

HANDREIKING SCHONE CENTRUM- EN WINKELGEBIEDEN



Februari 2018



Inhoudsopgave

Voorwoord	3
1. Introductie	4
1.1. Waarde van schoon in centrum- en winkelgebieden	5
1.2. Overzicht van actoren	5
1.3. Organisatiegraad winkelgebied	7
1.4. Beeldgestuurd versus frequentiegestuurd reinigen	8
1.5. Objectieve schoonheidsgraad versus subjectieve schoonbeleving	8
1.6. Analyse actuele situatie	9
*Schoonste Winkelgebied Verkiezing	10
^Keurmerk voor Veilig Ondernemen en zwerfafval	11
1.7. Overzicht veel voorkomende probleemgebieden	11
2. Aan de slag met zwerfafval in centrum- en winkelgebieden.....	13
2.1. Samenwerking.....	14
2.2. Basis op orde	16
2.3. Communicatie	19
2.4. Overige oplossingen/interventies.....	20
2.5. Nieuwe technieken	23
2.6. Contactinformatie.....	23
Bijlage 1: Overzicht materialen.....	24
Bijlage 2: Overzicht spelers zwerfafval en gedrag	25
Bijlage 3: Schouwformulier winkelgebieden	26
Bijlage 4: Actorenoverzicht	27



Voorwoord

Vanuit de missie 'Samen een bijdrage leveren aan een schone, zwerfafvalvrije leefomgeving' richt NederlandSchoon zich al een aantal jaar op de aanpak van (zwerf)afval in centrum- en winkelgebieden. Zo organiseert NederlandSchoon sinds 2013 de 'Schoonste Winkelgebied Verkiezing'. Om onderstaande redenen kiest NederlandSchoon ervoor om (zwerf)afval in centrum- en winkelgebieden aan te pakken:

- ✓ De schoonheidsgraad van centrumgebieden is laag
- ✓ In centrumgebieden wordt veel geconsumeerd
- ✓ Centrumgebieden zijn anonieme gebieden

Vanaf 2010 ontwikkelt NederlandSchoon vanuit de Landelijke Aanpak Zwerfafval via verschillende pilots in winkelgebieden een maatwerk aanpak voor schonere centrum- en winkelgebieden. De kennis, instrumenten en voorbeelden die uit de pilots volgen moeten gemeenten, winkeliers, vastgoedeigenaren en –beheerders in staat stellen om hun winkelgebieden moeten op een relatief eenvoudige manier schoner te krijgen. Het einddoel van deze maatwerk aanpak is het positief beïnvloeden (d.m.v. bewustwording) van het afvalgedrag van consumenten en bezoekers in centrum- en winkelgebieden.



1. Introductie

Deze handreiking is tot stand gekomen door gebruik te maken van eerder opgedane (praktijk)ervaringen en uitgevoerde pilots in winkelgebieden. Zo heeft NederlandSchoon vanaf 2010 diverse projecten en pilots uitgevoerd binnen centrum- en winkelgebieden, op basis waarvan concrete lessen zijn geleerd. Goede voorbeelden hiervan zijn de conclusies dat: schoon verder gaat dan de afwezigheid van zwerfafval, een schoon winkelgebied veiliger is én bezoekers bovendien aanzet tot langer verblijf. Met de Schoonste Winkelgebieden Verkiezing heeft NederlandSchoon een unieke database opgebouwd, die een solide basis vormt voor onze positionering ten aanzien van het thema schoon in centrum- en winkelgebieden. Alle actuele kennis en ervaring is in deze handreiking gebundeld en vertaald voor winkelgebieden. Hierbij is geprobeerd in korte stappen de aanpakken te beschrijven zodat iedereen aan de slag kan gaan met het schoonhouden van zijn of haar centrum- en/of winkelgebied.

Bij het aanpakken van zwerfafval in centrum- en winkelgebieden onderscheiden wij drie stappen om te komen tot een schoner winkelgebied:

1. De waarde van schoon voor jouw winkelgebied kennen en delen zorgt voor grotere actiebereidheid betrokken partijen.
2. Samen met de direct betrokken verantwoordelijken de problemen in de praktijk beoordelen, zorgt voor een duidelijke 'schoonagenda'.
3. Simpele oplossingen zorgen voor snelle resultaten, die vervolgens naar meer zullen smaken

Deze handreiking is aan de hand van deze drie stappen opgebouwd. Allereerst zal er gekeken worden naar de waarde van schoon in centrum- en winkelgebieden. Daarna worden alle betrokkenen en hun verantwoordelijken omschreven. Twee instrumenten voor praktijkgerichte probleemanalyses in winkelgebieden worden gepresenteerd en tenslotte worden, per probleemgebied (hotspot/hottopic), verschillende interventies stapsgewijs uitgelegd.

Voordat we verder ingaan op de waarde van schoon, geven wij eerst de definitie van centrum- en winkelgebieden die wij in deze handreiking hanteren:

Alle typen winkelgebieden en centrale plekken waar consumentenvoorzieningen, zoals winkels, horeca, dienstverlening en culturele instellingen geclusterd zijn. Hieronder vallen zowel de grote Nederlandse binnensteden als dorpscentra en planmatig ontwikkelde buurtgerichte winkelcentra.



1.1. Waarde van schoon in centrum- en winkelgebieden

Een schoon winkelgebied heeft vele voordelen voor bezoekers, ondernemers en beheerders. Dit rendement van schoon wordt ook elk jaar opnieuw bewezen in de 'Schoonste Winkelgebieden Verkiezing'. Ongeacht het type winkelgebied (binnenstad of lokaal winkelgebied) geldt dat een schoon winkelgebied onder bezoekers leidt tot:

- ✓ Groter gevoel van veiligheid
- ✓ Aangenamere beleving
- ✓ Grotere tevredenheid
- ✓ Positieve en sociale houding
- ✓ Langere verblijfsduur (tot 20%)
- ✓ Hogere uitgaven (tot 10%)

Een schoon winkelgebied levert niet alleen voordelen op voor het winkelgebied zelf, maar creëert ook een commerciële meerwaarde voor ondernemers in het winkelgebied. Daarnaast heeft het ook invloed op de vastgoedwaarde. Vanuit duurzaamheid en maatschappelijke verantwoordelijkheid gezien, liggen hier kansen voor gemeenten, winkeliers, vastgoedeigenaren en -beheerders.

1.2. Overzicht van actoren

Samen maakt sterk! Schoonmaken en houden in winkelgebieden is altijd een taak van verschillende partijen; een gedeelde verantwoordelijkheid. In de meeste gevallen hebben de gemeente (openbare buitenruimte), ondernemers (winkel en directe omgeving) en beheerder (private buitenruimte) een directe invloed. Ieders rol en verantwoordelijkheid is echter lang niet altijd duidelijk en ook vindt er vaak nauwelijks afstemming van de werkzaamheden plaats, terwijl samenwerking meestal leidt tot efficiëntere oplossingen.

Wil je aan de slag met schoon in een winkelgebied, zorg dan dat in ieder geval iemand van de gemeente, een vertegenwoordiger van de ondernemers en de beheerder samenkomen om dit thema te bespreken.

In de meeste winkelgebieden zijn er natuurlijk veel meer partijen betrokken. Hieronder staat een uitgebreid overzicht van rollen en verantwoordelijkheden van veelvoorkomende stakeholders:

- ✓ Vastgoedeigenaar: Als eigenaar van een winkelgebied of een gedeelte van het vastgoed, heeft deze actor (indirect) veel invloed en is het een belangrijke partij om tot een schoon winkelgebied te komen.
 - Invloed op: beschikbaar budget voor inrichting winkelgebied en (openbare) buitenruimte.

- ✓ Vastgoedbeheerder: In veel gevallen is het beheer van een winkelgebied door de eigenaar uitbesteed aan een beheerder. Deze beheerder is verantwoordelijk voor het beheer en onderhoud en tevens degene die contact heeft met de ondernemers in het winkelgebied. Daarnaast heeft de beheerder in veel gevallen het schoonmaken van het vastgoed uitbesteed aan een schoonmaakbedrijf.
 - Invloed op: aanwending van budgetten voor beheer en onderhoud en efficiency.
- ✓ Facility / Schoonmaakbedrijf: in opdracht van de vastgoedeigenaar of -beheerder voert een privaat bedrijf de schoonmaakactiviteiten uit. Meestal zijn gedetailleerde afspraken over deze activiteiten vastgelegd in bestek dat onderdeel is van het contract.
 - Invloed op: (schoonmaak)activiteiten waarmee aan contractuele afspraken wordt voldaan.
- ✓ Ondernemers: Ondernemers in winkelgebieden zijn belangrijke actoren in een winkelcentrum als het gaat om het uitstralen van schoon.
 - Invloed op: schoonniveau binnen de winkel tot 25 meter van de voordeur en meer algemeen op de uitstraling het winkelgebied als geheel.
- ✓ Gemeente: binnen de gemeente zijn meestal verschillende afdelingen betrokken bij schone winkelgebieden. Vanuit economisch perspectief worden winkelgebieden bijvoorbeeld ondersteund om optimaal te kunnen functioneren en vanuit perspectief van stadsbeheer worden reinigings- en beheerstaken gecoördineerd.
 - Invloed op: verantwoordelijk voor beheer en inrichting van de openbare ruimte in en rondom winkelgebieden
- ✓ Consumenten: De consument speelt een belangrijke rol in centrum- en winkelgebieden. Een groot deel van het zwerfafval op straat wordt direct of indirect veroorzaakt door consumenten. Het doel van schoonacties in winkelgebieden moet daarom altijd zijn; het positief beïnvloeden van het afvalgedrag van de consumenten.
 - Invloed op: Weggooigedrag.
- ✓ Maatschappelijke organisaties/initiatieven: In de meeste gemeenten zijn diverse maatschappelijke organisaties en initiatieven actief. Deze organisaties en partijen zijn goed benaderbaar voor maatschappelijke projecten, zoals de aanpak van zwerfafval in centrum- en winkelgebieden.
 - Invloed op: het leggen van verbindingen tussen verschillende partijen (non-profit en profit).
- ✓ Bewonersvereniging/buurtvereniging: In centrum- en winkelgebieden is naast de mogelijkheid om te winkelen vaak ook ruimte om te wonen. Winkelgebieden staan over het algemeen in woonwijken en boven winkels bevinden zich vaak appartementen. In en rondom winkelgebieden is soms een bewonersvereniging/buurtvereniging. Vanuit deze verenigingen zijn bewoners betrokken bij winkelgebieden en dienen ze geïnformeerd/geraadpleegd worden bij veranderingen in het winkelgebied. Deze verenigingen komen op voor de belangen van de bewoners.
 - Invloed op: buurtparticipatie.
- ✓ Gemeentelijke reinigingsdienst: verantwoordelijk voor uitvoering van de praktische beheers- en onderhoudstaken op basis van een bestek. De uitvoering ligt overigens niet altijd bij



gemeentelijke instanties, maar kan ook bij een (semi-)private partij liggen. Ondanks het feit dat de uitvoerende partij vaak relevante praktijkkennis heeft, wordt deze in veel gevallen (zeker in eerste instantie) niet betrokken bij overleg over zwerfafval.

- Invloed op: Schoonhouden openbaar toegankelijk gebied, zowel publiek als privaat

De gemeente is verantwoordelijk voor de openbare ruimte en daarom in principe altijd betrokken bij het onderwerp schoon in winkelgebieden. De gemeente is vanuit verschillende diensten, taken, verantwoordelijkheden en ambities betrokken bij centrum- en winkelgebieden. Deze verschillen worden hieronder per afdeling toegelicht en uitgelegd.

- ✓ Gemeentelijke afdelingen betrokken bij het thema schoon in centrum- en winkelgebieden:
 - Afdeling Economie: De contacten met de gemeente vanuit winkelgebieden lopen meestal via de afdeling Economie. Deze afdeling kijkt vanuit economisch oogpunt naar winkelgebieden en heeft daardoor vaak direct contact met winkeliers en andere ondernemers. Vaak is er een accountmanager voor winkeliers(verenigingen).
 - Invloed op: ondernemers, budgetten en toekomstplannen voor winkelgebieden.
 - Afdeling Beheer en onderhoud (openbare ruimte): Deze afdeling zorgt voor het beheer en onderhoud van de openbare ruimte in en rondom het winkelgebied. In sommige gemeenten zijn deze taken uitbesteed aan private partijen.
 - Invloed op: onderhoud openbare ruimte, budget voor aanpassingen in openbare ruimte.
 - Afdeling Toezicht en handhaving: Vanuit deze afdeling zijn de buitengewoon opsporingsambtenaren en toezichthouders actief in winkelgebieden. Zij handhaven en houden toezicht in de openbare ruimte. Het controleren van de 25meter regel wordt onder andere door deze afdeling gedaan.
 - Invloed op: controle en toezicht op gedrag van ondernemers en bezoekers.

Waar de vastgoedeigenaar/beheerder verantwoordelijk is voor een overdekt winkelcentrum (beheer en onderhoud vastgoed), is de gemeente verantwoordelijk voor de openbare ruimte (beheer, onderhoud en inrichting openbare ruimte) daar omheen. In veel gevallen blijft er dan nog een grijs gebied over op de grens van publiek en privaat terrein. Dit is het gebied dat bijvoorbeeld net onder de luifel van het winkelcentrum en/of de winkels valt. In veel gevallen is het onduidelijk wie daar schoonmaakt en is het voor de gemeente lastig om daar te reinigen i.v.m. paaltjes, uitstallingen en andere obstakels die in de weg staan. Met duidelijke afspraken over dit grensgebied is vaak snel veel 'winst' te behalen.

1.3. Organisatiegraad winkelgebied

Voor gezamenlijke zwerfafvalaanpak in winkelgebieden is de organisatiegraad van winkeliers (en bewoners) een grote succesfactor. In winkelgebieden met een lage organisatiegraad is het in de regel erg lastig om de noodzakelijke samenwerking goed te organiseren. Het is daarom raadzaam om van te voren te kijken naar de organisatiegraad van het winkelgebied.



1.4. Beeldgestuurd versus frequentiegestuurd reinigen

Een andere bepalende factor is de manier waarop het openbaar gebied wordt gereinigd. Per gemeente verschilt de manier waarop dit contractueel is vastgelegd. Grofweg kan een winkelgebied op twee manieren worden gereinigd:

- ✓ Beeldgestuurd reinigen
- ✓ Frequentiegestuurd reinigen

Zowel bij frequentiegestuurd als bij beeldgestuurd reinigen moet men aangeven welke inzet van de uitvoering wordt verlangd: wat moet worden schoongemaakt en hoe vaak? Bij frequentiegestuurd reinigen wordt dit als een gegeven opgenomen. Bij beeldgestuurd reinigen zijn de werkzaamheden afhankelijk van de vervuilingssnelheid. Dat is de gemiddelde tijd waarin een locatie zodanig vervuult dat deze niet meer voldoet aan het gestelde beeld. De uitvoerder en/of opdrachtgever bepaalt hoe vaak de werkzaamheden moeten worden herhaald.

Het belangrijkste verschil tussen frequentiegestuurd en beeldgestuurd reinigen is dat de organisatie bij de laatste in belangrijke mate bij de uitvoerder wordt gelegd in plaats van bij de opdrachtgever. De uitvoerder heeft bij beeldgestuurd reinigen de vrijheid heeft om de benodigde inzet optimaal af te stemmen op de situatie ter plaatse, waardoor plaatsen die meer aandacht nodig hebben vaker kunnen worden bediend en op plaatsen waar minder aandacht nodig is langer kan worden weggebleven.

Beeldgestuurd of frequentiegestuurd reinigen vormt voor veel gemeenten de onderlegger voor het meten van de prestaties en is meestal tot in detail zijn vastgelegd in langjarige contracten. Het aanpassen van de manier waarop gereinigd wordt, is daardoor vaak niet op korte termijn mogelijk, tenzij het reinigingscontract moet bijna afloopt.

1.5. Objectieve schoonheidsgraad versus subjectieve schoonbeleving

Er zit een duidelijk verschil tussen de objectieve schoonheidsgraad en de subjectieve schoonbeleving. Waar de objectieve schoonheidsgraad kijkt naar de hoeveelheid zwerfafval per meetvak (1m²/10m²/100m²) richt de subjectieve schoonbeleving zich op hoe consumenten de situatie beleven.

De schoonheidsgraad kan bijvoorbeeld op het hoogste A-niveau (CROW methode) bijgehouden worden, maar door de consumenten veel slechter beleefd worden. Dit komt doordat meerdere factoren van invloed zijn op de schoonbeleving in winkelgebieden. In de 'Schoonste Winkelgebied Verkiezing' wordt daarom de schoonscore aan de hand van een enquête (subjectief) onder consumenten en een observatie (objectief) opgesteld. Voor beide geldt dat het om momentopnamen gaat. De hoeveelheid zwerfafval zal aan het eind van de dag bijvoorbeeld hoger zijn dan in de ochtend. En als het regent is de beleving doorgaans lager dan wanneer de zon schijnt.



1.6. Analyse actuele situatie

Elk winkelgebied kent zijn eigen schoonproblematiek. Vaak hebben betrokken partijen hierover elk een eigen mening, waardoor discussies tot niets leiden. Door samen te onderzoeken welke problemen er precies zijn, ontstaat een gezamenlijk, actueel beeld van de belangrijkste problemen.

Gezamenlijke aandacht voor schoon van ondernemers, gemeente, eigenaar en andere betrokkenen in centrum- en winkelgebieden zorgt voor inzicht. Dit inzicht is een belangrijke basis om met schoon aan de slag te gaan. Inzicht bereik je bijvoorbeeld door middel van een gezamenlijke schouw. Hiervoor is een speciaal schouwformulier ontwikkeld. Met dit schouwformulier is het mogelijk om op een laagdrempelige manier een schouw uit te voeren. Aan de hand van een schouw is het mogelijk om te bepalen wat de probleemplekken (hotspots) en meest urgente problemen (hot topics) in het gebied zijn. Onder hotspots worden de locaties verstaan waar het meeste afval ligt of waar de meeste problemen zich voordoen. De hot topics zijn de belangrijkste onderwerpen die in een winkelgebied spelen. We onderscheiden vijf categorieën: zwerfafval, afvalvoorzieningen, gebouwen (omgeving), openbare ruimte (omgeving) en reiniging & samenwerking.

Gezamenlijke aandacht voor schoon van ondernemers, gemeente, eigenaar en andere betrokkenen in centrum- en winkelgebieden zorgt ook voor gedeelde verantwoordelijkheid. Dit is een belangrijke basis om met schoon aan de slag te gaan. Door gedeelde verantwoordelijkheid is de betrokkenheid van de belangrijkste actoren hoger en kan er beter bepaald worden wie welke vervolgacties moeten oppakken. Het voorkomt tevens dat de verschillende betrokkenen tijdens de aanpak veel naar elkaar wijzen. Schoonprojecten in centrum- en winkelgebieden zonder gedeelde verantwoordelijkheid kunnen uitlopen op langdurige projecten zonder concrete successen.

NederlandSchoon heeft twee praktische instrumenten ontwikkeld, waarmee iedereen zelf een analyse van de schoonproblematiek in een winkelgebied kan maken:

1. Scorebord Schone Winkelgebieden
Alle data uit de Verkiezing Schoonste Winkelgebied* van Nederland is online te raadplegen. Voor deelnemende winkelgebieden kunnen de schoonscores op meer dan twintig aspecten worden ingezien en vergeleken met andere winkelgebieden.

<https://nederlandschoon.databank.nl/dashboard>



2. Schouwformulier[^]

Een opname van de situatie in de praktijk is uiterst leerzaam, zeker wanneer alle betrokken partijen hierbij aanwezig zijn. Het schouwformulier leidt partijen gezamenlijk langs alle elementen die de schoonsituatie in winkelgebieden bepalen en biedt snel inzicht in de onderwerpen en plekken die een probleem vormen.

https://www.nedlandschoon.nl/sites/default/files/media/Images/Winkelgebieden/Nederl andSchoon_Schouwformulier_Invulbaar_Wt_2.pdf



NederlandSchoon

SCHOUWFORMULIER WINKELGEBIEDEN

Gebied: Datum:

Deelnemers:

Worden er foto's gemaakt?

Weer: Zonnig Bewolkt Regen Veel wind

Temperatuur: < 10 graden < 20 graden > 20 graden

*Schoonste Winkelgebied Verkiezing

Vanaf 2013 wordt elk jaar de 'Schoonste Winkelgebied Verkiezing' georganiseerd. Aan deze verkiezing doen in 2017 ongeveer 600 winkelgebieden verspreid over meer dan 75 gemeenten mee. De winkelgebieden worden in de verkiezing onderzocht op schoonheid, beleving, gedrag en inrichting van de openbare ruimte. Per winkelgebied worden er minimaal 40 bezoekers geënquêteerd, 5 ondernemers bevroegd, en is 1 observatie uitgevoerd. Met de resultaten uit dit onderzoek publiceert NederlandSchoon ieder jaar een ranglijst van winkelgebieden en roept de winnaar uit tot het Schoonste Winkelgebied. Uit deze verkiezing wordt veel data, informatie en



kennis gehaald over schoon in winkelgebieden. De data uit de verkiezing is openbaar en kan via een dashboard bekeken worden. Met behulp van deze data kunnen bijvoorbeeld probleemgebieden aangegeven worden en is het mogelijk om trends/ontwikkelen van de afgelopen jaren in kaart te brengen. Het is daarom handig om voor een maatwerk aanpak in een winkelgebied te beginnen met een data-analyse vanuit de verkiezing.

[^Keurmerk voor Veilig Ondernemen en zwerfafval](#)

Het is aan te raden om gezamenlijk aandacht voor Schoon in eerste instantie niet binnen Keurmerk voor Veilig Ondernemen (KVO) trajecten te laten plaatsvinden. Door het onderwerp Schoon in KVO trajecten los te koppelen van Heel en Veilig, verdwijnt het risico dat schoon onderaan de agenda komt te staan. Bij veel centrum- en winkelgebieden gaat de meeste aandacht naar Veilig, omdat dit onderwerp meestal voor alle betrokkenen urgent én tastbaar is.

Schoon wordt daarnaast ook vaak gezien als onderdeel van Veilig. Het risico bestaat daarmee dat betrokkenen vanuit het oogpunt Veilig naar Schoon gaan kijken, terwijl Schoon een veel bredere meerwaarde heeft. Wil je Schoon goed aanpakken en alle kansen benutten, dan is het raadzaam om het onderwerp Schoon eerst in een apart traject/project te agenderen. De focus ligt dan volledig op Schoon en het project/traject wordt hierdoor realistisch en beter uitvoerbaar.

1.7. [Overzicht veel voorkomende probleemgebieden](#)

Er zijn verschillende onderwerpen te onderscheiden die te maken hebben met schoon in centrum- en winkelgebieden. Om het overzichtelijk te houden zijn deze onderwerpen onderverdeeld in vijf probleemgebieden. Als het om een fysieke plek gaat worden deze probleemgebieden ook wel 'hotspots' genoemd. Gaat het om een algemeen onderwerp dan wordt het een 'hot topic' genoemd. Het schouwformulier leidt je stapsgewijs langs de vijf probleemgebieden:

Zwerfafval

Schoon in centrum- en winkelgebieden gaat het al snel over het zwerfafval dat een grote bron van ergernis is. Zwerfafval komt voor in alle winkelgebieden in verschillende vormen en hoeveelheden.

De definitie van zwerfafval:

"Zwerfafval is afval dat door mensen bewust of onbewust is weggegooid of achtergelaten op plaatsen die daar niet voor bestemd zijn of door indirect toedoen of nalatigheid van mensen op die plaatsen is terecht gekomen."

Zwerfafval is te verdelen in twee groepen; grof en fijn zwerfafval. Onder grof zwerfafval wordt verstaan zwerfafval met een omvang van 10 centimeter of groter (bijvoorbeeld: patatbakjes, blikjes, kranten/folders, sigarettenpakjes). Klein zwerfafval heeft een omvang kleiner dan 10 centimeter (bijvoorbeeld: kleine stukjes zwerfafval, peuken, kauwgom, snippers). Zwerfafval kan op meerdere manieren worden veroorzaakt. Zo zorgt niet alleen bewust weggegooid afval voor zwerfafval, maar ook bijplaatsingen en verwaaiing van huishoudelijk afval en bedrijfsafval dat in de openbare ruimte is neergezet.

Afvalvoorzieningen

Afvalbakken moeten goed gepositioneerd en schoon zijn om optimaal te functioneren. Te weinig, niet goed zichtbare, vieze of volgelopen en slecht onderhouden afvalvoorzieningen hebben grote invloed op de hoeveelheid zwerfafval in centrum- en winkelgebieden. Verder vormen peuken in veel winkelgebieden een hardnekkig probleem. Peukenvoorzieningen zijn op de meeste plekken onmisbaar om de overlast van peuken tegen te gaan. Het kan voorkomen dat er in winkelgebieden ruim voldoende afvalvoorzieningen staan, maar dat deze niet of slecht gebruikt worden. Dit kan meerdere oorzaken hebben en is per winkelgebied anders. Zie 2.2. Basis op orde voor een overzicht van adequate oplossingen.

Omgeving: Gebouwen

De gebouwen in een centrum- of winkelgebied zijn van invloed op de beleving van schoon en de hoeveelheid zwerfafval. Het gaat dan met name om de uitstraling van de omgeving. Hoe schoon zien de (winkel)panden eruit, is er veel sprake van graffiti of bestickering en hoeveel onkruid staat er bij de gevel en/of op de stoepen. Uit diverse onderzoeken blijkt dat een vieze omgeving ervoor zorgt dat de hoeveelheid zwerfafval gemakkelijk en snel toeneemt. Consumenten gooien eerder afval op de grond in een omgeving die slecht is onderhouden. Het beheer en onderhoud van de gebouwen valt doorgaans onder de verantwoordelijkheid van de vastgoedeigenaren, beheerders en winkeliers zelf.

Omgeving: Openbare ruimte

Naast het onderhoud van de gebouwen heeft de uitstraling van de openbare ruimte ook invloed op de beleving van schoon en de hoeveelheid zwerfafval. Voldoende bankjes en/of zitgelegenheden, decoratief groen, de kwaliteit van de bestrating, gestalde (brom)fietsen en een warenmarkt in de openbare ruimte bepalen de kwaliteit en beleving van schoon in centrum- en winkelgebieden. Uit de verzamelde data van de Verkiezing Schoonste winkelgebied van Nederland komen deze verbanden duidelijk naar voren; scoort een winkelgebied op één of meerdere van deze punten slecht, dan heeft dat een negatieve invloed op zowel de objectieve als de subjectieve schoonscore. De gemeente is in de meeste gevallen verantwoordelijk voor beheer, onderhoud en inrichting van de openbare ruimte in winkelgebieden.

Reiniging en samenwerking

Het laatste probleemgebied is reiniging en samenwerking in centrum- en winkelgebieden. Dit is bepalend voor het succes van schoon in centrum- en winkelgebieden, omdat het invloed heeft op alle voornoemde probleemgebieden. Het is van groot belang dat ondernemers zelf ook iets aan schoon doen in hun winkelgebied, dat ze daarin samenwerken met elkaar en met de gemeente én dat ze direct contacten hebben met diverse stakeholders (winkeliers, winkeliersvereniging/BIZ, bewoners, gemeente afdeling economie, reiniging en handhaving). Collectieve afvalinzameling en/of afvalscheiding is een vorm van samenwerking die voor een winkeliers niet alleen schoonvoordelen oplevert, maar ook directe financiële voordelen kan hebben. Voor reinigingswerkzaamheden is het van belang dat er voldoende vaak en op de juiste momenten en plekken wordt schoongemaakt.



2. Aan de slag met zwerfafval in centrum- en winkelgebieden

Het onderwerp schoon in winkelgebieden kan heel complex zijn. Er zijn echter verschillende, simpele oplossingen, waarmee snel tot verbetering van de situatie kan worden gekomen. De volgende drie oplossingsrichtingen zijn vaak snel en zonder grote investeringen of zelfs helemaal zonder extra middelen te realiseren:

Samenwerking

Door probleemgericht afspraken te maken over beheer (wie doet wat, wanneer en hoe?) is in de meeste gevallen snel resultaat te boeken in winkelgebieden. Vooral op plekken die qua beheer tussen de wal en het schip zijn geraakt, bijvoorbeeld op de grens tussen binnen- en buitenruimte of publiek en privaat terrein. Ook blijft een winkelgebied, door afstemming van de werkzaamheden van verschillende partijen gedurende de dag of week, vaak beter schoon zonder extra investeringen. Zo heeft straatreiniging tijdens openingstijden een zeer positief effect op het consumentengedrag in winkelgebieden.

Basis op orde

Afvalbakken en peukenvoorzieningen vormen de basis voor het opvangen van veel (zwerf)afval in winkelgebieden. Wanneer aan deze basisvoorzieningen iets niet klopt, moet dit als eerste worden aangepakt. Er moeten voldoende basisvoorzieningen zijn, die goed vindbaar en zichtbaar zijn én op de juiste plek staan. Is dit niet het geval, dan kunnen aanpassingen meestal snel en tegen relatief beperkte kosten worden gerealiseerd, waardoor ook direct verbetering van de situatie optreedt. Naast de aanwezigheid en zichtbaarheid is ook het beheer van afvalbakken en peukenvoorzieningen van belang; ze moeten schoon en heel zijn om het gebruik ervan optimaal te houden. Hierover moeten goede afspraken worden gemaakt tussen de betrokken partijen.

Communicatie

Een positieve beleving in winkelgebieden is van levensbelang. Ondernemers kunnen hieraan bijdragen door schoon als norm te stellen in hun winkelgebied. Door middel van positieve communicatie (posters, stickers, digiborden) kan worden ingespeeld op onbewust gedrag en kan tegelijk het gevoel van gastvrijheid worden versterkt. Daarnaast moeten ondernemers niet onderschatten welk positief effect het goede voorbeeld geven heeft. Door consumenten te laten zien dat schoon belangrijk en vanzelfsprekend is voor ondernemers zullen consumenten zich schoner gaan gedragen.

Voor bovengenoemde hoofdonderwerpen bestaan praktische oplossingen/interventies. Deze worden hieronder per hoofdonderwerp weergegeven en waarbij ook staat vermeld of ze korte of lange termijn aanpak vragen. Alle oplossingen hebben als einddoel het positief beïnvloeden van het afvalgedrag van consumenten en bezoekers in centrum- en winkelgebieden.

In de 'Startgids Schone Winkelgebieden' op de website van NederlandSchoon staat in drie praktische stappen uitgelegd hoe je een winkelgebied kan schoon maken en houden:

<https://www.nederschoon.nl/wat-jij-kan-doen/startgids-schone-winkelgebieden>

2.1. Samenwerking

Om zwerfafval aan te pakken moeten alle partijen die aanwezig en actief zijn in centrum- en winkelgebieden samenwerken. De haalbaarheid van veel oplossingen wordt dan namelijk groter.

- ✓ Activeren ondernemers (korte termijn): Een belangrijke factor voor het aanpakken van zwerfafval is het activeren van de ondernemers. De ondernemers zijn de 'bewoners' van het winkelgebied en hebben financieel baat bij een schoon winkelgebied met een goede uitstraling. Door de ondernemers te activeren kun je als centrum- en winkelgebied uitstralen dat schoon belangrijk is. Actieve ondernemers zijn onmisbaar voor succesvolle schoon-samenwerkingen en om ook op andere gebieden tot oplossingen te komen.
- ✓ Betrekken ondernemers (korte termijn): Het betrekken van ondernemers bij schoonacties in centrum- en winkelgebieden is niet altijd even gemakkelijk. Terwijl ze voor centrum- en winkelgebieden wel belangrijke ambassadeurs zijn. Hieronder zijn daarom een aantal do's and don'ts voor het betrekken van ondernemers onder elkaar gezet.
 - **Do's:**
 - Bewustwording creëren onder de ondernemers met als doel dat ze de urgentie van het aanpakken van zwerfafval gaan inzien.
 - Maak ondernemers duidelijk welke waarde schoon in winkelgebieden voor hen heeft
 - Via een winkeliersvereniging, binnenstadsmanagement, beheerder of ander sturend orgaan is het makkelijker ondernemers te betrekken en te activeren
 - Zorg voor realistische projecten en richt je op de korte termijn resultaten. Verwacht daarnaast niet te veel van de ondernemers. De meeste ondernemers werken meer 60 uur per week in hun zaak.
 - Zorg voor een breed draagvlak en betrek verschillende stakeholders bij de schoonactie. Veel handen maken licht werk.
 - Laat zien dat ook andere partijen (gemeente, burger, maatschappelijke organisatie, etc) bijdragen aan de schoonacties
 - Maak acties en ingrepen persoonlijk en lokaal relevant door inzet van lokale helden en het gebruik van eigen logo's/termen/kleuren
 - **Don'ts:**
 - Probeer de ondernemers niet apart, één voor één, te betrekken bij schoonacties. Dit kost veel tijd en het resultaat zal weinig succes opleveren.
 - Het meekrijgen van de ondernemers lukt doorgaans niet in een keer of binnen een paar dagen.
 - Stel niet te veel eisen aan de ondernemers.
 - Begin bij de ondernemers niet gelijk over de 25-meter regel.
- ✓ Samenwerking tussen ondernemers (korte/lange termijn): Wanneer ondernemers (formeel of informeel) hun krachten bundelen, resulteert dit vaak in meer efficiëntie en eenduidigheid in de aanpak van het gebied. Ondernemers zijn veelal verenigd in winkeliersvereniging of een BIZ (bedrijfsinvesteringszone), die dan aanspreekpunt is voor de

gemeente of andere stakeholders om gezamenlijk afspraken te maken. Het combineren van budgetten zorgt vaak voor meer mogelijkheden, omdat dan vaak kosten kunnen worden bespaard en er beter ingespeeld kan worden op de wensen van de ondernemers, bijvoorbeeld door gericht te investeren in de inrichting van een gebied.

- ✓ Interne samenwerking gemeente (korte termijn): Om zwerfafval aan te pakken in centrum- en winkelgebieden is samenwerking met alle partijen cruciaal. Deze samenwerking is niet alleen van belang binnen de projecten, maar bijvoorbeeld ook intern bij de gemeente. Binnen gemeenten zijn verschillende afdelingen (Economie, Stadsbeheer, Handhaving, ...) betrokken bij en verantwoordelijk voor centrum- en winkelgebieden. Vaak hebben de verschillende afdelingen een andere rol en belang bij centrum- en winkelgebieden. Zie het actorenoverzicht voor de verschillende rollen die deze afdelingen hebben. In de meeste gevallen hebben ondernemers uit winkelgebieden contact met de afdeling Economie via een accountmanager. Deze accountmanager kent de ondernemers en is bij veel economische zaken en projecten in het winkelgebied betrokken. Voor het aanpakken van zwerfafval is de afdeling Beheer van de gemeente een belangrijke partner. Het is daarom van belang dat ook deze afdeling vanaf het begin betrokken wordt bij het project. Handhaving is ook werkzaam in centrum- en winkelgebieden. Afspraken die vanuit de afdeling Economie met de ondernemers worden gemaakt, moeten daarom ook bekend zijn bij de handhavers. Om te voorkomen dat de verschillende afdelingen in dit soort situaties langs elkaar heen werken is het raadzaam om voor één contactpersoon te kiezen. Met deze persoon hebben de ondernemers contact en maken ze afspraken mee. Deze contactpersoon zorgt er vervolgens voor dat andere afdelingen bij projecten worden aangehaakt en geïnformeerd. Hiermee zorg je voor één duidelijke lijn tussen winkelgebied en de gemeente.
- ✓ 25 meter regel (korte termijn): Elke ondernemer is wettelijk verplicht om het gebied van 25 meter vanuit de gevel schoon en vrij van afval te houden. Dit is helaas nog nauwelijks bekend bij ondernemers. Wanneer men ondernemers over de regel wil inlichten is het raadzaam om dit op een positieve manier brengen en niet direct te wijzen op naleving van deze verplichting. Een manier hiervoor is door te benadrukken dat een schone ruimte voor de winkel onderdeel is van goed gastheerschap. Als gastheer zorg je er toch minimaal voor dat deze buitenruimte er goed en schoon uit ziet. De 25 meter in praktijk brengen werkt het beste in combinatie met andere oplossingen die door andere partijen worden uitgevoerd.
- ✓ Maatschappelijke verbinding (korte/ lange termijn): De meerwaarde van het zoeken naar maatschappelijke verbinding bij het aanpakken van zwerfafval in centrum- en winkelgebieden moet niet worden onderschat. In diverse centrum- en winkelgebieden is deze maatschappelijke verbinding al met succes opgezocht en toegepast. Maatschappelijke verbindingen kunnen winkelgebieden aangaan door samen te werken met lokale partijen, zoals kinderdagverblijven, sociale werkplaatsen, basisscholen en middelbare scholen, MBO/ROC scholen, bejaardentehuizen en woon-zorgcentra. Er zijn zelfs intermediairs in Nederland actief die (zonder winstoogmerk) verbindingen leggen tussen het bedrijfsleven en maatschappelijke organisaties. Organisaties als Matchpoint en Sharity zijn hiervan voorbeelden. Ook binnen gemeentes zijn soms verbinders op dit domein actief.



- ✓ Snoeproutes (korte termijn): Winkelgebieden en snoeproutes zijn onlosmakelijk met elkaar verbonden. Vooral supermarkt en fastfoodrestaurants hebben een grote aantrekkingskracht op scholieren en studenten tijdens pauzes en tussenuren. Op de loop- en fietsroutes van de winkels komen vaak veel snoep- en drankverpakkingen op de grond terecht. Deze routes noemen we daarom ook wel snoeproutes. De kans op een snoeproute is het grootst als in de buurt van een winkelgebied een middelbare school of een MBO/ROC/HBO instelling staat. NederlandSchoon heeft hiervoor vanuit de Landelijke Aanpak Zwerfafval een speciale aanpak ontwikkeld. Deze snoeproute aanpak is eenvoudig uit te rollen en heeft veel effect. In sommige gemeenten is de hoeveelheid zwerfafval op de snoeproutes zelfs met 50% afgenomen. Voor meer informatie over de snoeproute aanpak kunt u terecht op de website van NederlandSchoon: <https://www.nederschoon.nl/tot-helpt-minder-zwerfafval-op-snoeproutes>

2.2. Basis op orde

Afvalbakken en peukenvoorzieningen vormen de basis voor het opvangen van veel (zwerf)afval in winkelgebieden. Wanneer aan deze basisvoorzieningen iets niet klopt, zal dit als eerste moeten verbeteren.

- ✓ Afvalvoorzieningen (korte termijn): Een afvalvoorziening is een voorziening die bestemd is om afval in de breedste zin op te vangen. Op de korte termijn is het mogelijk om van bestaande afvalvoorzieningen de locatie, positie, zichtbaarheid, het onderhoud en het aantal te verbeteren. Een goede probleemanalyse helpt om tot de juiste ingreep of ingrepen te komen. (Zie handreiking optimalisatie afvalbakken voor meer informatie: <http://kenniswijzerzwerfafval.nl/document/handreiking-optimalisatie-afvalbakken>) Per aanpassing zal hieronder een korte toelichting worden gegeven:
 - Aantal: Wanneer het aantal afvalvoorzieningen ontoereikend is, dienen afvalvoorzieningen bijgeplaatst te worden. Houd daarbij rekening met de positie/locatie van de afvalvoorziening. Weinig goed geplaatste afvalvoorzieningen hebben vaak meer effect dan veel afvalvoorzieningen die niet optimaal gepositioneerd zijn.
 - Locatie en positie: De locatie van een afvalvoorziening is bepalend voor het gebruik ervan. Staat de afvalvoorziening bijvoorbeeld niet in de buurt van de looproute of niet in de buurt van een zitgelegenheid, dan zal deze minder gebruikt worden en daardoor minder effectief zijn. Op plekken waar mensen hun boodschappen verplaatsen komt vaak afval op straat terecht, denk aan bonnetjes, boodschappenlijstjes en tasjes. Zorg daarom juist bij fietsenrekken, parkeerplaatsen en bijvoorbeeld de opstelplaatsen van winkelwagentjes voor goed zichtbare afvalvoorzieningen met een duidelijke schoonboodschap. Ook het plaatsen van de vulopening in de looproute heeft positief effect op het gebruik daarvan. In sommige gevallen is het verstandig om aan de twee kanten een vulopening te hebben. Verder kun je aan de hand van de hotspots bepalen waar extra afvalvoorzieningen moeten

komen. Houd daarbij rekening met verwaaiing, want de plek waar veel afval ligt hoeft niet de plek te zijn waar dat afval is weggegooid.

- Zichtbaarheid: Niet alleen door de locatie/positie kan de zichtbaarheid van een afvalvoorziening vergroot worden. Je kunt de zichtbaarheid van afvalvoorzieningen vergroten door ze te laten opvallen qua kleur of met stickers die oproepen om het schoon te houden. Deze aanpak werkt onder andere op snoeproutes goed en is ook zeer geschikt voor afvalvoorzieningen in winkelgebieden. In winkelgebieden kunnen bijvoorbeeld gepersonaliseerde stickers met lokale kunstafbeeldingen op afvalbakken worden geplakt.
- Onderhoud en lediging: Afvalvoorzieningen moeten onderhouden worden zodat ze schoon en representatie blijven. Ook voor afvalvoorzieningen geldt: schoon houdt schoon. Een vieze afvalvoorziening (viezigheid, etensresten, stickers, etc.) zal door veel consumenten en bezoekers niet gebruikt worden; men loopt er liefst met een grote boog omheen. Daarnaast heeft een overvolle afvalvoorziening het bijeffect dat er in veel gevallen afval naast wordt geplaatst.
- Publieke versus private afvalbakken: naast gemeentelijke afvalbakken zijn er ook afvalbakken van ondernemers te vinden in de openbare ruimte, veelal naast de voordeur en/of op terrassen. De verandering van de lunchcultuur en toename van de out-of-home consumptie heeft de noodzaak van extra opvangcapaciteit in veel winkelgebieden vergroot. Meer private afvalbakken (van met name fastfoodondernemers gedurende hun openingsuren) is een zeer adequate oplossing om zwerfafval op korte termijn te verminderen.
- Peuken- en kauwgomvoorzieningen: Veel centrum- en winkelgebieden hebben last van klein zwerfafval en dan met name van peuken en kauwgom op straat. Het plaatsen van voorzieningen hiervoor is relatief eenvoudig en kan al beginnen bij het plaatsen van een peukenvoorziening voor eigen personeel. Hiervoor geldt ook dat het plaatsen van een voorziening bij een hotspot het meeste effect heeft. Een veel voorkomende hotspot is bij een ingang van een overdekt winkelgedeelte. Een consument die rokend aan komt lopen, kiest er vlakbij de ingang vaak (onbewust) voor om zijn of haar peuk weg te gooien. Roken in gebouwen is in Nederland immers vrijwel altijd verboden.
- Bijzondere voorzieningen: bijzondere problematiek vraagt soms om bijzondere oplossingen. Zo zijn er voorbeelden van speciale afvalbakken voor pizzadozen en ondergrondse systemen voor gezamenlijke verzameling van bedrijfsafval. Maar ook afvalbakken die geluid maken wanneer er iets ingegooid wordt.
- ✓ Nieuwe afvalvoorzieningen (lange termijn): Vervangen van de bestaande afvalvoorzieningen voor nieuwe afvalvoorzieningen is in veel gevallen een uitstekende oplossing. Het kan zomaar gebeuren dat afvalvoorzieningen er al meer dan 20 jaar staan en meestal zijn die niet meer in de staat die ze zouden moeten hebben. Bovendien zal in vele gevallen de context van de afvalbak veranderd zijn (meer bezoekers, ander gebruiksmomenten, andere type zwerfafval). Op de korte termijn kun je verouderde afvalvoorzieningen schoon maken en door middel van stickers extra laten opvallen. Voor de langere termijn is vaak raadzaam

om ze te vervangen voor nieuwe afvalvoorzieningen, die beter aansluiten op de actuele situatie. Het vervangen van de afvalvoorzieningen lukt meestal niet binnen een paar maanden. In sommige gevallen heeft de gemeente afvalvoorzieningen op voorraad, maar meestal moet hier ruimte voor gemaakt worden in de begroting van het volgende jaar.

- ✓ Peukenaanpak (korte termijn): Er zijn verschillende adequate manieren om het aantal peuken op de grond te verminderen. Deze menukaart, samengesteld door de LAZ-partijen Rijkswaterstaat, NederlandSchoon en NVRD, geeft een kort overzicht van stappen en mogelijkheden om peuken aan te pakken. Het bevat verschillende interventies en geeft tevens inzicht in het weggooigedrag van rokers:
<http://www.kenniswijzerzwerfafval.nl/document/menukaart-peukenaanpak-uw-gemeente?destination=/bibliotheek>
- ✓ Optimalisatie van afvalbakken (korte termijn): Wilt u uw afvalbakkenbeleid optimaliseren? Goed idee, want afvalbakken zijn de allerbeste ambassadeurs én gedragsbeïnvloeders voor een schone leefomgeving. Deze handreiking helpt u in zes stappen op weg. De handreiking is gebaseerd op ervaringen uit de praktijk en bevat diverse voorbeelden van gemeenten:
http://www.kenniswijzerzwerfafval.nl/document/handreiking-optimalisatie-afvalbakken?destination=/bibliotheek%3Finfo_type%3DAI%26page%3D1
- ✓ Herinrichting openbare ruimte (lange termijn): Wees kritisch op de inrichting van de openbare ruimte en check bij herinrichting of nadrukkelijk rekening kan worden gehouden met de praktijk waar stadsbeheer en reiniging elke dag mee te maken hebben. Bij veel winkelgebieden schort het aan de zwerfafvalvriendelijkheid van de inrichting. Denk aan verhogingen in het straatbeeld, onhandige fietsenrekken of afvalbakken die nagenoeg niet zichtbaar of bereikbaar zijn. Betrek stadsbeheer en reiniging nadrukkelijk bij het ontwerp en gebruik hun ervaring. Een goed ingericht winkelgebied scheelt aanzienlijk in de kosten voor reiniging.
- ✓ Afvalvoorzieningen winkeliers (korte termijn): Winkeliers medeverantwoordelijk maken voor schoon door middel van het plaatsen van afvalvoorzieningen gebeurt in Nederland al jaren. Zo staat bij veel supermarkten en fastfoodrestaurants de NederlandSchoon afvalbak voor de deur. Door het gebruik van deze opvallende afvalton is het aantal afvalvoorzieningen in veel winkelgebieden en -centra toegenomen. Ondernemers geven door het gebruik van deze afvalton het signaal af dat ze zwerfafval willen voorkomen. In diverse pilots is aangetoond dat het plaatsen van eigen afvalvoorzieningen een positief effect heeft op de hoeveelheid zwerfafval op de grond en de beleving van consumenten en bezoekers. Ook het plaatsen van peukenvoorzieningen bij fastfoodrestaurants, horeca en in winkelstraten wordt al een aantal jaren met succes gedaan.
- ✓ Uitstraling totale winkelgebied (lange termijn): De uitstraling van het totale winkelgebied is bepalend voor de schoonbeleving van het winkelpubliek. Dit gaat vaak verder dan hoeveel zwerfafval er ligt. Ook het onderhoud en de aankleding van het gebied wegen mee in het oordeel van de bezoekers. Bekijk bij een schoonaanpak niet alleen de winkelstraten, maar ook de omliggende parkeerplaatsen, de entreezones en eventueel leegstaande panden. Let daarbij op de aankleding en uitstraling door in te zetten op verlichting, kwalitatieve

bestrating en goed verzorgde gevels. Hiervoor zijn goede afspraken tussen gemeente, verhuurders, winkeliers en andere betrokkenen noodzakelijk.

2.3. Communicatie

Een positieve beleving in winkelgebieden is erg belangrijk. Ondernemers kunnen hieraan bijdragen door via communicatie schoon als norm te stellen in hun winkelgebied.

- ✓ Uitstralen schoon (korte termijn): Door als ondernemers(vereniging) gezamenlijk uit te stralen dat schoon belangrijk is, kun je het bewuste en onbewuste gedrag van consumenten en bezoekers beïnvloeden. Duidelijk maken dat schoon in jouw winkel(gebied) de norm is, kan op verschillende manieren. NederlandSchoon heeft hiervoor effectieve communicatiematerialen (posters, stickers en andere voorzieningen) beschikbaar die in elke situatie gebruikt kunnen worden. Daarnaast is het bijvoorbeeld ook mogelijk om gepersonaliseerde posters te maken waarop een winkelier staat afgebeeld die aangeeft voor een schoon winkelgebied te gaan. Dit heeft een positief effect op de actiebereidheid van collega ondernemers en consumenten. Tegelijkertijd draagt een persoonlijke manier van communiceren bij aan het gevoel van gastvrijheid bij bezoekers.
- ✓ Waardeer schone consumenten (korte termijn): Onderzoek wijst uit dat je goed gedrag kunt stimuleren via positieve boodschappen. Een actie richting bezoekers om ze te 'belonen' voor schoon gedrag heeft een positieve spin-off en bevestigt dit goede gedrag. Het belonen van het schoongedrag kan op verschillende manieren worden ingevuld (kortingsactie, tegoedbonnen, etc.).
- ✓ Reinigen tijdens openingstijden (korte termijn): Zichtbaar reinigen tijdens openingstijden en eventueel op specifieke vervuilingsmomenten heeft een positieve invloed op het afvalgedrag van bezoekers. Uit diverse onderzoeken blijkt dat hierdoor de drempel om afval op de grond te gooien hoger komt te liggen. Hierdoor wordt dus minder afval op de grond gegooid én komt er meer in de afvalbakken terecht. Zowel ondernemers als gemeente kunnen hierin een belangrijke rol spelen door afspraken te maken over reinigingswerkzaamheden.
- ✓ Opschoonacties (korte termijn): Eén van de eerste acties die je kunt oppakken in centrum- en winkelgebieden zijn opschoonacties. Door een opschoonacties pak je het zwerfafval aan en tegelijkertijd straal je uit dat schoon voor je winkelgebied belangrijk is. Opschoonacties zijn relatief makkelijk te organiseren en uit te voeren. Tip: haak aan op landelijke initiatieven die elk jaar worden georganiseerd, zoals de Landelijke Opschoondag en de Keep it Clean Day. Opschoonacties kun je gezamenlijk als winkeliers doen of in samenwerking met consumenten, gemeente, maatschappelijke organisaties en andere betrokkenen. Zie link voor een stappenplan om een opschoonactie op te starten:
https://www.nederschoon.nl/sites/default/files/media/Documenten/11-1-2016_Stappenplan%20Opschoonactie.pdf
- ✓ Evenement/Kick-off schoon (korte en lange termijn): Rondom het thema schoon is het mogelijk een kick-off of evenement te organiseren. Dit evenement kan dienen als aftrap of afsluiting van een actieperiode (voorjaarschoonmaak, eindejaar schoonmaak, enzovoort).

Het doel van zo'n evenement en/of kick-off is om zoveel mogelijk aandacht voor het onderwerp schoon te creëren. Het betrekken van een wethouder of ander (lokaal) bekend persoon bij het evenement is een goed manier om zoveel mogelijk aandacht van de (lokale) pers te krijgen.

2.4. Overige oplossingen/interventies

- ✓ Maatschappelijke verbindingen (korte/ lange termijn): de omgeving van winkelgebieden beperkt zich niet tot de traditionele belanghebbenden. Door met een bredere blik te kijken naar maatschappelijk relevante verbindingen kunnen prachtige schoonprojecten tot stand komen met een grote lokale impact. Hieronder volgen enkele succesvolle voorbeelden van schoon projecten die in samenwerking met maatschappelijke organisaties zijn opgezet:
 - ✓ Troeptrimmen: Troeptrimmen is op een sportieve manier om zwerfafval opruimen. In samenwerking met een zorginstelling wordt dit nu door cliënten met een verstandelijke beperking in winkelcentrum Emiclaer twee keer per maand gedaan. Voor deelnemers heeft NederlandSchoon opvallende hesjes gemaakt en ondernemers in het winkelcentrum zorgen na het troeptrimmen voor een kopje koffie en wat lekkers. Op deze manier wordt er zichtbaar in het winkelcentrum schoongemaakt en zien bezoekers dat een schoon winkelcentrum belangrijk is voor zowel de ondernemers als de omgeving.
 - ✓ Handhavers in opleiding: Studenten van de opleiding Handhaver Toezicht en Veiligheid lopen tijdens hun opleiding regelmatig stage in winkelgebieden. Zo doen ze praktijkervaring op en leren ze alle specifieke regelgeving (zoals de 25-meter regel) voor winkelgebieden kennen. Door als winkelgebied hiervoor open te staan, zorg je ervoor dat er meer handhavers op straat lopen. Dit heeft een positief effect op de hoeveelheid zwerfafval op de grond. Verder zijn deze studenten bijvoorbeeld ook inzetbaar om onderzoek te doen naar het afvalgedrag van consumenten in winkelgebieden, het uitvoeren van metingen en het creëren van bewustwording over de 25-meter regel onder de ondernemers.
 - ✓ Maatschappelijke intermediair: In de meeste gemeenten zijn maatschappelijke intermediairs actief. Deze partijen hebben als doel relevante koppelingen met het bedrijfsleven te realiseren. Door hun netwerk, ideeën en inzet is het mogelijk om lokale maatschappelijke organisaties te betrekken bij de aanpak van zwerfafval in winkelgebieden. De samenwerkingen die deze partijen zoeken zijn vaak niet op eenmalige basis, maar voor de langere termijn.
 - ✓ Kunst van zwerfafval maken: Kinderen van een kinderdagverblijf hebben kunstwerken gemaakt van zwerfafval dat zij zelf in en rondom een winkelcentrum verzameld hebben. De kunstwerken werden tijdens een groot schoonproject in een leegstaande winkel tentoongesteld aan het publiek. Op deze simpele manier leren jonge kinderen iets over zwerfafval en wordt bewustwording onder hun ouders en andere bezoekers gecreëerd.

- ✓ Afvalscheiding in de openbare ruimte (lange termijn): In veel gemeenten scheiden inwoners inmiddels thuis hun huishoudelijke afval. Afvalscheiding in de openbare ruimte van winkelgebieden komt ook steeds meer in de aandacht. In een rapport en een poster zijn de ervaringen gebundeld van gemeenten die hiermee al geëxperimenteerd hebben. Daarbij komende volgende stappen aan bod:
 1. Draagvlak, motivatie en samenwerking onder initiatiefnemers
 2. Afvalbakken en gedragsbeïnvloeding bij afvalscheiding
 3. Logistiek van ophalen en organiseren van de afvalinzameling
 4. Keuzes voor bron- of nascheiding en afzet van het afval voor recycling.Zie volgende link voor de website van afvalcirculair waar PlanTerra tips en ervaringen deelt: <https://www.afvalcirculair.nl/onderwerpen/beleid-circulaire/vang-buitenshuis/publicaties/>
- ✓ Voorkomen van bijplaatsingen (lange termijn): Bijplaatsingen bij afvalbakken, containers en afvaleilanden zijn in winkelgebieden vaak een bron van ergernis en zwerfafvalproblemen. Er zijn verschillende manieren om bijplaatsingen te voorkomen. Aan de hand van een stappenplan, ga je op effectieve wijze te werk. Zie link voor de handreiking: <http://www.kenniswijzerzwerfafval.nl/document/handreiking-voorkomen-van-bijplaatsingen?destination=/bibliotheek%3Fkeywords%3Dbijplaatsingen>
- ✓ Warenmarkten (korte termijn): Warenmarkt zijn met regelmaat belangrijke veroorzakers van zwerfafval in winkelgebieden. Een markt in het winkelgebied zorgt in bijna alle gevallen voor extra vervuiling. Hoewel de markt wordt opgeruimd, zorgt verwaaiing ervoor dat veel zwerfafval zich buiten het marktplein bevindt. Ondernemers op de markt nemen het vaak niet nauw met het opstapelen en bijeen houden van hun afval. Oplossingen die vooralsnog voorhanden zijn, zijn handhaven, de inzet van gezamenlijke afvalvoorzieningen en alle food verkopende kramen verplichten een eigen afvalbakken te plaatsen bij de kraam. Het maken van goede afspraken met de marktmeester kan bijdragen aan een schonere markt.
- ✓ Zwerfafvalaanpak in uitgaansgebieden (lange termijn): Seinpost Adviesbureau heeft, in opdracht van Stichting Nederland Schoon, geïnventariseerd welke rollen de verschillende actoren in uitgaansgebieden spelen bij de aanpak van zwerfafval. Vervolgens hebben de partijen van de Landelijke Aanpak Zwerfafval (LAZ) een plan van aanpak voor zwerfafval in uitgaansgebieden opgesteld. Zie link voor meer informatie: <http://www.kenniswijzerzwerfafval.nl/document/zwerfafvalaanpak-uitgaansgebieden?destination=/bibliotheek%3Fkeywords%3Duitgaans>
- ✓ Sturen op beleving (korte termijn): Na het sturen op frequentie en beeldkwaliteit is sturen op beleving in opkomst bij het beheer van de openbare ruimte. De eerste ervaringen met de belevings- en effectbestekken zijn al opgedaan, maar het sturen op beleving staat nog echt in de kinderschoenen en er bestaat een grote kennisbehoefte. De volgende handreiking is bedoeld voor iedereen die betrokken is bij het beheer van de openbare ruimte en hierbij meer aandacht wil geven aan hoe gebruikers dit ervaren. De handreiking geeft aan de hand van een aantal thema's tips hoe meer te sturen op beleving. Zie link: <http://www.kenniswijzerzwerfafval.nl/document/handreiking-sturen-op-beleving?destination=/bibliotheek>

- ✓ Fastfood binnenstedelijk (lange termijn): NederlandSchoon heeft een toolkit gemaakt voor ondernemers, gemeenten en andere beheerders in gebieden waar veel op straat wordt geconsumeerd, waardoor relatief veel zwerfafval ontstaat. Vaak zijn dit straten of pleinen waar veel fastfood/to-go restaurants zitten in centrumgebieden, uitgaansgebieden en winkelcentra. In dit document vindt u de kern van deze aanpak en de benodigde informatie om zelf met de aanpak aan de slag te gaan:
http://www.kenniswijzerzwerfafval.nl/document/toolkit-fastfood-binnenstedelijke-aanpak?destination=/bibliotheek%3Finfo_type%3DAI%26page%3D1
- ✓ Adoptie van afvalbakken (lange termijn): Wilt u dat bewoners afvalbakken adopteren in uw gemeente? Goed idee, want het is een van de leukste manieren om wijken schoon én bewoners betrokken te houden. Overigens adopteren ondernemers ook steeds vaker afvalbakken en peukenvoorzieningen. Deze handreiking helpt u in zeven stappen op weg. Ook vind u in de handreiking diverse voorbeelden uit de praktijk van gemeenten:
http://www.kenniswijzerzwerfafval.nl/document/handreiking-adoptie-van-afvalbakken?destination=/bibliotheek%3Finfo_type%3DAI%26page%3D1
- ✓ Routeplanner handhaving op zwerfafval – de kortste route naar handhaving die werkt (lange termijn): Deze routeplanner wijst gemeentelijke beleidsmedewerkers en handhavers de kortste weg naar de beste handhavingsaanpak. De routeplanner bewandelt twee sporen: voorbereiden en uitvoeren. Bij voorbereiden gaat het vooral om communicatie, zowel intern (binnen de gemeente) als extern (met burgers en bedrijven). Bij uitvoeren gaat het om reinigen van de openbare ruimte enerzijds en het daadwerkelijk optreden tegen burgers en bedrijven anderzijds, ofwel het handhaven. De routeplanner doorloopt 12 stappen, om een handhavingsstrategie binnen uw gemeentelijke zwerfafvalaanpak op te zetten of verder aan te scherpen: <http://www.kenniswijzerzwerfafval.nl/document/routeplanner-handhaving-op-zwerfafval-de-kortste-route-naar-handhaving-die-werkt?destination=/bibliotheek%3Fpage%3D2>
- ✓ Inrichtingswijzer zwerfafval en de inrichting van de openbare ruimte (korte termijn): Deze inrichtingswijzer laat u met andere ogen kijken naar de buitenruimte, met als motto; ‘kleine ingrepen, groot effect’. De inrichtingswijzer gaat in op het effect van anonieme plekken op ons gedrag, het anders gebruiken van de buitenruimte dan waarvoor het is ontworpen, en de relatie tussen de inrichting en beheer:
<http://www.kenniswijzerzwerfafval.nl/document/inrichtingswijzer-zwerfafval-en-de-inrichting-van-de-openbare-ruimte?destination=/bibliotheek%3Fpage%3D3>
- ✓ Tips voor schone winkelgebieden (korte termijn): Deze reeks tips opgesteld door NederlandSchoon en Gemeente Schoon geeft aan hoe samenwerking, reiniging en inrichting optimaal kunnen worden ingezet om winkelgebieden schoon te krijgen en te houden. De tips zijn gericht op de gemeente, stadsbeheer en de ondernemers. Voor een schoon winkelgebied zullen alle partijen betrokken moeten worden:
<http://www.kenniswijzerzwerfafval.nl/document/tips-voor-schone-winkelgebieden?destination=/bibliotheek%3Fpage%3D3>
- ✓ Landelijke Opschoondag LOD (korte termijn): Ieder jaar organiseert NederlandSchoon de Landelijke Opschoondag. Tijdens deze dag organiseren



mensen/scholen/bedrijven/winkeliers evenementen om hun straat, buurt, natuurgebied, winkelcentrum, et cetera schoon te maken en te houden. Als individuele winkelier of winkelierscollectief kun je hier gemakkelijk aan mee doen. Van te voren aangemelde acties kunnen gratis schoonmaakmaterialen via de webshop bestellen. Zie website NederlandSchoon voor meer informatie: <https://www.nederlandschoon.nl/wat-jij-kan-doen/landelijke-opschoondag-bedrijven>

- ✓ **Keep It Clean Day KICD (korte termijn):** Elk jaar wordt op de derde vrijdag van september Keep It Clean Day georganiseerd. Dit is een landelijk initiatief om met zoveel mogelijk mensen tegelijkertijd zwerfvuil op te ruimen. Door als winkelier of als winkeliersvereniging hier aan mee te doen kun je in samenwerking met bijvoorbeeld buurtbewoners en andere betrokkenen actief laten zien dat schoon belangrijk voor je winkelgebied is.

2.5. Nieuwe technieken

- ✓ **Green graffiti (korte termijn):** Het bedrijf ANDC is in Nederland actief om op tijdelijke basis met green graffiti uitingen op de grond aan te brengen. Op deze manier is het mogelijk om het gedrag van bezoekers te beïnvloeden. Zie website ANDC voor meer informatie: <http://andc.nl/>
- ✓ **Slimme afvalvoorzieningen (korte/lange termijn):** Diverse afvalbakproducenten werken al met sensoren die op afstand aangeven wat de vulgraad van de afvalbak is. Op deze manier kunnen reinigingsdiensten efficiënter werken. Voor meer informatie hierover kunt u contact opnemen met de verschillende afvalbakproducenten.
- ✓ **Inzetten van applicaties zoals 'Verbeter de buurt' of 'Buiten beter' (lange termijn):** In Nederland maakt een groot aantal gemeenten al gebruik van dit soort applicaties om meldingen over de openbare ruimte te registreren, bij te houden en op te lossen.

2.6. Contactinformatie

Voor meer informatie over de aanpak van zwerfafval in centrum- en winkelgebieden kun je terecht op onderstaande websites van NederlandSchoon:

- ✓ www.nederlandschoon.nl/winkelgebieden
- ✓ www.kenniswijzer.nl
- ✓ www.kenniswijzerzwerfafval.nl/gouden-tips/winkelgebieden

Daarnaast kun je zowel telefonisch als per mail contact opnemen met NederlandSchoon:

- ✓ 070-3042080 / info@nederlandschoon.nl

Bijlage 1: Overzicht materialen

Onderstaande en andere materialen zijn allemaal te bestellen via de webshop van NederlandSchoon: (<https://webshop.supportervanschoon.nl>).





Bijlage 2: Overzicht spelers zwerfafval en gedrag

Dit document bevat een inventarisatie van bureaus, overheidsorganisaties en wetenschappers die actief zijn op het gebied van (zwerf)afval en gedrag. Het laat de veelheid aan expertisen en invalshoeken zien op het terrein van gedrag: gedragspsychologie, communicatie, onderzoek, service design, productontwikkeling, advies openbare ruimte etc. Het document bevat tevens voorbeelden en contactgegevens zodat gemeenten en andere beheerders direct aan de slag kunnen met de juiste partij:

<http://www.kenniswijerzwerfafval.nl/document/overzicht-spelers-zwerfafval-en-gedrag?destination=/bibliotheek>



Bijlage 3: Schouwformulier winkelgebieden

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

In het Schouwformulier zijn de volgende onderwerpen opgenomen:

- ✓ (Zwerf)afval: aard en hoeveelheid
- ✓ Afvalvoorzieningen: vindbaarheid, beheer en onderhoud
- ✓ Gebouwen in de omgeving: onderhoud, beheer, uitstraling
- ✓ De openbare ruimte: onderhoud, beheer, sfeer
- ✓ Reiniging en samenwerking: activiteiten, samenwerking, sociale cohesie

Voordelen schouwformulier:

- ✓ Alle belangrijke schoon-onderwerpen op een rijtje.
- ✓ Eenvoudig aantekeningen maken en opslaan via je mobiel, tablet of laptop.
- ✓ Eén formulier voor alle betrokken partijen.

Zie link naar website van NederlandSchoon voor het digitaal schouwformulier:

https://www.nederlandschoon.nl/sites/default/files/media/Images/Winkelgebieden/NederlandSchoon_Schouwformulier_Invulbaar_Wt_2.pdf



Bijlage 4: Actorenoverzicht

Nog in ontwikkeling.