

[illegible]

VAN AFVAL NAAR GRONDSTOFFEN INZAMELING

Van afval naar grondstoffen inzameling

**E. Bout
EXMBA 2011-B**

Instituut : Business School Nederland
Website : <http://www.bsn.eu/nl>
Opleiding : Executive MBA
Onderdeel : Dissertation

Student : E.B. Bout
E-mailadres : e.b.bout@amsterdam.nl
Bedrijf : Gemeente Amsterdam
Website : www.amsterdam.nl

Internal examiner : Drs. P. Turken

File naam : Dissertation Esther Bout
Datum : September 2015

Met dank aan

Ellen Canninga

Voor je tijd, je scherpte, je humor, de mooiste discussies (met lekkere lunches) maar bovenal om wie je bent en dit onderzoek zonder jou niet had geweest wat het is geworden

Riny de Jonge

Voor je benijdenswaardige drang naar samenwerking met bewoners hetgeen mij altijd heeft geïnspireerd (en waarvan uit het onderzoek blijkt dat dat meer dan terecht is...)

Voorwoord

Mijn belangstelling voor de wereld van afval is al vroeg begonnen. Toen ik als 23 jarige startte met werken voor de gemeente Amsterdam kreeg ik daar voor het eerst mee te maken. Ik zeg wel eens dat ik het grootste deel van mijn werkzame leven in, om en naast dit speelveld heb gewerkt. Van coördinator bedrijfsafval naar communicatieadviseur op de afvalstoffenheffing naar het aanbesteden van de veiligheidskleding voor de “vuilnismannen” tot uiteindelijk verantwoordelijk zijn voor de afdeling Uitvoering in een van de 7 stadsdelen van de gemeente Amsterdam waar ook de inzameling van afval was onder gebracht. En dan nog alles wat daar tussen zat.

De wereld rond het afval is in de jaren daarna - inmiddels ook al weer 24 jaar later- behoorlijk aan verandering onderhevig geweest. En langzamerhand deed het gescheiden inzamelen ‘om te komen tot hergebruik van grondstoffen’ zijn intrede. Mede gevoed door steeds meer aandacht voor het milieu, een verwacht tekort aan grondstoffen op termijn (de aarde is niet onuitputtelijk) en de film “an inconvenient truth” van Al Gore. Het vraagstuk om uit ons afval zoveel mogelijk materiaal terug te krijgen om opnieuw als grondstof te kunnen gebruiken ligt op ons aller bord. We kunnen niet (meer) om de afvalberg heen.

Als “afval” onderdeel is van je werk, maak je bewust en onbewust puzzels over de wijze waarop je vanuit je eigen verantwoordelijkheid aan dit vraagstuk kan bijdragen. Wat kan ik doen om de wereld een beetje beter te krijgen? Wat moet ik anders doen zodat de bewoners wél hun afval gaan scheiden?

Ik vraag me af waarom ‘wij-gemeente’ het ‘ons-bewoners’ (let op ik ben zelf ook inwoner van de stad Amsterdam) zo moeilijk maken. Want leg dat eens uit: “Als jij wilt dat ik afval ga scheiden, waarom moet ik dan vier kilometer lopen met mijn “waarde” om het gescheiden aan te bieden terwijl ik ook “alles” voor mijn deur in de restafvalcontainer kwijt kan?” En wat is dan het antwoord op de gewetensvraag dat “als ik zélf al als bewoner, die moeite niet wil doen, waarom vraag ik het uit hoofde van mijn functie dan wél aan mijn burens en ben ik óók nog teleurgesteld dat ze het niet doen?”

In mijn visie moest het makkelijker gemaakt worden. In mijn hoofd buitelden de vragen, argumenten en tegenargumenten over elkaar heen: “Draai het eens om: dan loop ik wel (een stukje verder) voor het afval dat jullie niét willen hebben; maar kan ik wel de “waarde” voor de deur kwijt.” Of “waarom zou ik mezelf pesten en niet gewoon alles bij de deur zetten? Maar wat zeg je? Oh, ja...dan heb ik een heleboel containers voor mijn deur en dat wil ik ook niet! Maar wat dan wel?” En, een nog belangrijkere invalshoek: “is wat ik wil, ook wel wat mijn burens willen? En kan dat allemaal...” (tja, dat krijg je als je in dit speelveld werkt) “...wel georganiseerd worden en wat gaat dat dan kosten?”

Al deze vragen waren voor mij puzzels. En het bood aanleiding om onderzocht te worden en op zoek te gaan naar oplossingen. Ik ben ervan overtuigd dat ik een “route” heb gevonden die borg kan staan om een maximaal volume aan recyclables terug te halen. Maar.... een beetje teleurstellend is de weerbarstige praktijk: “Wat maakt het dat er bewoners zijn die niét iets zeggen over hun woonomgeving? Want ze kunnen toch niet tégen een dienstverlening zijn die maximaal inspeelt op gemak en service? Dat wil ik toch ook? Waarom ‘mijn buurman’ dan niet?”

Ik heb veel geleerd. Over hoe je een verandering inzet, waar bewoners wel en niet gevoelig voor zijn, dat we – als gemeente - niet iets moeten beloven wat we niet na kunnen komen, maar bovenal dat de gemeente haar bewoners serieus moet nemen en dat de ze veel van haar inwoners kan leren. Veel signalen en wensen die bewoners hadden ten opzichte van de huidige dienstverlening zijn bij de gemeente immers al jaren bekend. Alleen hebben ‘wij’ als gemeente daar nooit iets mee gedaan. Blijkbaar zijn ‘we’ daar (nog) niet afdoende toe in staat. Of is het de “arrogantie” die ‘wij als overheid’ lijken te tonen, door de dienstverlening (lees inzameling), botweg gezegd, “door de strot te douwen” bij de bewoners en vervolgens gaan klagen dat ‘ze’ (lees de bewoners) daar geen gebruik van maken?

Ik hoop dat de inzichten die ik met dit onderzoek heb verworven, en die ik met dit document deel, veel “leiders” in de afvalwereld zullen inspireren. En dat ik op deze wijze toch een steentje heb bijgedragen aan een aanpak die de wereld een beetje mooier (en schoner) maakt. Ik wens mijn collega’s daarbij veel succes!

Management Samenvatting

Inleiding

Afval raakt ons milieu. Het raakt onze collectieve leefomgeving en het raakt ons als individu. We worden van alle kanten gewaarschuwd en Al Gore heeft de wereld wakker geschud met zijn 'an inconvenient truth'. De impact is groot: als we niks doen, raken we door veel van onze grondstoffen heen, met alle gevolgen van dien. Als we zo door blijven gaan en afval blijven 'uitstoten' zal het onze adem doen stokken. De politiek en overheid heeft notie genomen van die boodschappen en heeft doelstellingen geformuleerd waaronder de reductie van afval, door uit het afval de grondstoffen te filteren en opnieuw te gebruiken. Denk aan het hergebruik van papier, karton, glas, plastic, textiel en onderdelen uit elektrische apparaten. Dat doen we al, maar het moet aanzienlijk meer dan wat er tot nu toe gebeurt. Programma's worden uitgedacht, opgelegd en uitgewisseld.

De resultaten van alle inspanningen op dit vlak zijn niet 'himmelhoch jauchend' te noemen. De economie – en dus het verwerven van meer luxe op korte termijn – wordt nog altijd belangrijker gevonden dan het milieu. Het water staat ons blijkbaar nog niet genoeg aan de lippen.

Afval is vies en absoluut niet sexy. Hoe krijg je elk individu nu zover dat deze anders omgaat met zijn of haar 'afval'? Dat er bij wijze van spreken nog een voorportaal is voordat je het écht weggooit voor de verbranding, zodat we grondstoffen behouden?

De industrie speelt een belangrijke rol: zij staan aan het begin van de levenscyclus van grondstoffen met de fabricage/assemblages van hun producten voor de consumenten. De overheid dicht hen een belangrijke rol toe als het gaat om het duurzaam produceren. Aan de andere kant spelen de consumenten, de huishoudens een belangrijke rol: zij maken gebruik van producten en bieden het – na genot – aan als afval, bewust of onbewust over het feit dat veel van dat afval waardevolle grondstoffen zijn. Hoe krijgen we deze doelgroep zover dat zij die waardevolle grondstoffen herkennen en het als gewoonste zaak van de wereld separaat aanbieden?

Dit laatste staat als vraagstuk in dit onderzoek centraal.

Onderzoeksdoel

Doel van het onderzoek is te achterhalen wat de beste aanpak is, om bewoners van Amsterdam actief te krijgen om ál hun recyclables uit het afval te houden en separaat aan te bieden.

De aanpak van het onderzoek

Allereerst is er een literatuurstudie gedaan. De invalshoeken uit de theorie zijn de sociale gedragswetenschappen, de dienstenmarketing, kwaliteitsmanagement, verandermanagement en communicatie en cultuur. Belangrijke bijdragen uit deze theorieën kwamen onder andere van De Vries, Kotler, Verhage, Cornelissen, Van Woerkum en Hofstede en anderen. De bestudeerde literatuur biedt een theoretisch kader voor een aanpak dat aan de praktische ervaringen in Nederland en buitenland is getoetst. De aanbevelingen die hieruit naar voren zijn gekomen zijn een aanpak om bewoners daadwerkelijk en actief tot recyclen te motiveren.

Vervolgens is de aanpak uitgetest in de praktijk in een wijk in het stadsdeel Zuidoost. Bij dit veld-onderzoek is, al dan niet om moverende redenen, afgeweken van de gedane aanbevelingen. Deze leermomenten worden met adviezen en alternatieven tot slot in dit onderzoeksdocument aangereikt.

Conclusies en aanbevelingen

- In de afvalzak komen extreem veel 'fracties' terecht met een economische waarde. Die economische waarde is op de 'markt' pas interessant als dit in hoge volume wordt aangeboden. Er bestaat voorsnog geen marktwerking tussen individuele ontdoener (lees: bewoner, consument) én recyclebranche (en op hun beurt weer de fabrikanten die de recyclables in hun produkt verwerken). De overheid – als inzamelaar van de recyclables van de bewoners – heeft te maken met een negatieve vraag. De aanpak én de mate van dienstverlening moet zich dan richten op het individu en niet op een collectief.
- De dienstverlening moet erop gericht zijn dat de bewoner waarde hecht aan de fracties zodat deze bereid is tot het gescheiden aanbieden van zijn afval. Deze gedragsverandering moet worden ingeschat door het in beeld brengen van behoeften en motivaties van de bewoner in zijn omgang met het afval binnen- en buitenhuis.

- De aanbieder van de dienst (in dit geval de overheid die afval inzamelt) moet zich vooraf vergewissen van de verwachtingen van de bewoner rondom het inzamelen van de recyclables. Technische oplossingen en stimulerende prikkels dienen bij diezelfde bewoners te worden getoetst aan die verwachtingen (GAP-analyse). Ontbreekt de balans - en komen verwachtingen en geboden oplossingen niet overeen - dan zal de beoogde gedragsverandering niet tot stand komen. Dit betekent óók dat de dienstverlener daadwerkelijk moet nakomen wat zij belooft.
- Veranderen van gedrag kan nooit worden bedacht door de dienstverlener vanachter zijn bureau, ook al zijn de bedoelingen goed, en lijkt men bekend met de doelgroep. Wie het aanbiedgedrag van recyclables door bewoners wil veranderen, zoekt actief de dialoog en samenwerking met de individuele bewoner. Een proces dat in co-creatie verloopt heeft de grootste kans op succes. Dit vraagt een aanpaste toenadering in elke fase van het veranderproces.
- Het doorbreken van vaste gewoonten is moeilijk, maar wel mogelijk. Dit begint bij het 'losweken' van huidige beeldvorming over afval in het gedachtegoed van de bewoner. Het communiceren van risico's (Al Gore-strategie) en 'framing' stimuleert de gedachten en leidt tot contact en actie. In deze flow kan in co-creatie aan oplossingen worden gewerkt.
- Oplossingen die inspelen op service en gemak vergroten de kans op succes. Dat wil zeggen dat bij de keuze van een inzamelsysteem de inzamelfrequentie (vaak) en de loopafstand essentiële succesfactoren zijn om het aanbiedgedrag van recyclables te verhogen.
- Essentieel is het uitvoeren van een gedegen DESTEP (macro) analyse voordat wordt gestart met het inzetten van een verandering. Deze analyse met verschillende factoren heeft als doel om (nog) beter zicht te krijgen op ontwikkelingen die van invloed kunnen zijn op het klantprofiel, én daarmee een rol kunnen spelen bij het achterhalen van het probleem én het bepalen van een strategie. Neem daarin het facet van culturele samenstelling (en de elementen waarop benadering moet worden ingezet) mee

Behalve de set aan aanbevelingen die als aanpak kunnen worden benut om bewoners actief te krijgen om ál hun recyclables uit het afval te houden en separaat aan te bieden wordt de proef op de som genomen met een eigen veldonderzoek. Op veel punten is in dit praktijkonderzoek afgeweken van de gedane aanbevelingen en zijn de gewenste recycle-percentages bij lange na niet gehaald. De leerpunten hieruit zijn zeer waardevol: ze bevestigen niet alleen de in dit onderzoek gedane aanbevelingen, ze geven ruimte tot adviezen voor verbetering.

Executive Summary

Introduction

Waste affects our environment. It affects our shared surroundings and each of us as individuals. Al Gore, whose 'An Inconvenient Truth' shook up the world, is one of many who have tried to warn us of the consequences. The impact will be enormous: if nothing is done and we run out of many of our raw materials we will have to face the consequences. If we continue to 'discharge' waste, it will literally take our breaths away. The federal government and politicians have taken notice and specified targets, which include waste reduction by filtering out the raw materials for re-use. Consider the recycling of paper, cardboard, glass, plastics, textiles and electric appliance components. This is already being done, but we still need to do far more than we are doing at present. Programs have been developed, applied and shared.

The results of all these efforts are not worth shouting about. The economy - and thus the quick acquisition of luxury - is still considered by many to be more important than the environment. Apparently, the situation hasn't touched us personally yet.

Waste is dirty and definitely not sexy. So how do you change the individual's attitude towards his or her own 'waste'? How do you explain that preliminary steps need to be taken before something can be incinerated and its resources preserved?

Industry plays an important role: they create the life cycle of a consumer product from the raw materials to its production / assembly. The government has given them an important role to play when it comes to sustainable production processes. On the other hand, consumers and households play an important role too: they use the product and then offer it as waste when finished with it, whether they consciously or unconsciously realize the amount of valuable resources that waste contains. How do we get this target group to recognize valuable raw materials for recycling and to offer them separately for collection, as if it was a common, everyday occurrence?

The latter is the centrale question posed by this research (paper).

Research Goal

The aim is to determine the most effective approach to motivate the residents of a city (Amsterdam) to segregate recyclables from their other waste products and offer them separately.

Research methodology

The first step was to study literature on the subject; theoretical lines of approach from the behavioral social sciences, and from the fields of marketing of services, quality-control management, and the management of change, of communication and of culture. Important input from these theories came from De Vries, Kotler, Verhage, Cornelissen Van Woerkum and Hofstede, among others. The literature studied provided a theoretical framework for an approach that was tested using actual experiences in the Netherlands and abroad. The resulting recommendations are a methodology for effectively motivating residents to recycle.

The approach was tested in practice in a Southeast district neighborhood. The fieldwork (whether or not for personal reasons) deviated from the recommendations made. These became learning opportunities, that along with recommendations and alternatives, are also included in this research report.

Conclusions and recommendations

- Litterbags contain an extreme number of economically valuable 'fractions'. The economic value only becomes interesting to the 'market' when offered in high volumes. Direct market trade between individual disposers (i.e. resident, consumer) and the recycling industry (and in turn the producers who process recyclables in their products). The government - as collector of the residents' recyclables - has to deal with a negative demand. This means that the approach and level of service should focus on the individual, and not the collective.

- Services must be designed in a way that residents attach value to the 'fractions', and are willing to sort their waste. This change of behavior should be calculated by charting the resident's needs and motivations for handling waste in and outside the home.
- The service provider (in this case the government collects waste) must be sure of the residents' expectations regarding the collection of recyclables beforehand. Technical solutions and stimulating incentives should be evaluated by the same residents based on those expectations (GAP analysis). If there is an imbalance - when expectations and the solutions offered do not match up - the intended behavioral change will not occur. This also means that the service provider has to keep its promises.
- A change in behavior can never be devised from behind a desk, even if the intentions are good, and the target group seems familiar. Those who want to change residents' behavior towards recyclables, need to actively seek dialogue and cooperation with individual residents. A process of collaboration has the greatest chance of success. This requires a modified approach to each stage in the process to change behavior.
- Breaking fixed habits is difficult, but not impossible. It starts by 'shedding' existing perceptions of waste in the mind of the occupant. Communicating risks (Al Gore Strategy) and 'framing' fuel the mind and lead to contact and action. In this mindset, solutions can be discovered in collaboration.
- Solutions that capitalize on service and convenience have an increased chance of success. Which means that when choosing a collection system, the frequency of collection (often) and walking distance are fundamental factors for successfully increasing recycling behavior.
- It is essential to carry out a thorough DESTEP (macro) analysis before putting any plan into action. The aim of this multi-faceted analysis helps gain an (even) better understanding of developments that may affect the customer's profile. The analysis can identify problems and determine strategies. It also contains the aspect of cultural composition (and elements which can be used).

The set of recommendations, which can be treated as a means to get residents to isolate all the recyclables from their waste and offer them separately, was also put to test in field research. Many points in the practical research deviated from the recommendations made, and the desired rates of recycling were not even come close to being attained. The lessons learned here are very valuable: they not only confirm the recommendations made in this study, they offer suggestions for improvement.

Inhoudsopgave

Voorwoord	3
Management Samenvatting	4
Executive Summary	6
Inhoudsopgave	8
Overzicht figuren en tabellen	11
1 Aanleiding.....	12
1.1 Focus op terugwinnen afvalstoffen	12
1.2 Bij laagbouw al eerste successen.....	12
1.3 Probleemstelling	14
2 Plan van aanpak.....	16
2.1 Ons bedrijf: positie bepaling	16
2.2 Doelstelling (wat is klaar als het klaar is?)	16
2.3 Gehanteerde werkwijze en methodieken	17
2.3.1 Gegevens verzamelen.....	17
2.3.2 Gegevens analyseren.....	17
2.3.3. Concepten genereren.....	17
2.3.4 Implementatie en reflectie	17
3 Literatuuronderzoek.....	18
3.1 Inleiding: werkwijze	18
3.2 Markten: vraag en aanbod.....	18
3.3 Basiskenmerken van een dienst	19
3.4 Proces om tot koop te komen	19
3.5 Kwaliteit: verschil tussen verwachting en waarneming	20
3.6 Kwaliteit: meten kwaliteit van de dienstverlening	22
3.7 Verandermanagement.....	24
3.8 Communicatie gericht op gedragsverandering	26
3.9 Cultuur en communicatie	28
4 Bestaand veldonderzoek	32
4.1 Gebruikte Onderzoeksmethodieken.....	32
4.2 Financiële prikkels.....	33

4.3	Relatie inkomen en recyclingpercentage.....	34
4.4	Frequentie van inzameling en volume van inzamelmiddelen	35
4.5	Gemak en service	35
4.6	Participatie en inspraak	36
4.7	Communicatie.....	37
4.8	Cultuur	37
5	Analyse	38
5.1	Analyse.....	38
5.2	Aanbevelingen voor opzet eigen veldonderzoek	40
6	Briefing partners en aanpak veldonderzoek	42
6.1	Briefing partners	42
6.2	De projectorganisatie.....	43
6.3	Het vooronderzoek	44
6.4	Opzet veldonderzoek.....	47
6.4.1	Doelen veldonderzoek.....	47
6.4.2	Projectfasen en aanpak	47
6.4.3	Planning en processtappen	48
6.4.4	Afbakening en voorwaarden	49
6.4.5	Risico's	49
7	Proces en resultaten veldonderzoek.....	50
7.1	Intern verbinding maken: stuurgroep, werkgroep en overige “ambtelijke spelers”	50
7.2	Proces co-creatie.....	52
7.3	0-meting.....	53
7.4	Start nieuwe werkwijze.....	53
7.5	Tussenmeting inclusief enquêteren bewoners proefgebied	54
7.6	Nieuwe interventies aanspreken bewoners proefgebied	54
8	De geleerde lessen	55
8.1	Ambtelijke samenwerking	55
8.2	Samenwerking met bewoners: uitgaan van negatieve vraag	56
8.3	Vooronderzoek/DESTEP analyse.....	57
8.4	Perceived Risk: welke overwegingen zijn van belang in de nieuwe dienstverlening?	57
9	Genereren van alternatieven.....	59
10	Advies voor de organisatie	61
	Literatuurlijst	63

Bijlage 1: Doelgroepen en strategische partners	66
Bijlage 2: Uitnodiging I, Informatiebijeenkomst.....	67
Bijlage 3: Verslag klankbordgroep.....	68
Bijlage 4: Uitnodiging II.....	70
Bijlage 5: Communicatie regieoverleg/ARO (voorbeeld)	71
Bijlage 6: Verslag stuurgroep.....	75
Bijlage 7: Informatiepakket en uitnodiging bewoners	78
Bijlage 8: De 0- en tussenmetingen.....	80
Bijlage 9: Voorbeelden externe communicatie	87

Overzicht figuren en tabellen

Figuur 1: Theorie van de 'Ladder van Lansink'.	18
Figuur 2: Waardepiramide	19
Figuur 3: Verhoudingen afvalscheidingpercentages Amsterdam	19
Figuur 4: Interrelatie diagram	20
Figuur 5: Ons bedrijf:positie bepaling	22
Figuur 6: Triademodel van Poiesz	27
Figuur 7: Relatie-marketing model aangevuld met enkele omgevingsfactoren	27
Figuur 8: 4B model van De Vries jr. & Van Heldsinghen	28
Figuur 9: Servqual model van Zeithaml & Bitner	29
Figuur 10: De verschillende processtappen in het model van Opheij	32
Figuur 11: Kijken naar samenwerking vanuit verschillende hoeken: model Opheij	32
Figuur 12: Communicatiematrix van McGuire: fasen versus voorlichtingsvariabelen	33
Figuur 13: Overzicht bevolking Amsterdam 2012 :CBS	34
Figuur 14: De 5 dimensies van Hofstede	36
Figuur 15: LMR model van Lewis	36
Figuur 16: Scheidingsprofielen naar groepen Amsterdammers, 2012 (percentage)	40
Figuur 17: Overzicht proefgebied Gaasperdam	51
Figuur 18: Overzicht planning en processtappen veldonderzoek	54
Figuur 19: Afbeelding en foto 1: resultaat „hemel en aarde”, ambtelijke strategiesessies	56
Figuur 20: Afbeelding en foto 2: resultaat „Cirkel van Invloed”, ambtelijke strategiesessies	57
Figuur 21: Uitgangssituatie 17% afvalscheiding op papier en glas	59
Figuur 22: Potentieel te scheiden waardevolle fracties uit restafval	59
Figuur 23: Morfologische tabel alternatieven nieuwe werkwijze	66
Figuur 24: Leercurve 1: halverwege opleiding	71
Figuur 25: Leercurve 2: dissertationfase	71

1 Aanleiding

1.1 Focus op terugwinnen afvalstoffen

De focus op terugwinnen van afvalstoffen is voor huishoudelijk afval versterkt door de 'Afvalbrief' van voormalig staatssecretaris Atsma¹, waarin de doelstelling is opgenomen om het recyclingpercentage van huishoudelijk afval te verhogen naar 65%. Deze doelstelling moet ertoe leiden dat de te verbranden volumes huishoudelijk afval verminderen en moet aansluiten bij het verder beperken van de aantasting van ons leefmilieu door hergebruik van onze natuurlijke hulpbronnen. In het rapport 'De Amsterdamse afvalketen: van grijs naar groen' is een ambitie neergelegd voor het scheiden van huishoudelijk restafval van 65% in 2020.



Figuur1: Theorie van de 'Ladder van Lansink'. Dit is een landelijk vastgestelde norm waarbij preventie (van afval) bovenaan staat en het storten van afval onderaan.

Lage kosten en zorgplicht: taken van de overheid

Uit diverse onderzoeken blijkt dat er nog veel waarde (recyclables) in de grijze vuilniszak (rest afval) verdwijnt. Dit betekent dat het gedrag van de bewoners een directe invloed heeft op de begroting van het inzamelbedrijf. Immers voor restafval wordt ongeveer 85 euro per ton betaald terwijl recycleables wel 400 euro per ton kunnen opleveren. Daarnaast heeft de overheid een zorgplicht die verder gaat dan alleen het afval inzamelen tegen zo laag mogelijke kosten voor de burger. De overheid moet er ook voor zorgen dat de kinderen van onze kinderen straks nog kunnen leven op deze aarde en richt zich daarom dus ook op het beperken van een verdere aantasting van het leefmilieu.

1.2 Bij laagbouw al eerste successen

De resultaten van service-gericht-inzamelen in gebieden met laagbouw (stedelijkheidsklasse 4 en 5) zijn veel belovend. Stedelijkheidsklasse is een maat die het CBS hanteert voor de omgevingsadressendichtheid per buurt, wijk of gemeente waarbij stedelijkheidsklasse 1 sterk stedelijk is en stedelijkheidsklasse 5 niet stedelijk is. Onder service-gericht wordt in dit geval verstaan dat in ieder geval de recyclables van deur-tot-deur worden ingezameld. Uit een onderzoek, gedaan in opdracht door SRE (samenwerkingsverband Regio Eindhoven) (P. de Reus 2013), blijkt dat hoog frequent inzamelen, ook voor restafval, tot uitstekende resultaten leiden. Deze bevinding staat haaks op het principe van 'omgekeerd inzamelen' waarbij restafval wordt ontmoedigd door dat óf op afstand te plaatsen óf minder frequent in te zamelen (en de burger hier meer moeite voor moet doen). De aanleiding voor het onderzoek was het succes van het experiment "Soerendonk afvalloos". Dit experiment behaalde een resultaat van 96%! minder restafval.

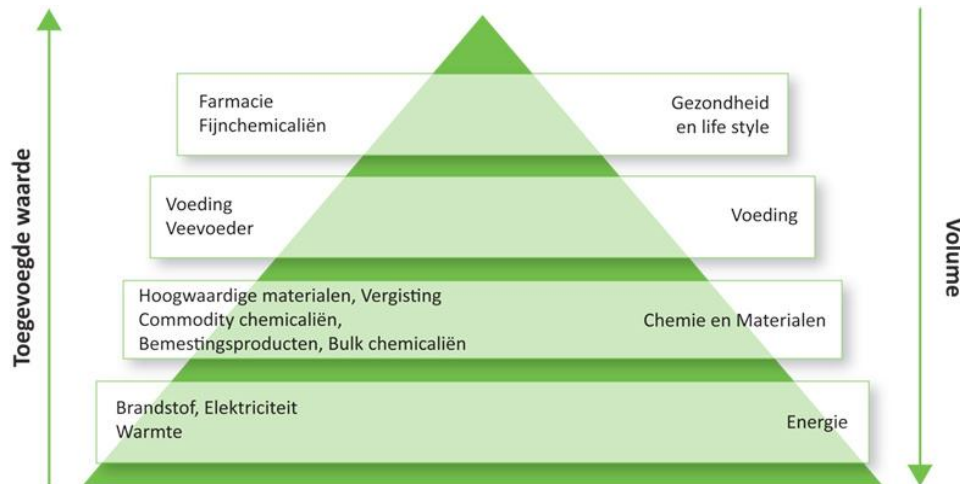
Bij het experiment in Soerendonk moest elk huishouden een deelnamecontract sluiten met de gemeente. De vraag die niet beantwoord is in dit experiment, is wat het verschil maakt. Een deelnamecontract (keuze en commitment), de communicatie over de voordelen van minder restafval en vele herbruikbare materialen, enthousiasme voor een korte periode (aandacht), de logica van de combinatiestromen, de inzamelmiddelen of het gemak van snel afvoeren en kleine opslag in huis?

¹ Atsma was van 14 oktober 2010 tot 5 november 2012 staatssecretaris van Infrastructuur en Milieu in het kabinet-Rutte I

Daarnaast heeft het experiment plaatsgevonden onder 50 huishoudens in een gebied met stedelijkheidsklasse 5. De bevolking (600 huishoudens) kent maar 1 procent niet westerse allochtonen², 80 procent heeft een betaalde baan en maar 5 per 1000 inwoners zitten in de bijstand.

Groente Fruit en Tuinafval (GF en T)

Het huidige restafval bevat grofweg 30 procent GF en 5 procent T³. De economische waarde van GFT is negatief, daarentegen kent GF al wel een positieve marktprijs.



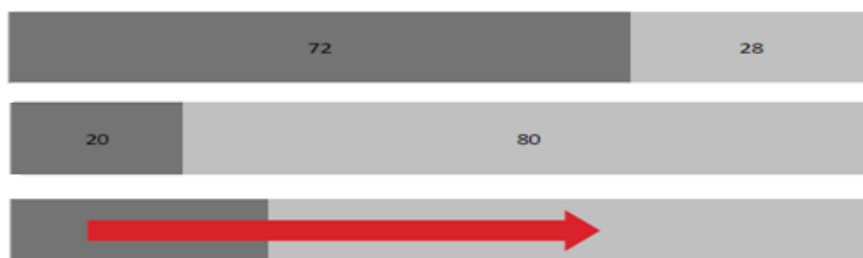
Figuur 2: Waardepiramide

De beste resultaten op het gescheiden inzamelen van GFT worden allemaal gehaald in landelijke gemeenten zonder Diftar. Diftar is het systeem waarbij de burger betaalt voor het gewicht aan (de verschillende soorten) afval dat hij aanbiedt. Gemeenten die met Diftar werken en bewoner die het GFT gratis kunnen aanbieden hebben ook goede resultaten.

Opvallend is dat in de Zweedse stad Vasteras ook een hoog resultaat behaald wordt met het wekelijks GF inzamelen. Het systeem verschilt weinig met de methoden die, zonder succes, zijn beproefd in Nederland. Afwijkend in dit Zweedse concept is dat ieder huishouden een aanbiedingscontract met de gemeente moest sluiten. Men kon kiezen uit een duur contract voor verbranding (als restafval) of zelf composteren en vergisting (goedkoopst). Uiteindelijk koos 9 van de 10 huishoudens voor gescheiden inzamelen en vergisting.

Huidige situatie Amsterdam

Op dit ogenblik zegt 72 % afval scheiden belangrijk te vinden. Echter er wordt maar 20% van het afval gescheiden aangeboden terwijl de wens is te komen tot minimaal 65% afvalscheiding.



Figuur 3: Verhoudingen afvalscheidingpercentages Amsterdam

Al een flink aantal jaren wordt door Amsterdam glas en papier gescheiden ingezameld. De laatste jaren is daar ook kunststof en kleding (textiel) bij gekomen. De voorziening die daarvoor getroffen is:

² 2010: <http://gastel.straatinfo.nl/buurtgegevens/Soerendonk+-+Gemeente+Cranendonck/>

³ Het afdankregime en de marktwaarde van GF wijkt af van T. Composteren en vergisten vormen de laatste 2 treden van de waardepiramide, toepassing als voedsel en farmaceutisch product vormen de hoogste treden.

het plaatsen van containers veelal bij zogenaamde uitrijdpunten van een wijk. Daarnaast rijdt een Chemokar langs “haltes” waar bewoners eens in de zoveel tijd hun klein chemisch afval kunnen aanbieden.

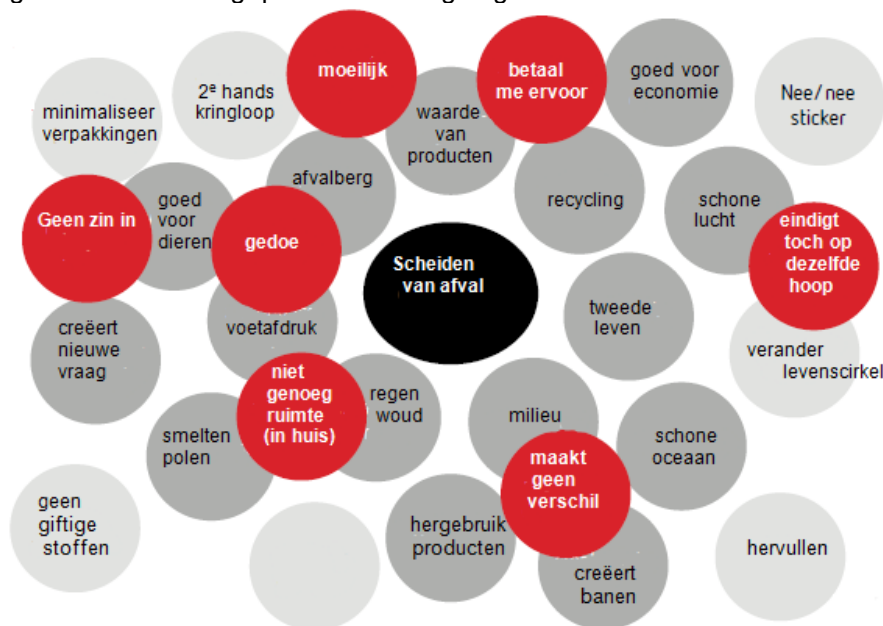
Het restafval (de grijze zak) wordt in delen van de stad verschillend ingezameld. Bij de laagbouw is overwegend gekozen voor verstrekken van minicontainers (240 liter kliko's) aan bewoners. Elk adres heeft zijn eigen inzamelvoorziening die eens in de week wordt ingezameld. In delen van de laagbouw is inmiddels ook een papiercontainer verstrekt die ook huis aan huis wordt ingezameld. Bij het grootste deel van de midden- en hoogbouw wordt het restafval ingezameld middels (ondergrondse) containers. Deze containers staan in de straat met een gemiddelde dichtheid van 1 container per 40 huishoudens. Tot slot wordt er in het stadscentrum tot op heden huis aan huis zakken ingezameld met een frequentie van 2 keer per week. De reden is dat er (politiek gezien) onvoldoende ruimte beschikbaar is om in het stadscentrum tot (ondergrondse) containerinzameling over te gaan. Daarnaast maakt de infrastructuur een dergelijke investering ook erg duur.

Wat we zien in de huidige wijze van inzameling in Amsterdam is dat de bewoners hun restafval dicht bij de deur kwijt kunnen, terwijl zij voor het scheiden van afval veel moeite moeten doen. De vraag is of dit ertoe leidt dat bewoners hun afval niet scheiden? Dat brengt ons bij de probleemstelling.

1.3 Probleemstelling

Welke methode of aanpak is noodzakelijk zodat bewoners recyclebaar materiaal gescheiden aanbieden?

Om de centrale probleemstelling zo specifiek mogelijk te beantwoorden zijn aan de hand van een interrelatiediagram vier deelvraag/-probleemstellingen geformuleerd.



Figuur 4: Interrelatie diagram

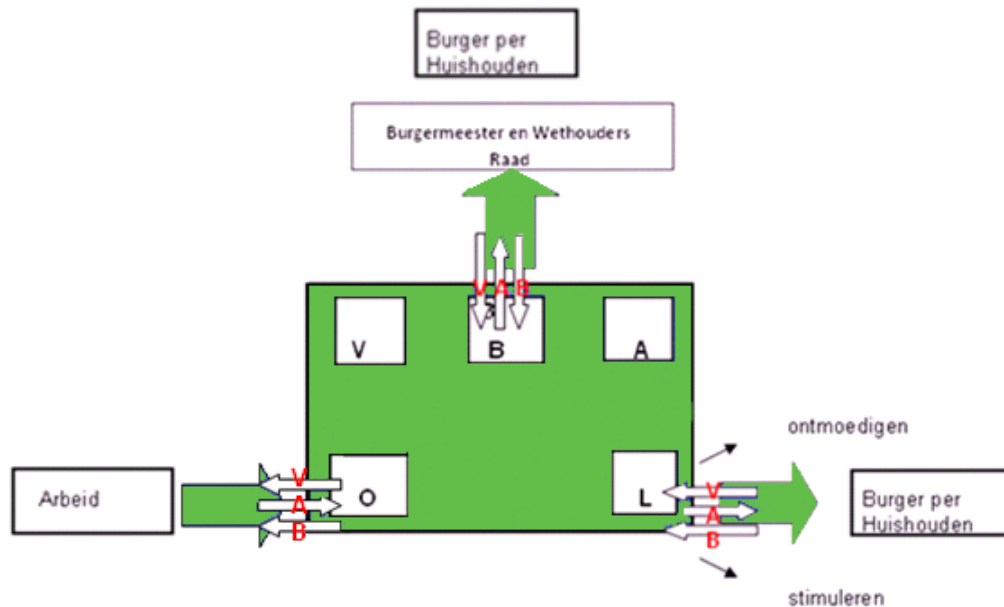
Deelvragen

- Hoe laten wij de bewoner de noodzaak van grondstoffenrecycling inzien, zodanig dat nut en noodzaak om te komen tot afvalscheiding geen vraag meer is?
- Op welke wijze kan het taalkundig probleem in de communicatie worden opgelost, zodanig dat de bewoners snappen wat er van hen wordt verwacht?
- Welke invloed van de burger op de inzamelwijze is wenselijk en nodig, zodanig dat hij de (nieuwe) inzamelwijze accepteert en naleeft?
- Er is al heel wat onderzocht, soms met verschillende uitkomsten; wat zijn de verschillende overeenkomsten? Is er een model te bedenken om de verschillende uitkomsten te vergelijken?
- Daarnaast is er ook het nodige op de kwaliteit van verschillende onderzoeken af te dingen. Aan welke factoren/criteria moet een goed veldonderzoek voldoen. Welke aspecten van burgers en afvalscheiding moet er tenminste zijn meegenomen.

2 Plan van aanpak

2.1 Ons bedrijf: positie bepaling

Positie bepaling



Figuur 5: Ons bedrijf: positie bepaling

Legenda:	V: vraag, A: aanbod, B: bevestigen, O: organiseren, L: levert (aan) = klant
Eigenaar:	Burgemeester en Wethouders, Raad
Rendement	Maatschappelijk rendement
Klant	Burger per huishouden
Product	Het inzamelen van afval voor de burger per huishouden conform de bestuurlijk vastgestelde inzamelwijze
Leverancier	Pantar, Leaseplan
Middel	Arbeid, inzamelvoertuigen, bezems, prikkers, vuilniszakken .enz

2.2 Doelstelling (wat is klaar als het klaar is?)

Het onderbouwd leveren van een concept nieuwe werkwijze voor het Lever-proces: burger per huishouden, voor de activiteit "inzamelen van afval", zodanig dat een scheidingspercentage van 65% wordt gerealiseerd.

Bij het ontwikkelen van deze nieuwe werkwijze worden de volgende fasen doorlopen:

- Doelstelling formuleren
- Gegevens verzamelen
- Gegevens analyseren
- Aanbevelingen voor veldonderzoek
- Concepten genereren
- Implementatie

In deze studie doorloop ik de eerste vijf fasen en sluit ik af met een reflectie en adviezen voor de implementatiefase.

2.3 Gehanteerde werkwijze en methodieken

2.3.1 Gegevens verzamelen

Literatuuronderzoek

- Bronnen verzamelen middels een brainstormsessie en de trefwoorden noteren op post-its.
- Met de gevonden trefwoorden de database raadplegen en de geschikte bronnen opvragen.
- Literatuur lezen en de relevante inzichten noteren op post-its.
- De relevante inzichten clusteren en uitwerken naar thema.

Veldonderzoek

- Voor het veldonderzoek de opbrengsten analyseren van eerder gehouden onderzoeken in de praktijk die zich richten op afvalscheiding.
- De relevante inzichten clusteren en uitwerken naar thema.

2.3.2 Gegevens analyseren

- Inventariseren van alle eisen uit alle resultaten tot nu toe en het huidige beleid, en deze noteren op post-its.
- Op basis hiervan het schrijven van een advies aan de partners, met een opzet voor eigen veldonderzoek

2.3.3. Concepten genereren

- Op basis van alle resultaten tot nu toe per deel van de werkwijze varianten genereren en deze noteren op een morfologische kaart.
- Op de morfologische kaart de deelvarianten combineren tot concepten.
- Weergeven: het gekozen concept waar nodig visualiseren.

2.3.4 Implementatie en reflectie

De dissertation afsluiten met advies voor de implementatie en een reflectie.

3 Literatuuronderzoek

3.1 Inleiding: werkwijze

Voor het literatuuronderzoek zijn de bronnen verzameld middels een brainstormsessie. De verzamelde trefwoorden zijn: *diensten leveren, diensten verkopen, marketing, negatieve vraag, verandermanagement, gedragsverandering, communicatie en cultuurverschillen*.

De eerste set aan bronnen moet ons leren *wat* er bij het verlenen van een dienst komt kijken en het verandermanagement moet ons inzichten brengen in *hoe* we een eventuele verandering bewerkstelligen. Voor de hoe-vraag is een verdiepingsslag gemaakt op gedrag, communicatie en cultuurverschillen. Doel daarvan is aanvullende *inzichten* te verkrijgen die bijdragen aan een *succesvolle verandering of acceptatie van een nieuwe werkwijze*. Hiertoe is literatuur gevonden, gelezen en vervolgens geclusterd en uitgewerkt naar thema. In de verwerking van de literatuur heb ik volstaan met een kort verslag van de inzichten. Daarom heb ik ervoor gekozen in de literatuurvermelding alleen de boeken te benoemen en geen paginanummers.

3.2 Markten: vraag en aanbod

Volgens Verhage (1986) zijn er twee soorten markten waar vraag en aanbod elkaar ontmoeten. De concrete markt (ontmoeting van partijen in plaats en ruil) en de abstracte markt (waar het krachtenveld van vraag en aanbod economisch gezien samen komt) De markt wordt omschreven als mensen/bedrijven met wensen en behoeften die met bepaalde producten of diensten worden bevredigd.

Negatieve vraag

Kotler (1989) spreekt van een negatieve vraag als de klant er niet om heeft gevraagd maar wel moet afnemen. Een invalshoek vanuit dat perspectief is sociale marketing. Deze is erop gericht om sociale gedragsverandering te bewerkstelligen vanuit de commerciële marketing. De strategie is erop gericht dat de doelgroep de voordelen van de negatieve vraag gaat zien, en dat deze opwegen, of eigenlijk zwaarder gaan wegen ten opzichte van de energie die zij erin moeten steken.

In zijn visie is de insteek dat ook bij een negatieve vraag alle elementen uit de commerciële marketing worden nagelopen. Daarnaast wordt er een zwaarder accent gelegd op het belang van participatie. De stelling is: hoe beter de doelgroep wordt betrokken des te groter de kans is dat zij het nieuwe gedrag gaan adopteren. Hij benadrukt de noodzaak om je te verdiepen in de beoogde afnemers en de wijze waarop zij (vanuit gewoontegedrag) het beste verleid kunnen worden om het product/ of levenswijze te adopteren. Kotler heeft het in dit verband ook over het gedrag van mensen, dat moeilijk te veranderen is. Mensen moeten (ongevraagd) oude gewoonten afleren, nieuwe gewoontes aanleren en het nieuwe patroon vasthouden. Kotler geeft voorwaarden mee die daaraan bijdragen. De basis daarvan is dat de "massa" wordt losgelaten en dat meer wordt ingespeeld op het individu. De voorwaarden zijn:

- Snelle adoptie
 - richt je op "marktsegmenten die sterk ontvankelijk zijn voor het sociale product"
 - richt je op vernieuwers en zeer snelle afnemers
 - stem de waarden en attitudes af op de cultuur
 - richt je op eenvoud, communiceerbaarheid, relatief voordeel, compatibiliteit, en deelbaarheid bezit
 - zorg voor een grote toegankelijkheid van het "product"
- Snelle acceleratie
 - hoe groter de sociale interactie tussen de leden van doelgroep des te sneller de acceleratie
 - zorg voor grote confrontatie van niet-afnemers uit de doelgroep door middel van persoonlijke en niet persoonlijke communicatie
 - zorg voor zoveel mogelijk gerespecteerde "leiders" of andere publieke figuren die het promoten
- Stimuleren helpt door
 - productmonsters, korting/ tegoedbonnen, prijzen te geven
 - prijsvragen en loterijen en/of speciale gebeurtenissen (feestjes?) te organiseren
 - continueringsprogramma's (zegeltjesboekjes) te organiseren

Conclusie

Ik stel vast dat het probleem dat ik wil oplossen een marktveld is met een negatieve vraag. Dat betekent concreet dat ik bij een negatieve vraag in verbinding met de individuele afnemer oude gewoonten moet zien te vervangen door nieuwe gewoonten. Bij het maken van deze verbinding zal ik de voorwaarden zoals aangeven door Kotler, als richtlijn meenemen.

3.3 Basiskenmerken van een dienst

De Vries jr. & Van Helsdingen (2009) stellen dat het verkopen van een dienst op een aantal specifieke punten afwijkt van het verkopen van een product. Volgens De Vries & Van Helsdingen (2009) heeft een dienst een aantal basiskenmerken. Deze zijn:

Ontastbaarheid	De ontastbaarheid van een dienst is dat je een dienst wel kunt kopen zonder dat het een fysiek product is. Het gaat dan om de ervaring die je koopt.
Vergankelijkheid	De vergankelijkheid betekent dat in tegenstelling tot een product een dienst niet op voorraad geproduceerd kan worden.
Interactieve consumptie	Een voorbeeld hiervan is wanneer je met het openbaar vervoer reist. Je hebt waarschijnlijk al moeten wachten totdat de bus komt, je moet je kaartje betalen enzovoort. Het gaat dan niet meer om de bus zelf. Die wordt daar hooguit een onderdeel van.
Heterogeniteit	Heterogeniteit geeft aan dat er veel verschillen kunnen optreden bij productie, consumptie en de levering van diensten. Elke keer weer kunnen er verschillen zijn.

De basiskenmerken benadrukken het verschil tussen het verkopen van een product in de winkel waarbij de klant op het zelf bepaalde tijdstip in de zelf bepaalde winkel iets gaat kopen, waarbij er wellicht nog keuze is in de productenrange. Bij het "verkopen" van een dienst spelen meer factoren mee waaronder capaciteitsmanagement en omgevingskeuzes, zoals locaties, en bijvoorbeeld ook de impact van het personeel (klantvriendelijkheid) op de dienst.

8P: de marketingmix

Bij de basiskenmerken van een dienst wordt al een aantal voorbeelden genoemd hoe deze gemanaged kunnen worden. Volgens Lovelock en Wright (1999) doen bedrijven er goed aan om bij de lancering van een product/dienst na te denken over de 4 P's. Deze stonden voor "Prijs, Plaats, Product en Promotie". Later zijn deze aangevuld met Proces en Personeel. In de dienstgerichte marketing zijn daar nog eens 2 P's aan toegevoegd. Fysiek bewijs, (de P van physical evidence) en Productiviteit & Kwaliteit. Het idee is dat met deze aanvulling het belang om je te verdiepen in de wensen van de klant meer tot zijn recht komt. Door de juiste combinatie van de P's te vinden wordt getracht de effectiviteit en bedrijfsresultaten verbeteren.

Conclusie

Om het aanbodgedrag van bewoners te kunnen beïnvloeden moet ik scherp hebben welke behoefte de bewoners hebben. Daarbij moet ik rekening houden met de basiskenmerken van dienstverlening. Bij de dienstverlening moeten we de basiskenmerken (ervaring, beleving en de verschillen die daarbij steeds weer kunnen ontstaan) zoveel mogelijk afstemmen op de behoefte van de bewoner. De marketingmatrix is een instrument om 'die afstemming' in kaart te brengen. De vraag rijst tevens in welke mate onze dienstverlening dynamisch moet zijn en iedere keer (gebied/plaats mens afhankelijk) aangepast/bijgesteld moet worden.

3.4 Proces om tot koop te komen

De Vries et al (1994) stelt dat je in het koopproces met verschillende fasen te maken hebt. Als verkoper van een dienst onderscheidt hij in het "koop" proces van diensten verschillende fasen. Deze drie fases zijn:

- | | |
|---|------------------------|
| • Probleemherkenning | pre consumptie fase 1 |
| • Zoeken naar informatie | pre consumptie fase 1 |
| • Evaluatie alternatieven en beslissing | pre consumptie fase 1 |
| • Feitelijke "koop" | consumptie fase 2 |
| • Evaluatie | post consumptie fase 3 |

De verwachting die de klant opbouwt is volgens de Vries et al (1994) vooral van belang in de pre consumptie fase. Als er teveel haken en ogen aan zitten dan kan de klant onzeker worden en zelfs afhaken. Deze onzekerheid wordt in het Engels ook wel aangeduid met de term “perceived risk”, Het gaat hier om de vermeende waarde: dus wat de ander denkt dat het waard is. In de literatuur worden diverse vormen van perceived risk omschreven zoals:

- financieel (betaal ik niet meer dan ik zou moeten betalen)
- functioneel (levert het op wat het zou moeten opleveren)
- fysiek (veiligheid; kan ik er ziek van worden)
- sociaal (hoor ik dan nog wel bij de “groep”)
- psychologisch (imagoschade)
- levensstijl (past het bij mijn wijze van leven en is het vol te houden?)
- tijd (bij zoeken naar dienst: is dit verspilde tijd of levert het echt wat op)
- milieuzekerheid (brengt het schade aan het milieu toe)

Tot slot stelt De Vries et al (1994) dat het belangrijk is dat helder is wat de dienst/ product inhoudt en dat de gebruiker weet wat hij ervan kan verwachten en wat de voordelen zijn. Daarin wordt onderscheid gemaakt tussen attributen (features) en voordelen (benefits). Bijvoorbeeld het attribuut is klein, het voordeel is: eenvoudig mee te nemen. Belangrijk is dat het verschil tussen de behoeften van de gebruiker en de features en benefits in kaart wordt gebracht zodat de dienst zodanig ontworpen kan worden dat deze aansluit bij de behoeften van de gebruiker. Daarbij moet in het oog gehouden worden dat de “voordelen / behoeften” niet voor iedereen gelijk zijn. Door onderzoek kan gekeken worden waar de meeste overeenkomsten liggen zodat daar specifiek op ingespeeld kan worden.

Conclusie

Ik trek de conclusie dat de perceived risk factoren helpen bij het realiseren van mijn doelstelling. Immers: ik moet een dienst aanbieden waarbij aansluiting is met de waarde die de bewoner eraan toekent om tot ruil over te kunnen gaan. Hoe krijg ik bewoners zover om ander aanbiedgedrag te vertonen? De vraag is welke afwegingen en in welke mate de verschillende factoren bij de bewoners het meest stimulerend zijn en in hoeverre we onze dienstverlening kunnen aanpassen om de bewoners daarin tegemoet te komen.

3.5 Kwaliteit: verschil tussen verwachting en waarneming

De *kwaliteit* van de dienstverlening wordt ook wel omschreven als de mate waarin wordt voldaan aan de *verwachtingen* die de klant heeft een aanzien van die dienstverlening. Kwaliteit wordt zo gedefinieerd als het verschil tussen verwachting en waarneming; wordt de verwachting overtroffen dan levert de organisatie excellente kwaliteit. Garwin (De Vries jr. & Van Heldsingen, 2009) heeft vijf invalshoeken omschreven waaruit kwaliteit benaderd kan worden. Door vooraf goed na te denken over vanuit welke invalshoek kwaliteit benaderd wordt ontstaat minder verwarring. Immers een jurist denkt anders over kwaliteit dan een technicus. De invalshoeken zijn:

1. Transcendent: Over de muziek van Beethoven wordt geroepen dat dat kwaliteit is, maar wat is die kwaliteit dan? Ook al weet je dat het kwaliteit is, je kunt desondanks geen definitie van deze kwaliteit geven.
2. Product: Een eikenhouten tafel is van meer kwaliteit dan een tafel van spaanplaat: De verschillen van kwaliteit worden in deze benadering veroorzaakt door de verschillen in grondstof.
3. Gebruik: Deze benadering is de mate waarin het geheel van eigenschappen en kenmerken van een product, dienst of proces voldoet aan de eisen van de gebruiker.
4. Productie: Als een product aan de vooraf gestelde eisen voldoet. Iedere afwijking is een vermindering van de kwaliteit.
5. Waarde: Kwaliteit in relatie tot de kosten. Als de gebruiker vindt dat de waarde van de dienst of product overeenkomt met de prijs (betaal ik niet teveel?).

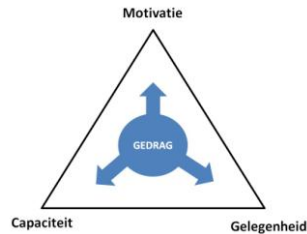
Er zijn verschillende modellen die bijdragen om dit speelveld in kaart te brengen. Drie interessante modellen zijn:

- het Triade model
- het Relatie-marketing model (inclusief trends en omgevingsfactoren)
- 4B-model

Deze worden hierna kort behandeld.

Triade model

In een marktgerichte dienstverlening is het belangrijk dat de consument en de dienstverlener goed weten wat er van hen wordt verwacht in de verschillende rollen die zij spelen (de Vries, 1994). Dat betekent dat een goede afstemming noodzakelijk is. Het model dat hiervoor gebruikt wordt heet de Triade (driehoek) van Poiesz (De Vries jr. & Van Hedsingen, 2009). Naarmate de capaciteit (in staat zijn tot), motivatie en gelegenheid van de drie actoren sterk met elkaar overeenstemmen zou de implementatie beter moeten verlopen (De Vries jr. & Van Hedsingen, 2009).



Figuur 6: Triademodel van Poiesz

De “Triade” ziet er dan als volgt uit.

- consument is in staat, gemotiveerd, in gelegenheid om in dienstverlening te participeren
 - contactpersoneel is in staat, gemotiveerd, in gelegenheid om in dienstverlening te participeren
 - overig personeel is in staat, gemotiveerd, in gelegenheid om in dienstverlening te participeren
- In de Triade zijn deze als een driehoek met elkaar verbonden.

De essentie van het model is dat de door de persoon zelf ingeschatte mate van motivatie, capaciteit en gelegenheid samen bepalend zijn voor het gewenste eindresultaat. En dat wanneer de persoon zelf een andere inschatting kan gaan maken op een van de drie aspecten, dit invloed heeft op de totale uitkomst. Men gebruikt daarvoor een rekenmodel

De Triade heeft veel overeenkomsten met de voorwaarden die De Vries jr & Van Hedsingen (2009) stellen aan een relatie, bij hun onderzoek naar concurrentievoordeel. Deze zijn:

- vertrouwen (ook hoge integriteit) de wil om te rekenen op de partner waarin wordt geloofd.
- interactie uitwisselen van informatie. Dialoog en feedback, mate van openheid.
- loyaliteit verschillende relaties verplicht en geen verplichting versus continu of discontinu levering.

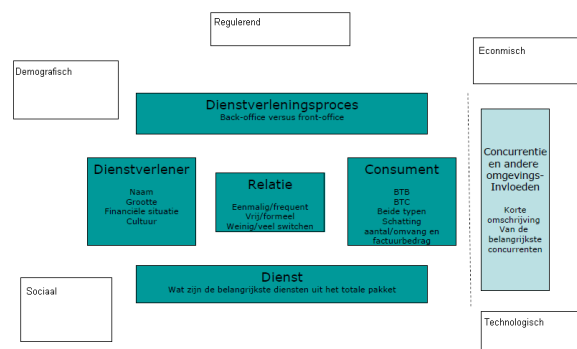
Relatiemarketing-model inclusief trends / omgevingsfactoren

Het relatiemarketingmodel is een aanpak die voortdurend het belang benadrukt dat tussen de organisatie en haar klanten zou moeten bestaan (De Vries jr. & Van Hedsingen 2009).

Een bredere analyse vindt plaats als ook de omgevingsfactoren in kaart worden gebracht die een rol kunnen spelen bij én het achterhalen van het probleem én het bepalen van een strategie.

Deze factoren bevinden zich op macro niveau. Het in beeld brengen van deze factoren wordt ook wel een Macro-analyse genoemd. De factoren die geanalyseerd moeten worden, worden verschillend benoemd. De Vries (1994) hanteert als factoren DRETS: Demografische, Regulerende, Economische, Technologische en Sociale invloeden. Cornelissen (2004) heeft twee factoren toegevoegd. Dit zijn de Politieke en de Ecologische ofwel de milieuaspecten en noemt het daarom een DESTEP analyse.

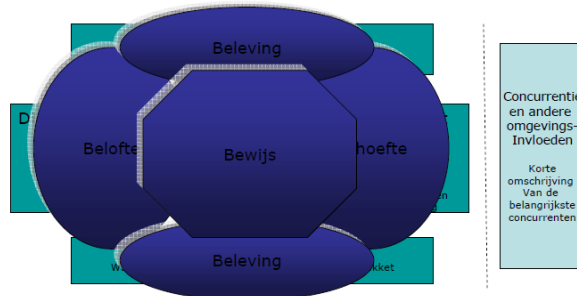
Deze analyse heeft als doel om (nog) beter zicht te krijgen op ontwikkelingen die van invloed kunnen zijn op het klantprofiel.



Figuur 7: Relatie-marketing model aangevuld met enkele omgevingsfactoren in deze de demografische, economische, technologische, sociale en regulerende factoren

4B model

Een ander model dat je bij wijze van spreken over het relatiemarketing model heen gelegd kan worden is het model van de 4B's (De Vries jr. & Van Hedsingen, 2009). Deze staan voor Behoeften, Belofte, Beleving en Bewijs. Het bedrijf (organisatie) doet een belofte dat in het dienstverleningsproces door de dienst waargemaakt moet worden (beleving). De belofte en de beleving zouden moeten inspelen op de behoeften van de klant (consument). Dit model draagt vooral bij aan het bepalen van de strategie.



Figuur 8: 4B model van De Vries jr & Van Hedsingen (2009)

Conclusie

De inzichten over kwaliteit geven een beeld op de vraag wanneer iets waardevol is. De aangeboden modellen helpen om de juiste behoefte van de klant te achterhalen. Als we niet leveren wat we beloven, niet voldoen aan de voorwaarden én de verwachting niet overeenkomt met de waarneming dan is gedragsverandering niet realiseerbaar. Ik vind het 4 B model daar het meeste op aansluiten, inclusief de DESTEP (Marco) analyse.

3.6 Kwaliteit: meten kwaliteit van de dienstverlening

In de vorige paragraaf hebben we het inzicht verworven dat kwaliteit het verschil is tussen verwachting en waarneming en dat we rekening moeten houden met verschillende facetten. Daarmee hebben we nog geen "match" tussen waarneming en verwachting. Om het verschil tussen de verwachting en waarneming in beeld te krijgen zijn verschillende modellen of analyse-instrumenten te gebruiken. Een aantal daarvan zijn

- Het SERVQUAL-model (GAP-analyse)
- Het GAP model (variant)
- Critical Incident Technique
- Potentiele Probleem analyse

De methoden worden hierna kort toegelicht.

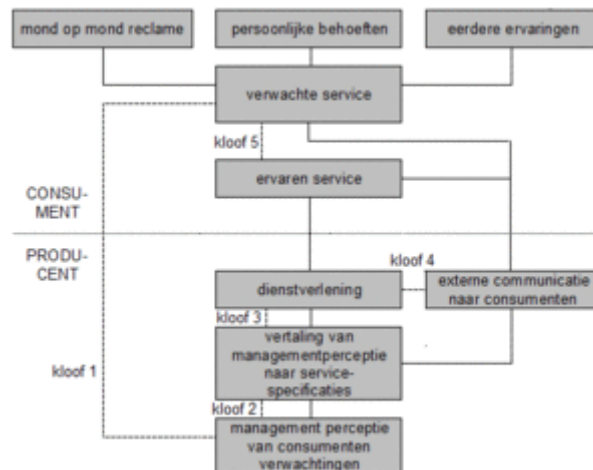
SERVQUAL model (ofwel GAP-analyse)

In het servqual model (afkorting van service en quality; dienstverlening en kwaliteit) dat is ontwikkeld door Zeithaml & Bitner (Lovelock & Wright 1999 en De Vries jr., 1994). staat centraal de dat de kwaliteit van de dienstverlening gedefinieerd kan worden als het verschil tussen de verwachting en de perceptie (klanttevredenheid). Het verschil daartussen is de kloof ofwel de 'Gap' tussen dat wat men verwachtte en wat daadwerkelijk ervaren is. Daarom wordt het ook wel een Gap-analyse wordt genoemd. Vaak wordt het aangegrepen als model om klanttevredenheid te meten. In eerste instantie werd de kwaliteit van de dienstverlening gemeten aan de hand van tien dimensies die later zijn teruggebracht tot vijf. Deze vijf dimensies zijn: betrouwbaarheid, responsiviteit, competentie (vaardigheden nodig voor het verlenen van de dienst), toegankelijkheid, beleefdheid, communicatie, geloofwaardigheid, veiligheid/geborgenheid, begrijpen van de klant en tot slot tastbare zaken (Lovelock & Wright 1999 en De Vries jr., 1994).

Voorbeelden van vragen die op deze vijf dimensies gesteld kunnen worden, zijn:

Betrouwbaarheid	Leveren we de dienst binnen de daarvoor afgesproken tijd? Wordt de dienst in één keer goed geleverd? Hebben we een foutvrije administratie?
Responsiviteit	Is het personeel permanent bereid klanten te helpen? Is het personeel nooit te druk bezig om klanten direct te kunnen helpen? Informeren we onze klanten precies wanneer de dienst wordt geleverd?

Zorgzaamheid	Toont het optreden van het personeel aan dat klanten vertrouwen kunnen hebben? Is het personeel vriendelijk en hoffelijk? Bezit uw personeel de kennis om vragen te beantwoorden? Voelen uw klanten zich tijdens het contact op hun gemak?
Inlevingsvermogen	De mate waarin het personeel de klant persoonlijke aandacht geeft, het personeel de specifieke behoefte van de klant kent en de klant persoonlijke aandacht krijgt.
Tastbaarheden	Voldoet de technische uitrusting aan de modernste eisen?



Figuur 9: Servqual model van Zeithaml & Bitner

In de literatuur (Lovelock & Wright 1999) valt ook te lezen dat op deze methode ook de nodige kritiek is. Deze vijf dimensies gaan niet exact voor elke branche op. Daarom wordt aangeraden dat voordat wordt overgaan tot een meting volgens het Servqual-model er goed gekeken wordt naar deze dimensies en wordt nagegaan in hoeverre de dimensies de lading dekken of dat deze aangepast/aangevuld moeten worden. Op het model is inmiddels één aanpassing doorgevoerd. Bij de verwachting gaat het niet meer over hoe het zou moeten zijn (should-verwachting), maar welke verwachting gewenst is (would-verwachting). Hierdoor wordt een meer reëel beeld geschetst in plaats van dat Utopia wordt nagestreefd. Het scoregebied tussen deze twee verwachtingen (would en should) wordt tegenwoordig de zone van tolerantie genoemd en hoeft dus niet per definitie te leiden tot bijstelling van de kwaliteitsperceptie. Een ander kritiekpunt is dat er weinig empirische bewijzen zijn voor de kloof tussen verwachting en prestaties.

Gap-model

Het Gap model wordt ook gezien als de vervolgschlag die gemaakt kan worden na het uitvoeren van een kwaliteitsmeting. (Lovelock & Wright 1999 en De Vries jr. 1994).

De eerste vier Gap's (kloven ofwel gaten) zitten in de organisatie zelf terwijl de vijfde Gap de uiteindelijke beleving is:

1. beleid is niet op consumenten(verwachtingen) gericht (door bv geen onderzoek te doen en geen informatie in te winnen; we weten het wel)
2. verkeerde vertaalslag kwaliteitsbeleid naar regels door management (geen aandacht voor kwaliteit, ontbreken formeel proces)
3. verkeerde vertaalslag regels naar werkzaamheden door medewerkers (geen teamwork, gaat vooral om personeelbeleid en toerusting)
4. externe communicatie (belofte) sluit niet aan bij dienstverlening (we beloven iets anders dan dat we leveren zowel in- als extern)

Uiteindelijk leidt dit tot de grootste kloof die een kwaliteitsbeleving beschrijft:

5. verschillen tussen de door de consument verwachte dienst en de ervaren dienst

Critical Incident Technique

Een ander model is de Critical Incident Technique. Dit is een methode die werkt met diepte interviews. De klant wordt gevraagd de ervaren dienstverlening te analyseren op die gebeurtenissen en ervaringen die de kwaliteit van de dienstverlening negatief of positief hebben beïnvloed. Alle "critical incidents" die door de klant worden benoemd worden in kaart gebracht en in de volgende categorieën onderverdeeld:

- reactie van het personeel op fouten in het dienstverleningsproces,
- reactie van het personeel op individuele wensen en behoeften van de klant,
- voor de klant onverwachte acties of reacties van het personeel.

Door het kwalitatieve karakter van deze methode zijn de uitkomsten moeilijker kwantificeerbaar en generaliseerbaar. Toch kan het wel bijdragen aan het verkrijgen van inzicht in die aspecten die van doorslaggevend belang zijn voor de kwaliteitsbeleving van de dienst.

PPA: Potentiële Probleem Analyse

Een Potentiële probleem analyse (PPA) is een meting waarbij men zich op voorhand al verdiept in problemen die zouden kunnen voorkomen (Kotler 1989). Tegenwoordig heeft men het dan vaak over een risico analyse. Voorbeelden van vragen die gesteld kunnen worden zijn:

Wat kan er fout gaan? Wat houdt elk probleem precies in? Hoe riskant is ieder probleem? Wat veroorzaakt ieder probleem? Hoe kan de oorzaak van het probleem beheerst worden?

Conclusie

Leveren van kwaliteit is altijd verbonden met de match tussen verwachting en waarneming van de klant. Als je deze niet in balans hebt, en je levert de kwaliteit van je dienst vanuit je eigen perceptie (dit zal de klant wel wensen en goed vinden) zonder kennis over de verwachting en waarneming, dan is eventueel positief veranderd bewonersgedrag een Lucky shot.

Mijn conclusie is dat we continu moeten meten; te beginnen met een 0-meting (want in de huidige praktijk hebben we het niet eerder in kaart gebracht) om de gevraagde aanpassingen in onze dienstverlening helder te krijgen. Een GAP-analyse biedt kennis over de verwachting en waarneming en daarmee ontstaat inzicht in de afstand die deze twee tot elkaar hebben om te worden aangepakt.

3.7 Verandermanagement

De eerste inzichten en aanbevelingen tot nu toe zijn gericht zijn op het in kaart brengen van de bestaande dienstverlening (waar zit het gat tussen verwachting en waarneming) en het ophalen van de wensen van bewoners ten aanzien van een nieuwe dienstverlening (behoeften), (het wat gaan we doen). Voordat we daar uitwerking aan geven behandel ik eerst de vraag wat er nog meer bij komt kijken als we een veranderproces in gang willen zetten (het hoe). Om die reden zijn drie theorieën/modellen onderzocht die gebaseerd zijn op veranderen.

Model van Kotter

De meest voorkomende fouten in veranderingsprocessen zijn volgens Kotter (1996) zelfgenoegzaamheid, het er niet in slagen om een voldoende krachtige leidende coalitie creëren, onderschatting van de kracht van visie, niet heldere of niet haalbare visie, het niet creëren van korte termijn winst, het te snel vieren van de overwinning en/of de verandering niet stevig te verankeren in de bedrijfscultuur. De gevolgen zijn dat de nieuwe strategieën niet goed worden geïmplementeerd, overnames niet de verwachte synergie halen, het veranderen te lang duurt en teveel kost en/of de kwaliteit van programma's niet de verwachte resultaten leveren. Succesvolle veranderingen bevatten acht stappen. Deze zijn:

1. Urgentiebesef vestigen
2. Een leidende coalitie vormen
3. Een visie en strategie ontwikkelen
4. De veranderingsvisie communiceren
5. Een breed draagvlak creëren
6. Korte termijn resultaten realiseren
7. Consolideren en in beweging blijven
8. Nieuwe benaderingen verankeren in de cultuur

Deze stappen – het model van Kotter - kunnen toegepast worden voor alle top -down veranderingsprocessen; het is minder bruikbaar voor bottom-up processen. Het model heeft wel, volgens Nauheimer (2009) een aantal sterke en zwakke punten.

Sterke punten:

- Focus op buy-in, betrokkenheid van medewerkers als de focus voor succes
- Overzichtelijk stappenplan waarin duidelijke richtlijnen gegeven worden voor het proces
- Eenvoudig
- Past goed in organisaties met een cultuur van klassieke hiërarchieën

Zwakke punten:

- De lineariteit van het model. Verkeerde aannames kunnen gemakkelijk worden gemaakt
- Moeilijk om de richting van het proces te veranderen
- Het model is duidelijk top-down. Co-creatie of andere vormen van echte participatie zijn moeilijk te bevatten.

De Caluwé model

Vanuit het perspectief van De Caluwé (2013), moet het denken over verandering conceptueel duidelijk zijn. De belangrijkste redenen zijn:

1. Het maakt de communicatie tussen mensen gemakkelijker. Misverstanden kunnen zich voordoen en doen zich voor wanneer het over verandering gaat. Zo kan de een het zien als een rationeel proces; een ander kan het zien als een machtspeel.
2. Het kan worden gebruikt om dominante paradigma's karakteriseren. Het kan dienen als een diagnostisch hulpmiddel bij het vinden en in kaart brengen van de verschillende actoren in een veranderomgeving.
3. Het geeft situationele informatie waar verschillende benaderingen voor beschikbaar zijn die het best kunnen worden toegepast.
4. Het kan gebruikt worden als een instrument voor reflectie, voor het begrijpen van de resultaten.

De Caluwé onderscheidt vijf verschillende manieren van denken en de daarmee samenhangende verandering. Deze heeft hij in verschillende kleuren getypeerd.

- **Geeldruk** denken. Kernwoorden zijn coalitievorming, het creëren van draagvlak, belangen samenbrengen.
- **Blauwdruk** denken. Het einddoel is het uitgangspunt van de veranderingsoperatie. De uitkomst staat van tevoren vast.
- **Rooddruk** denken. Straf en beloning staan centraal. De mens moet worden verleid om in beweging te komen.
- **Groendruk** denken. Mensen moeten letterlijk het groene licht krijgen om in beweging te komen. Motiveren en kansen bieden voor trainingen zijn methodes waarmee het leervermogen van medewerkers wordt aangesproken en benut.
- **Witdruk** denken. Verandering is een permanent proces waar alleen op gestuurd hoeft te worden. Leidinggevendens nemen blokkades weg en onderhouden een constante dialoog met medewerkers om het beste in hen naar boven te brengen.

Valkuilen

Elke kleur heeft zijn sterke punten en zijn valkuilen. De keuze van de kleur is afhankelijk van vier factoren: de context van de beoogde verandering, de verandering zelf, de persoon die de veranderingen inzet en de personen die we willen meenemen in de verandering. Ondanks dat vaak een combinatie van kleuren aanwezig is, is meestal één kleur dominant. In de verschillende fasen van een veranderingsproces zijn verschillende kleuren dominant. Bijvoorbeeld: geel denken aan het begin (creëren van draagvlak en betrokkenheid) en wit denken in de fase van het brainstorm proces. Een sterke kleur in een organisatie die dominant is, is ongewenst. De organisatie zou een mix moeten zijn van de verschillende kwaliteiten van alle kleuren. Omdat de kleuren tegenstrijdige principes erop nahouden moet de organisatie daar wel goed mee omgaan.

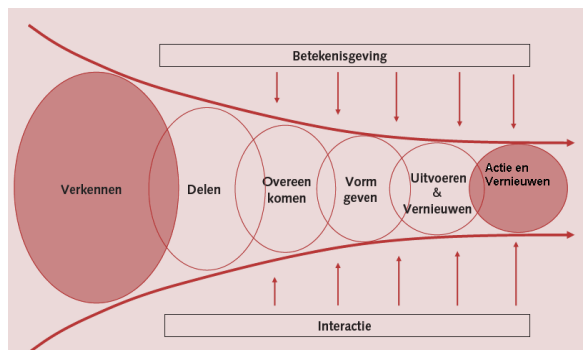
Afhankelijk van de gewenste verandering kan de juiste kleurenstrategie ingezet worden. Ook is het slim dat de veranderaar matcht qua kleur met de veranderstrategie. Dat wil niet zeggen dat daarmee andere kleuren er niet toe doen. Je moet je er vooral bewust van zijn en ze op de juiste manier weten in te zetten.

Samenwerken in allianties en netwerken

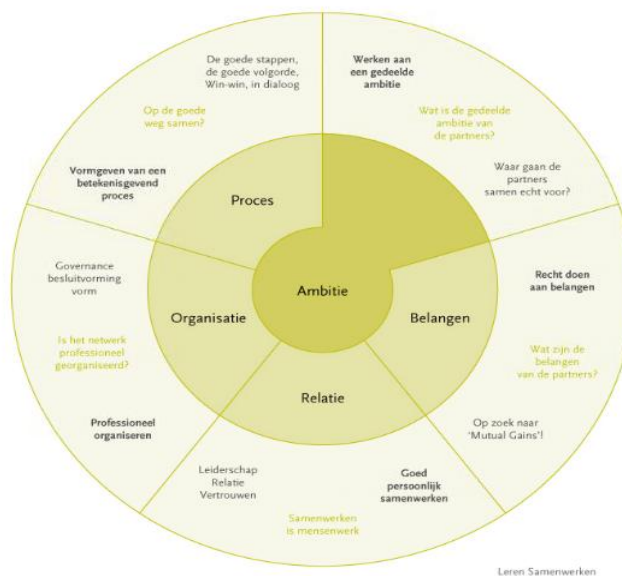
Dit model is gemaakt door Opheij en Kaats (2013). Het is minder theoretisch dan Kotter en De Caluwé. Het legt uit hoe co-creatie werkt met partners op verschillende gebieden. De kern van dit model is het werken aan gedeelde ambities. Het delen kan tussen verschillende afdelingen in een grote organisatie, of tussen verschillende (markt) partijen. Om gedeelde ambities te kunnen ontwikkelen, moeten de motieven voor samenwerking duidelijk zijn. De belangrijkste motieven zijn:

- marktontwikkeling (bijvoorbeeld toegang tot nieuwe markten verkrijgen)
- kostenvoordelen (bv efficiënter en gerationaliseerd productie)
- kennisontwikkeling (bijv. leren van partner vaardigheden en kennis)
- externe druk (bijvoorbeeld wettelijke verplichtingen)

De eerste drie stappen staan geheel in het teken van verkennen en betrokkenheid. De laatste drie stappen gaan over het creëren van een oplossing en het samen werken aan de verandering. Vanuit dat perspectief heeft het model wat overeenkomsten met het model van Kotter. Het verschil is dat dit model ook de verschillende kansen en risico's beschrijft.



Figuur 10: De verschillende processtappen in het model van Opheij



Figuur 11: Kijken naar samenwerking vanuit verschillende hoeken; model Opheij

Conclusie

Als je iets wilt veranderen in bewonersgedrag of in de dienstverlening dan is de theorie van verandermanagement cruciaal. Ik stel vast dat er vele theorieën zijn over de wijze waarop veranderingen te realiseren zijn. Wat me daarbij het meest aanspreekt is de theorie van Opheij omdat dat model het meest gericht is op samenwerking. Bij het realiseren van veranderingen zal ik de ideeën van De Caluwé gebruiken en in dialoog gaan met de doelgroep en gericht op samenwerken.

3.8 Communicatie gericht op gedragsverandering

Bij de behandeling van een negatieve vraag (paragraaf 3.1) geeft Kotler al aan dat gedrag moeilijk te veranderen is en geeft hij zijn inzichten ten aanzien van communicatie die bijdragen aan gedragsverandering. Ook bij de behandeling van de verandermodellen (paragraaf 3.7) heeft communicatie een grote rol om de verandering te bewerkstelligen. Om die reden is verdieping gezocht op het instrument communicatie waarbij vooral gekeken is naar relatie communicatie versus gedragsverandering.

Gepland en ongepland gedrag

Een belangrijk ervaringsfeit is dat burgers zich vaak anders uiten dan dat in hun feitelijk gedrag tot uitdrukking komt. Uit onderzoek (Pol, Swankhuisen, & Fennis, 2002) blijkt dat naar schatting slechts 5% gepland gedrag is en 95% automatisch gedrag is. Gepland gedrag is gedrag waar we over nadenken. Er wordt daarom steeds meer onderzoek gedaan naar ongepland gedrag. Volgens Franzen (Pol, Swankhuisen, & Fennis, 2002) is bij al onze gedragingen het bewustzijn volgend. In die visie wordt achteraf beredeneerd waarom we iets deden. Uit experimenteel onderzoek blijkt ook de evolutie een sterk argument voor deze zienswijze te bevatten. Het bewustzijn zit in het jongste deel van de hersenen. Echter, reflectie achteraf op vertoond gedrag kan wel van invloed zijn op toekomstig gedrag. Gedrag valt te beïnvloeden en communicatie speelt daarin een rol. Soms leidend, soms ondersteunend. Vaststellen welke invloed de sociale omgeving (die de sociale norm stelt) heeft is belangrijk. Als de omgeving dominant is dan werkt beïnvloeding van het gedrag onvoldoende. Inzet is dan de veranderinspanning op de omgeving te richten. Daarnaast blijkt uit nationaal en internationaal empirisch sociaal wetenschappelijk onderzoek dat de inzet van massamediale middelen niet werkt. Vormen van persoonlijke communicatie (zoals de persoonlijke brief, de dialoog en de sociale netwerkbenadering) zijn daartoe wel in staat. Massamediale middelen zijn wel van nut bij het bestendigen van eenmaal gevestigde attitudes en gedrag.

De communicatie om gedrag te beïnvloeden is in feite persuasief; de ander willen overtuigen. Miller, 1980 (Woerkum & Meegeren, 1999) zegt daarover het volgende.

Persuasieve communicatie wordt gedefinieerd als “elke boodschap die erop gericht is de respons van een ander of andere personen te vormen, te bekrachtigen of te veranderen”. Miller onderscheidt daarin drie processen van persuasieve communicatie.

- *Processen van responsbevordering:*
gericht op het uitlokken van een nieuwe respons (het onder de aandacht brengen en daar bewustwording over te verkrijgen),
- *Processen van responsbekrachtiging:*
bijvoorbeeld communiceren over hoeveel burgers hun afval scheiden en dat we op de goede weg zijn. Vaak is deze feedback bedoeld ter stimulans: ga zo door.
- *Processen van responsverandering:*
gericht op de verandering van een bestaande ongewenste respons naar een nieuwe, gewenste respons.

Communicatiematrix van McGuire

Een belangrijk model in persuasieve communicatie is de communicatiematrix van McGuire; 1985 (Woerkum & Meegeren, 1999). Verticaal in de matrix staan de drie fasen van gedragsverandering beschreven. Deze fasen zijn gerelateerd aan de vier horizontaal weergegeven voorlichtingsvariabelen. Het effect van de persuasieve communicatie wordt bepaald door variaties van de kenmerken van de bron, het bericht, het kanaal en de ontvanger. Volgens McGuire moet elk van de drie fasen doorlopen worden wil communicatie tot een stabiele gedragsverandering leiden. Het belang van deze matrix is dat deze aangeeft waarmee je met het opzetten en uitvoeren van een communicatiestrategie rekening moet houden.

	Bericht	Ontvanger	Bron	Kanaal
Communicatie blootstelling aandacht / begrip				
Gedragsverandering Attitude sociale invloed gedragscontrole				
Gedragsbehoud				

Figuur 12: Communicatiematrix van McGuire fasen versus voorlichtingsvariabelen

Vormgeving van de boodschap

Vervolgens moet er aandacht zijn voor de manier waarop de boodschap wordt vormgegeven. En is het de vraag of de nadruk moet liggen op het wijzen op goed gedrag danwel op de consequenties van het ongewenst gedrag.

“Framing”: heeft te maken met de manier waarop de boodschap wordt vorm gegeven. Hetzelfde argument kan in termen van winst (reorganisatie omdat we dan meer winst maken) of in termen van verlies (reorganisatie omdat we anders failliet gaan). Meestal wordt gekozen om de boodschap positief te brengen. Echter in tegenstelling tot wat veel communicatie-adviseurs zeggen is verlies framing effectiever dan winst framing. Deze strategie heeft Al Gore succesvol gebezigd in zijn betoog ‘an inconvenient truth’ die wereldwijd is ingeslagen als een bom. De reden om dit juist niet te doen maar uit te gaan van positieve boodschappen is door de psychologen Tversky en Kahneman achterhaald. De mensen zouden verlies vervelender vinden dan dat ze de winst prettiger vinden: ofwel “Losses loom larger than gains”. Om die reden maakt een in verliestermen geformuleerde boodschap meestal meer indruk dan een boodschap waar een winstperspectief wordt geschetst. (Pol, Swankhuisen, & Fennis, 2002). In elk geval dient gesteld te worden dat de communicatiefase als geslaagd kan worden beschouwd als een boodschap de doelgroep heeft bereikt en de boodschap is opgemerkt en begrepen. De veranderingsfase gaat over de vraag of de doelgroep vervolgens iets met de boodschap doet. Wil er verandering optreden dan zal er iets moeten gebeuren aan de manier waarop de doelgroep over de voor- en nadelen van het gedrag denkt. (attitudeverandering). Ook hier wordt gesteld dat attitudeverandering kan optreden door te wijzen op de voordelen van het goede gedrag en de nadelen van het ongewenste gedrag. Oftewel door overwegingen (cognities) aan te reiken die dissonant zijn met het oude gedrag en consonant zijn met het “nieuwe” gedrag. (Woerkum & Meegeren, 1999) Ook blijkt uit onderzoek dat als burgers zich bekeken voelen, of zich meer van zichzelf bewust zijn (gedrag is anders als er een spiegel of camera in de kamer staat) zij meer sociaal wenselijk gedrag vertonen. Negatieve, bedreigende informatie wordt sneller opgepikt dan positieve. We hebben automatisch de neiging om anderen na te doen (Pol, Swankhuisen, & Fennis, 2002).

Conclusie

Meer dan 90% van ons gedrag is automatisch gedrag en dat doorbreek je niet zomaar. Als ik het bewonersgedrag wil aanpassen dan is aandacht voor de persuasieve communicatie van belang. Interessant is dat communicatie is ingericht (geframed) op basis van dissonantie met het oude gedrag en consonant met het nieuwe gedrag. Effectief is het benoemen van de risico's (een Al Gore strategie). De huidige Amsterdamse politicus is (nog) niet overtuigd van deze communicatievorm en communiceert liever positieve boodschappen. Dientengevolge stel ik vast dat de politiek het belang van het veranderen van bewonersgedrag ondergeschikt acht aan het politieke belang van het stadsdeel. Daarnaast is mijn conclusie dat de meest effectieve communicatie een persoonlijke communicatie is, zeker als het doel is het inzetten van gedragsverandering. Op het moment dat er sprake is van het vasthouden van bewonersgedrag kan de slag gemaakt worden naar meer collectieve communicatie.

3.9 Cultuur en communicatie

Volgens De Jong (1998) is voorlichting gericht op cultuur nog lang niet gemeengoed en dat terwijl 2,8 miljoen mensen in Nederland een ouder van buitenlandse afkomst heeft (De Jong, 1998). Daarvan is 6% (ongeveer 900.000 mensen) afkomstig uit een van de vier grote etnische groepen: Turken, Marokkanen, Surinamers en Antillianen. Maar liefst 45% van deze mensen woont in de vier grote steden van ons land (uit: Etnomarketing: Wat u over etnomarketing moet weten). Voor de komende jaren is de verwachting dat onze samenleving nog meer multicultureel zal worden. Amsterdam is sterk multicultureel (zie tabel hieronder):

Overzicht bevolking Amsterdam 2012 CBS						
Autochtoon	Niet westerse allochtoon	Westerse allochtoon	Marokko	Antillen	Suriname	Turkije
390.731	276.441	122.938	71.501	11.191	66.858	41.527

Figuur 13: Overzicht bevolking Amsterdam 2012 :CBS

Bij de benadering van elke doelgroep is de aanbeveling om aandacht te schenken aan de volgende aspecten (De Jong, 1988)

Taal & Taalgebruik

Bepaal bij het taalgebruik eerst of gebruik wordt gemaakt van het Nederlands, de taal van de doelgroep of een combinatie. Deze keuze hangt af van het onderwerp, de mate waarin kennis aanwezig is over het onderwerp, taalbeheersing en de doelgroep waarvoor de informatie bedoeld is. Voor Turken en Marokkanen van de eerste generatie, immigranten die in de jaren zestig in Nederland zijn komen wonen, wordt het gebruik van de eigen taal aanbevolen. Voor hun kinderen en kleinkinderen (de zogenoemde tweede en derde generatie) is dit overbodig. Let bij het taalgebruik op de tekst en of er gebruik wordt gemaakt van humor of van spreekwoorden. Beide kunnen in een andere cultuur anders geïnterpreteerd worden. Probeer de tekst zo persoonlijk mogelijk te maken. Dit sluit aan op de beleving en de persoonsgerichte culturen van allochtonen. Uiteraard rekening houdend met de boodschap en de duidelijkheid van de tekst.

Gebruik van beeldmateriaal

Zorg bij foto's voor een niet-stereotype beeldgebruik. Zorg dat donker getinte modellen goed worden uitgelicht en zorg voor een voldoende contrasterende achtergrond. Tekeningen met abstracte vormen (bijvoorbeeld een kubus, een driehoek, of een rechthoek) legt u het best eerst aan de doelgroep voor om te kijken of zij in de tekening hetzelfde 'zien' als autochtonen. Sommige beelden zijn niet voor elke cultuur geschikt. Afbeeldingen van kaarsen doen het in de Afrikaanse en in de Antilliaanse cultuur slecht. En een foto van een spaarvarken werkt bij een moslim bijvoorbeeld averechts.

Gebruik van kleur

Ook kleuren zijn sfeerbepalend bij communicatiematerialen. Verschillende kleuren hebben in verschillende culturen een verschillende betekenis. In Marokko is wit bijvoorbeeld een rouwkleur, Antillianen associëren geel met geluk. In het algemeen vinden veel jonge allochtonen de kleur blauw saai. Houd in gedachten wie de doelgroep is en welke kleuren per cultuur welke betekenis hebben. Folders met veel kleuren door elkaar spreken de meeste allochtonen juist aan. Veel Nederlanders vinden een dergelijke folder al snel te druk.

Gebruik van mediakanalen & distributiemogelijkheden

Er zijn veel verschillende allochtone mediakanalen. Vrijwel alle allochtone groepen hebben eigen programma's op radio en televisie en eigen kranten en tijdschriften. Let op het soort folder, de doelgroep waarvoor het bedoeld is en de steden waarin de verspreiding plaats moet vinden. Kies specifieke locaties uit die door allochtonen bezocht worden en waar materialen verspreid kunnen worden zoals moskeeën, koffiehuisen, e.d.

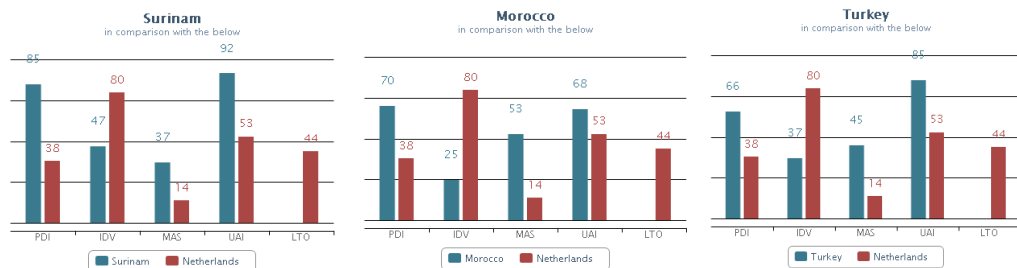
Dit vraagt dan ook om de rekening te houden met de verschillen. Modellen die de verschillen in culturen in beeld brengen zijn onder andere:

De 5 dimensies van Hofstede

Geert Hofstede (G. Hofstede, 2005) maakt in zijn model gebruik van vijf verschillende culturele dimensies. Landen krijgen een score per dimensie, waardoor ze met elkaar vergeleken kunnen worden. De dimensies zijn:

- **Identiteit:** Kleine machtsafstand versus grote machtsafstand: de mate waarin de minder machtige leden van instituties of organisaties in een land verwachten en accepteren dat de macht ongelijk verdeeld is.
- **Hiërarchie:** Individualistisch versus collectivistisch
een collectivistisch samenleving is sterk gericht op het belang van de groep. Persoonlijke individuele belangen spelen een minder grotere rol dan die van de groep. In een individualistische samenleving wordt verwacht dat mensen voor zichzelf zorgen. Het individu staat centraal.
- **Sekse:** masculien / feminien
geeft aan in hoeverre waarde wordt gehecht aan vrouwelijke en mannelijke kwaliteiten. Mannelijke waarden zijn competitief en prestatiegericht e.d. terwijl vrouwelijke waarden staan voor samenwerking, bescheidenheid, dienstbaarheid enz. In masculiene landen is een duidelijke rolverdeling tussen man en vrouw. Bij culturen waar dit niet het geval is, is in de rolverdeling tussen mannen en vrouwen meer overlap: dat zijn de feminiene culturen.
- **Waarheid:** Lage onzekerheidsvermijding versus hoge onzekerheidsvermijding
onzekerheidsvermijding is de mate waarin mensen in een samenleving zich bedreigd voelen door onzekere of onbekende situaties en deze situaties proberen te vermijden. Bij een hoge onzekerheidsvermijding hebben landen veel regels en formaliteiten en zijn ze intolerant als van de standaard wordt afgeweken.

- **Deugd:** Korte termijn versus lange termijngerichtheid
 korte termijngerichtheid is gedefinieerd als het nastreven van deugden gericht op het verleden en op het heden, respect voor traditie, voorkomen van gezichtsverlies en het voldoen aan sociale verplichtingen. Deze samenlevingen hebben een focus op de korte termijn en er is een voorkeur de waarheid vast te stellen. Lange termijn gaan mensen er van uit dat de waarheid sterk afhankelijk is van de situatie, context en tijd. Zij tonen vermogen tradities aan te passen, hebben een sterke neiging tot sparen en investeren, waarbij doorzettingsvermogen en zuinigheid een belangrijke rol spelen.



Figuur 14: De 5 dimensies van Hofstede; vergelijk PDI: machtafstand, IDV: Hiërarchie, Mas, Mannelijke of vrouwelijke waarden, UAI: Waarheid, en LTO: deugd.

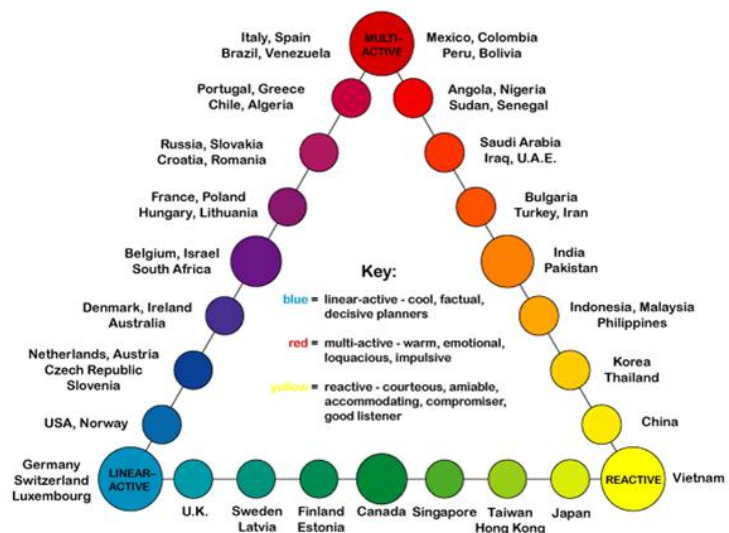
LMR Model van Lewis

LMR model waarbij de wereld in drie type culturele typen is onderverdeeld. (R. Lewis, 1990):

- Lineair actief (taak georiënteerd)
- Multi-actief (mensgericht)
- Recreatief (respect georiënteerd)

Lineair actief: taak georiënteerd

Culturen zijn doelgericht en hechten er vaak veel waarde aan om dingen vast te leggen op papier. Bij communicatie is de inhoud van groter belang dan de vorm waarin informatie wordt gebracht. Er wordt veel waarde gehecht aan feiten en logica binnen gesprekken en confrontaties en er is minder ruimte voor emotie. Er wordt vanuit gegaan dat alles gezegd kan worden en dat mensen hun eigen grenzen aangeven. Structuur speelt een belangrijke rol. Mensen werken graag aan één ding tegelijk en er wordt veel waarde gehecht aan plannings, punctualiteit, goede prestaties en kwaliteit. Gezichtsverlies wordt gezien als onprettig maar overkomelijk en het voorkomen hiervan is je eigen verantwoordelijkheid.



Figuur 15: LMR model van Lewis

Multi actief: mensgericht

Culturen zijn relatiegericht. De relaties en netwerken zijn belangrijker dan het afronden van een doel of product. Om relaties te leggen wordt er voorkeur gegeven aan face to face contact. Bij communicatie ligt de nadruk meer op de manier waarop de informatie gebracht wordt en door wie, dan op de inhoud. Veel ruimte en belang voor emotie, passie en gevoelens. Dit uit zich ook in non verbale communicatie. Bij dit cultuurtype zijn plannings en tijdschema's minder strikt en komen flexibiliteit en improvisatie naar voren als kwaliteiten.

Reactief: respect georiënteerd

Er wordt veel waarde gehecht aan luisteren en stiltes bij gesprekken. Bij communicatie is de context sterk van belang. Het hoe, wanneer, wie en wat en wat juist niet gezegd of geschreven wordt kan sterk bepalend zijn voor de betekenis van woorden. Emoties worden niet snel getoond en non verbale communicatie is vaak subtiel. Tijdens de gesprekken worden vaak pauzes genomen om te reflecteren en goed af te wegen hoe te reageren. Confrontaties worden zoveel mogelijk vermeden en besluiten worden het liefst met de groep genomen. Netwerken en contacten zijn bij dit cultuurtype erg belangrijk. Gezichtsverlies wordt gezien als iets wat voorkomen moet worden en het is de gezamenlijke verantwoordelijkheid om dit te voorkomen.

Conclusie

In Amsterdam is sprake van een multiculturele omgeving. Om bewonersgedrag te kunnen veranderen is het dus van belang om de culturele achtergrond van de bewoners goed te kennen en de toenadering daarop af te stemmen. Uit de literatuur blijkt namelijk dat verschillende culturele achtergronden verschillende interpretaties hebben en/of reageren op het palet aan beïnvloedingsmiddelen dat gekozen kan worden in de communicatie, zowel verbaal als non verbaal (beeld tekst gesprekken enzovoort). Bij de communicatiestrategie moet dus de culturele situatie worden meegenomen/meegewogen. Hofstee geeft een aanvulling op de demografische en sociale aspecten in de omgevingsanalyse, die moet worden meegenomen om uiteindelijk de communicatie goed te kunnen vormgeven.

4 Bestaand veldonderzoek

Ik heb onbevangen, zonder de opbrengsten uit de theorie, allerlei veldonderzoeken gescand op onderlinge overeenkomsten en verschillen. De overeenkomsten en verschillen zijn vervolgens geclusterd naar thema. De thema's die we in de veldonderzoeken hebben aangetroffen zijn financiële prikkels, de relatie inkomen tot afvalscheidingpercentage, frequentie inzameling en volume inzamelmiddelen, gemak en service, communicatie, participatie en inspraak en tot slot is in één onderzoek nog een cultuuraspect aan de orde geweest.

4.1 Gebruikte Onderzoeksmethodieken

Er is op velerlei manieren onderzoek gedaan naar het recyclegedrag van bewoners. Daarvoor worden verschillende methodieken gebruikt. De volgende methodieken ben ik tegen gekomen:

- Enquêtes/interviews
In veel onderzoeken worden enquêtes gebruikt om het gedrag van consumenten in beeld te brengen. De resultaten van de enquêtes kunnen worden gepresenteerd zonder de verbanden te bekijken. Door frequent enquêtes te houden óf voor en na ingrepen in inzamelmethoden kan een beeld worden verkregen van trends in het gedrag van consumenten.
 - Econometrie
Econometrie is, binnen de economische wetenschap, de discipline die zich richt op het kwantificeren van de relaties tussen economische grootheden. In de econometrie houdt men zich vooral bezig met economisch modelleren. Technieken uit de algemene wiskunde en statistiek zijn belangrijk. De beschikbare data over verschillende groepen consumenten, geografische gebieden (bv. gemeentes) en andere grootheden (bv inzamelmiddelen per vierkante kilometer) worden in verband gebracht. Hiermee ontstaan kennis van relaties tussen die grootheden.
 - Focusgroep
Bij een focusgroep (groepsdiscussie) wordt een groep consumenten uitgenodigd om over een afgebakend onderwerp of onderwerpen van gedachten te wisselen. Het panel kan worden samengesteld vanuit de onderzoeksbehoefte naar bijvoorbeeld leeftijd, geslacht, doelgroep, koper van het product of de formule, etc. Deze onderzoeksmethode is uitermate geschikt voor het achterhalen van beweegredenen en motivaties van vertoond gedrag. Maar bijvoorbeeld ook bij het in kaart brengen van het beeld dat klanten hebben bij producten. Uit focusgroep-onderzoek wordt diepgaande informatie verkregen. De kracht van focusgroep-onderzoek ligt in de interactie, doordat de 5 tot 15 respondenten op elkaar reageren, aangeven wat zij belangrijk vinden en wat hun gevoelens en beweegredenen hierbij zijn.
 - Aanpak volgens de theorie van gepland gedrag
De theorie van gepland gedrag (Theory of Planned Behavior: TPB; Ajzen, 1991) is gebaseerd op de hypothese dat het gedrag van een individu direct volgt uit de intentie van een individu. De intentie van een individu wordt beïnvloed door drie factoren:
Houding: de evaluatie om gedrag te tonen met een gunstige of ongunstige uitkomst. Voorbeeld: Een individu kan erg maatschappelijk betrokken zijn en recycling daarom erg belangrijk vinden.
De subjectieve norm: de waarneming (perceptie) van het individu van diens sociale druk om een bepaald gedrag wel of niet te tonen. Voorbeeld: Een student kan bijvoorbeeld in een studentenhuus ophouden met recyclen omdat de anderen daar negatief over denken.
Perceptie van controle: de waarneming (perceptie) van het individu over zijn eigen vermogen om het gedrag te tonen. Een individu wil bijvoorbeeld wel recyclen maar denkt dat de afvalbakken te ver weg staan of kan ze moeilijk vinden.
- In het model wordt aangenomen dat persoonlijkheid, ervaringen in het verleden en demografische karakteristieken het gedrag ook beïnvloeden, maar dat deze factoren indirect in de drie bovenstaande onderdelen van het model ook worden meegenomen.
- Aanpak volgens het multi-level uitgebreide actie bepaling model
(CADM: multilevel Comprehensive Action Determination Model, Klöckner en Oppedal 2011) Het multilevel uitgebreide actie bepaling model (CADM) bouwt voort op het TPB model. Dit model gaat uit dat gedrag ook wordt bepaald door:
 - de intenties van een individu

- de voorwaarden die door de omstandigheden van een individu worden gegeven
- gewoonten van een individu. Deze worden door de perceptie van controle (TPB model) en de intentie van het individu beïnvloed, omdat gewoonten zich in de loop van tijd ontwikkelen. De werkelijk aanwezige barrières en faciliteiten (hulpmiddelen) om een gedrag te vertonen (in dit geval recycling) en de koppeling aan de subjectieve (door het individu beleefde) barrières en faciliteiten worden in dit CADM model bestudeerd.
- Aanpak volgens het informatie-motivatie-gedrag vaardigheden model (IMB)
IMB gaat uit van een verband tussen de drie onderdelen (Klöckner en Oppedal 2011):
 - Informatie: Informatie waarover een individu beschikt om tot recyclinggedrag over te gaan. Het kan gaan om kennis van de plek van de inzamelmiddelen en kennis over hoe te recyclen materiaal moet worden aangeboden.
 - Motivatie. De motivatie van een individu wordt bepaald door de eigen perceptie van gedrag en gedrag om aan een sociale norm te voldoen.
 - Vaardigheden: Dit zijn in dit model de eenvoudige vaardigheden van een individu om afval te scheiden voor recycling en het op gezette tijden aan de weg te zetten.
 Het IMB model vertelt dat informatie over en motivatie voor recycling de vaardigheden om te recyclen bepaalt. De vaardigheden bepalen weer het recyclinggedrag.

Conclusie

Er is op diverse manieren praktijkonderzoek gedaan naar het recyclegedrag van bewoners. Daarvoor zijn verschillende methodieken gebruikt. De opbrengsten (is het resultaat bereikt waarbij bewoners recycleables aanbieden) zijn positief, maar marginaal. Daarbij zijn er geen significante verschillen waargenomen in de opbrengsten tussen de verschillende methodieken. De methodieken zijn goed, maar niet toereikend.

4.2 Financiële prikkels

In Minnesota (VS) hebben onderzoekers (Sidique, 2010) data van de inzameling van recyclebaar afval geanalyseerd op het effect van gedifferentieerde tarieven op recycling (Diftar). De conclusie die zij trekken is dat gedifferentieerde tarieven voor afvalverwijdering de hoeveelheid gerecycled materiaal significant laat toenemen. Uit een enquête onder bewoners van de Londense wijk (Borough) Havering is gebleken dat de respondenten een lagere verwachting hebben van financiële prikkels dan van verbetering van het recyclingplan zelf, in het bijzonder de recycling-infrastructuur en ondersteuning (Shaw en Maynard, 2008). De financiële prikkels die mogelijk effect zouden sorteren waren volgens de geënquêteerden:

- beloningen boven boetes; en,
- financiële beloningen op gemeenschapsniveau (bijvoorbeeld voor verbeteringen in de buurt) of als belastingteruggave of –verlaging op de gemeentelijke belasting in plaats van individuele beloningen.

In 2005 en 2006 is in Portsmouth (Verenigd Koninkrijk) het geven van financiële prikkels vergeleken met het informeren van mensen aan de deur (“doorstepping”) en met een feedback kaartje in de bus over verkeerd aangeboden materiaal en het niet aanbieden van recyclebaar afval (Timlett en Williams, 2008). Het feedback kaartje was bemoedigend en informatief van toon. Het “doorstepping” werd als succesvol ervaren, maar relatief weinig huishoudens werden bereikt. Het feedback kaartje was effectief en relatief goedkoop. De financiële prikkels bestonden uit beloningen voor huishoudens als er meer werd gerecycled. Uit het onderzoek kwam de financiële prikkel niet duidelijk naar voren als een methode om recycling te stimuleren. Slechts 13% van de respondenten meldde dat financiële prikkels voor hen de belangrijkste reden is om te recyclen.

In Nederland blijkt dat Diftar een dempend effect heeft op het toenemen van restafval (SRE Milieudienst / secretariaat AVM mei 2013) Bij dit systeem liggen de prestaties dicht bij elkaar. Binnen alle inzamelmethodieken blijkt de tariefzak voor restafval en afrekening per kilogram de kleinste hoeveelheden restafval te geven. In de Top10 van Nederlandse gemeenten met het minste restafval blijkt GFT gratis te worden ingezameld. (Nu is ‘gratis’ bij de overheid natuurlijk bedrieglijk: of mensen betalen afvalstoffenheffing waarin de inzameling is verdisconteerd, of men betaalt mee via belastingheffing in de algemene middelen. Tenzij de opbrengsten van GFT hoger zijn en men dus op die manier ‘betaalt wat in dit onderzoek niet duidelijk wordt.) ‘Echter in een onderzoek dat de gemeente Apeldoorn (Herweijer en Pröper 2008) onder haar bewoners heeft gehouden blijkt dat

bewoners doelen als “beter voor het milieu” belangrijker vinden dan een financieel voordeel (lagere afvalstoffenheffing).

Tot slot zijn er in Amsterdam Oost initiatieven geweest (De Jonge 2014) waarbij met beloningssystemen een beter resultaat tot stand werd gebracht. Een van de initiatieven is een actie waarbij de scholen onderling werden uitgedaagd wie het meeste papier in een afgebakende periode inzamelde. De scholen ontvingen hier ook een beloning voor van een aantal cent per ingezamelde kilo papier.

Conclusie

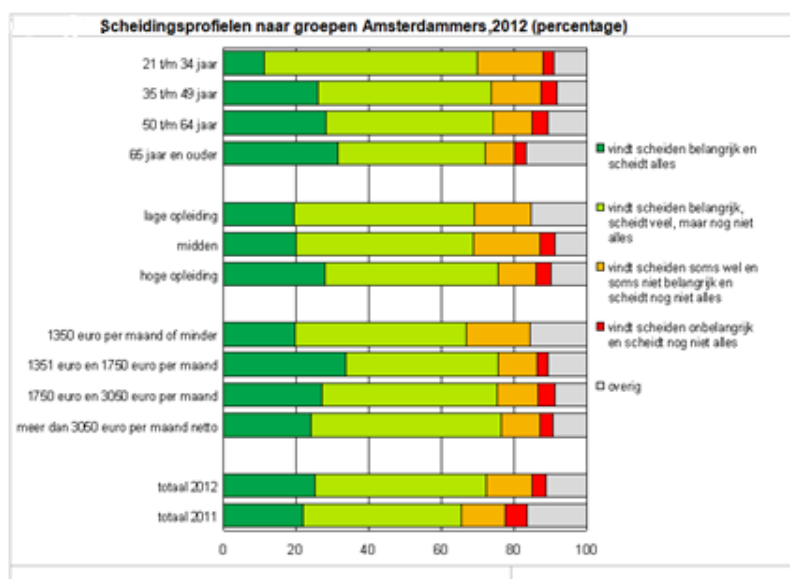
Op basis van de gedane onderzoeken kom ik tot de conclusie dat het geven van positieve financiële prikkels minimaal bijdraagt aan een hoger recycling percentage. Een negatieve financiële prikkel, zeker als deze bijna wekelijks de portemonnee treft, heeft daarentegen een groter effect op het gedrag van de bewoner. De tariefzak is daar een goed voorbeeld van. Maar ook zonder deze negatieve prikkel en zonder financiële beloning worden zeer goede resultaten bereikt. Ondanks deze resultaten denk ik, gezien de resultaten bij de “scholenstrijd” dat een beloning voor bijvoorbeeld de buurt wel degelijk resultaat zou kunnen hebben en het ook bijdraagt aan de saamhorigheid. De boodschap dat het beter voor het milieu is werkt. Dat bevestigt mijn mening over het toepassen van framing op basis van een negatieve boodschap (als we niet scheiden dan is het gevolg dat).

4.3 Relatie inkomen en recyclingpercentage

Het effect van het inkomen van huishoudens bij recycling is in meerdere onderzoeken bekeken. Hieruit komt geen eenduidig beeld naar voren. Uit een onderzoek uitgevoerd in de staat Minnesota in de Verenigde Staten (Sidique 2010) blijkt dat een marginale daling van inkomen leidt tot een stijging van de hoeveelheid gescheiden ingezameld materiaal: 0.2 procentpunt per US\$ 1000. Een onderzoek uitgevoerd in België (Gellynck et al., 2011) met data uit 2003 bevestigt dit beeld: bij huishoudens met een hoger inkomen wordt minder gerecycled. In een onderzoek uitgevoerd in Cardiff (Darby en Obara, 2005) in het Verenigd Koninkrijk is waargenomen dat huishoudens met een inkomen van minder dan GBP 10.000 minder EEA (Elektrische en Elektronische Apparatuur) afval naar een inzamelpunt brachten dan huishoudens met een hoger inkomen. Hierbij merken de onderzoekers op dat in het restafval van de huishoudens met een laag inkomen ook minder EEA gevonden was. De onderzoekers verklaren dit effect door dat huishoudens met een laag inkomen:

- minder vaak geschikt vervoer hebben (vaak een auto) om het EEA naar de milieustraat te brengen die in veel gevallen drie tot vier kilometer ver was.
- vaak elektrische en elektronische producten langer houden en aan anderen weggeven dan het weg te gooien.

Uit onderzoek naar de scheidingsprofielen naar groepen Amsterdammers (O&S2012) blijkt dat in Amsterdam de middeninkomens het beste scheiden.



Figuur 16: Scheidingsprofielen naar groepen Amsterdammers, 2012 (percentage)

Conclusie

Uit deze onderzoeken zijn geen significante verschillen waargenomen op de relatie tussen inkomen en het recyclingpercentage. Deze relatie wordt verder buiten beschouwing gelaten.

4.4 Frequentie van inzameling en volume van inzamelmiddelen

In het Verenigd Koninkrijk is een onderzoek uitgevoerd op de frequentie van de inzameling van “dry recyclables” (bv. oud papier, blik, plastics), “compostables” (GFT-achtig afval) en het restafval (Abbott et al., 2011). In het Verenigd Koninkrijk wordt oud papier, blik, plastic flessen en dergelijke in één container of plastic zak ingezameld. Dit ingezamelde “dry recycleble” materiaal wordt dan mechanisch gescheiden. De onderzoekers bestudeerden de data van de inzamelfrequentie van de drie boven genoemde stromen in verschillende gebieden in het Verenigd Koninkrijk.

Er bestaat een omgekeerde relatie tussen de frequentie van het afhalen van het restafval en het percentage aan afval dat werd gerecycled. Het bleek hoe minder vaak restafval werd afgehaald hoe meer “dry recyclebles” en GFT (Groente Fruit- en Tuin afval) afval er werd gerecycled. De onderzoekers raden daarom af om vaker restafval in te gaan zamelen. De onderzoekers vonden dat het type inzamelmiddel voor de “dry recyclebles” relevant is voor het aanbod. De toepassing van de rolcontainer <120 liter gaf de meeste recycling. Een plastic zak, de rolcontainer van 180 -240 liter en > 240 liter zorgen ook voor meer recycling. Het vermoeden is dat de hoeveelheid beschikbare ruimte binnenshuis (plastic zak) en buitenshuis (grotere containers) een rol speelt. Daarnaast ontdekten de onderzoekers een toename in het ingezamelde GFT-afval als er meer dan één maal per week werd opgehaald. Dit gold overigens niet voor alle seizoenen.

Uit een onderzoek uitgevoerd in België (Gellynck et al., 2011) met data uit 2003 bleek dat recycling toenam als

- het restafval in plaats van één maal per week één maal per twee weken wordt opgehaald
 - als er een afhaalsysteem komt voor organisch afval (GFT); dus bv. een extra “groene bak”.
- Naast de invloed van diftar die recycling deed toenemen, gaf een afhaalsysteem (van deur tot deur) voor organisch afval de grootste invloed op meer recycling.

Dat het verlagen van de inzamelfrequentie van restafval een positief effect geeft op zowel restafval als herbruikbare materialen blijkt ook in pilots die in Nederland zijn gehouden (SRE Milieudienst / secretariaat AVM mei 2013). Bij de beste drie prestaties uit afvalpilots (incl. Horst aan de Maas) wordt gebruik gemaakt van een (tarief)zak in combinatie met hoogfrequent inzamelen (Egchel: 52x/jr inzamelen, Horst a/d Maas: 104x/jr en Soerendonk zelfs 156x/jr). Hoogfrequent inzamelen (soms in combinatie met een betaald systeem voor rest afval) leidt vooralsnog tot de beste resultaten.

Conclusie

Bij de keuze van een inzamelsysteem blijkt dat de frequentie van het inzamelen een rol speelt. Het scheidingspercentage neemt toe indien recyclables in verhouding frequenter worden ingezameld dan het rest afval. Hiermee lijkt het evident dat de snelheid waarin bewoners het afval uit huis kunnen organiseren bepalend is. Indien recyclables vaker worden ingezameld dan het overige afval dan heeft dit een positief effect.

4.5 Gemak en service

Uit de twee metingen die gehouden zijn na de campagne “*afval scheiden werkt, haal eruit wat erin zit*” (O&S, 2012) blijkt dat de Amsterdamse respondenten die het minder belangrijk vinden om te scheiden aangeven *of* het nut er niet van in te zien, *of* het praktisch niet haalbaar te vinden (O&S 2012). Al in 2008 heeft een onderzoek plaats gevonden in stadsdeel Oost-Watergraafsmere (CREM 2008), waar in de vorm van een enquête onder bewoners is getracht een antwoord te vinden op de volgende vraag: Welke ervaringen hebben bewoners ten aanzien van hun eigen gedrag bij afvalscheiding en –inzameling? Uit dit onderzoek komt naar voren dat bewoners die niet scheiden dit teveel tijd en moeite vinden, de bak te ver weg vinden staan, afval scheiden onzin vinden, of tegen problemen aanlopen om het afval in huis gescheiden te bewaren.

In de pretest (Ferro; jan 2014) voor de nieuwe campagne die gaat over afval scheiden is nogmaals expliciet door de geïnterviewden benoemd dat vooral de praktische haalbaarheid hen tegenhoudt om tot afval scheiden te komen. Ook hier worden als voornaamste redenen genoemd dat het teveel moeite kost. Dat de containers voor de gescheiden fracties te ver weg staan in verhouding tot de

containers voor het restafval en dat bewoners moeite hebben met het scheiden van afval in huis. Daarnaast wordt ook door bewoners die het afval wel scheiden aangegeven, dat de containers (te) vaak vol zijn wat niet stimuleert. Immers als je het afval er dan naast zet dan riskeer je een boete en het afval weer mee terug naar huis nemen vinden zij ook geen optie.

Gelijkluidende uitspraken over gemak en service in andere onderzoeken zijn:

- een afhaalsysteem wordt pas goed gebruikt als die volgens consumenten eenvoudig in gebruik is. Gemak van een inzamelsysteem is een belangrijke voorwaarde voor recycling (Seacat en Northrup, 2010)
- de consument moet niet worden afgeschrikt door de problemen die fysieke recycling (gemak, plek thuis en er tijd voor hebben) met zich mee brengen. Ervaring met recycling in het verleden en het belang voor de maatschappij zijn daarnaast belangrijke factoren (Tonglet et al., 2004 nr. 41) (Davis et al., 2006)
- in een Brits onderzoek (combinatie van enquête en interviews) blijkt dat belemmeringen het gebrek aan ruimte in huis en een gebrek aan service van de inzameling zijn. Het gewenste "gemak" (toegankelijkheid, frequentie inzameling) komt prominent naar voren. (Tonglet et al, 2004 nr. 41)
- recyclinggedrag wordt door de intenties en gewoonten van het individu en door de omstandigheden bepaald. Op het persoonlijk vlak wordt recycling bij een consument bepaald door de intentie om te gaan recyclen en diens recycling gewoonten. Echter ook dan speelt het inzamelsysteem een grote rol. In de praktijk blijkt dan dat mensen die de intentie hebben om te recyclen ook de perceptie moeten hebben dat het inzamelsysteem het recyclen gemakkelijk maakt (Klöckner en Oppedal 2011)
- als de infrastructuur van de inzamelsystemen door de consumenten als mager worden beschouwd, zal de recycling alleen nog afhangen van sterke persoonlijke, morele en sociale normen. Publiciteit om deze normen hoog te houden worden minder belangrijk gevonden indien de inzamelsystemen door consumenten als gemakkelijker worden ervaren. (Hage et al., 2009, Andersson en Von Borgstede, 2010)
- uit een onderzoek naar de inzameling van groen afval (Williams en Kelly 2003) blijkt dat de doelgroep tussen 25 en 44 jaar honger heeft naar meer service enerzijds maar anderzijds het minst participeert, waarschijnlijk door gebrek aan tijd

Conclusie

Uit de bestudeerde onderzoeken blijkt dat "gemak" van het inzamelsysteem een grote rol speelt bij de keuze van bewoners om te gaan recyclen. Het gebrek aan ruimte in huis en de grote afstand tot de containers voor gescheiden afval zijn belemmerende factoren. Ik merk hier op dat we daar tot nu toe niets mee hebben gedaan en kansen hebben laten liggen, ondanks dat we al vanaf 2008 daar de eerste inzichten in hebben verworven.

4.6 Participatie en inspraak

Onderzoekers (Refsgaard et al., 2009) kwamen tot de conclusie dat onder groepsdruk meer gerecycled wordt. Ook kwamen zij tot de conclusie dat als een nieuw (inzamel) systeem wordt geïmplementeerd en de mensen kunnen het "voelen", "aanraken" en "ervaren" er een grotere kans op adoptie is en het gedrag daarop wordt aangepast.

Tevens wordt in een onderzoek (Herweijer en Präper 2008) onderstreept dat de invloed van burger op het (beleid) proces serieus genomen moet worden. Het gaat dan vooral over de inspraak die de burger hierop heeft. Daarbij moet opgepast worden dat de burger niet volledig uitgewerkte voorstellen krijgt gepresenteerd omdat er dan te weinig ruimte is om het beleid geaccepteerd te krijgen.

Conclusie

Als bewoners invloed kunnen uitoefenen op de te maken keuzes is de kans dat het aanslaat groter. Wat bijdraagt is een inzamelsysteem dat positief ervaren wordt. Daarnaast wordt meer gerecycled als meerdere bewoners daaraan bijdragen en men dit van elkaar weet (door te zien/horen/meemaken).

4.7 Communicatie

(Seacat en Northrup, 2010) concluderen dat meer recycling ontstaat als er meer beschikbare informatie over de recycling is en als mensen meer gemotiveerd worden. Deze aspecten bepalen de recycling vaardigheden van de consument. De onderzoekers (Tonglet et al., 2004 nr 42) (Davis et al., 2006) concluderen dat de kennis van recyclen en de gelegenheid om te recyclen belangrijke factoren zijn om recycling te stimuleren. Ook in het onderzoek van Herweijer en Pröper (2008) wordt een kanttekening geplaatst bij de voorlichting. Een tekortschietende voorlichting (zowel op vorm als inhoud) is een belangrijke reden dat bewoners geen medewerking verlenen aan het overheidsbeleid.

Uit een onderzoek naar de inzameling van groen afval (Williams en Kelly 2003) blijkt dat de doelgroep tussen 25 en 44 jaar aangeeft dat zij "honger" heeft naar meer informatie en onderwijs als het om recycling gaat.

Uit de twee metingen die gehouden zijn bij de campagne "*afval scheiden werkt, haal eruit wat erin zit*" (O&S, 2012) blijkt dat de Amsterdammer goed op de hoogte is van de mogelijkheden die aangeboden worden om afval gescheiden in te zamelen. De meeste Amsterdammers (81%) vinden het belangrijk om hun afval te scheiden. De belangrijkste reden hiervoor is het milieu: 59% geeft dit aan. Recycling/hergebruik wordt door 43% van de respondenten genoemd. Hoewel dit metingen achteraf zijn zit ook hier een Perceived Risk in: milieuonzekerheid weegt zwaar en zal daarmee een voorwaarde zijn om de waardevolle dienstverlening op niveau te krijgen, waardoor men ander aanbiedgedrag gaat vertonen. In de pretest (Ferro; januari 2014) voor de nieuwe campagne die gaat over afval scheiden wordt door de geïnterviewden aangegeven dat zij er goed van op de hoogte zijn dat afval gescheiden moet worden en dat afval scheiden goed is voor het milieu.

Conclusie

Uit de onderzoeken uit Amsterdam halen we dat bewoners weten dat van hen wordt verwacht dat zij hun afval scheiden. De kennis van bewoners is met of zonder voorlichting op dat punt groot. Daarnaast wordt in alle andere onderzoeken het belang van voorlichting benadrukt. De vraag is op welke punten de voorlichting aangepast moet worden zodat bewoners het niet alleen weten maar ook gaan doen. De voorlichting in de onderzoeken is vooral gericht op het vergroten van kennis over recycling en het nut ervan: het is voornamelijk een positieve boodschap en heeft vooralsnog niet geleid tot het gevraagde resultaat dat bewoners hun afval scheiden. Een negatieve framing is niet eerder toegepast.

4.8 Cultuur

In een Brits onderzoek (combinatie van enquête en interviews) is gebleken dat het recyclinggedrag van de Brits-Aziatische gemeenschap in Burnley niet afweek van de overige inwoners van Burnley (Martin et al., 2006). De resultaten zijn dat er een zeer positieve houding is ten aanzien van recycling.

Conclusie

Er is te weinig veldonderzoek gevonden dat iets zegt over de aanpak van recycling in relatie tot verschillende culturen of dat er specifieke doelgroep gerichte aanpak (nodig) is om recycle gedrag tot stand te brengen. Om die reden is het verstandig dit niet buiten beeld te laten

5 Analyse

5.1 Analyse

In mijn zoektocht naar de beste methode voor de gemeente om bewoners daadwerkelijk recyclegedrag te laten vertonen is er geen enkel praktijkonderzoek dat volledig resultaat heeft geboekt. Er zijn positief te noemen resultaten bereikt, maar niet volledig. Wel bieden de veldonderzoeken in hun gefragmenteerdheid een bevestiging van onderdelen uit de theorie.

Om het aanbodgedrag van bewoners te beïnvloeden benader ik de situatie vanuit een marktsituatie met een negatieve vraag. Daarbij ligt het accent op het zoeken naar verbinding met de bewoners. De gemeente moet haar dienstverlening maximaal afstemmen op de behoeften van haar bewoners, wil zij hen verleiden om actief deel te nemen in een nieuwe dienstverlening. En als de gemeente haar dienstverlening afstemt op de behoefte van haar bewoners dan moet de gemeente er rekening mee houden dat deze (behoeften) steeds weer verschillend kunnen worden ervaren en beleefd. Daarbij ontstaat de vraag in welke mate de dienstverlening dynamisch moet zijn en iedere keer (gebied/plaats mens afhankelijk) aangepast en/of bijgesteld zou moeten worden.

De veldonderzoeken zijn niet uitgegaan van het uitgangspunt van negatieve vraag. Men wil weliswaar bewonersgedrag beïnvloeden maar dat gebeurt in de praktijk meer vanuit een vriendelijk verzoek zonder 'ruil'-intentie en met name vanuit de voorlichting ingegeven (*gaat u aub meer recyclen*). Er wordt in de praktijk niet gekeken naar wat bewoners zelf aan behoeftes hebben op dit vraagstuk. Het proces van 'afstemming' vindt dan ook niet plaats (er is immers eenzijdigheid).

Om de behoeften in kaart te brengen zijn de perceived risks (financieel, fysiek, sociaal enz.) cruciale factoren die helpen bij het realiseren van mijn doelstelling; hoe krijg ik bewoners zover om ander aanbodgedrag (mij te leveren wat ik wens, met mij te 'ruilen') te vertonen? De vraag is welke afwegingen en in welke mate de verschillende factoren bij de bewoners het meest stimulerend zijn en in hoeverre de gemeente haar dienstverlening kan aanpassen om de bewoners daarin tegemoet te komen. De praktijkonderzoeken bevestigen de invloed van enkele factoren zoals de financiële prikkel (met de positieve prikkel als grootste effect) maar belangrijker de inzamelrequentie en -volume; gemak en vooral participatie. Maar dit zijn slechts enkele facetten: de waarde van elke factor aan sich is niet gemeten of bekend.

Door de behoeften in kaart te brengen krijgt de gemeente zicht op de mate waarin haar dienstverlening aansluit op de behoefte (het "gat" tussen aanbod en vraag). Zij zal hier niet alleen alle factoren van de Perceived Risk moeten behandelen, maar vervolgens ook aan de hand van een GAP-analyse de kloof tussen verwachting en waarneming in beeld moeten krijgen. Veldonderzoeken hebben deze stappen niet doorlopen. Eventueel positief veranderd bewonersgedrag is daarmee een Lucky Shot.

De opbrengsten uit de gedane veldonderzoeken geven enig inzicht voor de "Gap"analyse.

Om de facetten die in de gedane veldonderzoeken naar voren zijn gekomen te structureren zijn ze uitgelijnd langs de (risico) afwegingen (d.w.z. de elementen van de perceived risk) die bewoners maken: op financieel gebied (betaal ik niet teveel), functioneel (is het handig), fysiek (veiligheid), sociaal (groepsgevoel), psychologisch (imago schade), levensstijl (past het bij mij), tijd (kost het niet teveel tijd) en milieuonzekerheid (geeft het schade aan het milieu). Uit de veldonderzoeken blijkt het volgende:

Financieel

- positieve financiële prikkels dragen minimaal bij aan een hoger recycling percentage
- een negatieve financiële prikkel, zeker als deze bijna wekelijks de portemonnee treft, heeft wel effect maar ook zonder deze negatieve prikkel worden zeer goede resultaten bereikt
- er zijn geen significante verschillen waargenomen op de relatie tussen inkomen en het recyclingpercentage

Levensstijl/tijd/functioneel

- als er keuzemogelijkheden zijn kunnen bewoners recyclables sneller/vaker kwijt dan rest afval
- de snelheid waarin bewoners het afval uit huis kunnen organiseren is bepalend
- een nieuw systeem moet maximaal op gemak inspelen (recyclables dicht bij huis en indien er sprake is van een haalsysteem moet dit ook hoog frequent plaatsvinden)

- onderzoek moet worden gedaan op welke wijze we bewoners kunnen helpen met het scheiden van afval in huis

Milieuonzekerheid / psychologisch

- feedback moet worden gegeven op behaalde resultaten
- Er moet worden ingezet op persoonlijke communicatie en er moet bepaald worden hoe je de boodschap goed vorm geeft. Wijzen op de negatieve consequenties of juist het benadrukken van goed gedrag?
- een beloning (niet per definitie financieel) op buurtniveau is onvoldoende onderzocht op meerwaarde (groepsgevoel)

In alle veldonderzoeken die ik heb bestudeerd is er (bewust of onbewust) geen dichtung van 'the GAP' gerealiseerd. Dit is voor mij erg herkenbaar met de wijze waarop we in Amsterdam tot nu toe bezig zijn. Op een achterkamertje bedenken we wat gaat werken zonder dat we de bewoners hebben gevraagd wat ze nou eigenlijk willen, laat staan dat we daar ook naar bewegen.

Op het facet van de GAP, leveren de veldonderzoeken aanvullende waardevolle inzichten op. Met name het inzicht dat er bij de te leveren dienstverlening bij bewoners meer behoefte is aan meer service en gemak. Maar wat is méér? En, in hoeverre kunnen we aan de vraag tegemoet komen? Om de "ruil" tot stand te brengen moeten we enerzijds dus weten wat de bewoners willen, waar de behoefte zit. Anderzijds moeten we scherp hebben wat we kunnen bieden en geen loze beloftes doen die we niet na kunnen komen.

Zodra deze elementen van de GAP in beeld zijn, is het vervolgens de kunst om verwachtingen waar te maken. Immers de kwaliteit van de dienstverlening is het verschil tussen datgene wat men verwacht en datgene wat men ervaart/krijgt. Als de gemeente niet kan waarmaken wat zij belooft dan zal haar dienstverlening als belabberd of ongeloofwaardig beoordeeld worden en als gevolg daarvan is ruil niet realiseerbaar. De veldonderzoeken geven hierover geen feedback: dat komt omdat oplossingen worden aangeboden en aan bewoners worden voorgelegd met als enig doel deze te laten adopteren (accepteren). De bewoner is niet of beperkt betrokken bij wat er uiteindelijk aangeboden gaat worden. Daar waar beloften worden gedaan of suggesties tot een belofte en deze niet worden ingelost omdat financiële middelen of politiek draagvlak ontbreken, neemt de kwaliteit af: er wordt niet voldaan aan de verwachting. Bekend voorbeeld is de vraag aan bewoners om GFT gescheiden aan te bieden met de belofte dat hier ook 'separaat' mee zou worden omgegaan. Op het moment dat duidelijk werd dat deze fractie na inzameling alsnog met het restafval werd samengevoegd en verbrand was dit funest. Bewoners vonden de gemeenten niet geloofwaardig meer op dit punt. Het is dus cruciaal om waar te maken wat je belooft. Hier heb je te maken met enerzijds kaders: (je kunt niet de hele wereld beloven) en anderzijds mandaat (wie mag en kan beloven). Het is dus waardevol en essentieel om de perceived risk factoren te doorlopen. Daarnaast kan via het 4B model en een omgevingsanalyse (DESTEP) worden bepaald in welke mate we verwachtingen kunnen managen en daarmee de dienstverlening kunnen uitvoeren conform verwachting.

Het behoeft geen betoog dat je bij het veranderen van bewonersgedrag moet kijken 'hoe' je de nieuwe dienstverlening aan de man kunt brengen. Het belangrijkste facet is daarbij dat dit zich met name toespitst op samenwerking met bewoners. Het model van Opheij kan daarbij worden benut. Ook de ideeën van De Caluwé kunnen daarbij worden gebruikt in de dialoog met de doelgroep die zich ook toespitst op samen werken. Bij de bestudeerde veldonderzoeken heb ik overigens geen link ontdekt met dergelijke verandertheorieën, laat staan met de toepassing van modellen zoals die van Opheij en De Caluwé. De aanpak voor gedragsverandering lijkt ingegeven te worden vanuit het aanbieden van praktische oplossingen. Wel is er een veldonderzoek dat bevestigt dat participatie (inspraak) het gedrag van bewoners beïnvloedt in de gewenste richting.

Meer dan 90% ons gedrag is automatisch gedrag en dat doorbreek je niet zomaar. Om bewonersgedrag bij te stellen lijkt het het beste om in eerste instantie de persoonlijke communicatie te bezigen en uit te gaan van het benoemen van de risico's (een Al Gore strategie). Omdat ik vaststel dat deze vorm van communicatie geen handelwijze is van de stadsdeel politici, laat ik dit verder buiten beschouwing. Op het moment dat het nieuwe gewenste gedrag wordt vertoond, kan de slag gemaakt worden naar meer collectieve communicatie.

In Amsterdam hebben we duidelijk te maken met diversiteit aan culturen. Veldonderzoeken geven geen duidelijke informatie over eventueel verschil of aanpassing van de aanpak in gedragsverandering bij diversiteit in culturen. De theorie is hier duidelijk over en geeft aan dat dit aandacht behoeft. Dit wordt overigens ook meegenomen in de perceived risk en GAP-analyse.

Al met al kan ik met de theorie en praktijkvoorbeelden en –resultaten tot een aanbeveling komen voor een ‘beste methode’ waarbij bewoners daadwerkelijk recyclebaar materiaal gescheiden zullen aanbieden.

5.2 Aanbevelingen voor opzet eigen veldonderzoek

Bovenstaande brengt mij tot een aanpak (methode) om bewoners recyclebaar materiaal gescheiden te laten aanbieden.

De aanbevelingen die ik meegeef aan de partners op basis van de opgedane inzichten zijn:

- Uitgaan van een Negatieve vraag (niet denken voor de ander en/of in ‘oplossingen’)
- Doe een omgevingsanalyse en neem daarbij het facet van culturele samenstelling (en de elementen waarop de benadering moet worden ingezet) mee.
- Breng de “GAP” in kaart met de opbrengsten van eerder gehouden veldonderzoeken. Ga vervolgens in gesprek met bewoners en check of de ‘gap’ volledig is of dat er vanuit hun beeld nog meer gaten zitten in de dienstverlening.
- Ga in gesprek met bewoners (participatie) en volg het gesprek langs de lijst van overwegingen (financieel, functioneel, fysiek, sociaal, psychologisch, levensstijl, tijd en onzekerheid) die bewoners maken om tot ruil over te gaan (perceived risks). Wellicht komen er ook nog andere overwegingen naar voren die een rol spelen. Houd deze gesprekken ook met de organisatie zodat aan beide zijden duidelijk wordt waar de grens ligt om tot ruil te komen.
- Aanbevolen wordt om het 4B model toe te passen om deze grenzen in kaart te brengen (Behoeftes en Belofte).
- Onderzoek alle elementen uit de perceived risk om de waarde van de dienstverlening te kunnen bepalen: financiële prikkels, functioneel, fysiek, sociaal, psychologisch, levensstijl, tijd, milieu-onzekerheid.
Houd er hierbij rekening mee dat uit meerdere onderzoeken is gebleken dat een nieuw inzamelsysteem maximaal op gemak moet inspelen. Een praktisch voorbeeld daarvan is dat de recyclables dicht bij huis aangeboden moeten worden en indien er sprake is van een haalsysteem dit ook hoog frequent moet plaats vinden.
- Werk samen met bewoners: zorg voor co-creatie om te komen tot verandering.
- Zorg dat voldoende bewoners betrokken zijn. Ze hebben dan meer invloed (op zijn minst gevoel ervan) waardoor er een grotere kans van slagen is. Bewaak dat je wel doet wat je belooft anders bestaat de kans op extra hard terugvallen.

6 Briefing partners en aanpak veldonderzoek

De aanbevelingen die aan de hand van de verworven kennis uit theorie en praktijk zijn uitgewerkt zijn de basis voor een eigen veldonderzoek. Doel van dit veldonderzoek is de aanbevelingen te toetsen op volledigheid en (praktische) haalbaarheid. Het eigen veldonderzoek doorloopt de volgende fasen:

1. Briefing aan de partners: het betrekken van partners voor het onderzoek en opdrachtformulering
2. Vooronderzoek conform het advies uit de aanbevelingen
3. Vervolgstap: met de informatie uit het vooronderzoek het uitwerken van een plan van aanpak, samenstellen projectteam, en het stellen van randvoorwaarden;
4. De daadwerkelijke uitrol, uitvoering van het plan van aanpak en tussentijdse bijsturing waar relevant.

6.1 Briefing partners

6.1.1 Context en doel van het veldonderzoek

De focus op het terugwinnen van afvalstoffen is voor huishoudelijk afval versterkt door de 'Afvalbrief' van voormalig staatssecretaris Atsma, waarin de doelstelling is opgenomen om het recyclingpercentage van huishoudelijk afval te verhogen naar 65%. Deze doelstelling moet ertoe leiden dat de te verbranden volumes huishoudelijk afval verminderen en aansluiten bij het verder beperken van de aantasting van ons leefmilieu door hergebruik van onze natuurlijke hulpbronnen. In het rapport '*De Amsterdamse afvalketen: van grijs naar groen*' is ook een ambitie neergelegd voor het scheiden van huishoudelijk restafval van 65% in 2020.

Het Amsterdamse gemeentebestuur heeft de ambitie uitgesproken om een inhaalslag te maken op het gebied van afvalmanagement. Uitgangspunt is dat afval in de toekomst niet meer bestaat. In plaats van producten na gebruik af te danken, wordt afval, grondstof voor nieuwe producten.

Doel van het veldonderzoek is te komen tot een of andere vorm van dienstverlening waarbij een maximaal recyclepercentage van 65% wordt gehaald. Dit betekent dat er ruimte wordt geboden voor een aanpak dat mogelijk afwijkt van de conventionele vormen van interventie bij de afvalinzameling.

6.1.2 Komen tot gedragsverandering bewoners is aandacht voor co-creatie

Zowel de inzichten uit literatuur als veldonderzoeken benadrukken dat als de bewoners invloed *kunnen* uitoefenen op te maken keuzes de kans groter is dat de nieuwe dienstverlening ook een succes gaat worden. Ook blijkt uit onderzoeken dat bewoners graag invloed uit *willen* oefenen op te maken keuzes.

- Zorg ervoor dat voldoende bewoners betrokken worden en dat zij invloed uit kunnen oefenen op de te maken keuzes. De kans is groot dat zij het gaan toepassen en het heeft een positief effect op de overige bewoners om ook te gaan participeren.
- Als bewoners invloed uit kunnen oefenen op te maken keuzes is de kans dat het aanslaat groter. Wat bijdraagt is een inzamelsysteem dat positief ervaren wordt en er wordt meer gerecycled als meerdere bewoners daaraan bijdragen.
- Betrek bewoners meer bij de voorlichting en stel de vraag welke informatie zij nodig hebben om ook daadwerkelijk tot scheiden over te gaan.

Deze insteek - te komen tot een samenwerking (co-creatie) met bewoners - vraagt om het doorlopen van een veranderproces. Om te ontdekken welke aanpak en route de beste is voor een succesvol veranderproces worden de modellen van Kotler, Opheij en De Caluwé als uitgangspunt gekozen van waaruit wordt gewerkt en bijgestuurd.

Kotler en Opheij bieden stappen, als het ware een route om de verandering te realiseren. Het model van Opheij is daarbij meer gericht op samenwerking. De Caluwé biedt inzichten in gedrag en houding van organisaties en mensen waar we tijdens het veranderproces rekening mee moeten houden en die we zelfs heel bewust kunnen inzetten. Daarom hebben alle drie de modellen items die zeer nuttig zijn voor ons veranderproces. Voorgesteld wordt om in het voortraject met de partners deze modellen door te nemen en de items, die handig zijn, mee te nemen in ons proces dat gericht moet zijn op co-creatie.

6.1.3 Vooronderzoek: omgevingsfactoren in kaart te brengen

Met het bewerkstelligen van een verandering moeten we ook weten waar we rekening mee moet houden. Met het vooraf uitvoeren van een omgevingsanalyse komen de kaders in beeld. Omdat ze óf een feit zijn (bevolkingssamenstelling), óf in de nabije toekomst haalbaar zijn (technische mogelijkheden) óf omdat er onvoldoende invloed op kan worden uitgeoefend (politiek). Als wij bijvoorbeeld (samen met bewoners) een dienstverlening ontwerpen die drie keer zoveel gaat kosten dan wordt dit door de politiek in Amsterdam niet geaccepteerd, dus verworpen. Dit zou ons terug brengen bij 'af'.

Een omgevingsanalyse kan worden uitgevoerd langs de Demografische, Economische, Sociale, Technologische, Ecologische en Politieke kaders. In dat geval spreekt men van een DESTEP analyse. Vóór het veldonderzoek is het goed om aan de hand van een DESTEP analyse de omgevingsfactoren in kaart te brengen.

Met de informatie uit de omgevingsanalyse kan de aanpak van het daadwerkelijke veldonderzoek worden uitgewerkt en kunnen randvoorwaarden worden geformuleerd.

De verworven informatie uit het vooronderzoek moet voldoende zijn én het mogelijk maken om in de volgende fase (uitvoering plan van aanpak) een GAP-analyse uit te kunnen voeren plus helder te krijgen wat de organisatie zal moeten ondernemen om de bewoner tot recycle-gedrag te laten komen (aan de hand van de perceived risk-elementen).

6.1.4 Cultuur en communicatie

Bij (gedrags)verandering is het belangrijk om rekening te houden met cultuur(verschillen) en vormen van communicatie. Bij het project zal dan ook actief gestuurd en waar nodig bijgestuurd moeten worden op deze facetten.

- Denk goed na over de beïnvloedingsstrategie: bijvoorbeeld verstoring van de routine en het vestigen van nieuw gedrag, en, parallel daaraan, de beïnvloeding van de sociale omgeving of het daar weerbaar tegen maken en het scheppen van voorwaarden voor gewenst gedrag (faciliteren).
- Kies zorgvuldig de beïnvloedingsmiddelen en stem ze voor zover mogelijk af op andere culturen. De modellen van Lewis en Hofstede maken het mogelijk inzichten te verwerven op de verschillen in culturen. De omgevingsanalyse (DETSEP) kan ernaast worden gelegd om aansluiting te vinden met het uiteindelijke doel, namelijk dat mensen gaan handelen.
- Gebruik voornamelijk de persoonlijke communicatie (zoals de persoonlijke brief, de dialoog en de sociale netwerkbenadering). Massacommunicatie is begrensd in zijn effecten.

6.2 De projectorganisatie

Voor het uitwerken van het veldonderzoek en de begeleiding en uitvoering van het veldonderzoek is een projectorganisatie opgericht. Opdrachtgever is de regiegroep Afval (vertegenwoordiging van het Afvalenergiebedrijf en afvaardiging directeurs fysiek domein) daartoe gemandateerd door de directeurs fysiek domein. Een stuurgroep maakt onderdeel uit van de projectorganisatie. De stuurgroep bestaat uit een afvaardiging van de diverse domeinen uit het afvaldomein. Er is een projectgroep waarin beleid- en gebiedskennis zijn ondergebracht evenals de handen en denkkraft voor het vormgeven van de daadwerkelijke uitvoering. De projectgroep doet voornamelijk het veldwerk en de operationele processen. Tot slot kan het project niet zonder bewoners die bereid zijn om in gezamenlijkheid de nieuwe dienstverlening te ontwerpen. De linking pin tussen de verschillende gremia is het ingehuurd OnsBuro

Opdrachtgever

Regiegroep afval, gemandateerd door de directeurs fysiek domein

Stuurgroep

AEB	Afval Energie Bedrijf,
DRO (later RVE)	Vertegenwoordiging Ruimte en Duurzaamheid: milieu portefeuille
Stadsdeel Oost	Vertegenwoordiging HORA (hoofden overleg reiniging Amsterdam)
Stadsdeel Zuidoost	Vertegenwoordiging HORA en inbrenger literatuuronderzoek
Onderzoeksbureau Crème	Verzorgen metingen en expertise afvalinzameling
OnsBuro	Projectleider en centraal punt richting bewoners

Projectgroep

De projectgroep is ingericht op het daadwerkelijk uitvoeren van het veldonderzoek en bestaat uit	
OnsBuro	Linking pin naar projectgroep
Teamleider Inzameling afd. uitvoering stadsdeel Zuidoost	borgen uitvoering
Teamleider ondersteuning afd. Uitvoering stadsdeel Zuidoost	borgen uitvoering
Communicatieadviseur stadsdeel Zuidoost	bewaken huisstijl
Beleidsadviseur duurzaamheid stadsdeel zuidoost	afstemming politiek stadsdeel Zuidoost
Gebiedsadviseur stadsdeel Zuidoost	gebiedskennis stadsdeel Zuidoost

Participatiegroep bewoners

Bewoners uit het proefgebied onder leiding van OnsBuro

6.3 Het vooronderzoek

Een omgevingsanalyse geeft inzicht in het speelveld; dat inzicht zal uiteindelijk moeten leiden tot de te leveren dienstverlening. Er is gekeken naar de Demografische, Economische, Sociale, Technologische, Ecologische en Politieke factoren. Gezocht is naar een gebied met betrokken inwoners die aan de slag willen met duurzaamheidsthema's en bewust willen omgaan met hun leefmilieu. Het gebied moet een demografische en sociale afspiegeling zijn van de gemeente Amsterdam: middenhoog-tot hoogbouw, multiculturele samenstelling, voldoende stedelijke anonimiteit, niet te arm, maar ook niet te rijk e.d. Daarnaast zijn de eisen en wensen van de stedelijke politiek in kaart gebracht en is onderzocht welke technische mogelijkheden er tot op heden (mondiaal) ontwikkeld zijn die kunnen leiden tot aanpassingen in onze dienstverlening met het sleutelwoord "gemak" in het achterhoofd. In directe zin is de omgevingsanalyse gebruikt om tot een gebiedskeuze te komen. Bij deze analyse is gelijktijdig rekening gehouden met het feit dat een veranderingsproces moet kunnen plaatsvinden gericht op samenwerking tijdens de uitvoering van het plan van aanpak.

Gebiedskeuze

De analyse volgens de DESTEP-methode heeft geresulteerd in een gebiedskeuze waar het veldonderzoek uitgevoerd kan worden. Een korte toelichting: In het stadsdeel Zuidoost loopt het project *Slim wonen in Gaasperdam*. De wijk *Gaasperdam* staat aan de vooravond van een innovatieve stedelijke vernieuwing. Uitgangspunt van het project is dat dit gebeurt 'van onderop': dus waar het gaat om het benutten van kracht van de bewoners en het gebruiken van de kwaliteiten in de wijk. Lokale kracht is er, bewoners hebben namelijk te kennen te geven bewust om te gaan met hun leefmilieu en zich te willen inzetten voor een betere directe woonomgeving. Ondanks dat de focus zich totaal richt op het creëren van een duurzame wijk ontbreekt het thema afval in dit project. Het project *Slim Wonen in Gaasperdam* heeft een integrale focus⁴ waarin het veldonderzoek om die reden goed kan aansluiten bij de volgende doelen:

- Kansen voor (nieuwe) bewoners.
- Kansen voor duurzame producten waar mensen in Gaasperdam echt iets aan hebben (meer comfort en minder vaste lasten).
- Bewoners (en bedrijven) ontwikkelen samen aansprekende en slimme concepten voor in en om hun huis, waarbij mogelijkheden ontstaan voor bedrijven om (bestaande) producten en diensten te leveren. Producten zoals glasvezel, de Grinder (gootsteen voedsel vermaler), slimme meters, energie displays, slimme afval inzameling, isolatie en zonnepanelen.
- Wat levert het op voor de mensen die in Gaasperdam wonen? Voor bewoners gaat het om meer comfort, supersnel internet, inzicht in het energieverbruik en lagere maandlasten. Kortom, een modernisering van de woning zonder extra lasten.

Deze uitgangssituatie biedt een goede basis om samen toe te werken naar de gestelde doelen. Uit een vragenonderzoek in de wijk is naar voren gekomen dat veel bewoners enthousiast zijn over het duurzaamheidsthema rondom afval en recycling, en daar graag over mee willen denken. Indien het veldonderzoek tot positieve resultaten leidt zouden deze positief ingestelde bewoners ook een rol kunnen spelen in het ambassadeurschap, in de uitrol naar de rest van de stad toe.

⁴ Meer lezen over de initiatieven kan op: <http://www.zuidoost.amsterdam.nl/buurtten/gaasperdam/toekomst-gaasperdam>

Gebiedskeuze: Gaasperdam, samenstelling van de wijk

In Holendrecht en Reigerbos wonen 18.240 mensen in 8.895 woningen. De bevolking bestaat voor 34% uit mensen jonger dan 25 jaar en 12% ouder dan 65 jaar. Eenpersoonshuishoudens vormen de grootste groep met 46%, en gezinnen met kind(eren) vormen 37% van de bevolking. De grootste etnische gemeenschappen zijn Surinaamse (34%) en autochtone Nederlanders (33%). Koopwoningen vormen 21% en woningcorporaties beheren 74% van alle woningen. De gemiddelde afstand tot de dichtstbijzijnde supermarkt is 800 meter. Op grond van diverse kenmerken wordt een wijkdeel met middelhoogbouw in Holendrecht-West als proeflocatie voorgesteld. Deze wijken zijn in alle aspecten voldoende representatief voor gemeente Amsterdam. Een onderzoek bij meer dan 200 huishoudens is volgens de deskundigen voldoende om de onderzoekresultaten te veralgemeniseren en daarmee een goed beeld te geven voor de mogelijkheden voor de rest van de stad.



Figuur 17: Overzicht proefgebied Gaasperdam

Resultaat

De wijk Gaasperdam speelt maximaal in op de voorwaarden gesteld door Kotler en de eisen die voor het veldonderzoek zijn gesteld ten aanzien van de proefwijk (inwoners die meer betrokken (willen) zijn bij duurzaamheidsthema's, bewust willen omgaan met hun leefmilieu, een afspiegeling van de gemeente Amsterdam met een culturele samenstelling, niet teveel armoede of rijkelui, die in sociale zin overeenkomt met een bepaalde anonimiteit; geen dorpswijk/ons kent ons). Daarmee is de gebiedskeuze voor de proefwijk bepaald.

Politieke kaders

Vanaf 2015 wordt de afvalstoffenheffing in Amsterdam met 15 miljoen verlaagd. Elk meerpersoonshuishouden bespaart op deze manier 33,75 euro per jaar. De verlaging stond in het coalitieakkoord van 2014- 2018. De opname in het coalitieakkoord laat zien dat de politieke wens om minder lasten bij de burgers in rekening te brengen hoog op de agenda staat. Daarnaast heeft de politiek zich meermaals tegenover de inzamelorganisaties uitgesproken ze geen stad vol met inzamelmiddelen wil. Er is al veel druk op de Openbare Ruimte en daar wil zij zo min mogelijk gebruik van maken met obstakels. Tot slot heeft de politiek de eis bij de inzamelorganisaties en het Afvalenergiebedrijf neergelegd van een recycle percentage van 65% in 2020 op huishoudelijk afval.

Resultaat

Voor het veldonderzoek betekent dit dat de nieuwe dienstverlening zeker niet meer mag gaan kosten, sterker nog liefst tegen minder kosten dient te worden georganiseerd. De ruil moet leiden tot "winst". Dat betekent dat de opbrengsten (waarde van de materialen) zodanig moet zijn dat zij een deel van de kosten van de nieuwe dienstverlening compenseren. Dit is een lastige opgave omdat niet alle recyclables een positieve economische waarde hebben. Daarnaast is het vraagstuk in hoeverre de nieuwe dienstverlening ontworpen kan worden zodanig dat met de inzamelmiddelen zo min mogelijk beslag gelegd wordt op de Openbare Ruimte. De politieke opgave is 65% maar uiteindelijk wordt gestreefd naar een 100% terugwinning van recyclables.

Technische mogelijkheden inzamelsysteem

Bij het onderzoeken naar de technische mogelijkheden van een inzamelsysteem is de politieke wens om zo min mogelijk beslag te leggen op de openbare ruimte meegenomen als randvoorwaarde. Daarom is vooral gekeken in hoeverre de techniek is ontwikkeld om aanpassingen te kunnen doen

zonder dat dit ten koste gaat van de Openbare Ruimte, maar die wel meer mogelijkheden bieden in gemak en service. Er is gekeken naar wat er op dit moment op de markt is en wat er in de nabije toekomst tot de praktische mogelijkheden kan behoren.

Grinder: een voedselresten-vermaler in de gootsteen

Momenteel wordt een onderzoeksvoorstel uitgewerkt voor een proef met een Grinder (voedsel resten vermaler in de gootsteen). Het voorstel is om een proef te doen in het stadsdeel Zuidoost (Nellestein). De keuze is op deze buurt gevallen omdat het in hetzelfde stadsdeel ligt als waar het veldonderzoek plaatsvindt. Daarmee kan een goede vergelijking worden gemaakt tussen de opbrengsten GF uit hoogbouw middels de inzet van de Grinder (voedselrestenvermaler) en de inzameling van GF middels het voorliggende veldonderzoek. De vergelijking wordt vooral gezocht in het volume en de kwaliteit van de GF. Afhankelijk van de kwaliteit wordt helder welke verwerkingsmethode het beste (milieu) rendement behaalt.

Welke fracties (grondstoffen) kunnen wel en niet bij elkaar ingezameld worden?

Gestart is met het onderzoeken welke fracties (soorten afval) elkaar niet bijten. Daardoor is een beeld ontstaan van welke fracties bij elkaar ingezameld zouden kunnen worden zonder dat dat ten koste gaat van de waarde. Het gaat dan over dezelfde soort afval in één zak. Uit dit onderzoek blijkt dat de technische mogelijkheden ten aanzien van het nascheiden op dit moment nog te beperkt zijn. Er gaat teveel waardemateriaal verloren. Nascheiden is vooralsnog alleen mogelijk op de combinatie van restafval en plastic.

Multi inzameling

Onderzocht is of het mogelijk is verschillende fracties (gescheiden in zakken) middels 1 inzamelmiddel (verzamelcontainer) ingezameld kunnen worden. Uit dit onderzoek blijkt dat glas tot op heden een stoorstof is. Als de zak zou scheuren dan is de totale waarde van alle overige grondstoffen verloren. Daarnaast worden nog vragen gesteld bij de inzameling van GF (Groente en fruit). Dit is een zogenaamde "natte" fractie met als gevolg dat als de zak scheurt alles nat wordt. Echter de consequenties voor de waarde van de overig ingezamelde grondstoffen is kleiner. De techniek die dan wordt toegepast heet nasorteren. De techniek op nasorteren is wel verder ontwikkeld.

In Noorwegen werkt men al in enkele streken op deze wijze. Om die reden is een bezoek gebracht aan Oslo waar inzicht is verkregen over deze inzamelsystematiek. In het inzamelmiddel mogen bewoners afval gescheiden in verschillende gekleurde zakken aanbieden. In de fabriek worden de zakken op kleur gesorteerd en vervolgens naar de verwerkers gebracht. De resultaten hiervan zijn hoopgevend. In tegenstelling tot de proefbuurt in Amsterdam, worden in Noorwegen zakken huis aan huis opgehaald en beperkt zich dat tot groente en fruit (groene zak) en papier (blauwe zak) die naast zakken met overig afval op deze wijze worden ingezameld. Echter, in Noorwegen moeten de bewoners nog steeds Glas, Kleding en ander afval dat gescheiden ingezameld kan worden naar een verzamelcontainer op (grote) afstand brengen. De techniek in Oslo laat zien dat er meer verschillende kleuren zakken nagesorteerd kunnen worden. Deze opbrengsten en mogelijkheden worden meegenomen in het veldonderzoek.

Resultaat

De technische mogelijkheden voor het inzamelen van afval nemen in de tijd toe. Vooral de ontwikkelingen op na-sorteren. Ontwikkelingen rond een andere inzameling van groente en fruit staan voor de deur, maar het is slim om het inzamelen daarvan niet uit te sluiten. Vooral omdat er voor later een goed referentiekader kan worden opgebouwd in opbrengst (volume) en kwaliteit (herbruikbaarheid) van deze 'natte' fractie. Tot slot is duidelijk geworden welke soorten grondstoffen bij elkaar (in 1 zak of in 1 container) ingezameld kunnen worden zodat voor het veldonderzoek helder is wat maximaal kan worden beloofd.

Veranderproces: optimaal inzetten op co-creatie

Bij de zoektocht naar begeleiding voor het onderzoek en de verbinding met de bewoners is gekeken naar het model van de Caluwé. Ingezet is op een partij met ruime ervaring in co-creatie en samenwerking met bewoners.

Resultaat

Voor de begeleiding van het veldonderzoek is “OnsBuro” aangetrokken. Dit projectenbureau heeft veel ervaring met succesvolle afvalscheidingprojecten waaronder “*Soerendonck afvalloos*”. De wijze waarop deze pilots waren vorm gegeven sluit erg aan bij de wijze waarop de gemeente Amsterdam te werk wil gaan. Een totale co-creatie met bewoners.

6.4 Opzet veldonderzoek

In de opzet van het veldonderzoek zijn de aanbevelingen van het literatuuronderzoek en de resultaten van het vooronderzoek meegenomen.

6.4.1 Doelen veldonderzoek

Hoofddoelen veldonderzoek

Het hoofddoel is om in gezamenlijkheid met bewoners te onderzoeken welke onderdelen van het systeem(en) (i.c. alle facetten behelsend) bepalend zijn voor bewoners om over te gaan tot het gescheiden aanbieden van afval. Waarbij de aangenomen stelling is dat als we de “Waarde” (de recyclables) dicht bij huis organiseren (gemak) en bewoners helpen in huis (service) zij uit zichzelf hun afval goed gaan scheiden.

Nevendoelen veldonderzoek

- Onderzoek de aanbevelingen uit het literatuuronderzoek op werkbaarheid waarbij de opgedane inzichten betrokken worden bij de eventuele implementatie van een nieuwe dienstverlening.
- Achterhalen welke maatregelen leiden tot blijvende gedragsverandering bij inwoners van hoogbouw op het gebied van afvalscheiding.
- Achterhalen welke inzamel- en verwerkingstechnieken vanuit milieutechnische, dienstverlenende en kosten overwegingen tot het meest gunstige resultaat leidt voor grondstoffen hergebruik afkomstig van inwoners uit de hoogbouw.

Beoogd resultaat

- In de hoogbouw van het gekozen proefgebied sorteren tevreden bewoners (tegen lagere kosten) al hun afval naar hergebruik en hoogwaardige grondstoffen. In het geval van een succesvol veldonderzoek kan het beproefde model worden uitgerold naar vergelijkbare middelhoogbouw buurten in Amsterdam.
- Op de totale kostprijs zijn vele factoren (huidige lasten per stadsdeel, logistieke innovatie, afzetvolume, marktmoment, conjunctuur, mondiale welvaartsgroei, regelgeving, etc.) en actoren (zie doelgroepen en strategische partners, bijlage 1) van invloed. Daarom wordt gestreefd - in plaats van opgelegd - naar een totale kostenvermindering van 10% ten opzichte van het jaar 2012 voor het proefgebied.
- Gestreefd wordt naar een totale hoeveelheid ongesorteerd huishoudelijk (grof) restafval van maximaal 20 kg per inwoner per jaar in 2020 ten opzichte van het jaar 2012 (circa 370 kg) met een minimum van 65% (politieke doelstelling) van 370 kg = 129,50 kg per inwoner per jaar.
- Inzicht in welke containerafstand voor de burger acceptabel is en maximaal bijdraagt aan gemak waarbij tevens wordt gekeken naar welke afstand leidt tot de meest efficiënte inzamellogistiek.
- Verkrijgen van inzicht in de maximale persbaarheid van de grondstoffen bij de verschillende inzamelvarianten in verband met de logistieke kosten (verlaging afvalstoffenheffing).
- Verkrijgen van inzicht op gemak: containerafstand, middelen in huis.
- Verkrijgen van inzicht op technische mogelijkheden.

6.4.2 Projectfasen en aanpak

Aanpak

De rode lijn van de strategie is de kracht van de burgers op elk moment te benutten door ruimte te geven aan hun wensen en ideeën en deze vervolgens ook in samenspraak met hen vanuit de gemeente te helpen invullen. Probleemhebbers, dwarsliggers en omdenkers worden als waardevolle gidsen beschouwd. Door co-creatie met proactieve burgers wordt samen gestreefd naar verbetering van ieders mogelijkheden bij het sorteren van afval naar grondstof. Successen worden samen gemaakt en gevierd. Iedereen is ambassadeur van het veldonderzoek.

De vervolgvraag is in welke mate het hiervoor geschetste proces van co-creatie noodzakelijk is om de doelstelling te behalen in de overige woongebieden van Amsterdam. Vanuit deze vraag is uit

workshops met uitvoerende, beleidsmakers en leidinggevendenden een volgende proefopstelling voortgekomen:

- Proefwijk 1: inzamelwijze wordt samen met bewoners ontwikkeld.
 Proefwijk 2: In deze proefwijk wordt onderzocht in welke mate zij mee gaan in de aangedragen (technische) oplossingen; gemak en service uit proefwijk 1 of dat er aanpassingen nodig zijn en hoe de participatie er in proefwijk 2 uit ziet. Voorop gesteld dat de communicatie altijd per fase er anders uit zal zien.
 Proefwijk 3: referentiewijk: gestand houden huidige situatie, wel 0- en 1-meting (vb. A'dam-Oost of West).

Alle drie de proefwijken dienen voldoende op afstand van elkaar te worden gekozen. De uitwerking beperkt zich verder tot de aanpak voor proefwijk 1.

Projectfasen

Fase 1: Uit de comfortzone

Omdat de praktijk leert dat niemand uit vrije wil zal veranderen zonder noodzaak ("het gaat toch prima zo?") is voor het op gang krijgen van het co-creatieproces in proefwijk 1 een nieuw referentiekader noodzakelijk. Die noodzaak wordt geschapen door bij aanvang vanuit de gemeente een of enkele "snelle winstpakkers" (interventies) in te voeren. Beoogd wordt hiermee deelnemers uit hun comfortzone te halen. Daarnaast wordt een 0 meting gehouden op de technische aspecten (inzicht volume en gescheiden fracties, samenstelling rest afval en beschrijving huidige situatie (loopafstand containers e.d)).

Fase 2: Samenwerking realiseren

Als de burgers vervolgens nadrukkelijk wordt gevraagd mee te praten over verbetering, dan zal naar verwachting een proactieve groep opstaan die vervolgens de brugfunctie vervult tussen gemeente en overige bewoners uit dezelfde proefwijk. Het proces wat "van onderop" hieruit volgt dient door de gemeente te worden gestimuleerd, gefaciliteerd. De gemeente begeleidt het zoekproces naar mogelijkheden. De gemeente moet daarbij kunnen waarmaken waar zij in toestemt en wat zij zelf voorstelt. Omdat service en gemak voorop staan wordt de combinatie gezocht naar verbeteringen (hulp bieden) in huis bij de bewoners, en verbeteringen op straat met betrekking tot het inzamelsysteem. In deze tweede fase wordt de samen bedachte oplossing uitgetoetst en op basis van gezamenlijke tussentijdse bevindingen bijgesteld. Het eindresultaat van fase twee is een oplossing die rijp is om in een tweede proefwijk getest te worden.

Fase 3: Op basis van de door de bewoners uit proefgebied 1 aangedragen aanbevelingen uitrol naar proefwijk 2

In het eerste veldonderzoek wordt zwaar ingestoken op co creatie en dat betekent veel overleg met bewoners. Een uitrol kan niet zonder informatievoorziening. Daarom wordt voorgesteld, bij succes, op basis van de opgedane ervaringen in proefwijk 1 en vooral de aanbevelingen die de bewoners uit proefwijk 1 meegeven (bijvoorbeeld op het vlak van communicatie) de uitrol naar proefwijk 2 vorm te geven. Doel van deze fase is te onderzoeken of zonder groot co-creatie proces met bewoners, maar wel middels de mede door bewoners uit proefwijk 1 ontwikkelde processtappen en communicatiemiddelen het inzamelsysteem geadopteerd wordt door de bewoners uit proefwijk 2.

6.4.3 Planning en processtappen

Voor het veldonderzoek is de volgende planning met processtappen opgesteld.

	okt	nov	dec	jan	feb	mrt	apr	mei
Start maatregelen		keuze						
Draagvlak								
Afvalproef			start					einde
Co-creatie voor bijstellen								
Evalueren en bijstellen								
Vervolg na afvalproef								keuze

Figuur 18: Planning en processtappen veldonderzoek

6.4.4 Afbakening en voorwaarden

Het veldonderzoek wordt als volgt afgebakend:

- de proefpopulaties worden beperkt tot een omvang van 350 tot 500 huishoudens in één proefgebied. Een proef met deze omvang kan beleidsmatig, uitvoeringstechnisch en onderzoekstechnisch zo veel als mogelijk met eigen middelen worden uitgevoerd binnen het huidige budget
- afval van ondernemers wordt niet in dit veldonderzoek betrokken, tenzij de ondernemers al gebruik maken van de gemeentelijke inzamelstructuur
- de looptijd van het veldonderzoek wordt vooralsnog beperkt tot zes maanden. De kosten van het veldonderzoek mogen niet meer dan € 130.000,- bedragen

Voorts worden de volgende voorwaarden aan het veldonderzoek verbonden:

- voldoende draagvlak bij de proefpopulatie en de stadsdeelraad
- geen investeringen in duurzame kapitaalgoederen voor tijdelijk gebruik
- geen afhankelijkheid van andere initiatieven wanneer de doorlooptijd dit niet toestaat

6.4.5 Risico's

De risico's lopen uiteen van onvoldoende draagvlak tot een onvoorziene wijziging van regelgeving. Geldgebrek, een onverwacht verloop, (sub)culturele problemen, verschuiving van afval naar de milieustraat, afvaltoerisme, dump, slechte service, burgerprotest / verlies aan kritisch draagvlak, mengen van gesorteerd materiaal met (ongesorteerd) restafval, gewijzigde regelgeving kunnen separaat of in combinatie in meer of mindere mate een risico vormen.

7 Proces en resultaten veldonderzoek

7.1 Intern verbinding maken: stuurgroep, werkgroep en overige “ambtelijke spelers”

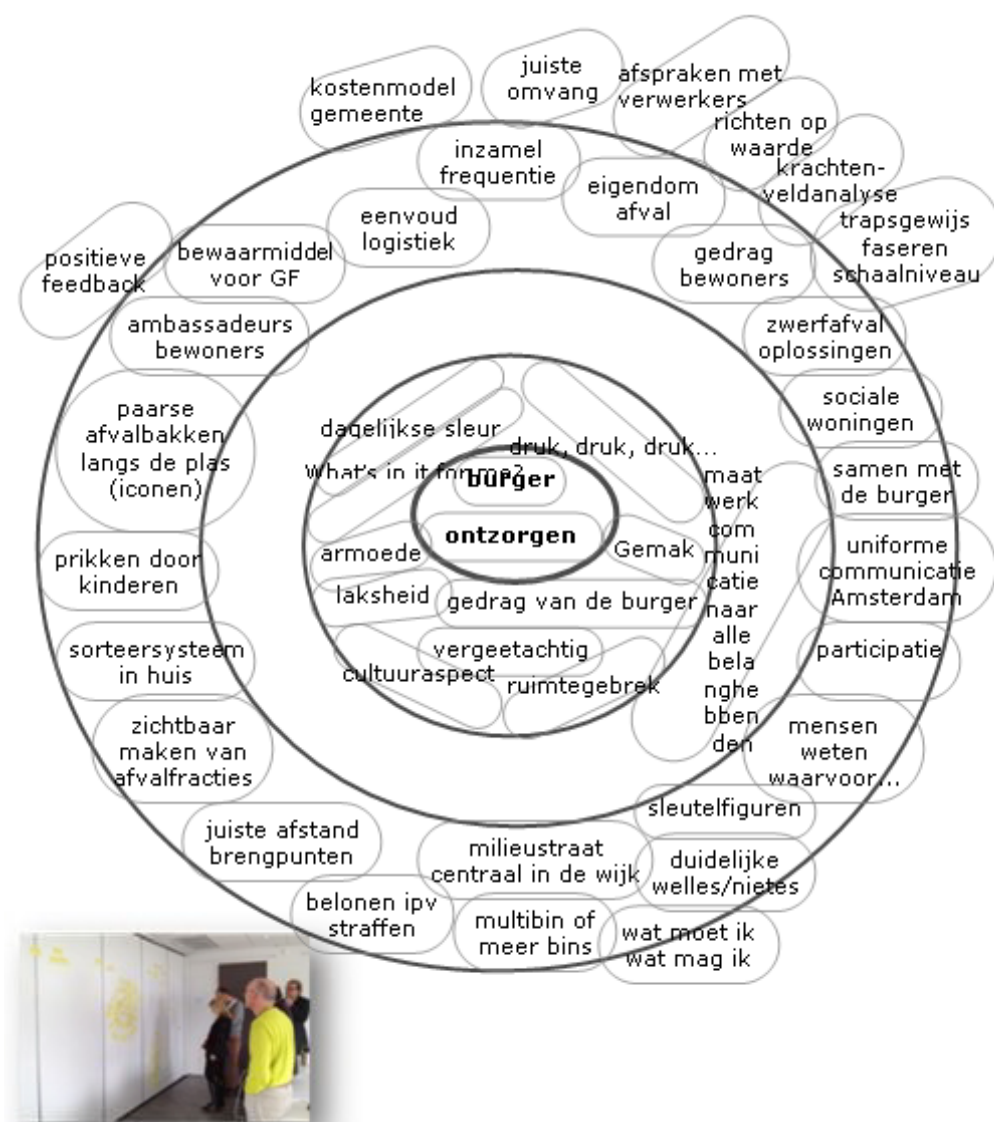
Bij aanvang, in september, heeft allereerst een intern samenzijn plaatsgevonden om iedereen te “verbinden” aan het veldonderzoek. De bijeenkomsten waren bedoeld voor de stuurgroep, de projectgroep, en overige “ambtelijke” spelers die vanuit de zijlijn betrokken zijn bij het onderzoek. Onder begeleiding van OnsBuro hebben deze sessies plaatsgevonden onder de noemer “hemel en aarde” en de “cirkel van invloed”. In de sessie ‘hemel en aarde’ is de invalshoek gekozen met de burger als vertrekpunt en centraal gesteld (aarde). Vanuit diens behoeften dient de keten met factoren en actoren te worden uitgewerkt naar het hoogste doel (hemel). De opbrengsten van deze sessie is schematisch weergegeven.

HEMEL			
participatie		aansluiten bij G4	
leading by example	sorteersysteem in huis	juiste afstand brengpunten	
positieve feedback	schoon, heel en veilig	gedrag bewoners	belonen ipv straffen
samen met de burger	bewoners ambassadeurs	mensen weten waarvoor ze het doen	resultaten terugkoppelen
trapsgewijs faseren	juiste schaalniveau	krachtenveldanalyse	richten op waarde
prikken door kinderen	juiste omvang	uniforme communicatie A'dam	afspraken met verwerkers
zwerfvuil oplossingen			ketenregie
		maatwerk communicatie belanghebbenden	
ruimtegebruik in huis	robuust, "fool-proof"		
zwerfvuil	kosten/baten proef	milieustraat centraal in wijk	huish. "fijn" afval
cultuuraspecten	inzicht kosten proef	eenvoudige logistiek	kwaliteit van de grondstoffen
	geld	inzamelfrequentie	grinder
sociale woningen	bestuurlijk commitment	inzamelvoertuig techniek	bewaarmiddel voor GF
	monitoring 0 en 1	vaardigheden / materieel	multibin of meerdere bins
	bijsturen	de mannen van de inzameling	dagelijkse beslommeringe
schone open watersystemen	wat met resultaten doen	welke afvalfracties	gedragscomponent burgers
armoede	gebied afbakenen	capaciteit proces en uitvoering	laksheid
	doorlooptijd	juiste mensen aan het werk	
AARDE			



Figuur 19: Afbeelding en foto 1: resultaat „hemel en aarde”, ambtelijke strategiesessies

Daarnaast zijn middels de andere sessie “cirkel van invloed” de bepalende factoren en actoren vanuit de beïnvloedingssfeer gezien voor het maximaal motiveren van een burger binnen de samenhang van „cirkels”.



Figuur 20: Afbeelding en foto 2: resultaat „Cirkel van Invloed”, ambtelijke strategiesessies

De opkomst bij de eerste sessie ‘hemel en aarde’ was minimaal. De op hand zijnde organisatieverandering binnen de gemeente Amsterdam was daar voornamelijk de oorzaak van. Een groot deel van de genodigden werd geconfronteerd met andere verplichtingen. Om die reden is besloten een tweede sessie ‘cirkel van invloed’ te houden omdat het belangrijk is dat iedereen verbinding krijgt met het veldonderzoek.

Resultaat

De opbrengsten van beide sessies lagen in elkaars verlengde en iedereen heeft de aanpak zoals beschreven in de opzet van het veldonderzoek omarmd, waarmee de verbinding werd gerealiseerd.

7.2 Proces co-creatie

Start proces

Het projectteam “Slim Gaasperdam” heeft op 30 oktober 2014 een voorlichtingsavond voor de bewoners uit dit gebied gehouden in het kader van duurzaamheid. Gevraagd werd of een presentatie gehouden kon worden over het veldonderzoek, omdat dit aansluit op het duurzaamheidsthema en de bewoners op die manier alvast geïnformeerd zouden worden over de op handen zijnde uitvoering hiervan. Tijdens deze bijeenkomst - die druk bezocht was - hebben vijf bewoners uit het proefgebied zich aangemeld om mee te denken in de klankbordgroep.

Op verzoek van deze vijf bewoners is in december een informatiebijeenkomst gehouden voor de bewoners in het proefgebied. Doel van deze bijeenkomst was - naast informatie-uitwisseling over het op handen zijnde veldonderzoek - meer bewoners te betrekken bij de klankbordgroep. De uitnodiging en de locatie voor deze informatiebijeenkomst zijn in samenspraak met de vijf bewoners uit de klankbordgroep opgesteld en bepaald (bijlage 2).

Resultaat

Er zijn relatief weinig inwoners opgestaan om een representatieve co-creatie te laten plaatsvinden.

Ophalen behoeften

Met de klankbordgroep zijn twee bijeenkomsten (bijlage 3: verslag klankbordgroep) gehouden om de behoeften en wensen op te halen. De eerste bijeenkomst had als doel om het veldonderzoek te delen en een eerste aanzet te doen naar wat de bewoners belangrijke aspecten in de dienstverlening vinden. Dit gebeurde met een kaartspel. De klankbordgroepleden moesten kaarten uitzoeken die gingen over het aantal keer per week/maand inzamelen per soort afval en andere aspecten die daar bij komen kijken. Het kaartspel is ontwikkeld door “OnsBuro”. Het totaal aan kaarten maakte zichtbaar welke dienstverlening wenselijk was. Met de verschillende kaarten kreeg de klankbordgroep inzicht in de verschillende mogelijkheden van dienstverlening. Wat daarbij direct opviel was enerzijds dat zij het afval snel uit huis wilden organiseren en anderzijds financiële overwegingen een onderschikte rol speelden. Wat ook opviel was dat zij oprecht zochten naar mogelijkheden om zoveel mogelijk bij te kunnen dragen aan het milieu en dus hergebruik van grondstoffen.

Omdat in deze wijk op dit ogenblik het restafval met verzamelcontainers wordt ingezameld is de mogelijkheid om het afval snel uit huis te organiseren al aanwezig. Een verzamelcontainer is een 4kubs container die overwegend in de straat zelf staat met een reikwijdte van tussen de 1-op-40 tot 80 huishoudens. Veel waardevolle grondstoffen (recyclables) verdwijnen echter ook daarin omdat de huidige grondstoffencontainers op grote afstand staan (papier en glas bij uiteinde van de wijk: variërend van 100 tot ruim een kilometer; textiel en plastic vaak alleen bij de winkelcentra). De bewoners gaven aan dat ze geen zin hebben om daar iedere keer naar toe te gaan óf dat ze de hoeveelheid te weinig vinden om daarvoor die afstand af te leggen, maar het toch niet in huis willen opslaan.

Resultaat

- De behoefte is om op elk gewenst moment, buiten de deur, het afval op korte afstand kwijt te kunnen (omdat er geen ruimte in huis is en men wil geen (kans op) stankoverlast).
- De behoefte is recyclables dicht bij huis, maar men wil geen straat vol containers

Informerende technische mogelijkheden

In een derde sessie (verslag klankbordgroep bijlage 3) is uitleg gegeven over de behaalde resultaten met verschillende (inzamel)systemen in zowel Nederland als in andere landen (technische mogelijkheden). In deze uitleg is ook het concept van de inzameling met de Multicontainer en gekleurde zakken gepresenteerd. Tijdens vooronderzoek over technische mogelijkheden is de Osloose methode met ‘zakjes’-inzameling ontdekt. Er zijn hierover geen rapportages of targets of resultaten beschikbaar (noot: en daarom niet beschikbaar voor het veldonderzoeken hoofdstuk in dit rapport). Informatie is in Oslo opgehaald en naar eigen inzichten ingericht voor de proefwijk door de klankbordgroep. De klankbordgroep was direct enthousiast over dit concept. Daaropvolgend is vooral doorgesproken over de wijze waarop de klankbordgroep hier invulling aan zou willen geven. De discussie ging over:

- welke grondstoffen kunnen wel en niet bij elkaar
- aanvullend nog een aparte “spullenzak” te creëren
- kleur en volume van zakken
- plaats van de multicontainers

- het aantal containers

Resultaat

De klankbordgroep was zeer gecharmeerd van het gekleurde zakjes systeem naar Noors voorbeeld en had een sterke voorkeur (willen eigenlijk al niet anders meer) voor inzameling met de multicontainer. Over de aanvullende zaken zoals aantallen containers, afstand, variatie aan in te zamelen fracties en wat wel/niet bij elkaar kan zijn is met de kennis van gemeente tot een gezamenlijke invulling gekomen.

Extra interventie om klankbordgroep uit te breiden

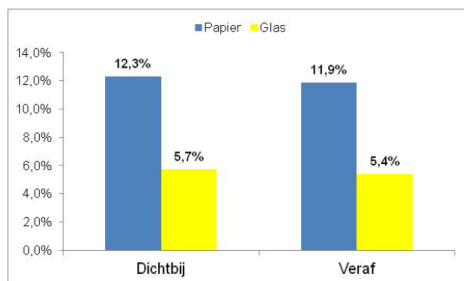
Gezien de onderbezetting van bewoners in de klankbordgroep en het streven naar een meer representatief aantal van minimaal 10 bewoners is contact gezocht met het buurtvrouwennetwerk. Tegen een vergoeding heeft de trekker van dit netwerk een nieuwe informatiebijeenkomst belegd (bijlage 4, uitnodiging). Om de genodigden te verleiden naar deze informatiebijeenkomst te komen was een warme maaltijd geregeld. Dit heeft geleid tot een opkomst van 20 bewoners. De opbrengst was een voorbereiding van twee bewoners in de klankbordgroep. Er zijn hierna geen andere interventies meer gehouden om het aantal klankbordgroepleden te verhogen naar een representatief aantal.

Resultaat

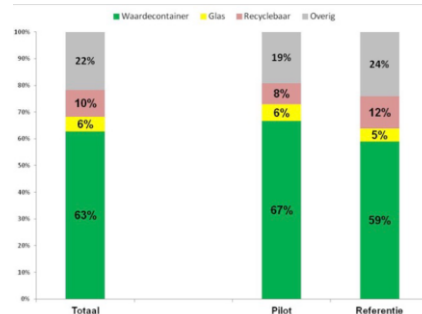
Door extra interventie via het buurtvrouwennetwerk sloten twee bewoners aan bij de klankbordgroep. De interventievorm is onvoldoende om tot een representatief aantal deelnemers in de klankbordgroep te komen.

7.3 0-meting

Een week voor aanvang van de start van de nieuwe inzamelwijze is een 0 meting gehouden. Dit zijn 'hard' te meten kilo's afval. Gemeten is het huidige scheidingspercentage voor verscheidene fracties en het potentieel dat in het restafval aanwezig is (dit gebeurt met de zogeheten sorteeraanlyse) Daarmee is de uitgangssituatie bekend (bijlage 8)



Figuur 21: Uitgangssituatie
17% afvalscheiding op papier en glas.



Figuur 22: potentieel te scheiden waardevolle fracties uit restafval:
groen: waardecontainer, geel: glas, roze: recyclebaar, grijs: rest.
Totaal potentieel 81% recyclables

Resultaat

De huidige scheidingspercentages (10% gemiddeld) van het stadsdeel en apart van het proefgebied alsmede informatie over het aanwezige potentieel aan recyclables in de restzak (73%) in het proefgebied zijn uitgangspunt bij het monitoren van het effect van de gemaakte (technische) keuzen. Er zijn geen gegevens verzameld aan de 'zachte' (sociale) kant zoals overwegingen van bewoners om mee te werken aan de proef.

7.4 Start nieuwe werkwijze

De klankbordgroep heeft actief meegedacht over de container, de plaats van de container, de zakken, het startpakket, informatie voor de website en de feestelijke aftrap. Met die opbrengsten is op 30 mei de proef van start gegaan. Bij de feestelijke start waren ongeveer 20 bewoners aanwezig. Er was gezorgd voor een drankje en een hapje en in stijl van het stadsdeel was een brassband aanwezig om door de straten de bewoners attent te maken op het feest. Daarnaast is door de portefeuillehouder Vyent een publiekelijk pleidooi gehouden voor het scheiden en deelname aan de proef (bijlage 7 A startpakket en B sfeerimpressie feestelijke start)

Resultaat

In co-creatie met bewoners over diverse aspecten van de proef alsook over de vorm van de kickoff (communicatie) kon de proef eind mei starten.

7.5 Tussenmeting inclusief enquêteren bewoners proefgebied

Wekelijks is de inhoud van de waardecontainers naar het afvalpunt gebracht waar de zakken zijn gesorteerd op kleur en de inhoud is gecheckt op juiste samenstelling en vervuiling. De resultaten hiervan zijn opgenomen in de rapportage 0 en tussenmeting (bijlage 8). In de rapportage (waarvan het belangrijkste deel in de bijlage is opgenomen) wordt de lezer meegenomen in de scheidingsresultaten per fractie, wat uiteindelijk is vertaald naar een gemiddelde scheidingspercentage en deelname. Deze overall informatie is voor dit onderzoek relevant.

Uit de meting blijkt dat de resultaten qua scheidingspercentage tegen vallen. Het percentage gescheiden grondstoffen is gemiddeld 16% en daarmee slechts 6% toegenomen ten opzichte van de 0 meting. Gevoeglijk is hieruit op te maken dat de deelname aan de proef zeer laag is. Er blijkt geen representatieve deelname uit de proefwijkpopulatie (425 huishoudens).

Bij de tussenmeting zijn interviews met bewoners gehouden om te achterhalen waarom deelname zo sterk achterblijft om aan de hand daarvan interventies te kunnen bedenken en te kunnen bijsturen. Edoch het bleek dat maar weinig bewoners bereid waren om een gesprek hierover aan te gaan. Velen wilden niet eens de deur opendoen of deden direct de deur weer dicht nadat het doel bekend was. De bewoners die wel bereid waren voor een vraaggesprek over het onderwerp, gaven aan dat zij blij waren met het dichtbij aanwezig zijn van de inzamelmiddelen (gemak) maar de gekleurde zakken in huis veel gedoe te vinden.

Resultaat

De nieuwe inzamelmethode laat een positief resultaat zien maar voldoet bij lange na niet aan de gestelde verwachtingen en harde scheidingsdoelstellingen. Daarentegen lijkt het erop dat zeer weinig huishoudens een toename van 6% leveren aan het collectief. Dit roept de vraag op wat het scheidingspercentage van de deelnemende huishoudens zelf is, en wat de impact is van de bronscheiding handelwijzen in dit huishouden.

7.6 Nieuwe interventies aanspreken bewoners proefgebied

Om meer bewoners te verleiden tot deelname aan de proef heeft de klankbordgroep enkele interventies bedacht. Zo loopt nu een middag per week een actief aanspreekpunt in de wijk, die bewoners aanspreekt om voorlichting te geven. Resultaten van deze interventies zijn – bij het opleveren van dit rapport - nog niet gemeten. Wel hebben enkele bewoners zich bereid verklaard alsnog mee te willen werken aan de proef.

Resultaat

De lage deelname aan de proef heeft geleid tot initiatieven om bewoners actief te benaderen. De interventies zijn zoveel mogelijk gericht op persoonlijk contact en het verleiden (positieve framing) tot deelname. De effecten en inhoudelijke informatie van de interventies zijn op moment van schrijven van dit rapport niet bekend.

8 De geleerde lessen

8.1 Ambtelijke samenwerking

Omgevingsinvloeden

In eerste instantie ging de stuurgroep en de projectorganisatie vlot van start. De opzet van het veldonderzoek werd doorgesproken en ook wat een ieders rol daarin zou zijn.

Door de op handen zijnde reorganisatie van de stad Amsterdam hadden in deze eerste maanden veel personen op cruciale plekken voor dit onderzoek andere belangen. De inzet die nodig was om het veldonderzoek van de grond te krijgen werd daardoor niet of onvoldoende geleverd. Dit speelde in de stuurgroep, de projectgroep maar ook in de organisatie daaromheen. In de stuurgroep zijn diverse gesprekken gevoerd over hoe dit proces doorbroken en opnieuw vormgegeven kon worden.

In januari zijn ook veel betrokkenen overgeplaatst naar andere fysieke werkplekken binnen de gemeente Amsterdam (centralisatie) of hebben al dan niet uit eigen overweging voor een andere baan gekozen. Dit heeft gedurende de eerste maanden van fase 1 voor veel vertraging gezorgd.

Binnen het stadsdeel Zuidoost ontstond ook verwarring over wie nu waarvoor verantwoordelijk was inzake de proef. Dit had een negatief effect op de voortgang van de proef. Door interventie van de regiegroep is een nieuwe coördinator aangewezen. Deze actie heeft er uiteindelijk toe geleid dat het stadsdeel haar rol heeft opgepakt en er met nieuwe energie gewerkt is aan de voorbereidingen die noodzakelijk waren om van start te gaan. Daarmee was de continuïteit weer gewaarborgd.

Tot slot diende zich in januari nog een ander spannend moment aan: één van de partners (het Afvalenergiebedrijf) probeerde dusdanig op het onderzoek in te breken dat de opdracht bijna terug is gegeven. Het afvalenergiebedrijf wilde - in tegenstelling tot de opzet van het onderzoek om te kiezen voor de weg van co-creatie - dat er één systeem in de proefwijk werd neergezet om te worden uitgetest. Zij hadden de overtuiging dat het door hen gekozen systeem het beste systeem was (in casu: vooral voor de bedrijfsvoering van deze organisatie zelf) en zouden gebaat zijn met het op korte termijn ophalen van resultaten daarvan. Ook hier heeft de regiegroep geïntervenieerd met als resultaat dat het veldonderzoek conform de opzet verder uitgevoerd kon worden.

Samenwerking opdrachtgever (regiegroep; later Afval Regie Orgaan: ARO)

Een aantal malen in het proces is opgeschaald naar de regiegroep. Het was lastig om snel contact te krijgen met de regiegroep. Ook het aanleveren van rapportages inclusief vraagstelling om zaken opgelost te krijgen hielp niet, omdat het of niet werd behandeld wegens een drukke agenda of omdat de regiegroep überhaupt niet bij elkaar kwam/kon komen. De problemen die zijn voorgelegd waren onder meer: het niet loskomen van de gevraagde ondersteuning bij het stadsdeel en het vertrek van leden uit de stuurgroep waarvoor vervanging nodig was. De eerder beschreven reorganisatie van de stad en het verschuiven van mensen speelde daarin een rol waardoor er soms weken verloren gingen voordat de opdrachtgever haar rol pakte om haar invloed uit te oefenen op betrokken organisatie onderdelen.

Uiteindelijk is het de opdrachtgever wel gelukt om de benodigde beslissingen te nemen en/of organisatie onderdelen aan te spreken waardoor het veldonderzoek door kon gaan. Voorbeeld communicatie richting regiegroep is opgenomen in bijlage 5.

Samenwerking stuurgroep

In de stuurgroep verliep de samenwerking constructief. Er zijn goede discussies gevoerd en de stuurgroepleden hielden elkaar scherp. In de stuurgroep waren verschillende kleuren van De Caluwé vertegenwoordigd. Dit werkte goed omdat de verschillende belangen vanuit verschillende perspectieven zijn aangevlogen en behandeld. Van pragmatisch (to do lijst afvinken), tot behouden en betrekken van het lokale politiek speelveld bij de opgelopen vertraging tot het vasthouden aan het belang van samenwerking en de grootst mogelijke invloed door bewoners. Wel was het meerdere malen nodig om het proces van co-creatie met bewoners te bewaken. De valkuil om zelf te verzinnen hoe verder te gaan of wat kon worden voorgeschoteld lag continu op de loer. Voor een ambtelijke project dat zo afwijkt van een werkwijze die deze ambtelijke doelgroep normaal bezigt, is het goed geweest om een stuurgroep lid (in dit geval de ingehuurd projectleider) aan boord te hebben die dit continu heeft bewaakt. In bijlage 6 is een verslag van de stuurgroep opgenomen.

Samenwerking projectgroep

Het aanhaken en betrokken houden van de projectgroep is lastig geweest. Aan de ene kant omdat de daadwerkelijke fysieke uitvoering langer op zich heeft laten wachten, maar ook omdat deze groep het meeste last heeft gehad van wisselingen en vertrek van collega – projectgroepleden.

Ook het vertrek van een stuurgroeplid dat leiding gaf aan de fysieke uitvoering in deze organisatie (en daarmee borg stond voor het tot stand komen van de fysieke uitvoering en het bewaken, naast de projectleider, van de regeldingetjes voor het veldonderzoek) verliep de samenwerking en uitwerking van de vragen aan de projectgroep stroef. Het ontbreken van een eenduidige interne aansturing maakte dat zij zoekende waren: 'Wie geeft mij nou opdracht waarvoor en wat wordt er eigenlijk van mij verwacht?' Nadat dit in februari door het stadsdeel opnieuw is opgepakt is de samenwerking goed verlopen en zijn gevraagde zaken geregeld.

Lessen

- In de voorbereidende sfeer hadden we betere afspraken moeten maken (zeker met betrekking tot de werkgroep, wie wat zou oppakken en wat ieders verantwoordelijkheid daarin was).
- Een veldonderzoek starten terwijl de gehele Amsterdamse organisatie op z'n kop staat vanwege de op handen zijnde reorganisatie is geen gunstig moment. Als we toch al zo lang met deze vraag zitten had het wellicht zinvoller geweest om het veldonderzoek een jaar op te schorten.
- We wisten dat de reorganisatie eraan kwam en hadden beter en breder moeten schakelen om inzet van medewerkers te waarborgen.
- Het opschakelen naar de opdrachtgever (de regiegroep afval) was noodzakelijk en heeft (soms met vertraging) goed gewerkt.
- Het bleek een goede keuze om expliciet één persoon in te huren gericht op samenwerking (met name met bewoners) en die dit ook gedurende het gehele proces heeft bewaakt en actief heeft bijgestuurd. Ook viel op dat de stuurgroep een bijna natuurlijke kleur-/rolverdeling had. Kortom het model van De Caluwé heeft zich hier bewezen.

8.2 Samenwerking met bewoners: uitgaan van negatieve vraag

Door de medewerkers van het project "Slim Gaasperdam" werden we geïnformeerd dat er op 30 oktober een voorlichtingsavond zou plaatsvinden in het kader van duurzaamheid. Gevraagd werd of we daar ook een presentatie konden houden over het veldonderzoek. Tijdens deze bijeenkomst, die druk bezocht was, hebben vijf bewoners uit de T-buurt zich aangemeld om mee te denken in de klankbordgroep. Met deze vijf bewoners is gesproken en zij vonden het waardevol om in november een informatiebijeenkomst te houden voor de bewoners in het proefgebied. Doel dat zij voor ogen hadden was het informeren van de bewoners uit het proefgebied en te kijken of er meer bewoners in de klankbordgroep wilden participeren. De uitnodiging en de locatie voor deze informatiebijeenkomst zijn vervolgens in samenspraak met de deze vijf bewoners bepaald.

Op 3 december was de informatiebijeenkomst. Het was guur en koud deze avond, wat een oorzaak zou kunnen zijn voor de bedroevende opkomst. Vier nieuwe bewoners naast één uit de net opgerichte klankbordgroep van vijf bewoners. Met deze groep is een aantal bijeenkomsten gehouden om te behoeften in kaart te brengen.

Getracht is om meer bewoners te werven. Gezocht is naar plaatselijke "helden". Een actieve buurtbewoonster met een "buurtvrouwennetwerk" heeft (tegen een vergoeding) gelobbyd bij bewoners en een tweede informatieavond georganiseerd. Dit heeft nog twee klankbordgroepleden opgeleverd. De samenwerking met deze bewoners is prettig verlopen en heeft geleid tot diverse gezamenlijke keuzes waarbij opgemerkt wordt dat bewoners zich ook goed verplaatsten in de mogelijkheden en vraagstukken rondom inzameling van de organisatie. .

Lessen

- Het werven van bewoners om daadwerkelijk te participeren bij de voorbereidingen en aanpak van het veldonderzoek is moeizaam. Ervaring van de gemeenten bij navraag met bewoners is, dat bewoners pas willen participeren, van zich laten horen op het moment dat zij het ergens niet mee eens zijn, of een bedreiging zien in plannen of ideeën of een situatie rondom hun woning, straat, buurt of wijk. Anders is het: "we zien wel", "ik hoor het wel" of "het maakt met niet uit". Dat maakt het ongelooflijk belangrijk om met deze negatieve vraag verder te onderzoeken op welke wijze we bewoners wel kunnen activeren.
- Co-creatie is (summier) ontstaan. De bewoners die hebben geparticipeerd hebben maximale invloed gehad en zijn, net als de organisatie, erg tevreden hierover.

8.3 Vooronderzoek/DESTEP analyse

Eind juli 2014 is akkoord en budget verkregen op het plan van aanpak voor het veldonderzoek. Omwille van de tijd en vooruitlopend op deze besluitvorming was vóór die tijd het vooronderzoek al gestart. Op advies van de gebieds specialist van het stadsdeel Zuidoost én het projectteam 'Slim Gaasperdam' dat de focus heeft op duurzaamheidsinitiatieven in deze wijk, was een proefgebied uitgezocht dat aan de voorwaarden zoals gesteld voldeed.

In oktober heeft de stuurgroep een bezoek gebracht aan het gekozen proefgebied en nam waar dat het er wel heel erg armoedig uitzag (geen gordijnen maar kranten voor de ramen e.d.). Ook kwamen andere signalen binnen dat het gekozen proefgebied in de gekozen wijk net het verkeerde stuk was. Om die reden heeft een verdiepingsonderzoek plaats gevonden en is besloten om wel in dezelfde wijk een ander proefgebied aan te wijzen op basis van meer informatie. Echter ook gedurende de voorbereiding met deze bewoners kwamen wederom signalen binnen dat er binnen de wijk armoede, illegale bewoning en een grote groep Ghanezen woonachtig was. Daar is wederom op nagevraagd maar het signaal werd ontkracht door verschillende bewoners, de woningcorporatie en het stadsdeel. Om die reden is besloten toch de proef in dit gebied plaats te laten vinden. Nadat de proef een maand bezig was, kwamen deze signalen toch weer hardnekkig naar voren. De uitdaging was vanaf dat moment om toch te zoeken naar de wijze om prikkels af te geven waardoor bewoners wel gestimuleerd worden om aan de nieuwe werkwijze deel te nemen danwel input te geven op gewenste aanpassingen.

Lessen

- Het belang van een goede DESTEP analyse is groot. Ga niet alleen op de cijfers af, maar ga ook kijken en eigen indrukken opdoen en verifiëren of de "cijfers" in beeld en beleving overeenkomen met wat wordt waargenomen.
- Bij enige twijfel is het nog belangrijker om nader onderzoek te doen. Vooral omdat 'helden' en 'ambassadeurs' voor een onderzoek als deze echt nodig zijn! En deze zijn lastiger te vinden als de bewoners al genoeg andere zorgen hebben die belangrijker zijn.
- Zelfs als de stad een duurzaamheidsinitiatief heeft bedacht en daarmee aanstuurt op een bepaalde wijk moet een eigen gedegen vooronderzoek leidend zijn.

8.4 Perceived Risk: welke overwegingen zijn van belang in de nieuwe dienstverlening?

In de gesprekken met bewoners zijn de Perceived Risks besproken. Wat weegt voor hen het zwaarst en op welke wijze zou dat ingezet kunnen worden in de nieuwe dienstverlening? De multi container werd vooral omarmd omdat het scheiden makkelijker werd door de containers die veel dicht bij huis kwamen te staan. De puzzel heeft zich in de klankbordgroep dan ook het meest gericht op de grootte/sterkte/wijze van dichtmaken/kleur van de zakken en hoe ze dat in huis het beste konden organiseren. De feedback die is ontvangen nadat het systeem een maand in gebruik was genomen kwam daar voor een groot deel ook op neer. Positief: dicht bij huis. Negatief: gedoe met verschillende kleuren zakken in huis. Ook zijn signalen binnen gekomen via de buurtconciërge van de woningcorporatie dat bewoners aangaven zich af te vragen wat er voor hen inzat en dat dat wel degelijk financieel gekleurd was. Dat levert op de Perceived Risk de volgende inzichten:

financieel	wisselend van zeer tot niet belangrijk
functioneel	vooral dicht bij huis en het moet makkelijk zijn
fysiek	het moet goed werken en de inzamelmiddelen moeten er schoon en uitnodigend uitzien. Ook mag het geen gevaar opleveren door bijvoorbeeld disfunctionerende kleppen waardoor je met je handen ergens tussen zou kunnen komen.
sociaal	minder belangrijk
psychologisch	geen doorzichtige zakken (niemand hoeft te zien wat erin zit) en wederom het moet makkelijk zijn
levensstijl	makkelijk, makkelijk, makkelijk dus dichtbij maar liefst geen gedoe met verschillende kleuren zakken en zakken moeten qua grootte, sterke e.d. goed zijn
tijd	moet geen moeite en dus ook niet veel tijd kosten
milieuonzekerheid	dragen graag bij aan goed milieu maar is ondergeschikt aan gemak

Lessen

- De zoektocht zal zich verder moeten richten op welk beloningsstelsel per gebied of op individueel niveau nu het beste werkt. Er is geen eenduidig beeld verkregen op de behoefte/wens op dit gebied
- Het inzamelstelsel moet maximaal inspelen op gemak en bij voorkeur zo dichtbij mogelijk bij huis georganiseerd worden
- Inzamelzakken dienen van de juiste grootte/sterkte/kleur (afhankelijk van het soort grondstof) te zijn en op eenvoudige wijze dicht te maken
- De vraag is of bewoners überhaupt wel gecharmeerd zijn van het gekleurde zakken stelsel, wat betekent dat de gemeente er goed aan doet om in een nieuw meer passend gebied een co-creatie traject op te starten.

9 Genereren van alternatieven

Met de opbrengsten van het onderzoek zijn alternatieven in kaart gebracht.

Bronscheiding	1 afvalstroom (per zak) per container
Multicontainer nasorteren	afvalstroom per zak gescheiden in 1 container waar na inzameling de zakken worden nagesorteerd
Multicontainer; nascheiden	afvalstromen gecombineerd in zakken waar na inzameling samengestelde zak wordt nagescheiden
Kleuren betekenis	Geel: glas, blauw: papier, Oranje: plastic/kunststoffen, groen: groente en fruit, wit: textiel en "spullen" zoals klein elektrisch afval, grijs: rest afval

	Variant 1	Variant 2	Variant 3	Variant 4
Bronscheiding	Alle afval scheiden aan de bron	Glas & Rest	Glas, Papier, GF en Textiel	Glas
Multicontainer nasorteren	-	Papier, kunststof GF en textiel	-	Papier, GF en textiel
Multicontainer nascheiden	-	-	Rest en kunststof	Rest en kunststof
Max. waarde	++	+	-	-
Bewoners				
Afstand container	++	+	-	+
Minder wagens door straat	-/+	+	-/+	+
Minder gedoe in huis	++	-	+	-/+
Kost minder tijd	-	-/+	-/+	-/+
Politiek				
Beslag Openbare Ruimte	-	+	-	+
Kosten	-	+	-	+
% afval scheiden	NB	NB	NB	NB
Communicatie				
	• Infokaart • Flyers • Feedbackkaart • Doorstepping	• Infokaart • Feedbackkaart • Max inzet sociale media • Media Inzet uitleg wat er met de grondstoffen gebeurt • Educatie onderwijs scholen • integreren voorbeeldgedrag in ned. (soop) series media (helden)	• Infokaart • Feedbackkaart • Max inzet sociale media • Educatie onderwijs scholen	• Infokaart • Feedbackkaart • Max inzet sociale media • Media Inzet uitleg wat er met de grondstoffen gebeurt • Educatie onderwijs scholen • integreren voorbeeldgedrag in ned. (soop) series media (helden)
Framing	A la Al Gore (wat als we niet..)	A la Al Gore (wat als we niet..) en Positief op meerwaarde	Positief op meerwaarde	
Belonings-prikkels				
	Beloning per waarde gewicht soort afval (individueel)	Wijkgerichte keuzes Zie variant 2/3/4 of anders zoals door bewoners gewenst	Beloning goed doel (collectief)	Beloning voor wijk (bv extra groen o.i.d.) (collectief)

Figuur 23: Morfologische tabel alternatieven nieuwe werkwijze

Geen keuze!

Gezien onderhavig onderzoek zou het vreemd zijn om hier definitief een keuze voor te stellen. Er is enigszins inzicht verkregen in de behoeften en wensen van bewoners. De resultaten op basis daarvan vragen echter om nieuw onderzoek. Persoonlijk (vooral gezien vanuit mijn eigen perspectief als bewoner van Amsterdam) heb ik een voorkeur voor variant 2. Ook de klankbordgroep heeft gedurende het onderzoek aangegeven een voorkeur voor deze variant te hebben. Nieuw onderzoek zal moeten uitwijzen of deze variant ook voor het merendeel van onze bewoners de oplossing biedt en tot de gewenste scheidingsresultaten leidt.

10 Advies voor de organisatie

In dit rapport heeft de vraag centraal gestaan welke methode of manier van aanpak noodzakelijk is om bewoners recyclebaar materiaal gescheiden te laten aanbieden. Op basis van theorieën en ervaringen in de praktijk is die vraag behandeld en zijn aanbevelingen gedaan. Om de proef op de som te nemen is een veldonderzoek gestart. De praktijk is ook hier weerbarstiger gebleken dan de theorie en het beoogde scheidingsresultaat is niet behaald. Maar het mooie is: er zijn diverse lessen geleerd. Zo kon worden geconstateerd dat met name in meer én mindere mate is afgeweken van de aanbevelingen. De oorzaak is te herleiden en te verklaren: de argumenten zijn mijns inziens echter niet plausibel genoeg om de aanbevelingen bij te stellen. Sterker: de ervaringen zijn van dien aard dat het de noodzaak aantoont om de gedane aanbevelingen nadrukkelijk op te volgen.

- Actief vooronderzoek (in eigen beheer) doen is essentieel
Bij het veldonderzoek is geen daadwerkelijk (eigen) vooronderzoek gehouden (bijvoorbeeld conform de DESTEP of vergelijkbare methode). De projectgroep heeft - op zoek naar een representatieve wijk/buurt en in contact met andere buurtprojecten (in dit geval Slim Gaasperdam) - zichzelf laten verleiden bij dit lopende project aan te sluiten. Hoewel de geformuleerde doelstellingen overeenkomsten vertoonden (duurzaamheid van de wijk), blijkt achteraf dat de inschattingen ten aanzien van voornamelijk de demografische, economische en sociale achtergrond van de bewoners toch niet voldeed aan de voor de proef gestelde eisen en normen op deze facetten. De wijk bleek derhalve geen afspiegeling te zijn van 'gemiddeld' Amsterdam. Deze wijk in Gaasperdam is meer een zogenaamde 'volgwijk' (dat wil zeggen: geen vernieuwingen starten, maar 'elders ervaren vernieuwingen kopiëren') dan een 'pionierswijk' waar het projectteam in deze fase juist behoefte aan had.
- Voorzie in de fase van het vooronderzoek wat je nodig hebt voor het onderzoek (randvoorwaarden)
Het is aan te bevelen tijdens het vooronderzoek de doelgroep zodanig samen te stellen dat een goed contact kan worden onderhouden in alle fasen van het onderzoek. De onderzoeksgroep (i.c. bewoners in het onderzoeksgebied) zijn de spil van het succes: zij moeten input geven op hun wensen, maar ook feedback kunnen en willen geven op de veranderende situaties. Ook bewoners die niet hebben meegedacht over (technische) mogelijkheden moeten openstaan voor het geven van informatie en hun ervaringen. Er moet voldoende feedback komen van een representatief aantal bewoners om beslissingen te kunnen nemen over doorgaan, bijstellen of misschien stoppen.
- Laat competenties van de project-contactpersoon aansluiten op de fase van het project
Een gebied waarin de gemeente vernieuwingen wil ontwikkelen en uitproberen (pionierswijk) vraagt om een actief contactpersoon die verbindingen kan leggen, uitbreiden en vasthouden. Een 'volgwijk' zal een andere benadering vragen en dus op haar beurt een ander type (kleur) contactpersoon behoeven. De Caluwé geeft hier een goede handreiking die bij de samenstelling van het projectteam voor elke fase kan worden gebruikt. De ervaringen uit het veldonderzoek bevestigen deze variabele.
- Trigger bewoners om te participeren en benut 'framing' als interventie-instrument
In het veldonderzoek zijn de voor gemeente conventionele interventies ingezet: bewonersavonden, het werven van enthousiaste bewoners tijdens (zulke) informatiebijeenkomsten. Met de (paar) geworven bewoners zijn in een klankbordgroep ideeën voor alternatieve inzameling uitgedacht. Behalve dat dit onterecht is gezien als co-creatie (i.c. participatie met bewoners) is met deze handelwijze voornamelijk in de valkuil gestapt van de conventionele gemeentelijke interventie waarbij enkelen (vanachter hun bureau) bepalen wat goed is voor anderen (ic "*wij weten wat goed is voor onze buren*"). Deze interventie is – voorspelbaar – géén interventie gebleken waarbij iets loskomt. Expliciet bij een grotere groep bewoners die zich – door de type interventie – daardoor genoodzaakt voelt in het verweer te komen en te participeren. Kortom: ga uit van de negatieve vraag, en ga niet denken voor anderen.
In feite moet zo'n 'trigger'-interventie de eerste opdracht zijn van de klankbordgroep. Kom niet met fysiek/technische oplossingen voor het probleem, maar: hoe kunnen we bewoners activeren? Goed gebruik maken van het instrument 'framing' naar voorbeeld van Al Gore. Dit instrument dient vakkundig te worden ingezet: de boodschap zowel positief als negatief dient wel op waarheid te

berusten. Want zodra zou blijken dat er iets niet klopt zullen de bewoners zich bedonderd voelen en volgen ongewenste tegenreacties.

- Wees zelfkritisch over de werkbaarheid van het bedachte systeem

De eerste tussen-onderzoeksresultaten zette vraagtekens bij de werkbaarheid van het bedachte systeem met de gekleurde zakken. De vraag rijst namelijk of deze oplossing een wezenlijke bijdrage levert aan het 'inhouse' aspect. Hoewel de gekleurde zakken een helpende hand bieden, blijken deze toch veel 'gedoe' op te leveren achter de voordeur: er lijkt geen gewenning te ontstaan (oude gewoonten vervangen voor nieuwe gewoonten). De zakken moeten een 'eigen' plekje krijgen ergens in huis wat niet wil lukken en bewoners zitten vooralsnog niet te wachten op (technische/fysieke) veranderingen in hun huis.

Uit de enquête komt naar voren dat men het scheiden van afval in de diverse gekleurde zakken als een drempel ervaart. Bewoners zoeken de technische oplossing buiten hun voordeur in de openbare ruimte: de diverse fracties dichtbij huis kunnen deponeren.

De projectgroep zal dit systeem op dit element nog eens goed moeten overwegen en zelfkritisch moeten zijn of continueren of zelfs doorontwikkeling een juiste keuze is. Dit is zeker niet haalbaar in de huidige proefwijk.

Het advies is om opnieuw te zoeken naar technische mogelijkheden en dan dichtbij huis (openbare ruimte). Vergroten van de fysieke afstand is verhoogde kans op vervuiling. Aandacht voor de minder goede ervaringen elders met het omgekeerd inzamelen (restafval op afstand, inzameling ontmoedigen) moet worden meegenomen.

- Laat toegewijde nieuwsgierige deelnemers in het projectteam participeren

Om het project in goede banen te leiden heeft de initiatiefnemer bij aanvang een projectteam samengesteld met vertegenwoordigers van de belangrijkste (interne) instanties. De beweegredenen, achtergrond en mate van enthousiasme en mate van deelname bleek bij elke deelnemer anders. Volle agenda's, beschikbare tijd, persoonlijke motivatie en energie en (eigen organisatie) belangen en vooral de ophanden zijnde organisatieveranderingen hebben invloed gehad op de snelheid en inhoudelijke ontwikkeling van het project. Hoewel dit een separate onderzoeksvraag is, lijken factoren als onafhankelijkheid achtergrond, inzet met toewijding, open vizier en nieuwsgierigheid een positieve bijdrage te leveren aan projecten waarbij nieuwe ontwikkelingen worden verwacht (pioniersrol).

De leerervaring van dit project is groot. Tot slot en bovenal wordt de stuurgroep geadviseerd om de leerpunten tot zich te nemen en het project in de huidige vorm in de T-buurt af te sluiten en opnieuw te beginnen. Er zijn teveel afwijkingen geconstateerd en bijstellingen –aangezien er teveel facetten niet voldoen aan de gestelde voorwaarden – zijn 'vlek-op-vlek' en zullen niet leiden tot gewenste stappen en resultaten.

Literatuurlijst

Literatuur

- Breedveld, W. D., *Wat burgers beweegt*. Hooiberg uitgeverij, Epe, 1993
- De Caluwé, L., & Vermaak, H.. *Leren veranderen: een handboek voor de veranderkundige*. Deventer: Kluwer 2006.
- Cornelissen J., *Corporate communications: theory and practice*, TJ International, Cornwall), 2004,
- Hofstede Geert, Hofstede Gert Jan, *Allemaal andersdenkenden, omgaan met cultuurverschillen*; Bussines contact ISBN 90 254 2681 6, 2005
- Kotler, Philip, Armstrong, Gary M., *Principles of Marketing*, Prentice Hall, 1996
- Kotler, Philip, Eduardo L., Roberto, *Sociale marketing*, het Spectrum ISBN 90 274 2488 9, 1989
- Kotter, J.P. ,*Leading Change*. Harvard Business School Press, Boston 1996
- Lewis R., *LMR model waarbij de wereld in 3 type culturele typen is onderverdeeld*. 1990
- Lovelock, Christopher, Wright Lauren, *Principles of Service Marketing and management*, ISBN 0-13-676875-x, 1999
- Opheij, Wifrid, Kaats, Edwin, *Leren Samenwerken Tussen Organisaties*, ISBN: 9789013118032, 2013
- Pol, L., Swankhuisen, C. D., Fennis, B. d. *Communicatie en gedragsbeïnvloeding (De effectieve manager)*. Alphen an den Rijn: Kluwer, 2002
- Verhage, Bronislaw, *Strategische Marketing. Analyse, planning & praktijk*,: Stenfert Kroese bv. Leiden. 1986
- Vries De, Wouter. jr., *Diensten marketing* ISBN 90207248 educatieve partners Nederland BV Houten, 1994
- Vries De, Wouter jr ,Van Helsdingen, *Dienstenmarketing Management*, Wolters-Noordhoff, Groningen, 2009
- Wennekers, Charlotte, *Digitale trends en ontwikkelingen in overheidscampagnes*. Den Haag: SDU Uitgeverij, 2008
- Woerkum, van C., Meegeren, van P. *Basisboek communicatie en verandering*. Amsterdam: uitgeverij Boom, 1999

Websites

- *Etnomarketing: Valkuilen van Etnomarketing*. (sd). downloaddatum 5 01, van Digitale professionals: <http://www.financieel-ondernemen.nl/artikelen/480/Etnomarketing-Valkuilen-van-Etnomarketing>
- *Etnomarketing: Wat u over etnomarketing moet weten*. (sd). downloaddatum 5 01, 2014, van Digitale professionals:
- Jong, de A. (1998). *recalemeland en cultuur*. downloaddatum 3 01, 2014, van Culturele Antropologie Utrecht , Cases : <http://www.fss.uu.nl/ca/cases/1998/case9830.htm>
- Nauheimer Holger (2009) <http://www.change-management-blog.com/2009/07/change-model-3-john-kotters-8-steps-of.html>, downloaddatum 11-11-2014
- Utrecht, G. (sd). www.interculturaliseren.be. downloaddatum 3 01, 2014, van Checklist communicatie en participatie allochtonen: http://www.interculturaliseren.be/fileadmin/user_upload/_temp_/Checklist_communicatie_allochtonen.pdf

Onderzoeken

- Crem adviesbureau 7 augustus 2008; bewonersonderzoek afvalscheiding in Oost-Watergraafsmeer
- Ferro 2014 Rapport pretest campagne afval scheiden werkt, wat haal jij eruit?
- O&S 2012: 2 meting campagne afval scheiden werkt, haal eruit wat erin zit

- DRO juni 2012 Demografische en ruimtelijke analyse Nieuw West)
- O&S 2013; stadsdelen in cijfers
- Rijksuniversiteit Groningen, burgers in het beleidsproces M. Herwiler en I.M.A.M. Präper 2008 (www.rug.nl)

Veldonderzoeken

- A. Abbott et al, Explaining the variation in household recycling rates across the UK, *Ecological Economics* Volume 70. Issue 11, 15 September 2011, Pages 2214–2223, Elsevier
- I.Ajzen, The Theory of Planned Behavior, *Organizational Behavior and Human Decision Processes*. Volume 50, Issue 2, December 1991, Pages 179–211, Elsevier
- M. Andersson C. v. Borgstede, Differentiation of determinants of low-cost and high-cost recycling, *Journal of Environmental Psychology*. Volume 30, Issue 4, December 2010, Pages 402–408, Elsevier
- L. Darby, L. Obara, Household recycling behaviour and attitudes towards the disposal of small electrical and electronic equipment, *Resources, Conservation and Recycling*. Volume 44, Issue 1, April 2005, Pages 17–35, Elsevier
- G. Davis et al. , Green waste collection and the public's recycling behaviour in the Borough of Wyre, England: *Resources, Conservation and Recycling*. Volume 46, Issue 2, February 2006, Pages 115-127, Elsevier
- X. Gellynck et al, Identifying the key factors in increasing recycling and reducing residual Household waste: A case study of the Flemish region of Belgium, *Journal of Environmental Management*. Volume 92, Issue 10, October 2011, Pages 2683–2690, Elsevier
- O. Hage et al, Norms and economic motivation in household recycling: Empirical evidence from Sweden, *Resources, Conservation and Recycling*. Volume 53, Issue 3, January 2009, Pages 155–165, Elsevier
- C.A. Klöckner I.O. Oppendal, General vs domain specific recycling behaviour – Applying a multilevel comprehensive action determination model to recycling in Norwegian student homes, *Resources, Conservation and Recycling*. Volume 55, Issue 4, February 2011, Pages 463–471, Elsevier
- M.Martin et al, Social, cultural and structural influences on Household waste recycling: A case study, *Resources, Conservation and Recycling*. Volume 48, Issue 4, October 2006, Pages 357-395, Elsevier
- K. Refsgaard, K. Magnussen, Household behaviour and attitudes with respect to recycling food waste – experiences from focus groups, *Journal of Environmental Management*. Volume 90, Issue 2, February 2009, Pages 760–771, Elsevier
- J. D. Seacat, D. Northrup, An information-motivation-behavioral skills assessment of curbside recycling behaviour, *Journal of Environmental Psychology*. Volume 30, Issue 4, December 2010, Pages 393–401, Elsevier
- P.J. Shaw, S J. Maynard, The potential of financial incentives to enhance householders kerbside recycling behaviour, *Waste Management*. Volume 28, Issue 10, 2008, Pages 1732–1741, Elsevier
- S. F. Sidique, Factors influencing the rate of recycling: An analysis of Minnesota counties, *Resources, Conservation and Recycling*. Volume 54, Issue 4, February 2010, Pages 242–249, Elsevier
- R.E.Timlett & I.D. Williams, Public participation and recycling performance in England: A comparison of tools for behaviour change, *Resources, Conservation and Recycling*. Volume 52, Issue 4, February 2008, Pages 622-634, Elsevier
- M. Tonglet et al, Using the Theory of Planned behaviour to investigate the determinants of recycling behaviour: a case study from Brixworth, UK, *Resources, Conservation and Recycling*. Volume 41, Issue 3, June 2004, Pages 191–214, Elsevier

- M. Tonglet et al, Determining the drivers for Household pro-environmental behaviour: waste minimisation compared to recycling, *Resources, Conservation and Recycling*. Volume 42, Issue 1, August 2004, Pages 27–48, Elsevier
- J.D. Williams, J. Kelly, Green waste collection and the public's recycling behaviour in the Borough of Wyre, England, *Resources, Conservation and Recycling*. Volume 38, Issue 2, May 2003, Pages 139-159, Elsevier

Interviews

- Jonge, R. de (2014): interview over de resultaten van beloningsystemen, door E. Bout, Amsterdam, september 2014

Bijlage 1: Doelgroepen en strategische partners

De volgende strategische partners zijn vanuit de bestaande kaders (vooral nog) betrokken in dit proces.

Beleid, draagvlak en markt bundeling	: Stadsdeel Zuidoost, DRO, AEB?
Advies, proces, begeleiding en monitoring	: Onsburo, Stadsdeel Zuidoost, AEB, DRO
Communicatie en kennisdeling	: Onsburo, Stadsdeel Zuidoost, AEB, Platform voorlichting afvalstoffen, G5, AMECBOARD, VU, Slim Gaasperdam, Waternet
Duurzaam Grondstoffenbeheer,	: AEB, DRO (rve ruimte en duurzaamheid)
Inzameling	: stadsdeel Zuidoost
Verwerking	: AEB

Intern zullen vanuit de gemeente de volgende afdelingen hun aandacht moeten richten op een soepele uitvoering van het gekozen pakket aan maatregelen:

- milieubeleid, voor inhoudelijke en procesmatige interne en externe verantwoordelijkheid;
- afdeling Uitvoering, stadsdeel Zuidoost en AEB (afvalpunt Meerkerkdreef), voor uitvoering en ondersteuning; financiën, voor monitoring en ondersteuning;
- communicatie, voor uitvoering; burgerbalie / klantencontactcentrum, voor 2e lijns aanspreekpunt van de burgers.

Voorts zal aan strategisch partnerschap invulling worden gegeven door samenwerking met de volgende dienstverleners:

- Crem voor uitvoering van de inzameling en monitoring effecten;
- Onsburo, voor ondersteuning/uitvoering van beleid, proces, communicatie, monitoring, evaluatie en eventuele voorstellen tot bijstelling;
- ??? voor 1e aanspreekpunt van de burgers;
- Kringloopbedrijf ???, voor meer hergebruik van tweedehands producten;
- ???, voor begeleiding bij de inkoop van genoemde contracten;
- AEB, voor verwerking van de ingezamelde mengstromen.

Overige partners waarmee (op termijn) rekening zal worden gehouden zijn:

- Inzamelaars Icova, Kici e.d.;
- Productorganisaties Nedvang, Wecycle, PRN, KICI, ???;
- Ondernemersorganisaties ??;

Bijlage 2: Uitnodiging I, Informatiebijeenkomst

Datum	19 november 2014
Ons kenmerk	
Uw kenmerk	
Behandeld door	Communicatie,
Onderwerp	Uitnodiging voor informatiebijeenkomst pilot van afval naar grondstof in de T-buurt

Geachte heer, mevrouw,

Wij – gemeente Amsterdam en stadsdeel Zuidoost - vinden het belangrijk dat er geen verspilling is in de gemeente. Daarom willen we dat het afval dat bewoners weg gooien zo veel mogelijk opnieuw gebruikt wordt. Experts zeggen dat het afval dat wij samen weggooien voor 99% opnieuw gebruikt kan worden. Nu wordt dit nog verbrand. Kostbare materialen gaan daardoor verloren. Doorgaan met het weggooien van ons huisvuil zoals we dat nu doen, is slecht voor het milieu. Maar ook slecht voor uw portemonnee! De kosten voor verbranding worden namelijk door alle inwoners via de jaarlijkse afvalstoffenheffing betaald.

We onderzoeken of we de vuilcontainers kunnen vervangen door containers waar bewoners hun afval gesorteerd in weg kunnen gooien. Net zoals u nu bijvoorbeeld al met uw papier en glas doet. Wij willen daarvoor een experiment doen in de appartementen van de T-buurt.

Het experiment kan alleen maar slagen als bewoners hierover mee denken en mee mogen praten. Samen met u willen wij op zoek naar een prettige en gemakkelijke manier van inzamelen zodat u uw afval makkelijker kunt sorteren en wij meer kostbare grondstoffen kunnen inzamelen. Voor ons is het belangrijk om te weten wat u dagelijks in huis nodig hebt om uw afval goed te kunnen sorteren. We nodigen u dan ook van harte uit voor de informatiebijeenkomst op

woensdag 3 december van 19:30 tot 21:00 uur in
Wooncentrum Wi Contren, Randwijkhof 51.

Op deze avond geven we uitleg over de aanleiding, het doel, voorbeelden en de aanpak die we nu in gedachten hebben met de afvalproef. We horen dan graag wat u daarvan denkt. Als het experiment in uw buurt slaagt, is het de bedoeling dat er straks in de hoogbouw van Amsterdam op deze manier afval gescheiden en ingezameld wordt.

Voor meer informatie kunt u contact opnemen met P

Tot ziens op 3 december.

Met vriendelijke groet,

Urwin Vvent
Portefeuillehouder Reiniging

Afval scheiden. Dat scheelt een hoop

Bijlage 3: Verslag klankbordgroep

Verslag klankbordgroep d.d. 4 februari 2015

Aanwezig: [redacted] (bewonerswerkgroep), [redacted] (VZ en projectleider [redacted] (communicatie Stadsdeel Zuidoost) [redacted] (Afvalenergiebedrijf) [redacted] (gemeente Amsterdam en notulist)

Afwezig: 3 bewoners

1. Opening / mededelingen

Het doel van deze avond is, ondanks een kleine werkgroep, toch stappen te maken om te kijken wat er nodig is om tot meer gescheiden inzameling te komen.

2. Workshop afval scheiden

[redacted] heeft een spel meegenomen wat door de werkgroep wordt gespeeld. In het spel wordt inzicht verkregen hoe lang een bewoners een bepaald soort afval maximaal in huis willen houden en ook wat de kosten ongeveer zijn als door middel van mini containers (aan huis) verschillende soorten afval op verschillende momenten wordt ingezameld. Bv groente en fruit 1 of 2 keer in de week. Hierdoor ontstaat een discussie vooral gericht op hoe lang wil je überhaupt bepaalde soorten afval in je huis bewaren en wanneer wil je er als bewoner toch echt vanaf zijn. Door de bewoners wordt gerefereerd aan het idee van de multistroom inzameling omdat je het dan altijd kwijt kan (inzameling in 1 container met gekleurde zakken)

3. Presentatie “multistroom inzameling”

In deze presentatie door de heer [redacted] komen de volgende punten aan de orde:

- de gemeente Amsterdam heeft al vooronderzoek gedaan naar welke soorten afval wel en niet bij elkaar in 1 inzamelmiddel ingezameld kunnen worden
- de verschillende mogelijkheden die voor de gemeente Amsterdam vervolgens een optie zouden kunnen zijn worden toegelicht
- de huidige inzamelwijze zoals Oslo die toepast (met gekleurde zakken in 1 inzamel container) wordt toegelicht
- aangegeven wordt in deze presentatie dat de gemeente Amsterdam vooral samen met bewoners wil kijken naar het optimaal haalbare en dat zij zoveel mogelijk wil inspelen op gemak

4. Varianten voorgelegd door bewoners voor apart houden afvalstromen.

Na discussie stellen de bewoners voor de onderstaand afvalstromen in huis apart te houden:

- a) Etensoverblijfselen (GF) met afgifte in waardecontainer;
- b) Plastic verpakkingen met drankenkartons (PD) met afgifte in waardecontainer;
- c) Papier/karton met afgifte in waardecontainer;
- d) Spullen (klein huishoudelijk, klein AEEA, batterijen, spaarlampen, e.d.) met afgifte in waardecontainer;
* Spullen die onder KCA vallen mogen voortsnog niet meegenomen worden in deze spullenstroom. We volgen de regelgeving maar er wordt wel contact opgenomen met Wecycle en de regelgever of er toch mogelijkheden zijn om dit voor “logische spullen” aan te passen.
- e) Textiel met afgifte via “Spullen” in waardecontainer of bestaande containerlocatie winkelcentrum Reigersbos;
- f) Restafval met afgifte in bestaande ondergrondse restafvalcontainer;
- g) Glas apart bij bestaande locatie.

5. Discussie benodigde hulpmiddelen

Kleur en grootte van de inzamelzakken.

De “kleuren” die recent zijn vastgesteld door de stadsdelen worden gedeeld. Deze zijn

Glas: geel
Papier: blauw
Groente en Fruit: groen
textiel: dachten bruin maar wordt nagevraagd

Er is geen probleem om primair de keuze aan de gemeente over te laten. Tot heden is de klankbordgroep niet in totaal bij elkaar aanwezig geweest. Of dit in de toekomst wel zal lukken is zeer

de vraag. Afgesproken wordt dat we proberen zo snel mogelijk te starten en daarna alsnog met een bredere groep bewoners in gesprek te gaan over gewenste aanpassingen.

Organiseren inzamelen in huis

Ook het organiseren van afval in huis komt aan bod. Aangegeven wordt dat uit meerdere proeven blijkt dat slechts bij 1/3 van de bewoners behoefte heeft aan door de gemeente ter beschikking gestelde hulpmiddelen. Ook de klankbordgroep geeft op dit moment aan dat zij liever zelf de situatie inrichten

6. Planning en afspraken

- Afgesproken word zo snel mogelijk met de pilot te starten, mogelijk 7 maart.
- De gemeente Amsterdam gaat de gekleurde zakken bestellen.
- Afhankelijk van de levertermijn van de zakken wordt de datum voor de start van de proef nader bepaald maar vooralsnog uiterlijk eind maart
- De start van de proef op een zaterdag te lanceren
- De klankbordgroep te betrekken en maximale inspraak te geven op de communicatie voor de start van de pilot maar ook daarna
- Na de start van de pilot getracht wordt meer bewoners te betrekken bij het participatietraject
- Een nieuwe data wordt voorgesteld op 3 maart waarvoor uitnodiging volgt.

Bijlage 4: Uitnodiging II

Schermprents van de uitnodiging

18:39

zuidoost.nl

4bsn

Helping

LinO_4_05_DEF.indd

Avfal bestaat niet! Amsterdam Zuid...

HOME

ZO! AGENDA

ZO! VINDEN

ZO! ZIEN

OVER ZO!

CONTACT

ZO!

Find us on: facebook.

Alles over Zuid oost

HOME

ZO! DUURZAAM

AFVAL BESTAAT NIET!

AFVAL BESTAAT NIET!

AFVAL SCHEIDEN, KLEINE MOEITE!

26 maart 2015

TELL A FRIEND

PRINT

Tweet 0

99% van het afval in vuilcontainers is eigenlijk geen afval? Hoe kun je geld besparen door afval te scheiden? Als je woont in de Tefelenstraat, Tekkopstraat, Terletstraat of Teteringenstraat in Amsterdam Zuidoost, kun je op 1 april meedenken over afval.

Het stadsdeel start binnenkort met een afvalproef in de T-buurt, in samenwerking met de bewoners. De informatiebijeenkomst begint met een heerlijke warme maaltijd. Bevestig daarom je komst uiterlijk 30 maart via buurvrouwennetwerk@gmail.com

Denk mee! Help mee!

Meer informatie: 06 8551 52 48.
Wanneer: woensdag 1 april, inloop 18.30 uur
Waar: BuurtHuis Holendrecht, Holendrechtplein 38

ZO! DUURZAAM

DUURZAAM

- Afval bestaat niet!
- Nuon Club Competitie
- Goud voor Amsterdam ArenA
- bespaar energie en geld
- Aanvraag subsidie zonnepanelen
- Nuna6 van Nuon op dak ArenA getakeld
- ArenA grondstoffeleverancier fosfaatfabriek
- eerste zonnepanelen op Amsterdam ArenA
- Repair Café De Bonte Kraai
- Subsidie voor zon op je dak
- ArenA krijgt zonnedak
- Informatie zonnepanelen Holendrecht
- Dag van Duurzaamheid ZO! Efficiënt
- Kinderen wekken spendend energie op
- Groene veldverwarming Amsterdam ArenA
- Amsterdam ArenA klimaatneutraal
- Energielabel A voor Amsterdamse Poort
- Elektrisch taxi rijden in Zuidoost
- Car2go ook in Zuidoost
- CO2 reductie Zuidoost succesvol

meer

ZO! UITGAAN

UITGAAN

- Film aan de Gaasperplas
- Bijmerbios in hartje Bijlmer

meer

ZO! CULINAIR

CULINAIR

- Nieuw Italiaans Restaurant Troppa
- World of Food geopend

meer

ZO! CULTUUR

CULTUUR

- Waar ben jij (Thuis)?
- Julidans powered by Bijlmer Danst

meer

ZO! WERKEN

WERKEN

- Nieuw in Zuidoost: VAZO aan het Werk
- Zoek je werk? Neem een Powerboost!

meer

ZO! NIEUW

NIEUW

- Luchtfoto's Amsterdam Zuidoost
- Nieuw Jazz Podium in Zuidoost

meer

ZO! SPORTEN

SPORTEN

- Nederland - USA in de Amsterdam ArenA
- Korfbal in Zuidoost

meer

ZO! WONEN

WONEN

- 1 laatste 206 starterswoningen klaar

meer

Bijlage 5: Communicatie regieoverleg/ARO (voorbeeld)

A Voorbeeld mail Regiegroep

Van: [Redacted]
Datum: 23 april 2015 09:40:07 CEST

[Redacted]

Allen,
Het onderwerp is wegens tijdgebrek niet besproken in de ARO-vergadering van 9 april jl. De flap die daarvoor was ingebracht heb ik bijgevoegd. Na de ARO-vergadering is een schriftelijke ronde gevolgd onder de ARO-leden. Dat heeft geleid tot de volgende besluiten die ik op 20 april jl kreeg teruggekoppeld door Hanneke.

Input op de gevraagde Besluiten:

1. Vervanging Esther door Riny in het project Reigersbos wil Ilse graag meenemen in de verdeling van mensen vanuit de stadsdelen in allerlei werkgroepen en projecten. Vooralsnog dus nog geen ok op inzet Riny voor deze pilot.
2. Voorstel is dat Jos en Riny Ilse en Hanneke bijpraten/voor bespreken op de stand van zaken Reigersbos met als doel voorbereiding en terugkoppeling voor te leggen besluiten aan ARO.

Omdat ik inmiddels via Sietse begreep dat Pieter urgente behoefte heeft aan een aanspreekpunt als opdrachtgever ter vervanging van Esther, heb ik inmiddels daarvoor Ilse/Hanneke benaderd (zie besluit 1).

Jos

B Beslisdocument en projectinformatie

Afval Regie Orgaan, 9 april 2015	
Vertrouwelijk	nee
Onderwerp	Voortgang veldonderzoek 'van afval naar grondstof', proefproject Reigersbos
In ARO ter	Ter informatie
Indienend ARO lid	[Redacted], RvE Ruimte en Duurzaamheid
Behandelend ambtenaar	[Redacted]
Gevraagde beslissing	Kennis te nemen van de bijgaande ontwikkelingen in bijgevoegd memo voor uw vergadering van 12 februari 2015 en de aanvulling hierop in de toelichting hieronder.
Korte toelichting	In het bijgevoegde memo wordt 7 maart nog als fysieke startdatum genoemd. Die datum is kort na dit memo al verschoven naar 11 april maar ook deze datum blijkt nu niet haalbaar meer. De daadwerkelijke start van de inzameling in de proefwijk is in de tijd naar achteren geschoven door achtereenvolgens de volgende vertragende factoren: a. door de keuze van een andere proefwijk (de in eerste instantie gekozen proefwijk bleek bij nadere analyse toch minder geschikt voor deze pilot) b. doordat er meer tijd nodig was om betrokkenheid van voldoende burgers bij de opzet van dit project te organiseren wat een conditio sine qua non is omdat het project juist gericht is op gedragsbeïnvloeding van burgers en het verkrijgen van voldoende feedback op deze proef c. doordat te laat gestart is met het bestellen van de gekleurde

	inzamelzakken zonder welke de proef niet kan starten d. de noodzakelijke voorbereidingen (communicatie, logistiek) vragen in de praktijk meer tijd dan was voorzien resp. dan dat daarvoor was ingepland. Aangezien je het maar één keer goed kan doen, is besloten eerst 'front en backoffice' goed op orde te hebben voordat met de inzameling wordt gestart, zodat de uitkomsten van de proef niet door organisatorisch gedoe worden beïnvloed. Niettemin wordt ernaar gestreefd nog vóór 1 mei daadwerkelijk te starten met dit project.
Consequenties voor de organisatie	Het voorbereidingsproces tot aan de daadwerkelijke startdatum zal zo snel mogelijk moeten worden geëvalueerd teneinde daar 'lessen uit te trekken' voor volgende projectprojecten.
Consequenties voor de afvalketen	We willen meer proefprojecten in Amsterdam uitvoeren met de multistromen-inzameling – gedacht wordt aan nog 3-4 projecten - om meer inzicht te krijgen in de respons, kosten en logistieke aspecten van dit systeem alvorens na evaluatie van die proefprojecten eventueel een voorstel tot definitieve invoering van dit systeem in Amsterdam voor te leggen. De ervaringen met en resultaten van het project Reigersbos kunnen en zullen we gebruiken in de opzet van nieuwe proefprojecten. Door de vertraagde start komen deze resultaten later beschikbaar voor de uit te voeren andere proefprojecten.
Financiële consequenties	Hoogstwaarschijnlijk een overschrijding van het beschikbare budget met ca. 5000 euro. Vraag aan het ARO is waaruit een eventuele kostenoverschrijding kan worden gedekt.
Samenhang met andere ontwikkelingen	Het veldonderzoek in de wijk Reigersbos is niet alleen een proef met het multistromen- inzamelsysteem (zie praatplaat) maar is vooral gericht op gedragsbeïnvloeding van burgers om ze tot (meer) afval scheiden te stimuleren. Daarmee ligt er ook een duidelijke relatie met het landelijke project 'verbeteren afvalscheiding en inzameling in de hoogbouw' waaraan Amsterdam deelneemt. De beschikbare kennis uit de landelijke denktank op het thema gedragsbeïnvloeding kan worden benut in ons veldonderzoek, hetgeen ook gebeurt.
Vorbereiding in andere overleggen Planning	n.v.t. Daadwerkelijke start van het project vóór 1 mei 2015.
Vervolgstappen	Het ARO zal worden geïnformeerd zodra de definitieve startdatum van dit project bekend is. Desgewenst geven Esther Bout en ondergetekende in het ARO-overleg van mei een nadere toelichting.
Meegezonden stukken	Memo 'stand van zaken' voor ARO-overleg van 12 februari 2015

C Voorbeeld memo voortgang veldonderzoek

Voortgang Veldonderzoek 'van afval naar grondstof'

Voor: de leden van ARO

Datum: vergadering 12 februari 2015

Van: [REDACTED]

Inleiding

Gemeente Amsterdam (Regiegroep Afval) heeft in juli 2014 opdracht gegeven tot uitvoering van het veldonderzoek van afval naar grondstof in stadsdeel Zuidoost: Gaasperdam. Deze memo beschrijft de voortgang en doorkijk.

Doelen veldonderzoek

In het veldonderzoek worden de aanbevelingen van het uitgevoerde literatuuronderzoek meegenomen in het plan van aanpak. Specifiek voor de afvalpilot zijn daarnaast de volgende doelen gekozen:

Hoofddoelen pilot:

Het hoofddoel is om te onderzoeken welke onderdelen van het systeem(en) bepalend zijn voor bewoners om over te gaan tot het gescheiden aanbieden van afval. Waarbij de aangenomen stelling is dat als we de "Waardestromen uit het afval" dicht bij huis organiseren (gemak) en bewoners helpen in huis (service) de bewoners uit zich zelf afval goed gaan scheiden.

Testen van verschillende inzamelvarianten die het meest appelleren aan service en gemak en tevens het minst beslag leggen op de openbare ruimte

Testen van de voorlopig vastgestelde criteria uit de MCA met de nadruk op de "sociale" kosten

Nevendoelen pilot:

Onderzoek naar de aanbevelingen uit het literatuuronderzoek op werkbaarheid waarbij de opgedane inzichten betrokken worden bij de eventuele implementatie van een nieuw inzamelsysteem en het wetenschappelijk gedragsonderzoek in het kader van het landelijke project 'verbeteren afvalscheiding en inzameling in hoogbouw' met de volgende onderzoeksvragen:

- welke maatregelen leiden tot blijvende gedragsverandering bij inwoners van hoogbouw op het gebied van afvalscheiding;
- welke inzamel- en verwerkingstechnieken vanuit milieutechnische-, dienstverlenende en kosten overwegingen tot het meest gunstige resultaat leiden voor grondstoffen hergebruik afkomstig van bewoners uit de hoogbouw.

Proces

Het proces op hoofdlijn is als volgt ingericht:

Ambtelijke voorbereiding (inbedding in gemeentelijke structuur).

Participatietraject bewoners (door co-creatie naar systeemkeuze).

Fysieke uitvoering pilot (systeemwijziging).

Monitoring door externe partij (objectivering).

Ambtelijke voorbereiding

Op 20 augustus 2014 werd een ambtelijke stuurgroep opgericht met vertegenwoordiging vanuit DRO [REDACTED] Stadsdeel Zuidoost [REDACTED], Stadsdeel Oost [REDACTED], AEB Amsterdam [REDACTED] CREM ([REDACTED] monitoring) en OnsBuro ([REDACTED], directie en uitvoering). Voorbereidend werk was verricht door OnsBuro en Zuidoost.

Op 20 augustus is ingestemd met een intern voorgedragen proeflocatie en zijn afspraken gemaakt voor inbedding van de door AEB uitgewerkte systeemvoorkeuren en start per 1 december 2014. Op 10 oktober bleek de proeflocatie, die een goede afspiegeling van de stad Amsterdam moet vertegenwoordigen, bij nader inzien ongeschikt (te veel bewoners die tegen de onderkant van de samenleving zitten). Vanwege de relatie met het project 'Slim Gaasperdam' en de daaraan gekoppelde netwerkorganisatie wilden we persé een nieuwe locatie in dezelfde stadswijk. Om die reden is na een kort vooronderzoek een andere locatie - de T-buurt (Reigersbos) - voorgesteld. Op 20 oktober is ingestemd met de nieuwe locatie en een fysieke start per 1 februari 2015. Meer tijd bleek noodzakelijk om voldoende participatie en bewonersbetrokkenheid in deze wijk te verkrijgen alvorens met de proef te starten. Daar komt bij dat in dit project ook GF wordt ingezameld en dat een goede

afstemming en verweving met het project 'inzameling GF' ook geborgd moet zijn. Dit vergt extra inzet door betrokkenen vanuit beide projecten.

Participatietraject

Voor de participatie is contact gelegd met het maatschappelijke netwerk in Reigersbos. Zij hielpen bij twee presentaties waar vijf bewoners zijn geworven voor deelname aan een klankbordgroep. Op 3 december is de tweede avond gehouden. Enkele bezoekers gaven signalen af die de T-buurt mogelijk ongeschikt zouden maken. Daarop is besloten allereerst deze signalen (overwegende aanwezigheid van 1 specifieke (Ghanese) gemeenschap en veel onderhuur) op waarheid te onderzoeken. Het co-creatie proces werd uitgesteld en een fysieke start per 1 februari verviel.

Op 22 januari nam de klankbordgroep de laatste twijfels weg; de afgegeven signalen bleken niet significant ten opzichte van andere buurten. Het vervolg met de klankbordgroep op 3 februari betrof een workshop waarin men inzicht in materie, proces en "momentum" verwierf. Op grond hiervan lijkt een fysieke start mogelijk per zaterdag 7 maart 2015 of later indien strikt nodig.

Doorkijk

Er wordt een extra traject ingezet voor grotere participatie. De status van de afvalpilot biedt voldoende basis voor een eventueel werkbezoek door de staatssecretaris op 9 maart. Valide resultaten worden voor de T-buurt voorzien in juni. Verder dient extra werk te worden geleverd voor een goede verweving met het GF-project. De vertraging van de afvalpilot Slim Gaasperdam met drie maanden betekent dat een start van een tweede veldonderzoek in Stadsdeel Oost ook wat naar achteren schuift.

Budget

De beschreven extra werkzaamheden zullen hoogstwaarschijnlijk leiden tot een lichte overschrijding van het beschikbaar gestelde budget met € 5.000.

Nadere informatie/toelichting

Als ARO-leden op bepaalde aspecten in dit memo nadere toelichting of informatie wenselijk vinden, dan zijn de beide indieners bereid die ter vergadering te geven.

Bijlage 6: Verslag stuurgroep

Afvalproef Gaasperdam

Verslag 3 van stuurgroep

datum: 20 oktober 2014

aanwezig;

afwezig:

Agenda

1. Veldbezoek nieuwe locatie
2. Tussenstand actiepunten:
 - a. communicatie;
 - b. uitvoering;
 - c. monitoring.

1. Veldbezoek aan T-buurt Hoogbouw

- Gebiedsmanager [REDACTED] neemt de groep mee naar een woonblok met de straten Teteringenstraat, Tekkopstraat (deels) en Terletstraat (deels). Dit gebied is omsloten door waterwegen en de verkeersader Schoonhovendreef. Adresgegevens van de bewoners wordt verstrekt aan PR en LR. **Actie [REDACTED] (CtH)**
- Locaties die door de afvalproef zullen wijzigen worden tijdig doorgegeven aan [REDACTED]
Actie PR.
- Algemene indruk is dat de buitenomgeving zich uitstekend leent voor een afvalproef. [REDACTED] werkt met buurtambassadeurs, waarvan 1 proactief persoon in het proefgebied woont. Woningcorporatie Eigen Haard is volgens [REDACTED] ook een waardevolle partner. [REDACTED] zal alle belangrijke (sleutel)personen bij elkaar brengen voor een overleg met PR, LR en ons Sandra.
Actie CtH

2. Tussenstand communicatie

In de tweede helft november worden twee informatieavonden georganiseerd. Bij verhindering kunnen bewoners dan altijd naar de volgende avond uitwijken.

Tijdens de avonden neemt PR de bezoekers mee van globale naar lokale kansen. Aan het einde wordt bezoekers gevraagd deel te nemen aan een klankbordgroep (KBG). Doel is circa 10 leden die – vanwege de tijdsdruk – in 2 sessies van onbewust onbekwaam naar bewust onbekwaam worden gebracht en gidsend worden begeleid tot het punt waarop zij een systeemvoorkeur uitspreken. De voorkeur wordt in de praktijk beproefd waar deelnemers bewust bekwaam zullen worden.

Voor een succesvolle opkomst is een prikkelende uitnodigingsbrief nodig. **Actie SB+PR via LR**

De wethouder Urwin Vyent zal de avonden openen en mogelijk afsluiten. Voor deelnemers is financieel voordeel noodzakelijk. Dit zal worden gegeven door verbetering van hun leefomgeving. PR toont enkele voorbeelden waarmee OnsBuro het communicatieproces zal inrichten. Er is een hulpverleningsgroep “Kansrijk” voor hulp aan achtergestelden die achter elke voordeur kan komen. Deze groep is niet actief in de T-buurt, maar wel interessant voor informatie omtrent (over)leefsituatie van achtergestelden in relatie tot afval.

3. Uitvoering

3.1 uitvoeringsplan

De “start in het veld” is in het uitvoeringsplan bijgewerkt (bijgevoegd).

Ter verdere verduidelijking van ieders (verlangde) inbreng volgt hier nogmaals een (niet uitputtende) opsomming van taken waar ieder van ons verantwoordelijk voor is:

PR: Projectuitvoering en –leiding, communicatietraject, mede opstellen vragenlijst (actie FS), visuele schouw, relatiebeheer met bewoners Gaasperdam, schriftelijke evaluatie traject.

EB: Interne doorzet, logistiek, uitvoering op straat, inrichten Meldpunt proefgroep.
 JdB: Organiseren van ambtelijke en bestuurlijke sessie rondom VANG en pilot(s), HORA en PVA, afstemming met G4.
 FS: Aansturen monitoring, visuele schouw, meting kwaliteit en kwantiteit, Sorteeranalyses, opstellen en verwerken vragenlijst.
 SA: Organiseren van ontvangst van ingenomen fracties op overslagpunt en bij het AEB.
 AW: Gedragsdeskundige die over de schouder van Frits meekijkt naar diens invulling van de monitoring.
 LR: Communicatiedeskundige die over de schouder van OnsBuro meekijkt hoe moet worden gecommuniceerd.
 RdJ: Denkt in vrije rol mee met veel stappen i.v.m. reproductie van het systeem in zijn stadsdeel.
 Allen: Houdt met elkaar de zaag scherp.
 Deze lijst is niet uitputtend, maar dient te worden aangevuld, **actie ALLEN**

3.2 kenmerken van de inzamelproef

SA licht het te beproeven systeem uit: bronscheiding in huis met verschillende gekleurde zakken die buitenshuis in (liefst) één (wens SA) of enkele verzamelcontainers (waardecontainer, glas en restafval) worden verzameld. Nasorteren van de waardecontainer bij AEB naar kleur (soort) voor verdere verwerking. De proef zal vooralsnog lopen van 1-2-2015 tot 1-8-2015. PR verwacht betrouwbare resultaten vanaf 1-6-2015. De consequentie van een succesvolle proef zal door SA worden uitgewerkt in een 'systeemsprong' met tussenstappen voor geheel Amsterdam. **Actie SA**
 Het huidige AEB-praatplaatje met 4 systemen wordt vereenvoudigd voor de communicatie. **Actie SA**
 KBG-leden krijgen inspraak over de locaties, aantal fracties en de communicatie. Zij worden door een 'gidsend' OnsBuro begeleid. José Mendez (JM) verzorgt de benodigde containers op de gewenste locaties. EB wil dat het aantal restafvalcontainers bij aanvang ongewijzigd blijft. FS dient nulonderzoek afval in overleg met JM te organiseren. **Actie FS**

3.3 verdere uitvoeringszaken

- In 2015 start ook een GF-proef in laagbouw. Ter voorkoming van diverse proeven naast elkaar is het noodzakelijk dat verslagen van deze regiegroep via JdB worden verspreid onder de leden van de stuurgroep ARO. **Actie JdB**
- Vanuit het ARO kan de afvalproef Slim Gaasperdam vervolgens in het PH-overleg onder de aandacht worden gebracht. JdB prikt de momenten van deze gremia. **Actie JdB**
- Kick-off (startbijeenkomst) met uitvoerenden in november met alle uitvoerders (inzameling, reiniging, wijkbeheer, Eigen Haard, etc.). **actie PR** (zie actie 15)
- Levering van zakken uiterlijk half januari noodzakelijk. **Actie PR**
- RdJ stuurt PR de afvalbegroting van Amsterdam die voor 2015 is vastgesteld € 320 per huishouden (met 15 M€ bijdrage uit algemene middelen). **Actie RdJ**

3.4 monitoring

FS levert offerte CREM met PVA vóór 31-10 aan EB en PR. **Actie FS** (actie 24)

4. Wat verder ter tafel komt)

- Verslag waar nodig bijstellen, **actie ALLEN**;
- Volgend overleg op 12 november vanaf 13.00 uur in de OBA.

5. Afspraken stuurgroep

nr	Wie	Wat	Wanneer klaar?
1	Allen	Aanvullen overzicht rollen, taken en verantwoordelijkheden	Volgend overleg
2	Allen	Bijstellen verslag 2 waar wenselijk/nodig	Volgend overleg
3	EB+JdB+SA	Organiseren werkbezoek Optibag aan Oslo op 10/11 of 16/17	Klaar
4	EB	Intern aanwijzen proefgebied Gaasperdam	Klaar
5	EB	Laten aanwijzen proefgebied door RdJ met lid worden stuurgroep	10-9
6	EB	Laten aanwijzen controlegebied door KvG	10-9
7	EB	Organiseren bezoek stuurgroep aan proefgebied Gaasperdam	Klaar
8	EB	Informeren van Dagelijks Bestuur en Algemeen Bestuur over afvalproef Gsprdm	Klaar
9	EB	Agenderen informatieve sessie bestuur over aanpak, doorkijk en wensbeeld	17-9
10	EB	Agenderen informatie-uitwisseling in HORA en PVA over afvalproef Gsprdm	17-9
11	EB	Vastleggen startdatum (za 1-11-2014?) afvalproef Gsprdm met aftrap door wethouder	Vervallen
12	JdB	Vragen van Addie Weenk als lid stuurgroep	Klaar
13	PR	Uitwerken planning met raming uren	Klaar
14	PR	Presenteren ins and outs afvalproef Gsprdm aan bestuur, HORA en PVA	15-10
15	PR	Organiseren Kick-Off bijeenkomst voor leden stuurgroep en werkgroep	17-9
16	PR	Inroepen notulist voor overlegsessies	Op afroep
17	PR	Organiseren volgend overleg via datumprikker	Per overleg
18	PR	Aanpassen offerte onsburo voor project Afvalproef Slim Gaasperdam	Klaar
19	SA	Vragen van Bas Moens tot deelname aan werkgroep	Klaar
20	EB	Overdracht voorbeeldzakken zoals gebruikt in Oslo aan PR	Klaar
21	PR	Duidelijk beeld over opzet en structuur van uitvoering	20-10
22	Allen	Aanvullen van ieders rol in het team	20-10
23	SA, JB en EB	Onderzoeken in Oslo beschikbare inpandige opslag- en andere hulpmiddelen	Klaar
24	FS	Offerte CREM naar EB voor PvA monitoring	15-10
25	CtH	Adresgegevens T-buurt Hoogbouw verstrekken aan LR en PR	31-10
26	CtH	Startoverleg met sleutelpersonen uit de buurt met CtH, LR, PR en SB	31-10
27	SB	Prikkende uitnodigingsbrief voor informatieavonden	12-11
28	SA	Uitwerken systeemsprong voor Amsterdam i.g.v. succesvolle proef	1-2-2015
29	SA	Vereenvoudigen van het AEB-praatplaatje	12-11
nr	Wie	Wat	Wanneer klaar?
30	FS en JM	Nulonderzoek afval uitvoeren in samenwerking	12-11
31	JdB	Verslagen van stuurgroep afvalproef Slim Gaasperdam inbrengen bij regiegroep ORA	12-11
32	JdB	Doorzetten van de verslagen van stuurgroep afvalproef Slim Gaasperdam in het PH-overleg	12-11
33	PR	Kick-off (startbijeenkomst) met alle uitvoerenden (wederzijds informeren en voeden) in november	31-10
34	PR	Levering van zakken uiterlijk half januari	14-11
35	RdJ	Verstrekken afvalbudget Amsterdam aan PR (ivm communicatie)	14-11

Bijlage 7: Informatiepakket en uitnodiging bewoners

A Informatie startpakket

Beste bewoner,

Wist u dat veel van het afval dat we weggooien, opnieuw gebruikt kan worden? Misschien brengt u al glas naar de glasbak en papier naar de papierbak. Fantastisch, maar er kan nog veel meer afval gescheiden worden. Van het afval dat u scheidt, kunnen wij weer nieuwe producten maken. Dat is goed voor ons milieu. En afval scheiden is niet moeilijk, alleen even wennen. Vanaf vandaag, zaterdag 30 mei, gaan we in uw buurt een proef doen met het anders inzamelen van afval. De proef duurt zes maanden. Wij doen mee. U ook?

Het doel van deze afvalproef is om uit te zoeken wat voor u de meest makkelijke manier van afval scheiden is. Als deze proef slaagt, gaan we ook in de rest van Amsterdam deze manier van afval scheiden invoeren.

Wat betekent dit voor u?

Vanaf vandaag kunt u uw afval in verschillende kleuren afvalzakken scheiden:

etensresten en plantenresten in de groene zak
plastic verpakkingen, sap- en zuivelpakken in de oranje zak
papier en karton in de blauwe zak
diverse afgedankte spullen in de rode zak

Is de gekleurde zak vol? Doe die dan in een van de speciale waardecontainers, die bij u in de buurt staan. Het stadsdeel haalt de zakken uit de waardecontainers op en sorteert ze op kleur. De inhoud wordt verwerkt tot nieuwe producten.

Wat verandert er niet?

Glas moet nog steeds in de glasbak. Dat mag met deksel en restjes.

Kleding en schoenen kunt u in de containers van Sympany doen.

Het restafval doet u in de grijze zak en dan in de restafvalcontainer die u altijd al gebruikte.

Startpakket

Om te beginnen krijgt u van ons dit gratis startpakket, met daarin:

- eerste set afvalzakken
- sorteerwijzer met wat er in welke zak mag
- bon voor een gratis afval Emmertje

Nieuwe gekleurde zakken nodig? Die kunt u gratis afhalen bij de Woon- en Doe Het Zelf winkel in winkelcentrum Reigersbos op nr. 57. Voor de groene zak (alle etensresten) hebben we een gratis Emmertje (10 liter). Het Emmertje kunt u tegen inlevering van de bon in het startpakket ophalen bij de Woon- en Doe Het Zelf winkel.

Bewonerswerkgroep T-buurt

Voor deze afvalproef is de bewonerswerkgroep T-buurt opgericht. In de bewonerswerkgroep zitten uit de TekkopTeteringen-, Terlet-, en Tefelenstraat twee bewoners.

De bewonerswerkgroep T-buurt denkt en doet actief met ons mee tijdens de afvalproef.

Heeft u vragen of opmerkingen tijdens de proef?

Voor de proef hebben we een speciale website aangemaakt www.amsterdam.nl/reigersbos/afvalproef/T-buurt. Hierop staat informatie en kunt u terecht met uw vragen en opmerkingen.

Afval scheiden is minder moeilijk dan u denkt, het is vooral even wennen. En zo helpt u mee aan een beter milieu.

Met milieuvriendelijke groet,
Urwin Vyent, portefeuillehouder Reiniging en Milieu en
Bewonerswerkgroep Afvalproef T-buurt

B Sfeerimpressie feestelijke start



Bijlage 8: De 0- en tussenmetingen

A Informatie 0-meting

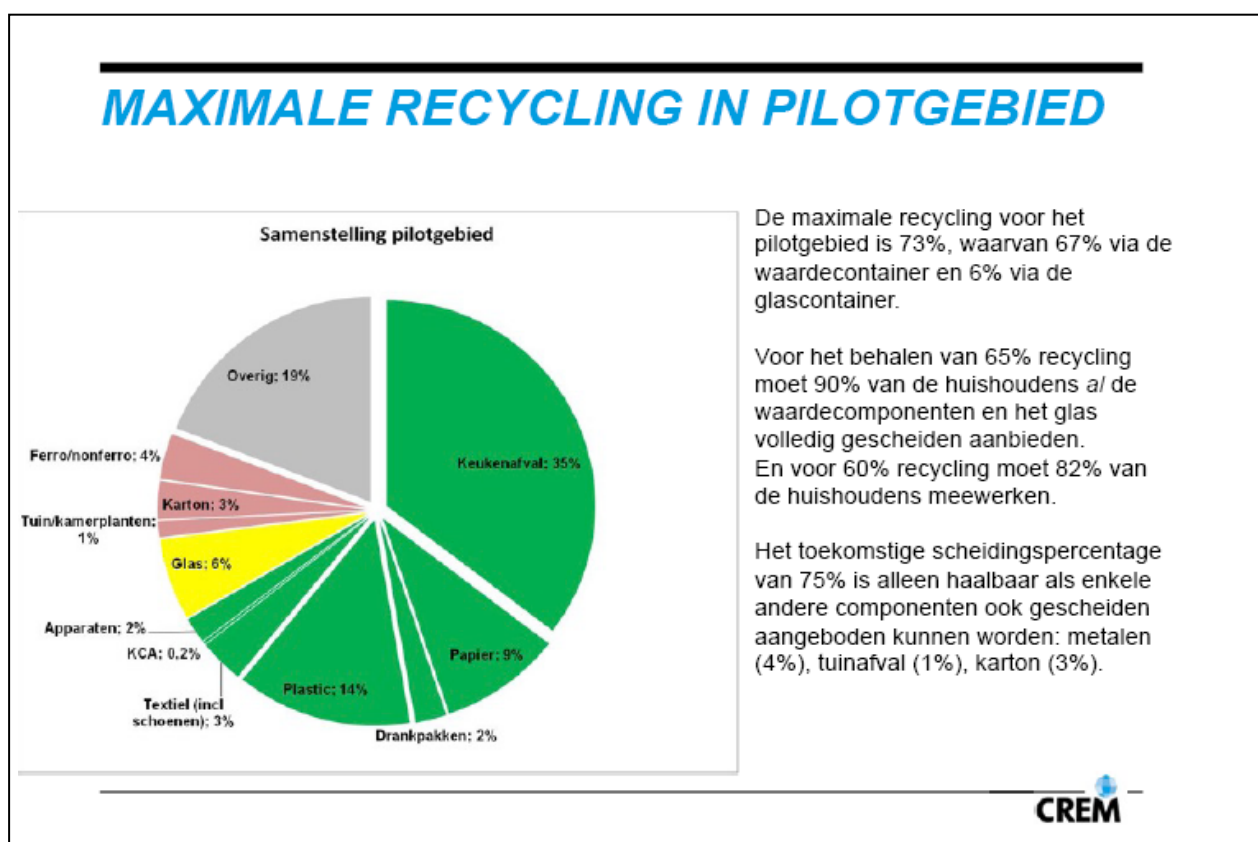
Onderstaand informatie is uit rapportages overgenomen.

Het onderzoek richt zich op de reductie van het grijze (rest) afval, door separaat aanleveren van recyclebare (waardevolle) fracties uit de grijze zak/bak 'in' de waardecontainer.

Let op: er zijn al heel lang 'waardecontainers' beschikbaar voor glas, papier/karton, textiel en plastics. Tijdens de proef blijven deze in gebruik (goede gewoonte niet veranderen).

Uit het grijze (rest)afval zak/container kan gemiddeld, nog maximaal 73% separaat worden aangeboden. 27% is onbruikbaar en kan naar de verbranding.

Hieronder de verhoudingen van verschillende recyclebare (waardevolle) fracties die bij aanvang nog in de grijze zak/container worden aangeboden.



Scheidingspercentages

Bewoners (in heel Nederland) zijn al bekend met het scheiden van afvalfracties zoals glas, papier, textiel en plastics en behoren deze apart aan te bieden via de respectievelijk glasbak, papierbak, textielbak en plasticcontainer die in de straat of op centrale plekken (winkelcentra, scholen) staan. De gang naar de milieustraat wordt hier buiten beschouwing gelaten.

Het aandeel aan glas, papier, textiel en plastics dat nu al apart wordt aangeboden (en dus bij voorbaat niet in de restafvalzak/container terechtkomt, is het huidige scheidingsgedrag dat in scheidingspercentage per fractie wordt bijgehouden. Frequent worden sorteeranalyses uitgevoerd om het scheidingspercentage te meten.

Het stadsdeel heeft een scheidingspercentage van 10% (meting sorteeranalyse 2015). Dit is extreem laag in verhouding tot de andere stadsdelen en vergelijkbare stedelijke gebieden. De proefwijk laat, voor aanvang van de proef hetzelfde patroon zien.

B Tussenmeting

Bewoners in het proefgebied konden de volgende fracties separaat in gekleurde zakjes aanbieden in de nieuwe 'waardecontainer'.

Glas: blijven deponeren in de aparte glasbak
Papier: mag in de papierbak maar ook in de aparte blauwe zakjes
GF: apart in de groene zakjes
Plastics: apart in de oranje zakjes
Overig: waardevol materiaal: in de rode zakjes

Hieronder een print van de informatieflyer:

Tijdens de Afvalproef scheidt u uw afval in verschillende kleuren afvalzakken:

- papier en karton in de blauwe zak
- plastic verpakkingen, sap- en zuivelpakken in de oranje zak
- etensresten en plantenresten in de groene zak
- diverse afgedankte spullen en voorwerpen in de rode zak

Iedere soort afval gaat in een andere kleur afvalzak. Hierdoor kan elke soort afval makkelijk gesorteerd worden op kleur. De inhoud van elke zak wordt gebruikt om nieuwe grondstoffen te maken voor nieuwe producten. Is de gekleurde zak vol? Doe deze dan in één van de speciale **waardecontainers** in uw buurt.

◀ Het restafval doet u in de grijze zak. De volle zak moet in de restafvalcontainer in uw wijk. Dit is de container die u altijd al gebruikte. Het restafval uit de restafvalcontainer wordt opgehaald en verbrand. Als u goed afval scheidt, heeft u veel minder restafval.

Noot: de bewoners in de proefwijk maken nog wel gebruik van de glasbak daarvoor is geen apart zakje ontwikkeld. Zij kunnen ook, nog steeds gebruik maken van maken van de reeds bestaande, papier, textiel en plastic bakken, maar deze fracties nu óók met gekleurde zakjes aanbieden in een grote verzamelcontainer, de nieuw geïntroduceerde 'waarde container'.

Het verwachte resultaat is dan dat de hoeveelheid aangeboden papier, textiel en plastics in de huidige separate containers zal afnemen en dit aandeel nu via de nieuwe gekleurde zakjes alsnog - en dan bij voorkeur een beetje meer - zal worden aangeboden. Het moet de bedoeling zijn dat de nieuwe inzamelmethode een hoger inzamelrespons oplevert dan voorheen. Met andere woorden: het scheidingspercentage van 10% moet stijgen.

Hierna een impressie van de ingezamelde kg's glas, papier, plastic, GF en overig waardevol materiaal en restafval (grijze zak) na 4 weken in de proefperiode.

B. AFVALANALYSES: RESULTATEN WAARDE



Totaal:

254 zakjes

454 kilogram

juli 16, 2015

CREM

Deze gegevens worden gecorrigeerd in het kader van vervuiling (bijvoorbeeld tussen het papier is plastic aangetroffen, waardoor het zakje met papier moet worden afgekeurd en alsnog als restafval moet worden meegewogen)

B. AFVALANALYSES: RESULTATEN WAARDE



Toelichting. Getal in zakken geeft aantal aangetroffen zakken weer. 1e regel: totaalgewicht per soort zak; 2e regel gewicht van waardezakjes met afval of afvalzakjes met waardecomponenten; 3e regel totaalgewicht van zuivere fractie in de juiste kleur zak.

juli 16, 2015

CREM

En zijn de volgende eerste bevindingen zijn gedaan:

CONCLUSIES NASORTEREN

1. Situatie vanaf begin redelijk stabiel:

- Totaalgewicht (ca 450 kg/wk)
- Aantal zakken (ca 240/wk)
- Waarde gewicht (ca 300 kg/wk) en waardezakken (ca 190/wk)

2. Verkeerde materialen (ca gew20%):

- Vuilniszakken
- Boodschappentasjes
- Los karton
- Los afval (wsch grotendeels uit gekleurde zakjes)

3. Verkeerde zakken:

- Waardezakken met afval
- Afvalzakken met waarde

4. Aantal deelnemers?

- GFT ca 80 zakjes/week; geschat 40-60 deelnemers; ca 10-15%.

juli 16, 2015



CONCLUSIES WAARDEZAKKEN

1. Zuiverheid inhoud waardezakken: vervuiling vaak componentgebonden

- | | | | |
|----|-------------|------|---|
| a) | Blauwe zak | 92% | (niet herbruikbaar papier 6%, sanitair papier 1%) |
| b) | Oranje zak | 87% | (overige plastics 5%, blikjes 2%, glas 2%, karton 2%) |
| c) | Rode zak | 100% | (-) |
| d) | Groene zak* | >95% | |

2. Verkeerde zakken: 27% (69 vv 34 groot en 35 klein van de 254 zakken)

3. Verkeerde inhoud zakken:

- | | | | |
|----|--------------------------------|-----|-------------------------------------|
| a) | Rest (9x) in 185 waardezakken: | 5% | bij groen, blauw en rood |
| b) | Waarde (16x) in 69 restzakken: | 23% | inhoud groen, blauw, oranje en rood |

4. Los aangetroffen (6%):

- | | | |
|----|---------------------------|------|
| a) | Karton | 3 kg |
| b) | Waardecomponenten | 9 kg |
| c) | Glas (mn Heinekenflesjes) | 5 kg |
| d) | Overig | 3 kg |



juli 16, 2015



Het scheidingspercentage in de proefwijk na eerste metingen en berekeningen na 4 weken is 14%.

B. AFVALANALYSES: RESULTATEN REST		
Scheidingspercentage	1. Totaalgewicht restafval:	
14%	• In containers	14.111
	• Bijgeplaatst	35
	2. Waardecontainers:	
	• Rest	552
	• Waarde	1.248
	3. Glas- papiercontainer	
	• Papier	779
	• Glas	415
	Totaal	17.141
		juli 16, 2015 

Hierna een print van de tussenrapportage aan de HORA (hoofden inzameling gemeente Amsterdam), 6 weken na de start. Hierin valt te lezen dat het scheidingspercentage verder naar 16% is opgeklommen. 6% meer dan het gemiddelde scheidingspercentage van het stadsdeel.

C Schriftelijke verantwoording tussenmeting



**Gemeente
Amsterdam
Zuidoost**

Notitie

Aan Leden van de HORA

Van

Kopie aan

Datum 24 augustus 2015

Zaaknummer

Onderwerp Stand van zaken Afvalproef T-buurt 2015

Geachte heer/mevrouw,

Het veldonderzoek van afval naar grondstof in Zuidoost (inzamelproef t-buurt stapelbouw) loopt sinds 31 mei 2015. In deze memo worden de eerste bevindingen beknopt beschreven.

beproefd systeem

Het beproefde systeem in Zuidoost is gebaseerd op het model van de Scandinavische Optibag: afvalscheiding in gekleurde zakken aanbieden in één container met kleurscheiding achteraf.

In de proef van de t-buurt kunnen bewoners thuis afval sorteren en in vier verschillende kleuren zakken aanbieden in één "waardecontainer" (naar Duits voorbeeld: Werttonne). Ter voorkoming van het gangbare beeld dat "alles toch in een gat" verdwijnt blijft het restafval (vijfde fractie) gedeponeerd worden in de bestaande restafvalcontainers tijdens deze inzamelproef. Achteraf worden zakken op kleur gesorteerd en verder opgewerkt tot grondstof of groene energie.

aanpak

Voor deze proef is gekozen voor een participatieve aanpak met de bewoners van de proefwijk. Het verkrijgen van de gewenste aandacht van de alle bewoners is op een gangbare wijze verlopen. Ondanks veel moeite en geld is uiteindelijk 10% van de huishoudens gekomen naar de informatie-avonden. Een nevensdoel van de informatieavond was het werven van bewoners voor een klankbordgroep. Dit doel is behaald; met een achttal bewoners is de opstart, communicatie en voortgang regelmatig met elkaar besproken. Hun inbreng heeft geleid tot waardevolle aanpassingen in de communicatie en benadering van de bewoners van de proefwijk. De betrokken bewoners waarderen deze aanpak, waarin de gemeente het proces faciliteert (met externe ondersteuning) en het onderwerp open ter discussie op tafel brengt.

Het stadsdeelkantoor is te bereiken met trein en metro (50 en 54) halte station Amsterdam Bijlmer ArenA en bus (41, 44, 45, 46, 47, 102, 158 en 175).

**

milieuprestaties

→ De milieuprestatie voor het stadsdeel Zuidoost was 9% afvalscheiding in 2014 en 10% in 2015.

→ Na drie maanden:

- Is de afvalscheiding in de inzamelproef gegroeid naar 16%.
- Worden in de waardecontainers 26% verkeerde materialen (in de vorm van zakken) aangeboden.
- Is nog 4% herbruikbare fracties in verkeerde zakken aangeboden in de waardecontainers.
- Is de rode zak voor 96% gevuld met textiel en 4% huisraad/elektronica.
- Is de kwaliteit van de ingeleverde grondstoffen goed (GF en papier) tot uitstekend (textiel en PD).
- Blijkt de vervuiling gebonden aan de betreffende fractie (vb 'fout' sanitair papier bij goed papier).

gebruikerservaringen

- De openbare ruimte blijkt schoner in het proefgebied; er is minder bijplaatsing dan voortijds. Een negatieve uitschieter met 5 vervuilde van de 17 locaties werd gemeten op 17 juni. Er werden meer dagen gemeten met lichte bijplaatsing op slechts 1 locatie.
- Het bewonersonderzoek bleek zeer moeilijk uitvoerbaar. Uiteindelijk zijn circa 30 huishoudens geïnterviewd. Daardoor zijn de antwoorden niet representatief en dus slechts indicatief:
 - deelname aan proef? 38% zegt geheel mee te doen, 22% zegt deels mee te doen en 38% zegt niet mee te doen (cijfers komt niet overeen met ingezamelde volumes);
 - afvalscheiding makkelijker? 74% waardeert containers dichterbij, 42% vindt zakjes niet makkelijker;
 - meer gaan scheiden? 72% zegt ja voor PD, 29% voor papier en 18% voor textiel;
 - waar bewaren? circa 50% bewaart alles in de keuken en circa 25% alles op het balkon.
 - wat kan beter? Papierzak: groter, GF-zak: binddraad, PD-zak: kleiner, Textielzak: kleiner.

burgerparticipatie

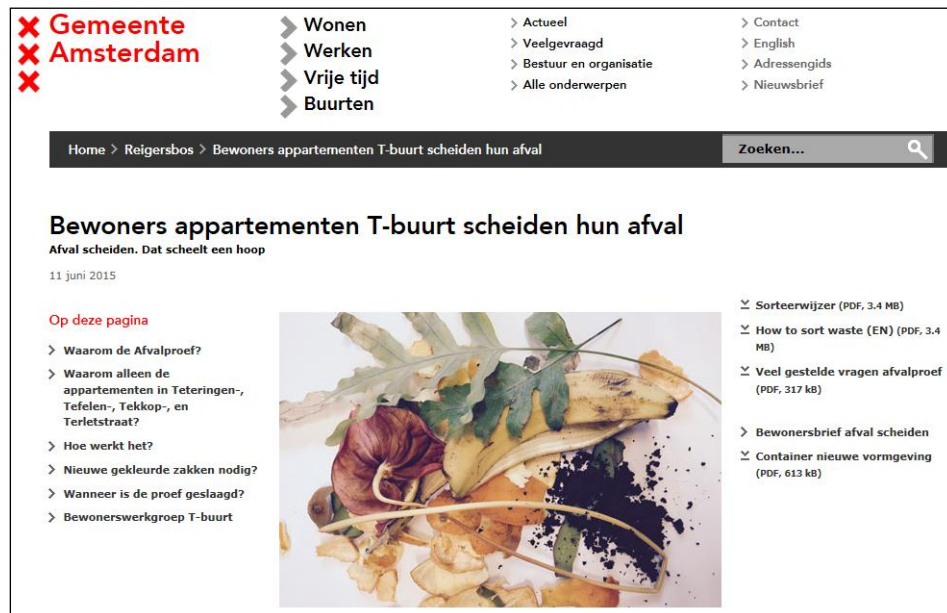
Zoals vermeld onder het kopje "aanpak" participeren burgers met succes in deze proef. Op de uitnodigingen van de gemeente heeft 10% van de huishoudens geaccepteerd. Circa 20% van de bewoners doet mee met de inzamelproef. Hiermee is een intensief traject van begeleiding gemoeid.

vervolg

Met de bewonerswerkgroep worden de mogelijkheden verkend hoe de overige 80% van de bewoners tot deelname te bewegen. De ambtelijke regiegroep zal de vele data en opgedane ervaringen en informatie evalueren voor verdere vervolgstappen voor Amsterdam.

Bijlage 9: Voorbeelden externe communicatie

A Uitsneden website stadsdeel Zuidoost



Waarom de Afvalproef?

Veel afval dat we weggooien, kan opnieuw gebruikt worden. Veel Amsterdammers brengen al glas naar de glasbak en papier naar de papierbak. Fantastisch, maar er kan en moet nog veel meer afval gescheiden worden. In ons afval zitten waardevolle materialen die nu verbrand worden. Maar we hebben de materialen uit ons afval nodig om nieuwe producten te maken, want andere bronnen raken op. Afval scheiden is dus goed voor ons milieu en voor onze portemonnee.

Afval scheiden is niet moeilijk, alleen even wennen.

Waarom alleen de appartementen in Teteringen-, Tefelen-, Tekkop-, en Terletstraat?

Dit deel van de T-buurt is voor heel Amsterdam als proefgebied uitgezocht omdat de buurt staat voor een gemiddelde Amsterdamse buurt. Met bewoners kunnen we uitvinden of deze manier van afval inzamelen werkt of anders moet. Als we straks weten hoe afval scheiden het beste kan, werkt deze manier misschien wel voor alle Amsterdammers. Deze pilot kan dus eigenlijk niet mislukken.

Alle op- en aanmerkingen, ideeën en ervaringen van bewoners die aan de proef meedoen, zijn welkom. Geef ze door aan de buurtambassadeurs of meld ze als reactie onderaan deze pagina.

Afval scheiden moet. Er is geen weg terug.

Hoe werkt het?

Afval wordt in verschillende kleuren zakken gestopt. Als die zakken vol zijn, kunnen ze in een speciale waardecontainer gedaan worden. Het stadsdeel haalt de container op en selecteert de zakken op kleur. Van de inhoud van de zakken worden dan nieuwe grondstoffen gemaakt. Daarvan worden dan weer nieuwe producten gemaakt.

Bewoners van de appartementen in de T-buurt hebben op 30 mei een startpakket gekregen met daarin:

- eerste set gekleurde afvalzakken
- sorteerwijzer: wat mag er in welke zak?
- bon voor een gratis afval Emmertje

Nieuwe gekleurde zakken nodig?

Nieuwe gekleurde zakken zijn gratis af te halen bij de Woon- en Doe Het Zelf

bewonerswerkgroep T-buurt denkt en doet actief mee tijdens de afvalproef en zijn de ambassadeurs voor de afvalproef.

De afvalproef loopt van 30 mei 2015 tot en met 30 november 2015.

Afval scheiden is niet moeilijk, alleen even wennen.

> Uw reactie

reacties



Stadsdeel Zuidoost

Beste Hans,

Excuses voor onze late reactie.

De leden van de bewonerswerkgroep hebben ook al aangegeven dat de zakken voor het papier te klein zijn, dit kwam ook naar voren bij de bewoners enquête.

Heb je de nieuwsbrief gelezen? Daarin staat uitgelegd dat we met deze proef werken naar Zweeds model en nog niet met eigen zakken.

Ook mag je gedurende de proef het karton (grotere stukken papier/karton) los in de waardecontainer stoppen.

Wat fijn dat je meedenkt en een reactie achterlaat op de website, blijft dit a.u.b. doen!

6 augustus 2015, 08:38



Hans

Het is vooral prettig dat je nu plastic dichtbij huis kunt weggooien.

Waarom zijn de blauwe zakjes zo klein? Als je iets postordert zit het vaak in een doos die al groter is dan dat blauwe zakje, in opgevouwen toestand. Het zou mooi zijn als de blauwe zak net zo groot was als de oranje. Die voldoet prima.

B Informatiebrochure

Gemeente Amsterdam Zuidoost

Afvalproef

in de T-buurt appartementen

Wat verandert er?

Tijdens de Afvalproef scheidt u uw afval in verschillende kleuren afvalzakken:

- papier en karton in de blauwe zak
- plastic verpakkingen, sap- en zuivelpakken in de oranje zak
- etenresotten en plantenresten in de groene zak
- diverse afgedankte spullen en voorwerpen in de rode zak

Iedere soort afval gaat in een andere kleur afvalzak. Hierdoor kan elke soort afval makkelijk gesorteerd worden op kleur. De inhoud van elke zak wordt gebruikt om nieuwe grondstoffen te maken voor nieuwe producten. Is de gekleurde zak vol? Doe deze dan in één van de speciale **waardecontainers** in uw buurt.

etenresotten en plantenresten

plastic verpakkingen van drank- en zuivelpakken

papier en karton

diverse spullen / voorwerpen

restafval

Het restafval doet u in de grijze zak. De volle zak moet in de restafvalcontainer in uw wijk. Dit is de container die u altijd al gebruikte. Het restafval uit de restafvalcontainer wordt opgehaald en verbrand. Als u goed afval scheidt, heeft u veel minder restafval.

Wat verandert er NIET?

- Glas moet nog steeds in de glasbak. Mag niet restjes en milt deksel. Dichtstbijzijnde glasbak: bij uitrit naar de Schoonhovevrijheid.
- Textiel in de textielcontainer van Sympar. Doe textiel in een gesloten plastic zak. Bind schoenen paar paar aan elkaar. Dichtstbijzijnde textielcontainer: bij winkelcentrum Reigerbos.
- Kringloopspullen In Zuidoost zijn organisaties die u kunt helpen of helpen als u bruikbare spullen wilt laten ophalen waaronder:
 - Kringloop Centrum Zuidoost, Schepersweg 26, 020 696 3693 of 06 4844 9696 of mail kringloopcentrumzuidoost@gmail.com
 - Stichting INS, Jan de Jonge 06 1454 4328
- Gref wall Buiten zetten op inzamelingsdag of zelf brengen naar afvalpunt aan de Meerkerkdreef. U mag het afval alleen aanbieden op de vaste inzamelingsdag. Biedt u uw afval op een andere dag aan dan de vaste inzamelingsdag, dan riskeert u een boete. Kijk voor de afvalinzamelingsdag in de Afvalwijzer 2015.

www.amsterdam.nl > wonen en leefomgeving > vuilnis en afval

Wat mag in welke kleur afvalzak?

Sorteerwijzer voor de Afvalproef T-buurt in de appartementen van de Tekkop-, Tefelen, Terlet-, en Teteringstraat

Wat mag in de groene zak (voor etenresotten en plantenresten)?

Alle etenresotten, dus ook:

- vlees- en visresotten (inclusief botjes, graten en schelpen)
- resten van gekookt eten
- schillen en resten van groenten, fruit en aardappelen
- pindaresten, notendoppen en eierschalen
- plantaardige olie en gestold vet
- theezakjes, koffiepads en filters met koffiedik
- brood en kaasresten (zonder plastic)

En:

- snijbloemen en kamerplanten
- mest van kleine huisdieren met stro
- kattenbakkovulling met milieukleur

▶ de groene zak kunt u in de waardecontainer bij u in de buurt doen.

Wat mag in de oranje zak (voor verpakkingen van plastic en drank- en zuivelpakken)?

■ plastic verpakkingen, zoals plastic zakken, (knijp) flessen, flacons, bakjes en tuitjes (alle kleuren plastic bakjes/schaaltjes mogen in de oranje zak)

■ sap- en zuivelpakken, zoals lege sap-, melk-, yoghurt- en vlapakken

▶ de oranje zak kunt u in de waardecontainer bij u in de buurt doen.

Wat mag in de blauwe zak (voor papier en karton)?

■ krant, tijdschrift, boek, schrijfpapier, enveloppe, reclamadruckwerk

■ cadeauverpakking, eierendoos, verpakking van papier en karton

▶ de blauwe zak kunt u in de waardecontainer bij u in de buurt doen.

Wat mag in de rode zak (voor spullen)?

■ adapter, elektrische apparaten, gereedschap, verlichtingsarmaturen

■ speelgoed, boeken, tandenborstel

■ pan, ketel, stofzuiger, bestek

■ beddengoed, handdoeken, kleding (schoon en vies), schoenen

■ was, bloempot

■ porselein of keramiek

▶ de rode zak kunt u in de waardecontainer bij u in de buurt doen.

Wat mag in de grijze zak voor restafval?

■ gevulde stofzuigerzakken

■ chipszakken en pillenstrips

■ kauwgom

■ haren van mensen en dieren

■ as van de kachel en barbecue

■ sigarettenpook en as

■ maandverband, tampons en tens ladies

■ kattenbakkovulling zonder milieukleur

■ blik, zoals lege groenteblikjes en frisdrankblikjes

■ stalen sloopflessen

■ modische hulpmiddelen als pleisters, verband of stomer

■ kaarsvet

■ luiers

▶ de grijze zak moet u in de ondergrondse restafvalcontainer bij u in de buurt doen.

En wat kunt u afgeven op het Afvalpunt aan de Meerkerkdreef 311

- aarde, grond of zand
- computer, televisie, wasmachine, koelkast, droger
- diertje resten (kadaver)
- hout (plank, balk, deur, kozijn, vloerdek)
- ijeren voorwerpen (fiets, trap, afvalbak)
- grote kamerplant of tuingroen
- kapotte meubelen (bedkast, kast, stoel)
- puin
- PVC producten (fles, buis of kussen)
- vloerdek (of vloerregels)
- vogelzand

Afvalproef T-buurt van 30 mei t/m 30 november 2015 Afval scheiden is niet moeilijk, alleen even wennen.

C Nieuwsbrief afvalproef

Gemeente Amsterdam Zuidoost

Nieuwsbrief 1 afvalproef T-buurt

van 9% naar 14% afval scheiden

Eerste reacties van bewonersgroep T-buurt

Wat vinden Alwin, Huib, Alexandra, Mahmoud, Tinke, Audy en Marian eigenlijk van de afvalproef?

"Ik zoek nog een plekje voor de grijze zak, misschien koop ik wel een klein emmertje", zegt Alwin. "Hoe zit het met de privacy wanneer ik mijn kranten en persoonlijke papieren in de blauwe zak inlever", vraagt Huib zich af. "Ik betrek mijn kind erbij, want jongen geleerd is oud gedaan", is Alexandra's overtuiging.

Mahmoud, Tinke, Audy en Marian hebben thuis ook hun manier gevonden om afval te scheiden. Het was even puzzelen. De oranje zak gaat in de afvalcontainer, want het meeste afval bestaat uit plastic. En het groene emmertje kan je afsluiten door het zwarte hengsel recht op te zetten. De blauwe zak voor het papier gaat in het kniekantje. Ze zijn het erover eens: tijd dat bijna alle afval zo dicht bij huis in de waardecontainer kan.

De bewonersgroep hoopt dat meer bewoners mee zullen doen aan de pilot. "Afval scheiden is niet verplicht, dus je hoeft niet mee te doen. Maar het zou toch mooi zijn als wij in de T-buurt ervoor kunnen zorgen dat er straks een gemakkelijke en goede manier van afval scheiden komt voor heel Amsterdam."

Doe met ons mee!

Sinds 30 mei kunt u uw afvalstoffen in verschillende kleuren afvalzakken scheiden. Volle gekleurde zakken kunt u in de waardecontainer doen.

De zakken worden op kleur gesorteerd en de inhoud wordt verwerkt tot nieuwe producten. Doet u nog niet mee aan de pilot, sluit dan vandaag nog bij ons aan! Hoe meer mensen deelnemen, hoe meer afval we kunnen hergebruiken. En afval scheiden is niet moeilijk, alleen even wennen.

Aftrap afvalproef 30 mei

Ongeveer 20 bewoners kwamen naar het grasveld in de Tekkopstraat om de aftrap van de afvalproef in de T-buurt mee te vieren. Er was een kleine prijsvraag: wat is het gewicht van de gevulde groene emmer met etenresotten? Het antwoord was: 780 gram. De twee prijwinnaars hebben hun prijs - een bon voor de Jumbo - inmiddels gekregen.

Juiste cijfers afval scheiden Zuidoost

Het stadsdeel heeft eerder niet de juiste cijfers voor het afval scheiden gebruikt. In Zuidoost wordt 9% van het afval gescheiden en niet 15%. Dat getal geldt voor heel Amsterdam. Excuses! De echte cijfers zijn dus:

	Start	30 mei	juni
Restafval	91% in Zuidoost	86% in T-buurt	
Overig	9% in Zuidoost	14% in T-buurt	

De T-buurt heeft het in juni dus prima gedaan vergeleken bij de rest van Zuidoost!

In juli afvalproef Zuidoost

Vragen over afval scheiden? Ideeën over hoe het beter kan? Extra zakken nodig? Kom in juli op woensdagmiddag van 13.30 tot 14.30 uur naar het grasveld in de Tekkopstraat. We staan voor u klaar! Alleen bij regen komen we niet.

Waarom is de tekst op de zakken in het Zweeds?

De zakken voor de afvalproef komen uit Stockholm, waar bewoners al op deze manier afval inzamelen. We willen eerst uitsproeien of en hoe dit systeem in Amsterdam werkt voor wie 'leiger' zakken aanschaft.

Gebruik de juiste kleur zakken

Stopt u spullen in de waardecontainer, gebruik dan de juiste kleur zakken. Dit is belangrijk, omdat de zakken op kleur worden gesorteerd. Daarna kan de inhoud worden verwerkt tot nieuwe producten. Afval dat niet in de gekleurde zakken in de waardecontainer wordt gestopt, kan niet worden gesorteerd en wordt verbrand als restafval. Dat is zonde.

Nieuwe gekleurde zakken kunt u gratis afhalen bij de Woon- en Doe-Het-Zelf winkel in winkelcentrum Reigerbos op nr. 57.

Tips van de maand

Doe de oranje zak voor het plastic in uw grote afvalcontainer. Plastic afval is de grootste bulk!

Resultaten juni zijn goed!

In de maand juni zijn in de T-buurt 14% afval gescheiden en in de waardecontainers gegooid.

Dat was 9% in heel Zuidoost. Mooi resultaat! In juni zijn er 185 gekleurde zakken in de waardecontainer gegooid. Ruim 90% was perfect gescheiden: de juiste spullen in de juiste kleur zak. Van 165 zakken kan de inhoud dus hergebruikt worden. De overige 20 zakken moesten helaas nog als restafval worden verbrand. We gaan proberen in juli nog meer te scheiden. Op naar de 20%!

Let op: groei grijze zakken en plastic toegenomen

Restafval in de restafvalcontainer. Dat afval wordt verbrand en kan niet hergebruikt worden. Alles uit de waardecontainer wel!

notities

Diese nieuwsbrief is gemaakt door de bewonersgroep T-buurt en de gemeente. De bewonersgroep T-buurt bestaat uit: Alwin, Huib, Alexandra, Mahmoud, Tinke, Audy en Marian. Het is de afvalproef voor de T-buurt. Tekopstraat, Tefelenstraat, Terletstraat, Teteringstraat. Eindhoven, Willemslaan. Lay out en presentatie: Personeel juli 2015.

Vragen, klachten of meldingen met de proef?

Kijk op de speciale website: www.amsterdam.nl/afvalproefzuidoost/ of neem contact op met: afval@amsterdam.nl of 020 696 3693.

D Uitsnede nieuwsbrief Engelstalig

Retouradres: SDZO, Postbus 11494, 1100 AL Amsterdam

To the residents of the apartments at the
Teteringen-, Tefelen-, Tekkop-, en Terletstraat

Datum 30 mei 2015

Ons kenmerk

Uw kenmerk

Behandeld door

Onderwerp **Participate in the waste separation trial and use your starting kit!**
Waste separation; let's make a difference!

Dear resident,

Did you know that most of the waste we dispose, can be re-used? Perhaps, you already dispose of your empty glass products in the bottle banks and your paper and cardboard in the special paper containers. Excellent! But more types of waste can be separated for fabrication of new products, which is better for our environment. Separating waste is not difficult, it is just a matter of getting used to it.

As from today, Saturday May 30st, we are starting a waste separation trial. A different way of collecting waste will be introduced in your neighbourhood. This trial will last six months. **We are counting on your participation.**

The aim of this waste trial is to research which method is the most convenient way for our residents to separate waste. When this waste trial succeeds, this method will also be introduced in other areas of Amsterdam.

How does this affect you?

As from today you can separate your waste into differently coloured bags.



food waste and waste from plants in the green bag



plastic packaging, packaging of juices and dairy products in the orange bag



paper, carton and cardboard in the blue bag



various discarded products (stuff) in the red bag

E Flyer extra informatiemomenten



The flyer features a white background with a large red rectangular area at the bottom. In the top left corner, there are three red 'X' marks stacked vertically. To their right, the text 'Gemeente Amsterdam' is in red, and 'Zuidoost' is in black. In the top right corner, there are four colorful plastic bags (blue, red, green, and yellow) tied at the top. A white box with a red border is positioned in the center, containing a list of three items. The bottom section of the flyer is a solid red rectangle with white text. At the very bottom, a white box with a red border contains two lines of red text.

**Gemeente
Amsterdam
Zuidoost**

- Vragen over afval scheiden?
- Ideeën over hoe het beter kan?
- Extra zakken nodig?

**Kom in juli op woensdagmiddag
van 13.30 tot 14.30 uur naar het
grasveld in de Tekkopstraat.**

**We staan voor u klaar!
Alleen bij regen komen we niet...**