichting over de handhaving. Daarna volgt intensieve surveillance. Zo heeft de doelgroep eerst de tijd om de regels te leren kennen, waarna pas wordt overgegaan tot het beboeten van overtreders.

Aanpak van de snoeproute

Een snoeproute is het traject tussen scholen en supermarkten of snackbars. Deze bevinden zich vaak in een winkelgebied. Op deze routes ligt meestal veel zwerfafval. De verpakkingen van koek, frisdrank, snoep en broodjes worden maar al te vaak zonder nadenken op de grond gegooid. Onze effectieve aanpak richt zich op scholieren en andere betrokken partijen en maakt het mogelijk om het zwerfafval op de snoeproutes met maar liefst 50% te verminderen.

Kijk voor alle informatie over de aanpak van snoeproutes op onze [website](#).



Gezamenlijke communicatie

Met communicatieboodschappen kun je bezoekers extra bewegen tot het juiste gedrag. Denk aan communicatie-uitingen op afvalbakken die bedanken voor het weggooien van afval. Of het aanbrenge van prompts in de omgeving. Prompts zijn signalen die uitnodigen tot gewenst gedrag. Zoals afgebeelde voetstappen op de grond die naar de dichtstbijzijnde afvalbak leiden. Een andere optie zijn led-borden met een houd-het-schoonboodschap op verschillende hotspots (plekken met veel zwerfafval). De boodschap kun je vervolgens herhalen op andere plekken in de openbare ruimte.

Bij communicatiemaatregelen gaat het erom dat je duidelijk en positief communiceert, je eigen toewijding aan een schoon gebied laat zien en gastheerschap toont. Klanten vinden het prettig om te zien dat alle ondernemers betrokken zijn en een schoon winkelgebied belangrijk vinden, bijvoorbeeld via posters, etalagestickers of afvalbakken met een boodschap. Zij gaan zichzelf dan ook beter gedragen. Laat daarom zien dat iedereen betrokken is. Communiceer dit naar de klanten en vraag hen mee te helpen.



Tip

Ondernemers die er trots op zijn dat ze het gebied rondom hun zaak schoonhouden, kunnen dit zichtbaar maken op de digitale kaart van Nederland Schoon. Ze worden dan Supporter van Schoon. Via onze [website](#) kan je een eigen gebied aanmaken en ontvang je – tegen verzendkosten – een gratis schoonpakket.

Duidelijk en positief

Met positieve uitingen op borden of afvalbakken in winkelgebieden kun je het gedrag van bezoekers beïnvloeden. Zo geef je bezoekers een onbewust seintje om afval mee naar huis te nemen of in een bak te gooien. Om de tekst te versterken kun je gebruikmaken van een specifieke achtergrond. Bijvoorbeeld een foto van het gebied met daarop de tekst 'Samen houden we het hier schoon'. Een positieve benadering heeft bewezen meer effect dan aangeven wat niet mag. Borden en afvalbakken zijn een effectieve manier om positieve boodschappen over afval te verspreiden. Korte teksten zijn daarbij beter dan lange teksten.

Toewijding

Laat zien dat je een schoon gebied belangrijk vindt. Zorg voor een gebiedsidentiteit waardoor mensen de waarde van het gebied zien en ervaren. Denk aan logo's van het winkelgebied op posters, raamstickers of afvalbakken, al dan niet in combinatie met het beeldmerk van Supporter van Schoon. Door als beheerder van het gebied uit te stralen dat je schoon belangrijk vindt, geeft dit onbewust het signaal af aan bezoekers om afval netjes weg te gooien.



Gastheerschap

Communiceer je gastheerschap. Je geeft bezoekers daarmee het gevoel dat ze te gast zijn, waardoor ze meer verantwoordelijkheid nemen voor hun afval. Het gastheerschap kun je op verschillende manieren tonen. Denk aan welkomstborden bij de ingang met een pakkende boodschap en/of positief geformuleerde 'huisregels'.



Tip

De [webshop](#) van Nederland Schoon heeft verschillende materialen waarmee je als ondernemer laat zien dat je een schone omgeving belangrijk vindt. Denk aan posters, klikostickers en banieren. Dankzij hun standaard vormgeving creëer je bovendien een uniforme uitstraling. Die uniforme uitstraling krijg je ook als je de materialen in de kleuren van de ondernemersvereniging laat vormgeven. Daarbij kun je aangeven welke ondernemer welke bak of welk gebied heeft geadopteerd.



Tip

Communicatie wordt krachtiger door een uniforme uitstraling. Voer in het vastgestelde gebied één communicatiecampagne. Combineer deze, als het mogelijk is, met de voorlichtingscampagne over handhaving. Gebruik de [10 tips voor effectieve schooncommunicatie](#).

Convenant

Wanneer je samenwerkt met meerdere partijen om een gebied schoon te houden, kan het handig zijn met elkaar een convenant te sluiten. Daarin leg je schriftelijk een aantal afspraken vast die je hebt gemaakt. Zo is het helder wie wat doet. Een convenant kan ook publiciteit genereren: voor wethouders is het soms een mooi moment om de pers op te zoeken.

Convenanten zijn er in vele soorten en maten, de vorm hangt af van het specifieke beleid, de samenwerking en de doelen. Er is dan ook geen strikt vastgelegde vorm of inhoud van een convenant. Nederland Schoon heeft een [voorbeeldconvenant](#) opgesteld. Dit kun je aanpassen aan de eigen omstandigheden.



Tip

Als je een convenant met elkaar sluit, is er meestal een moment van ondertekening door de betrokken partijen. Gebruik dat moment voor aandacht in de media. Maak er een persbericht van waarin je de samenwerking benoemt en stuur dat naar de lokale media.

De Dagstart

Ondernemers in het winkelgebied die meedoen aan De Dagstart spreken met elkaar af om elke ochtend, op een vast tijdstip, hun stoep schoon te maken. Zo geven ze op een positieve manier invulling aan de wettelijke verplichting om 25 meter rondom hun onderneming schoon te houden (de 25-meterregel). De Dagstart draagt natuurlijk ook bij aan een schone en aantrekkelijke winkelstraat.

Wil je in je gemeente ondernemers stimuleren om aan de slag te gaan met De Dagstart?

Bekijk dan [De Dagstart 8 tips voor gemeenten.](#)



In drie stappen naar een schoner winkelgebied

Stap 1
Weten wat de waarde van een schoon winkelgebied is.
Een schoon winkelgebied heeft vele voordelen voor bezoekers, ondernemers en behouders. Dit vermindert van schoonheid ook de lokale economie. Het is de 'Schoonere Winkelgebied' verplichting.
Voor gemeenten en lokale ondernemers geldt dat een schoon winkelgebied leidt tot:

- Langere verblijfsduur (20%)
- Ernstiger gevoel van veiligheid
- Aangenamer klimaat
- Meer veiligheid (10%)
- Meer sociale cohesie
- Meer veiligheid (10%)

Een schoon winkelgebied levert niet alleen voordelen op voor consumenten en bezoekers, maar geeft ook een economische meerwaarde voor winkelaars en heeft invloed op de vangstmarkt. Vanuit deze markt en maatschappelijke verantwoordelijkheid passen, liggen hun kansen voor gemeenten, winkelaars, verenigingen en behouders.

Stap 2
In kaart brengen van de situatie
Samen maakt vaak het schoonmaken en houden van winkelgebieden is altijd een gedeelde verantwoordelijkheid. Meestal hebben de gemeente, lokale ondernemers, ondernemers, bewoners en directe omgeving en behouders (zoals buurten) een directe invloed. Het is echter lang niet altijd duidelijk welke rol en verantwoordelijkheid iedereen heeft. Ook vindt vaak nauwelijks afstemming van de werksaamheden plaats, terwijl samenwerking juist leidt tot betere oplossingen.
We gaan aan de slag met schoon in een winkelgebied, zorg dan dat in ieder geval iemand van de gemeente, een vertegenwoordiger van de ondernemers en de behouders samenwerken om dit thema te bespreken. In de meeste gevallen zijn er natuurlijk nog meer stakeholders.



De Afvalstafette

Bij de Afvalstafette gaan ondernemers in het winkelgebied aan de slag met het opschonen van een gebied of een andere opschoonactie in hun omgeving. Vervolgens dagen ze vijf collega-ondernemers in het gebied via social media (zoals Facebook) uit om ook een opschoonactie of -gebied op zich te nemen en aan te melden. Gemeenten kunnen de betrokken ondernemers vervolgens bedanken met een advertentie in de lokale krant.

Nederland Schoon heeft een Afvalstafettepakket beschikbaar met handschoenen en vuilniszakken, dat gemeenten kunnen bestellen om aan deelnemende ondernemers uit te delen. Ook is er communicatiemateriaal voorhanden om de deelname kenbaar te maken en om andere ondernemers uit te nodigen.

Waar de Dagstart een meer structurele afspraak is, kun je de Afvalstafette gebruiken als aftrap van je opschoonacties. Beide zijn goede manieren om ondernemers te betrekken bij het schoonhouden van hun straat. Kijk voor alle informatie over de Afvalstafette op onze [website](#).



Afvalstafette ondernemers

- Ondernemers ontvangen het materiaal van de gemeente
- Ondernemers komen in actie
- Ondernemers challenge andere ondernemers via Facebook
- Ondernemers houden hun eigen omgeving schoon
- Ondernemers worden bedankt door de gemeente

2.5 Maak het plan van aanpak definitief

Nadat je hebt vastgesteld wat er nodig is om de basis op orde te brengen en welke aanvullende maatregelen je eventueel wilt nemen, is het tijd om dit in een definitief plan van aanpak te zetten. Stel het plan op met alle betrokken partijen. Je beschrijft minimaal:

- de ambities;
- invulling van de basis op orde: de plaatsingscriteria voor afvalbakken, wie de eigenaar is van de afvalbak, de aanpak voor het plaatsen, legen, onderhouden en monitoren van afvalbakken;
- afspraken over participatie, communicatie en controlerondes;
- wanneer de tussenmeting plaatsvindt;
- welke aanvullende maatregelen er genomen moeten worden, als blijkt dat alleen de basis op orde brengen onvoldoende effect heeft;
- wie die aanvullende maatregelen uitvoert en wanneer dit moet gebeuren;
- afspraken over de eventuele kosten die voortvloeien uit het plan van aanpak, voor bijvoorbeeld de aanschaf van materialen en/of middelen;
- de periode waarbinnen het plan van aanpak moet worden uitgevoerd; een realistische periode bevat minimaal een jaar, want materialen moeten worden besteld en geplaatst, campagnes ontwikkeld en gedragsbeïnvloeding van bezoekers heeft ook een langere doorlooptijd.
- wie het aanspreekpunt is;
 - *Voor de gemeente:* wijs binnen de gemeente een centraal aanspreekpunt voor ondernemers aan voor de openbare ruimte van het gebied. Hierdoor kun je sneller schakelen bij vragen en praktische problemen (bijvoorbeeld overvolle bakken).
 - *Voor ondernemers:* zorg voor een duidelijk aanspreekpunt voor het beheer van het winkelgebied. Deze persoon is door bezoekers en werknemers aan te spreken en vervult een soort gastvrouw- of gastheerfunctie. Dat draagt extra bij aan een gevoel van welkom zijn en veiligheid.

De uitvoering van het plan

- Voer de afgesproken acties uit en stem ze steeds af met de buitendienst van de gemeente (als het over de openbare ruimte gaat).
- Kom op gezette tijden bij elkaar met de stakeholders om de voortgang te bespreken.
- Betrek alle ondernemers zo veel mogelijk bij het proces door ze op de hoogte te houden van de maatregelen.
- Tijdens de uitvoering kun je het plan aanpassen en, door opgedane ervaringen, nieuwe maatregelen eraan toevoegen.

Fase 3: Monitoring en evaluatie

Fase 3 Monitoring en evaluatie

- Doe een 1-meting
- Evalueer de aanpak

3.1 Doe een 1-meting

Een beleid tegen zwerfafval heeft alleen zin als je weet waar je mee bezig bent. In fase 1 hebben we een 0-meting gedaan om de hoeveelheid zwerfafval vast te stellen. We raden aan om in deze fase een 1-meting te doen. Hoeveel afval is er nu nog, waaruit bestaat het en hebben de getroffen maatregelen effect? Wat vinden bezoekers en de stakeholders ervan? Deze en veel andere vragen zijn maar op één manier te beantwoorden: monitoren. Door monitoring ontstaat inzicht en met inzicht kun je leren en verbeteren.

In het [Handboek Monitoring Zwerfafval](#) is alle beschikbare kennis over het monitoren van Zwerfafval gebundeld. Hiermee kan elke gemeente gestructureerd zwerfafval monitoren.

In dit handboek vind je:

- welke monitoringgegevens nodig zijn voor een goed basisinzicht;
- welke aanvullende metingen je kunt laten uitvoeren;
- praktische tips en adviezen.

3.2 Evalueer de aanpak

In fase 1 heb je een groep stakeholders samengesteld om de aanpak van zwerfafval tot een succes te maken. Kom na de 1-meting met de groep samen om de aanpak van zwerfafval te evalueren. Het is verstandig met de groep daarna nog op regelmatige basis bij elkaar te komen. Blijf meten en bespreek de resultaten. Zo houd je het thema zwerfafval op de agenda en kun je snel bijsturen als dat nodig is.

Benoem steeds wat er goed gaat en wat (weer) kan verbeteren aan de hand van de monitoringgegevens en de onderlinge contacten. Houd deze gesprekken op basis van feiten en niet op basis van een onderbuikgevoel. Kijk waar je elkaar kunt helpen, ga niet wijzen naar het soort verpakking of het type afval dat het meest wordt gevonden.

4. Meer informatie

Lees voor meer achtergrondinformatie over zwerfafval in winkelgebieden onze [themapagina Schone winkelgebieden](#). Hier vind je voorbeelden van hoe andere gemeenten het aanpakken en nuttige documenten die je kunt gebruiken voor de aanpak van zwerfafval in winkelgebieden. Heb je behoefte aan meer informatie? Lees dan deze documenten op de Kenniswijzer Zwerfafval van Nederland Schoon:

Kennisdocumenten

[Kennisdocument Effectmetingen. Wat kun je leren over je lokale zwerfafvalaanpak?](#)

(Nederland Schoon, 2021)

In dit kennisdocument laten we zien wat het nut is van effectmetingen bij een integrale, lokale zwerfafvalaanpak. De gemeenten Emmen en Delft zijn in 2019-2020 aan de slag gegaan met de integrale, lokale zwerfafvalaanpak van Nederland Schoon. Aan de hand van de effectmetingen gaan we in dit document in op de resultaten van hun aanpakken.

[Handboek Monitoring Zwerfafval](#) (Nederland Schoon, 2019)

In dit handboek is alle beschikbare kennis over het monitoren van zwerfafval gebundeld. Hiermee kun je gestructureerd zwerfafval monitoren.

[Monitoren van zwerfafvalaanpak](#) (nederlandschoon.nl)

Een beleid tegen zwerfafval heeft alleen zin als je weet waar je mee bezig bent. Door monitoring ontstaat inzicht en met inzicht kun je leren en verbeteren. Hier lees je hoe je dit aanpakt.

[Voorbeeldconvenant Zwerfafval](#) (Nederland Schoon, 2022)

In het Convenant Zwerfafval worden de afspraken vastgelegd tussen de gemeente, gebiedsbeheerders en het bedrijfsleven over het schoonhouden van een vooraf vastgesteld gebied.

Formulieren

[Digitaal schouwformulier winkelgebieden](#) (Nederland Schoon, 2022)

Met dit handige digitale schouwformulier kun je zelf heel eenvoudig aan de slag voor een schoon winkelgebied. Nodig betrokken partijen zoals ondernemers, ambtenaren en vastgoedbeheerders uit om samen je winkelgebied te schouwen. Zo doe je samen nieuwe inzichten op, kun je verbeterpunten identificeren en bepalen wie waarmee aan de slag kan.

[Bezoekersvragenlijst](#) (Nederland Schoon, 2023)

Vragenlijst om het gedrag en de mening van bezoekers aan winkelgebieden in kaart te brengen.

[Ondernemersvragenlijst](#) (Nederland Schoon, 2023)

Vragenlijst om het schoonhoudgedrag en de motivatie van ondernemers in winkelgebieden in kaart te brengen.

Webpagina's

[Snoeroutes voor voorkomen van zwerfafval](#) (nederlandschoon.nl)

Een snoeroute is het traject tussen scholen en supermarkten of snackbars. In die gebieden ligt vaak erg veel zwerfafval. Onze effectieve aanpak maakt het mogelijk om het zwerfafval op de snoeroutes met maar liefst 50% te verminderen.

[Afvalstafette - samenwerking tussen gemeenten en ondernemers](#) (nederlandschoon.nl)

Informatie over het opzetten van een Afvalstafette voor gemeenten en ondernemers.

Stichting Nederland Schoon
Benoordenhoutseweg 46
2596 BC Den Haag

070 304 2080
info@nederlandschoon.nl

Dit is een uitgave van Stichting Nederland Schoon - December 2022.