

Invloed op afvalscheidingsgedrag in de hoogbouw

12 veelbelovende instrumenten



VANG

HUISHOUDELIJK AFVAL

Juni 2016, update oktober 2017

Inhoud

Inleiding	3
Basisvoorzieningen.....	3
1. Doelen stellen en activeren	3
2. Persoonlijke prestatiefeedback	5
3. Attitudebeïnvloeding	6
4. Persoonlijke norm versterken	8
5. Opslag in huis faciliteren	9
6. Committering: implementatie intenties en foot-in-the-door	10
7. Versterken van de sociale norm	12
8. Sociale vergelijking	14
9. Social modeling en authority	15
10. Afstand tot inzamelpunt verkleinen (fysiek of mentaal)	16
11. Herkenbaarheid en beleving inzamelpunt verbeteren	17
12. Beloning.....	18
Aan de slag!	20

Inleiding

Eind 2014 is het VANG-Huishoudelijk Afval project *Verbeteren afvalscheiding in de hoogbouw* gestart. Doelstelling van dit project is om inzicht te krijgen wat gedragsbepalende factoren zijn voor afvalscheiding, wanneer welke factoren van belang zijn, en welke interventies gemeenten wanneer kunnen toepassen om meer huishoudelijk afval als grondstof in te verzamelen bij stedelijke hoogbouw. Voor een uitgebreide toelichting op het project wordt verwezen naar <http://www.vang-hha.nl/kennisbibliotheek/@153312/onderzoeksdesign/>.

Eind 2015 zijn twaalf instrumenten geselecteerd. Dit betreft bepaalde technieken/principes die veelbelovend lijken om het scheidingsgedrag van burgers in de hoogbouw positief te beïnvloeden. Bepaalde combinaties van deze instrumenten zullen in 2016 en 2017 worden beproefd in pilots (studies) in diverse grote steden. Deze publicatie is bedoeld om de kennis over hoe deze instrumenten kunnen worden toegepast reeds beschikbaar te maken voor andere gemeenten. Deze instrumenten zijn toepasbaar in elke situatie omtrent afvalscheiding, dus niet alleen voor hoogbouw.

Voor een goede toepassing van onderstaande instrumenten kan het raadzaam zijn gespecialiseerde ondersteuning in te roepen.

Basisvoorzieningen

Om de instrumenten te kunnen toetsen, is in het hoogbouwproject voorzien in een set van basisvoorzieningen. Deze zorgen er voor dat het gewenste scheidingsgedrag in principe vertoond kan worden. Het gaat dan om het volgende:

- 1) Brief met toelichting op eventuele veranderingen in de voorzieningen en een korte uitleg van het waarom, het belang van afvalscheiding (milieu, recycling, afval=grondstof, minder afvalverbranding, resulterend in nieuwe grondstoffen en toekomstige lagere afvalstoffenheffing), verwijzing naar een site waar men informatie kan vinden over afvalscheiding in de betreffende gemeente.
- 2) Flyer in bijlage van de brief met scheidingsinstructies, welke stromen wordt men geacht te scheiden en waar kan men die kwijt.
- 3) Verzamelcontainers voor de diverse stromen die goed zichtbaar en vindbaar zijn, op logische plekken staan, goed bereikbaar zijn, goed functioneren, er netjes uit zien en waarvan duidelijk is voor welke stroom ze bedoeld zijn.

Hieronder volgt een toelichting op de gedragsinstrumenten zoals die voor de hoogbouwpijots zijn voorzien. Zoals gezegd zijn het interessante, breed toepasbare instrumenten om burgers te motiveren en te faciliteren hun afval beter te gaan scheiden.

1. Doelen stellen en activeren

In dit instrument is het kernidee mensen te motiveren en zelf gestelde doelen te verbinden aan het scheidingsgedrag. Hierbij dient bij voorkeur gebruik te worden gemaakt van een persoonlijke benadering. Een buurtvoorlichter of afvalcoach gaat dan langs de deuren om samen met de bewoners persoonlijke afvaldoelen op te stellen. Van belang is dat degene die

langs de deur gaat “anschluss” heeft bij de bewoners: die zouden zich moeten herkennen in degene die langs komt. Dat verkleint de kans op weerstand bij bewoners. Voor dit persoonlijke bezoek zijn scripts beschikbaar. In het script staat bijvoorbeeld dat de buurtvoorlichter aan de bewoners de vraag moet stellen of zij het scheiden van hun afval belangrijk vinden (het is effectief om mensen dit uit te laten spreken), hoe de doelen samen met de bewoners moeten worden opgesteld en een instructie voor het aanbieden van een sticker, een cue om de bewoners herhaaldelijk te herinneren aan hun doelen.

Bij het laten opstellen van de doelen kun je de bewoner de keuze geven om dat voor verschillende stromen te doen. Bij elke stroom wordt gevraagd hoe men het huidige scheidingsniveau inschat en wat het doelniveau is, beide in kwalitatieve termen, als meerkeuzevraag, bijvoorbeeld:

‘Ik scheid xxx op dit moment niet/nauwelijks/best aardig/goed/perfect.

En mijn doel is om xxx niet/nauwelijks/best aardig/goed/perfect te scheiden.’

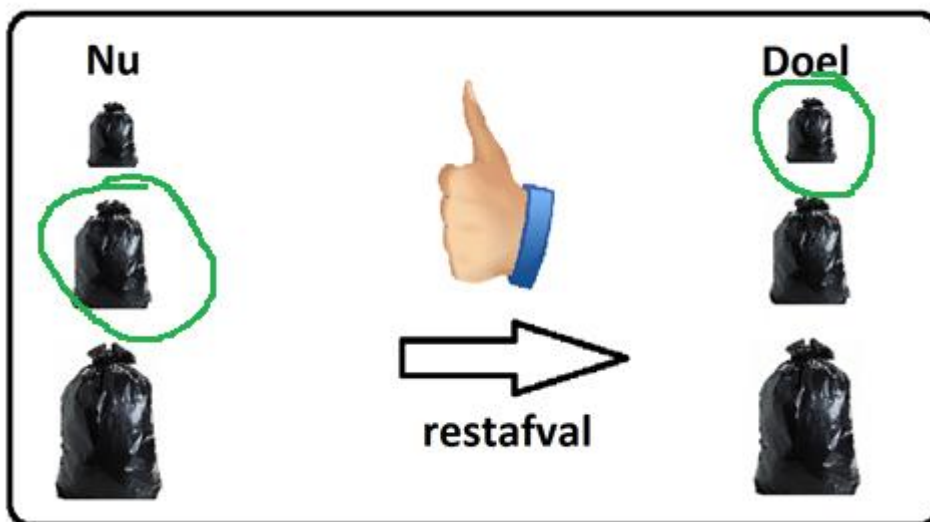
Voor het restafval zou de formulering kunnen zijn:

‘Ik heb op dit moment x en mijn doel is y.’

Om de niveaus voor restafval te duiden kunnen de volgende keuzes gebruikt worden.

- veel (ca 8 kilo/week pp, ca twee zakken per persoon)
- gemiddeld (ca 5 kilo/week pp, een zak per persoon)
- weinig (ca 3 kilo/week pp, 1 zak in twee weken per persoon)
- heel weinig (ca 1 kilo/week pp, 1 zak in vier weken pp).

Je zou ook kunnen kiezen voor een meer visuele weergave, waarbij men het huidige en doelniveau kan omcirkelen. Hieronder een voorbeeld met drie niveaus.



Voor het activeren van de gestelde doelen wordt een *cue* gebruikt: een zichtbaar beeld in de woning waardoor een bewoner aan zijn of haar doel(en) herinnerd wordt. Een mogelijke *cue* is een (verwijderbare) sticker met een afbeelding zoals hierboven of een variant met bijvoorbeeld GFT-afval. Deze sticker wordt tijdens het persoonlijke bezoek aangeboden en

opgehangen in de woning waar de afvalscheidingshandelingen behorend bij de verschillende afvalstromen worden uitgevoerd.

2. Persoonlijke prestatiefeedback

Het kernidee in dit instrument is mensen te motiveren hun afval goed te laten scheiden door hen regelmatig te laten weten hoe zij presteren. Bewoners worden daartoe bijvoorbeeld op wekelijkse basis geïnformeerd over hun afvalprestaties. Bij deze vorm van feedback wordt de prestatie vergeleken met een eigen, persoonlijke baseline, een startniveau dat bij voorkeur door een meting is vastgelegd.

Het project wordt door buurtvoorlichters (of afvalcoach) persoonlijk bij bewoners geïntroduceerd. Voor deze introductie wordt gebruik gemaakt van een script dat zo is opgesteld dat het medewerking van de bewoners stimuleert. Het script bevat een introducerende tekst in positieve bewoordingen en een korte uitleg over wat de bedoeling is. Ook wordt gevraagd naar de wijze waarop de bewoner de feedback wenst te ontvangen. Een voorbeeldscript is beschikbaar.

Na het persoonlijke bezoek wordt de feedback wekelijks gecommuniceerd, via een nader te bepalen middel, bij voorkeur het door iedere bewoner aangegeven middel. De feedback die bewoners vervolgens ontvangen bestaat uit een combinatie van vorige prestatie en huidige prestatie, in tekst, cijfers en/of symbolen. Denk bijvoorbeeld aan: ‘U heeft 1,2 kilo GFT-afval meer gescheiden dan vorige week’.

Hierbij is het belangrijk om niet enkel te kijken naar vooruitgang. Mensen die aan het begin van de interventie hun afval al goed scheiden en zich niet verder verbeteren, ontvangen nog steeds positieve feedback. Het is dus belangrijk om zowel naar de absolute prestatie (het was goed, het blijft goed) als naar de relatieve prestatie (het was niet goed, het is nu beter) te kijken bij het geven van feedback.

Tekst wordt als volgt vormgegeven:

‘U heeft [x] kilo restafval aangeleverd. Dat is een uitstekende/goede/redelijke/matige prestatie’ (met de bijbehorende smiley).

Ten opzichte van vorige week heeft u [x] kilo ([z] procent) restafval meer/minder aangeleverd’ (met smiley).’

Bij een matige en/of verslechterde prestatie: ‘Wist u dat..’ [een tip]. De tip heeft altijd een positieve inleiding: ‘Misschien had je deze week een feestje of een andere reden voor extra restafval. Er is helaas een sterke toename in het restafval te zien, zonde! Een tip om restafval te verminderen is..’ Naast de tip adviseren we om bij een rode smiley ook altijd een telefoonnummer te vermelden met de tekst: ‘Als u meer tips wilt over het scheiden van afval, dan kunt u bellen met...’.

Voor de cijfers kunnen verschillende maten gebruikt worden: bijvoorbeeld kilo’s (of andere eenheden) restafval, het persoonlijke verschil met vorige weken, percentages en door een oordeel te geven van de absolute prestatie (matig/goed/uitstekend). Welke maten gebruikt worden is afhankelijk van de toegepaste meetmethode. Voor dit instrument is het dus wel noodzakelijk op individueel niveau te meten, frequentie en bij voorkeur ook gewicht.

Feedback in symbolen kan gegeven worden in de vorm van smiley's (blij, neutraal of triest) en door het gebruik van de kleuren groen, oranje en rood.



Wel is het de bedoeling deze feedback zoveel mogelijk positief te houden. Iemand die enkel trieste, rode smiley's ziet raakt misschien gedemotiveerd en haakt af. Om dat te voorkomen laten we vooral progressie zien. Als iemand toch een rode smiley getoond krijgt, wordt zoals al aangegeven daarbij altijd een aanmoediging gegeven en een handelingsperspectief, bijvoorbeeld in de vorm van een praktische tip.

3. Attitudebeïnvloeding

Een attitude/houding is een gevolg van een evaluatief oordeel/gevoel (goed/slecht, positief/negatief, niet interessant), bijvoorbeeld over het nut van afvalscheiding (alles belandt toch weer bij elkaar en wordt verbrand), de moeite die er voor gedaan moet worden (kost veel tijd, is onhandig, is zwaar sjouwen), de neveneffecten van afvalscheiding (stank, vliegjes, ruimtebeslag in huis, troep in huis) of de gemeente (vooroordeel over ambtenaren, heb ik nog een appeltje mee te schillen, willen altijd geld van je). Deze oordelen kunnen gebaseerd zijn op juiste of onjuiste informatie/aannames, eigen ervaringen of verhalen van anderen. Negatieve attitudes zorgen voor weerstand en belemmeren/demotiveren het gewenste gedrag.

Om zicht te krijgen op de belangrijkste attitudes in een buurt kun je een klein vooronderzoek/enquête (liefst persoonlijk, face-to-face) uitvoeren met enkele vragen. Open vragen zijn bijvoorbeeld:

‘Wat vindt u van afvalscheiding?’

‘Wat denkt u dat er met de gescheiden stromen gebeurt?’

En een meerkeuzevraag om gewenste communicatiekanalen in beeld te krijgen:

‘Op welke wijze zou u af en toe geïnformeerd willen worden over het nut van afvalscheiding?’ (brief, wijkkrant, posters in de flat, sms, app, email).

Met deze vraagstelling omzeilen we de vraag OF men geïnformeerd wil worden. Uiteraard kunnen mensen alsnog aangeven dat ze niet geïnformeerd willen worden.

Om de attitude positief te beïnvloeden, worden bewoners, op basis van de resultaten van het vooronderzoek, via de door hen aangegeven kanalen geïnformeerd over:

- Wat doen wij (gemeente) met uw afval? Tonen tekstbeelden/filmpje van route van scheiden in huis, inzameling (liefst met beelden van de lokale faciliteiten), transport/tussenopslag/transport, verwerking, ontstaan nieuwe grondstoffen, verwerking tot producten. Samengevat: Uw afval=grondstof.

- Wat gebeurt er als we niet scheiden? Tonen route en gevolgen van niet-scheiden: verbranding, storten, eventueel ook zwerfafval/plastic soep beelden (dode vogel, zeehond, emotie!). Boodschap: uw bijdrage is van belang!

In beide gevallen is aansprekend tekst- en beeldmateriaal nodig, zoals posters, digitale beelden, videofilmpjes en deurhangers. Enkele voorbeelden staan hieronder.



Filmpjes:

<https://www.youtube.com/watch?v=g1-baf4yXg4> (glas)

<https://www.youtube.com/watch?v=FBDdFQrYVxM> (GFT)

<https://www.youtube.com/watch?v=OYHdbq1a6jw> (papier)

<https://www.youtube.com/watch?v=CPY7T89tMWE> (kunststof)

<https://www.youtube.com/watch?v=MoOF2OdfC2I> (PMD)

Effectieve locaties voor teksten en beelden zijn: lift, galerij, portiek, ingang/uitgang, postvakken etc. Om de goede locaties te identificeren kun je ter plekke de “journey” van bewoners maken, de dagelijkse gang: wat doet men bij het verlaten van de woning, waar komt men langs, waar staat men stil, waar kijkt men naar.

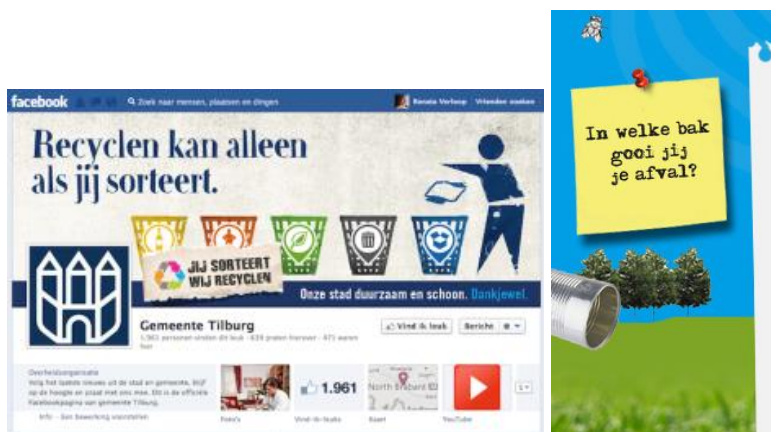
Een aanvullende optie is om aan de start van of tijdens het project lokale demonstraties te organiseren. Hiervan gaat een groot motiverend effect uit omdat het nut van afvalscheiding “multimodaal” duidelijk wordt gemaakt. Voor plastic zou mbv de ingezamelde plastic en een 3D-printer bijvoorbeeld wat hebbedingetjes voor de jeugd kunnen worden gemaakt. Voor GFT is dat dan compostering, al of niet in combinatie met vergisting en/of toepassing van wormenbakken. Indien de locatie zich hiervoor leent, zou de GFT-verwerking een structureel

karakter kunnen krijgen: buurtcomposteren. Bewoners pakken dan, gevraagd of op eigen initiatief, het beheer op van de verwerking: participatie. Vanuit de gemeente kan dan bijvoorbeeld een (reeds bestaande) opleiding tot compostmeester aangeboden wordt.

Een andere manier om te zorgen dat men de informatie over afvalscheiding tot zich neemt is een wedstrijd of prijsvraag te organiseren.

4. Persoonlijke norm versterken

Communicatie over scheiding bij de bron maakt bewoners duidelijk dat het zowel om diverse milieutechnische als financiële redenen belangrijk is dat zij hun afval scheiden en dat dit alleen werkt indien bewoners dat massaal en accuraat doen. De boodschap is met andere woorden: het succes van bij de bron scheiden hangt af van de persoonlijke bijdrage van iedere burger.



Om de bewoners op het moment van afvalscheiding aan deze norm en morele verplichting te herinneren, wordt deze boodschap via diverse kanalen verspreid, bijvoorbeeld door het sturen van een brief, het uitdelen van deurhanger of sleutelhangers, Whatsapps en het versturen van e-mails. Daarnaast kan een spiegelkje worden geplaatst bij de afvalbakken om de persoonlijke norm te versterken ('ja, dit doe jij').

In de communicatie kan aanvullend gebruik gemaakt worden van het instrument "altercasting": door mensen een bepaalde nobele sociale rol toe te kennen, zijn zij geneigd zich in lijn met deze rol te gaan voelen en gedragen. Sociale rollen die bij scheidingsgedrag bijvoorbeeld gebruikt kunnen worden zijn beheerder van moeder aarde ten opzichte van kinderen, een bewuste goede burger, burgerplicht/maatschappelijke verantwoordelijkheid, een superscheider, grondstoffheld etc. Een voorbeeld van een tekst is: 'Omdat jij een bijdrage levert, ontstaat er minder afval en wordt er meer gerecycled. En dat is goed voor iedereen' of 'Als goede burger draag je een steentje bij'.



Kanttekening bij “altercasting” is dat de juiste rol geactiveerd moet worden en dat die rol ook als zodanig door de doelgroep geaccepteerd moet worden. Als dit niet het geval is, bestaat de mogelijkheid dat de techniek juist het tegenovergestelde triggert, waardoor juist een conservatiever (meerderheids)standpunt wordt ingenomen in plaats van de beoogde rol. Ga daarom eerst goed na hoe groot de kans is dat de beoogde rol ook daadwerkelijk wordt geaccepteerd.

Daarnaast kan er (in lichte vorm) ook gebruik gemaakt worden van het instrument “self persuasion”, door in de communicatie te vragen: ‘Wat zijn uw redenen om bij te dragen aan afval scheiden?’. Deze vraag zou je versterkt kunnen laten landen door er een wedstrijd aan te koppelen.

5. Opslag in huis faciliteren

Dit instrument heeft als kernidee het mogelijk maken, faciliteren van de eerste fase van het scheidingsgedrag: het apart houden van afvalstromen op de plaats waar ze ontstaan. Het gaat hierbij om handige, makkelijke hulpmiddelen voor tijdelijke opslag en transport naar de verzamelcontainer. Bakken of bakjes, al of niet met een makkelijk sluitbare zak, die qua grootte goed inpasbaar zijn, met name in de keuken. Het is belangrijk dat de hulpmiddelen geen afbreuk doen (of zelfs een positieve waarde geven) aan het uiterlijk van de keuken, stank en viezigheid voorkomen en goed transporteerbaar en makkelijk reinigbaar zijn. Er zijn diverse soorten hulpmiddelen beschikbaar, zoals een stand-alone modulair systeem met verschillende vakjes voor GFT, papier, plastic en glas, een inbouwvariant daarvan voor in keukenkastjes en losse bakjes voor op het aanrecht. Enkele voorbeelden:



Kleuren, symbolen en teksten kunnen helpen om duidelijk te maken welk type afval in welke bak hoort. Hiervoor is een richtlijn beschikbaar: <http://www.vang-hha.nl/nieuws-achtergronden/2017/pictogrammen/>

In deze richtlijn staan bijvoorbeeld de volgende afbeeldingen.



Het hulpmiddel voor afvalscheiding in huis kan met een begeleidende brief worden opgestuurd naar de bewoners, al of niet voorafgegaan door het laten maken van een keuze. Voorkeur heeft echter het persoonlijk aan te bieden door iemand langs de deuren te laten gaan. Voor het persoonlijke bezoek wordt gebruik gemaakt van een script. Het script is bedoeld voor de buurtvoorlichter en beschrijft stap voor stap wat hij/zij tijdens het bezoek tegen de bewoners moet zeggen en vragen. Een krachtig element van de aanpak kan zijn het geven van een keuze. Dit verhoogt sterk de kans op acceptatie van het hulpmiddel. Zoals ook het geven van de mogelijkheid tot personalisatie, bijvoorbeeld met een door de bewoners zelf gekozen positieve aanmoedigende sticker, bijvoorbeeld in de vorm van een tekst, smiley of duimpje. Op de hulpmiddelen kan ook een instructie voor het scheiden van afval worden geplaatst, waarmee voorzien wordt in scheidingskennis.

6. Committing: implementatie intenties en foot-in-the-door

Door bewoners zich op een of andere manier (publiek) positief uit te laten spreken over hun scheidingsgedrag/voornemens (committing) wordt een sterke motivering voor dat gedrag verkregen. Twee vormen van committing zijn implementatie intenties en foot-in-the-door.

Implementatie intenties helpen bij het creëren van nieuw gewoontegedrag. Het zijn concrete doelgedragingen die geformuleerd zijn als 'als-dan' statements.



De bedoeling is dat bewoners deze implementatie intenties zelf formuleren. Bij voorkeur wordt gebruik gemaakt van een persoonlijke benadering, iemand die langs de deuren gaat om dit samen met de bewoners te doen en de implementatie intenties op een kaart te schrijven. Het is van belang dat personen die langs de deur gaan bij bewoners de juiste uitstraling en vaardigheden hebben. Een script en training kunnen bijdragen aan een eenvormige uitvoering van de persoonlijke benadering.

Een alternatief is het gebruik van een website voor het invullen van de implementatie intenties. Bijvoorbeeld voor als bewoners niet thuis zijn. In dat geval zouden kaartjes door de brievenbus gedaan kunnen worden die verwijzen naar de website. De respons hierop is vaak niet erg groot.

Voor zowel het schrijven van de implementatie intenties op de kaarten als het invullen hiervan op de website is het van belang een format op te stellen waarbij een specifieke situatie en concreet gedrag kan worden ingevuld. Op die manier wordt ervoor gezorgd dat bewoners de implementatie intentie-structuur volgen. Een voorbeeld van een format is

‘Als ik, dan doe ik mijn [x-afval] in de daarvoor bestemde bak.’

Ook kunnen voorbeelden van goed geformuleerde implementatie intenties gegeven worden, zoals "als ik mijn aardappelen heb geschild, dan gooi ik de schillen in de GFT-bak". Daarnaast is het belangrijk om rekening te houden met het feit dat de verschillende afvalstromen verschillende gedragingen vereisen. Daarom worden de implementatie intenties bij voorkeur per afvalstroom geformuleerd. De kaartjes waarop ze deze invullen kunnen eventueel worden ingeleverd of teruggestuurd. Bewoners ontvangen vervolgens een (magneet)sticker die zij thuis op kunnen plakken als *cue*. Deze sticker kunnen zij dan op een plek in huis plaatsen die relevant is voor hun implementatie intentie, zodat zij hier op het juiste moment weer aan herinnerd worden.

Bij **foot-in-the-door** wordt aan mensen eerst een klein verzoek gedaan waar men het makkelijk mee eens is en ja op zegt. Wanneer vervolgens gedrag gevraagd wordt dat in lijn is met het eerdere kleinere verzoek, is men geneigd daar ook positief op in te gaan. Deze techniek wordt ook wel “kleine a, grote b” genoemd. Mensen hebben de neiging consistent te zijn, met name als hun omgeving ziet waar zij zich aan gecommitteerd hebben. Op deze manier worden ze door anderen en zichzelf als betrouwbaar gezien.

De kunst is dus om mensen eerst ‘ja’ te laten zeggen op een klein verzoek dat gerelateerd is aan afvalscheiding, waardoor men zichzelf (al of niet bewust) als een behulpzame of maatschappelijk bewuste burger gaat zien. Om vervolgens op een slimme manier daaraan te appelleren met een verzoek tot het gewenste scheidingsgedrag.

Het kleine verzoek kan inhouden dat je via een buurtbevraging mensen bijvoorbeeld vraagt of zij voor recycling van afval zijn. En of ze dat via een bescheiden bordje of sticker op de deur of voor het raam kenbaar willen maken. Bijvoorbeeld:



Aanvullend kan ook een handtekening gevraagd worden. Op een site of andere media kunnen de verzamelde handtekeningen publiek gemaakt worden.

Vervolgens kan dit symbool gebruikt worden in communicatie waarin mensen verzocht worden om hun afval te scheiden. Dit zal een aanzienlijke responsverbetering opleveren.

7. Versterken van de sociale norm

Mensen laten zich sturen door het gedrag van (veel) anderen. De vuistregel die we (bewust of onbewust) gebruiken is 'als veel anderen het doen, zal het wel goed zijn'. We kunnen dit principe inzetten door te communiceren wat de meeste mensen/veel mensen doen. Daarbij is het natuurlijk wel van belang dat je dat ook daadwerkelijk aan kunt tonen of ergens op kunt baseren.

Om mensen (onbewust) te motiveren tot het gewenste scheidingsgedrag kun je dus aangeven dat de meeste/veel mensen dat al doen. Dat kan bijvoorbeeld met een soort teller of thermometer die aangeeft hoeveel bewoners in de flat meedoen aan het goed scheiden van hun afval. Dit kan op verschillende manieren worden vergezeld van een interpretatie van wat de teller aangeeft. Bijvoorbeeld door een smiley die steeds blijer wordt naarmate er meer gescheiden wordt (feedback) of tekstuele informatie, zoals

“de meeste bewoners/x procent van uw medebewoners vinden/vindt afval scheiden belangrijk”

of, nog krachtiger:

“de meeste/x procent van uw medebewoners scheiden hun afval”.

Uiteraard moet dit onderbouwd zijn. Door middel van een klein vooronderzoek onder de bewoners kan de startsituatie in kaart worden gebracht. In dit onderzoek is het van belang zowel te vragen naar de mening over afvalscheiding als het daadwerkelijke gedrag. Bij de mening zal wellicht makkelijker een groot percentage positieve respondenten gehaald worden. Dat zou dan in eerste instantie gebruikt kunnen worden.

Mensen die in dit onderzoek aangeven dat zij hun afval scheiden, kan gevraagd worden om op een grote poster hun naam en handtekening te zetten zodat deze in de hal kan worden opgehangen. Door dit te doen wordt aan de bewoners duidelijk gemaakt dat het de norm is om je afval te scheiden en wordt al of niet bewust commitment gekweekt bij anderen.

Indien in de flat nog geen meerderheid is geconstateerd die positief staat tegenover afvalscheiding of daadwerkelijk aan afvalscheiding doet, zou je kunnen beginnen met “De

meeste mensen in Nederland...”, of zo mogelijk verder inzoomen tot op stad- of postcodeniveau. Hoe nabijer de norm, des te meer effect hij heeft op gedrag.

Indien uit metingen op een gegeven moment blijkt dat de meerderheid van de bewoners meedoet, wordt de communicatie verrijkt/versterkt met het aantal bewoners dat daadwerkelijk afval scheidt en zelfs de hoeveelheden gescheiden afval die zijn ingezameld (bijvoorbeeld kilo's papier, plastic en GFT-afval). Dit kan door een aantal keer per brief, sms, app of e-mail een update naar de bewoners te sturen met het aantal afvalscheiders, de hoeveelheid gescheiden afval en een smiley.

NB: Aangeraden wordt om met een vooronderzoek iets te weten te komen over de zgn “belief”: welke verwachtingen heeft men als het gaat om het scheidingsgedrag van anderen. Dat bepaalt namelijk hoe een gecommuniceerd percentage geïnterpreteerd wordt. Als men bijvoorbeeld verwacht dat 80% van de medebewoners hun afval goed scheidt en het blijkt 60% te zijn, dan is het risicovol dit percentage te communiceren: men zal het als tegenvallend interpreteren, wat demotiverend zal werken op het eigen scheidingsgedrag.

Op basis van de metingen wordt bepaald wanneer een update van de uitingen over aantallen scheiders en/of hoeveelheden wenselijk is. Het verschil tussen deze aantallen moet namelijk wel aanduiden dat daadwerkelijk steeds meer mensen afval scheiden.

Daarnaast zouden in de flathal of in de lift foto's van bewoners met naam en huisnummer kunnen worden opgehangen met daarbij korte statements waarin zij aangeven dat zij het belangrijk vinden om hun afval te scheiden en waarom. Hieraan zou een real-life ‘vind ik leuk’ actie gekoppeld kunnen worden door bewoners stickers met teksten als “goed bezig!”, “ga ik ook doen!”, “ik doe mee!” etc. erop aan te bieden die bij de foto's met statements geplakt kunnen worden.

Onderstaand een aantal mogelijkheden voor posters/foto's. Deze zouden idealiter specifiek op de betreffende situatie toegesneden moeten worden. Het bieden van een ‘doorkijkje’ in hoeveel er al in de container zit kan ook een sterke sociale norm uitdragen.



8. Sociale vergelijking

In dit instrument wil je mensen motiveren door hun gedrag te vergelijken met anderen, bij voorkeur de groep waarmee men zich verwant voelt. En die natuurlijk het gewenste gedrag vertonen. Bewoners dienen hierbij regelmatig (wekelijks, maandelijks) vergelijkende en stimulerende feedback te krijgen. Daarbij gaat het om informatie over hun eigen resultaat ten opzichte van het/een resultaat van de rest van de bewoners. Deze feedback kan net zoals de persoonlijke prestatiefeedback aangeboden worden via een app, brief, sms of e-mail.

Ook bij deze vorm van feedback gaat de eerste keer iemand langs de deuren om bewoners een introductie te geven, hen te overtuigen mee te doen en te vragen op welke wijze zij de feedback willen ontvangen.

Er zijn verschillende mogelijkheden om deze vergelijkende feedback vorm te geven. De prestatie van de bewoner kan bijvoorbeeld worden aangegeven met een indicatie van het percentiel (hoeveel procent scoort beter/slechter dan de bewoner in kwestie). Een andere optie is om aan te geven wat het resultaat van de bewoner is ten opzichte van het gemiddelde. In beide gevallen is het zaak om de vergelijkingen in relatie tot de eigen prestatie te houden.

Op basis van de positie van de prestatie in de totale prestatieverdeling wordt per deelnemer per stroom de feedback gegeven. Zowel tekst als een smiley worden ter ondersteuning ingezet. Daarbij wordt de positie in de verdeling vertaald naar een kwalitatief oordeel:

Voor restafval:

“Het lijkt er op dat u afgelopen week veel minder/minder/net zo veel/meer ongescheiden restafval had dan de meeste medebewoners van uw flat”

Indien er recyclestromen gemeten worden:

“Het lijkt er op dat u afgelopen week stroom [x] veel beter/beter/net zo goed/minder goed gescheiden heeft dan de meeste medebewoners van uw flat.”

De constatering kan bekrachtigd worden door een smiley.



Nog krachtiger is om te vergelijken met een specifiek vergelijkbaar (maar anoniem) ander huishouden in de flat. In combinatie met een vergelijking met ‘de beste 10% van de huishoudens vergelijkbaar met het uwe’ en het gemiddelde van alle huishoudens biedt dit competitie, perspectief op verbetering, en een ondergrens. Bijvoorbeeld:

“U leverde deze maand 35 kilo restafval in. Een vergelijkbaar tweepersoonshuishouden uit uw flat leverde deze maand 32 kilo in.

De beste 10% leverden 24 kilo in.

Het gemiddelde van alle tweepersoonshuishoudens in Arnhem was 48 kilo.”

Bij minder goed presteren wordt een tip/handelingsperspectief gegeven: ‘Wist u dat..’ Naast de tip bieden we bij een rode smiley ook altijd een telefoonnummer met de tekst: ‘Als u meer tips wilt over het scheiden van afval, dan kunt u bellen met..’.

Indien de hele flat sterk presteert en het gemiddelde niveau dus hoog is, wordt ook de ‘net zo goed’ smiley een blij/groene, om demotivatie te voorkomen. Niet alleen de verandering maar ook het absolute prestatieniveau speelt dus een rol in de wijze van feedback.

9. Social modeling en authority

De kern van dit instrument is dat mensen onbewust gemotiveerd raken door hen te laten zien dat en hoe anderen afval scheiden, dat die anderen daar trots op zijn en daarvoor gewaardeerd worden. Extra effectief wordt het als daarbij personen, modellen worden gekozen die lijken op, gerelateerd zijn aan de bewoners, waar men zich in herkent en waar men zich positief mee associeert. Hieronder een voorbeeld van de NS op het in aanbouw zijnde nieuwe centraal station Utrecht. Met positieve uitspraken probeert men het verbouwingsongemak te verzachten en de beleving dus positief te beïnvloeden.



Social modeling kan versterkt worden door gebruik van het instrument Authority. Daarbij worden in de communicatie mensen gebruikt die de bewoners kennen en waar ze respect voor hebben. Wie deze personen in de desbetreffende wijken zijn, kan achterhaald worden door middel van een vooronderzoek, waarbij doormiddel van vragen als ‘wie in de buurt vind jij een voorbeeld?’ en ‘voor wie in jouw omgeving heb je veel waardering en respect?’ achterhaald wordt wie de autoriteitsfiguren in de buurt zijn. Hierbij kan bijvoorbeeld gedacht worden aan een leraar van een school waar kinderen uit de flat naar toe gaan, een imam, een wijkcontactpersoon van de gemeente, een voorzitter van de buurtvereniging, een winkelier met uitstraling, een contactpersoon van de woningbouwvereniging etc.

Wanneer er personen als sociaal model geselecteerd zijn, is het van belang hen te committeren en hen te overtuigen en faciliteren om vanaf dat moment hun afval goed te scheiden indien zij dat nog niet (goed) doen. Het is namelijk de bedoeling dat deze mensen een soort ambassadeurs worden en een rol gaan spelen in communicatiemateriaal zoals foto's en filmpjes. Deze kunnen verspreid worden via social media of een scherm in de flat, in de lift of in de hal van de flat. In het materiaal spreken de modellen zich duidelijk en positief uit het belang van afval scheiden. Van belang is ook dat ze daadwerkelijk het gewenste gedrag laten zien, de handeling. Enkele voorbeelden staan hieronder.



10. Afstand tot inzamelpunt verkleinen (fysiek of mentaal)

Het verkleinen van de fysieke afstand tot de verzamelcontainers is mogelijk als verzamelcontainers nog geplaatst moeten worden of als het bovengrondse containers betreft die verplaatst kunnen worden. In dat geval stellen we voor “omgekeerd inzamelen” toe te passen door de grondstofcontainers net iets dichterbij te plaatsen, en daardoor makkelijker bereikbaar te maken, dan de restafvalcontainers.

Indien er sprake is van een galerij, zou op of aan het einde van de galerij een inzaamvoorziening voor recyclebare stromen gemaakt kunnen worden. Die moet dan wel logistiek aansluiten bij de rest van het systeem.

De mentale afstand kun je op verschillende manieren verkleinen:

1. op bepaalde passeer- en wachtpunten op de route van bewoners van de woningen naar de verzamelcontainers kun je het beeld (foto, poster) van de verzamelcontainers aangegeven met daarbij de afstand tot de containers. Bijvoorbeeld “nog maar 10 stappen naar de container”. Leuk alternatief: “nog maar 15 kcalorieën naar de container”.
2. aanstelling en bekendmaking van een afvalscheidingscoach of recycle-assistent die bewoners voorlicht, de inzaamlocatie schoonhoudt en ook op verzoek bewoners helpt bij de ontdoening. Indien dit iemand uit de betreffende hoogbouw of buurt is (met de gewenste competenties), maakt dit het instrument sterker.
3. Voetstapjes in de vorm van de inzaamstroom of producten en naar de goede bakken, in een kleur die geassocieerd wordt met de betreffende afvalstroom (nudging, zie foto)



11. Herkenbaarheid en beleving inzamelpunt verbeteren

Het gaat hierbij om verhoging van de opvallendheid van het inzamelpunt enerzijds en een positieve beleving van het inzamelpunt bij waarneming. Dit draagt met name bij aan de motivatie om er gebruik van te maken. Een opvallend inzamelpunt met een positieve uitstraling werkt als een sterke prime voor het scheiden van afval.

Indien gebruik gemaakt wordt van hulpmiddelen voor tijdelijke opslag in huis, sluiten kleur en vorm van deze hulpmiddelen bij voorkeur aan bij die van de betreffende inzamelcontainer. Hieronder een voorbeeld.



Om de inzamellocatie tot een prettige (beleefde) plek te maken, met een mooi woord “placemaking”. Dat kan bijvoorbeeld door verzorgde verharding, containers in mooie, strakke kleuren (bij voorkeur met een associatie met de betreffende afvalstromen), bloemen-/plantenbakken om de verzamelcontainers, bankjes, parkeergelegenheid, free wifi, borden met foto’s en tekst van gewenste materiaalstromen en tot welke grondstoffen en producten deze kunnen worden verwerkt. Sterk is ook om aan de locatie eigenaarschap te verbinden door herkenbare naamgeving, bijvoorbeeld “Grondstoffendepot <flat, buurt>”. Een leuke naam verzinnen is ook iets dat mooi met de buurt of flat kan worden opgepakt. Indien bekend is of verkend wordt wat eventuele aanvullende wensen van de buurt zijn, zoals een speeltoestel, zou hieraan gehoor gegeven kunnen worden nabij de inzamellocatie. Dit zal dan extra (onbewuste) motivatie opleveren.



De beleving zou ook versterkt kunnen worden door adoptie van de locatie door een bewoner van de betreffende hoogbouw. Eventueel in eerste instantie iemand vanuit de gemeente, die als extra opdracht meekrijgt om een adoptant vanuit de betreffende hoogbouw te vinden en te rekruteren.

De beleving van de containers kan verder verhoogd worden door toepassing van antropomorfisme, de container “tot leven brengen”, pimpen/wrappen als een bepaalde figuur, horend bij een bepaalde materiaalstroom, bijvoorbeeld de plastic hero, compostcompaan,



papierpapa, glasgladiool. Deze figuur kun je terug laten komen in posters waarmee de bewoners opgeroepen worden tot scheidingsgedrag: gebruik me, voed me, ik zorg dat er ... (grondstoffen, producten) worden gemaakt van uw ... (materiaalstroom), of iets dergelijks.

De betrokkenheid kan ook verhoogd worden door bewoners een mogelijkheid te geven misstanden of storingen te melden of gewoon informatie te vragen. Bijvoorbeeld door bij de inzamellocatie aan te geven dat er iemand wie kan worden gebeld, gemaild of geappt. Dit zouden de contactgegevens van de eventuele adoptant kunnen zijn.

12. Beloning

Belonen is een vorm van extrinsieke motivatie: prikkels van buiten (geld, kadootjes, punten, complimentjes) zorgen voor de motivatie. De uitdaging bij dit instrument is er voor te zorgen dat de extrinsieke motivatie gedurende de uitvoering over gaat in intrinsieke motivatie of automatisch gedrag. Op die manier werk je aan een structurele gedragsverandering.

Er zijn verschillende vormen mogelijk. Hieronder worden er enkele toegelicht.

Individueel: mensen die het goed doen, krijgen een beloning. Een spaarsysteem invoeren is hiervan een voorbeeld. Het scheiden van afval levert dan individueel spaarpunten op en bij het behalen van een bepaald aantal spaarpunten krijgen bewoners een beloning. Daarbij moet duidelijk zijn wanneer je punten krijgt en hoeveel punten dit zijn en moet duidelijk zijn hoeveel punten je nodig hebt voor een bepaalde tastbare beloning. Dit zorgt ervoor dat mensen continue hun best blijven doen, omdat ze liever geen gespaarde punten weggooien door te stoppen met sparen. Er kan eventueel gekozen worden voor een beloning die mensen aan een goed doel kunnen schenken. Dit levert de schenker een goed gevoel op. Als dat goede gevoel wordt geassocieerd met het scheidingsgedrag, zit je al dicht bij de meer structurele intrinsieke motivatie.

Een andere vorm van beloning is om van het afval scheiden een wedstrijd te maken. Echter moeten we oppassen hier wel een 'blijvend karakter' aan te geven, in plaats van een eenmalige actie. Als wedstrijd zijn twee varianten mogelijk, namelijk (1) een wedstrijd waarbij de beste afvalscheider een beloning krijgt of (2) een wedstrijd waarbij iedereen die een bepaald scheidingsniveau heeft bereikt een beloning krijgt. Over het algemeen blijken aangekondigde 'als-dan' beloningen niet goed/blijvend te werken. Onverwachte beloningen doen het beter.

Om de beloning effectief te maken, is een aantal dingen van belang: het doel moet duidelijk zijn, er moet erkend worden dat de taak enige moeite kost maar wel belangrijk is en er moet autonomie en uitdaging geboden worden aan de bewoners ("jij weet zelf het best hoe je dit moet doen"). De beloning is bij voorkeur niet een financiële beloning. Het kan bijvoorbeeld ook in de vorm van een smiley, een compliment of een klein cadeautje.

Een andere optie is om de hele flat te belonen als een bepaald scheidingsniveau behaald is, ongeacht of alle bewoners hun afval goed scheiden. Op die manier worden de bewoners die het goed doen beloond en wordt daarnaast interesse en wederkerigheid getriggerd bij de mensen die niet/minder bijgedragen hebben. Zij zullen zich (bewust of onbewust) bezwaard voelen een beloning te ontvangen voor iets wat zij niet (goed) doen. Ze zullen daardoor na ontvangst sneller geneigd zijn om ook een bijdrage te leveren. Bij deze beloning moet dan aan iedereen wel duidelijk worden gemaakt dat de beloning heeft te maken met scheidingsgedrag. Bijvoorbeeld door te communiceren "deze beloning ontvangt u, omdat we blij zijn dat

bewoners van deze flat hun afval scheiden”. Je zet dan ook het instrument van de sociale norm in werking.

De beloning kan ook aan afvalscheidingsgedrag gekoppeld worden door het iets te laten zijn dat gemaakt is van gerecycled afval, zoals een fleecetrui/shirt of potgrond. Op die manier kun je bewoners laten zien waar ze het voor doen. Dit draagt ook bij aan attitudeverbetering. De beloning zal hen ook telkens herinneren aan het gewenste gedrag.

Hieronder enkele voorbeelden van beloningsacties.



Aan de slag!

Bovenstaande instrumenten bieden u hopelijk inspiratie en kennis om er mee aan de slag te gaan. Zoals al gesteld, is het raadzaam om daarbij gespecialiseerde ondersteuning in te zetten. Het slagen of falen van een (combinatie van) instrumenten hangt namelijk af van een goede, nauwgezette uitvoering. Anders gezegd, “the devil is in the details”. Naast een goede uitvoering kunnen specialisten ook helpen bij een goede monitoring en evaluatie, zodat er duidelijkheid zal ontstaan over de effectiviteit van de instrumenten.

Veel succes en zeker ook plezier gewenst bij het toepassen!

Deze publicatie is ontwikkeld in het kader van het programma VANG Huishoudelijk Afval (www.vang-hha.nl) van het ministerie van Infrastructuur en Milieu. Met bijdragen van bureau Dijksterhuis en Van Baaren en de VANG denktank afvalscheiding hoogbouw. Meer info: addie.weenk@rws.nl