

Aan de slag!



VAN
BEKKIE NAAR
BAKKIE

**De toolkit voor
de aanpak van kauwgom**

VAN BEKKIE NAAR BAKKIE

Wegwijzer

Jaarlijks belandt er veel kauwgom op straat. Dit geeft een onverzorgd straatbeeld en trekt makkelijk ander zwerfafval aan. Als er niks gebeurt, blijft kauwgom 20 tot 25 jaar liggen. Het verwijderen van kauwgom kost veel geld en is arbeidsintensief. Begin 2020 heeft het ministerie van Infrastructuur en Waterstaat een effectieve kauwgomaanpak laten ontwikkelen door Novi Mores. Deze aanpak is getoetst in een pilot in de gemeente Den Haag bij een ROC. Daar zorgde het voor 80% minder kauwgom op de grond. Op basis van de pilot is deze toolkit ontwikkeld. Met behulp van de toolkit kunnen gemeenten makkelijk zelf aan de slag om een succesvolle kauwgomaanpak uit te rollen. Iets om je tanden in te zetten!

De pilot VAN BEKKIE NAAR BAKKIE

Benieuwd naar het volledige rapport van de pilot, kijk dan [hier](#). Iets minder tijd? De essentie leest u in deze [samenvatting](#).

Aan de slag!

Direct aan de slag? Het [stappenplan](#) geeft houvast om op de juiste wijze de gedragsaanpak uit te rollen op uw locatie. Het [observatieformulier](#) helpt u bij het in kaart brengen van van het kauwgomprobleem op uw locatie. Dit maakt het eenvoudiger om de juiste maatregelen toe te passen. Voordat u aan de slag kunt, is het handig een begroting te maken. Het [investeringsoverzicht](#) helpt u daarbij.

De maatregelen

In het [interventiepakket](#) staat een duidelijk overzicht van de maatregelen die horen bij de gedragsinterventie VAN BEKKIE NAAR BAKKIE. Alle materialen die in deze toolkit beschikbaar worden gesteld zijn vrij te gebruiken. Hier vindt u de downloads van:

- De campagneposter >>
- De wrap van de afvalbak, type Citypole (Bammens) >>
- De wrap van de afvalbak, type Supporter van Schoon >>
- De mal voor grondsigning >>

Ervaringen bij ROC en winkelcentrum in Den Haag

Bekijk [hier](#) de foto's van de toepassing in de gemeente Den Haag bij een ROC en winkelcentrum.

Ondersteuning nodig?

Wilt u meer weten over deze aanpak, of heeft u gedragsadvies op maat nodig? Neem contact op met het zwerfafval team van Rijkswaterstaat, via het contactformulier op <https://zwerfafval.rijkswaterstaat.nl>

VAN BEKKIE NAAR BAKKIE

Stappenplan

Toepassen gedragsinterventie van bekkie naar bakkie

Verkenning

Voor aanvang van het project bekijk je welke mensen nodig zijn om de aanpak van kauwgom op de grond succesvol uit te rollen. Welke partijen zijn gekoppeld aan het gebied. Naast de gemeente kan het bijvoorbeeld gaan om winkeliers, een school, OV-partij en een vastgoedbeheerder. Door anderen te betrekken in de aanpak wordt het een gezamenlijke actie. Dit zorgt voor een gedragen aanpak en een uniform straatbeeld. Dit heeft positieve invloed op gedrag.

Stap 1. Observeer de 'probleemlocatie' en doelgroep

Voor een effectieve aanpak is het belangrijk om het probleemgebied goed in kaart te brengen, daarbij kijk je naar de kauwgomoverlast, de omgeving en de doelgroep. Bij deze stap kan het [Observatieformulier](#) kauwgom je helpen.

Kauwgomoverlast

Ga de probleemlocatie(s) bekijken waar veel kauwgom ligt. Hoe groot is het probleem? Door te tellen hoeveel kauwgom er op een vierkante meter ligt, krijg je hier meer inzicht in. Maak daarbij onderscheid tussen kauwgom die er al lang (soms jaren) ligt en verse kauwgom (van de laatste weken). Observeer waar de kauwgom voornamelijk ligt. Centreert het zich bijvoorbeeld rond putten en afvalbakken, ligt het op een looproute of ligt het (ogenschijnlijk) willekeurig verspreid? Bepaal welk gebied tot de kauwgomaanpak gaat behoren. Dit is namelijk belangrijk voor waar je de interventies plaatst.

Omgeving

Kijk ook naar de omgeving en de mate waarin deze van invloed is op de kauwgomoverlast. Staan er (voldoende) afvalbakken? Staan de afvalbakken op de juiste plek (zodat mensen kauwgom makkelijk weg kunnen gooien), vallen ze voldoende op en in welke staat zijn ze (schoon en heel)? Kijk ook naar de staat van andere voorzieningen, zoals bankjes en tot slot naar het gehele straatbeeld (zwerfafval, onkruid, scheve tegels, graffiti, vuiligheid en verlichting).

Doelgroep

Probeer de doelgroep te specificeren in het probleemgebied. Welke mensen verblijven/passeren in het gebied? Gaat het bijvoorbeeld om studenten, winkelend publiek, reizigers, of combinaties. Ga in gesprek met een aantal mensen. In welke mate ervaren zij kauwgomoverlast, wat zien zij als mogelijke oplossing? Ga na of de gedragsinterventie past bij de doelgroep, kunnen zij zich er bijvoorbeeld in herkennen en sluit de communicatie aan bij de belevingswereld van de doelgroep. Ga na waar en hoe je de doelgroep kunt bereiken met een kauwgom/schoon boodschap. Hoe ziet de kauwgom-gerelateerde 'journey' eruit? Dat levert allerlei locaties en momenten (touchpoints) op, waarop je het gedrag kunt beïnvloeden.



Stap 2. Zorg dat de basis op orde is

Voor een goede uitrol van de kauwgomaanpak is het van belang de basis op orde te brengen. Het is essentieel om kauwgom zo goed mogelijk te verwijderen en de straat te reinigen. Zorg dat een schone omgeving de norm is. Ook is het belangrijk dat de afvalbakken op orde zijn. Dit betekent dat ze zichtbaar zijn, er netjes uitzien en op logische plekken staan (bereikbaar zonder van looproute af te wijken). Andere dingen in de omgeving die opvielen tijdens het observeren, met een negatieve invloed op de kauwgomoverlast (bijvoorbeeld niet werkende verlichting), pak je ook aan.

Stap 3. Kies maatregelen uit het interventiepakket 'van bekkie naar bakkie'

Op basis van de observaties uit stap 1 bepaal je welke maatregelen nodig zijn om te zorgen dat mensen kauwgom in de afvalbak gooien in plaats van op de grond. In het algemeen geldt dat een combinatie van maatregelen een sterker effect heeft op gedrag dan één enkele maatregel. Wanneer de gedragsinterventie toegepast wordt bij een schoolomgeving is het zinvol de plaatsing gedurende de vakantie te doen. Bij terugkomst na een periode van afwezigheid staan mensen meer open voor gedragsverandering. In een stadscentrum is een interventie mogelijk niet zichtbaar als het gelijktijdig wordt geïntroduceerd met andere activiteiten (bijv. markt, kermis, ...).

Een paar tips bij het kiezen en plaatsen van de maatregelen:

- De bestickerde afvalbakken zorgen voor een betere zichtbaarheid van de afvalbakken, daarnaast stimuleren de tekst en visueel het gewenste gedrag. Deze bestickering is essentieel voor het verminderen van kauwgom op de grond.
- De grondsigning bereikt precies op het juiste moment de doelgroep. Wanneer ze geneigd zijn kauwgom uit te spugen of op de grond te gooien, dan herinnert de grondsigning hen precies op dat moment aan het gewenste gedrag en de mogelijkheid om dat gedrag uit te voeren. Kijk voor plaatsing van de grondsigning waar voornamelijk kauwgom op de grond belandt. Lag er voor reinigen veel kauwgom bij de put, of rond de afvalbak? Dan wil je op die plekken de grondsigning plaatsen, gericht naar de dichtstbijzijnde afvalbak. Wanneer het juist op een looproute lag, ga je die route voorzien van de grondsigning. Let daarbij op dat het van beide aanloopkanten zichtbaar is en dat het verwijst naar dichtstbijzijnde afvalbak. Gespeeld kan worden met gebruik van tekst en/of pijlen. Indien voor reiniging de kauwgom willekeurig verspreid lag over een groot oppervlak, zorg dan voor een breed verspreide grondsigning, die wel gericht is naar afvalbakken.
- Posters vergroten de aandacht voor de kauwgomaanpak. Het is een maatregel die eenvoudig tijdelijk toegevoegd kan worden voor extra aandacht. Bijvoorbeeld bij de lancering van de kauwgomaanpak. Ook kan het gekoppeld worden aan momenten zoals de start van een schooljaar of heropening van na een renovatie. Dit zijn momenten waarop de doelgroep opnieuw kijkt wat normaal gedrag is.
- Het gebruik van een fotokast, waar de doelgroep op de foto kan in de stijl van de gedragsinterventie, kan versterkend werken op het gedragseffect. Deze maatregel kan gedurende één of meerdere dagen ingezet worden, om commitment met het gewenste gedrag te vergroten. Dit is een maatregel die vrij eenvoudig zo nu en dan herhaald kan worden (bijvoorbeeld bij instroom nieuwe studenten).

Stap 4. Houd vinger aan de pols

Door de kauwgom vervuiling te monitoren, kun je zien wat het effect van je maatregelen is. Idealiter doe je dit zowel vóór als na plaatsing van de maatregelen. Dit is vrij eenvoudig te doen door een aantal plekken te selecteren, waar je met tussenpozen meet hoeveel stuks kauwgom er op een vierkante meter liggen. Bijvoorbeeld door één keer per week een foto te maken van exact hetzelfde punt en te tellen hoeveel kauwgom erbij is gekomen. Zo houd je vinger aan de pols over het gedragseffect van je maatregelen en weet je of aanvullende maatregelen nodig zijn.



VAN BEKKIE NAAR BAKKIE

Interventiepakket VAN BEKKIE NAAR BAKKIE

Het interventiepakket VAN BEKKIE NAAR BAKKIE kan gesplitst worden in een basispakket en aanvullende maatregelen. De basis bestaat uit de campagneposter, bestickerde afvalbakken en grondsigning. Om extra aandacht voor de campagne te vragen kunnen aanvullende maatregelen ingezet worden.

Aanvullende opties

De aanvullende opties die worden beschreven zijn in de pilot toegepast. Hier zijn ook andere maatregelen mogelijk. Daarbij kan gelet worden op dat het bijvoorbeeld leuk is, de doelgroep zich bindt aan de campagne en er een motiverend element in zit.

Onderliggende strategieën:

- **Handelingsperspectief:** Met de slogan: VAN BEKKIE NAAR BAKKIE wordt duidelijk aangegeven wat de bedoeling is. De kauwgom gaat van je mond (bekkie) naar de afvalbak (bakkie).
- **Implementatie intentie:** Met de zin: 'Uitgekauwd? Zoek een bakkie. Thnx.' wordt een zogenoemde implementatie intentie gevormd. Door het koppelen van het gewenste gedrag aan een situatie zorg je ervoor dat het gewenste gedrag automatisch geactiveerd wordt in je hersenen als de situatie zich voordoet. Dus als je bent uitgekauwd (situatie) dan zoek je een afvalbak (gewenst gedrag). Het 'Thnx' versterkt de norm van gewenst gedrag.
- **Normactivatie:** De pictogram op de poster laat duidelijk het gewenste gedrag zien. Kauwgom gooi je in de afvalbak. De poster met alle studenten, met daarop de oproep 'Doe met ons mee. Gooi je kauwgom in 't bakkie', werkt ook normactiverend.
- **Legitimiteit:** De zin 'Gooi kauwgom in de afvalbak. Op straat blijft het 20 jaar liggen.' geeft een (legitieme) reden waarom je kauwgom het beste in de afvalbak kan gooien.
- **Associaties en herkenning:** De opvallend roze kleur geeft een sterke associatie met kauwgom. De koptelefoon op het icoon versterkt de associatie met jongeren. Voor de visualisatie van de afvalbak is gekozen om de afvalbak die daar op locatie staat weer te geven. Dit maakt de poster situatie specifiek en dus herkenbaar.



Basispakket Campagneposter

Download
hier de
bestanden

Deze zijn vrij
te gebruiken.

Wat is het:

Poster, formaat kan afgestemd worden op beschikbare ruimte.

Waar bevestigen:

Bij betrokken gebiedseigenaren/ instellingen (bijv. school, station/halte/ winkeliers)

Wat doet het:

Versterkt de zichtbaarheid van de campagne, herinnert aan en motiveert tot het gewenste gedrag.

Let op:

In de pilot is bewust gekozen voor een weergave van persoon met koptelefoon (voor identificatie jongeren) en dit type afvalbak (voor gebiedsherkenning) .



Download
hier de
bestanden
Deze zijn vrij
te gebruiken.

Basispakket Bestickerde afvalbakken

Wat is het:

Bestickerde afvalbakken. Ontwerp is beschikbaar voor de ronde 'Supporter van Schoon' afvalbak en de Citypole (Bammens)

Waar bevestigen:

Afvalbakken in het probleemgebied voorzien van deze bestickering. Indien nodig afvalbakken (ver)plaatsen.

Wat doet het:

Versterkt de zichtbaarheid van de afvalbakken en versterkt de primende werking van een afvalbak. De pijlen richting opening werken als een nudge (duwtje de goede kant op).

Let op:

Gebruik doorzichtige zakken bij de 'Supporter van Schoon' afvalbakken. Een gekleurde zak bedekt de bovenkant van de sticker, waardoor 'Uitgekauwd?' niet meer zichtbaar is. Deze bakken kunnen eenvoudig geplaatst worden op de juiste plek (bijv. afgestemd op basis van drukte of weertype)



UITGEKAUWD?

VAN
BEKKIE NAAR
BAKKIE

Download
hier de
bestanden

Deze zijn vrij
te gebruiken.

Basispakket Grondsigning

Wat is het:

Grondsigning. Met behulp van een mal wordt met markeringsgrondverf de grondsigning geplaatst.

Waar bevestigen:

Op plekken waar de doelgroep een herinnering nodig heeft aan gewenst gedrag (kauwgom in afvalbak).
Bijvoorbeeld bij putten, rond afvalbakken, op looproutes en rond bankjes.

Wat doet het:

De grondsigning herinnert de doelgroep op het juiste moment aan het gewenste gedrag (prompting en priming).

Let op:

Bij aanbrengen kan gevarieerd worden tussen de volledige signing, alleen de tekst of enkel pijlen. Is de loopstroom één kant op, zorg dan dat het vanuit die kant leesbaar is.

VAN
BEKKIE NAAR
BAKKIE



Doe met ons mee: gooi je kauwgom in 't bakkie!

VAN
BEKKIE NAAR
BAKKIE

Gooi kauwgom in de afvalbak. Op straat blijft het 20 jaar liggen.



Download
hier de
bestanden
Deze zijn vrij
te gebruiken.

Optie Fotokast, fotostrip en fotoposter

Wat is het:

De doelgroep kan op de foto met uitingen van de campagne (props). Ze krijgen direct een geprinte fotostrip mee. Met toestemming kunnen deze foto's verwerkt worden in een extra poster. Het format voor deze fotoposter kun je downloaden. Deze kun je zelf vullen met foto's uit een fotokast.

Waar bevestigen:

De fotokast plaatsen op een centrale plek waar de doelgroep is. De fotoposters bevestigen in het kauwgomgebied.

Wat doet het:

Het zorgt voor extra awareness bij de doelgroep. Op de foto gaan is leuk. Door op de foto te gaan, committeren ze zich aan de kauwgom aanpak, dit versterkt het gewenste gedrag. De fotoposter activeert en versterkt tot slot de sociale norm.

Let op:

Voornameelijk goed toepasbaar in een omgeving waar de doelgroep vaker komt en er sprake is/kan zijn van herkenning. Een fotokast kun je zelf huren. De verhuurder verzorgt de layout van de fotostrip.



SCHOUDERS
ONDER
SCHOON



Ministerie van Infrastructuur
en Waterstaat



Optie Afvalrobot

Wat is het:

Een afvalrobot die rondrijdt bij de doelgroep.

Waar bevestigen:

Inzetten op plek waar de doelgroep is.

Wat doet het:

De opvallendheid zorgt voor extra awareness bij de doelgroep. Het is iets leuks en unieks dat de doelgroep niet dagelijks ziet. Deze robot sprak zinnnetjes die de sociale normen en het gewenste gedrag versterkt.

Let op:

Deze afvalrobot was ontwikkeld voor de gemeente Den Haag en daardoor beschikbaar in de pilot in Den Haag.

VAN
BEKKIE NAAR
BAKKIE



Toepassingen ROC en winkelcentrum in Den Haag



SCHOUDERS
ONDER
SCHOON



Ministerie van Infrastructuur
en Waterstaat

VAN BEKKIE NAAR BAKKIE

Observatieformulier kauwgom

Het observatieformulier helpt u bij het in kaart brengen van het kauwgomprobleem op uw locatie. In het formulier wordt ook gevraagd naar randzaken zoals omgeving en andere vervuiling, omdat dit een negatieve invloed kan hebben op het weggooi gedrag van kauwgom. Wanneer in uw gemeente er in het onderzoeksgebied sprake is van andere vervuiling is het van belang dat eerst weg te halen, voordat een kauwgom aanpak wordt toegepast.

1. Locatie in onderzoeksgebied, bijv. (school)plein, passage of winkelcentrum:

2. Doelgroep(en):

1.

2.

3.

3. Mate van vervuiling kauwgom in een vierkante meter

- 0-5 5-10 10-15 15-20 20-25 >25

4. Is de kauwgom gelijkmatig verdeeld, of ligt het voornamelijk op een bepaalde plek?

- Overall even veel Ligt voornamelijk:

5. Hoe is de verhouding ouwe/nieuwe kauwgom?

- Vooral nieuwe (witte/roze plakaten) Vooral oud (zwarte resten)* 50/50

6. Mate van vervuiling sigarettenpeuken

- Absoluut niet Helemaal wel

* Wanneer dit voornamelijk het geval is, adviseren we om eerst oude kauwgom grondig te verwijderen en dan een maand later nog eens te monitoren. Ligt er dan nauwelijks kauwgom op de grond, dan is een kauwgom interventie niet nodig.



7. Mate van klein zwerfafval (blikjes/ flesjes/snoepverpakkingen etc.) op deze plek

Absoluut niet Helemaal wel

8. Zijn er voldoende afvalvoorzieningen?

Absoluut niet Helemaal wel

9. Staan de afvalvoorzieningen goed geplaatst voor het doelgedrag?

Absoluut niet Helemaal wel

10. Zijn de afvalvoorzieningen goed zichtbaar?

Absoluut niet Helemaal wel

11. Is het een omgeving waar normen worden overschreden (zoals graffiti, vernieling en stelen)?

Absoluut niet Helemaal wel

Indien wel: Welke normen worden overschreden:

12. Mate van basis op orde (is het schoon, heel en veilig)?

Absoluut niet Helemaal wel

Wat moet er op deze plek gebeuren om basis op orde te brengen:

1.

2.

3.

13. Opvallende dingen die negatief/positief het gedrag kunnen beïnvloeden (zoals verloedering, graffiti, troosteloze omgeving, anonimiteit, slechte verlichting etc.).

VAN BEKKIE NAAR BAKKIE

Investeringsoverzicht

In onderstaand overzicht staat een indicatie van de kosten per maatregel (exclusief BTW). Hiermee kan de gemeente globaal het budget bepalen voor de uitrol van de kauwgomaanpak.

Maatregel	Kosten
Verwijderen kauwgom en reinigen grondoppervlak (indicatie per dag). Per dag kan machinaal ongeveer 750 m ² gereinigd worden (bij reguliere oppervlakken zonder obstakels)	€1.250,- tot €1.700,-
Posters (prijvoorbeeld bij 24 stuks A0, 25 stuks A3, 5 stuks A4 – blueback)	€250,- tot €300,-
Wrappen afvalbakken (prijs per bak op locatie)	€275,- tot €350,-
Mal grondsigning (materiaal Polypropyleen) plus markeringsverf voor zo'n 30-40 grondsigns	€80,-
Fotozuil (+ pakket) – inhuur voor een dagdeel	€550,-

In dit overzicht zijn geen kosten opgenomen voor het op maat maken van de interventie voor uw gemeente*. Hierbij kan gedacht worden aan het laten toevoegen van de logo's en aanpassing van het ontwerp voor het betreffende type afvalbak. Ook de kosten voor de robot (€ 400,- per dag) zijn niet opgenomen in dit overzicht. Deze kosten afhankelijk van aanwezigheid/beschikbaarheid van een afvalrobot binnen de gemeente.

* Hier kan uw communicatieafdeling of een extern vormgevingsbureau u bij helpen.



VAN BEKKIE NAAR BAKKIE

Samenvatting Gedragsinterventie: van bekkie naar bakkie

Pilot vermindering van kauwgom op straat door een gedragsinterventie

Deze pilot is uitgevoerd in opdracht van het ministerie van Infrastructuur en Waterstaat (IenW) en in samenwerking met gemeente Den Haag. Naar schatting belandt er in Nederland per jaar 1,5 miljoen kilo kauwgom op straat. Dit geeft een onverzorgd straatbeeld, zorgt voor ergernis en wanneer er niets gedaan wordt blijft het gemiddeld 25 jaar liggen. Het verwijderen kost gemeenten veel geld en is zeer arbeidsintensief. In Leidschenveen is deze pilot opgezet met als doel het verminderen van kauwgom op straat. Op basis van eerdere onderzoeken, ervaringen en inzichten uit de sociale wetenschap is de gedragsinterventie VAN BEKKIE NAAR BAKKIE ontwikkeld. Onderzocht is of de maatregelen van deze interventie zorgen voor minder kauwgom op straat.

Doorloop van het project

Het totale project heeft gelopen van oktober 2019 t/m maart 2020. De verschillende fases met activiteiten staan hieronder weergegeven.



Onderzoeksgebied Leidschenveen

In overleg met gemeente Den Haag heeft het ministerie van IenW gekozen voor een pilotgebied in Leidschenveen. Voor aanvang lag er in het gebied variërend tussen de 20 en 50 stuks kauwgom per m². De locatie heeft verschillende functies: een winkelcentrum, een ov gebied, twee ROC's, een middelbare school en enkele grote bedrijven. Deze diversiteit maakte het lastig voor de opzet van de pilot. Gekozen is om ROC Mondriaan Aspasiaalaan, ROC Mondriaan Henri Faasdreef en het winkelcentrum Leidschenveen te betrekken in de pilot. De looproute van ROC Aspasiaalaan naar het OV-gebied en het winkelcentrum betreft een snoeproute. Dit is een route die studenten voor, tijdens en na schooltijd lopen of fietsen. Op een snoeproute is een winkelcentrum en/of cafetaria aanwezig, waar studenten naar toe gaan.

Op beide ROC's zijn studenten de doelgroep. Bij het winkelcentrum is de doelgroep winkelend publiek. Deze groep heeft een homogeen doel, namelijk winkelen. De diversiteit binnen de doelgroep is hier echter groter dan bij de ROC's, waar het voornamelijk studenten betreft.

Onderzoeksofzet

Gekozen is om twee ROC's in het onderzoek op te nemen. Locatie Henri Faasdreef diende als controlelocatie. Hier zijn gedurende de hele pilot geen interventie maatregelen toegepast. Op de locatie Aspasiaalaan zijn wel de interventie maatregelen toegepast. Hierdoor kon de vergelijking worden gemaakt tussen de ROC's en het effect bepaald worden van de interventie maatregelen. Voor het winkelcentrum was geen goede controlelocatie beschikbaar.

De pilot is gestart met de basis op orde brengen. Kauwgom op de grond is verwijderd en de tegels zijn gereinigd. Dit is bij de twee ROC's, het winkelcentrum en de looproute van en naar OV-gebied en winkelcentrum gedaan. Vervolgens heeft in 3 weken tijd 4 keer een kauwgommeting plaatsgevonden. Er is geteld hoeveel kauwgom er per vierkante meter in het vooraf bepaalde onderzoeksgebied lag. Opnieuw werd bij de meetgebieden kauwgom verwijderd en de tegels schoongemaakt. Op ROC Mondriaan Aspasiaalaan en bij het winkelcentrum werden interventie maatregelen toegepast. Ter optimalisatie zijn enkele afvalbakken dichter op de looproute geplaatst en er zijn 2 extra afvalbakken bij de ingang van het ROC Aspasiaalaan geplaatst. Bij ROC Mondriaan Henri Faasdreef zijn geen maatregelen toegepast. Vervolgens is weer op dezelfde wijze 4 keer het aantal stuks kauwgom in het onderzoeksgebied gemeten. Na afronding van de vierde meting vond een belevingsonderzoek plaats. Studenten van beide ROC's en de winkeliers zijn geïnterviewd.

Gedraginterventie VAN BEKKIE NAAR BAKKIE

Op basis van de inzichten uit de inventarisatie- en richtinggevende fase is de interventie VAN BEKKIE NAAR BAKKIE tot stand gekomen. Bekijk [hier](#) het interventiepakket VAN BEKKIE NAAR BAKKIE.

De belangrijkste psychologische strategieën die terugkomen in de verschillende maatregelen:

- **Handelingsperspectief:** Met de slogan: VAN BEKKIE NAAR BAKKIE wordt duidelijk aangegeven wat de bedoeling is. De kauwgom gaat van je mond (bekkie) naar de afvalbak (bakkie).
- **Implementatie intentie:** Met de zin: 'Uitgekauwd? Zoek een bakkie. Thnx.' wordt een zogenoemde implementatie intentie gevormd. Door het koppelen van het gewenste gedrag aan een situatie zorg je ervoor dat het gewenste gedrag automatisch geactiveerd wordt in je hersenen als de situatie zich voordoet.¹ Dus als je bent uitgekauwd (situatie) dan zoek je een afvalbak (gewenst gedrag). Het 'Thnx' versterkt de norm van gewenst gedrag.
- **Normactivatie:** De picogram op de poster laat duidelijk het gewenste gedrag zien. Kauwgom gooi je in de afvalbak. De poster met alle studenten, met daarop de oproep 'Doe met ons mee. Gooi je kauwgom in 't bakkie', werkt ook normactiverend.
- **Legitimiteit:** De zin 'Gooi kauwgom in de afvalbak. Op straat blijft het 20 jaar liggen.' geeft een (legitieme) reden waarom je kauwgom het beste in de afvalbak kan gooien.
- **Associaties en herkenning:** De opvallend roze kleur geeft een sterke associatie met kauwgom. De koptelefoon op het icoon versterkt de associatie met jongeren. Voor de visualisatie van de afvalbak is gekozen om de afvalbak die daar op locatie staat weer te geven. Dit maakt de poster situatie specifiek en dus herkenbaar.
- **Nudging.** De pijlen aan de zijkant van de afvalbakken richting de opening stimuleren automatisch het goede gedrag. Mensen die er langslopen krijgen als het ware een 'duwtje' in de goede richting om het goed te doen.
- **Prompting.** De grondsingning herinnert op de kauwgomgebruiker op het juiste moment aan het goede gedrag.
- **Commitment-consistentie.** Door op de foto te gaan in de VAN BEKKIE NAAR BAKKIE stijl gaan de studenten impliciet de commitment aan met dat zij ook kauwgom in de afvalbak gooien. Mensen zijn geneigd consistent te handelen naar een commitment. De fotostrip herinnert hen hier aan. Deze strategie werkt alleen voor de mensen die daadwerkelijk op de foto zijn gegaan.

¹ Bij een implementatie intentie wordt een concrete specifieke situatie gekoppeld aan bepaald gedrag. De toepassing in het veld van deze strategie is over het algemeen losser dan in wetenschappelijk onderzoek.

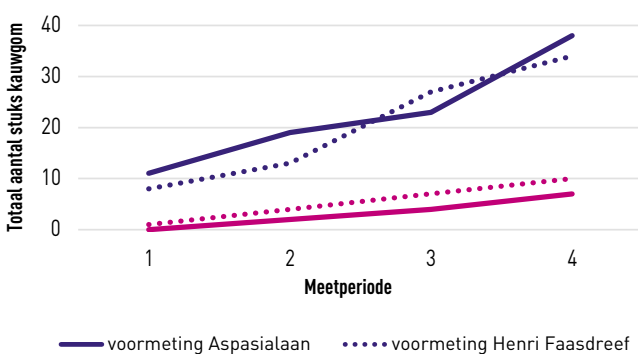
Resultaten en conclusies

In totaal zijn 27 studenten op Henri faasdreef (controlelocatie) geïnterviewd. 85% van deze studenten geeft aan de interventie te (her)kennen.² Zij hebben het ofwel in het winkelcentrum gezien, of op de locatie Aspasiaalaan (interventielocatie). Ze kunnen specifieke details geven van de campagne, waardoor het als controlelocatie niet geschikt is. Het is daarom onwaarschijnlijk om verschillen te vinden tussen de controle locatie en de interventielocatie. Henri Faasdreef kan daardoor gezien worden als een extra interventielocatie. Hierdoor kunnen we niet meer spreken van een quasi experiment, maar een studie met alleen een voor- en nameting. De resultaten moeten dus met enige voorzichtigheid worden geïnterpreteerd. Overigens zien we geen aanwijzing dat externe factoren, zoals weersomstandigheden of aantal leerlingen, van invloed zijn geweest op de resultaten.

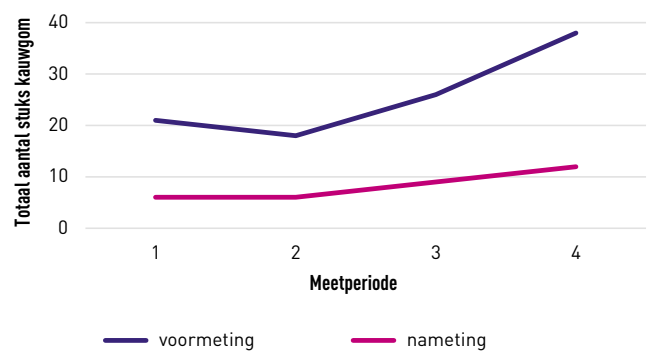
In totaal zijn 35 studenten op Aspasiaalaan geïnterviewd. Alle studenten geven aan de interventie te hebben gezien. Uit het belevingsonderzoek blijkt dat de studenten positief zijn over de gedragsinterventie: ze vinden de slogan leuk, zijn enthousiast over de roze kleur en de opvallendheid. De studenten denken dat deze interventie ervoor zorgt dat studenten minder kauwgom op de grond gooien.

Uit de effectmeting blijkt een significant verschil tussen voor- en nameting in het aantal stuks kauwgom op de grond. Gedurende de nameting ligt er 81% minder kauwgom op de grond bij de ROC's en 68% minder kauwgom bij winkelcentrum. Ook de groei van kauwgom op de grond is gedurende de nameting significant lager bij de ROC's. Bij het winkelcentrum zien we dezelfde trend vanaf meting 2. Dat dit niet vanaf meting 1 zichtbaar is, komt doordat tijdens de voormeting een deel van de kauwgom verwijderd is.³ In grafiek 1 en 2 staan de resultaten van de pilot voor de ROC's en het winkelcentrum.

Grafiek 1: groei kauwgom ROC



Grafiek 2: groei kauwgom winkelcentrum



² Dit percentage is gebaseerd op de interviews met studenten en betreft door het lage aantal geen representatieve steekproef van ROC leerlingen.

³ Dit is gebeurd zonder medeweten van het projectteam.

Op basis van de resultaten van de kauwgommetingen en de bevinding uit het belevingsonderzoek dat bijna iedereen op beide locaties op enigerlei wijze in aanraking is geweest met de campagne, kunnen we concluderen dat de campagne effectief blijkt. De interventie VAN BEKKIE NAAR BAKKIE zorgt dus voor minder kauwgom op straat.

De interventie VAN BEKKIE NAAR BAKKIE zorgt voor minder kauwgom op de grond en per week komt er minder kauwgom bij.

Aanbevelingen

Het inzetten van de gedraginterventie VAN BEKKIE NAAR BAKKIE is effectief in het verminderen van kauwgom op de grond. Omdat dit slechts de resultaten van één pilot zijn, wordt aangeraden de interventie nogmaals op een andere locatie met een vergelijkbare doelgroep te testen. Daarbij is het belangrijk dat de controlelocatie niet interfereert met de interventielocatie. Aangeraden wordt om dan gedurende langere tijd te monitoren hoeveel kauwgom er op de grond belandt. Daardoor ontstaat er meer inzicht in de effectiviteit van deze gedragsinterventie en het verloop van de groei van kauwgom.

Belangrijk bij het opschalen van de gedragsinterventie VAN BEKKIE NAAR BAKKIE is dat eerst de basis op orde gebracht wordt, voordat de interventie maatregelen toegepast worden. Gedragsinterventies werken het meest optimaal wanneer zij worden toegepast in een omgeving waar de basis op orde is. De basis op orde betekent kauwgom verwijderen en de grond reinigen. Kauwgom en vuiligheid trekken zwerfafval aan. Indien er geen afvalvoorzieningen zijn in de directe omgeving, hoort het plaatsen hiervan ook bij de basis op orde brengen.

Bij opschalen van de gedragsinterventie VAN BEKKIE NAAR BAKKIE wordt geadviseerd de interventie maatregelen als één pakket toe te passen. Opvallendheid en herkenning worden namelijk versterkt door de combinatie van elementen (grondsigning, posters en afvalbakken). Voor schoolomgevingen geldt dat een vakantieperiode zeer geschikt is om deze interventie maatregelen te plaatsen, zodat studenten na een vakantie direct starten in een 'vernieuwde' omgeving. Dit helpt bij het doorbreken van gewoontegedrag. Maatregelen zoals de afvalrobot en fotokast kunnen na verloop van tijd weer nieuwe aandacht vestigen op de gedragsinterventie.



VAN
BEKKIE NAAR
BAKKIE

Deze toolkit is ontwikkeld door Novi Mores in opdracht van het ministerie Infrastructuur en Waterstaat.



SCHOUDERS
ONDER
SCHOON

April 2021