

Schone wegen aanpak

Handreiking voor uitrol in de praktijk

Voor gemeenten, wegbeheerders en ondernemers

Versie 23 januari 2018

Stichting NederlandSchoon

Inhoudsopgave

1. Aanleiding en achtergrond	3
2. Aanpak Schone wegen	3
2.1 Samenwerking en projectmanagement	4
2.2 De 'Reis van de automobilist'	4
2.3 Aanpak bij de bron	5
2.4 Interventies.....	6
2.5 Optioneel: metingen.....	9
3. Praktische informatie	10
Bijlage 1 – Materialen overzicht	11
Bijlage 2 – Menukaart (integraal overzicht mogelijke interventies)	30

1. Aanleiding en achtergrond

Langs wegen ligt veel zwerfafval. Dit is zowel langs provinciale, gemeentelijke als rijkswegen het geval. Vervuilde wegen en bermen zijn vaak een doorn in het oog van gemeenten, omdat het de binnenkomst / het visitekaartje is van een plaats. Ook andere wegbeheerders, zoals de provincie en Rijkswaterstaat, hebben last van imagooverlies, naast het feit dat zwerfafval ook de veiligheid van wegen in gevaar kan brengen.

Met name op punten waar langzamer gereden wordt, zoals op- en afritten, bochten en bij verkeerslichten, ontdoen automobilisten en vrachtwagenchauffeurs zich van afval. Hier zijn meerdere redenen voor. Afval in de auto kan gaan stinken, ligt in de weg of men wil het niet mee naar huis nemen. Dat men het langs de weg gooit is deels omdat het anonieme plekken zijn, niemand ziet het. Een bijkomende factor is dat niet iedereen weet wat de impact van het zwerfafval op het milieu is en de kosten en moeite die reinigen met zich meebrengt.

Afgelopen jaren zijn er meerdere onderzoeken geweest naar het beperken van zwerfafval langs wegen. In het document 'Samenvatting zwerfafval in verkeer' (2014), te vinden op www.kenniswijerzwerfafval.nl, is een overzicht gegeven van alle onderzoeken, interventies en campagnes die NederlandSchoon de afgelopen 15 jaar heeft ondernomen om zwerfafval in het verkeer te bestrijden. Dit gaat van handhaving tot nieuwe inrichtingen van verzorgingsplaatsen tot de ontwikkeling van nieuwe afvalbakken en postercampagnes.

NederlandSchoon en Rijkswaterstaat werken samen aan het dossier zwerfafval in verkeer. In 2017 is er naar aanleiding van een eerder onderzoek in Hoogeveen gezamenlijk een pilot opgestart en uitgevoerd in en rond deze gemeente. Dit is de eerste integrale aanpak waarin samen met lokale ondernemers, verschillende overheden en fastfoodketens in een groter gebied en op verschillende type locaties een onderzoek is gedaan naar het verminderen van zwerfafval langs wegen. Op basis van de pilot in en rond Hoogeveen is onderstaande aanpak ontstaan.

Dit document behandelt eerst de aanpak, opgedeeld in vijf verschillende onderdelen. Daarna volgt praktische informatie, over materialen en andere kennisdocumenten. Vervolgens laat bijlage 1 de ontwikkelde materialen zien die er zijn voor de Aanpak Schone wegen en bijlage 2 bevat de gehele menukaart van diverse interventiemogelijkheden. Op www.kenniswijerzwerfafval.nl staat de pilot in Hoogeveen uitvoerig beschreven, inclusief de kwantitatieve en kwalitatieve meetgegevens.

2. Aanpak Schone wegen

De aanpak voor Schone wegen bestaat uit een aantal onderdelen die van belang zijn om tot een goed resultaat te komen.

1. Samenwerking tussen de diverse wegbeheerders
2. De 'Reis van de automobilist' als uitgangspunt voor de analyse en interventielocaties
3. Betrekken van lokale ondernemers (fastfood en tankstations) → aanpak bij de bron
4. Interventies toepassen vanuit de principes van gedragsbeïnvloeding
5. Optioneel: metingen voor en na interventies

Hieronder worden alle vijf onderdelen nader toegelicht.

2.1 Samenwerking en projectmanagement

Er zijn verschillende type wegen en wegbeheerders. Gemeenten, provincies en Rijkswaterstaat hebben de meeste wegen in Nederland in beheer. Daarnaast is nog een klein deel in beheer bij waterschappen en particulieren. Om in een groter gebied te werken aan schone wegen, bijvoorbeeld rond een gemeente, krijg je daarom vaak te maken met zowel de gemeente, de provincie als Rijkswaterstaat. Daarom is het belangrijk meteen vanaf het begin met alle beheerders samen om tafel te gaan en te kijken hoe het project gezamenlijk kan worden opgepakt. Vanuit Rijkswaterstaat is het gewenst zowel iemand vanuit de regio aan tafel te hebben, zoals RWS Noord Nederland, in het kader van wegbeheer, en iemand vanuit RWS WV (Water, Verkeer en Leefomgeving), het kennisloket voor zwerfafval. Het makkelijkste is om gezamenlijk een kaart van het gebied op tafel te leggen. Kijk daarbij naar de volgende aspecten:

- Wat zijn de 'afvalhotspots' (plekken waar veel zwerfafval ligt)?
- Wat voor type/soort afval ligt er?
- Wie is waar verantwoordelijk voor het beheer?
- Wat voor type weggebruikers zijn er (automobilist / recreant / vrachtwagenchauffeur)?
- Welke ondernemers, als tankstations en fastfoodrestaurants, zijn er in en rond het gebied?

Omdat er meerdere partijen betrokken moeten worden bij de aanpak Schone wegen is het belangrijk het projectmanagement van te voren duidelijk in te steken en met elkaar vast te stellen. Spreek af wie de projectleiding heeft, hoe vaak de partijen samen komen, wie waarover de beslissingen maakt en wie welk deel financiert. Hierbij is het belangrijk van te voren een goede kostenraming te maken. Gezien de diverse belangen en achtergronden van partijen kan het helpen om een externe projectleider aan te wijzen. Maak van te voren een gedetailleerde planning en houd hierin indien nodig ook rekening met vergunning trajecten en levertijden van afvalvoorzieningen en andere materialen.

2.2 De 'Reis van de automobilist'

Om te kunnen bepalen op welke locaties de aanpak en daarmee de interventies het beste kunnen worden uitgevoerd kan de 'reis van de automobilist' als uitgangspunt genomen worden. Onderstaande figuur geeft dit weer. De reis begint en eindigt vaak thuis en onderweg komt men langs diverse type locaties: carpoolplaatsen, tankstations, fastfoodrestaurant, verzorgingsplaatsen (de grote parkeerplaatsen langs de snelweg), op- en afritten en de weg zelf. Welke type locaties er zijn binnen een gebied kan ook een beeld geven van het type weggebruiker: forens, recreant, internationale vrachtwagenchauffeur, etc.

Door op al deze locaties interventies uit te voeren is het beeld voor de automobilist overal hetzelfde, dit speelt in op de herkenbaarheid. De kracht zit in de herhaling van de boodschap en het op orde zijn van de voorzieningen op alle locaties.



Figuur 1: Reis van de automobilist

2.3 Aanpak bij de bron

Naast de inzet van de diverse wegbeheerders is de inzet van lokale ondernemers belangrijk. Het gaat daarbij om de ondernemers van verkooplocaties die producten verkopen, die een bron zijn van mogelijk zwerfafval langs wegen. Dit zijn voornamelijk tankstations (in de stad en langs de snelweg) en fastfoodrestaurants met drive-in. Het kunnen ook stalletjes/kraampjes langs de weg zijn. Door te zorgen voor interventies bij deze lokale ondernemers is het mogelijk zwerfafval verderop langs wegen te beperken. Dit noemen we aanpak bij de bron.

Het betrekken van lokale ondernemers kan het beste door dit persoonlijk te doen in een gesprek. Vraag hen niet alleen mee te doen, maar ook naar hun eigen ervaringen met zwerfafval, het voorkomen ervan en wat volgens hen goede oplossingen zouden zijn. Dit geeft inzicht in de problematiek ter plekke en zo wordt de aanpak breder en gezamenlijk gedragen. Belangrijk is ook om vast te stellen wie de doelgroep is. Als het bijvoorbeeld gaat om een groot aandeel internationale automobilisten of vrachtwagenchauffeurs dan is het zaak om de communicatie van de interventies in het Engels (of andere passende taal) te doen.

2.4 Interventies

Dit document gaat niet heel diep in op de theorie van gedragsverandering, maar om de interventies goed te kunnen toelichten halen we de theorie wel kort aan. Algemene uitgangspunten voor de interventies zijn:

- Uniformiteit in de uitingen om herkenbaarheid te creëren
- Op alle locaties van de Reis van de automobilist
- Inspelen op Motivatie, Capaciteit en Gelegenheid

De zogeheten menukaart met een overzicht van alle mogelijke interventies staat in bijlage 2. In de pilot van Hoogeveen zijn de hieronder benoemde interventies uitgewerkt en toegepast. Voor een overzicht van de materialen zie bijlage 1.

Motivatie, Capaciteit, Gelegenheid

Alle interventies spelen in op de factoren Motivatie, Capaciteit en/of Gelegenheid (MCG). Motivatie is de mate waarin iemand een doel wenst te bereiken of het goede gedrag wil vertonen. De combinatie van datgene wat een persoon (bewust of onbewust) aantrekt of afstoot, vormt motivatie. Capaciteit is de mate waarin iemand beschikt over de eigenschappen, vaardigheden of instrumenten om het gewenste gedrag uit te voeren. Gelegenheid betreft de mate waarin de omstandigheden die buiten de persoon liggen het gewenste gedrag bevorderen of remmen, zoals de aan- of afwezigheid van afvalbakken. Motivatie, Gedrag en Gelegenheid leiden samen tot gedrag en bieden dus aanknopingspunten voor gedragsverandering. Dit heet het Triade model van Poiesz. Wanneer een van de drie factoren ontbreekt, is gedragsverandering erg moeilijk.

Onderstaande figuur 2 geeft een overzicht van diverse interventies die inspelen op de factoren MCG. De meeste spreken voor zich. Ter toelichting: Nudging gaat over mensen een duwtje in de juiste richting geven (bijvoorbeeld met voetstapjes op de grond), waarbij de keuzevrijheid wel blijft bestaan. Priming is het sturen van het gedrag door onopgemerkte signalen uit de omgeving. Een welbekend voorbeeld is het gebruik maken van geuren om winkelend publiek aan te zetten tot kopen. Bij zwerfafval wordt van priming gebruik gemaakt door bijvoorbeeld door een klikosticker in een felle kleur op een afvalbak te plakken of door gebruik te maken van glimmende oppervlakken (schoonsuggestie).

Motivatie	Capaciteit	Gelegenheid
<ul style="list-style-type: none"> • Normactivatie • Nudging • Priming • Communicatie • Commitment • Beleving 	<ul style="list-style-type: none"> • Kennis • Middelen 	<ul style="list-style-type: none"> • Locatie container • Type container • Criteria: <ul style="list-style-type: none"> • Vindbaar (locatie, kleur) • Schoon • Bruikbaar (heel, niet vol)

Figuur 2: Overzicht interventies voor Motivatie, Capaciteit en Gelegenheid

Zie voor meer informatie het [Stappenplan Gedragsverandering](#) (Gemeente Schoon, 2014). De interventies die hieronder benoemd staan zijn tot stand gekomen met behulp van het stappenplan in een uitgebreide brainstormsessie met meerdere gedragspsychologen.

Hieronder gaan we eerst in op 'de basis op orde', wat voornamelijk inspeelt op Gelegenheid, en vervolgens op de andere interventies, die meer inspelen op de Motivatie. De factor Capaciteit is integraal onderdeel van de andere interventies. Voor het weggooiën van afval is namelijk geen specifieke kennis nodig. Een ieder weet immers dat je afval in een afvalbak moet gooien en hoe dat moet.

Basis op orde

Voordat je begint aan communicatieboodschappen en andere interventies is het essentieel dat de basis op orde is op alle locaties. Hieronder verstaan we dat het gebied er netjes uitziet, functioneel voldoet (aanwezigheid afvalbakken) en goed onderhouden wordt, dat afvalbakken niet overvol zijn. Voor de aanpak Schone wegen gaat het concreet om:

- Afvalvoorzieningen:
 - o Voldoende aantal
 - o Zichtbaar en opvallend
 - o Schoon en heel
 - o Goed bereikbaar
- Gebieden (verzorgingsplaats, tankstation, carpoolplaats, fastfoodrestaurant):
 - o Verzorgde uitstraling: weinig onkruid en schoon en heel meubilair (bankjes etc.)
 - o Sociaal veilig: voldoende verlichting, lage begroeiing, weinig anonimiteit, overzichtelijkheid

Door de basis op orde te hebben zijn er geen belemmerende factoren om goed gedrag te vertonen. "De basis op orde" speelt in op zowel Motivatie als Capaciteit als Gelegenheid, maar het meeste wordt bereikt op het aspect Gelegenheid.

Aandachtspunt: De basis op orde krijgen lijkt makkelijker dan het is. Hetzelfde niveau bereiken op de diverse locaties vraagt namelijk zowel capaciteit als middelen (geld) als draagvlak bij alle partijen. Neem voldoende tijd in de planning op om dit te regelen.

Interventies

Voor de aanpak Schone wegen zijn er diverse interventies mogelijk. Voor het overzicht hebben we ze ingedeeld naar voorzieningen, aanpassing van de terreininrichting en communicatie op borden/posters. Allen spelen ze in op MCG. Zie voor een overzicht van alle materialen bijlage 1.

1. Voorzieningen

Naast het op orde hebben van je voorzieningen (zie basis op orde), zijn er extra mogelijkheden om het gebruik van afvalvoorzieningen te stimuleren en het ontstaan van zwerfafval tegen te gaan..

- Peukenafvalvoorziening: rondom tankstations en bij fastfoodrestaurants liggen veel peuken op de grond. Dit is deels gewoonte, maar voor een deel zijn mensen ook bang dat peuken een afvalbak in de fik kunnen laten gaan. Er zijn specifieke peukenvoorzieningen. Deze kunnen los op een paaltje, tegen de muur of aan een bestaande afvalvoorziening worden vastgemaakt. Bij een tankstation is de zijmuur een geschikte plek, hier stoppen veel mensen even kort om te roken. Bij fastfoodrestaurants zijn de ingang van het restaurant en de drive-in geschikte plekken, omdat veel mensen vlak voor ze gaan eten nog even een peuk roken. Zie voor specifieke peukenvoorziening, zoals de groene peukenhangzuil, bijlage 1.

- Ander type afvalvoorziening, bijvoorbeeld groter of opvallender of makkelijker in beheer. Op verzorgingsplaatsen zijn diverse afvalvoorzieningen in gebruik, zoals de Molok en de afvalboei. Uit ervaring blijkt de Molok het vriendelijkst in gebruik te zijn, doordat er meer in past en de opening groter is. De afvalboei is daarentegen heel opvallend en herkenbaar. Besteed daarom aandacht aan het kiezen van de juiste afvalbak, die past bij het gebruik. McDonald's maakt onderscheid tussen afvalbakken voor op het terras en voor op het (parkeer)terrein, deze laatste zijn geschikt voor gebruik vanuit de auto.
- Voorzieningen voor in de auto of vrachtwagen, om afval daar makkelijker bij je te kunnen houden, zoals een autoafvalzakje of een kartonnen beker voor afval. De ervaringen met deze type voorzieningen zijn wisselend.

2. Aanpassing van de terreininrichting

Om gedrag van mensen te beïnvloeden dient de inrichting van het terrein, de openbare ruimte, het goede gedrag te ondersteunen of zelfs te stimuleren. Enerzijds gaat dit om de aanwezigheid van afvalvoorzieningen (locatie, type, aantal, staat) en anderzijds gaat dit om de inrichting van het terrein zelf.

Bij Schone wegen gaat het om de volgende type terreinen: carpoolplaatsen, verzorgingsplaatsen, ruimte rond tankstation, openbare ruimte van fastfoodrestaurant met drive-in en langs wegen. Het optimaliseren van deze diverse type terreininrichtingen kent veel overeenkomsten. Het gaat om een aantal aspecten:

- Overzichtelijk: zorg ervoor dat een plek overzichtelijk is en prettig voelt, dat er geen anonieme, slecht zichtbare plekken zijn. Dit kan door voldoende en goed afgestelde verlichting te realiseren en begroeiing goed bij te houden en niet te hoog te laten worden
- De-anonimiseren: creëer het gevoel voor automobilisten en andere gebruikers dat het terrein van iemand is, hierdoor zijn mensen meer geneigd zich goed te gedragen. Dit kan door bijvoorbeeld gastheerschap uit te stralen door tankstations en fastfoodrestaurants of het plaatsen van 'Welkom-' en 'Bedankt-borden' bij de in- en uitgangen van een carpoolplaats of verzorgingsplaats.
- Aantrekkelijkheid: een schone, nette plek blijft langer schoon, dit principe is keer op keer bewezen. Zorg ervoor dat een plek goed onderhouden is, geen verloedering, goede verlichting, geen blinde gevels en dat het er veilig voelt. Schoon houdt schoon.
- Eenduidigheid: zorg dat er een duidelijke looproute is op het terrein, waardoor mensen niet hoeven te zoeken en automatisch (onbewust) op een bepaalde manier bewegen. Hierdoor is het mogelijk deze looproute goed in te richten met afvalvoorzieningen en communicatie. Bij McDonald's in Hoogeveen is gebleken dat een opvallend zebra-pad voor de ingang goed werkte om mensen te stimuleren afval op de juiste plek weg te gooien. Let wel op wet- en regelgeving die hiervoor geldt.

Voor de inrichting van fastfoodrestaurants met drive-in zijn er nog meer aanpassingen mogelijk, zoals remdrempels en poortconstructies voor automobilisten. Zie voor meer informatie over de inrichting van het terrein rond een fastfoodrestaurant met drive-in: [Toolkit fastfood inrichting openbare ruimte](#).

3. Communicatie op borden/posters

Plaats, kanaal, medium van de communicatie

- Borden langs wegen
- Spandoek bij tankstation en fastfood (tussen loketten van de drive-in)
- Borden bij picknickbankjes bij verzorgingsplaatsen
- Borden bij betreding fastfoodterrein, verzorgingsplaats, carpoolplek
- Tafelstanders op tafels en kassa's bij tankstations, fastfood en verzorgingsplaatsen
- Stickers op afvalbakken
- Stickers op het raam bij verkooppunten met tekst WIJ zijn Supporter van Schoon
- Stickers op de wagens van de reinigende dienst en onderhoudsmedewerkers

Nudging

- Signing in de tijdelijke steegjes tussen vrachtwagens (kleur + symbolen), frisse kleuren, pijl naar voorzieningen, uitstraling verbeteren
- Voetstapjes naar afvalbakken op verzorgingsplaats en bij tankstation

Priming

- Supporter van Schoon logo op raamsticker tankstation en afvalbak voor tankstation
- Laten opvallen van afvalbakken met groene kleur en/of klikostickers

Communicatieboodschappen

- Voordelen: een schone weg is een veilige weg
- Sociale/descriptieve norm: samen houden we het hier schoon, een symbool van iemand die iets in de afvalbak doet
- Injunctieve norm: beelden met goed gedrag, zoals een smiley of een groen duim die omhoog steekt bij de afvalbak, een Bedankt bord boven een afvalbak

Beleving verbeteren

- Verzorgde aanblik, overzichtelijk, schoon, groen, goed verlicht. Geen onkruid, graffiti, hondenpoep
- Schone en hele voorzieningen: bankjes en bakken

2.5 Optioneel: metingen

Wanneer de aanpak Schone wegen in en/of rond een gemeente wordt uitgevoerd en onderbouwde resultaten zijn gewenst, dan kunnen zowel objectieve (hoeveel ligt er) als subjectieve (beleving) metingen uitgevoerd worden.

Kwalitatief

Bij schoon gaat het niet alleen om hoeveel stuks zwerfafval er liggen, maar ook om hoe mensen die hoeveelheid ervaren. Of het storend is en opvalt of juist niet. Door aan automobilisten en andere gebruikers vragen te stellen voorafgaand aan de interventies en na het uitvoeren van de interventies, ontstaat een beeld of er volgens gebruikers een verbetering is opgetreden. Dit staat los van of de hoeveelheid zwerfafval vermindert is of niet. Stel de vragen op diverse locaties, zoals het tankstation, een verzorgingsplaats en bij een fastfoodrestaurant, om

het verschil in de beleving te kunnen vaststellen. Denk daarbij aan geschikte tijden om dit te doen en het weer. Probeer bij de nul- en éénmeting dezelfde parameters te hebben (weer, tijd, seizoen).

Onderstaande vragen zijn gebruikt in de pilot Hoogeveen om de kwalitatieve schoonbeleving van automobilisten te meten:

- Hoe schoon vindt u het hier m.b.t. zwerfafval? (keuze uit rode smiley, gele smiley en groene smiley)
- Wat vindt u van de afvalbakken hier? (open antwoord)
- Wat vindt u over het algemeen van de hoeveelheid zwerfafval langs de Nederlandse wegen? (keuze uit rode smiley, gele smiley en groene smiley)
- Heeft u verder opmerkingen over hoe schoon het is op deze locatie? (open antwoord)

Kwantitatief

Om vast te kunnen stellen of de aanpak leidt tot minder zwerfafval is het tellen van de hoeveelheid zwerfafval voor en na de interventies noodzakelijk. Hou hierbij rekening met de volgende aspecten:

- Meet op plekken waar wel interventies plaatsvinden en waar niet (referentielocaties)
- Maak goede afspraken mbt de reiniging, als er bijvoorbeeld altijd een beeldlat niveau C wordt gehanteerd is er geen verschil te merken, zorg bijvoorbeeld voor een tijdelijke reinigingsstop of het wegen van afval in plaats van tellen. Bespreek de meetmethode breed met de aannemer, wegbeheerders en andere stakeholders
- Knip grote gebieden, zoals verzorgingsplaatsen, op in meetvakken van x bij x meter om het overzicht te houden
- Maak foto's
- Voor het meten langs wegen zijn speciale veiligheidsvoorschriften die moeten worden nageleefd en vaak moet een melding gedaan worden bij de betreffende wegbeheerder
- Probeer bij de nul- en éénmeting dezelfde parameters te hebben (weer, tijd, seizoen)

3. Praktische informatie

Een groot deel van de materialen die in bijlage 1 staan zijn te bestellen via de webshop in de categorie Verkeer: [Webshop Verkeer](#)

Interessante documenten voor de aanpak Schone wegen zijn beschikbaar op www.kenniswijzerzwerfafval.nl:

- Stappenplan gedragsverandering: [Stappenplan Gedragsverandering](#)
- Toolkit inrichting openbare ruimte fastfoodrestaurants met drive-in: [Toolkit fastfood inrichting openbare ruimte](#)
- Samenvatting zwerfafval in verkeer: [Samenvatting 15 jaar verkeer aanpak NederlandSchoon](#)
- Tauw rapport over wegen en zwerfafval: [Zwerfafval op en langs de Nederlandse snelwegen](#)
- Pilot Hoogeveen schone wegen: [Schone wegen aanpak pilot Hoogeveen](#)
- Film Aanpak Schone wegen: [Aanpak Schone Wegen film](#)

Schone wegen

Materialen overzicht

Versie 24 oktober 2017

Integrale aanpak Schone wegen

- Vanuit gedragsbeïnvloeding
- Optimale afvalvoorzieningen
- Uitgiftepunten van potentieel zwerfafval
- Uniformiteit in de uitingen → herkenbaarheid a la BOB reclame
- Alle stakeholders betrokken:
 - Gemeente, provincie, Rijkswaterstaat, tankstations, fastfoodketen

Integrale aanpak Schone wegen

Verschillende locaties in de Journey van een automobilist: wegen, verzorgingsplaats, tankstation, fastfood, carpoolplek



Schone weg Veilige weg bord



Te gebruiken bij:

- Langs wegen (A-, N- en gemeentelijke wegen)
- Op- en afritten, bochten snelweg

Liggend formaat, afmetingen:

- 120 x 80 cm
- 60 x 40 cm



Let's keep it clean together bord



Te gebruiken bij:

- Bij (picknick)bankjes op verzorgingsplaatsen/achter tankstation
- Langs fietspad vanaf fastfoodrestaurant

Staand formaat, afmetingen:

- 40 x 60 cm



Welkom en Bedankt borden



Te gebruiken bij:

- Op- en afrit verzorgingsplaatsen (= de huidige mottoborden)
- Bij overgang tankstation naar verzorgingsplaats erachter
- Bij in- en uitgang van carpoolplaatsen
- Bij in- en uitgang van fastfoodrestaurants
- Het Bedankt bord bij een afvalvoorziening

Liggend formaat, afmetingen:

- 120 x 80 cm



Klikostickers



Te gebruiken bij:

- Afvalvoorzieningen

Stand formaat, afmetingen:

- 29 x 45 cm

In groen en blauw verkrijgbaar



Signing op de grond



Te gebruiken bij:

- Parkeerplaatsen voor vrachtwagenchauffeurs
- Bij afvalbakken

Specificaties:

- Met aluminium sjablonen
- Diverse soorten verf; milieuvriendelijk (blijft 3 maand zitten) of permanente wegenv verf
- Via bedrijf ANDC



Magneetsticker voor op voertuigen



Te gebruiken bij:

- Bestickering voertuigen gemeentedienst
- Bestickering voertuigen aannemer
- Bestickering voertuigen reinigingsdienst

Liggend formaat, afmetingen:

- 60 x 30 cm



Peukenhangzuil



Te gebruiken bij:

- Zijkant en achterzijde tankstations
 - Op verzorgingsplaatsen
 - Bij ingang fastfoodrestaurant
 - In Drive-in van fastfoodrestaurant
 - Bij wachtplek op carpoolplaatsen
-
- In diverse kleuren → felgroen meest opvallend
 - Via leverancier Alcochem
 - Met sticker



Narrowcasting – digitaal scherm

Te gebruiken bij:

- In tankshop
- Bij fastfoodrestaurant

Diverse afmetingen mogelijk



Posters



Te gebruiken bij:

- In windmasters bij tankstations
- In windmasters bij fastfoodrestaurants
- In tankshops

In Engels en Nederlands verkrijgbaar

Stand formaat, afmetingen:

- A0
- A1
- A2
- B1
- 83 x 122 cm
- 85,5 x 120 cm



Tafelstaander / table tent



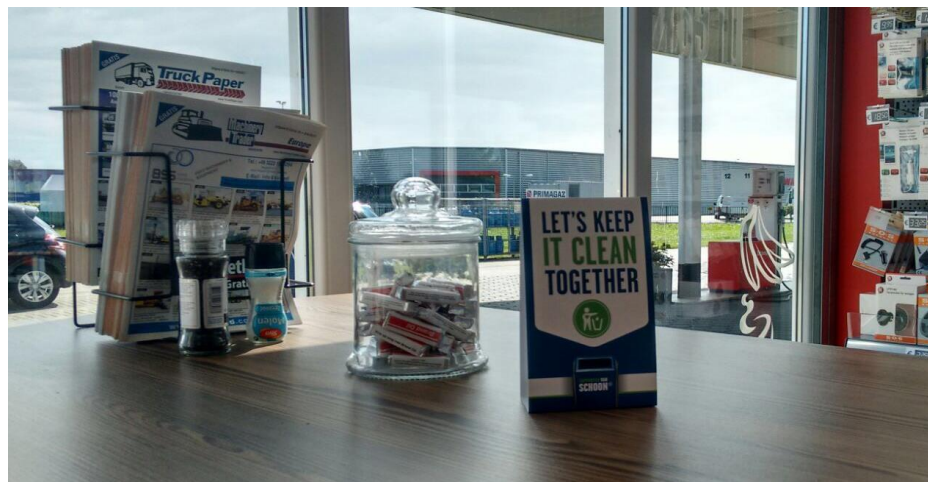
Te gebruiken bij:

- In tankshops op kassa en bij koffiecorner
- In fastfoodrestaurants op kassa en tafels

In Engels en Nederlands verkrijgbaar

Stand formaat, afmetingen:

- 10 x 16 cm



Raamsticker Wij zijn Supporter van Schoon



Te gebruiken bij:

- Ingang tankshop
- Ingang fastfoodrestaurants

Liggend formaat, afmetingen:

- 5 x 20 cm



Spandoek Schone weg Veilige weg



Te gebruiken bij:

- Langs wegen
- Bij fastfoodrestaurants
- In Drive-in tussen betaal- en afhaaloket

Afmeting is maatwerk



Zebrapad → looproute faciliteren



Te gebruiken bij:

- Looproute creëren op grote parkeerplaats
- Looproute creëren van ingang fastfoodrestaurant naar parkeerplaats

Afmeting is maatwerk



Beheer interventies

Afvalvoorzieningen en inrichting

Optimalisatie afvalvoorzieningen

Zichtbaar

Voldoende

**Schoon, heel en veilig voor
de gebruiker**



Inrichting van het terrein

- Looproutes faciliteren → zebrapad
- Schoon houdt schoon
 - Onkruid weghalen!
 - Schoon meubilair
 - Schone afvalbakken

Herinrichting terrein fastfoodrestaurant

- Afvalvoorzieningen herplaatsen en bijplaatsen
- Onderscheid terreinbakken en terrasbakken (is voor voetgangers en heeft meer attentiewaarde en is gebruiksvriendelijker).
- Let op de juiste plek (parkeerplaats, terras, ingang restaurant)
- Creëer een poort/sluisconstructie, waardoor zowel chauffeur als bijrijder uit de auto zich van afval kunnen ontdoen



- Zorg dat er een duidelijke looproute is en plaats een afvalbak langs die looproute
- Alle bakken zonder hendels ivm gebruiksgemak
- Pas op voor anonieme, slecht zichtbare plekken. Denk aan lage begroeiing en verlichting.

Zie voor meer informatie: [Toolkit fastfood inrichting openbare ruimte](#)

Bijlage 2 – Menukaart (integraal overzicht mogelijke interventies)

Menukaart - Schone wegen, bermen, verzorgingsplaatsen, carpoolplekken

Bronaanpak, preventie

- Geen vrij verkrijgbare plastic handschoentjes of zakjes
- Vragen of klanten bonnetjes willen
- Geen overbodige verpakkingen en (promotie)producten meegeven
- Waar nodig gesloten houden van afvalbakken om voorkomen van verwaaing en verspreiding van afval door vogels/muizen/ratten
- Plakken van stickers met Tidyman of motto op producten

Schoonmaken, reinigen, opruimen, beheer

- Reinigen op beeld, met goede monitoring

Capaciteit – kennis en hulpmiddelen

- Voorzieningen/bakjes/zakjes voor in de auto/vrachtwagen, eventueel voorzien van tekst/motto/tidyman

Gelegenheid - voorzieningen

- Locatie en aantal
- Soort
 - Boei, minicontainer, G-snake, Molok
 - Voor peuken
- Criteria
 - Goed zichtbaar/vindbaar vanaf elke plek
 - Goed bereikbaar, toegankelijk voor iedereen
 - Goed te gebruiken/bedienen
 - Beschikbaar/bruikbaar, niet vol
 - Aantrekkelijk, schoon

Motivatie beïnvloeden

Plaats, kanaal, medium

- Borden, banners, panelen en displays, langs wegen
- Vrachtauto's
- Bij betreding verkooppunt, VZP, CPP
- Bij aanmelding op wifi
- Op de toiletten
- Op de radio, na fileberichten
- Op productverpakking
- Via sticker op productverpakking
- Op hulpmiddel/voorziening voor in de auto (zakje, bakje, tasje)
- Pop-up op smartphone

- Op tafels tankstations, fastfood en verzorgingsplaatsen
- Bij kassa en op ramen tankstations en fastfood
- Op voorzieningen/afvalbakken
- Op gastheer/-vrouw en reinigende mensen en apparatuur
- Via apps of apparatuur die onderweg gebruikt wordt (flitsmeister, tomtom...)
- Via moederbedrijven en koepelorganisaties
- Tijdens maai- en schoonmaakwerkzaamheden (wij werken aan schone berm, helpt u mee?)

Boodschappen (tekst/symbool)

- Verzoek: helpt u ook mee onze wegen/VZP/CPD schoon te houden? Rij zwerfafvalvrij, keep it clean
- Voordelen: op een schone weg rij je fijner, ben je blijer, geniet je meer
- Gevolgen: dode dieren, lekke banden, minder pech, gevoel van verloedering, afname leefbaarheid, onveiligheid, hoge maatschappelijke opruimkosten, opruimen veroorzaakt oponthoud/files
- Wederkerigheid: laten weten welke service je biedt/service bieden (wifi, toilet,...) en daarna vragen om het schoon te houden
- Sociale/descriptieve norm: afval onderweg neem je mee naar huis, iedereen/Drenthe houdt/is supporter van schoon
- Social modeling/authority: Max Verstappen/Red bull
- Injunctieve norm: beelden met goed en fout gedrag die als zodanig ook goed herkenbaar zijn (smiley, rood kruis)
- Keuze geven: beelden van schone en vieze berm, met de vraag: waar kiest u voor?
- Consistency: we rijden in schone auto's met schone brandstoffen, helpt u mee om ook de wegen en berm schoon te houden?
- Emotie: Doe het voor uw kinderen, Geeft u uw kinderen het goede schone voorbeeld? Kinderen die een schone berm omarmen en vragen om het schoon te houden. Trots op mooi landschap en schone berm. Ooievaar die vraagt om het schoon te houden. Opruimen is moeilijk en gevaarlijk werk. Welkom in het schone Drenthe.
- Alter casting: u als verantwoorde weggebruiker gooit toch geen afval uit de auto?
- Antropomorfisme: verpakking of product dat communiceert, gooi mij na gebruik aub in een afvalbak.

Normactivatie

- Priemende ogen
- Communiceren verbod en/of boete bij betrapting
- Communiceren cameratoezicht
- Zichtbaar reinigen, met herkenbare kleding en boodschap

Nudging

- Signing in de tijdelijke steegjes tussen vrachtwagens (kleur + symbolen), frisse kleuren, pijl naar voorzieningen, glow in the dark verf, zeeblauw, uitstraling verbeteren
- Voetstapjes naar afvalbakken

Priming

- Strakke en schone berm
- Mooie berm, natuurwaarde, bloemen
- Citroengeur
- Supporter van Schoon logo

- Huiskamergevoel?
- Kleur van afvalbakken
- Tidyman

Committering, expliciet, publiek

- Bij verkooppunten (tankstations, fastfood), persoonlijk aanspreken, vragen of men schoon belangrijk vindt, eventueel iets laten tekenen (commitment), met klein, functioneel cadeautje dat ook als anker dient, bijvoorbeeld Supporter van Schoon-gadget of luchtverfrisser
- Idem bij gebruik services, zoals toilet, douche

De-anonimisering

- Goede verlichting
- Open inrichting
- Bezoeker en auto(kenteken) tonen op scherm bij betreding VZP en CPP
- Gastheer/beheerder die bezoekers ontvangt/verwelkomt/bedankt

Fun-theory

- Pratende/bedankende afvalbakken etc

Beleving verbeteren

- Verzorgde aanblik, overzichtelijk, schoon, strak, mooi, groen, verlichting. Geen onkruid, graffiti, hondenpoep (wegen, bermen, VZP, CPP, terrassen, verkooppunten)
- Gastheer/-vrouwschap, persoonlijke benadering, welkom heten, info over services en hulpverlening, bedankt en goede reis
- Schone voorzieningen als toiletten
- Placemaking: blinde gevels/muren en grote objecten levendig maken, met fraaie en passende beelden/afbeeldingen
- VZP onderdeel maken/zien als terras van tankstation, verkooppunt uit laten kijken op VZP, pomphouder beheert VZP
- Hoogwaardige en actief beheerde servicevoorzieningen op VZP
- Communiceren wie de beheerder is en gebruikers/bezoekers mogelijkheid bieden tot feedback over schoon, heel/functioneel, veilig (gevolgd door adequate reactie!)