

Wat zet mensen aan tot ontwijkgedrag ? Nieuwe tendensen in aanpak bij lokale besturen

Leuven -15.06.2009

Liesbet Noé
www.vvsg.be
Tel: +32 2 211 55 97
E-mail: liesbet.no@vvsg.be



Inhoud

- Ontwijkgedrag afval: sluikstoken, sluikstorten, zwerfvuil
- Motivatoren ontwijkgedrag
- Nieuwe inzichten communicatie
- Nieuwe tendensen in aanpak



1. Ontwijkgedrag afval

- Onderscheid:
 - 'bewust' – 'onbewust'
 - grote en kleine hoeveelheden
- Aanpak: we zijn vooral bezig, maar tot nog toe weinig onderbouwing dmv gedragstudies

↓
MOTIVATIE?

- Strategie voor verdere aanpak



2. Studie motivatoren zwerfvuil(1)

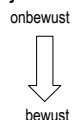
- Studie sociologische, psychologische en andere motivatoren van zwerfvuilgedrag, OVAM 2009
- A. Persoonsgebonden/psychologische factoren
- B. Factoren die gerelateerd zijn aan het 'gewicht' en het functioneren van de norm
- C. Omgevingsgebonden factoren



2a. Persoonsgebonden/psychologische factoren (2)

- het eigen en onmiddellijke voordeel is groter dan het algemene belang op langere termijn

- Hygiëne, waardeloos
- Sfeer, voortzetten van activiteit, doel bereiken
- Afreageren, maatschappijkritiek, territoriumafbakening



2b. Factoren die gerelateerd zijn aan het 'gewicht' en het functioneren van de norm (3)

- norm zwak of bediscussieerbaar in vergelijking met andere regels (wettelijk of fatsoen)

- Mijn daad is een bagatel
- Vaagheid
- Contra-productief



2c. Omgevingsgebonden factoren (4)

- **Waarom niet?**
 - Vuile, verwaarloosde omgeving
 - Openbare ruimte is van 'niemand'
 - Gezagsvacuüm



3. Studie motivatoren zwerfvuil(5)

- **Conclusie zwerfvuilstudie**
 - naast
 - Sensibilisering (norm scherp stellen, op de agenda houden)
 - Infrastructuur (maatwerk ivm omgeving, plaats, activiteit, profiel passant)
 - Handhaving (je wordt 'gezien', redelijk, aanspreking) ook
 - Participatie/buurtwerking (binding die verder rijkt dan 'ik') en
 - Omgeving (als geheel, meer dan vuilnisbakken en vegen, is van iemand)
- **Wat nu verder?**



3. Nieuwe inzichten communicatie

(Bert Pol e.a., 2007)

- Massamediacampagnes bevestigen gedrag: dus focus op gewenst gedrag
- Gepland en automatisch gedrag vergen andere communicatieve aanpak
 - Gepland = nadenken over gedrag (5%): argumenten kunnen gedragsverandering te weeg brengen – betrokkenheid
 - Automatisch = niet nadenken over gedrag (95%): doorbreken van automatisme of er gebruik van maken
 - Doorbreken: zelfregulatie (persoonlijk aanspreken), sociale netwerking (sleutelfiguren), negatieve info valt eerder op
 - Gebruik van maken: vuistregels, priming, herhaling, sociale invloed
- Communicatie is een vak!



4. (Nieuwe) tendensen in aanpak

- De gemeentelijke wijkonderhoudsploeg
- De veegmachine veegt er op los: hoeveel kost het en wat met het veegvuil=restafval
- De buurtbeheerders: van vrijwilligers die een oogje in 't zeil houden tot onderhoudsploegen
- Na de vuilnisbak, ook de hondenpoepbuis, de straatasbak, de autovuilnisbak en zakasbak
- Vegen voor eigen deur: terug van weg geweest
- Beheer van vuilnisbakken: vuilnisbakkenplan en ook vuilnisbakken weghalen
- GAS



Vragen ?

