

Handleiding infoquête gft scheiden

Auteurs: Maarten Mulder, Bente Snäll, Carlijn Kappers, Krispijn Faddegon



Inhoudsopgave

Introductie	3
1. Doel infoquête	4
2. Vorm en structuur infoquête	5
2.1 Lange versie infoquête	6
2.2 Korte versie infoquête	10
2.3 Aanpassen naar eigen wensen	10
3. Verspreiden infoquête	12
4. Te verwachten uitkomsten en resultaten	13
5. Effect van de infoquête	14
6. Bijlagen	15
6.1 Bronnen	15

Introductie

Wil je als gemeente of afvalinzamelaar meer te weten komen over hoe bewoners tegen het scheiden van gft-afval aankijken en ze tegelijk stimuleren hun gft (beter) te scheiden, dan is de infoquête mogelijk een interessante oplossing. Dit is een enquête en gedragsinterventie in één. De infoquête kan ingezet worden in een wijk waar gft gescheiden kan worden.

Inhoud van deze handleiding

De infoquête is geïnspireerd op infoquêtes van D&B en de gemeente Meppel, die in samenwerking met Rijkswaterstaat zijn ontwikkeld. Wij hebben in het BASSTA-plus project een versie gemaakt met een quiz-stijl. Deze is gericht op gft en heeft naast gedragsbeïnvloeding ook als doel om data op te halen. Het is ontwikkeld in samenwerking met Avalex, de gemeente Delft en Den Haag. De lange versie is uitgevoerd in de Den Haag (n=43) en in Delft (n=86). Omdat elke gemeente (mogelijk) specifieke behoeften en wensen heeft, is er een basisopzet (in Qualtrics) ontwikkeld die toepasbaar is voor alle gemeenten in Nederland. Dit document biedt een handleiding voor het gebruik van de infoquête. Daarnaast worden het concept en de onderliggende theorieën toegelicht. Ook wordt er advies gegeven over het uitzetten van de infoquête op basis van praktijkervaring, de te verwachten resultaten, en suggesties voor het gebruik van de resultaten.



1. Doel infoquête

Het doel van de gft-infoquête is tweeledig. Ten eerste is het bedoeld om informatie op te halen bij bewoners over hun ervaringen, ideeën en gedrag rondom het scheiden van gft. Ten tweede is het bedoeld als gedragsinterventie: om hun motivatie en kennis ten opzichte van gft-scheiding te verbeteren en hen te stimuleren om beter en/of meer gft te scheiden.

Wanneer inzetten:

- Als je wilt dat bewoners hun gft beter gaan scheiden (kwantitatief en/of kwalitatief).
- Als je vermoed dat toename van kennis en/of motivatie kan helpen om in die wijk het gedrag te beïnvloeden.

- Als je meer zicht wilt krijgen op het huidige scheidingsgedrag en in welk ‘stadium’ van het gedrag de bewoners zich bevinden (bijvoorbeeld of ze het van plan zijn, al scheiden of gestopt zijn).
- Als je meer zicht wilt krijgen op welke belemmeringen en gebreken door bewoners ervaren of voorzien worden.
- Als je wilt verkennen welke volgende gedragsinterventies goed zouden kunnen zijn of het draagvlak voor bepaalde interventies wilt onderzoeken.

Voordelen

- + Relatief goedkoop in te zetten.
- + Gerichte informatie die inspeelt op behoefte en gedrag van betreffende bewoner.
- + Eenvoudig aanpasbaar op lokale situatie en doelen.

Nadelen

- Bereikt een klein deel (circa 10%) van de bewoners, waarvan het merendeel al gft scheiden. We merken dat vooral (goede) gft-scheiders de infoquête invullen. De infoquête kan ook gebruikt worden om meer bewoners hun afval te laten scheiden. Het is namelijk ook gericht op niet-scheiders. We merken echter dat het lastig is om hen de infoquête in te laten vullen, dus daar zou veel extra aandacht voor nodig zijn.

2. Vorm en structuur infoquête

De infoquête kan variëren van een offline enquête-achtige opzet tot een meer interactieve quiz.

Het voordeel een digitale vorm is dat dit beter in kan spelen op de (informatie) behoeften van de betreffende bewoners. Bewoners die geen gft-afval scheiden krijgen bijvoorbeeld andere vragen dan degene die dat wel doen. Tevens is het sneller te analyseren dan een papieren versie. Met een meer interactieve vorm met verschillende soorten interactie (zoals filmpjes, links, antwoorden slepen en selecteren) is het mogelijk om meer informatie te delen.

Korte en lange infoquête

Afhankelijk van het doel is er een korte versie (circa 3 minuten) en een lange versie (circa 10 minuten) van de infoquête ontwikkeld. In onderstaand schema (zie tabel 1) zijn de voor- en nadelen van beide versies te zien.

Structuur in Qualtrics

Wij hebben een infoquête ontwikkeld binnen het programma Qualtrics. Er zijn diverse mogelijkheden met betrekking tot de routing (welke vragen ze wel/niet krijgen) en het type vragen, waardoor er meer vrijheid is voor een creatieve opzet en verschillende soorten interactie, bijvoorbeeld met antwoorden slepen en filmpjes. De resultaten zijn eenvoudig te analyseren en te exporteren naar Excel of SPSS.

Kort door de bocht: wil je zowel een gedragsinterventie uitvoeren en data ophalen over de bewoners, gebruik dan de lange versie. Wil je vooral een gedragsinterventie doen en zoveel mogelijk bewoners bereiken, gebruik dan de korte versie. Eerst zal de lange versie toegelicht worden en vervolgens de korte versie.

Functie	Lange infoquête	Korte infoquête
Data verzamelen	+	-
Kennis overdracht	+	+ -
Gericht op gedragsverandering	+ -	+
Lengte/Duur van invullen	-	+
Vragen afgestemd op type scheider	+	+

Tabel 1 Voor- en nadelen korte en lange infoquête

2.1 Lange versie infoquête

De infoquête bestaat grofweg uit drie delen:

- Intro en routing
- Inhoud: motivatie, gelegenheid en capaciteit
- Evaluatie

Een voorbeeld van de lange infoquête is [hier](#) in te vullen.



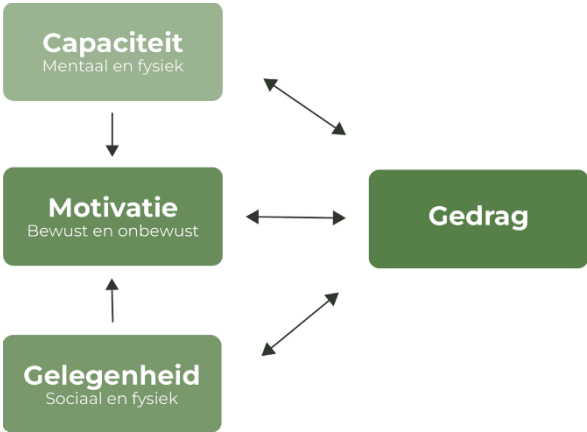
Figuur 2 Stage of change model

In het eerste deel wordt uitgelegd wat de bedoeling is van de infoquête en moeten de respondenten akkoord gaan met het gebruik van hun data [informed consent]. Om te bepalen welke vragen relevant zijn voor de respondent wordt gevraagd of deze geen/soms/vaak gft scheidt en hoe deze tegen gft scheiden aankijkt (daarvoor wordt gebruik gemaakt van het stages of change model (Norcross, 2011): een model om te bepalen hoe ver iemand is ten opzichte van het gewenste gedrag) (zie figuur 2).

Dit leidt tot vier doelgroepen waarvoor de infoquête een verschillend doel heeft (zie tabel 2). De vier doelgroepen krijgen deels andere vragen (en doorlopen dus een andere route). Zo krijgen niet-scheiders met name vragen rondom motivatie terwijl goede scheiders vragen krijgen hoe nog beter te scheiden of over het helpen van andere bewoners.

2. Inhoud: motivatie, gelegenheid en capaciteit

De vragenlijst is opgebouwd op basis van het COM-B model, wat uitgaat van drie factoren die voldoende aanwezig moeten zijn om bepaald gedrag te vertonen: capaciteit, gelegenheid en motivatie (zie figuur 3). In het volgende overzicht is de opbouw van de infoquête te zien. De infoquête bestaat uit meerdere groepjes van



Figuur 3 COM-B model

vragen die hieronder toegelicht worden. De kleuren geven aan op welke factor uit het COM-B model de vragen inspelen. Te zien is dat de niet-scheiders (route 1) de minste vragen krijgen. Bij een volgende route komen er aanvullende of vervangende vragen bij.

Tabel 2 Overzicht van verschillende routes

Type respondent	Doel route
Route 1 Niet-scheider + ontkenning	Bewustwording en attitude verandering (belangrijk gaan vinden).
Route 2 Niet-scheider + erkenning	Attitudeverandering en handelingsperspectief (weten waarom en hoe te starten met het scheiden van gft; en voorziene belemmeringen wegnemen).
Route 3 Semi-scheider	Nut beter inzien, kennis verbeteren en ervaren belemmeringen wegnemen (om terugval te voorkomen en meer/beter te laten scheiden).
Route 4 Super-scheider	Kennis verbeteren (fouten voorkomen) en activeren om andere bewoners te stimuleren.

Strekking van de vragen - - - - - → Gewenst effect

Niet
scheiders
[niet van
plan]



Motivatie

1 Wat er met gft gebeurt

2 Persoonlijke waarden
zoals milieu/leefomgeving/kosten

En waarom
scheiden
daaraan
bijdraagt

3 Persoonlijke voordelen

Nut inzien

Attitude herzien

Gelegenheid



4 Veronderstelde belemmeringen
zoals stank/ ruimte/ container

tips

Meer gemak ervaren

Capaciteit



5 Waarom het schadelijk is als je het
niet goed doet

Kennis vergroten

6 Waar de gemeente mee kan helpen
om het makkelijker te maken

Meer gemak ervaren

+

Niet
scheiders
[wel van
plan of
gestopt]

7 Samen met de wijk (beter) gft scheiden

....samen....

8 Welke stappen kun je zetten om gft
te gaan scheiden
Alleen voor route 2

+

Semi-
scheiders

9 Ervaren belemmeringen

tips

Meer gemak ervaren

10 Wat wel/niet in het gft

Kennis vergroten

+

Super
scheiders

11 Andere bewoners motiveren

Inspelen op sociale norm

12 Moeilijke vragen wat wel/niet niet
in het gft

Kennis vergroten

Figuur 4 Structuur lange infoquête

Toelichting op illustratie

De nummers verwijzen naar de nummers in figuur 4.

Route 1: Niet scheider [niet van plan]

1. Er worden verschillende vragen gesteld om bewoners bewust te maken van het nut van gft-afvalscheiding. Hiermee is te achterhalen wat de bewoners al weten of denken wat er met het gft gebeurt. Dit speelt in op hun motivatie door het waargenomen nut te vergroten.
2. Daaropvolgend worden vragen gesteld over hun persoonlijke waarden en de relatie ervan met gft scheiden. Zo kunnen ze bijvoorbeeld aangeven het milieu belangrijk te vinden en vervolgens wordt hen gevraagd in hoeverre ze denken dat gft scheiden bijdraagt aan een beter milieu (dit kan leiden tot cognitieve dissonantie). Zo kunnen ze via persoonlijke waarden gft scheiden belangrijker gaan vinden en hun attitude herzien (vergroot intrinsieke motivatie).
3. Gft scheiden heeft vooral een maatschappelijk belang. Door echter in deze vraag aan te geven welke persoonlijke voordelen ze verwachten of ervaren, help je ze het persoonlijk nut in te zien (vergroot motivatie).
4. Hier wordt gevraagd naar veronderstelde belemmeringen zoals stank/ ruimte/ container om zicht te krijgen op de belangrijkste belemmeringen die weggenomen zouden moeten worden. Afhankelijk van hun antwoord krijgen de respondenten gerichte tips om deze belemmeringen weg te nemen (dit vergroot de gelegenheid). NB. Bij dit onderdeel is de bewoording heel belangrijk om respondenten niet allemaal excuses te geven om geen gft te scheiden!
5. Door deze vraag krijgen bewoners inzicht waarom het schadelijk is als je het niet goed doet. Dit is ten eerste bedoeld om verontreiniging te voorkomen en ten tweede hen te stimuleren gft te scheiden (dit richt zich met name op het vergroten van de kennis).

6. Door te vragen waar de gemeente mee kan helpen om gft scheiden makkelijker te maken, biedt je tot slot ruimte voor opmerkingen en suggesties die nuttig kunnen zijn om op de lokale situatie in te kunnen spelen.

Route 2: Niet scheider [wel van plan of gestopt]

7. Hier wordt gevraagd of ze mee willen doen met een gezamenlijk doel als ze zouden weten dat een grote groep bewoners bij hen in de wijk mee zou doen. Samen met de wijk (beter) gft scheiden, helpt om de motivatie te vergroten om bijvoorbeeld te beginnen of opnieuw te gaan scheiden. Dit speelt in op sociale doelbinding, de sociale identiteit en verbondenheid om samen aan een duurzaam doel te werken.
8. Door bewoners die van plan zijn gft te gaan scheiden te helpen met de mogelijke stappen die ze kunnen gaan zetten om gft te gaan scheiden, maak je het gewenste gedrag makkelijker (alleen voor route 2). Dit bevordert de zelfbekwaamheid en de aanpak van vermijdingsgedrag.

Route 3: Semi-scheider

9. In plaats van verwachte belemmeringen wordt gevraagd naar de belemmeringen die ze ervaren. Afhankelijk van hun antwoord krijgen de respondenten gerichte tips om deze belemmeringen weg te nemen (dit vergroot de gelegenheid). Gebruik het inzicht in de belangrijkste belemmeringen van semi-scheiders om terugval te voorkomen en te zorgen dat ze blijven scheiden.
10. Hier worden vragen gesteld over wat wel/niet in het gft mag. Er kunnen stoffen worden verwerkt die bij sorteeranalyses gevonden worden. Deze vragen helpen om de kennis te vergroten en te zorgen dat de kwaliteit van het gft-afval beter wordt.

Route 4: Super-scheider

11. Hier wordt gevraagd of ze andere bewoners zouden willen motiveren om (beter) gft te gaan scheiden. Zij kunnen als rolmodel dienen of de sociale norm versterken om gft te scheiden, ter

bevordering van de sociale gelegenheid en motivatie van andere bewoners.

12. De super-scheiders krijgen moeilijkere vragen wat wel/niet in het gft mag om de kennis te vergroten en de kwaliteit van het gft te verbeteren.

3. Evaluatie

Indien mogelijk is het goed om te meten (bijvoorbeeld met data van pasaanbiedingen, gewichtsmetingen of visuele checks) of de infoquête effect heeft gehad op het scheidingsgedrag. Een eenvoudigere (meer indirecte) manier is om in de infoquête te vragen of deze effect heeft gehad, bijvoorbeeld door te vragen of de infoquête bijgedragen heeft aan de kennis, motivatie of intentie om gft te scheiden.

Wij verzoeken iedereen die een infoquête uitvoert een dergelijke vraag aan het einde op te nemen om zo continu meer kennis te vergaren over het effect van een infoquête.

2.2 Korte versie infoquête

De korte versie van de infoquête is bedoeld als gedragsinterventie. Ook deze begint met een vraag om te bepalen of iemand al gft scheidt en in welke 'stage of change' iemand zit. Alle respondenten van de korte infoquête krijgen vervolgens vergelijkbare vragen, maar de vraagstelling verschilt iets zodat deze van toepassing is op hun 'stage of change' (zie figuur 2). In het overzicht hiernaast is de opbouw van de korte infoquête te zien. Een voorbeeld van de korte infoquête is hier in te vullen.

2.3 Aanpassen naar eigen wensen

Het is aan te raden om deze infoquête aan te passen aan de specifieke behoeften van de eigen gemeente. Het volgende kan overwogen worden:

- Identificeer veelvoorkomende verontreinigingen in het gft-afval: maak gebruik van sorteeranalyses en probeer via de infoquête op een speelse wijze te achterhalen waarom deze ongewenste stoffen in het afval terechtkomen en benoem tips en negatieve gevolgen van deze producten in het gft.

- Personaliseer de infoquête: Binnen het programma Qualtrics kunnen makkelijk aanpassingen worden gedaan aan zowel kleuren en lettertypes. Tip! Voeg de eigen communicatiemiddelen in van de gemeente of de afvalinzamelaar waarmee samengewerkt wordt, zoals filmpjes en plaatjes.

Strekking van de vragen



Gewenst effect

Gedrag

Segmentatie op basis van fase van scheiden

- Nog nooit overwogen om te scheiden
- Van plan maar nog niet begonnen met scheiden
- Scheid soms
- Scheid vaak
- Heeft gescheiden maar is weer gestopt

Huidige gedrag in kaart brengen

Motivatie

Welke voordelen ervaren mensen zelf van gft scheiden?

Attitude/ Nut inzien/
Sociale norm



Wat zijn de maatschappelijke opbrengsten van gft scheiden?

Attitude/ Nut inzien/
Response efficacy

Hoe zou je je burens overtuigen om ook te gaan scheiden?

Attitude/ Zelfovertuiging

Opportunity/Capability



Tips van andere mensen die scheiden

Sociale norm/ Kennis

Capability



Nadelige consequenties van gft in het restafval

Kennis vergroten

Wat mag er allemaal bij het GFT

Kennis vergroten

Figuur 5 Structuur lange infoquête

3. Verspreiden infoquête

Er bestaan al veel tips over het verspreiden van enquêtes. Voor uitgebreide tips hierover kun je de website van Schouders onder Schoon raadplegen en de 'Advies/Toelichting/Handleiding' downloaden (<https://schoudersonderschoon.nl/toolboxen/toolbox-infoquete-zwerfafval/>).

Verspreiden quiz

De quiz kan op verschillende manieren worden verspreid, bijvoorbeeld via een bewonersbrief of een flyer. Een geschikt moment om de quiz te lanceren is bijvoorbeeld wanneer er veranderingen plaatsvinden in de gemeente, zoals de plaatsing van nieuwe afvalcontainers of een aankondiging voor meer maatregelen. In het BASSTApus onderzoek is de quiz verspreid via een bewonersbrief en een herinneringsflyer na twee tot drie weken.

Daarnaast kan de quiz ook online worden afgenomen op straat, bijvoorbeeld door een Ipad mee te nemen. Houd er rekening mee dat dit extra tijd kan kosten, maar het biedt wel de mogelijkheid om meer inzicht te krijgen in achterliggende redenen waarom bewoners wel of niet aan afvalscheiding doen.

Onze ervaring

- Circa **10% van de bewoners** vult de infoquête in.
- Een **reminder na circa twee weken** verhoogt het aantal respondenten met circa 30% (dus bij een wijk van 1000 mensen is onze ervaring dat circa 70 mensen de infoquete invult na de eerste brief en nog eens 30 na het ontvangen van de reminder-flyer).
- Een **online vragenlijst middels een qr-code** lijkt weinig mensen ervan te weerhouden de infoquête in te vullen (t.o.v. een papieren vragenlijst).
- Naar verhouding vullen veel mensen de infoquête in die **hoogopgeleid** zijn of iets met het onderwerp hebben en hun gft dus al scheiden.
- Een deadline van enkele weken is voldoende, daarna wordt het niet meer ingevuld.
- Actieve bewoners die andere stimuleren om het in te vullen, hebben veel effect op de respons.
- Een beloning helpt om de respons te vergroten (wij verlootten een waardebon van 50,-).

Herinnering:
Heb je de gft quiz al ingevuld?

Het is belangrijk dat zoveel mogelijk bewoners de quiz invullen voor het onderzoek. Ook als je geen gft scheidt!

Er is voor jullie een **quiz** ontwikkeld met vragen en handige tips over **groente-, fruit- en tuinafval (gft)**.

Invullen kan tot en met zondag 24 maart.

10 keer kans!

Maak kans op een VVV-bon van €10,-!

Link naar quiz
bit.ly/3ONC6aq

Of scan de QR-code!

Het invullen duurt ongeveer 10 minuten.

Hogeschool van Amsterdam

4. Te verwachten uitkomsten en resultaten

Welke informatie kan uit de antwoorden gehaald worden?

Afhankelijk van het doel van de infoquête is het mogelijk om bepaalde onderdelen toe te voegen of weg te laten. Indien alle onderdelen gebruikt worden dan is de volgende informatie te achterhalen over de respondenten:

- Tot welke doelgroep ze behoren; welke (persoonlijke) waarden ze belangrijk vinden;
- In hoeverre ze weten wat er met het gft gebeurt;
- Of ze geïnteresseerd zijn om mee te doen met een groepsdoel en in welk groepsdoel (bijvoorbeeld meer bewoners die gft scheiden of betere kwaliteit);
- Welke belemmering ze verwachten (niet-scheiders) of ervaren (wel-scheiders);
- Welke fouten ze maken bij het scheiden van gft;
- Waarmee ze geholpen kunnen worden.

Bovendien lijkt de infoquête een goed middel om mensen te werven om mee te helpen andere bewoners te overtuigen gft te gaan scheiden. Onze ervaring is dat een behoorlijk aantal respondenten zich op gaf om deel te nemen aan bijvoorbeeld een klankbordgroep of als ambassadeur.

Hoe de data te analyseren

In verschillende (enquête)programma's worden de resultaten direct zichtbaar. In Qualtrics is bijvoorbeeld te zien hoeveel respondenten een bepaald antwoord hebben gegeven (in aantallen en percentages).

Wil je verbanden kunnen leggen en met voldoende betrouwbaarheid hier iets over kunnen zeggen, dan moeten de resultaten statistisch geanalyseerd worden (bijvoorbeeld met SPSS). Hiervoor is het belangrijk dat voldoende bewoners de infoquête hebben ingevuld. Als bijvoorbeeld maar weinig niet-scheiders de infoquête hebben ingevuld is het niet mogelijk om met veel betrouwbaarheid iets te zeggen over deze groep.

Hoe kunnen de uitkomsten gebruikt worden?

De uitkomsten kunnen gebruikt worden voor verschillende doelen:

1. Bepalen welke boodschap belangrijk is om te communiceren. Bij de infoquête in Delft en Den Haag kwam bijvoorbeeld naar voren dat er nog misverstanden bestaan over het nut van gft scheiden. Ook werd duidelijk welke belemmeringen bewoners verwachten of ervaren rondom het scheiden van gft.
2. De infoquête geeft aanknopingspunten voor volgende gedragsinterventies. In de infoquête van Delft kwam bijvoorbeeld naar voren dat er behoefte is aan gratis gft-bakjes en kennis over wat en wel en niet in de gft container mag.
3. Het is mogelijk om het draagvlak te peilen rondom bepaalde interventies. In de infoquête van Delft en Den Haag is bijvoorbeeld gevraagd naar het draagvlak voor een groepsdoel en welk doel bewoners dan belangrijk vinden.

5. Effect van de infoquête

In Delft en Den Haag hebben we alleen een effectmeting kunnen doen door de respondenten te vragen naar het effect van de infoquête (Den Haag n=44, Delft n=86). Daaruit kwam het volgende:

- Een derde geeft aan door de infoquête er aan te denken meer/beter gft te gaan scheiden.

- Een kwart geeft aan door de infoquête beter te weten hoe je gft-afval kan scheiden.
- Een kwart geeft aan door de infoquête beter te snappen waarom je gft-afval zou scheiden.

Mogelijk omdat relatief veel goede scheiders de infoquête hebben ingevuld gaf ook ruim een derde aan dat de infoquête hen geen nieuwe informatie bracht.



6. Bijlagen

6.1 Bronnen

J.C. Norcross, P.M. Krebs, J.O. Prochaska, Stages of Change, JOURNAL OF CLINICAL PSYCHOLOGY: IN SESSION, Vol. 67(2), 143--154 (2011)

Colofon

Handleiding infoquête gft scheiden

Auteurs:

Maarten Mulder, Bente Snäll, Carlijn Kappers,
Krispijn Faddegon

Dit onderzoek is medegefinancierd door
Regieorgaan SIA, onderdeel van de Nederlandse
Organisatie voor Wetenschappelijk Onderzoek
(NWO).

Publicatiedatum: Juni 2024

Met dank aan: Avalex, Gemeente Delft en
Gemeente Den Haag