

Gedragbeïnvloeding: 9 strategieën tegen zwerfvuil

Hoe krijgen we mensen in de openbare ruimte zo ver dat ze hun afval niet op de grond gooien, maar bij zich houden of in een afvalbak deponeren? Menselijk gedrag wordt veel vaker dan we beseffen gestuurd door allerlei processen waarvan we ons niet bewust zijn. We stellen meer dan 80% van ons gedrag op automatische piloot.

Enkel inwerken op het bewuste brein, heeft onvoldoende effect. Klassieke sensibiliseringacties bereiken soms niet wat ze beogen. Wie zwerfvuil wil vermijden, moet dus aan gedragsbeïnvloeding doen.

Stel je om te beginnen de volgende vragen:

- Wat is het probleemgedrag?
- Waar komt dat gedrag vandaan?
- Wat is het doelgedrag?

Om dat doelgedrag te bereiken, kan je op allerlei manieren het gedrag van vervuilers beïnvloeden. Een combinatie met andere beleidsinstrumenten is bovendien noodzakelijk om een blijvend effect te hebben (zie [vijfpijlerbeleid](#)).

Vergeet ook niet om gedragsveranderingen te meten, alleen zo krijg je inzicht in de grootte van het probleem en de effecten die de gedragsmaatregelen hebben. Hieronder maak je kennis met 9 strategieën om gedrag te beïnvloeden:

1. Maak positieve associaties

Ons onbewuste brein kent geen negatieve associaties. Een term roept bepaalde associaties op of niet. Dit wil zeggen dat je moet bewaken dat je de juiste associaties legt. Als je een nette omgeving wil promoten, mag je geen afval op straat laten rondslingeren, maar een geur van poetsmiddel verspreiden of zichtbaar opruimen.

Voorkom dat je veel afval of overtreders in beeld brengt. Op die manier benadruk je onbewust dat dit gedrag wenselijk is. Sommige campagnes willen mensen een geweten schoppen door bijvoorbeeld een berg zwerfvuil samen te brengen op het marktplein. Uit gedragsonderzoek blijkt dat dit averechts kan werken: campagnes die de negatieve norm aantonen, geven de indruk dat de meerderheid van de mensen het ongewenste gedrag stelt. Mensen concluderen dat ze best doen zoals iedereen en gooien vervolgens hun afval op de grond.

Frisse geurtjes

Gedrag wordt niet alleen visueel, maar ook door geuren beïnvloedt. Zo blijkt dat citroengeur wordt geassocieerd met een zopas schoongemaakte omgeving. Daardoor zijn mensen meer geneigd de buurt netjes te houden.

2. Benut automatismen en gewoontes

Mensen zijn – meestal onbewust – gewoontedieren. Maak daar gebruik van. Door op onbewust gedrag te letten en het weggooigedrag in te schatten, los je al heel wat problemen op. Plaats [vuilnisbakken](#) op de meest logische plaatsen, zoals in de looplijn naar de uitgang van een park of vlakbij de opstapplaats voor de bus.

Meer tips over hoe je de [openbare ruimte](#) inricht om zwerfvuil te voorkomen, kan je lezen in de [inrichtingswijzer](#) van onze noorderburen.

3. Geef een duwtje in de rug

Meer dan 80 procent van ons gedrag is onbewust. Daardoor is het effectiever om via onbewuste beïnvloeding naar het gewenste gedrag toe te werken. Dat heet ‘nudgen’: met subtiele signalen kom je al heel ver.

Voorbeelden van ‘nudging’:

Wijs de weg naar de vuilnisbak

Uit een Deens onderzoek blijkt dat [voetstappenprints](#) die de weg naar de vuilnisbak wijzen, voor bijna de helft minder zwerfvuil op straat zorgen. Gehaaste mensen op drukke plaatsen vinden zo sneller de vuilnisbak.

4. Speel in op een positief groepsgevoel

Mensen beïnvloeden elkaar. Vaak gedragen ze zich op een bepaalde manier om waardering of appreciatie te krijgen van de groep waar ze graag bij horen. Creëer daarom een positief groepsgevoel door te benadrukken dat opruimen leuk en normaal is. Belonen werkt bovendien vaak beter dan bestraffen.

Don't mess with Texas

De staat Texas speelde met een nummer van Willie Nelson in op de fierheid en het groepsgevoel van de Texanen om de snelwegen zwerfvuilvrij te houden. De [campagne](#) zorgde op haar hoogtepunt voor een daling van 70 procent van het zwerfvuil.

Mooimakers

De campagne van Mooimakers speelt hier ook op in: iedereen Mooimaker. Vrijwilligers noemen zich spontaan Mooimaker, gemeenten organiseren Mooimakers-opruimacties en hangen hun beleid op aan de kapstok van Mooimakers. In heel Vlaanderen geven Mooimakers aan dat ze zich inzetten voor een propere omgeving en roepen op om mee te doen aan de hand van affiches, stickers, bordjes, kledij ...

Dumbest way to die

Het [filmpje](#) ‘Dumbest way to die’ ter voorkoming van spoorlopen was een succesvolle Australische campagne tegen spoorlopers. Doordat mensen het gevoel hebben dat ze dom zijn als ze op de sporen komen, daalde het aantal spoorlopers aanzienlijk.

Keep Britain Tidy



Thoughtless dog owners
We're watching you!

9 out of 10 dog owners
clean up after their dog.
Are you the one who doesn't?

Doordat ze zich bekeken voelen, passen mensen zich aan aan het gewenste gedrag. Kijk maar naar de campagne van Keep Britain Tidy.

5. Geef een directe beloning

Gooit iemand iets in de vuilbak, beloon die dan voor zijn goede daad. Dat stimuleert mensen om het gewenste gedrag tot een gewoonte te maken. Mensen die altijd het juiste doen, zien hun positief gedrag bevestigd. Een beloning hoeft niet financieel te zijn, een simpele blijk van waardering of een kleine tegenprestatie is al meer dan genoeg. Een vereniging of buurt belonen werkt bovendien beter dan een individuele prijs.

Als je eerst een positief gebaar maakt, heeft dat overigens sneller een positief effect. Wie iets van een ander krijgt, is immers geneigd iets terug te doen. Wanneer vrijwilligers, organisaties of gemeentes het goede voorbeeld geven, willen ook andere bewoners een steentje bijdragen.

“Papier hier”

In het Nederlandse pretpark De Efteling hebben de vuilnisbakken de vorm van [Holle Bolle Gijs](#) en zijn familieleden. Holle Bolle Gijs roept voorbijgangers “papier hier” toe. Wie afval in de opengesperde mond werpt, wordt vriendelijk bedankt. In de ruime omgeving van de ludieke vuilnisbakken is geen zwerfvuil te bekennen.

Opruimers in Mortsel

In Mortsel werden inwoners tijdens een zwerfvuilactie gespot op het moment dat ze iets correct in de vuilnisbak gooiden of iets rond netheid deden, zoals een bloemenperk schoonhouden. Ze werden aangesproken en beloond voor hun positieve gedrag met een medaille en een aankoopbon.

ProperA

Op de Antwerpse Rooseveltplaats kreeg een vrouw een flashmob als beloning omdat ze een papiertje in de vuilbak gooide. Bekijk hier [het filmpje](#).

Handhavingsweek in Tongeren:

Wie in Tongeren iets in een openbare vuilnisbak gooide, kreeg een bedankje en een gadget. Wie iets op de grond gooide, kreeg eerst een vriendelijke waarschuwing. Preventiemedewerker Annelies Desmet: "Vaak gebeurt het achteloos en moet je mensen vooral wijzen op hun nonchalance."

6. Laat mensen kiezen tussen twee gewenste opties

Zeg niet 'Verboden afval achter te laten', maar laat mensen kiezen tussen het afval in de vuilnisbak gooien of het mee naar huis nemen. Zo krijgen mensen onbewust het gevoel nog steeds een keuze te hebben, maar mogen ze wel een besluit maken tussen twee opties die zwerfvuil tegengaan.

7. Zorg voor een voet-in-de-deur

Mensen handelen onbewust graag consequent. Doe daarom eerst een klein verzoek in de juiste richting en waarmee mensen gemakkelijk instemmen. Zo heb je al een voet in de deur en is het makkelijker om meer te vragen. Beloftes en verplichten werken bovendien het meest effectief.

Stickers op de voordeur

Nederlanders kregen de vraag of ze een schone buurt belangrijk vonden en of ze dit wilden tonen door een kleine sticker op hun voordeur te klevens. Bijna iedereen verleende zijn medewerking. Een groter verzoek kwamen de bewoners tegen bij de afvalcontainers: 'Voor een schone buurt, zet geen afval naast de container'. Omdat deze vraag relateerde aan de sticker, volgden significant meer mensen dit verzoek op.

8. Maak gebruik van een rolmodel

Mensen hebben sympathie voor iemand die aardig, knap of bekend is. Het kan bovendien helpen om opruimen en schoonmaken persoonlijk te maken. Zo voelen mensen zich meer geneigd de buurt net te houden. Ook experts die uitleggen waarom zwerfvuil schadelijk is, dragen bij tot een (onbewuste) gedragsverandering.

Vuilnisbakken met ogen

In 2012 kleefden intercommunale Interza en het lokale bestuur van Zaventem ogen op de gemeentelijke afvalbakken met als doel het misbruik ervan terug te dringen. De vuilnisbakken werden [Binnies](#) gedoopt en in een cartoon werd verteld wat ze graag lusten. Grote ogen en een schattige naam zorgden er niet alleen voor dat voorbijgangers sympathie hadden voor de Binnies, ze voelen zich ook bekeken en zijn dus sneller geneigd hun afval in de juiste vuilnisbak te gooien.

De gedreven afvalcoach van Interza belde daarnaast aan bij de omwonenden. Mensen die problemen hadden bij de selectieve afvalinzameling, konden bij hem leren hoe de sorteeregels correct toe te passen.

Ook BV's zijn Mooimakers

Een aantal bekende Vlamingen leverden hun bijdrage aan de Mooimakers-campagne van 2017 voor de poster-campagne en traden op in een [promotiefilmje](#).

9. Op is op

Een product of dienst is aantrekkelijker als het schaars is. Zo kan je vrijwilligers motiveren een vuilnisbak te adopteren door aan te kondigen dat er door groot succes nog maar een klein aantal afvalbakken ter adoptie zijn. "Het is nu of nooit."

Meer info?

- Ook onze noorderburen hebben op de Kenniswijzer Zwerfval een aantal [tips](#) verzameld om via gedragsbeïnvloeding zwerfval tegen te gaan.
- Op diezelfde website kan je een [stappenplan](#) voor gedragsverandering downloaden.
- Hoe je gedragsmaatregelen kan meten, lees je in het [Standaardprotocol Monitoring](#) van de Nederlandse Kenniswijzer Zwerfafval.