

tabula rasa

GEDRAG EN COMMUNICATIE
CONSULTANTS

Pilots voor een betere afvalscheiding in Katwijk

Advies VANG ondersteuning

Den Haag, april 2019

Dr. Bert Pol
Daniëlle Broeze MSc

Inhoud

1	Pilots in Katwijk	3
1.1	Inleiding	3
2	Inzet Challenge	3
3	De vijf Pilots	5
3.1	Algemene adviezen	5
3.2	Pilot 1: Ophalen ZomerGFT	7
3.2.1	<i>Communicatie over de pilot</i>	7
3.3	Pilot 2: GFT sorteren in huis	8
3.3.1	<i>Communicatie over de pilot</i>	9
3.4	Pilot 3: Ophalen PMD	9
3.4.1	<i>Communiceren over de pilot</i>	9
3.5	Pilot 4: Extra aandacht voor volle containers.....	10
3.5.1	<i>Communicatie bij deze pilot</i>	10
3.6	Pilot 5: Aanpak ondernemers.....	11
3.6.1	<i>Communicatie bij deze pilot</i>	11
4	Sociale netwerkbenadering	12
5	Referenties	13

1 Pilots in Katwijk

1.1 Inleiding

- In het coalitieakkoord 2018 – 2022 staat vermeld dat ‘inwoners samen bepalen op welke manier we afval kunnen scheiden.’ Burgerparticipatie biedt een mooie kans om het afvalscheidingspercentage te verhogen, maar het is ook een uitdaging. 25.000 huishoudens hebben immers 25.000 ideeën over afvalscheiding, maar wat werkt wel, en wat niet?
- De gemeente Katwijk wil met verschillende pilots testen welke maatregelen effectief kunnen zijn. Door middel van de VANG-regeling ondersteunt Tabula Rasa de gemeente Katwijk in de opzet van de pilots en de communicatie hieromheen. Wij stellen voor de pilots onderdeel te maken van een algemene afvalscheiding *challenge* in Katwijk.

2 Inzet Challenge

Challenge om inwoners te motiveren

- Op het gebied van afvalscheiding kan in Katwijk nog veel winst worden behaald. Op dit moment bestaat 49% van het restafval nog uit PMD en GFT (Sorteeranalyse Katwijk, 2018). Om in korte tijd veel resultaat te kunnen boeken, stellen we voor een *challenge* op te zetten om de inwoners te motiveren. In deze challenge worden niet alleen nieuwe afvalscheidingsmethodes uitgetest (zie pilots), maar wordt ook informatie en tips over afvalscheiding gegeven.
- Met deze challenge probeert de gemeente Katwijk het afvalscheidingspercentage te verhogen. Dit is goed voor de gemeente, het milieu en de inwoners van Katwijk zelf. Wanneer zij zich inzetten voor deze challenge kan dit leiden tot (individuele) beloningen.
- De challenge kan worden aangekondigd via een HAH-brief met een flyer, maar ook op social media, in HAH-bladen en via lokale ondernemers.

Beloning als motivator

- Uit onderzoek blijkt dat beloningen een effectieve manier zijn om nieuwe, milieuvriendelijke gewoontes aan te leren.¹ Het effect van beloningen is het grootst, wanneer voor de bewoners heel duidelijk is wat ze moeten doen, en wat ze daarvoor terugkrijgen.
 - Zo kunnen wijken bijvoorbeeld sparen voor een nieuw speeltuintje of opknopbeurt van het plantsoen als zij 1000 kilo PMD scheiden. De tussenstand kan op social media worden bijgehouden. Het terugkrijgen van (positieve) feedback is erg belangrijk om mensen te blijven stimuleren.²

- Ook kunnen evenementen worden georganiseerd voor de inwoners van Katwijk als beloning voor hogere afvalscheidingpercentages. Zoals bijvoorbeeld een festival op het strand bij 20% meer afvalscheiding.
- Of kunnen mensen bijvoorbeeld korting krijgen op een ijsje/ kopje koffie bij lokale ondernemers wanneer zij een social media post over afvalscheiding / de challenge delen. Zo kan je op een makkelijke manier gebruikmaken van sociale netwerken om afvalscheiding te stimuleren.
- Met de opdrachtgever bespreken we of, en zo ja welke, beloningen mogelijk zijn. Idealiter worden er beloningen gekozen waarvan de bewoners al hadden aangegeven dit te willen/ te missen in de wijk. Via social media kan er ook nog input worden gevraagd: 'Katwijk belooft afvalscheiding – wat zou uw wijk wel kunnen gebruiken?' De mogelijkheid van een beloning roept interesse op en kan ervoor zorgen dat meer mensen zich abonneren op de social media pagina's van de Gemeente Katwijk. Social media is een makkelijk platform om over de challenge te communiceren. Hier kan regelmatig worden teruggekoppeld of de gestelde doelen al behaald zijn, en kunnen tips gegeven worden om beter te scheiden.
- Ook kan er een flyer over de challenge huis-aan-huis worden verspreid.

Challenge als paraplu voor communicatie

- Grotere en kleinere initiatieven kunnen worden gecommuniceerd onder de paraplu van de 'challenge'. De pilots zijn hier ook onderdeel van. Ze dagen de inwoners uit hun afval op een nieuwe manier, of beter, te scheiden.
- Ook kunnen mensen worden geïnformeerd over de afvalscheidingsmogelijkheden in Katwijk (Waar staan de PMD-containers?) en hoe je precies moet scheiden (Wat hoort er in het GFT-afval?). Deze informatie kan ook via social media worden verspreid, om zo een breder publiek te bereiken.
- Wij stellen voor een slogan te ontwikkelen. Bijvoorbeeld: 'Katwijkers maken werk van afval!' Hier kan een simpel, herkenbaar logo voor worden ontworpen dat terugkomt in alle acties van de challenge en de communicatie over de pilots.

Communiceer de al behaalde successen

- De effecten van de pilots zullen aan het eind van de zomer bekend zijn. Het is belangrijk om de behaalde successen in de pilots te communiceren, om te laten zien dat de inspanningen effect hadden.² Het werkt motiverend om te zien dat veel mensen uit de buurt meedoen. Fout! Bladwijzer niet gedefinieerd.
- Voorbeeld: 'Valkenburg heeft 25% meer plastic gescheiden dan vorig jaar!'. Dit kan worden gecommuniceerd via communicatie in de desbetreffende wijken of (online) nieuwsbrieven.

Creëer een wij-gevoel

- Katwijk is een gemeente met in sommige gebieden een zeer hoge sociale cohesie. Hier kan in de challenge goed op worden ingespeeld door sterk te benadrukken dat we *samen* de uitdaging aangaan. En dat het resultaat voordelig is voor de hele gemeenschap.

3 De vijf Pilots

3.1 Algemene adviezen

- Onderdeel van de challenge zijn vijf pilots om ideeën van de inwoners te testen. Hierbij wordt gekeken of door deze ideeën het afvalscheidingspercentage wordt verhoogd. Dit hoofdstuk gaat over de opzet van deze pilots.
- Om de effecten van de pilots straks goed te kunnen meten, en zo veel mogelijk effect te bereiken, geven we in deze eerste paragraaf een aantal algemene adviezen over de opzet.

Kies een afgebakend gebied en maak altijd gebruik van een controlegroep

- Om goed te kunnen meten of de afvalscheiding verbeterd is, is het noodzakelijk dat de interventie in een afgebakend gebied wordt geïmplementeerd. Bijvoorbeeld één wijk, of nog kleiner, de omwonenden van een aantal ORAC's.
- Voor elke wijk waar je een pilot test, is er ook een controlegroep nodig. Idealiter is dit een wijk met soortgelijke infrastructuur, woningen en inwonerssamenstelling.
- Er worden straks in Katwijk verschillende pilots tegelijkertijd getest. Belangrijk hierbij is dat de experimentele en controlegebieden niet overlappen. Bijvoorbeeld: de controlegroep van de pilot Zomer GFT, kan niet de experimentele groep zijn van de PMD pilot. Interventies kunnen ook effect hebben op andere afvalstromen, daarom raden we aan de pilots strikt gescheiden te houden.

Maak gebruik van verschillende meetmomenten

- Altijd goed om nog even te herhalen: voor goed onderzoek moet er uitgebreid worden gemeten voorafgaand aan de interventie, tijdens de proefperiode (het liefst meerdere malen) en achteraf. Voor zuivere resultaten moet bij de experimentele groep en controlegroep op dezelfde momenten worden gemeten.

Maak waar mogelijk gebruik van ambassadeurs

- De pilots zijn tot stand gekomen met input van de bewoners van Katwijk. Voor deze betrokken bewoners is het erg leuk dat hun idee wordt getest en zij kunnen fungeren als ambassadeur. Daarom raden wij aan om de pilots te testen in een wijk waar een ambassadeur gevonden kan worden. Hij/ zij kan de burens ook enthousiasmeren voor het initiatief.

Timing is belangrijk voor gedragsverandering

- Afvalscheidingsgedrag is (half)automatisch gedrag, het is een routine geworden en mensen denken er niet meer zoveel over na. Om deze reden is het makkelijker gedrag aan te passen bij een levensverandering of verandering van routine. Daarom raden wij aan te starten met een initiatief bij het begin of het einde van de schoolvakantie.

- Deze pilots staan gepland voor de zomer. Idealiter starten ze bij aanvang van de schoolvakantie. Voor een grote groep, de mensen met kinderen, verandert het dagelijkse ritme, waardoor andere veranderingen makkelijker in de nieuwe routine kunnen worden opgenomen.

Interventiepakket is effectiever dan losse maatregelen

- Afvalscheiding is voor veel gemeenten lastig. Bij onze projecten zien we dat een combinatie van interventies het beste werkt. Je moet het scheiden van afval faciliteren – zo makkelijk mogelijk maken. Daarnaast moet je mensen erover informeren, en het gedrag stimuleren. Idealiter worden deze drie elementen in de pilots meegenomen.³

Deels automatisch, deels gepland gedrag

- Om gedrag te veranderen is kennis over de aard van het gedrag essentieel. We kunnen voor afval scheidingsgedrag de volgende soorten gedrag onderscheiden. Een groot deel van het gedrag gaat op de automatische piloot: we denken er niet over na, we doen het gewoon. Dit is routinegedrag, gedrag wat je vaak vertoont. Bijvoorbeeld: Dagelijks een afvalzak in de container gooien.
- Een kleiner deel van het gedrag is gepland gedrag. Dit is meer bewust gedrag waar we goed over nadenken. Vaak is er sprake van eenmalig gedrag. Bijvoorbeeld: Grofvuil voor de flat plaatsen. Dit onderscheid heeft consequenties voor het ontwikkelen van effectieve interventies. De twee soorten gedrag vragen om een verschillende aanpak.
- Bij gedrag dat wordt uitgevoerd op de automatische piloot heeft het bijvoorbeeld weinig zin om argumentatie aan te bieden. Deze informatie komt vaak simpelweg niet binnen.⁶ Bij gepland gedrag zijn mensen juist wél te beïnvloeden met argumenten.

3.2 Pilot 1: Ophalen ZomerGFT

- Momenteel bestaat 36% van het restafval uit GFT (sorteeranalyse Katwijk, 2018). Hier kan dus nog veel winst worden behaald. Deze pilot richt zich op het beter scheiden van GFT in laagbouwwijken.
- Laagbouw woningen in Katwijk hebben een eigen GFT - container. Zeker 's zomers kan deze GFT-bak veel ongemakken veroorzaken. Mensen willen zo snel mogelijk van dit onfrisse afval af. Momenteel wordt het GFT-afval eens in de twee weken opgehaald. Als pilot wordt er aanstaande zomer gedurende drie maanden gekeken of het loont om het GFT afval elke week op te halen.
- De gemeente Katwijk heeft de pilot al uitgewerkt, maar we geven graag een aantal adviezen mee. Het huidige voorstel is dat in drie experimentele gebieden, Katwijk Noord, Katwijk aan den Rijn en Valkenburg wordt onderzocht of het wekelijks legen van de mini-containers leidt tot een betere GFT scheiding en minder restafval. Twee andere wijken houden het oude systeem aan en dienen als controlegroep.
 - Wij geven ter overweging mee dat deze pilot ook in één gebied getest kan worden. Aangezien het om grote gebieden gaat, kan je met één gebied en één controlegebied al goed zien wat de effecten zijn. Wij bespreken dit graag met de gemeente. Als er zeer grote verschillen zijn tussen de drie wijken, kan het bijvoorbeeld wel verstandig zijn ze alle drie in het experiment mee te nemen.

Houd rekening met seizoenseffecten

- 's Zomers hebben mensen vaak meer GFT-afval dan in de winter. Dit geldt zeker voor laagbouw, waar mensen zomers meer in de tuin bezig zijn. Houd bij de analyse daarom niet alleen een voor, tussen en nameting, maar vergelijk het deel GFT in het restafval, en de hoeveelheid opgehaald GFT ook met cijfers van vorige zomer (mits deze cijfers er zijn).

3.2.1 *Communicatie over de pilot*

- Kondig de pilot aan via een HAH-brief. Geef hierbij informatie over het scheiden van GFT en de voordelen ervan.
- Maak ook een koppeling met de challenge. Met het geld dat door betere afvalscheiding wordt bespaard kunnen leuke dingen worden gedaan. Dit enthousiasmeert en motiveert mensen echt hun best te gaan doen.
- Mensen vinden het fijn om zich gehoord te voelen. Communiceer daarom dat deze pilot op initiatief van de inwoners is opgezet: 'We hebben naar u geluisterd..''
- Maak gebruik van het principe wederkerigheid. ^{Fout! Bladwijzer niet gedefinieerd.} 'De Gemeente Katwijk gaat zich extra inzetten en vaker het GFT-afval ophalen, draagt u ook uw steentje bij?'
- Communiceer dat als dit een succes wordt, en het voldoende afvalscheiding oplevert en geld bespaart, het GFT wekelijks opgehaald blijft worden.

- Geef echter geen garanties. Na de pilot wordt bepaald hoe de afvalinzameling er in het vervolg uit gaat zien en het kan zo zijn dat het GFT afval weer elke twee weken opgehaald wordt.
- Veel mensen vinden hun GFT bak vies. In de HAH-brief kan je informeren over de mogelijkheden deze bak schoon te laten maken.
- Als in de tussenmeting blijkt dat er meer GFT wordt gescheiden, communiceer dit. Deze feedback is een belangrijke motivator om het nieuwe gedrag vast te houden.² Ook gaan mensen hun afval beter scheiden, als ze weten dat hun gelijken, in dit geval hun burens, dat ook doen.³

Weerstand voorkomen in de controlewijken

- Waarschijnlijk zijn de controlewijken er snel van op de hoogte dat er een experiment loopt waar zij geen onderdeel van zijn. Hier is het belangrijk om weerstand zoveel mogelijk te voorkomen en eventuele klachten netjes af te handelen. Je wil niet dat mensen hun afval slechter gaan scheiden, omdat ze zich benadeeld voelen.
 - Wanneer mensen klagen bij de gemeente dat bij hen het afval om de twee weken wordt opgehaald is het belangrijk alle weerstand te erkennen: ‘we snappen dat het vervelend is, maar we zijn eerst bezig met een kleine proef voordat we het in de hele gemeente kunnen verspreiden. Tot die tijd is het belangrijk dat iedereen z’n afval goed scheidt, dat scheelt de gemeente veel geld en dat kan weer gebruikt worden om de afvalservice te verbeteren.’
 - In alle gevallen moet bothedigheid en directief taalgebruik vermeden worden. Dit vergroot de weerstand.⁶

3.3 Pilot 2: Tuinafval ophalen en keukenafval wegbrengen

- Ook de tweede pilot heeft betrekking op het beter scheiden van GFT-afval. Hierbij wordt onderscheid gemaakt tussen tuin- en keukenafval.
 - Het tuinafval wordt aan huis opgehaald, de zogenaamde ‘takkenroute’. Hiervoor ontvangen mensen een rolcontainer.
 - Voor het keukenafval worden collectieve containers geplaatst, waar mensen het afval naartoe kunnen brengen.

Deel afbreekbare afvalzakjes uit, of informeer waar mensen deze kunnen krijgen.

- Idealiter wordt het nieuwe gedrag in de beginperiode zoveel mogelijk gefaciliteerd. Daarom raden we aan de afbreekbare zakjes voor het keukenafval gratis of tegen gereduceerd tarief aan te bieden.

Houd bij de effectmeting rekening met seizoenseffecten

- Ook voor deze pilot geldt dat er in de zomer meer GFT-afval kan zijn dan in de winter. Wanneer de pilot in het voorjaar/zomer vertoebelt dit de effecten. Houd

in de analyse daarom niet alleen een voor, tussen en nameting, maar vergelijk het deel GFT in het restafval ook met cijfers van vorige zomer (mits deze cijfers er zijn).

3.3.1 Communicatie over de pilot

- Deze pilot betekent een aangrijpende verandering voor de experimentele wijken. Zij ontvangen een container en moeten deze op het juiste moment buiten zetten. We raden dezelfde communicatiestrategie aan als beschreven in paragraaf 3.2.1. Hierbij worden alle bewoners via een HAH-brief benaderd, worden behaalde successen gedeeld en wordt weerstand in de controlewijken voorkomen.

Laat het goede voorbeeld zien

- Een bewoner die een praktische manier heeft gevonden om haar/zijn keukenafval binnenshuis te scheiden en vervolgens weg te brengen kan als voorbeeld gebruikt worden. De positive deviance theory stelt dat mensen informatie doorgaans eerder aannemen van soortgelijken, medeflatbewoners dan wanneer het vanuit een onbekendere instantie zoals de gemeente Katwijk komt.⁴ De ervaringen en tips van het rolmodel kunnen bijvoorbeeld verwerkt worden in het informatiepakket of via social media worden gedeeld.

3.4 Pilot 3: Ophalen PMD

- Uit het bewonersonderzoek in Katwijk (Marintel, 2016) blijkt dat veel inwoners graag zouden zien dat ze minder ver hoeven te lopen om hun afval weg te brengen. Zeker bij PMD wordt herhaaldelijk aangegeven dat mensen graag zien dat dit aan huis wordt opgehaald. In een pilot kan worden gekeken of dit bijdraagt aan meer afvalscheiding.
- Voor deze pilot worden in twee wijken PMD containers uitgedeeld en wekelijks geleegd. In twee andere wijken wordt geen interventie toegepast, mensen moeten daar hun PMD nog steeds wegbrengen, maar wordt wel gemeten hoeveel PMD wordt gescheiden en hoeveel er bij het restafval zit.
- Biedt de container (het liefst persoonlijk) aan met een informatiepakket. Dit pakket dient zowel informatie te bevatten over wat er wel en niet bij het PMD hoort, de voordelen van recycling voor het milieu en de challenge in Katwijk.

3.4.1 Communiceren over de pilot

- Deze pilot betekent een aangrijpende verandering voor de experimentele wijken. Zij ontvangen een container en moeten deze op het juiste moment buiten zetten. We raden dezelfde communicatiestrategie aan als beschreven in paragraaf 3.2.1. Hierbij worden alle bewoners via een HAH-brief benaderd, worden behaalde successen gedeeld en wordt weerstand in de controlewijken voorkomen.

3.5 Pilot 4: Extra aandacht voor volle containers

- Een veelvoorkomend probleem in Katwijk zijn de verstopte/ overvolle papier en PMD containers. Dit zorgt niet alleen voor bijplaatsingen en zwerfafval, maar ook voor slechtere afvalscheiding, omdat deze stromen nu bij het restafval belanden. De derde pilot dient om te kijken of extra aandacht voor deze containers ook de afvalscheiding verhoogt. De pilot-containerparken worden elke dag gecontroleerd en netjes gehouden.
- Gemeente Katwijk heeft 16 containerparken geselecteerd waar deze pilot wordt uitgevoerd.
 - Bij vier van deze locaties worden de containers ook 'opgefleurd' door middel van bijvoorbeeld een bloemperkje, of een ander vrolijk idee van de omwonenden.
- Er wordt gemeten of bij de experimentele containerparken meer afval wordt gescheiden dan bij de controlegroep.

Schone omgeving erg belangrijk

- De **broken window theory** leert ons dat een schone omgeving zeer belangrijk is: mensen zijn geneigd een schone omgeving schoon te houden. Ze zullen dan minder snel afval op de grond gooien of bijplaatsen. Daarnaast zullen mensen zich in een schone omgeving ook eerder conformeren aan de norm.⁵ Zij zullen dus minder snel papier in de restcontainer gooien.
- Hierbij gaat het om een schone omgeving in de breedste zin van het woord. Niet alleen het opruimen van afval, maar ook het verwijderen van onkruid tussen de tegels of het opknappen van vervallen gevels. Wij raden de gemeente aan deze hotspots extra goed schoon te maken en te houden. En daarbij aandacht te schenken aan meer dan alleen afval, maar ook bijvoorbeeld graffiti en onkruid.

3.5.1 Communicatie bij deze pilot

- Bij deze pilot hoeft er niet gecommuniceerd te worden dat er een onderzoek gaande is. Mensen zouden hun gedrag hierop kunnen aanpassen, terwijl je wilt weten of deze aanpak op de lange termijn werkt. Wanneer het niet nodig is om over het onderzoek te communiceren, raden wij aan dit niet te doen.
- Bij deze pilot kan je goed gebruikmaken van het principe wederkerigheid^{Fout! Bladwijzer niet gedefinieerd.}. De gemeente gaat de bakken extra goed schoonhouden en zorgen dat inwoners te allen tijde hun afval kwijt kunnen. In ruil hiervoor wordt de inwoners gevraagd hun afval beter te scheiden. Bij de ORAC's kan een poster worden opgehangen.
 - 'De gemeente zet zich in voor een betere afvalscheiding in Katwijk, draag jij ook je steentje bij en gooi je alles in de goede bak?'

3.6 Pilot 5: Aanpak ondernemers

- Bij het startgesprek spraken we over de mogelijkheid om schoonmaakcontracten aan te bieden voor de GFT bakken als mogelijke vijfde pilot. Dit zou een effectieve interventie kunnen zijn, maar wel lastig aan te bieden aan de hele gemeente. Dit vanwege de hoge kosten, en misschien ook de capaciteit van het schoonmaakbedrijf. Daarom willen wij een andere pilot voorstellen.
- Uit de door jullie gestuurde stukken, en uit het gesprek 18 maart bleek dat ondernemers hun afval dumpen in de ORAC's. Dit leidt tot verstopping, bijplaatsing, zwerfafval en slechtere afvalscheiding. Wij stellen voor een pilot op deze groep te richten, waarbij je de volgende interventies test:
 - Persoonlijke aanpak ondernemers
 - Extra inzet op handhaving
 - Verhogen gepercipieerde pakkans
- Deze pilot kan in twee vergelijkbare winkelgebieden worden opgezet. In één gebied worden de interventies geïmplementeerd en de tweede dient als controlegroep.

Persoonlijke aanpak

- Het is van groot belang goed contact te onderhouden met de ondernemers. Uit andere afvalscheidingsprojecten voor gemeenten is gebleken dat wanneer handhaving persoonlijk langs de ondernemers gaat om kennis te maken en voorlichting te geven over afval, er minder ondernemersafval wordt gedumpt. Uit wetenschappelijk onderzoek blijkt dat persoonlijke communicatie altijd effectiever is dan algemene communicatie.⁶

Handhaving en gepercipieerde pakkans.

- Daarnaast kan tijdens de pilot ingezet worden op handhaving. Een belangrijke oorzaak van het ongewenste gedrag is namelijk gemakzucht en nonchalance. Bij ondernemers kan worden gehandhaafd op het niet hebben van een (voldoende groot) afvalcontract.
- Uit wetenschappelijk onderzoek blijkt dat handhaving het meest effectief is *als het zichtbaar is*; dit verhoogt de **gepercipieerde pakkans**. Een hoge gepercipieerde pakkans is noodzakelijk voor gedragsverandering.⁷

3.6.1 *Communicatie bij deze pilot*

- Bij deze pilot hoeft er niet gecommuniceerd te worden dat er een onderzoek gaande is. Er wordt alleen gemeten of deze aanpak leidt tot een betere afvalscheiding, doordat de afvalbakken minder vaak verstopt zitten.
- Wel kunnen de ondernemers gewezen worden op de challenge. De ondernemers zijn in veel gevallen ook inwoners van Katwijk. Als mensen hun afval goed scheiden, leidt dit tot voordelen voor de gemeente en individuen.

4 Sociale netwerkbenadering

- De sociale netwerkbenadering (hierna: SNWB) is een geschikte methode om veel mensen te bereiken en hen te stimuleren om hun afval beter te scheiden. De SNWB is een gestructureerde methode waarbij personen uit de doelgroep een belangrijke rol spelen in de opzet en de uitvoering van de communicatie. In de rol van voorlichter verspreiden zij informatie binnen hun eigen sociale netwerk. Toehoorders van deze informatie worden vervolgens verzocht deze ook verder te verspreiden in hun eigen netwerk. Doordat mensen de informatie horen van iemand die ze kennen, komt deze beter over dan via meer traditionele vormen van communicatie. De effectiviteit van de sociale netwerkbenadering is toe te schrijven aan verschillende factoren:
 - Het feit dat er dialoog plaats vindt: discussie draagt in sterke mate aan bij aan het verwerken van informatie;
 - Argumenten van uit de eigen groep, hebben meer effect dan wanneer ze van buiten de groep komen;
 - Personen uit de doelgroep worden nauw betrokken bij de opzet en uitvoering van de voorlichting. Zij gaan fungeren als paraprofessionele voorlichters. Voordeel daarvan is dat ze gemakkelijk binnenkomen, zowel in fysieke als in psychologische zin. Ze maken deel uit van de groep en kennen de manier van denken en reageren, waardoor ze goed kunnen inspelen op vragen en weerstanden.

Betrokkenheid creëren middels co-creatie

- Een effectieve manier om mensen actief bij het onderwerp te betrekken is het organiseren van een co-creatie. In een co-creatie discussiëren inwoners van Katwijk in kleine, steeds van samenstelling wisselende, groepjes over afvalscheiding.
- Bij deze co-creatie worden niet alleen ideeën over het verbeteren van afvalscheiding opgehaald, maar kunnen mensen ook worden geïnformeerd en kan *draagvlak* worden gecreëerd voor een betere afvalscheiding.
- Ook hier kunnen de mensen die aanwezig zijn bij de co-creatie de informatie verder verspreiden.
- We stellen voor in elke 'kern' een co-creatie te organiseren. Bij groot enthousiasme kunnen er meer worden opgezet.

5 Referenties

¹ Steg, L., & Vlek, C. (2009). Encouraging pro-environmental behaviour: An integrative review and research agenda. *Journal of environmental psychology, 29*(3), 309-317.

² Abrahamse, W., Steg, L., Vlek, C., & Rothengatter, T. (2007). The effect of tailored information, goal setting, and tailored feedback on household energy use, energy-related behaviors, and behavioral antecedents. *Journal of environmental psychology, 27*(4), 265-276.

³ Snyder, L.B. & LaCroix, J.M. (2013). 'How effective are mediated health campaigns? A synthesis of metaanalyses', in: R.E. Rice & C.K. Atkin (eds.) *Public communication campaigns*, (4th ed.) Los Angeles: Sage.

⁴ Marsh, D. R., Schroeder, D. G., Dearden, K. A., Sternin, J., & Sternin, M. (2004). The power of positive deviance. *Bmj, 329*(7475), 1177-1179.

⁵ Keizer, K., Lindenberg, S., & Steg, L. (2008). The spreading of disorder. *Science, 322*(5908), 1681-1685.

⁶ Pol, B., & Swankhuisen, C. (2013). *Nieuwe aanpak in overheidscommunicatie: mythen, misverstanden en mogelijkheden*. Coutinho.

⁷ Poelman, W., & Junger, M. (2010). Anti Crime Design. *Product, 18*(3), 16-18.