

Een schone regio

Hoe bundel je de krachten?



Kennisdocument

Inhoud

Inleiding	3
1. Hoe start je de samenwerking op?	4
2. Eén aanpak met maatwerk op basis van 0-metingen	7
3. Wetenschap als basis: de zeven principes van Cialdini	9
4. Hoe activeer je mensen om mee te doen?	10
5. Meten van de effecten	16
Bijlage 1 Beschikbare communicatiemiddelen	17
Bijlage 2 Resultaten Friesland	20
Bijlage 3 Gepersonaliseerde voorbeeldbrief	21
Bijlage 4 Voorbeeld personalisatieschema	22



Learnings van Friesland 100% zwerfafvalvrij.



Inleiding

De aanpak van zwerfafval is complex en uitdagend. Een goede samenwerking tussen lokale, regionale en landelijke partijen is van vitaal belang én bewezen succesvol. Elke partij kan daarin het voortouw nemen, slimme allianties sluiten en beproefde interventies inzetten voor een zwerfafvalaanpak op maat.

Vaak zijn er in een regio al veel initiatieven om zwerfafval te verminderen. Door krachten te bundelen en samen te werken, kun je meer bereiken. Het verbinden en zichtbaar maken van initiatieven met een aansprekende campagne kan daarbij werken als een vliegwiel. Zeker als mensen zich al betrokken voelen bij hun plaats, regio of provincie. Samenwerken met gemeenten, milieuorganisaties, afvalverwerkers, ondernemers, scholen, verenigingen en, niet te vergeten, bewoners levert goede resultaten op.

De provincie Friesland is een succesvol voorbeeld van deze vorm van samenwerken. Met het project Friesland 100% zwerfafvalvrij sloeg de regio de handen ineen. Lokale ondernemers, landelijke bedrijven, scholen en vele andere organisaties uit de regio gingen aan de slag. Nederland Schoon ondersteunde het traject met kennis, materialen, activiteiten en communicatiemiddelen.



Door krachten te bundelen en samen te werken, kun je meer bereiken.

Bij het ontwikkelen en uitbouwen van Friesland 100% zwerfafvalvrij is ook gebruikgemaakt van wetenschappelijke inzichten en de beïnvloedingstechnieken van Robert Cialdini. Hij zegt dat gedrag het best te beïnvloeden is door in te spelen op geleerde mechanismen achter 'automatisch gedrag'. Je leest meer over de zeven principes van Cialdini in hoofdstuk 3 en over de toepassing ervan in hoofdstuk 4.

Welke lessen leerden we van deze pilot? En hoe kun jij aan de slag met jouw regio?

In dit document delen we onze kennis en geven we handvatten voor het opzetten van een regionale samenwerking. Met als doel: een succesvollere zwerfafvalaanpak.

In dit kennisdocument gaan we in op de volgende onderwerpen:

- Hoe start je de samenwerking op met partners in de regio?
- Hoe kom je tot één gezamenlijke aanpak, aangevuld met maatwerk?
- Hoe zorg je voor lokale zichtbaarheid?
- Hoe activeer je mensen om mee te doen?
- Waarom is het handig om gebruik te maken van bestaande netwerken?
- Hoe zet je de principes van Cialdini in?
- Wat leveren 0-metingen en effectmetingen op?

Wil jij ook aan de slag met een regionale zwerfafvalaanpak? Of ben je geïnspireerd door onderdelen uit deze aanpak? De regiomanagers van Nederland Schoon denken graag met je mee.

1. Hoe start je de samenwerking op?

Zwerfafval is een probleem dat een grote invloed op de leefbaarheid heeft. Een probleem dat niet op één manier op te lossen is. Door zoveel mogelijk samen te werken met anderen, kun je veel meer bereiken voor een schone leefomgeving dan wanneer je er alleen voor staat. Daarom raden we je aan strategische partners te zoeken in de regio en organisaties te overtuigen en te enthousiasmeren om samen de strijd tegen zwerfafval aan te gaan.

Aanpak

Om te beginnen is het belangrijk om met partners samen te werken die al een netwerk hebben in de regio. Welke partijen in jouw regio zijn al bezig met het milieu en met zwerfafvalproblematiek? Deze partijen zullen de samenwerking makkelijker aangaan en brengen ook de nodige kennis en kunde mee. Het is belangrijk om de samenwerking voldoende gewicht te geven. Formeer daarom een stuurgroep van partners waarmee je een breed draagvlak creëert. Zorg voor deelname van gemeenten op zowel bestuurlijk als uitvoerend niveau. Als je eerst draagvlak op bestuurlijk niveau creëert, krijg je daarna gemakkelijker draagvlak op ambtelijk niveau. Stel met de stuurgroep een gezamenlijk doel op en benoem subdoelen. Het is belangrijk om te weten wat de gezamenlijke stip op de horizon is. Die mag best ambitieus zijn. Zorg ervoor dat je daarbij haalbare tussentijdse doelen formuleert; onhaalbare doelen werken demotiverend. Creëer vervolgens een actieprogramma met een compacte werkgroep en vermijd onoverzichtelijke overlegstructuren.



Met afvalbedrijf Omrin in de stuurgroep lukte het om alle Friese gemeenten enthousiast te krijgen.

De partners in Friesland

In Friesland wisten afvalinzamelaar en -verwerker Omrin, Circulair Friesland (vereniging van zo'n 100 bedrijven, overheden, onderwijsinstellingen en maatschappelijke organisaties), de Friese Milieu Federatie en de Friese gemeenten elkaar te vinden als partners in de stuurgroep. Omrin speelde hierin een sleutelrol, omdat het bedrijf al goede contacten had met de gemeenten. Het bestaande netwerk werkte als vliegwiel. De Friese stuurgroep koos een 100% zwerfafvalvrij Friesland als stip op de horizon. Deze aanpak sluit naadloos aan bij de Friese ambitie om in 2025 de meest circulaire regio van Europa te zijn. De Friese partners rolden samen met Nederland Schoon de aanpak uit. Afhankelijk van de wensen van de verschillende gemeenten maakten ze een plan van aanpak waarin de samenwerking tussen de gemeente, inwoners, het bedrijfsleven en verenigingen centraal stond. Doordat er eerst draagvlak op bestuurlijk niveau gecreëerd was, kreeg men daarna gemakkelijker draagvlak op ambtelijk niveau. Nederland Schoon had een ondersteunende en faciliterende rol.

"Als inzamelaar en verwerker van afval is Omrin koploper in nascheiding en recycling. Maar liefst 70% van het afval dat wij inzamelen, is geschikt voor hergebruik. Dat is een mooi percentage. Daarmee zijn we toonaangevend in Nederland. Maar we zijn er nog niet: niemand kan in zijn eentje een kringloop in gang zetten. Daarom zijn we kampioen samenwerken. Het project Friesland 100% zwerfafvalvrij sluit naadloos aan bij onze doelen en werkwijze."

John Vernooij | Algemeen directeur Omrin en voorzitter van Circulair Friesland

Meetbare doelen

In Friesland zijn vanuit de algemene doelstellingen – Friesland als meest circulaire regio én met zoveel mogelijk partijen in samenwerkingsverband verantwoordelijkheid nemen voor een schone(re) omgeving – de volgende meetbare doelstellingen geformuleerd:

- 10% reductie van grof zwerfafval
- Adoptie van 7000 schoongebieden in Friesland



Zichtbaar startmoment

Is de stuurgroep geformeerd en zijn de doelen bepaald? Zorg dan voor een duidelijk en zichtbaar moment waarop de samenwerking start. Door bijvoorbeeld gezamenlijk een spandoek of convenant te ondertekenen. Uiteraard is dit ook een mooi moment om zoveel mogelijk publiciteit en zichtbaarheid te genereren voor het project.

Bedrijven betrekken

Voor lokale zichtbaarheid is het belangrijk om het mkb en grote bedrijven in de regio te betrekken. Zo kun je alle vestigingen en hun klanten in beweging krijgen. Probeer ook de lokale ondernemersverenigingen mee te krijgen. Zorg dat je duidelijk aan de bedrijven laat weten wat ze kunnen doen (zie hoofdstuk 4 'Hoe activeer je mensen om mee te doen?'). In Friesland was het makkelijker om bedrijven te betrekken, omdat een aantal ondernemers al deel uitmaakten van Circulair Friesland.



We zijn kampioen samenwerken.

Lokale zichtbaarheid

Door plaatselijke winkeliers en horeca, en landelijke bedrijven in de provincie te betrekken, worden de lokale zichtbaarheid en betrokkenheid veel groter. In Friesland werkten onder meer McDonald's, Poiesz Supermarkten en Action mee. Bedrijven zijn – afhankelijk van de regelgeving in het omgevingsplan van hun gemeente – verplicht om de buitenruimte rond hun onderneming schoon te houden. Door ze met positieve, inspirerende communicatie op hun verantwoordelijkheid te wijzen, zijn ondernemers aangemoedigd om de omgeving rondom hun onderneming schoon te houden en dit te delen op supportervanschoon.nl.

Andere partijen

Natuur- en milieuorganisaties zijn ook waardevolle partijen om mee samen te werken. Zij hebben al een intrinsiek gemotiveerde achterban, zetten zich in voor de natuurgebieden in de regio en kennen de 'pijnpunten' op het gebied van zwerfafval in hun gebied. In Friesland deed Staatsbosbeheer Fryslân mee aan Friesland 100% zwerfafvalvrij. Sluit ook zoveel mogelijk aan bij bestaande zwerfafval-initiatieven en ondersteun die met communicatie en materialen. Bij de bestaande initiatieven zijn mensen al actief bezig met het onderwerp. Door ze te betrekken bij het project, laat je zien dat ze niet alleen zijn en deel uitmaken van een grotere beweging. Ook kan het verbinden en zichtbaar maken van deze initiatieven werken als een vliegwiel.

In het kort

- Formeer een stuurgroep van partners om een breed draagvlak te creëren.
- Spreek met de stuurgroep een gezamenlijke ambitie uit en verbind hier concrete, meetbare doelen aan.
- Creëer geen overlegstructuur, maar een actieprogramma met een compacte werkgroep.
- Zorg voor deelname van gemeenten op bestuurlijk niveau zodat je draagvlak creëert voor uitrol op het ambtelijke niveau.
- Zoek samenwerking met landelijke bedrijven en het mkb voor lokale zichtbaarheid en betrokkenheid. Zo kun je alle vestigingen en hun klanten in beweging krijgen.
- Betrek ook de lokale ondernemersverenigingen om de leden te enthousiasmeren.
- Sluit zoveel mogelijk aan bij bestaande zwerfafval-initiatieven en ondersteun die met communicatie en materialen.
- Houd je partners op de hoogte van wat je aan het doen bent.

2. Eén aanpak met maatwerk op basis van 0-metingen

Om tot een effectieve zwerfafvalaanpak te komen, is een gezamenlijke aanpak belangrijk waarmee je bestaande en nieuwe initiatieven verbindt. Uniformiteit in de communicatie in de regio, straalt uit dat je aan één gezamenlijk doel werkt. Die verbinding is van groot belang. Daarnaast kijk je wat de problematiek per gemeente is. Welke lokale plekken hebben extra aandacht nodig?

0-meting en schouw

Kies voor één overkoepelende aanpak én maatwerk per gemeente. Doe voor elke gemeente bij de start een 0-meting volgens de CROW-richtlijnen, inclusief een stukstelling: hoeveel zwerfafval ligt waar? Op welke plekken is het probleem het grootst? De resultaten van de 0-metingen geven aan op welke plekken het viezer is. Wat de oorzaak is van het extra zwerfafval op een bepaalde plek is niet altijd meteen duidelijk. Om de oorzaak te achterhalen, kun je die plek nader onderzoeken door een schouw uit te voeren. Soms komen hier verrassende resultaten uit. Zo bleek in de Friese gemeente Weststellingwerf dat een bankje voor een bejaardenhuis dé plek was met meer zwerfafval.

0-meting

Hoe je een 0-meting doet, staat in hoofdstuk 6 'Meten van de effecten'. Je kunt hierbij gebruikmaken van het [Handboek Monitoring Zwerfafval](#) van Nederland Schoon.

Schouw

Een schouw kun je het beste uitvoeren aan de hand van een formulier waarin je je bevindingen vastlegt. Bekijk hier het [schouwformulier winkelgebieden](#).

Passende interventies

Heb je de probleemgebieden in kaart? Bepaal dan welke aanvullingen op het bestaande afvalbeleid en de aanwezige afvalvoorzieningen het waardevolst zijn. Denk aan passende interventies zoals de [snoeproute-werkwijze](#), de aanpak [carpoolplaatsen](#) of de [effectieve inzet van afvalbakken](#). Voor de interventies kun je kiezen uit verschillende aanpakken die Nederland Schoon heeft ontwikkeld. Inspirerende voorbeelden vind je in de [Kenniswijzer Zwerfafval](#). Ook denken de regiomanagers van Nederland Schoon graag met je mee.



Elke plaats heeft zijn eigen specifieke probleemgebieden.

Netjes Hoor!

Friesland koos als overkoepelende aanpak de communicatiecampagne 'Netjes Hoor! En jij? Voor welk schoon stukje Friesland ga jij zorgen?'. De activatie- en communicatiecampagne was voor de hele provincie gelijk. Vervolgens stemde elke gemeente de interventies af op de uitkomsten van de 0-metingen en de daaruit volgende plekken met het meeste zwerfafval.

Uitgaansgebied met eettentjes

Zo bleek in gemeente Smallingerland dat er op de Noord- en Zuidkade in Drachten relatief veel zwerfafval lag. Dit is een uitgaansgebied met veel eettentjes. Afval ontstaat vooral 's avonds en 's nachts. Eén van de adviezen, na de gebiedsschouw was om de zichtbaarheid en herkenbaarheid van afvalbakken in het donker te vergroten.

Om ook ondernemers enthousiast te maken om mee te werken aan een 100% zwerfafvalvrij Smallerland is de Afvalstafette ingezet. Deze startte na de aftrap door de wethouders, met inzet van een promotieteam in alle 13 Smallerlandse dorpen en eindigde met het aanbieden van het Afvalstafette-pakket aan Domino's Pizza aan de Noordkade in Drachten.

Carpool-aanpak aangescherpt

In de Friese gemeente Opsterland lag bij de carpoolplaatsen het meeste zwerfafval. Uit de gebiedsschouw van drie carpoolplaatsen bleek dat met name de plaats van de afvalbak, de capaciteit en de zichtbaarheid beter konden.

In het kort

- Kies voor één overkoepelende aanpak én maatwerk per gemeente.
- Doe een 0-meting per gemeente. Breng aan de hand van de resultaten de zwerfafval-hotspots in kaart.
- Voer aanvullend een gebiedsschouw uit om de situatie ter plekke te onderzoeken.
- Kies interventies die snel en makkelijk resultaat opleveren.

3. Wetenschap als basis: de zeven principes van Cialdini

Bij het ontwikkelen en uitbouwen van de campagne in Friesland is gebruikgemaakt van de wetenschappelijke inzichten en kennis van oud-hoogleraar psychologie en marketing Robert Cialdini. Hij zegt dat je gedrag het best kunt veranderen door in te spelen op geleerde mechanismen achter 'automatisch gedrag'. Kortom: beïnvloeden in plaats van overtuigen.

De zeven beïnvloedingsprincipes van Cialdini

1. Wederkerigheid

- Als je iets van een ander krijgt, ben je sneller geneigd iets terug te doen.

2. Toewijding en consistentie

- Een relatie leidt tot een sterkere verbinding en dat leidt tot meer inzet.
- Kracht van de herhaling: regelmatig en op verschillende manieren herhalen van dezelfde boodschap.

3. Sociale bewijskracht

- Zet niet je eigen verhaal in de spotlights, maar de verhalen van 'medestanders', dat is geloofwaardiger.

4. Sympathie & fun

- Sympathie komt voort uit gelijkenissen, complimenten en gezamenlijke inspanningen of ervaringen die je met elkaar hebt. Complimenteer je 'medestanders'. Daarmee krijg je een 'gunfactor'.

5. Autoriteit

- Wees de beste en laat dat zien. Bijvoorbeeld door autoriteitssymbolen, zoals keurmerken.

6. Schaarste

- Een gevoel van schaarste beïnvloedt gedrag.

7. Eenheid

- Met een wij-/groepsgevoel speel je in op de behoefte om erbij te horen.

De basis van deze zeven principes is dat gedrag vaak niet rationeel is, maar onbewust: gedrag wordt bepaald door onbewuste mechanismen in ons hoofd. Daarom heeft het geen zin om gedragsverandering tot stand te brengen met rationele argumenten.

In het kort

Doen	→	Wil je gedrag beïnvloeden? Speel dan in op onbewuste mechanismen.
Niet doen	→	Probeer gedrag niet te veranderen met rationele argumenten.

4. Hoe activeer je mensen om mee te doen?

Om je regio zwerfafvalvrij te krijgen, is het van belang om zoveel mogelijk inwoners, bedrijven, scholen en verenigingen mee te laten doen. Zorg voor een duidelijk startsein van je campagne met een aantrekkelijk publieksevenement. Dit is hét moment om op te roepen om via supportervanschoon.nl een opschoonactie aan te maken of een eigen schoongebied op de kaart te zetten: een stukje buurt of straat dat je voortaan vrij van zwerfafval houdt. Deze zichtbare betrokkenheid heeft een positief effect op de schoonbeleving en het schoongedrag van mensen.

Bestaand netwerk

Zet net als in Friesland het bestaande netwerk in om zoveel mogelijk deelnemers te krijgen. Afvalbedrijf Omrin benaderde bijvoorbeeld zijn enorme netwerk van scholen. Nederland Schoon vroeg aan brancheorganisaties, lokale ondernemerscollectieven en natuurlijk hun leden of ze mee wilden doen. En of ze via hun eigen kanalen (nieuwsbrief, mailing en/of bijeenkomsten) hun leden wilden motiveren om zwerfafval rondom de ondernemingen op te ruimen.

Afvalestafette

Het publieksevenement bij het startsein van je campagne is ook een mooi moment om de Afvalestafette te starten. De wethouder in een gemeente geeft het stokje aan een ondernemer, die het stokje weer doorgeeft aan een andere ondernemer, etc. Zo zorgden Friese ondernemers uit een winkelgebied samen voor een blijvend schone winkelstraat.



Zet het bestaande netwerk in om zoveel mogelijk deelnemers te krijgen.

Aansluiten bij bestaande initiatieven

Start nieuwe initiatieven op, maar sluit ook zoveel mogelijk aan bij bestaande zwerfafval-initiatieven en ondersteun die met communicatie en materialen. Bezoek bijvoorbeeld vrijwilligersbijeenkomsten en stuur een mailing naar vrijwilligers met het verzoek een schoongebied op de kaart te zetten. Of ondersteun een al bestaande schoonmaakweek op school.

Campagne

Om de beweging een gezicht te geven en bedrijven, inwoners, scholen en verenigingen te enthousiasmeren, is het belangrijk om een aansprekende campagne te ontwikkelen. Je kunt ervoor kiezen om de middelen van de Friese campagne 'Netjes Hoor!' in te zetten en op maat te maken (zie bijlage 1: beschikbare communicatiemiddelen). Kies voor een mix van traditionele en verrassende middelen. Zo kreeg de Friese campagne een zetje van lokale held Piet Paulusma en kon niemand in Friesland om het thema 'Netjes Hoor!' heen. Van lokale televisie en buitenreclame tot advertenties in kranten en magazines en op social media: het publiek werd op allerlei manieren opgeroepen om een eigen stukje schoon Friesland te claimen. Deze media-inzet werd samen met een lokale mediapartner uitgedacht.



Bedrijven aanhaken

Wil je binnen je regio grotere bedrijven bij je campagne betrekken? Maak dan duidelijk wat ze kunnen doen:

Help je mee aan een 100% zwerfafvalvrij Friesland?

1. Zet je eigen marketingkanalen in, zoals narrowcasting en social media, voor de algemene communicatie over de campagne.
2. Maak gebruik van gepersonaliseerde communicatie over de campagne via de eigen marketingkanalen.
3. Laat alle lokale vestigingen een gebied adopteren en meld dit aan op supportervanschoon.nl, zodat dit ook zichtbaar wordt.

DE PRINCIPES VAN CIALDINI TOEGEPAST

De principes van Cialdini zijn een dragende basis onder de aanpakken die je kiest om mensen in beweging te krijgen. We laten je aan de hand van de acties in Friesland zien wat er kan en hoe je dit aanpakt:

Wederkerigheid > Maak je inzet zichtbaar en ontvang een beloning

Supporter van Schoon is hét online platform van Nederland Schoon dat gemeenten, inwoners, scholen, bedrijven en (sport)verenigingen motiveert en inspireert om samen in actie te komen voor een omgeving zonder zwerfafval. Het platform heeft een schoonkaart op haar website, waarop supporters een eenmalige opschoonactie kunnen aanmaken of een gebied kunnen kiezen dat zij permanent schoonhouden. Om de deelnemers te belonen en te zorgen dat hun inspanningen zichtbaar zijn, kun je bijvoorbeeld welkomstpakketten inzetten. Wil je gebruikmaken van deze optie? Neem dan contact op met de regiomanager van Nederland Schoon om te kijken hoe je dit kunt doen.

Welkomstpakketten

In Friesland ontvingen diverse doelgroepen welkomstpakketten:

- Als bewoners een schoongebied aanmeldden, ontvingen zij een sleutelhanger met vuilniszakjes erin met het 'Netjes Hoor!'-logo.
- Ondernemers die zich aanmeldden om de straat rondom hun winkel schoon te houden kregen een kleine basisuitrusting cadeau:
 - Een gepersonaliseerde sticker voor op het raam;
 - Een handige flyer over de 25-meterregel en hoe je daar makkelijk invulling aan geeft;
 - Een stoffer en blik.
- Deelnemende scholen en BSO's ontvingen een speciaal pakket met onder meer handschoenen, afvalzakken, het zwerfafvalspel en de afvalkoffer met leerzame activiteiten.



TIP:

In de [webshop](#) van Nederland Schoon zijn zowel voor scholen als BSO's verschillende materialen verkrijgbaar.

Toewijding en Consistentie > Gebiedsadoptie

Als mensen eenmaal 'ja' hebben gezegd op een klein verzoek, zijn ze eerder geneigd om ook 'ja' te zeggen op een groter verzoek dat in lijn ligt met het kleinere verzoek. Doordat deelnemers hun adoptiegebied op de kaart zetten, maken ze hun betrokkenheid zichtbaar. Daardoor zijn ze eerder geneigd om hun gebied ook echt schoon te houden. Ook het tekenen van het spandoek door de Friese wethouders is een voorbeeld van het creëren van commitment.

Sociale bevestiging > Supporters in beeld en aan het woord

De mate waarin anderen bepaald gedrag vertonen, is een belangrijke - zo niet de belangrijkste - voorspeller voor de kans dat we het ook zelf gaan doen.

Local heroes

Met opvallende uitingen in de openbare ruimte, kun je local heroes in het zonnetje zetten. Mensen uit de buurt die een goede bijdrage hebben geleverd aan het schoonhouden van hun omgeving, kun je op deze manier persoonlijk bedanken. Hierdoor creëer je mond-tot-mondreclame waarmee je weer andere mensen enthousiasmeert. Je kunt dit versterken door het ook te delen op social media. In Friesland is er gebruikgemaakt van green graffiti en opvallende, doorschijnende billboards.

Green graffiti

Om de deelname van mensen aan het schoonhouden van de omgeving zichtbaar te maken, is er in Friesland zogeheten 'green graffiti' ingezet. Bij green graffiti wordt met behulp van een sjabloon en een hogedrukspuit een afbeelding op de stoep gemaakt. Zo verscheen in schoongehouden straten het campagnelogo 'Netjes Hoor!' op de stoep. Dat is gelijk een mooie beloning voor de bewoners die zich inzetten voor een schone straat. Om de zichtbaarheid in de regio te vergroten, werd de graffiti in de straat gedeeld op social media. Zo werden deelnemers nog eens extra in het zonnetje gezet.

Inzet van doorschijnende billboards

Met een leuke, sympathieke communicatiewijze kun je mensen bedanken voor hun inzet. Op schone plaatsen in Friesland zijn billboards neergezet waar je doorheen kunt kijken, zodat je direct de schone omgeving ziet. Overigens bleken de doorschijnende billboards wel erg kwetsbaar en uitsluitend te plaatsen in overleg. Het is daardoor wel een dure investering.

Supporters uitgelicht op social media

Zet verhalen van supporters centraal, zowel van individuele deelnemers, bedrijven, als organisaties. De verhalen zijn echt en geloofwaardig en hebben daardoor een groter effect. Ook op social media bracht Friesland mensen en organisaties in beeld die meededen aan een actie of die een schoongebied geadopteerd hadden. Deelnemers werden bedankt én gecompimenteerd. Dat heeft een aanstekelijk effect, waardoor het aantal deelnemers aan acties groeit.



Het keurmerk 'Netjes Hoor!' op straat, in jouw wijk



Zwerfafvalvrij dankzij Beachclub Lemmer

Sympathie & fun > Maak het sympathiek en leuk

We zeggen het liefst 'ja' tegen mensen die we mogen. Sympathie komt voort uit gelijkenissen, complimenten en gezamenlijke inspanningen of ervaringen die je met elkaar hebt. Complimenteer je medestanders. Daarmee krijg je een gunfactor. Verplaats je in de ander en ontwikkel content waar de doelgroep zich in herkent.

Eigen mailing voor elke doelgroep

In Friesland is gebruikgemaakt van dit principe door de verschillende doelgroepen op hun situatie toegespitste mailings te sturen. Daar waar mogelijk waren de mailings ook gepersonaliseerd. Daarnaast zijn de welkomstpakketten ook aangepast aan de doelgroep.

Specifieke mailings voor de volgende Friese doelgroepen:

- Supporters van Schoon in Friesland
- Scholen
- BSO's
- Bedrijven:
 - Horeca-ondernemingen
 - Winkel food
 - Winkel non-food
 - Supermarkt
 - Tankstations
 - Agrarische bedrijven
 - Overige bedrijven
 - Verenigingen

Er is gebruikgemaakt van zowel fysieke als digitale mailings. De mailings zijn specifiek gemaakt voor en in samenwerking met de betreffende gemeente en ook mede namens de gemeente verzonden. In bijlage 3 vind je een voorbeeld van een gepersonaliseerde brief aan horeca-ondernemers.

Bij het schrijven van de mailing is het van belang om te bedenken wat je wilt bereiken. Daarvoor moet je je zo goed mogelijk in de situatie van de doelgroep te verplaatsen. Op deze manier is de kans het grootst dat je mailing de mensen die je probeert te bereiken, aanspreekt en activeert. Bekijk het voorbeeld van een personalisatieschema in bijlage 4.

Gebruik aansprekende foto's

Door foto's te gebruiken waarin mensen zich herkennen, zorg je voor connectie en sympathie. In Friesland is er gebruikgemaakt van foto's waarin de verschillende doelgroepen zich konden herkennen.



Fun

Het is makkelijker om mensen te enthousiasmeren als het naast nuttig ook leuk is. Zo is er in Heerenveen een **opschoonactie op het water** georganiseerd, waar onder andere met kano's en op supboards is schoongemaakt. Dit is typisch een voorbeeld van schoonmaken op een leuke manier.

Een ander voorbeeld is de **Afvalestafette** waarbij ondernemers andere ondernemers in beweging zetten om de omgeving rondom hun bedrijf schoon te maken en het stokje aan elkaar door te geven. Het is een sympathieke manier om mensen, die feitelijk al de verantwoordelijkheid hebben, te activeren om aan de slag te gaan. Op deze manier is het bovendien leuker om mee te doen. Met de Afvalestafette speel je ook in op het principe Eenheid.

Autoriteit > Inzet helden

Weerman Piet Paulusma heeft een grote bijdrage geleverd aan de Friese campagne en in verschillende gemeenten diverse inspanningen geleverd. Mede door zijn bijdrage is het aantal Supporters van Schoon toegenomen.



Schaarste > gevoel van schaarste beïnvloedt gedrag

Een voorbeeld hiervan is: 'Meld je actie vandaag nog aan, want alleen deze week ontvang je gratis handschoenen.' Of: 'Bijna alle gebieden in jouw wijk zijn al geadopteerd, is het laatste stukje voor jou?' Door het beperken van aantallen of het creëren van een tijdslimiet ontstaat er urgentie. In Friesland is dit principe niet toegepast.

Eenheid > met een wij-/groepsgevoel speel je in op de behoefte om erbij te horen

In de communicatie wordt gebruikgemaakt van 'wij' en 'ik'; samen houden we het hier schoon. Dat geeft het gevoel van eenheid. Verder zijn in Friesland de nieuwe en bestaande initiatieven verbonden vanuit de gedachte: samen werken aan een 100% zwerfafvalvrij Friesland. Deze gezamenlijke aanpak heeft een gezicht gekregen met de campagne 'Netjes Hoor!'

Op de kaart

Het zichtbaar maken van acties en adoptiegebieden werkt aanstekelijk. 'Zij doen ook allemaal mee, we doen het samen.' Door alle deelnemers te vragen om hun schoongebied op de kaart te zetten, maak je zichtbaar dat heel veel mensen meedoen. Dit zorgt naast commitment ook voor sociale bevestiging. Lokale ondernemers zijn vanuit regelgeving meestal verplicht om de omgeving rondom hun bedrijf schoon te houden. In Friesland zijn ze benaderd om hun schoongebied op de kaart te zetten. Zo werd de inzet en de betrokkenheid van de ondernemers zichtbaar gemaakt.

Ansichtkaart

De Ansichtkaart die bij alle inwoners van Friesland op de deurmat viel, bleek ook een goed activatiemiddel. Hierin werd ook ingespeeld op het principe Eenheid: 'Friesland zwerfafvalvrij, dat lukt ons alleen samen.'



TIP:

Bekijk ook het Kennisdocument Supporter van Schoon: Van bewustwording naar nationale schoonbeweging.

In het kort

- Organiseer een publieksevenement voor zichtbaarheid en saamhorigheid.
- Laat deelnemers een actie of schoongebied aanmaken op de schoonkaart van Supporter van Schoon. Dit heeft een positief effect op de schoonbeleving en het schoongedrag van mensen.
- Stel opschoonmaterialen beschikbaar (inhoud afhankelijk van de doelgroep). Dit kan vergoed worden uit de zwerfafvalvergoeding van gemeenten. De deelnemer kan de materialen ook zelf bestellen op supportervanschoon.nl als een actie of gebied is aangemaakt.
- Laat ondernemers weten dat ze de verplichting hebben om de omgeving waarin ze ondernemen schoon te houden.
- Organiseer een Afvalestafette voor ondernemers.
- Benader brancheorganisaties, lokale ondernemerscollectieven, etc. om deel te nemen aan een actie. Stel communicatiemiddelen beschikbaar, die zij naar leden kunnen sturen of kunnen gebruiken tijdens een algemene ledenvergadering of een andere ondernemersbijeenkomst.
- Communiceer gericht naar de juiste doelgroep.

5. Meten van de effecten

Metten is weten. Ga je aan de slag met de aanpak van zwerfafval dan is het belangrijk om te monitoren. Door monitoring ontstaat inzicht in de vervuilingsgraad van gebieden waarmee je zwerfafval hotspots kunt opsporen. Middels opvolgende monitoring meet je de resultaten van de zwerfafvalaanpak, de doeltreffendheid en de bereikte kwaliteit. Door te meten, kun je leren en verbeteren. Wat werkt en wat werkt minder goed of helemaal niet? Het uitvoeren van een 0-meting is daarom nodig om inzicht te krijgen in de resultaten van de aanpak en geeft ook inzicht in de bestaande situatie. Zo kun je beter bepalen welke gebieden extra aandacht behoeven met een specifieke aanpak. In het [Handboek Monitoring Zwerfafval](#) vind je alles over het opzetten van zwerfafvalmonitoring.



Door regelmatig te meten zie je het effect van je inspanningen en kun je zo nodig bijsturen.

In Friesland heeft een extern bureau 0- en 1-metingen uitgevoerd volgens de CROW-richtlijnen, inclusief een stukstelling. Zo konden we het effect van alle inspanningen meten. Er werden ruim 2.100 meetlocaties in de 18 Friese gemeenten geselecteerd, die samen een goede afspiegeling gaven van de gemeenten, wijken en gebiedstypen (winkelgebied, woongebied, werkgebied etc.). Het tellen van het aantal stuks grof zwerfafval (stukstelling) gaf daarnaast een gedetailleerd beeld van de situatie. Op basis van de uitkomst van de 0-meting werd in overleg met de gemeenten bepaald op welke plekken relatief veel zwerfafval lag. Op deze plekken zijn specifieke aanpakken gedefinieerd en uitgevoerd, passend binnen het beleid van de gemeenten.



Uit de 1-meting, een jaar na de 0-meting, kwam een mooi resultaat: in Friesland werd het grof zwerfafval binnen een jaar met maar liefst 19% verminderd. In bijlage 2 vind je de resultaten.

In het kort

- Start met een 0-meting en bepaal de zwerfafval-hotspots.
- In het [Handboek Monitoring Zwerfafval](#) lees je alles over het opzetten van zwerfafvalmonitoring.
- De monitoring kun je uitbesteden aan een extern bureau. Een gemeente kan zelf ook medewerkers hiervoor opleiden.

Bijlage 1 Beschikbare communicatiemiddelen

Heb je een communicatieplan gemaakt en een overzicht van de interventies die je in de regio wilt inzetten? Bekijk dan de communicatie-uitingen die Nederland Schoon heeft ontwikkeld en kies welke bij jou passen. Deze zijn beschikbaar via Nederland Schoon en eenvoudig aan te passen. Wil je hiervan gebruikmaken? Stuur dan een mail naar info@nederlandschoon.nl.



Advertentie 264x186mm



Spaardoel poster A2



Campagnebeeld



Flyer voor ondernemers



Sticker voor ondernemers



Social



Flyer voor ondernemers



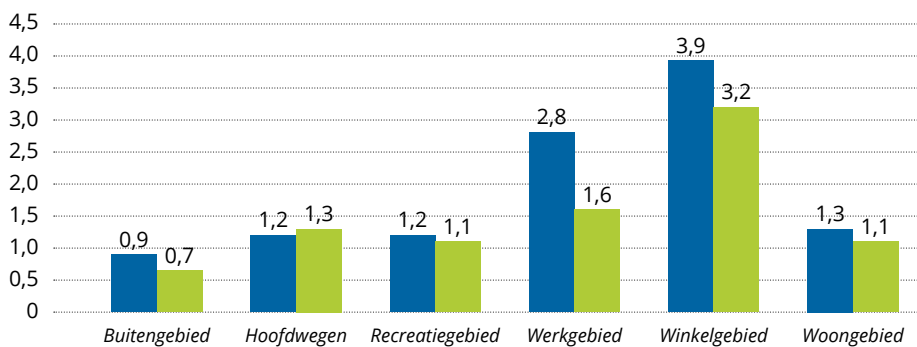
Ansichtkaart

Bijlage 2 Resultaten Friesland

Aan de hand van twee intensieve meetrondes is het verschil voor en na het traject gemeten. Hieronder vind je de belangrijkste bevindingen.

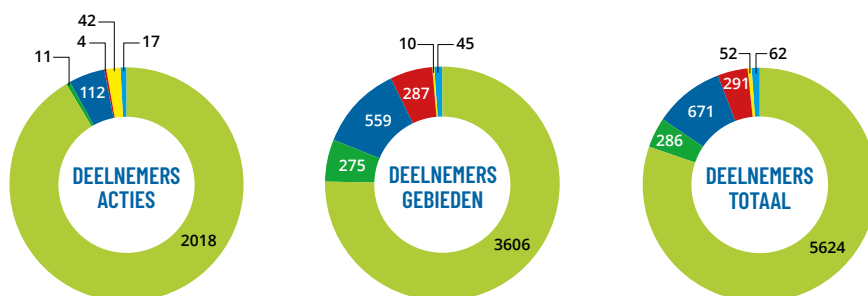
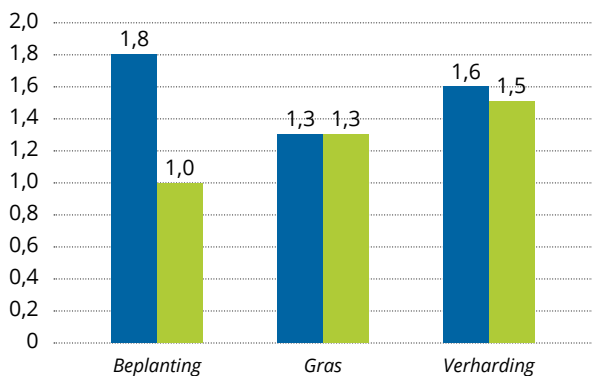
STUKSTELLING GROF ZWERFAFVAL GEBIEDSTYPEN

■ 2019 ■ 2020



STUKSTELLING GROF ZWERFAFVAL

■ 2019 ■ 2020



■ Inwoners ■ MKB ■ Scholen ■ BSO's ■ Verenigingen ■ Gemeenten



[Woonplaats] 100% zwerfafvalvrij. Zo doe je mee

In een schone buurt geven gasten meer geld uit, blijven ze langer zitten én komen ze vaker terug. Daarom biedt Supporter van Schoon alle ondernemers van Friesland nu de mogelijkheid om een eigen schoongebied op de kaart te zetten. [Zo werk je in één klap aan een schoner Friesland én aan het succes van je onderneming.](#)

Waarom een eigen schoongebied?

Voor alle horecaondernemingen in Nederland geldt de [25-meter regel](#). Dit betekent dat de straat waarin je onderneemt, een beetje van jou is. Jij zorgt ervoor dat je klanten hun afval makkelijk kwijt kunnen. En jij zorgt ervoor dat de omgeving van je onderneming netjes blijft.

Op de nieuwe, [interactieve kaart op Supportervanschoon.nl](#) kun je nu het stukje van je straat aftekenen dat jij als ondernemer voor je rekening neemt. Je hebt dan officieel een eigen schoongebied. Daarmee laat je zien dat je hart hebt voor de buurt, en dat je je inzet voor schoon. Als dank ontvang je nu een schoonpakket waarmee je gemakkelijk jouw straatje schoonhoudt.



KIES JOUW SCHOONGEBIED & KRIJG EEN SCHOONPAKKET

Friesland 100% zwerfafvalvrij

Op dit moment worden alle ondernemers, scholen, verenigingen en inwoners van Friesland benaderd om zich in te zetten tegen zwerfafval. Het doel van deze aanpak? Een 100% zwerfafvalvrij Friesland, waar naast NederlandSchoon en gemeente [Gemeente], ook Omrin, Circulair Friesland en de Friese Milieu Federatie aan meewerken.

Vragen over Friesland 100% zwerfafvalvrij? Of over het aanmelden van je eigen schoongebied? We helpen je graag via info@supportervanschoon.nl.

Hartelijke groet,

Supporter van Schoon & Gemeente [Gemeente]

EEN INITIATIEF VAN



Bijlage 4 Extra inzichten voor personalisatie

OP WIE RICHTEN WE ONS	STATUS MINDSET	WAT DENKEN ZE?	WAT MOETEN WE DOEN?
HORECA	Oh, ik ben overtuigd, hoe start ik? - Registratie schoongebied -	> Mensen komen bij ons ontspannen > Hoe kan ik hen op een positieve manier aanzetten om hun afval/peuken niet op straat te gooien?	BEGRIIP TONEN & HELPEN
WINKEL FOOD	Oh, ik ben overtuigd, hoe start ik? - Registratie schoongebied -	> Wij verkopen veel spullen die zwerfafval kunnen worden. > Hoe kunnen we onze klanten bewustmaken? > Ik ben niet alleen verantwoordelijk (winkelcentrum)	BEGRIIP TONEN & HELPEN
SUPERMARKT	Oh, ik ben overtuigd, hoe start ik? - Registratie schoongebied -	> Wij verkopen veel spullen die zwerfafval kunnen worden. > Elke dag komen er zo veel mensen langs die mogelijk afval achterlaten. Hoe begin ik daaraan?	BEGRIIP TONEN & HELPEN
WINKEL NON-FOOD	Hoezo moet ik zwerfafval opruimen?	> Het meeste afval komt van spullen die ik niet aanbied. > Waarom moet ik dan opruimen?	BEGRIIP TONEN & ACTIVEREN
TANKSTATIONS	Oh, ik ben overtuigd, hoe start ik? - Registratie schoongebied -	> Er is geen toezicht in mijn tankstation > Mijn klanten voelen zich niet betrokken bij de omgeving. > De afvalbakken zijn vaak overvol (andere beheerder)	BEGRIIP TONEN & HELPEN

Stichting Nederland Schoon
Benoordenhoutseweg 46
2596 BC Den Haag

070 304 2080
info@nederlandschoon.nl

Dit is een uitgave van Stichting Nederland Schoon - maart 2021.