

Stappenplan optimalisatie afvalbakken met gedragskennis

Doelgroep: afvalbakkenleveranciers en stadsarchitecten

Auteur: Rijkswaterstaat
Datum: 23 januari 2018

Introductie

Afvalbakken zijn goede ambassadeurs en gedragsbeïnvloeders voor een schone openbare ruimte. Er is al veel bekend over de locaties waar bakken geplaatst worden. Ook bij het ontwerpen van afvalbakken kan kennis van gedrag ingezet worden. Denk hierbij aan aanpassingen aan de afvalvoorziening die de motivatie van mensen vergroten om afval weg te gooien. In dit kennisdocument geven we een overzicht van de verschillende mogelijkheden om gedrag van mensen te beïnvloeden via aanpassingen aan de afvalvoorziening.

Analyse

Belangrijk bij alle situaties waarin je gedrag wilt veranderen is om eerste een goede analyse te maken van de situatie. Wat is precies het probleemgedrag? Wie gooit er afval op de grond en waarom belandt het afval daar? Soms belandt het afval direct op de grond, maar in andere gevallen zijn het misschien dieren die het afval uit de bak halen. Gedragsmaatregelen en gedragsinterventies in de vorm van aanpassingen op of rondom afvalbakken zijn alleen effectief als ze aansluiten bij de doelgroep en de situatie. Een goed praktisch hulpmiddel bij de analyse is het [stappenplan voor gedragsbeïnvloeding](#).

Interventies

Gedrag van mensen kan beïnvloedt worden door in te spelen op:

1. Motivatie: het goede gedrag bewust of onbewust uit willen voeren.
2. Capaciteit: het zelf uit kunnen voeren van het goede gedrag.
3. Gelegenheid: vanuit de omgeving de gelegenheid krijgen om het goede gedrag uit te voeren.

Uit de analyse van de situatie blijkt op welk van deze drie factoren de meeste winst gehaald kan worden. Hieronder geven we per ontbrekende factor effectief bewezen oplossingsrichtingen om afvalbakken effectiever te maken.

1. Motiveren tot gebruik

- **Felle kleuren:** maak voor afvalbakken gebruik van felle kleuren, zodat ze goed opvallen. Gebruik bij voorkeur lichtgroen, lichtblauw en geel. Gebruik liever geen felrood, want deze kleur staat voor gevaar en verbod. Ook de kleur grijs kan beter vermeden worden, want deze valt niet op tussen straatmeubilair en bouwwerken. Felgroene afvalbakken in Rotterdam en Amsterdam zorgen aantoonbaar voor een schonere omgeving en worden, ook op de lange termijn beter gebruikt. Zie voor meer informatie de [rapportage groene afvalbakken in Rotterdam](#).
- **Licht en geluid** kunnen gebruikt worden om een afvalbak beter vindbaar te maken. Door de bak te verlichten is hij in het donker van een grotere afstand zichtbaar. Ook kunnen bewegingssensoren gebruikt worden, zodat de bak oplicht bij benadering.
- **Citroengeur** en glimmende oppervlakken worden onbewust geassocieerd met schoon en kunnen mensen 'primen' tot schoon-gedrag. Dit wordt o.a. toegepast in treinen, toiletten, hallen, pantry's en entrees van flats. Let op: vieze geurtjes worden juist geassocieerd met vuil en leiden tot slechter gebruik van de bak.
- **Groene voetstapjes (nudging)** of geverfde pijlen op de grond in de richting van de bak vergroten onbewust het weggooi gedrag van gebruikers. Maak de voetstappen zo goed mogelijk op ware grootte. Naast verf/coatings kan ook worden gewerkt met schone/gebleekte voetstappen (reverse graffiti).
- **Laat zien dat een voorziening gebruikt wordt**, bijvoorbeeld door een vastgemaakt blikje op de rand, een doorzichtige kolom, een wikkel waarmee een behoorlijke vullingsgraad gesuggereerd wordt. Ook via doorzichtige bakken kun je laten zien dat een voorziening veel gebruikt wordt.



Figuur 1: v.l.n.r. een felgekleurde afvalbak, een afvalbak met ingebouwde sensor, groene voetstappen op de grond (nudging) en laten zien dat een voorziening gebruikt wordt.

1.1. Boodschappen om (onbewust) motivatie te vergroten

Ook boodschappen kunnen gebruikt worden om onbewust het gedrag van mensen te beïnvloeden. Uiteraard moet de boodschappen aanspreken bij de doelgroep en passen bij de situatie die is geanalyseerd. Enkele gedragsinterventies die hiervoor gebruikt kunnen worden zijn:

- **Sociale norm**, bijvoorbeeld: bijna iedereen houdt het hier schoon, meeste mensen, etc.
- **Autoriteit**: bepaalde gezaghebbende mensen die op een poster aangeven dat ze schoon belangrijk vinden of supporter van schoon zijn.
- **Social modeling**: mensen uit de buurt (of daarop lijkend) op een poster die hun afval in een prullenbak doen. Zij zijn een rolmodel voor de doelgroep en geven het goede voorbeeld.
- **Sympathie**, bijvoorbeeld met afbeelding van kinderen die schoon belangrijk vinden
- **Betrokkenheid** van mensen laten zien bij de omgeving. Dit kan in de vorm van adoptie van bakken door burgers, bedrijven of andere organisaties.



Figuur 2: v.l.n.r. voorbeelden van de inzet van de sociale norm, autoriteit, social modeling en betrokkenheid.

1.2. Boodschappen om (bewust) motivatie te vergroten

Boodschappen met motiverende teksten en afbeeldingen kunnen gebruikt worden om de motivatie van mensen om het goede gedrag te vertonen via de bewuste route te vergroten. Hierbij kan o.a. gebruikt gemaakt worden van:

- **Gevoel**: benoem dat het fijner winkelen is in een schoon winkelgebied.
- **Sociale beloning**: een sociale beloning d.m.v. een compliment, een smiley of een bedankje met een duim omhoog.
- **Goede doelen**: benoem dat er bij iedere volle bak een donatie aan een goed doel wordt gedaan. Hiermee speel je in op het principe dat mensen graag het goede doen, vooral als anderen het zien.
- **Emotie**: geef aan dat afval in de bak dieren redt. Bijvoorbeeld vogels met plastic in hun maag of een egel in een McFlurry beker.
- **Handhaven**: benoemen dat je een boete kunt krijgen als je afval op de grond gooit. Dit kun je versterken door de hoogte van de boete en het aantal mensen te benoemen dat onlangs beboet is. Let op: dit werkt alleen als er ook daadwerkelijk gehandhaafd wordt.
- **Doel**: benoem het doel en benoem bij scheidingsbakken dat de inhoud van de afvalbak gerecycled wordt en grondstoffen oplevert. Scheidingsbakken zullen ook meer opvallen

door de grootte en het kleurgebruik voor de verschillende stromen.



Figuur 3: v.l.n.r. voorbeelden van boodschappen die motivatie bewust vergroten d.m.v. gevoel, sociale beloning, handhaven en doel.

1.3. Aantrekkelijkheid vergroten

Aantrekkelijke en schone afvalbakken worden beter gebruikt. Hier kun je in het ontwerp rekening mee houden door bijvoorbeeld:

- **Buitenkant van de bak** vuil-, sticker- en poster werend en goed reinigbaar te maken. Vermijd ook het gebruik van inworptunneltjes, want die worden erg snel vuil en daardoor onaantrekkelijk in gebruik.
- **Fun theory:** maak bakken leuk om te gebruiken door er bijvoorbeeld geluiden bij de inworp van afval ([zie ook het voorbeeld van de diepste afvalbak](#)) of spelelementen (bijvoorbeeld een basketbalkorf) aan toe te voegen. Let op: de fun theory is alleen toepasbaar in gebieden waar steeds wisselend publiek komt, zodat het effect nieuw/verrassend blijft.
- **Stembakken:** via ludieke stembakken kun je je mening geven door bijvoorbeeld antwoord te geven op de vraag wie de beste voetballer is, Ronaldo of Messi.
- **Extra functionaliteiten:** voeg aan een bak goed herkenbare en duidelijk zichtbare extra functionaliteiten toe. Denk hierbij aan extra voorzieningen voor het achterlaten van peuken. Zorg daarbij ook voor herkenbare symbolen op de bak in de vorm van een asbak/rooklogo. De [WiFi bak](#) is een ander voorbeeld waarbij gebruikers na inworp van afval voor een bepaalde tijd gebruik kunnen maken van gratis internet.



Figuur 4: v.l.n.r. voorbeelden van de fun theory, peukenstembak en bak met extra functionaliteiten.

2. Capaciteit

Zorg er voor dat de afvalbak makkelijk te gebruiken is zonder speciale voorkennis, vaardigheden of hulpmiddelen. Voor iedere bezoeker, ook als ze Nederlandse taal niet spreken, moet direct duidelijk zijn waar de bak voor bedoeld is.

3. Gelegenheid

Een afvalbak moet de gelegenheid bieden om gebruikt te worden. Dit klinkt voor de hand liggend, maar is niet altijd het geval. Denk bij gelegenheid aan:

- **Vindbaarheid:** de bak moet makkelijk vindbaar en herkenbaar zijn als afvalbak. Denk hierbij aan een kleur die opvalt in het straatbeeld (bijv. felgroen) of combikleuren bij bakken met afvalscheiding. Bij evenementen of in drukke winkelstraten kunnen bakken beter vindbaar gemaakt worden met een bord, vlag of banner boven de bak.
- **Bereikbaarheid:** de bak moet goed te bereiken zijn en op de juiste hoogte staan. Ook moeten er geen fysieke belemmeringen zijn om bij de bak te komen. Belijning op de grond rondom kan voorkomen dat er fietsers tegenaan parkeren. Daarnaast moet de opening

groot genoeg zijn voor het desbetreffende afval en liefst zonder aanraking (handvat) te openen zijn. Als je met een deksel werkt biedt een voetpedaal eventueel uitkomst.

- **Bruikbaar:** de afvalbak moet op alle momenten goed bruikbaar en beschikbaar zijn. Dit betekent dat de bak voldoende capaciteit heeft, eventueel met perssysteem, afgestemd op de vervuilingssnelheid. Ook moet de bak op tijd geleegd worden, waarbij gebruik gemaakt kan worden van een volmeldingssysteem. Bij piekbelastingen op evenementen kan gebruik gemaakt worden van tijdelijke extra capaciteit in de vorm van mobiele bakken (inclusief zichtbaarheidsverbetering) of zakken.
- **Locatie:** bakken moeten uiteraard op een logische plek staan (zie plaatsingscriteria in de [handreiking optimalisatie afvalbakken](#)) in de buurt van wacht-, zet en overgangspunten en in het zicht van lopende mensen. Ook is het handig om rekening te houden met de consumptie-duur afstand en de opening te plaatsen in de richting van de kant waar de meeste 'consumerende mensen' vandaan komen. Informatie over waar de dichtstbijzijnde bak staat kan hierbij helpen.



Figuur 5: v.l.n.r. voorbeelden van een persbak, extra capaciteit met banners boven de bak voor de vindbaarheid en informatie over waar de dichtstbijzijnde bak staat.

Meer weten?

- Lees de [handreiking optimalisatie afvalbakken](#).
- Lees het [stappenplan voor gedragsbeïnvloeding](#).
- Bekijk de infographic [tips voor effectieve afvalbakken](#).
- Neem contact op met de helpdesk afvalbeheer van Rijkswaterstaat via info@zwerfafval.nl.