



Inspiratielijst maatregelen zwerfafval gedrag, participatie en beleving

Rijkswaterstaat
maart 2018



Inhoud

Gedrag

- [G1. Maak afvalbakken opvallend en maak gebruik van primes](#)
- [G2. Breng voetstappen, pijlen of lijnen aan](#)
- [G3. Maak het leuk](#)
- [G4. Neem de weerstand weg](#)
- [G5. Maak gebruik van de juiste sociale \(beschrijvende\) norm](#)
- [G6. Zet lokale helden in](#)
- [G7. Maak de openbare ruimte aantrekkelijker \(placemaking\)](#)
- [G8. Verhoog het eigenaarschap](#)
- [G9. Maak gebruik van een autoriteit](#)
- [G10. Versterk het gevoel dat er actief gehandhaafd wordt](#)

Beleving

- [B1. Zorg voor een laagdrempelig meldingssysteem](#)
- [B2. Laat initiatief van anderen zien](#)
- [B3. Zorg voor een positieve boodschap en sociale norm](#)
- [B4. Communiceer lokaal en gericht](#)
- [B5. Maak minimaal schoon op niveau B en laat niets liggen](#)
- [B6. Maak zichtbaar schoon](#)
- [B7. Pak ook onkruid, vernielingen en graffiti aan](#)
- [B8. Verhoog het eigenaarschap](#)
- [B9. Plaats afvalbakken op zichtbare plekken](#)
- [B10. Maak afvalbakken zichtbaarder met kleur en boodschap](#)
- [B11. Zet representatieve modellen in](#)

Participatie

- [P1. Zoek sleutelfiguren en breng ze bij elkaar](#)
- [P2. Stimuleer saamhorigheid](#)
- [P3. Zet digitale tools in](#)
- [P4. Schouw met bewoners en ondernemers](#)
- [P5. Stimuleer en ondersteun opruimacties](#)
- [P6. Sluit samenwerkingsconvenanten](#)
- [P7. Organiseer adoptie](#)
- [P8. Werk aan ambassadeurschap](#)
- [P9. Stimuleer en ondersteun zelfbeheer](#)
- [p10. Communiceer over de 25-meterregel en stimuleer naleving](#)

Gebiedstypen

- alle
- alle
- OV, WI, ST, EV, RE, WE
- alle
- alle
- alle
- alle
- alle
- alle
- alle
- alle

- alle
- alle
- alle
- alle
- alle
- alle
- alle
- alle
- alle
- alle
- alle

- WO, WI
- WO, WI, RE
- alle
- WO, WI, RE, SCH
- WO, WI, RE, ST, SCH
- alle
- WO, WI, SCH
- WO, WI, RE, ST, SCH
- WO, WI, OV, RE, SCH
- WI

WO=woonwijk

WI= winkelgebied

OV= gebied rondom bus- en tramhaltes, trein- en metrostations

ST= strand

RE= recreatiegebied (parken, binnenwater)

EV= evenementen

SCH=scholen

WE= langs wegen en verzorgingsplaatsen



Gedrag

Gedragsmaatregelen zijn relatief goedkope maatregelen die een groot en langdurig effect op gedrag van mensen kunnen hebben als ze goed worden toegepast. In Nederland is veel theoretische en praktische kennis beschikbaar ten aanzien van dergelijke gedragsmaatregelen. Kleur, vorm, tekst, afbeeldingen en aanwijzingen spelen hierin een grote rol. Ook *priming* en *nudging*, gedragsinterventies waarbij wordt ingespeeld op onbewuste motivatiefactoren, zijn relevante termen en vormen een sterke aanvulling op klassieke instrumenten als voorlichten, beboeten en belonen. In ieder geval moet de basis op orde zijn. Dit betekent dat er voldoende schoongemaakt wordt, dat er voldoende werkende afvalvoorzieningen op de juiste plekken staan en dat de omgeving er verzorgd uitziet. Hieronder vindt u 10 effectieve gedragsmaatregelen. Met de adviestool zwerfafval kunt u via een aantal vragen zien wat u het beste wanneer kunt toepassen.

1. Maak de afvalbakken opvallend en maak gebruik van primes

Schoongedrag kan versterkt worden door gebruik te maken van primes. Primes zijn zintuigelijke prikkels die onbewust bepaalde kennis en hersennetwerken activeren. Het zijn prikkels die gedrag sturen op basis van wat mensen vroeger aangeleerd hebben. Primes komen met name in de vorm van geuren, kleuren, vormen en woorden. Hierdoor kunnen ze goed ingezet worden in gebieden waar mensen weinig aandacht hebben voor schoon. Zo heeft een frisse geur de potentie om het schoon-netwerk in de hersenen te activeren en mensen aan te zetten tot schoon gedrag. Het nadeel van deze geurtechniek is dat ze moeilijk inzetbaar is in de buitenlucht. Vieze geurtjes hebben overigens een tegenovergesteld effect. Maak dus regelmatig containers schoon! Kleur werkt altijd en overal. Proeven met felgroene afvalbakken in Rotterdam hebben positieve korte- en lange termijn effecten op het gebied van schoon laten zien. Ook tijdens proeven op stranden, in woonwijken en op parkeerplaatsen langs snelwegen bleken felgekleurde bakken goed te werken.

Voorbeelden:

- Afvalbakken appeltjesgroen maken zorgt dat er fors meer zwerfafval in de afvalbak belandt. Dat blijkt uit onderzoek in Rotterdam en Amsterdam.
- Citroengeur verspreiden rondom afvalbakken zorgen voor een schonere omgeving. Ook helpt het om afvalbakken in een grote mensenmassa goed zichtbaar te maken door er een vlag of banner boven te hangen.

Meer weten:

- Rapportage groene afvalbakken Rotterdam:
<http://www.kenniswijzerzwerfafval.nl/document/rapportage-groene-afvalbakken-gemeente-rotterdam?destination=/bibliotheek%3Fkeywords%3Dgroene%2520bakken>
- Stappenplan voor gedragsverandering:
<http://www.kenniswijzerzwerfafval.nl/document/stappenplan-voor-gedragsverandering?destination=/bibliotheek%3Fkeywords%3Dstappenplan>
- Inspiratielijst voorkomen van zwerfafval in de openbare ruimte:
<http://www.kenniswijzerzwerfafval.nl/document/inspiratielijst-voorkomen-zwerfafval-de-openbare-ruimte?destination=/bibliotheek%3Fkeywords%3Dnudges>

2. Breng voetstappen, pijlen of lijnen aan

Het woord *nudge* komt van het Engelse 'duwtje'. Een nudge representeert dan ook een maatregel die mensen een klein duwtje in de richting van gewenste gedrag geeft. Nudges spelen in op het automatische, onbewuste gedrag van mensen en kunnen daarom bij uitstek ingezet worden in gebieden waar mensen weinig aandacht hebben voor hun omgeving. Nudging maakt gedrag



makkelijker uitvoerbaar, waardoor het aantrekkelijker is om dit gedrag te vertonen. Een van de bekendste en meest geteste nudges zijn groene voetstappen, pijlen of lijnen op de grond. Het idee achter deze techniek is dat je mensen richting een bepaalde locatie stuurt.

Voorbeelden:

- Groene voetstappen, pijlen, lijnen of afbeeldingen op de grond richting prullenbakken.

Meer weten:

- Stappenplan voor gedragsverandering:
<http://www.kenniswijzerzwerfafval.nl/document/stappenplan-voor-gedragsverandering?destination=/bibliotheek%3Fkeywords%3Dstappenplan>
- Inspiratielijst voorkomen van zwerfafval in de openbare ruimte:
<http://www.kenniswijzerzwerfafval.nl/document/inspiratielijst-voorkomen-zwerfafval-de-openbare-ruimte?destination=/bibliotheek%3Fkeywords%3Dnudges>

3. Maak het leuk

Het idee achter de *fun-theory* is dat je aandacht trekt door iets leuk te maken. Deze techniek werkt goed, alleen is het effect vaak tijdelijk. De techniek kan daarom het beste ingezet worden in gebieden waar veel verschillende mensen tijdelijk samenkomen (bijvoorbeeld stations, evenementen, recreatiegebieden en stranden). Als mensen de interventie iedere dag zien is de lol, en daarmee ook het effect, er snel vanaf.

Voorbeelden:

- Pratende prullenbakken die een geluidje maken als je er afval in gooit.
- Afvalbutlers die je een afvalzakje komen aanbieden.
- Levende prullenbakken, dat zijn vrijwilligers of acteurs die zich verkleeden als afvalbak. Zij stimuleren bezoekers op een ludieke manier om hun afval in de bak te gooien.

Meer weten:

- Stappenplan voor gedragsverandering:
<http://www.kenniswijzerzwerfafval.nl/document/stappenplan-voor-gedragsverandering?destination=/bibliotheek%3Fkeywords%3Dstappenplan>
- Inspiratielijst voorkomen van zwerfafval in de openbare ruimte:
<http://www.kenniswijzerzwerfafval.nl/document/inspiratielijst-voorkomen-zwerfafval-de-openbare-ruimte?destination=/bibliotheek%3Fkeywords%3Dnudges>

4. Neem weerstand weg

Verschiedende vormen van weerstand kunnen ervoor zorgen dat mensen bepaald probleemgedrag blijven vertonen. Bekende vormen van weerstanden zijn scepticisme (weerstand tegen de inhoud van de boodschap), inertia (onverschilligheid), reactance (weerstand tegen het idee dat iemand anders voor jou bepaalt wat goed is om te doen). Het verminderen van weerstand is dan ook essentieel om tot een wenselijke uitkomst te komen. Begin dus altijd met het erkennen van de weerstand. Hiermee laat je zien dat je het probleem van de persoon begrijpt. Vervolgens helpt het om mensen een keuze te geven, waardoor zij een gevoel van autoriteit behouden. Er moet dan uiteraard wel echt wat te kiezen zijn, anders werkt het averechts. De beste manier om weerstand te voorkomen, is overigens om mensen direct mee te nemen in het veranderproces.



Voorbeelden:

- Bij het weghalen van afvalbakken, ontstaat vaak veel weerstand. Deze weerstand kan weggenomen worden door bewoners de keuze te geven tussen het weghalen van de bak of de optie dat zij een bak adopteren en zelf beheren.

Meer weten:

- Stappenplan voor gedragsverandering:
<http://www.kenniswijzerzwerfafval.nl/document/stappenplan-voor-gedragsverandering?destination=/bibliotheek%3Fkeywords%3Dstappenplan>
- Inspiratielijst voorkomen van zwerfafval in de openbare ruimte:
<http://www.kenniswijzerzwerfafval.nl/document/inspiratielijst-voorkomen-zwerfafval-de-openbare-ruimte?destination=/bibliotheek%3Fkeywords%3Dnudges>

5. Maak gebruik van de juiste sociale norm

Mensen willen graag bij een groep horen. Met boodschappen kun je op deze wens inspelen. Benadruk dat het grootste deel van de mensen het gewenste gedrag al vertoont. Belangrijk is wel dat dit ook echt zo is, en dat er een mate van verbondenheid is binnen de doelgroep - anders werkt het averechts. Een bordje met een positieve sociale norm ("De meeste mensen in deze wijk gooien hun afval in de container") bij een containerplaats vol bijplaatsingen of in een wijk waar mensen geen interesse hebben in wat buurtgenoten doen, werkt niet.

Voorbeelden:

- Bord op afvalbak met de tekst 'onze buurtgenoten (bezoekers, etc.) gooien hun afval in de afvalbak'. Ook de in- en uitgang van een (natuur-/recreatie-/winkelgebied) zijn goede plekken voor boodschappen met daarin de sociale norm.
- In Leeuwarden gebruiken ze de sociale norm techniek in de aanpak tegen bijplaatsing van afval bij ondergrondse containers voor huishoudelijk afval: 90% van de bewoners vindt een schone omgeving belangrijk en plaatst geen afval naast de container.

Meer weten:

- Stappenplan voor gedragsverandering:
<http://www.kenniswijzerzwerfafval.nl/document/stappenplan-voor-gedragsverandering?destination=/bibliotheek%3Fkeywords%3Dstappenplan>
- Inspiratielijst voorkomen van zwerfafval in de openbare ruimte:
<http://www.kenniswijzerzwerfafval.nl/document/inspiratielijst-voorkomen-zwerfafval-de-openbare-ruimte?destination=/bibliotheek%3Fkeywords%3Dnudges>

6. Zet lokale helden in

Maak gebruik van rolmodellen die aanspreken bij de doelgroep (liefst uit de buurt). Van belang is dat deze persoon voor veel mensen op een positieve manier herkenbaar is. De lokale held wordt dan ambassadeur van de schoonboodschap, die wordt uitgedragen middels campagnemateriaal op de zwerfafvallocatie. Wanneer een lokale held zichtbaar is met een tekst die appelleert aan schoon gedrag, dan zal de doelgroep – omdat het één van hun is - eerder het gewenste gedrag tonen.

Voorbeelden:

- Een foto van een lokale ondernemer met de tekst "Wij houden van deze buurt, samen houden we ons winkelcentrum schoon".
- Een foto van een buurtgenoot of de vuilnisman uit de buurt met de oproep: Ik ga voor een schone buurt, doe je mee?



- In Den Haag voeren ze een campagne met local heroes, bijvoorbeeld: Wij hebben respect voor ons Cromvliet.

Meer weten:

- Stappenplan voor gedragsverandering:
<http://www.kenniswijzerzwerfafval.nl/document/stappenplan-voor-gedragsverandering?destination=/bibliotheek%3Fkeywords%3Dstappenplan>
- Inspiratielijst voorkomen van zwerfafval in de openbare ruimte:
<http://www.kenniswijzerzwerfafval.nl/document/inspiratielijst-voorkomen-zwerfafval-de-openbare-ruimte?destination=/bibliotheek%3Fkeywords%3Dnudges>

7. Maak de openbare ruimte aantrekkelijker (placemaking)

Placemaking is de openbare ruimte zo inrichten dat gebruikers zich er op hun gemak voelen en de plek positiever beleven. Want een omgeving die er aantrekkelijk en verzorgd uitziet, stimuleert schoon gedrag. Ook de aanwezigheid van meer mensen op een locatie (die zich goed gedragen) kan een juiste norm neerzetten. Een belangrijk aspect bij placemaking is dat eventueel toegevoegde objecten heel en schoon blijven, anders verliezen ze hun effect.

Voorbeelden:

- Rondom ondergrondse containers kan gebruik gemaakt worden van placemaking door er bijvoorbeeld grote bloembakken of struiken neer te zetten. Groen en natuur hebben een sterke link met schoon en kan daardoor bijplaatsingen van afval verminderen.
- De binnenkant van de unheimische onderdoorgang bij station De Vink is beschilderd door een kunstenaar, waardoor het er direct een stuk prettiger voelt.
- Speeltoestellen, buitensportapparatuur of kunst kunnen in allerlei gebieden ingezet worden om meer mensen naar een gebied te trekken die de juiste sociale norm neerzetten. Het geeft een andere waarde aan de plek.
- Houd winkelgebieden vrij van graffiti, kapot straatmeubilair of andere tekenen van verval. Hierdoor ervaren mensen de omgeving als prettiger en gooien ze minder afval op de grond.

Meer weten:

- Stappenplan voor gedragsverandering:
<http://www.kenniswijzerzwerfafval.nl/document/stappenplan-voor-gedragsverandering?destination=/bibliotheek%3Fkeywords%3Dstappenplan>
- Inspiratielijst voorkomen van zwerfafval in de openbare ruimte:
<http://www.kenniswijzerzwerfafval.nl/document/inspiratielijst-voorkomen-zwerfafval-de-openbare-ruimte?destination=/bibliotheek%3Fkeywords%3Dnudges>

8. Verhoog het eigenaarschap

We laten afval makkelijker achter op plekken die van 'niemand' zijn. We voelen ons er niet verantwoordelijk voor en het mist aan sociale controle. Het vergroten van het gevoel van eigenaarschap in een gebied, kan er voor zorgen dat er minder afval ontstaat. Het is dus belangrijk om te laten zien dat een plek van iemand is. Door ingrepen in de openbare ruimte zoals hekjes, groenstroken als afbakening, en communicatie in de vorm van bijvoorbeeld een bordje 'Welkom in onze Vogeltjesstraat'.

Voorbeelden:

- Stimuleer samenwerking tussen ondernemers in een winkelgebied en laat hen samen uitdragen dat ze trots zijn op 'hun' winkelgebied met posters en stickers op de winkelruiten.



- Containeradoptie is een manier om te laten zien dat bewoners, leerlingen of ondernemers zich bekommeren om de afvalbak/containerlocatie. Adoptanten zorgen er voor dat de voorziening er fris en verzorgd uit blijft zien. Ze ruimen het zwerfafval rondom de voorziening op en bellen de gemeente als deze vol zit of stuk is. Van belang is om de adoptie ook zichtbaar te maken voor anderen. Ook scholen kunnen locaties schoon houden of bakken adopteren.
- In de gemeente Deventer is een proef gedaan met foto's van bewoners die 'eigenaar' waren van een plein. Dit zorgde voor een meetbaar grotere schoonbeleving in het gebied.

Meer weten:

- Stappenplan voor gedragsverandering:
<http://www.kenniswijzerzwerfafval.nl/document/stappenplan-voor-gedragsverandering?destination=/bibliotheek%3Fkeywords%3Dstappenplan>
- Inspiratielijst voorkomen van zwerfafval in de openbare ruimte:
<http://www.kenniswijzerzwerfafval.nl/document/inspiratielijst-voorkomen-zwerfafval-de-openbare-ruimte?destination=/bibliotheek%3Fkeywords%3Dnudges>

9. Maak gebruik van een autoriteit

Maak in communicatie-uitingen gebruik van gezaghebbende of beroemde mensen, die het gewenste gedrag en de gewenste schoonboodschap benadrukken. Mensen zijn gevoelig voor het autoriteitsprincipe, uiteraard alleen als de expert door de bewoners zelf ook als autoriteit wordt beschouwd.

Voorbeelden:

- Zet de imam van een lokale moskee in bij bestrijden broodoverlast. Daarbij is het van belang om het goede gedrag te faciliteren door bijvoorbeeld broodbakken te plaatsen.
- Zet een voor jongere bekende vlogger in om de schoonboodschap uit te dragen.
- Zet beroemde artiesten die op het festival optreden in bij het uitdragen van de schoonnorm.

Meer weten:

- Stappenplan voor gedragsverandering:
<http://www.kenniswijzerzwerfafval.nl/document/stappenplan-voor-gedragsverandering?destination=/bibliotheek%3Fkeywords%3Dstappenplan>
- Inspiratielijst voorkomen van zwerfafval in de openbare ruimte:
<http://www.kenniswijzerzwerfafval.nl/document/inspiratielijst-voorkomen-zwerfafval-de-openbare-ruimte?destination=/bibliotheek%3Fkeywords%3Dnudges>

10. Versterk het gevoel dat er actief gehandhaafd wordt

Handhaving is effectief wanneer het idee leeft dat er actief gehandhaafd wordt en de pakkans hoog is. Alleen communiceren dat er gehandhaafd wordt maar dit in werkelijkheid niet doen, werkt niet. Het kan zelfs het verkeerde gedrag uitlokken. Daadwerkelijk handhaven met betrekking op zwerfvuil is niettemin erg lastig omdat je aangewezen bent op een 'heterdaad-aanpak', en dat is lastig en tijdsintensief. Zet daarom vooral in op interventies die het gevoel van handhaving *triggeren* bij mensen. Daarbij is het belangrijk dat er wel regelmatig handhavers te zien zijn, anders boet de interventie in aan effectiviteit. Zichtbare handhaving kan ondersteund worden door communicatie.

Voorbeelden:



- Bijplaatsingen van afval naast ondergrondse containers kunnen beplakt worden met stickers met daarop 'in onderzoek door handhaving'. Hierbij is het belangrijk dat handhaving ook fysiek aanwezig is.
- Borden met neutraal kijkende ogen langs wegen of bij containerplaatsen waar regelmatig afval bijgeplaatst wordt.
- Preventief langs deuren gaan in uniform en in gesprek gaan over het ongewenste gedrag.
- Zichtbaar controleren van vuilniszakken door handhaving.

Meer weten:

- Routeplanner handhaving op zwerfafval:
<http://www.kenniswijzerzwerfafval.nl/document/routeplanner-handhaving-op-zwerfafval-de-kortste-route-naar-handhaving-die-werkt?destination=/bibliotheek%3Fkeywords%3Dhandhaving>
- Stappenplan voor gedragsverandering:
<http://www.kenniswijzerzwerfafval.nl/document/stappenplan-voor-gedragsverandering?destination=/bibliotheek%3Fkeywords%3Dstappenplan>
- Inspiratielijst voorkomen van zwerfafval in de openbare ruimte:
<http://www.kenniswijzerzwerfafval.nl/document/inspiratielijst-voorkomen-zwerfafval-de-openbare-ruimte?destination=/bibliotheek%3Fkeywords%3Dnudges>



Beleving

Gerichte interventies kunnen de schoonbeleving van mensen sterk beïnvloeden. Zo speelt zichtbare betrokkenheid bij de openbare ruimte van o.a. buurtgenoten, ondernemers en beheerders een grote rol. De volgende belevingsinterventies hangen nauw samen met interventies op het gebied van gedrag en participatie. Toch zijn ze specifiek genoeg om van waarde te zijn, vooral wanneer u een probleem ervaart met de tevredenheid van de doelgroep. Hieronder vindt u 11 effectieve beleving interventies. Met de adviestool zwerfafval kunt u via een aantal vragen zien wat u het beste wanneer kunt toepassen.

1. Zorg voor een laagdrempelig meldingen systeem

De mate waarin burgers invloed ervaren, is bepalend voor hun beleving van schoon. Het is daarom belangrijk om een meldingen- of feedbacksysteem op te zetten, waar burgers een reactie kwijt kunnen. Dit systeem moet niet alleen ingericht zijn op het registreren van klachten, maar ook op het delen van positieve ervaringen. Op die manier helpt het meldingssysteem bij het opsporen van problemen, en toont het tegelijkertijd de betrokkenheid van de gemeente. Uit onderzoek blijkt dat de schoonbeleving van mensen positiever is wanneer zij betrokkenheid van anderen ervaren. Bovendien geeft de mogelijkheid tot melden een gevoel van controle aan mensen die zich storen aan zaken in de openbare ruimte. Een voorwaarde voor een effectief meldingssysteem is uiteraard dat mensen weten dat én hoe ze laagdrempelig een melding kunnen doen. Zorg bij het instellen van een meldingssysteem voor een eindverantwoordelijke en een jaarlijkse evaluatie, om zo nodig het beleid te kunnen bijsturen. Waak over een goede afhandeling van klachten, communiceer helder over wat er met de meldingen wordt gedaan en bedank de melders.

Voorbeelden:

- Via de gratis Buitenbeterapp kunnen bewoners rondslingerend afval, een kapotte lantaarnpaal of kapotte stoeptegels bij de gemeente melden via foto: <http://www.buitenbeter.nl/>
- Campagne op vuilniswagens, afvalbakken en lokale kanalen om te laten weten hoe en waarover burgers kunnen melden over de openbare ruimte.

Meer weten:

- Handreiking Sturen op beleving: <http://www.kenniswijzerzwerfafval.nl/document/handreiking-sturen-op-beleving?destination=/bibliotheek%3Fkeywords%3Dbeleving>

2. Laat initiatief van anderen zien

Zichtbare betrokkenheid van ondernemers en medeburgers bij een gebied, heeft een positief effect op de schoonbeleving en het schoongedrag van mensen. Het is daarom belangrijk om initiatieven van anderen zichtbaar te maken. Dit kan bijvoorbeeld door een bord bij afvalbakken te plaatsen met een foto van een adoptant, of door alle schooninitiatieven in kaart te brengen via een platform. Ook posters van *local heroes*, social media-berichten over opruimacties, portretten van schoonambassadeurs in lokale media en Supporter van Schoon-stickers op winkelruiten kunnen effectief zijn. Zorg ervoor dat de gemeente in al deze communicatie in beeld blijft als facilitator van het initiatief. Het tonen van initiatieven van bewoners alleen, kan namelijk ook het gevoel geven dat de gemeente minder betrokken is.

Voorbeelden:

- Plaats borden met schoonvoorbeelden op een drukke plek: "Deze speelplek wordt wekelijks opgeruimd door Harry".



- Plaats schooninitiatieven op participatiekaart.nl of een eigen platform zoals www.samenfryslandschoon.fri.

Meer weten:

- www.supportervanschoon.nl
- Handreiking Sturen op beleving:
<http://www.kenniswijzerzwerfafval.nl/document/handreiking-sturen-op-beleving?destination=/bibliotheek%3Fkeywords%3Dbeleving>

3. Zorg voor een positieve boodschap en sociale norm

Ons gedrag en onze beleving worden grotendeels bepaald door het gedrag en de mening van anderen, dat wil zeggen: door de sociale norm. Het benoemen van een positieve sociale norm in je communicatieboodschap is dan ook van groot belang. Communiceren dat veel mensen er een zootje van maken, stimuleert het verkeerde gedrag. Wat beklijft is het idee dat het blijkbaar normaal is om je rommel op straat te gooien. Hetzelfde geldt voor het communiceren van ontevredenheid: dit wordt al snel een vertrekpunt voor de eigen beleving. Laat dus vooral zien dat mensen het belangrijk vinden om de omgeving schoon te houden, en ook bereid zijn hiervoor actie ondernemen. Een breed gedragen verzet van buurtbewoners tegen rommel op straat kan eventueel ook. Uiteraard geldt dat de berichtgeving in lijn moet zijn met de bestaande situatie: Positief zijn terwijl het zichtbaar vervuild is, werkt averechts. In dat geval werkt het beter om de negatieve situatie te erkennen ("In speeltuin x wordt dagelijks helaas veel afval achtergelaten en daar doen wij dit en dit aan.") en de aandacht op nieuwe initiatieven te richten.

Voorbeelden:

- Via de Supporter van Schoon-campagne worden schoonambassadeurs zichtbaar gemaakt. Het verhaal van Yasmine en Kyle uit Den Bosch op www.supportervanschoon.nl: "Wij zorgen dat onze vrienden ook hun afval opruimen".
- Schoon Zeeland, wij houden Zeeland mooi!

Voorbeelden:

- Via de Supporter van Schoon campagne worden schoonambassadeurs zichtbaar gemaakt. Het verhaal van Yasmine en Kyle uit Den Bosch op www.supportervanschoon.nl: "Wij zorgen dat onze vrienden ook hun afval opruimen".
- Schoon Zeeland, wij houden zeeland mooi!

4. Communiceer lokaal en gericht

De effectiviteit van schoonmaatregelen en schooninitiatieven hangt voor een groot deel samen met de berichtgeving hierover. Zeker als het om beleving gaat, is communicatie een van de belangrijkste instrumenten. Veel initiatieven rondom beleving werken goed, maar bereiken slechts een klein deel van de burgers. Als een aantal buurtbewoners een zaterdagochtend de straat veegt, dan heeft dat bijvoorbeeld een positief effect op die specifieke groep. Maar zolang ze niet gezien worden door alle andere buurtbewoners, dan is de impact gering. Hetzelfde geldt voor de inzet van de gemeente of van beheerders. Initiatieven moeten dus zichtbaar zijn voor de relevante doelgroep. Dit bereik je door naar kanalen te zoeken die veel burgers bereiken die op dit moment nog niet veel met afval bezig zijn. Denk bijvoorbeeld aan outdoor-communicatie op drukbezochte plekken en aan lokale Facebook-pagina's. De inzet van de reinigers maak je zichtbaarder met herkenbare en opvallend gekleurde kleding. Ook schoonmaakroosters, waarbij een vinkje wordt gezet als er is schoongemaakt, zijn effectief. Uiteraard moet het dan ook echt schoon worden achtergelaten.



Meer weten:

- Handreiking Sturen op beleving:
<http://www.kenniswijzerzwerfafval.nl/document/handreiking-sturen-op-beleving?destination=/bibliotheek%3Fkeywords%3Dbeleving>

5. Maak minimaal schoon op schoonheidsniveau B en laat niets liggen

Als gekeken wordt naar de relatie tussen beeldgericht schoonmaken en tevredenheid van burgers, dan blijken burgers pas tevreden als er hooguit één stuk zwerfafval ligt in de directe omgeving (100m²). Dat is volgens de CROW-methode aan de bovenkant van niveau A. Echt ontevreden zijn burgers als er meer dan 6 stuks zwerfafval liggen. Dat betekent dat er minimaal op beeldkwaliteit niveau B moet worden schoongemaakt om ontevredenheid te voorkomen. Daarbij moet opgemerkt worden dat mensen zwaarder tillen aan zwerfafval in parken en woonwijken, dan aan zwerfafval in winkelgebieden. Hanteer je de B-norm, dan mag er best wat zwerfafval liggen. Toch is het aan te raden om, wanneer je schoonmaakt of afvalbakken leegt, alles weg te halen en schoon te vegen. Mensen ervaren het als onverschilligheid van de gemeente als reinigers zwerfafval laten liggen en dat versterkt een negatieve schoonbeleving.

Meer weten:

- Onderzoek 'Zwerfafval en beleving van Kees Keizer en Peter van Welsem in Heemstede, Leusden, Pijnacker Nootdorp en Nijmegen:
<http://www.kenniswijzerzwerfafval.nl/sites/default/files/media/Welsum%20en%20Keizer%20-%20Eindrapport%20Zwerfafval%20en%20Beleving.pdf>
- Werken met beeldkwaliteit, CROW: <https://www.crow.nl/thema-s/management-openbare-ruimte/beeldkwaliteit/kwaliteitscatalogus>
- Keurmerk beeldschoon: <http://www.kenniswijzerzwerfafval.nl/document/keurmerk-beeldschoon-voor-beeldgericht-werken?destination=/bibliotheek%3Fkeywords%3Dbeeldgericht%2520reinigen>
- Handreiking Sturen op beleving:
<http://www.kenniswijzerzwerfafval.nl/document/handreiking-sturen-op-beleving?destination=/bibliotheek%3Fkeywords%3Dbeleving>

6. Maak zichtbaar schoon

Het zien van iemand die schoonmaakt, maakt dat mensen eerder regels naleven, hulpvaardiger zijn en minder geneigd zijn om afval op straat te gooien. We ervaren de omgeving dan als prettiger. Iemand die schoonmaakt, toont de betrokkenheid van de gemeente en/of medeburgers. Zorg dus dat reinigers zo zichtbaar mogelijk zijn (met herkenbare en opvallende kleding en schoonmaakroosters), op momenten dat er veel mensen op straat zijn. Organiseer zo nu en dan een Big Bang-schoonmaak met veel kabaal. Kleine veranderingen zien mensen amper. Vaste reinigers zorgen voor een herkenbaar gezicht in de buurt; ook dat verhoogt de zichtbaarheid. Pas op met het zichtbaar maken van taakstraffen, dat straalt uit dat schoonmaken een straf is.

Voorbeelden:

- In Den Bosch hebben ze een filmpje gemaakt van de reinigers die de stad 's nachts schoonmaken: <https://www.youtube.com/watch?v=9kWcogyEHw>
- Een van de interventies die de organisatie van Solar in 2016 inzette voor een schoner evenement, waren de schoonmaakteams die zichtbaar aan het opruimen waren.
- Gemeente Leeuwarden en partners maken jaarlijks de stad in drie dagen schoon. In Rotterdam maken meer dan 10.000 bewoners, winkeliers, ambtenaren, scholen de stad op één dag schoon bij Keep It Clean Day.



Meer weten:

- Tips schone winkelgebieden: <http://www.kenniswijzerzwerfafval.nl/document/tips-voor-schone-winkelgebieden?destination=/bibliotheek%3Fkeywords%3Dzichtbaar%2520reinigen>
- Handreiking Sturen op beleving: <http://www.kenniswijzerzwerfafval.nl/document/handreiking-sturen-op-beleving?destination=/bibliotheek%3Fkeywords%3Dbeleving>
- Onderzoek zichtbaar reinigen van Kees Keizer (RUG): http://www.kenniswijzerzwerfafval.nl/document/zichtbaar-reinigen-en-beleving?destination=/bibliotheek%3Ffacet_subjects%5B0%5D%3D15%26keywords%3Dbelieving

7. Pak ook onkruid, vernielingen en graffiti aan

De beleving van burgers wordt bepaald door de mate waarin medeburgers normen en regels naleven. Wanneer mensen zien dat regels overtreden worden, met fout geparkeerde fietsen, graffiti en zwerfafval bijvoorbeeld, dan veroorzaakt dat een onveilig gevoel en minder vertrouwen in de medemens. Het is bovendien een indicatie dat de gemeente en eventueel aanwezige ondernemers het blijkbaar niet belangrijk vinden om in actie te komen. Dit werkt zeer negatief op de beleving. Een integrale aanpak is daarom essentieel: Ruim zwerfafval op, maar pak ook het kapotte meubilair, de bekladderde muren en het onkruid aan. Dit kan bekrachtigd worden met bloembakken, groen of kunst.

Voorbeelden:

- In de Mascignibuurt in Tilburg hebben de woningcorporatie en de gemeente zowel de binnenkant van de flat (mooie afbeeldingen, kleuren en beter afvalvoorzieningen) als de buitenruimte (schoon, straatwerk, nieuw speeltoestel) een flinke opknappbeurt gegeven. Dat heeft de beleving en het gedrag van bewoners flink verbeterd.
- Er zijn goede ervaringen met *placemaking*. Aanpassingen op de locatiezorgen voor een ander gebruik en beter beleving. Voorbeelden zijn het plaatsen van plantenbakken bij de containerplaatsen (ondergrondse containers) in Amsterdam, kunstgras op containerplaten van ondergrondse containers in Oss en de muurschildering in de fietstunnel in het stationsgebied bij De Vink.

Meer weten:

- Handreiking Sturen op beleving: <http://www.kenniswijzerzwerfafval.nl/document/handreiking-sturen-op-beleving?destination=/bibliotheek%3Fkeywords%3Dbeleving>

8. Verhoog het eigenaarschap

Afval laten we makkelijker achter op plekken die van 'niemand' zijn. Het vergroten van het gevoel van eigenaarschap in een gebied kan er daarom voor zorgen dat er minder zwerfafval ontstaat. Dit gevoel kan al opgeroepen worden door het plaatsen van een hekje of een bord met "Welkom in de Oranjestraat". Plantenbakken halen ook de anonimiteit weg. Letterlijk eigenaarschap bereikt u met adoptie van voorzieningen en stukken van de openbare ruimte door bewoners of ondernemers. Maak de adoptie ter plekke zichtbaar met communicatie.

Voorbeelden:

- Stimuleer samenwerking tussen ondernemers in een winkelgebied en laat hen samen uitdragen dat schoon de norm is en dat ze trots zijn op hun winkelgebied via bijvoorbeeld posters of stickers op de winkelruiten.
- In de gemeente Deventer is een proef gedaan met foto's van bewoners die 'eigenaar' waren van een plein. Dit zorgde voor een meetbaar grotere schoon-beleving in het gebied.



- In steeds meer gemeenten adopteren bewoners of ondernemers afvalbakken of containers. Belangrijk is om op de voorziening te laten zien dat deze geadopteerd is, zoals in Houten waar alle geadopteerde afvalbakken voorzien zijn van een adoptiesticker.

Meer weten:

- Handreiking Sturen op beleving:
<http://www.kenniswijzerzwerfafval.nl/document/handreiking-sturen-op-beleving?destination=/bibliotheek%3Fkeywords%3Dbeleving>

9. Plaats afvalbakken op zichtbare plekken

Zien dat anderen iets in de afvalbak gooien, heeft een positief effect op de beleving. Plaats afvalbakken dan ook op een plek waar ze door zoveel mogelijk mensen gezien én gebruikt worden. Dit kan bijvoorbeeld midden op een wandelroute zijn, in plaats van aan de zijkant. Gooit iemand zijn afval in de bak, dan kunnen anderen dat vanuit meerdere richtingen zien. Afvalbakken tegenover terrassen en bij wachtplekken worden ook door veel mensen gezien. Verder is het van belang dat er afvalbakken staan op plekken waar afval ontstaat, zoals bij een kiosk of fastfoodtent. Kijk hierbij ook naar de routes die klanten afleggen voordat hun consumptie op is (looproutes), en speel hierop in met de plaatsing van afvalbakken.

Meer informatie:

- <http://www.kenniswijzerzwerfafval.nl/document/handreiking-optimalisatie-afvalbakken>
- Handreiking Sturen op beleving:
<http://www.kenniswijzerzwerfafval.nl/document/handreiking-sturen-op-beleving?destination=/bibliotheek%3Fkeywords%3Dbeleving>

10. Maak afvalbakken opvallend met kleur en boodschap

Het zien van een afvalbak, versterkt de beleving dat rommel niet op straat hoort. Het toont bovendien de betrokkenheid van de gemeente bij een schone omgeving - en ook dat werkt positief op beleving. Het zien van een afvalbak verkleint de fysieke afstand die men ervaart tot de afvalbak, en vergroot zo de kans dat afval in de afvalbak belandt. Anderen oordelen sterker over iemand die iets op de grond gooit, wanneer er een afvalbak in de buurt staat. De mogelijkheid van dit oordeel is voor veel mensen al een reden om iets in de afvalbak te gooien. Zorg dus voor afvalbakken met een opvallende kleur, bij voorkeur helder groen (appeltjesgroen). Ook uniformiteit draagt bij aan herkenbaarheid, Lijnen en pijlen richting afvalbakken trekken nog extra aandacht. Tenslotte kunnen ook bekende symbolen toegepast worden, zoals die van Supporter van Schoon of Tidyman (internationaal). Bij voorkeur zo zichtbaar mogelijk, dus op ooghoogte of boven de bak.

Voorbeelden:

- In Rotterdam en Amsterdam onderzochten ze het effect van opvallend groene afvalbakken ten opzichte van de gangbare grijze afvalbakken. Uit zowel de korte termijn effectmeting als de lange, blijken de groene afvalbakken fors meer zwerfafval op te halen dan de grijze bakken.
- De afvalbakken van Supporter van Schoon zijn opvallend en herkenbaar en bovendien laat je zien dat je ambassadeur van schoon bent.

Meer weten:

- <http://www.kenniswijzerzwerfafval.nl/document/rapportage-groene-afvalbakken-gemeente-rotterdam>
- <http://www.kenniswijzerzwerfafval.nl/document/handreiking-optimalisatie-afvalbakken>



- Handreiking Sturen op beleving:
<http://www.kenniswijzerzwerfafval.nl/document/handreiking-sturen-op-beleving?destination=/bibliotheek%3Fkeywords%3Dbeleving>

11. Zet representatieve modellen in

Je neemt een boodschap of gedrag sneller van iemand over wanneer je iemand aardig vindt of wanneer je jezelf in iemand herkent. Gebruik daarom relevante en representatieve modellen in de communicatie, zoals bekende en populaire buurtbewoners. Geef ook reinigers die verbonden zijn aan een buurt een gezicht en een naam. Deze herkenbaarheid is van belang als ze later op straat worden gezien.

Voorbeelden:

- In Den Haag hebben ze vanuit de Love Den Haag Clean een campagne gevoerd met local heroes. Zo gebruikten ze een poster met een afbeelding van een buurtbewoner met de tekst "Wij hebben respect voor ons Cromvlietplein".

Meer weten:

- Handreiking Sturen op beleving:
<http://www.kenniswijzerzwerfafval.nl/document/handreiking-sturen-op-beleving?destination=/bibliotheek%3Fkeywords%3Dbeleving>



Participatie

Voor een schone omgeving is het belangrijk dat niet alleen de beheerder, maar ook bewoners, recreanten en ondernemers zich hier verantwoordelijk voor voelen. Dit klinkt eenvoudiger dan het soms is. Als beheerder van de openbare ruimte moet je om te beginnen het goede voorbeeld geven en zorgen dat de basis op orde is. Dit betekent dat er voldoende schoongemaakt wordt, dat er voldoende en werkende afvalvoorzieningen op de juiste plekken staan en dat de omgeving er verzorgd uitziet. Is dit niet het geval, dan is de motivatie snel weg. Participatie is vervolgens mogelijk op verschillende niveaus. Het begint bij het juist weggooien van het eigen afval, met het oprapen en weggooien van zwerfafval en het aansporen van anderen om dat ook te doen. Een volgende stap is dat bewoners meedoen aan georganiseerde opschoonacties of een afvalbak adopteren. Hieronder vindt u 10 effectieve participatie interventies. Met de adviestool zwerfafval kunt u via een aantal vragen zien wat u het beste wanneer kunt toepassen.

1. Zoek sleutelfiguren en breng ze bij elkaar

Zonder stakeholders kun je eigenlijk niet van participatie spreken. Probeer enthousiasme te kweken en ga op zoek naar één of meerdere stakeholders. Dit kan betekenen dat u als beheerder in eerste instantie veel energie moet steken in de aanpak - en misschien zelfs alleen moet starten - om van daaruit stakeholders te vinden. Om een grote, initieel passieve groep te bewegen, is het slim om met een kleine, actieve groep te beginnen. Deze groep kan later de grotere groep betrekken. Denk hierbij aan bewoners, recreanten en ondernemers die de laatste jaren op één of andere manier actief zijn geweest voor een schoon gebied. Ook medewerkers van organisatie met maatschappelijke taken die veel contact hebben met doelgroepen kunnen een rol spelen. Leg persoonlijk contact met deze sleutelfiguren en vraag hen om medewerking. Het kan helpen daar een collega voor in te zetten die al een goede band met ze heeft opgebouwd. Leg de sleutelfiguren de schoonbeginselen uit (Schoon houdt schoon etc.). Bepaal vervolgens samen wat zij kunnen doen om het goede voorbeeld te geven, bij voorkeur in samenwerking met andere sleutelfiguren. Sleutelfiguren kunnen anderen het beste activeren op 'natuurlijke' momenten. Zo triggeren vragen mensen om na te denken. Een kleine gift (vuilniszakken, bezems etc.) ondersteunt de vraag en zorgt voor toekomstige betrokkenheid. Dit werkt overigens alleen als er al enige mate van betrokkenheid is.

Voorbeelden:

- Zet een mascotte in tijdens markten en festiviteiten waarmee mensen op de foto willen. Laat de mascotte handtekeningen verzamelen voor een schone buurt.
- In Rotterdam gingen buurtvoorlichters langs de deuren met de vraag of men een schone buurt belangrijk vindt. Was het antwoord ja, dan vroegen ze of de bewoners een sticker op de deurpost wilden plakken. Doordat bewoners de sticker zelf plakten, versterkte het de schoon-norm. In IJsselstein maken ze gebruik van sleutelfiguren.
- In Dordrecht is van gerecycled plastic het woord 'schoon' ge-3d-print. Tijdens opruimacties gaan deelnemers hiermee op de foto.

Meer weten:

- Uitvoeringsprogramma zwerfafval IJsselstein:
<https://www.ijsselstein.nl/mozard/document/docnr/308565>
- http://www.kenniswijzerzwerfafval.nl/document/menukaart-participatie-stimuleren-en-vasthouden?destination=/bibliotheek%3Ffacet_subjects%255B0%255D%3D210
- <http://www.publicresult.nl/wp-content/uploads/2015/05/Regie-in-zwerfafval-van-reguleren-naar-participeren-proces-en-werkhandboek-met-bijlagen.pdf>



2. Stimuleer saamhorigheid

Door te benadrukken dat buurtbewoners of bezoekers deel uitmaken van een groter geheel, vergroot je de kans op betrokkenheid en deelname aan opschoonacties. Koppel daarom de naam van de buurt of het gebied aan iets positiefs – aan iets waar bewoners en bezoekers bij willen horen. Laat deze boodschap terugkomen op afvalbakken en in andere communicatie over schoon. Koppel saamhorigheid ook direct aan de schoonboodschap, door vooral groepen mensen te portretteren die samenwerken. Gebruik hierbij woorden als 'wij' en 'ons'. Maak tenslotte de positieve sociale norm zichtbaar als dat kan. Dus benadruk het gewenste gedrag, bijvoorbeeld "afval in de bak".

Voorbeelden:

- Campagnes Hou van Hatert (Nijmegen), Hart voor je Buurt (Breda), Heerlen Schoon-Doe je ook mee?
- Likes genereren voor een groen festival.
- Inzet van het 'Vriendenprincipe' voor een recreatiegebied.

Meer weten:

- http://www.kenniswijzerzwerfafval.nl/document/menukaart-participatie-stimuleren-en-vasthouden?destination=/bibliotheek%3Ffacet_subjects%255B0%255D%3D210

3. Zet digitale tools in

As de betrokkenheid van bewoners (nog) niet zo groot is, is de inzet van digitale tools een goed idee. Laat ze bijvoorbeeld verstoringen in de buitenruimte melden via een app, of biedt ze via een website de mogelijkheid hun mening te geven over hoe schoon het ergens is. Ook kun je bewoners laten stemmen voor de 'beste' schoonvrijwilliger of de schoonste plek, of een voorkeur laten uitspreken voor een type afvalbak. Op die manier krijgen bewoners op een laagdrempelige manier invloed op hun omgeving.

Voorbeelden:

- Heel gewoon, Rijswijk schoon. De gemeente wilde graag de mening van haar inwoners weten of zij Rijswijk schoon vonden via een online enquête.
- Eindhoven laat inwoners een virtuele stad bouwen in Slim City Eindhoven (www.E52.nl).
- Winkelgebieden: Schoonste winkelstraatverkiezingen van NederlandSchoon (nederlandschoon.nl) en Rotterdam (rotterdam.nl/schoonstewinkelstraat).

Meer weten:

- http://www.kenniswijzerzwerfafval.nl/document/menukaart-participatie-stimuleren-en-vasthouden?destination=/bibliotheek%3Ffacet_subjects%255B0%255D%3D210

4. Schouw met bewoners en ondernemers

Een manier om bewoners te betrekken bij een schone buurt is 'samen schouwen'. Dit kan op verschillende manieren. De minst intensief methode is wanneer bewoners via een app kunnen aangeven hoe schoon ze een gebied vinden. Een meer intensieve vorm is samen de straat op gaan en het gebied op verschillende onderdelen (hoeveelheid zwerfafval, onkruid, bijplaatsingen etc) te laten waarderen met cijfers of andere normeringen. Dit werkt het beste wanneer er meerdere partijen meedoen - dus verschillende afdelingen binnen de gemeente (reiniging, groenonderhoud, handhaving, wijkregie) en bijvoorbeeld een huismeester van een woningcorporatie. Probeer samen de oorzaken van het zwerfafval te achterhalen.



Voorbeelden:

- In onder andere Waddinxveen en Winsum kunnen bewoners via een app op hun telefoon of tablet schouwen. Dat gaat niet alleen over zwerfafval, maar ook over speelvoorzieningen, openbaar groen, verlichting etc.
- In onder andere Vlissingen en Rotterdam schouwen bewoners met gemeentemedewerkers samen aan de hand van een schouwformulier.

Meer weten:

- Vijf effectieve manieren voor burgerparticipatie, waaronder burgerschouw: <http://www.kenniswijzerzwerfafval.nl/document/litter-prevention-community-engagement-options-paper?destination=/bibliotheek%3Fkeywords%3Dburgerschouw>
- http://www.kenniswijzerzwerfafval.nl/document/menukaart-participatie-stimuleren-en-vasthouden?destination=/bibliotheek%3Ffacet_subjects%255B0%255D%3D210

5. Stimuleer en ondersteun opruimacties

Bewoners die zelf hun straat of speelplek onderhouden, zijn enorm waardevol voor het schoonhouden van een omgeving. Soms komt het initiatief van bewoners zelf. Het is dan belangrijk om dit als beheerder te ondersteunen met bijvoorbeeld grijpers, vuilniszakken en het ophalen van het opgeruimde zwerfafval. Is dit initiatief er niet, dan kunt u het opruimen stimuleren door een opruimactie te organiseren. De (inter)nationale opruimdagen zijn hier handig voor: de Landelijke Opschoondag eind maart, Keep It Clean Day in de derde week van september en het vuurwerkvegen op 1 januari. Uiteraard kunt u ook op eigen initiatief een activiteit organiseren, zoals een lokale opruimweek of een grote schoonmaak. De kunst is om het niet bij een eenmalige actie te houden, maar er iets structureels van te maken. Om participanten actief te houden, is het belangrijk dat zij de activiteiten niet alleen belangrijk vinden, maar ook als plezierig ervaren. Zorg daarom voor gezelligheid in de vorm van een sportwedstrijd, koek en zopie, buurtbarbecue of beloon de buurt met een nieuw speeltoestel.

Voorbeelden:

- In Leeuwarden organiseren ze de grote schoonmaak, waarbij bewoners, gemeente, scholen en andere partijen samen de wijk in drie dagen schoonmaken.
- ROVA faciliteert vanuit haar [campagne Mooi Schoon](#) allerlei schoonmaakinitiatieven in diverse buurten.

Meer weten:

- Menukaart participatie: http://www.kenniswijzerzwerfafval.nl/document/menukaart-participatie-stimuleren-en-vasthouden?destination=/bibliotheek%3Ffacet_subjects%255B0%255D%3D210
- Supporter van Schoon: http://www.kenniswijzerzwerfafval.nl/document/supporter-van-schoon-acties?destination=/bibliotheek%3Ffacet_subjects%255B0%255D%3D210
- Voorbeeld draaiboek opschoonactie: http://www.kenniswijzerzwerfafval.nl/document/definitief-draaiboek-lod-2015-hechterp-schieringen-leeuwarden?destination=/bibliotheek%3Ffacet_subjects%255B0%255D%3D210%26page%3D1
- Voorbeeld campagne Mooi Schoon: <http://www.mooi-schoon.nl/acties/>

6. Sluit samenwerkingsconvenanten

Met het tekenen van een samenwerkingsconvenant kan een samenwerking tussen partijen formeel bekrachtigd worden. Het voordeel hiervan is dat partijen expliciet uitspreken zich te committeren



aan een bepaalde inspanning voor schoon. Een convenant kan vrij algemeen gehouden worden, met bijvoorbeeld alleen handtekeningen voor een schoon winkelgebied. Het convenant wordt krachtiger als de voorgenomen inzet van alle partijen erin beschreven wordt. De samenwerking kan vervolgens zichtbaar gemaakt worden met stickers of labels met verwijzing naar het partnerschap: "Ik doe mee aan Offensief Schoon Raamoord".

Voorbeelden:

- In Rotterdam hebben ze de Schoonmaakbende opgericht. Bewoners van meer dan 120 straten maken regelmatig hun straat schoon. Zij tekenden per straat met een handtekening voor deelname:
<https://www.opzoomermee.nl/media/pdf/schoonmaakbende2017.pdf>
- Green deal schone stranden: <http://www.kenniswijzerzwerfafval.nl/document/green-deal-schone-stranden-0?destination=/bibliotheek%3Fkeywords%3Dgreen%2520deal%2520stranden>
- Samenwerking met scholen: http://www.kenniswijzerzwerfafval.nl/document/voorbeeld-schoolconvenant-zwerfafval?destination=/bibliotheek%3Ffacet_subjects%255B0%255D%3D210
- Aanpak OV-gebieden: http://www.kenniswijzerzwerfafval.nl/document/tips-voor-schone-ov-gebieden?destination=/bibliotheek%3Ffacet_subjects%255B0%255D%3D210
- Aanpak uitgaansgebieden: http://www.kenniswijzerzwerfafval.nl/document/zwerfafvalaanpak-uitgaansgebieden?destination=/bibliotheek%3Ffacet_subjects%255B0%255D%3D210

Meer weten?

- http://www.kenniswijzerzwerfafval.nl/document/menukaart-participatie-stimuleren-en-vasthouden?destination=/bibliotheek%3Ffacet_subjects%255B0%255D%3D210

7. Organiseer adoptie

Een sterke vorm van schoonparticipatie is het adopteren van afvalbakken en wijkcontainers. Bewoners of ondernemers worden dan letterlijk eigenaar van die bak of container. Ze krijgen bijvoorbeeld een sleutel of pasje om afval dat klem zit of naast de container ligt, in de container te gooien. Wanneer ze de gemeente of een andere beheerder bellen, krijgen ze vaak voorrang bij het ophalen. Adoptanten zorgen dat de containers en bakken er fris en verzorgd bij staan. Daartoe krijgen ze knijpers, bezems en zakken. Adopteren werkt het beste als meerdere personen één bak of container adopteren. Gaat iemand op vakantie, dan kan de ander dat opvangen.

Voorbeelden:

- In Amsterdam en Rotterdam kunnen bewoners een (ondergrondse) wijkcontainer adopteren.
- In Houten, Rheden en Purmerend werken ze met adoptie van afvalbakken in de openbare ruimte.

Meer weten:

- <http://www.kenniswijzerzwerfafval.nl/document/handreiking-adoptie-van-afvalbakken?destination=/bibliotheek%3Fkeywords%3Dadoptie>
- <http://www.kenniswijzerzwerfafval.nl/document/bijeenkomst-afvalbakkenbeheer?destination=/bibliotheek%3Fkeywords%3Dadoptie>
- <http://www.kenniswijzerzwerfafval.nl/document/werkafspraken-voor-de-adoptie-van-een-prullenbak?destination=/bibliotheek%3Fkeywords%3Dadoptie>



- <http://www.kenniswijzerzwerfafval.nl/document/spelregels-adoptie-afvalbak?destination=/bibliotheek%3Fkeywords%3Dadoptie>
- http://www.kenniswijzerzwerfafval.nl/document/menukaart-participatie-stimuleren-en-vasthouden?destination=/bibliotheek%3Ffacet_subjects%255B0%255D%3D210

8. Werk met ambassadeurs

Meestal is er een aantal bewoners dat zich extra betrokken voelt bij een schone omgeving. Zij prikken in de omgeving, melden verstoringen aan de gemeente en/of organiseren opruimacties. Deze schoonambassadeurs zijn heel waardevol voor de gemeentelijke schoonaanpak, omdat zij een schakel kunnen zijn naar andere bewoners en een rol kunnen spelen in het organiseren van acties. Zorg dus goed voor dit netwerk. Informeer ze actief over nieuwe ontwikkelingen, breng ze af en toe bij elkaar om kennis te delen, geef ze aandacht in de vorm van een kerstkaartje en help ze met het ontwikkelen van vaardigheden om zo anderen aan te spreken en te enthousiasmeren. Een voorwaarde voor het onderhouden van een dergelijk netwerk is een goed relatiebestand en een communicatie-infrastructuur. Zorg dat het bestand niet 'misbruikt' wordt voor andere doeleinden.

Voorbeelden:

- In Leusden zijn de opruimambassadeurs actief voor Opgeruimd Leusden.
- In Oisterwijk zijn ze gestart met zwerfafvalambassadeurs.
- In onder andere Nijmegen zijn de jonge wijkhelden actief:
http://www.kenniswijzerzwerfafval.nl/document/vliegende-start-wijkhelden?destination=/bibliotheek%3Ffacet_subjects%255B0%255D%3D210

Meer informatie:

- <http://www.kenniswijzerzwerfafval.nl/document/menukaart-participatie-stimuleren-en-vasthouden?destination=/bibliotheek%3Fkeywords%3Dmenukaart%2520participatie>

9. Stimuleer en ondersteun zelfbeheer

De meest verregaande vorm van participatie vindt plaats wanneer een groep bewoners (of een andere groep) het beheer van een stuk openbare ruimte overneemt, zoals een pleintje of speelplek. Soms komt dat initiatief van bewoners zelf (omdat een stuk grond er bijvoorbeeld verlaten en functioneel bij ligt) en is het zaak om dat mogelijk en werkbaar te maken. Het kan ook een bestuurlijke keuze zijn (*right to challenge*) om bewoners hier als gemeente toe uit te dagen. Bij initiatieven van onderop is de intrinsieke motivatie bij bewoners groot en ligt de uitdaging meer bij de gemeente die van bestaande werkwijzen moet afwijken. Een dienstverlenende, inlevende en open houding en flexibiliteit zijn dan erg belangrijk. Als zelfbeheer van bovenaf komt, ligt de uitdaging meer in het motiveren van bewoners en het zorgen voor voldoende draagkracht.

Voorbeelden:

- In Breda kunnen bewoners een wijkdeal aangaan. Burgers krijgen budget voor het beheer van een stuk van de openbare ruimte.
- In Nieuwegein zijn 425 bewoners actief als beheerder van openbaar groen.
- De gemeente Amsterdam, stadsdeel West biedt zelfbeheer van de openbare ruimte als mogelijkheid aan haar inwoners aan. Daarbij is de regel dat het gebied vrij van zwerfvuil gehouden wordt.

Meer weten:

- <http://www.kenniswijzerzwerfafval.nl/bibliotheek?keywords=zelfbeheer>



- http://www.kenniswijzerzwerfafval.nl/document/model-participatieladder?destination=/bibliotheek%3Ffacet_subjects%255B0%255D%3D210%26page%3D1
- http://www.kenniswijzerzwerfafval.nl/document/menukaart-participatie-stimuleren-en-vasthouden?destination=/bibliotheek%3Ffacet_subjects%255B0%255D%3D210

10. Communiceer over de 25-meterregel en stimuleer naleving

De 25-meterregel houdt in dat ondernemers in Nederland zo vaak als nodig zwerfafval (etenswaren, verpakkingen of andere materialen) in een straal van 25 meter vanaf de voordeur van hun zaak moeten verwijderen. Sinds 1 januari 2015 zijn de [bevoegdheden van handhavers verruimd](#) en mogen ze optreden tegen horecagelegenheden die overlast van zwerfvuil binnen een straal van 25 meter rondom hun zaak niet voorkomen. Ondernemers kunnen nu niet alleen een boete krijgen voor verkeerd aangeboden huisvuil, maar ook voor de aanwezigheid van zwerfvuil binnen een straal van 25 meter van de zaak. Veel ondernemers kennen de regel niet, dus het is goed om die regel eerst onder de aandacht te brengen. Liefst niet met een flyer of brief, maar middels persoonlijk contact (rondje langs winkels en horeca). Samenwerkingsafspraken over de uitvoering van de 25-meterregel werken vaak goed. Bijvoorbeeld de afspraak dat ondernemers na sluiting hun stoep vegen en dat de gemeente een paar keer extra komt reinigen.

Voorbeeld:

- De ondernemers van uitgaansgebied Witte de Withstraat in Rotterdam tekende met de gemeente een convenant met reinigingsafspraken. Uitbaters vegen na sluitingstijd fijn zwerfafval in de goot en de gemeente komt één of twee keer per week extra reinigen.

Meer weten:

- <http://www.kenniswijzerzwerfafval.nl/document/de-25-meter-regel-achtergrond-en-toepassingen-de-praktijk>
- <https://www.nederlandschoon.nl/wat-jij-kan-doen/de-25-meter-regel>
- http://www.kenniswijzerzwerfafval.nl/document/menukaart-participatie-stimuleren-en-vasthouden?destination=/bibliotheek%3Ffacet_subjects%255B0%255D%3D210

Deze inspiratielijst is tot stand gekomen in het kader van de Landelijke Aanpak Zwerfafval (LAZ) en opgesteld door Rijkswaterstaat.



Rijkswaterstaat
Ministerie van Infrastructuur en Waterstaat