

Nota voor burgemeester en wethouders

Team
DEV-PRO

Onderwerp

PvA-gedrag-en-innovatie - Afronding 'Nieuwe beleving van je omgeving'

1- Notagegevens		2- Bestuursorgaan	
Notanummer	2018-001690	<input checked="" type="checkbox"/> B & W	23-10-2018
Datum	08-10-2018	<input type="checkbox"/> Raad	--
Programma:		<input type="checkbox"/> Burgemeester	--
03 Leefomgeving		College van B & W	
Portefeuillehouder Weth. Rorink		- Burgemeester	- Weth. Kolkman
		- Weth. Grijzen	- Weth. Rorink
		- Weth. Verhaar	- Weth. Walder

Besluitenlijst	d.d.	d.d.	d.d.
<input type="checkbox"/> Akkoordstukken	--	<input checked="" type="checkbox"/> Openbaar	23-10-2018
		<input type="checkbox"/> Besloten	--

Routing	d.d.	par.	
programmamanager	16-10-2018	<input type="checkbox"/> adj.secr.	--
regiemanager	16-10-2018	<input checked="" type="checkbox"/> gem.secr.	18-10-2018
wethouder	18-10-2018	BIS Openbaar	
		Status	Definitief 2018-10-25

Bijlagen

B & W d.d.: 23-10-2018

Besloten wordt:

- 1 De adviesrapportage 'Nieuwe beleving van je omgeving' vast te stellen;
- 2 de raadsmededeling over de afronding van het project 'Nieuwe beleving van je omgeving' vast te stellen;
- 3 de stukken aan te bieden aan de raad;
- 4 de nota en het besluit openbaar te maken.

Financiële aspecten:

Financiële gevolgen voor de gemeente?	Nee
Begrotingswijziging	Nee

Voorstel openbaarmaking conform Wet Openbaarheid Bestuur (Wob)

- De nota en het besluit openbaar te maken
- De nota en het besluit openbaar te maken vergezeld van bijgaand persbericht
- De nota en het besluit openbaar te maken nadat
- De nota en het besluit openbaar te maken, behalve...
- Het besluit openbaar te maken, maar niet de nota, gelet op artikel:
- De nota en het besluit niet openbaar te maken, gelet op artikel:

Kennisgeving/ Bekendmaking Awb

Kennisgeving (publicatie) conform Awb	Nee
Bekendmaking conform Awb	Nee

ADVIESRADEN:

Toelichting

Inleiding

Gezien de overlast die Deventenaren ervaren van zaken als zwerfafval, graffiti en hondenpoep, is het niet verwonderlijk dat de gemeente Deventer de wens koestert om de stad schoner te krijgen in combinatie met een stijging van de gevoelens van veiligheid. De raad heeft op 13 juli 2016 een motie aangenomen waarin het college van B&W wordt gevraagd om met een nieuwe aanpak te komen, gericht op preventie van wangedrag en overlast in de openbare ruimte. De gemeente zoekt daarom naar meer innovatieve oplossingen, waarin onder andere de verandering van (on)bewust gedrag centraal staat, gekoppeld aan een passende aanpak van toezicht en handhaving.

Om te komen tot die nieuwe aanpak is een Plan van Aanpak gedrag en innovatie in de openbare ruimte met als titel "Nieuwe beleving van je omgeving" opgesteld. Centraal in deze aanpak staat een slimme mix van informatievoorziening, bewustwording, beïnvloeding van (on)bewust gedrag, met als sluitstuk de handhaving bij overtredingen en overlast.

Conclusie

De conclusie na uitvoering van de maatregelen conform het vastgestelde plan van aanpak is dat deze ene vernieuwende (op preventie gerichte) aanpak met betrekking tot overlast in de openbare ruimte niet bestaat.

We weten nu wel in welke richting wij moeten zoeken om tot een meer preventief gerichte aanpak te kunnen komen bij overlast in de openbare ruimte en hoe dit aan te pakken. In het project 'Nieuwe beleving van je omgeving' is duidelijk geworden dat alle facetten van een keten op elkaar moeten aansluiten om effecten te bewerkstelligen. De aanpak van ongewenst gedrag in de openbare ruimte zal altijd integraal moeten plaatsvinden. Het gaat hierbij om het op orde hebben van de voorzieningen, het zorgen voor voldoende onderhoud, consistentie in beleid, (positieve) communicatie en informatie, nudges en handhaving dan wel toezicht. Dit hebben de geleerde lessen ons duidelijk gemaakt.

Rapportages

Na een periode van twee jaar is het project afgerond. De aanpak, resultaten, geleerde lessen, conclusie en advies zijn beschreven in uitgebreide rapportages. Er zijn drie eindrapportages geschreven door bureau Duwtje (bijlage 2 'Gedragsaanpak gemeente Deventer', bijlage 3 'Welkom in onze Voortuin' en bijlage 4 'Gedragstechnieken Saxion pad'). Dit bureau heeft ons ondersteund bij het project. Op basis van deze rapportages en onze eigen ervaringen is een ambtelijk adviesrapport geschreven (bijlage 1 'Adviesrapportage').

Beoogd resultaat

Het richting geven aan een verdere ontwikkeling van het toepassen van gedragskennis in de organisatie.

Kader

Motie 'Pilot voor aanpak overlast ongewenst gedrag in de openbare ruimte' d.d. 13 juli 2016

Argumenten voor en tegen

Door het vaststellen van de adviesrapportage wordt de afronding en het eindadvies van het project 'Nieuwe beleving van je omgeving' geborgd en kan uitvoering worden gegeven aan de adviezen.

Door het vaststellen van de raadsmededeling en het aanbieden van de stukken wordt de raad geïnformeerd over de uitvoering van de motie en de afronding van het project 'Nieuwe beleving van je omgeving'.

Extern draagvlak (partners)

n.v.t

Financiële consequenties

geen.

Aanpak/uitvoering

De raad wordt ook nog geïnformeerd door middel van een presentatie.

RAADSMEDEDELING

Onderwerp	PvA-gedrag-en-innovatie - Afronding 'Nieuwe beleving van je omgeving'		
Mededelingennr	2018-001690	Portef.houder	Weth. Rorink
Team	DEV-PRO	BenW-besluit d.d.:	23 oktober 2018

1. Inleiding: waarom deze mededeling

De raad heeft op 13 juli 2016 een motie aangenomen waarin het college van B&W wordt gevraagd om met een nieuwe aanpak te komen, gericht op preventie van wangedrag en overlast in de openbare ruimte. De gemeente zoekt daarom naar meer innovatieve oplossingen, waarin onder andere de verandering van (on)bewust gedrag centraal staat, gekoppeld aan een passende aanpak van toezicht en handhaving.

Om te komen tot die nieuwe aanpak is ongeveer 2 jaar geleden het Plan van Aanpak gedrag en innovatie in de openbare ruimte opgesteld met als titel "Nieuwe beleving van je omgeving". Centraal in deze aanpak staat een slimme mix van informatievoorziening, bewustwording, beïnvloeding van (on)bewust gedrag, met als sluitstuk de handhaving bij overtredingen en overlast. Dit plan heeft u destijds ook ontvangen.

Op basis van dit plan heeft in de praktijk een project gedraaid waarvan wij u nu met deze raadsmededeling de eindrapportages toesturen.

2. Kader

Motie 'Pilot voor aanpak overlast ongewenst gedrag in de openbare ruimte' d.d. 13 juli 2016

3. Kern van de boodschap

Het project 'Nieuwe beleving van je omgeving' is afgerond. Bijgevoegd ontvangt u de rapportages.

4. Nadere toelichting

Gezien de overlast die Deventenaren ervaren van zaken als zwerfafval, graffiti en hondenpoep, is het niet verwonderlijk dat de gemeente Deventer de wens koestert om de stad schoner te krijgen in combinatie met een stijging van de gevoelens van veiligheid.

Na een periode van twee jaar is het project afgerond. De aanpak, resultaten, geleerde lessen, conclusie en advies zijn beschreven in uitgebreide rapportages. Er zijn drie eindrapportages geschreven door bureau Duwtje (bijlage 2 'Gedragsaanpak gemeente Deventer', bijlage 3 'Welkom in onze Voortuin' en bijlage 4 'Gedragstechnieken Saxion pad'). Dit bureau heeft ons ondersteund bij het project.

Op basis van deze rapportages en onze eigen ervaringen is een ambtelijk adviesrapport geschreven (bijlage 1 'Adviesrapportage').

De raad krijgt ook nog een presentatie van het project.

Nieuwe beleving van je omgeving

Adviesrapportage

Uitgave : 09-10-2018
Naam : M. Hofland
Telefoonnummer : 06- 20965569
Mail : m.hofland@deventer.nl

Inhoud

1. Achtergrond	3
1.1 Aanleiding	3
1.2 Probleemstelling/opdracht	4
1.3 Doel	5
2. Wat hebben we gedaan?	6
3. Resultaten	7
4. Geleerde lessen	10
5. Conclusie en advies	11

1. Achtergrond

In twee jaar tijd is er hard gewerkt aan het project 'Nieuwe beleving van je omgeving'. Er zijn gedurende deze periode verschillende rapportages opgesteld. Dit document probeert deze documenten kort samen te vatten in de hoofdstukken 1,2,3 en 4 en eindigt in hoofdstuk 5 met conclusie en advies.

1.1 Aanleiding

Ongewenst gedrag in de openbare ruimte is een toenemende ergernis voor bewoners, bezoekers en ondernemers van de gemeente Deventer. Muren worden beklad met graffiti, er zijn kleine vernielingen, afval wordt op straat gegooid en hondenpoep wordt lang niet altijd door de hondenbezitter opgeruimd. Dit zorgt er onder meer voor dat straten er verloederd uit zien en dit zorgt voor een slechtere beleving van de leefomgeving. Daarbij geeft verloedering van de openbare ruimte mensen een onveilig gevoel. Verloedering wordt geassocieerd met normloosheid en gebrek aan controle of gezag. Er is vrijwel geen capaciteit voor handhaving beschikbaar ten behoeve van dit soort ergernissen. De behoefte aan handhaving is evenwel groot. Er bestaat een brede vorm van ontevredenheid overeen voldoende effectieve aanpak van dit soort ergernissen.



Afbeelding 1.1 Een verloederde omgeving zorgt voor een onveilig gevoel

Het uitgangspunt van de gemeente Deventer is dat de leefomgeving overal schoon, heel en veilig is. In de Visie Leefomgeving staat dan ook beschreven dat bij het onderhoud van de leefomgeving niet alleen wordt gekeken naar de technische staat, maar er ook rekening moet worden gehouden met de beleving door het publiek. Er wordt gewerkt aan levendige straten, positieve sociale controle, en een slimme inrichting van de openbare ruimte. Dit draagt bij aan een schonere en minder verloederde openbare ruimte.

Uit diverse onderzoeken komt naar voren dat er een verband lijkt te bestaan tussen een verloederde leefomgeving en het veiligheidsgevoel van inwoners. In de visie Veiligheid staat dat wij streven naar een verhoging van het veiligheidsgevoel. In het kader van de voortgangsrapportage Veiligheid 2016 is een overzicht aangeboden van veiligheidsgevoelen per wijk. Er zijn substantiële verschillen per wijk

Gezien de overlast die Deventenaren ervaren van zaken als zwerfafval, graffiti en hondenpoep, is het niet verwonderlijk dat de gemeente Deventer de wens koestert om de stad schoner te krijgen in combinatie met een stijging van de gevoelens van veiligheid. De raad heeft op 13 juli 2016 een motie aangenomen waarin het college van B&W wordt gevraagd om met een nieuwe aanpak te komen,

gericht op preventie van wangedrag en overlast in de openbare ruimte. De gemeente zoekt daarom naar meer innovatieve oplossingen, waarin onder andere de verandering van (on)bewust gedrag centraal staat, gekoppeld aan een passende aanpak van toezicht en handhaving.

Praktijkvoorbeelden laten zien dat gedrag te beïnvloeden is. Zo helpen aangebrachte voetstappen op de weg mensen ongemerkt richting de prullenbak. Een ander voorbeeld is het aanbrengen van 'ogen' in de vorm van een poster of sticker. Uit onderzoek is gebleken dat men deze onbewust waarneemt en dat dit leidt tot minder ongewenst gedrag op die locatie. Deze voorbeelden illustreren dat vervuilingproblematiek ook een gedragsprobleem is en dat een interventie gericht op gedrag helpt.



Afbeelding 1.2 Voetstapjes duwen mensen in de richting van de afvalbak.

1.2 Probleemstelling/opdracht

Probleemstelling:

Hondenpoep, vernielingen, zwerfafval en dumping zijn een doorn in het oog van veel bewoners en kunnen zorgen voor gevoelens van onveiligheid. De overlast neemt niet af en we constateren meer maatschappelijke behoefte om hier extra inspanningen op te leveren. De overlast die men ondervindt moet worden teruggedrongen. Daarbij is gedragsverandering van de veroorzakers van die overlast noodzakelijk. Voor deze aanpak worden dan ook inzichten uit de omgevings- en gedragspsychologie gebruikt.

Opdracht:

Ontwikkel een vernieuwende (op preventie gerichte) aanpak van ongewenst gedrag (bijv. ten aanzien van achterlaten hondenpoep, vernielingen, zwerfafval of dumping) met een positief effect op de veiligheidsbeleving. Centraal in deze aanpak moet een slimme mix van informatievoorziening, bewustwording, beïnvloeding van (on)bewust gedrag staan, met als sluitstuk handhaving bij overtredingen en overlast. Dit doen we in meerdere pilotbuurten, met hotspots qua overlast en overtredingen in de openbare ruimte.

1.3 Doel

- Het verminderen van ongewenst gedrag door inwoners en bezoekers van de gemeente Deventer en het verminderen van overlast als gevolg van ergernissen in de openbare ruimte.
- Het als neven doel bijdragen aan het verhogen van de veiligheidsgevoelens.
- Ervaring krijgen met de nieuwe aanpak, zodat we die na deze pilot ook in andere delen van de gemeente kunnen toepassen.

2. Wat hebben we gedaan?

In meerdere pilotgebieden zijn we met verschillende gedragsinterventies aan de slag gegaan. Een overzicht van de belangrijkste interventies:

1. PEUKENSTEMMER



2. KAUWGOMPOSTERS



3. WELKOM IN ONZE VOORTUIN



4. AANDACHT PAKKEN



5. FIETSVAKKEN



6. TOEZICHT



MEER WETEN?
Lees in bijlage 2 'Gedragsaanpak gemeente Deventer' meer over de interventies.

3. Resultaten

Bij de in hoofdstuk 2 benoemde interventies zijn de volgende resultaten behaald:

1. Peukenstemmer

Peukenstemmer bij het station

Zorgt een peukenstemmer voor een schonere beleving van de omgeving? De meting laat zien dat mensen het station significant minder positief beoordelen na toevoeging van de peukenstemmer.

Peukenstemmer bij Saxion Hogeschool

Bij het 'Saxionpad' werd het effect van de peukenstemmer ook gemeten. Hier zagen we verbetering van gewenst gedrag waarbij er meer sigaretten in de asbak belandden en minder op de grond.

2. Kauwgomposters

Ondanks dat we vooraf meerdere stukjes kauwgom op de posters hadden geplakt, werden de posters nauwelijks gebruikt. De fun factor die een positief effect had bij de peukenstemmer, vertaalde zich dus niet naar de kauwgomposters.

3. Welkom in onze voortuin

Wat was het effect van 'Welkom in onze voortuin'? Werken de psychologische technieken van ogen en priming ook in de praktijk van Deventer? Jazeker! Na de lancering van 'Welkom in onze Voortuin' blijken mensen de Beestenmarkt, hoewel een klein effect, **significant schoner te vinden**. Ook wordt er na de lancering hoger gescoord op in hoeverre mensen elkaar helpen. **De sociale cohesie is dus gestegen**.

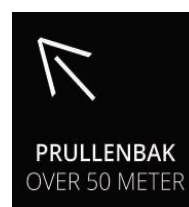
Samen met de bewoners, ondernemers en gemeente doken we de wijk Voorstad in om vervolgens met een gedragsproject te eindigen dat net dat stapje verder ging. Twee buurt-fotografen portretteerden **132** mensen op het plein van de Beestenmarkt. Zowel het moment van het maken van de foto's als de daadwerkelijke fotowand zijn interventies met impact op de beleving, sociale cohesie en eigenaarschap. Na de lancering van 'Welkom in onze Voortuin' blijken mensen de Beestenmarkt significant schoner te vinden en wordt er hoger gescoord op in hoeverre mensen elkaar helpen. De gedragstechniek van afbeeldingen van ogen heeft dus een positief effect gehad.



4. Aandacht pakken

Op het pad dat van het station naar Saxion hogeschool loopt hebben we twee opvallende afvalbakken geplaatst, felgroene peukenzuilen opgehangen, bestickering op de grond geplakt en een groot bord aan het hek langs het pad bevestigd.

De duwtjes hebben geleid tot een positievere beleving van het pad. Na de fysieke aanpassingen werd het pad over het algemeen beter beoordeeld, steeg de beoordeling van de uitstraling en de schoonheid van het pad en daalde de mate waarin er werd verwacht dat anderen hun afval en peuken op de grond zouden gooien. Op de vraag of de aanpassingen een verbetering of een verslechtering waren, beantwoordde vrijwel iedereen het een verbetering te vinden.



5. Fietsvakken

Op de Beestenmarkt brachten we met duct-tape fietsparkeervakken aan op het plein. Uit de resultaten blijkt dat er in de nieuwe situatie minder vaak fout werd geparkeerd dan in de normale situatie. We zien vooral een afname van complete chaos van fout geparkeerde fietsen naar een handelbare situatie. We hebben geen controlesituatie gehad om te checken voor storende variabelen. Deze resultaten laten dus een indicatie zien van een positief effect maar laten geen causaal verband zien.



6. Toezicht

Geven mensen andere antwoorden aan iemand die een uniform draagt dan aan iemand die burgerkleding draagt? Hoe veilig voelt men zich en hoe positief is men over de omgeving?

Toezichthouders vroegen het aan bewoners en bezoekers, de ene keer in uniform en de andere keer in neutrale kleding. We keken naar het effect van uniform door de antwoorden op de vijf verschillende vragen te analyseren. Het uniform leek op het eerste gezicht een kleine en marginaal significante impact te hebben, maar wanneer we inzoomden op de verschillen tussen mannen en vrouwen zagen we een groter effect van uniform. Vrouwen beoordeelden de omgeving positiever op aspecten als schoonheid en veiligheid, terwijl we bij mannen het tegenovergestelde zagen gebeuren.

Op het Saxionpad testten we het effect van actieve toezichthouders en ging het een stapje verder dan de zichtbaarheid van het uniform. Wat als de toezichthouders mensen aanspreken over het op de grond gooien van afval en peuken (zonder gevolgen in de vorm van handhaving)? Zowel op het pad als online vroegen we mensen naar hun algemene beoordeling op het pad, een beoordeling van de uitstraling en schoonheid van het pad en een inschatting van in hoeverre anderen geneigd zouden zijn afval of peuken op de grond te gooien. De beoordelingen van alle groepen waren na een maand van inzet van toezicht nauwelijks tot een beetje veranderd. Het is echter voorbarig om hier conclusies uit te trekken over de inzet van toezicht. Een aantal andere zaken speelden namelijk:

- 1) Een aantal mensen hebben toezichthouders niet gezien en slechts één van de 165 respondenten was aangesproken door toezicht: een maand lang twee keer per dag rondlopen blijkt te weinig om genoeg mensen bloot te stellen aan de interventie.
- 2) De afvalbakken waren een aantal dagen gedurende deze maand overvol: dit zal de beoordeling van de schoonheid van het pad niet ten goede zijn gekomen.



MEER WETEN?

Lees in bijlage 2 'Gedragsaanpak gemeente Deventer' uitgebreider over de resultaten.

4. Geleerde lessen

Het project 'Nieuwe beleving van je omgeving' gaf ons ook andere inzichten, waaruit waardevolle lessen kunnen worden getrokken. Deze zijn:

Gedragsanalyse is cruciaal

De kracht van klein beginnen en goed analyseren is dat je echt kunt achterhalen wat wel en niet werkt en waarom. Vervolgens kun je sneller de vertaling maken naar andere gebieden.

Basis op orde

De gemeente hanteert een beleid waarbij de basis op orde moet zijn. Hierbij geldt met name als uitgangspunt dat er geen kapitaalvernietiging mag optreden en dat aan wettelijke eisen en minimale eisen vanuit beleving wordt voldaan. Gedurende het project werd duidelijk dat deze ondergrens op specifieke locaties te laag ligt voor een effectieve nudge, zowel qua onderhoudskwaliteitsniveau als qua voorzieningenniveau. Voor het goed kunnen interveniëren op gedrag is een hoger basisniveau en/of een betere beleving van onderhoud en voorzieningen op specifieke locaties nodig.

Eigenaarschap moet gefaciliteerd worden

Eigenaarschap creëren bij ondernemers en omwonenden heeft een positief effect. Om dit optimaal te kunnen doen is meer flexibiliteit gewenst in de uitvoering (denk aan faciliterende budgetten naast bestaande processen en beleid). Ondernemers zetten zich substantieel meer in voor een schonere leefomgeving wanneer zij zwerfafval gratis kunnen laten ophalen (nu moeten zij storten op hun eigen pas wanneer ze wat extra's voor de buurt willen doen).

Gedragsverandering kan alleen als onderdeel van een totaalconcept werken

Het random een nudge toepassen (bijvoorbeeld kauwgomposters) werkt niet.

Bestaand beleid / kader werkt beperkend

Bij de uitvoering van het project lopen we tegen bestaand beleid aan. Om in het kader van dit project af te wijken, lopen we tegen weerstand aan. Denk bijvoorbeeld aan het plaatsen van extra afvalbakken of het plaatsen van extra ludieke borden met teksten (welstand) of eigenaren die niet mee willen werken. Duidelijk is dat het staande beleid nog voortkomt vanuit de verschillende sectoren dan wel andere doelen nastreeft. Redeneren vanuit het gedrag van de mensen die de openbare ruimte gebruiken, vraagt om ander beleid. Zo zou het huishoudelijk afvalbeleid, zwerfafval beleid en het HUP integraal besproken moeten worden met betrekking tot (het tegengaan van) verloedering van de openbare ruimte.

Complexiteit

De uitvoering kost meer energie en tijd dan van tevoren verwacht vanwege de afwijkende processen en benodigde maatregelen in relatie tot 'normale' reguliere processen. Dit maakt de uitvoering complex. Ook hier geldt dat de bestaande processen zijn ingericht om de bestaande (sectorale) doelen efficiënt te behalen. Het sturen op het gedrag van mensen vraagt om processen die gericht zijn op effectiviteit. Bedrijfskundig heeft deze benadering dan ook andere consequenties.

Flexibiliteit

We hebben gemerkt dat het snel kunnen schakelen soms lastig is voor zowel onze organisatie als die van verbonden partijen. Dit heeft o.a. te maken met het ontbreken van flexibele budgetten.

5. Conclusie & advies

Opdracht en conclusie

De opdracht van de raad luidt om een vernieuwende (op preventie gerichte) aanpak te ontwikkelen van ongewenst gedrag (bijv. ten aanzien van achterlaten hondenpoep, vernielingen, zwerfafval of dumping) met een positief effect op de veiligheidsbeleving. Centraal in deze aanpak moet een slimme mix van informatievoorziening, bewustwording, beïnvloeding van (on)bewust gedrag staan, met als sluitstuk handhaving bij overtredingen en overlast. Dit in meerdere pilotbuurten, met hotspots qua overlast en overtredingen in de openbare ruimte.

De conclusie na uitvoering van de maatregelen conform het vastgestelde plan van aanpak is dat deze ene vernieuwende (op preventie gerichte) aanpak met betrekking tot overlast in de openbare ruimte niet bestaat. Er bestaat geen uniforme aanpak; er is geen heilige graal bijvoorbeeld vanuit de gedragswetenschap die de overlast in de totale openbare ruimte preventief voorkomt en de (veiligheids)beleving positief beïnvloedt.

Maar dan het goede nieuws. Als het gaat om het toepassen van gedragskennis in de openbare ruimte is Deventer een koploper. Op deze schaal en wijze gedragskennis toepassen in de openbare ruimte is in Nederland weinig voorgekomen. We hebben dan ook unieke kennis opgedaan. We weten nu in welke richting wij moeten zoeken om tot een meer preventief gerichte aanpak te kunnen komen bij overlast in de openbare ruimte en hoe dit aan te pakken.

In het project 'Nieuwe beleving van je omgeving' is duidelijk geworden dat alle facetten van een keten op elkaar moeten aansluiten om effecten te bewerkstelligen. De aanpak van ongewenst gedrag in de openbare ruimte zal altijd integraal moeten plaatsvinden. Het gaat hierbij om het op orde hebben van de voorzieningen, het zorgen voor voldoende onderhoud, consistentie in beleid, (positieve) communicatie en informatie, nudges en handhaving dan wel toezicht.

Advies

Waarom zeggen we A en doen we B? We willen allemaal een schoner milieu en toch nemen we massaal het vliegtuig naar Tenerife. Waarom? Omdat mensen irrationeel handelen, deels onvoorspelbaar zijn en vaak onbewust gedrag vertonen. We doen het meeste op de automatische piloot en dat is één van de redenen waarom ons gedrag lastig te sturen is. Uit onderzoek blijkt dat er wel degelijk logica zit in ons irrationele en onbewuste gedrag. Deze logica kunnen we inzetten. Maar daarvoor heb je kennis nodig van hoe gedrag tot stand komt en van de werking van het brein (PBLQ, 2018).

In de miljoenennota 2018 is opgenomen dat op veel terreinen meer kennis nodig is om mensen te ondersteunen bij het maken van goede keuzes, zonder hun keuzevrijheid in te perken. Ook gemeenten moeten inzichten uit de gedragswetenschappen gaan gebruiken. Inzichten uit de gedragswetenschappen bieden waardevolle aangrijpingspunten bij het maken van beleid. Door gebruik te maken van zulke inzichten kan effectiever overheidsbeleid worden gemaakt. Dit benadrukt de Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid (WRR) in zijn omvangrijke recente rapport «Weten is nog geen doen. Een realistisch perspectief op redzaamheid», dat voortbouwt op eerdere adviesrapporten.

De mogelijkheden van het meenemen van inzichten vanuit de gedragswetenschappen zijn groot. Andere kennis en andere processen kunnen en zullen leiden tot effectiever beleid en betere dienstverlening. Dit is ook nodig wanneer wij succesvol willen worden in een verlengde ambitie van de gemeente Deventer, namelijk 'het sturen op beleving'. Positieve ervaringen hiermee hebben wij al opgedaan, bijvoorbeeld op de Beestenmarkt. Het eerder besproken fotoproject had positieve impact op de beleving, sociale cohesie én eigenaarschap.

Geadviseerd wordt voor Deventer niet toe te werken naar één aanpak. Het klinkt cliché maar elke situatie en doelgroep vraagt om maatwerk wil je succesvol gedragskennis toepassen bij het maken van beleid. Of het nu gaat om spits mijden, obesitas of het voorkomen van overlast in de openbare ruimte. Bij het sturen op gewenst gedrag is het nodig bestaande werkwijzen aan te passen en het toepassen van gedragsinzichten onderdeel uit te laten maken van de beleids- en

uitvoeringprocessen. Dit vraagt niet om een eenmalige investering maar is een opgave die gemeente breed zal moeten worden ingezet. Geadviseerd wordt dit stapsgewijs verder te brengen.

De processen in de organisatie zullen deels moeten wijzigen van efficiëntie sturing naar effectiviteitssturing. De burger als mens moet meer centraal komen te staan in deze processen en onze processen moeten zo ingericht worden dat uiteindelijk de gebruiker (de mens) beter wordt gefaciliteerd. Op effectiviteit ingerichte processen kunnen sneller meebewegen met de huidige veranderende wereld. Dit betekent echter ook een andere rol van de gemeenteraad en college. Het anders inrichten van processen betekent namelijk dat we toe moeten naar minder sectoraal beleid. In enkele gevallen is duidelijk geworden dat het beleid niet consistent is als je vanuit de mens kijkt (zie bijvoorbeeld Diftar versus zwerfafval en bijplaatsingen).

Samenvattend is daarom het advies om meer kennis, middelen en capaciteit in te zetten op de inbreng van gedragskennis bij de stappen die wij zetten en de processen hierop aan te passen. Een mooie opgave voor raad, college en organisatie.

Aanvullend wordt geadviseerd om gezamenlijk met de raad onderwerpen te benoemen waarbij gedragskennis specifiek moet worden meegenomen bij het opstellen en maken van nieuw beleid.



MUST-READS



GEDRAGSAANPAK GEMEENTE DEVENTER

HET EFFECT VAN GEDRAGSTECHNIKEN OM SOCIAAL GEDRAG TE STIMULEREN

IN OPDRACHT VAN GEMEENTE DEVENTER

2016 - 2018

OVER DUWTJE

Duwtje helpt op de zoektocht naar verandering. Met kennis van gedrag en de overtuiging dat vele kleine stapjes meer bereiken dan één grote stap. Maar bovenal door met andere ogen naar de vragen te kijken en samen met de organisatie de uitdaging aan te gaan. De mensen in de organisatie hebben de wijsheid; zij zijn een eindeloze bron aan informatie over het onderwerp. Wij geven net dat extra duwtje: met kennis van gedrag, design en verandermanagement gaan we van probleem naar oplossing.

Drs. Liza Luesink
Drs. Joyce Croonen
Drs. Eva Vermeulen
Drs. Aranka Sinnema

INHOUDSOPGAVE

IN HET KORT	4
WAT IS GEDRAGSVERANDERING	5
OVERZICHT DUWTJES	6
1. PEUKENSTEMMER	7
Gedragsaanpak	8
Resultaten	9
Advies	11
2. HAUWCOMPOSTERS	12
Gedragsaanpak	13
Resultaten & Advies	14
3. WELKOM IN ONZE DOORTUIN	15
Gedragsaanpak	16
Resultaten	17
Advies	18
4. AANDACHT PAKKEN	19
Gedragsaanpak	20
Resultaten	22
Advies	24
5. FIETSJAREN	25
Gedragsaanpak	26
Resultaten	27
Advies	28
6. TOEZICHT	29
Trechteraanpak	30
Resultaten	31
Advies	34
LESSONS LEARNED	35
EINDECONCLUSIE	38
PROJECTTEAM	39

IN HET KORT

GEDRAGSAANPAK IN DE OPENBARE RUIMTE

"Dat doe je thuis toch ook niet?"

Stukjes kauwgom hier, een blikje daar en graffiti op de muur. Binnen no-time ontstaat een rommelige straat of voelt een plein minder veilig. Tijd voor een socialer gedrag! Hoe zorgen we dat mensen de omgeving netjes houden? Met behulp van kennis van het brein en gedragsverandering gingen we aan de slag.

WAT ALS. . . we de puzzel kunnen oplossen van ongewenst gedrag

In de Gemeente Deventer speelt, net als in vele andere gemeenten, de vraag hoe ongewenst gedrag in de openbare ruimte teruggedrongen kan worden. Handhaving is kostbaar en arbeidsintensief. Gemeente Deventer wil daarbij meer gebruik maken van de mogelijkheden om kennis over gedrag toe te passen. Niet alleen ingaan op bewuste drijfveren, maar juist ook gebruik maken van de kennis over onbewuste processen. Hoe komt gedrag tot stand en hoe kunnen we daarin sturen? De Deventer Gemeenteraad riep in de 'Motie Pilot voor aanpak overlast ongewenst gedrag in de openbare ruimte' op tot een innovatieve gedragsaanpak. Dit resulteerde in het "Plan van Aanpak gedrag en innovatie in de openbare ruimte" (september 2016). Tijdens dit traject onderzochten we de mogelijkheden van de gemeente op drie onderwerpen:

1. Traditionele maatregelen (toezicht in zowel uniform als burger en reiniging)
2. Nudging: een combinatie van methoden die zichzelf al bewezen hebben en meer innovatieve manieren van onbewuste gedragsbeïnvloeding
3. Inzetten op eigenaarschap.

Van november 2016 tot juli 2018 heeft Duwtje dit traject in opdracht van de gemeente uitgevoerd. In deze rapportage delen we de opzet en resultaten van deze aanpak. Aanvullend gaan we in de rapportage over het Concept 'Welkom in onze voortuin' dieper in op het versterken van eigenaarschap op de Beestenmarkt en in de rapportage 'Saxionpad' op de specifieke gedragsinterventies in die context.



WAT IS GEDRAGSVERANDERING?

Tot voor kort werd gedacht dat mensen in staat zijn keuzes te maken die (rationeel) het meest in ons eigen voordeel zijn. Nog steeds een belangrijke mythe: als we mensen maar genoeg informatie geven en uitleggen waarom iets belangrijk is, dan vertonen ze het gewenste gedrag wel. Je ziet dit bijvoorbeeld bij campagnes om een gezonde leefstijl te stimuleren. Iedereen weet dat het belangrijk is gezond te eten, maar *doet* iedereen dit ook? 80% van de mensen maakt goede voornemens, slechts 8% maakt ze waar. Welkom in de wereld van gedragsverandering!

WIJ MENSEN ZIJN IRRATIONEEL

We denken dat we rationele wezens zijn die goed weten waarom we doen wat we doen, maar het tegendeel blijkt waar; ons gedrag wordt voor het grootste deel gestuurd door processen waar we ons *niet* bewust van zijn. Er zijn wetenschappers die durven te stellen dat ons gedrag slechts voor 5% door ratio gestuurd wordt. 95% van ons gedrag wordt volgens die stelling dus gestuurd door onbewuste processen. Hoe zit dat? Uit onderzoek blijkt dat ons brein niet genoeg capaciteit heeft om alle prikkels die we dagelijks krijgen bewust te verwerken, dit kost simpelweg teveel energie en aandacht. Om toch te kunnen functioneren maken we noodgedwongen gebruik van vuistregels om snel te beslissen. Een voorbeeld van hoe ons onbewuste brein werkt is het 'Linda-vraagstuk', voor het eerst onderzocht in de jaren tachtig. Proefpersonen kregen een fictieve persoonsbeschrijving voorgelegd:

**Linda is 31 jaar, alleenstaand, openhartig, slim, afgestudeerd
filosoof en in haar studententijd deed ze mee aan protestmarsen.**

Wat is waarschijnlijker?

1. Linda werkt bij een bank.
2. Linda werkt bij een bank en is actief in de vrouwenbeweging.

Een ruime meerderheid (85%) koos voor optie 2, terwijl de kans veel groter is dat Linda hoort bij de grotere groep bankmedewerkers die niet actief zijn bij de vrouwenbeweging dan bij de enkele bankmedewerkers die wel actief zijn bij de vrouwenbeweging. Dit is de 'conjunctiefout': ten onrechte denken dat een combinatie van twee kenmerken (feministe én bankbediende) meer voor de hand ligt dan één kenmerk.

ONS IMPULSIEVE BREIN

Hoe komt het dat we deze denkfouten maken? In ons brein zijn, volgens de theorie van Nobelprijswinnaar Daniël Kahneman¹, twee systemen actief: het impulsieve en het rationele systeem. Het impulsieve systeem is het snelle netwerk gestuurd door korte termijn doelen. Het rationele systeem is het reflectieve systeem dat lang en goed nadenkt, met als nadeel dat het een stuk trager is. Het snelle impulsieve systeem vraagt weinig brein-capaciteit en is onze automatische piloot die altijd aan staat. Pas als je genoeg aandacht en energie hebt, kan het reflectieve systeem de ruimte krijgen. Dit betekent dat een groot deel van onze keuzes door onbewuste factoren wordt beïnvloed. Met behulp van nudges (duwtjes) speelden we in op het onbewuste brein om verschillende sociale gedragingen te stimuleren.

¹ Kahneman, D. (2011). Thinking, fast and slow. New York, NY, US: Farrar, Straus and Giroux.



1

PEUKENSTEMMER

TECHNIEK: GAMIFICATION



2

KAUWCOMPOSTERS

TECHNIEK: GAMIFICATION



3

WELKOM IN ONZE DOORTUIN

TECHNIEK: OBSERVATIE ILLUSIE & EIGENAARSHIP



4

AANDACHT PAKKEN

TECHNIEK: SALIENCE



5

FIETSVAKKEN

TECHNIEK: SALIENCE



6

TOEZICHT

TRADITIONELE MAATREGEL

1

PEUKENSTEMMER

PEUKENSTEMMER ALS NUDGE

Welke nudges kunnen we inzetten zodat er minder afval op straat wordt gegooid? Tijdens het vooronderzoek bleek afval op twee plekken een probleem: bij de achteruitgang van het station en bij de Saxion Hogeschool. Verpakkingen, kauwgom en peuken lagen her en der verspreid.

Deze locaties boden een mooie nieuwe kans om het effect van *nudging* en andere gedragsveranderende middelen te testen: hoe zetten we kennis over het denken en doen van mensen in om hen zich op een manier te laten gedragen die de openbare ruimte ten goede komt?

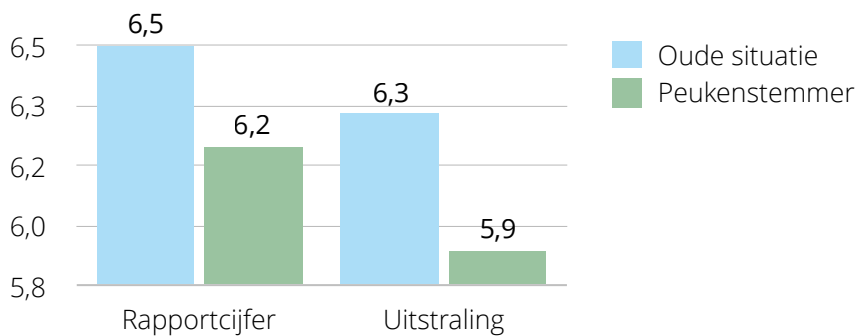
De focus lag in dit project op het verminderen van zwerfafval, waarbij extra werd gefocust op het meest weggegooid product: peuken. Met als gewenst bijeffect een bijdrage aan een betere beleving van het de plekken. Hoe? Door de inzet van de peukenstemmer. De peukenstemmer voegt een spelelement toe aan het weggooiden van afval. Deze techniek wordt ook wel **gamification** genoemd: het toevoegen van spelelementen aan een niet-spelsituatie. Een oude techniek die wij als kind al leerden kennen in de Efteling. De peukenstemmer speelt in op de fun factor door mensen de kans te geven met een peuk te stemmen. De peukenstemmer is een permanente installatie die hufterproof is en steeds een wisselende 'stelling' kan hebben waardoor het interessant blijft om te doen. Tijdens het onderzoek konden mensen stemmen voor de beste club aan de IJssel (station) en liever gezond of rijk (Saxion).



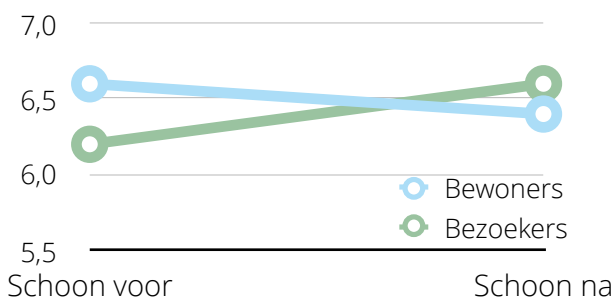
RESULTAAT

PEUKENSTEMMER STATION

Zorgt een peukenstemmer voor een schonere beleving van de omgeving? De meting laat zien dat mensen het station significant minder positief beoordelen na toevoeging van de peukenstemmer. Hoewel de meningen nogal verschillen wanneer we inzoomen op bewoners en bezoekers.



Bewoners geven een lagere schoonscore dan bezoekers, terwijl bezoekers juist positiever reageerden op de peukenstemmer. Het lijkt erop dat de peukenstemmer in openbare ruimtes positieve associaties opwekt, maar dat een peukenstemmer in de 'voortuin' minder gewenst is en bewoners juist alert maakt op de hoeveelheid afval.



EFFECT OP BEWUST NIJEAU

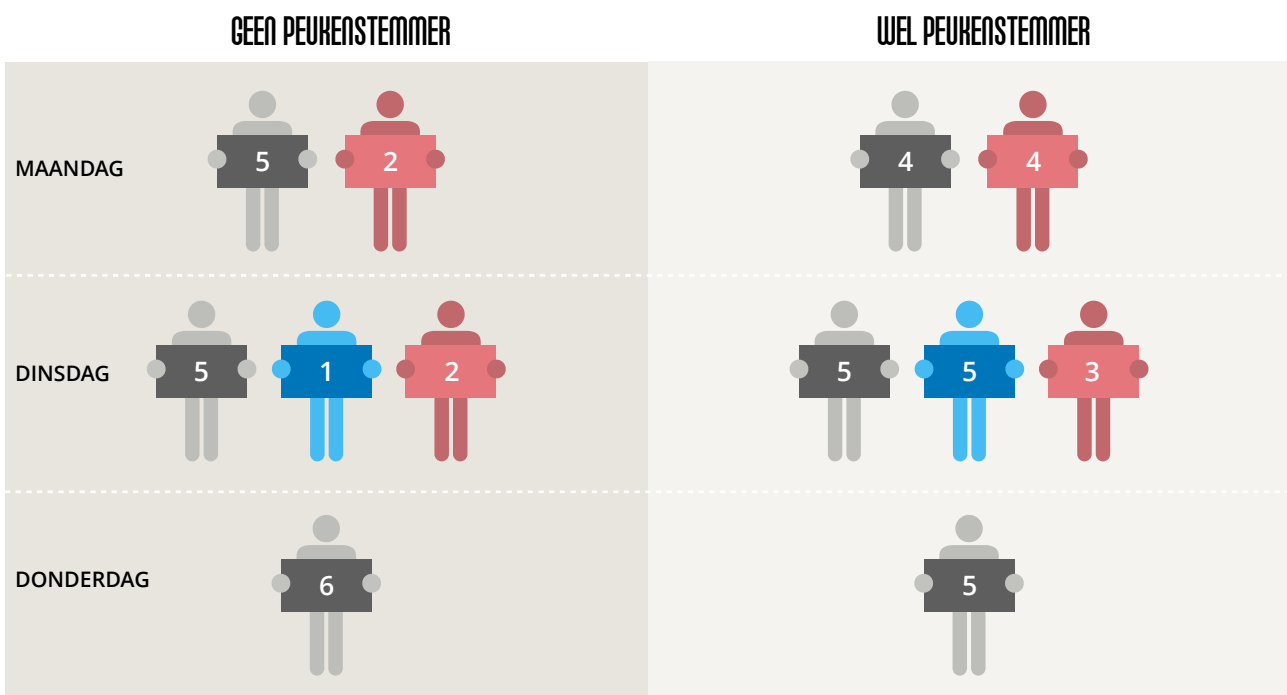
Op een bewust niveau zien we dat maar weinig mensen de gele peukenbak expliciet noemen bij de open vraag of ze iets was opgevallen. Ook zijn de reacties op sociale media positief. Samenvattend heeft de peukenstemmer geleid tot een negatiever oordeel over de schoonheid van de omgeving door bewoners en een positief oordeel door bezoekers, en wordt de peukenstemmer op bewust niveau gewaardeerd om de inzet van humor. #peukenstrijd.

RESULTAAT

PEUKENSTEMMER SAXION

Bij het Saxionpad werd het effect van de peukenstemmer gemeten aan de hand van beoordelingen van de rookzone van drie verschillende beoordelaars. Omdat de rookzone iedere ochtend werd schoongemaakt was het mogelijk om te kijken wat er op één dag op de grond belandde. Op zoveel mogelijk dagen tijdens de voormeting (week zonder peukenstemmer) en de nameting (week met peukenstemmer) gaven de beoordelaars aan het eind van de dag een beoordeling aan de rookzone: 1= veel sigaretten op de grond, 10= geen sigaretten op de grond. De situatie zonder peukenstemmer scoort gemiddeld een **3,5** en de situatie met de peukenstemmer een **4,3**. **Een verbetering van gewenst gedrag, waarbij er meer sigaretten in de asbak belanden en minder op de grond.**

Het onderzoek was echter niet valide genoeg om harde uitspraken te kunnen doen over de effectiviteit van de peukenstemmer, om meerdere redenen. Ten eerste waren er te weinig beoordelaars en één beoordelaar week af van de andere twee beoordelaars. Zoals te zien in onderstaande afbeelding gaf de ene beoordelaar een verslechtering aan na de plaatsing van de peukenstemmer, terwijl de andere twee beoordelaars de rookzone schoner vonden. Ten tweede werd er op de dag dat de peukenstemmer werd geplaatst onverwachts nog een tweede actie uitgevoerd door een huismeester, waarbij het aantal peuken dat was opgeveegd bij de entree werd neergelegd met de boodschap erbij dat dit op de grond was beland na één dag. Een eventuele vermindering van het aantal peuken op de grond zou daarom ook (deels) een gevolg kunnen zijn van deze actie.



ADVIES

PEUKENSTEMMER



DOEN! MAAR ALLEEN IN OPENBARE RUIMTES
WAAR WEINIG MENSEN WONEN.

Hoewel we geen valide meting hebben kunnen doen, wijzen de observaties op een lichte verbetering van het gewenste gedrag: **meer sigaretten in de asbak en minder op de straat.** Daarnaast oordeelde bezoekers positiever over de schoonheid van de omgeving na komst van de peukenstemmer en werd deze vooral gewaardeerd om de inzet van humor. In een **woonomgeving had de peukenstemmer echter een storend effect** op de schoonbeleving. Daarom adviseren wij de peukenstemmer enkel in te zetten in openbare ruimtes waar geen tot weinig mensen direct omheen wonen.

2

KAUWGOMPOSTERS

LEUKER MAKEN DOOR KAUWGOMPOSTERS

De kauwgomposter maakt, net als de peukenstemmer, gebruik van de techniek **gamification**: als iets leuker is om te doen, is de kans groter dat mensen het gaan doen. Bij de peukenstemmer wijzen de eerste resultaten inderdaad op een positieve gedragsverandering en werd de schoonbeleving bij bezoekers hoger. Wat is het effect van kauwgomposters?

In de periode van dit onderzoek (zomer 2017), vond het EK damesvoetbal in Deventer plaats en de Gemeente vroeg ons hiervoor kauwgomposters te ontwerpen. Op de route van het station naar de Adelaarshorst, waar de EK wedstrijden gespeeld zijn, plaatsten we kauwgomposters waarop mensen konden stemmen voor hun favoriet.



RESULTAAT VAN DE KAUWGOMPOSTERS

Ondanks dat we vooraf meerdere stukjes kauwgom op de posters hadden geplakt, werden de posters nauwelijks gebruikt. De fun factor vertaalde zich dus niet naar de kauwgomposters.

Zelfs wanneer de techniek sociale bewijskracht werd gebruikt door op de posters al kauwgom te plakken, hadden de posters geen effect. Sociale bewijskracht is veelvuldig onderzocht in de gedragsliteratuur en heeft regelmatig een sterk effect op ons gedrag. Zo blijken we vaker onze handdoeken te hergebruiken in hotels als er een bordje bijstaat dat de meeste andere gasten dit ook doen. Dit bordje werkt zelfs beter dan het rationele argument dat hergebruik de natuur bespaart.

Verder zagen we een **kritische houding vanuit burgers en de pers**. Zoals in de Stentor (zie hiernaast) al geconstateerd werd, hadden we beter voor een Engelse tekst kunnen kiezen. De eerste conceptversie was ook in het Engels, maar dit bleek niet congruent met de totale communicatiestrategie rondom het EK vrouwenvoetbal. Het publiek was echter voornamelijk van de spelende buitenlandse teams. Het bereiken van de doelgroep, zal bij voorkeur zwaarder moeten wegen dan de afspraak om in het Nederlands te communiceren.

Kauwgom

Ach, wat een mooie ideeën zijn er toch om Voorstad schoon en proper te houden. We hebben al de peukenbakken gehad waarin mensen konden aangeven of ze voor PEC of Go Ahead Eagles waren. En nu zijn bij het station juichende afvalbakken geplaatst. Een beetje zoals in de Efteling. In de Vetkampstraat bedachten ze een ludieke nevenactie. Ik zag de foto voorbij komen op het account van @buitenkantlinks. Hilarisch. Een kauwgomplakbord. Wie is er voor Oostenrijk, wie is er voor Zwitserland? Er waren drie armetierige kauwgommetjes opgeplakt. Geen kauwgometers die naar de wedstrijd gingen, kun je concluderen. Ik denk stiekem dat ze gewoon geen Nederlands spraken en het doel van ons houd-de-straat-proper-bord ze volkomen ontging. Hadden we toch even een ver-



▲ Slechts drie kauwgomkauters maakten hun keuze kenbaar.

taalcomputertje overheen moeten gooien. Gaan we nog in de herkansing de komende wedstrijden? Tipje. Gebruik de woorden gummi, goma of жевательная резинка. Dat laatste begrijp ik ook niet. De Russen vast wel.

ADVIES KAUWGOMPOSTERS



NIET DOEN

In tegenstelling tot de peukenstemmer, lokten de kauwgomposters geen gewenst gedrag uit. Wij adviseren daarom deze posters niet nogmaals in te zetten.

3

WELKOM IN
ONZE DOORTUIN

100 PAAR OGEN DIE JE AANKIJKEN

Om de ervaren leefbaarheid te verhogen, zetten we op de Beestenmarkt een krachtige gedragstechniek in: **illusie van observatie**. Uit sociaal psychologisch onderzoek blijkt namelijk dat een afbeelding van ogen ons sociaal wenselijker laat gedragen. Het maakt hierbij niet uit dat het om een foto gaat in plaats van een echt persoon of enkel ogen in plaats van het hele gezicht; onbewust voelen we ons door ogen aangekeken en stellen we ons asociale gedrag bij. Zo bleek een verbodsbord effectiever als er een simpele afbeelding van een paar ogen op geplaatst werd: er werd 18% minder fout geparkeerd. Bij navraag bleek geen van de bestuurders hier een reden voor te kunnen benoemen.

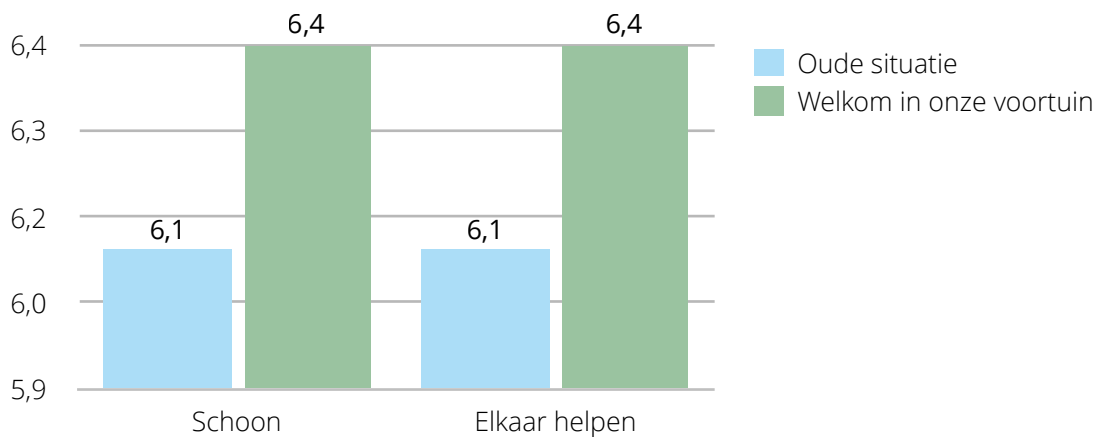
Dit komt door ons impulsieve brein. Een groot deel van onze keuzes worden door onbewuste factoren beïnvloed. Dus ook al registreren we een afbeelding van een paar ogen niet bewust, het impulsieve systeem pakt het toch op en zorgt ervoor dat we ons sociaal wenselijker gedragen.



In samenwerking met twee fotografen uit de wijk, Daan Obdeijn en Eline Dibbits, hebben we 132 bewoners op de foto gezet. De afbeelding werd meer dan levensgroot op de glazen wand van de supermarkten gehangen. Zo gaven bewoners de Beestenmarkt letterlijk een gezicht. Naast de glazen wand hingen er ook spandoeken met de naam van het project: **Welkom in onze Voortuin**. Deze naam is niet zomaar gekozen, de woorden 'welkom' en 'voortuin' hebben onbewust effect, dit noemen we in de psychologie 'priming'. Een prime is een onbewuste waarneming van een woord of object die samenhangende concepten in ons brein activeert. Zo herkennen we sneller het woord 'bananen' in een puzzel als we daarvoor de kleur geel hebben gezien. Dit komt doordat 'geel' en 'bananen' in ons brein sterk aan elkaar gelinkt zijn. Met 'Welkom in onze Voortuin' activeren we concepten zoals 'te gast zijn' en 'eigendom van iemand'. Kort door de bocht activeert de tekst 'Welkom in onze Voortuin' onbewust sociaal gedrag. *"Dat doe je thuis toch ook niet?"*

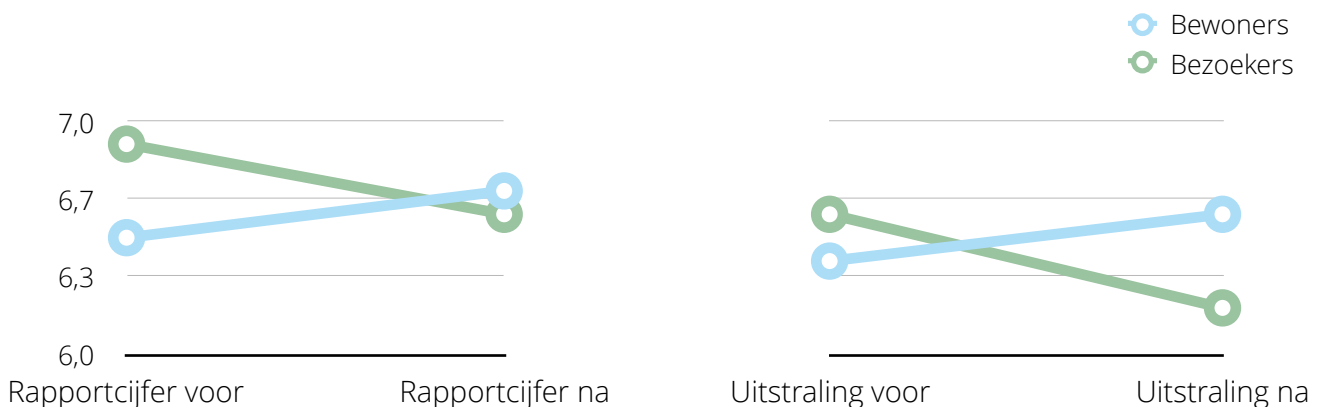
EFFECT VAN WELKOM IN ONZE VOORTUIN

Wat was het effect van Welkom in onze voortuin? Werken de psychologische technieken van ogen en priming ook in de praktijk van Deventer? Jazeker! Na de lancering van 'Welkom in onze Voortuin' blijken mensen de Beestenmarkt, hoewel een klein effect, **significant schoner te vinden**. Ook wordt er na de lancering hoger gescoord op in hoeverre mensen elkaar helpen. De sociale cohesie is dus gestegen.



ZIJN ER VERSCHILLEN TUSSEN BEWONERS EN BEZOEKERS?

Tussen bewoners en bezoekers zagen we een verschil optreden. **Bewoners geven een hoger rapportcijfer** en scoorden de uitstraling van het plein hoger, terwijl bezoekers juist een lagere score zijn gaan geven. We kunnen daarom voorzichtig concluderen dat de interventie op bezoekers geen positief effect heeft gehad, maar wel op de bewoners.



ADVIES

WELKOM IN ONZE VOORTUIN



Samen met de bewoners, ondernemers en gemeente doken we de wijk Voorstad in om vervolgens met een gedragsproject te eindigen dat net dat stapje verder ging. Twee buurtfotografen portretteerden 132 mensen op het plein van de Beestenmarkt. Zowel het moment van het maken van de foto's als de daadwerkelijke fotowand zijn interventies met impact op de beleving, sociale cohesie en eigenaarschap. Na de lancering van 'Welkom in onze Voortuin' blijken mensen de Beestenmarkt significant schoner te vinden en wordt er hoger gescoord op in hoeverre mensen elkaar helpen. De gedragstechniek van afbeeldingen van ogen heeft dus een positief effect gehad.

Zie voor deze uitgebreide interventie ook de 'Rapportage Duwtje - Welkom in onze voortuin concept (2018).

4

AANDACHT
PAKKEN

AANDACHT PAKKEN & POSITIEVE NORMEN ACTIVEREN

500 meter...onverzorgd en onaantrekkelijk pad dat dagelijks door een groot deel van de 8000 studenten van het Saxion en nog eens 1000 medewerkers van de aanliggende bedrijven gebruikt wordt. Een uitermate geschikte plek om het effect van nudges nader te onderzoeken. We legden de focus op het verminderen van zwerfafval, met als gewenst neveneffect een positieve beleving van het pad.

De eerste stap was het toevoegen van prullenbakken zodat het gewenste gedrag op het pad überhaupt mogelijk zou zijn. Uit onderzoek blijkt, logischerwijs, dat meer prullenbakken in de omgeving zorgen voor minder zwerfafval. Slechts op het begin en eind van het halve kilometer lange pad staan prullenbakken, waardoor er veel punten op het pad zijn waarop geen prullenbak in zicht is. Om deze reden werden twee **extra prullenbakken** geplaatst.

De volgende stap was het trekken van de aandacht naar de prullenbakken, in de psychologie ook wel **salience** genoemd. Op de prullenbakken werden stickers geplaatst congruent met het Welkom in onze Voortuin-design. Daarbij hebben we gebruik gemaakt van een norm-activerend element. Bepaalde beelden kunnen ervoor zorgen dat mensen zich gedragen zoals 'het hoort' in een bepaalde omgeving. Een bekend experiment is de afbeelding van een bibliotheek in de stilte-coupé in de trein. De associatie met de bibliotheek zorgde ervoor dat mensen vaker stil waren dan zonder deze afbeelding². Wij kozen ervoor om de afvalbakken te beplakken met natuurelementen, omdat mensen minder snel afval weggooien in de natuur.



Verder werden op de **straat stickers** geplaatst in dezelfde stijl als de afvalbakken met verwijzingen naar het aantal meters lopen naar de afvalbakken. Ook werd er een **bord met foto's** geplaatst, dat meerdere doelen diende. Ten eerste werd er op dit bord verwezen naar de prullenbakken die aan beide zijden op 100 meter afstand van het bord waren geplaatst. In een pilot die succesvol was in het verminderen van zwerfafval op snoeroutes werd deze strategie ook gebruikt³. Op deze manier worden mensen op momenten dat er nog geen prullenbakken zichtbaar zijn al gewezen op het feit dat deze nabij zijn en worden zij op het juiste moment herinnerd aan het gewenste gedrag. Tevens wordt op dit bord het gewenste gedrag gevisualiseerd, wat helpt omdat mensen beelden makkelijker verwerken dan teksten.

² Debets, L., & Ruitenbunrg, K. (2010). Het spoor bijster? Het verminderen van normoverschrijdend gedrag in de trein. Geraadpleegd van www.verkeerskunde.nl/.../10/hetspoorbijster-lonneke-debets-kirsten-ruitenberg-1-.pdf

³ Novi Mores (2016). Rapport pilot snoeroutes. Geraadpleegd van www.kenniswijzerzwerfafval.nl/download_document/960

Ook werd rekening gehouden met het feit dat er minder afval wordt weggegooid op minder anonieme plekken, waarbij mensen zich betrokken voelen. We hebben het pad minder anoniem gemaakt door er bekende gezichten aan te koppelen. Hiertoe werd het internationale sociale fotoproject 'Inside Out' naar het pad gebracht. Op de Beestenmarkt leidde dit eerder al tot een stijging van de schoonbeleving en sociale cohesie.



Personen van zowel Tauw (een bedrijf aan het pad dat meewerkte aan het project) als Saxion werden gefotografeerd voor op het bord. Onder hen waren de toezichthouder van het Saxion en een docent, personen waarvan wij verwachtten dat zij bij veel Saxionstudenten bekend zijn. Bekende gezichten hebben ook als doel om de aandacht te trekken, vergeleken met een bord met géén of een onbekend persoon.

BEROEMDE VOETSTAPJES

Op de Beestenmarkt voegden we nog speciale 'Welkom in onze voortuin' voetstapjes toe. De voetstapjes zijn ondertussen een bekende nudge. Ze worden ingezet in supermarkten om mensen naar bepaalde producten te leiden, naar de trap om je te verleiden deze te nemen in plaats van de lift en op straat; uit een experiment in Kopenhagen bleek bijvoorbeeld dat felgroene voetstapjes op straat leidde tot 46% minder zwerfafval⁴. Wij goten de voetstapjes in het 'Welkom in onze voortuin' ontwerp en plakten ze op de Beestenmarkt. Dit leidde tot een overvolle afvalbak waardoor er vaker geleegd moest worden. Helaas bleek de schoonmaakploeg te enthousiast en bleven de voetstapjes niet lang zitten. Ondanks herhaaldelijk nieuwe plaatsen hielden deze niet lang stand. Omdat een slordige uitstraling eerder een negatief effect heeft op de schoonbeleving hebben we ervoor gekozen de voetstapjes helemaal te verwijderen en niet mee te nemen in de effectmeting.

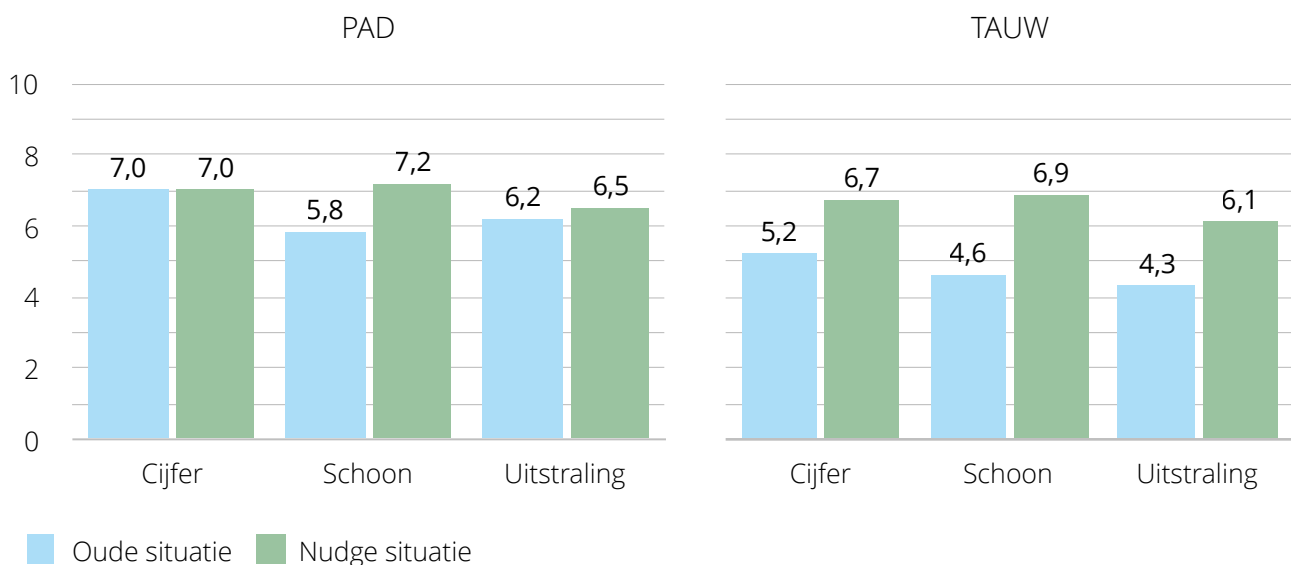


⁴ <https://inudgeyou.com/en/green-nudge-nudging-litter-into-the-bin/>

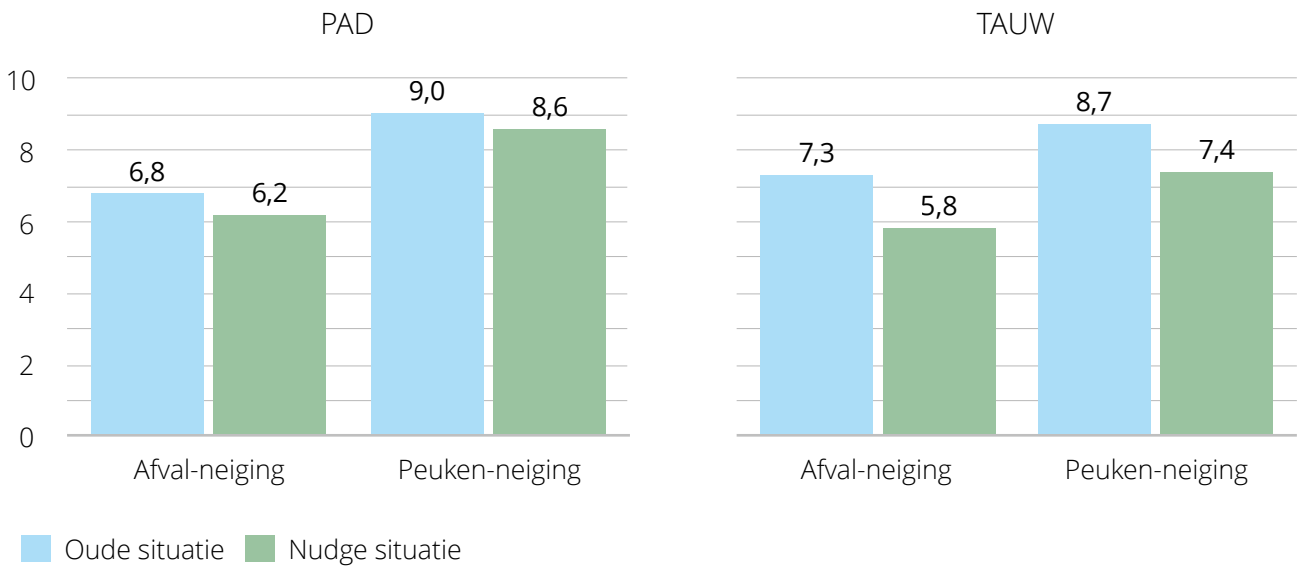
RESULTAAT AANDACHT PAKKEN

Zowel op het pad zelf als online vroegen we aan Saxion-studenten en Tauw-medewerkers wat zij van het pad vonden. In totaal (voor- en nameting) beantwoordden 78 mensen de vragenlijst op het pad, plus 181 Tauw-medewerkers en 160 Saxion-studenten online. Bij het kiezen van de dagen van afname van de vragenlijst op het pad is er rekening gehouden met het weer zodat dit geen storende factor zou zijn.

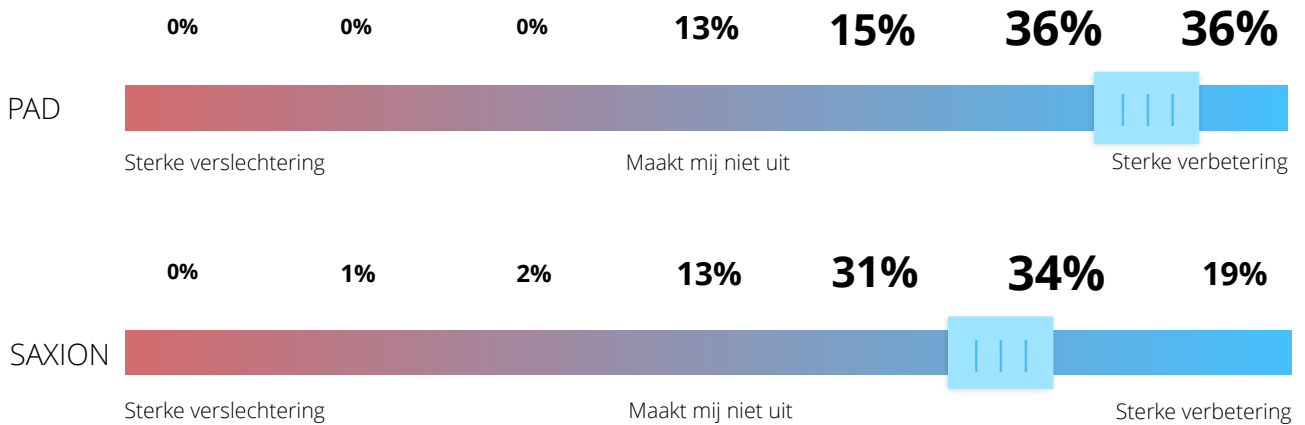
De veranderingen aan het pad werden door zowel de mensen op het pad als door Tauw-medewerkers positief beoordeeld (bij Saxion kon er helaas geen voormeting gedaan worden in verband met een lopend onderzoek op de hogeschool en vroegen we op een andere manier de mening uit). Op het pad werden alle aspecten, behalve het algemene cijfer voor het pad, positiever. **De toename in beoordeling van de schoonheid van het pad veranderde significant.** Voor Tauw werd er op alle beoordelingen een significant verschil gevonden in de voorspelde richting. Na de aanpassingen gaven de Tauw-medewerkers gemiddeld **een hoger rapportcijfer aan het pad, beoordeelden ze het gemiddeld als schoner en waren ze gemiddeld meer tevreden over de uitstraling.**



We vroegen de passanten op het pad en de Tauw-medewerkers ook in hoeverre zij verwachtten dat anderen afval of peuken op de grond te gooien in plaats van in een afvalbak. Bij de passanten op het pad zien we geen significante afname, maar bij Tauw-medewerkers zien we wel een significante daling van deze inschatting. **Na de veranderingen aan het pad, verwachtten Tauw-medewerkers dat anderen minder snel hun afval en peuken op de grond te gooien.**



Zoals eerder genoemd was het niet mogelijk om bij het Saxion een online meting uit te voeren vóór de eerste fase, waardoor er geen verschil kon worden gemeten op de cijfermatige beoordelingen aan het pad. Om toch een beeld te krijgen vroegen we Saxion-studenten en -medewerkers ná de eerste fase wel om de aanpassingen aan het pad te beoordelen aan de hand van voor- en na-foto's. Uit deze vraag blijkt dat de meeste respondenten spraken van een verbetering. Deze vraag stelden we ook aan passanten op het pad. Deze vraag werd pas gesteld na het geven van de andere cijfers, zodat hun mening niet zou worden beïnvloed door de mededeling dat het pad aangepast was. **Uit de antwoorden blijkt dat bijna iedereen vond dat de duwtjes op het pad een verbetering waren.**



ADVIES

AANDACHT PAKKEN



DOEN!

De duwtjes hebben geleid tot een positievere beleving van het pad. Na de fysieke aanpassingen werd het pad over het algemeen beter beoordeeld, stegen de beoordelingen van de uitstraling en de schoonheid van het pad en daalde de mate waarin er werd verwacht dat anderen hun afval en peuken op de grond zouden gooien. Op de vraag of de aanpassingen een verbetering of een verslechtering waren, beantwoordde vrijwel iedereen het een verbetering te vinden.

Wat betreft de voetstapjes adviseren we ook om dit vaker in te zetten, maar dan gebruik te maken van zogenaamde 'reversed graffiti' waarbij de straat met een hogedrukspuit schoongespoten wordt. Hiervoor kun je verschillende vormen, waaronder voetstappen gebruiken. Een andere optie is om de vorm met verf op straat te spuiten, maar dit is minder subtiel.

5

FIETSDIENSTEN

FIETSVAKKEN DIE AUTOMATISCH GEDRAG STUREN

Naast afval bleek ook het fietsparkeren een probleem. Mensen parkeren lukraak hun fietsen op de Beestenmarkt en negeerden de fietsenrekken helemaal rechts van de entree naar de supermarkten. Hoe konden we mensen stimuleren hun fiets wel netjes te parkeren?

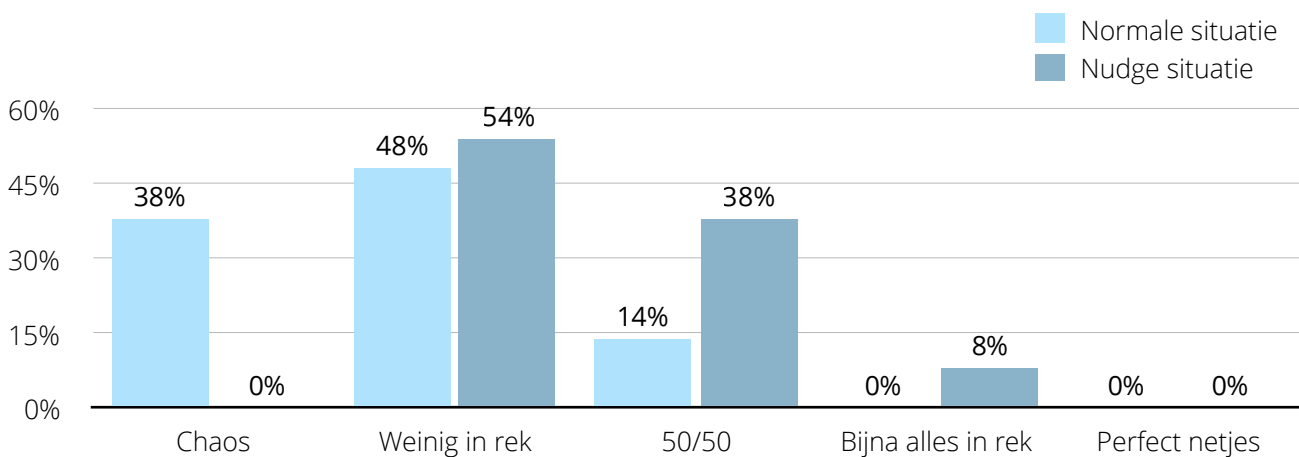


We maakten met tape vakken waar bezoekers de fiets konden parkeren. Buurtbewoner en street artist Egbert Scheffer voelt zich betrokken bij zijn buurt (eigenaarschap) en voegde icoontjes toe om te duiden waar de vakken voor gebruikt konden worden: van scooters tot fietsen en honden. Met de tape en icoontjes hoopten we genoeg aandacht te trekken naar de fietsvakken om bewoners over te halen hun fiets niet langer pal voor de ingang van de supermarkten te zetten. Door de locatie zorgvuldig te kiezen zorgden we ervoor dat we de **basis op orde** hadden voordat we de techniek **salience** inzetten.

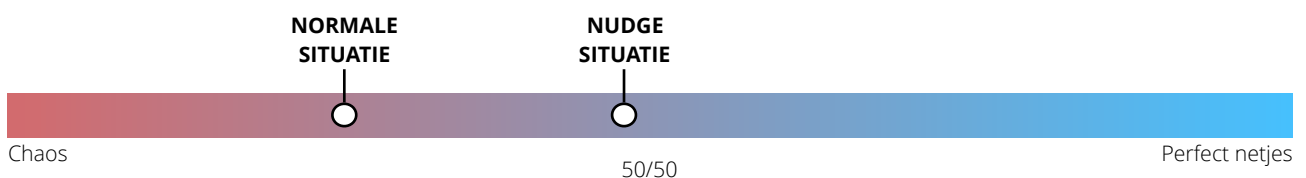
RESULTAAT

VAN DE FIETSVAKKEN

Wat gebeurt er als het plein langzaam wordt omgetoerd met speciale fietsvakken? Parkeren mensen hun fiets minder vaak op plekken waar dat niet de bedoeling is? Een maand lang namen toezichthouders foto's van de originele situatie en de nudge situatie (specifieke duwtjes: fotowand (zie rapport 'Welkom in onze voortuin, juni 2018) en fietsvakken met tape). De foto's werden gescoord aan de hand van een schoonheidsscore van een perfecte situatie zonder fout geparkeerde fietsen tot chaos met een overgrote meerderheid aan fout geparkeerde fietsen.



Uit de resultaten blijkt dat er in de **duwtje situatie minder vaak fout werd geparkeerd** dan in de normale situatie. We zien vooral een afname van complete chaos van fout geparkeerde fietsen naar een handelbare situatie. We hebben geen controlesituatie gehad om te checken voor storende variabelen. Deze resultaten laten dus een indicatie zien van een positief effect maar laten geen causaal verband zien.



ADVIES FIETSVAKKEN



DOEN! MAAR MAAK ER EEN PERMANENTE
OPLOSSING VAN.

In de vernieuwde situatie met fietsvakken werd er minder vaak fout geparkeerd dan in de normale situatie. Dit komt naar verwachting mede doordat de fietsvakken op een locatie dichtbij de ingang van de supermarkten was gepositioneerd. Wij adviseren permanente fietsenrekken bij te plaatsen rondom strategische plekken zoals de ingang naar de supermarkten. Fietsvakken verder gelegen werden nauwelijks gebruikt. Mensen kiezen ook hier de makkelijkste weg.

6

TOEZICHT

DE ROL VAN TOEZICHTHOUDERS



Naast duwtjes hadden we een laatste tool in handen om gedrag te veranderen: toezicht. Het sluitstuk van de technieken die je als gedragsveranderaar in handen hebt. Vaak wordt gedacht dat gedragsverandering alleen uit zogenaamde softe technieken bestaat: van een vliegje in de toiletpot tot voetstapjes. Toch klopt dat niet. Bij gedragsverandering hanteren we een trechter aanpak: van soft naar streng.

Het voordeel van een zachte aanpak is dat het inspeelt op de intrinsieke motivatie, de gebruikte technieken subtiel zijn en de kosten relatief laag. Met een slimme inzet van subtiele nudge technieken kun je het voor elkaar krijgen dat 80% van de mensen richting het gewenste gedrag beweegt. Je kunt echter niet iedereen beïnvloeden met zachte technieken, ook het gedrag van die andere 20% wil je beïnvloeden. Harde technieken kosten meer capaciteit en daarmee geld maar werken ook als een waarschuwing. Kortom: beide aanpakken zijn nodig. De grote truc? Trechtersen! Eerst soft en uiteindelijk streng.

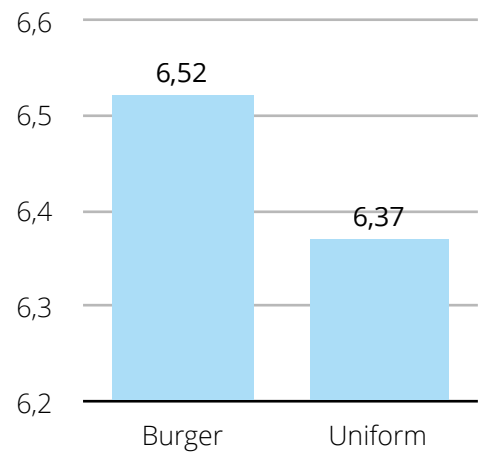
RESULTAAT

ZICHTBAARHEID UNIFORM

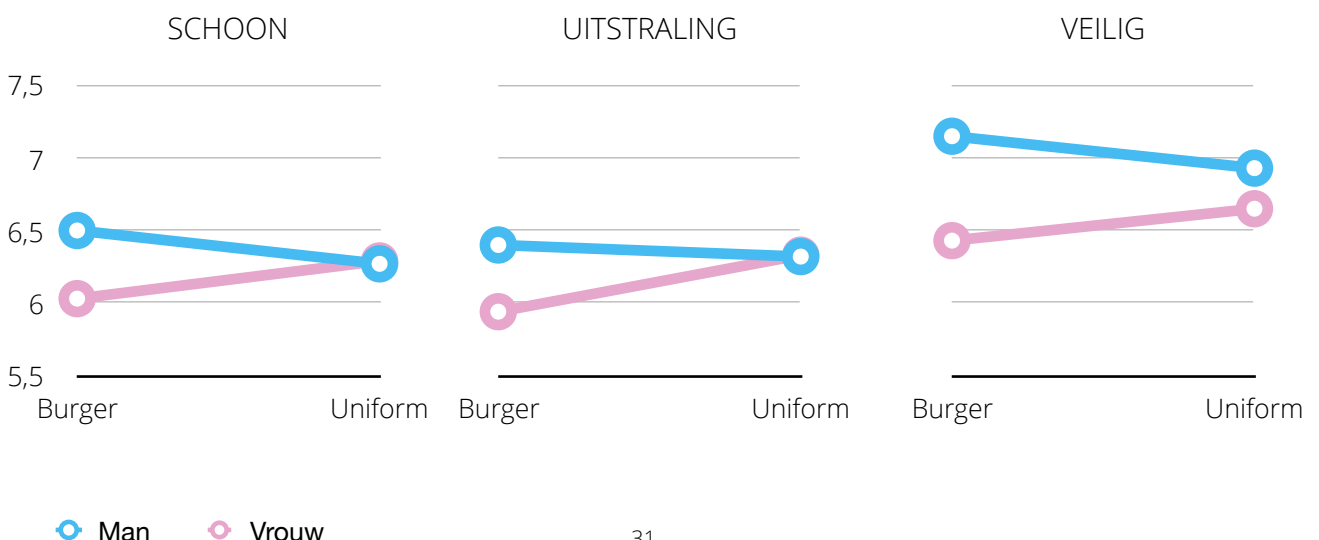
Geven mensen andere antwoorden aan iemand die een uniform draagt dan aan iemand die burgerkleding draagt? Hoe veilig voelt men zich en hoe positief is men over de omgeving? Toezichthouders vroegen het aan bewoners en bezoekers, de ene keer in uniform en de andere keer in neutrale kleding. We keken naar het effect van uniform door de antwoorden op de vijf verschillende vragen te analyseren.

Het uniform leek op het eerste gezicht een kleine en marginaal significante impact te hebben, maar wanneer we inzoomden op de verschillen tussen mannen en vrouwen zagen we een groter effect van uniform. **Vrouwen beoordeelden de omgeving positiever op aspecten als schoonheid en veiligheid**, terwijl we bij mannen het tegenovergestelde zagen gebeuren.

ALGEMENE CIJFER



“BIJ EEN UNIFORM OORDELEN VROUWEN POSITIEVER EN MANNEN NEGATIEVER OVER DE OMGEVING”



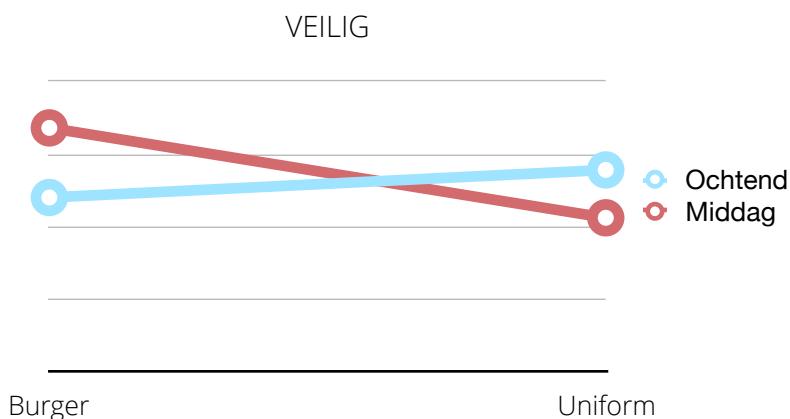
Daarnaast bleek uit de ervaring van toezichthouders dat in gesprek gaan met de verschillende bewoners en bezoekers een positieve ervaring was. Dit is al een belangrijk onderdeel van het werk van toezicht, bijvoorbeeld in de vorm van spreekuren in de wijk.

Uit de resultaten op de Beestenmarkt bleek verder dat de zichtbaarheid van toezicht het effect van de duwtjes niet verkleinde. Zowel zichtbaarheid van toezicht als het inzetten van duwtjes kunnen dus uitstekend naast elkaar ingezet worden. Belangrijke kanttekening is wel dat de toezichthouders hier niet de handhavende taak uitvoerden.

EFFECT VAN UNIFORM IN DE OCHTEND & MIDDAG

Naast persoonskenmerken, keken we ook naar kenmerken van de situatie: ging het om de ochtend - een relatief rustig moment op de Beestenmarkt - of om de middag - een relatief drukker moment? We zien hierbij een interessant verschil ontstaan van de invloed van het uniform op de beleefde veiligheid.

Men geeft veiligheid een gemiddeld cijfer van 6,81. We zien daarbij geen verschil tussen de cijfers die mensen 's ochtends geven en de cijfers die mensen 's avonds geven. Wanneer we echter de factor uniform meenemen, zien we wel significante verschillen ontstaan tussen ochtend en middag op het veiligheidscijfer. Waarbij het uniform een positief effect heeft in de ochtend maar een negatief effect in de middag. Dit geldt alleen voor de locatie van de Beestenmarkt. Op het station zien we deze verschillen niet optreden, waarschijnlijk doordat het daar in de ochtend ook druk is. Deze resultaten zijn in overeenstemming met andere studies waaruit blijkt dat men **zich veiliger voelt door politie op straat als het rustig is, maar juist onveiliger als het druk is.**



RESULTAAT

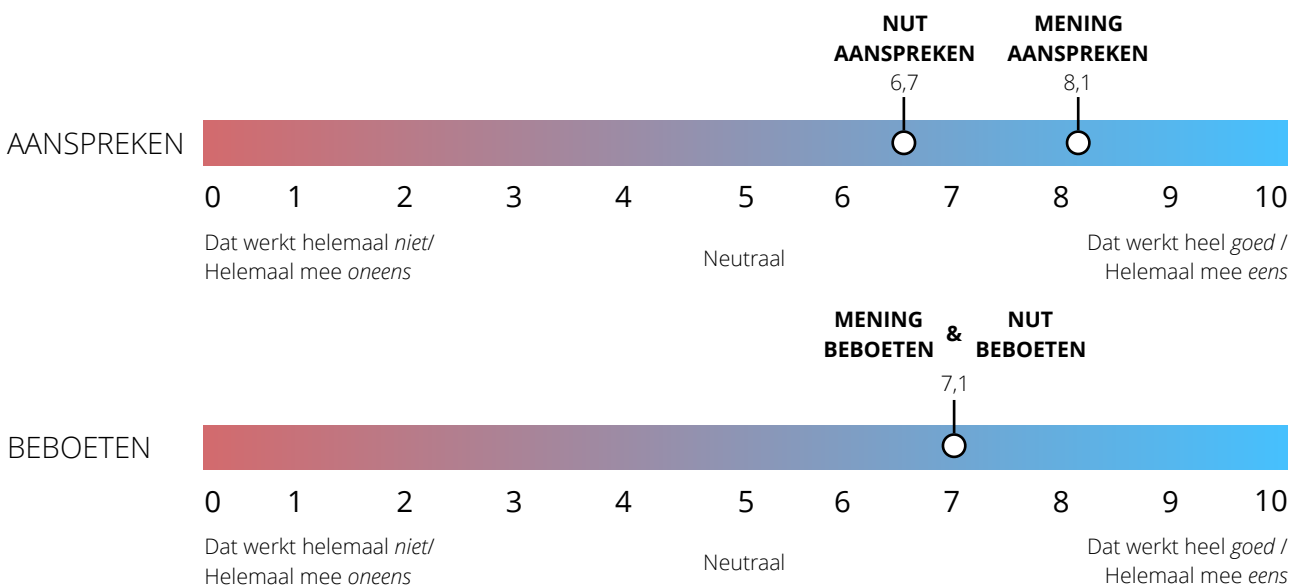
AANGESPROKEN WORDEN DOOR TOEZICHT

Op het Saxionpad testten we het effect van actieve toezichthouders en ging het een stapje verder dan de zichtbaarheid van het uniform. Wat als de toezichthouders mensen aanspreken over het op de grond gooien van afval en peuken (zonder gevolgen in de vorm van handhaving)? Zowel op het pad als online vroegen we mensen naar hun algemene beoordeling op het pad, een beoordeling van de uitstraling en schoonheid van het pad en een inschatting van in hoeverre anderen geneigd zouden zijn afval of peuken op de grond te gooien. **De beoordelingen van alle groepen waren na een maand van inzet van toezicht nauwelijks tot een beetje veranderd.** Het is echter voorbarig om hier conclusies uit te trekken over de inzet van toezicht. Een aantal andere zaken speelden namelijk:

- 1) Een aantal mensen hebben toezichthouders niet gezien en slechts één van de 165 respondenten was aangesproken door toezicht: een maand lang twee keer per dag rondlopen blijkt te weinig om genoeg mensen bloot te stellen aan de interventie.
- 2) De afvalbakken waren een aantal dagen gedurende deze maand overvol: dit zal de beoordeling van de schoonheid van het pad niet ten goede zijn gekomen.

MENING & NUT VAN TOEZICHT

Aan de respondenten werd ook gevraagd naar hun mening over het inzetten van toezichthouders voor dit doel. Gemiddeld was de mening dat dat het aanspreken op en beboeten van zwerfafval acceptabel was en schatten ze ook in dat dit redelijk effectief zou hebben. Een aantal respondenten vroegen zich wel af of beboeten zou werken als het risico om gepakt te worden niet constant aanwezig is. Ook werd een aantal keer genoemd dat er dan wel genoeg mogelijkheden moeten zijn om afval en peuken weg te gooien.



ERVARINGEN VAN TOEZICHTHOUDERS

Het aanspreken van passanten op het weggooien van peuken bleek nog even wennen: het is geen standaardonderdeel van toezicht in de openbare ruimte en het op de grond gooien van peuken lijkt in de meeste situaties een geaccepteerd fenomeen. Veel passanten reageerden positief op de aanwezigheid van toezichthouders voor dit doel en op zelf aangesproken te worden voor dit doel, maar op den duur kwamen er meer negatieve reacties "Sta je hier nu al weer?". Niet iedereen vindt het probleem groot genoeg om hier veel toezicht voor in te zetten.

EEN MOOI NEUW-EFFECT

Bij het kantoorpand Leeuwenbrug aan het pad staan ook veel rokers, uit gesprek met de toezichthouders bleek dat zij een asbak misten. Deze hebben zij uiteindelijk zelf geregeld.

ADVIES

TOEZICHT



DOEN! UITERAARD.

Toezicht is het sluitstuk van gedragsverandering: noodzakelijk om de openbare orde te handhaven en burgers te helpen en ondersteunen. **Vrouwen gaven lage veiligheidsscores, hiervoor is de zichtbaarheid van toezichthouders als een positieve factor te benoemen** en aan te raden voor de toekomst. Daarnaast bleek uit de ervaring van toezichthouders dat in gesprek gaan met de verschillende bewoners en bezoekers een positieve ervaring was. De duwtjes (zoals foto's van bewoners en fietsvakken) hadden geen invloed op de veiligheidsbeleving, maar juist op factoren zoals uitstraling en sociale cohesie. Uit de resultaten bleek verder dat de zichtbaarheid van toezicht het effect van de duwtjes niet verkleinde. **Zowel zichtbaarheid van toezicht als het inzetten van duwtjes kunnen dus uitstekend naast elkaar ingezet worden.** Een belangrijke kanttekening is wel dat de toezichthouders hier niet de handhavende taak uitvoerden.

Tenslotte zagen we een uniform in de ochtend een beter effect leek te hebben dan in de middag. Gezien de positieve reacties van de bewoners en bezoekers op het persoonlijke contact, over het algemeen bekeken, **raden wij aan vooral op rustige momenten makkelijk benaderbaar te zijn en blijven.**

Op het pad spraken toezichthouders aan op het op de grond gooien van afval. Alhoewel het directe effect hiervan niet goed was te meten, was **bijna iedereen positief over het aanspreken op en beboeten van zwerfafval.** Wat betreft het beboeten moet er wel worden gezegd dat niemand van de bevroegde personen zelf een boete had gehad. Het negatieve commentaar op lange termijn, "Sta je hier nu al weer?", duidt er op **dat langdurig enkel rondlopen om aan te spreken op zwerfafval voor burgers niet acceptabel is,** toezichthouders lijken dit te beamen. Een vraag voor vervolgonderzoek zou zijn wat er op lange termijn gebeurt als het aanspreken op zwerfafval onderdeel is van een breder takenpakket op een plek waar toezichthouders al vaker rondlopen.

**LESSONS
LEARNED**

4 LESSEN

NIEUWE AANPAK GEMEENTE DEVENTER

De inhoudelijke impact van gedragsinterventies op het de beleving van de openbare ruimte hebben we hiervoor beschreven. Nu rest de vraag: wat zijn de lessen die de gemeente van dit traject kan leren voor de toekomst?

1 | MAAK HET KLEIN

Een bekende valkuil is dat we altijd alles tegelijk willen oplossen. In de voorfase van dit traject had de gemeente zes mogelijke pilot-gebieden geselecteerd. We fietsten Deventer door, spraken mensen op straat, doken de data van Team Kennis&Verkenning in en combineerden de inzichten vanuit de cijfers met de inzichten en kennis van de medewerkers van de gemeente in de vorm van werksessies en verschillende gesprekken. Tijdens de gebiedsselectie kwamen vele gedragsvraagstukken aan het licht, zo was er in het ene winkelcentrum vooral sprake van overlast van hangjongeren en op de andere plek van drugsoverlast. Dit zijn vraagstukken die **ieder een eigen gedragsanalyse en aanpak vragen**.

We concludeerden gezamenlijk dat vooral de wijk Voorstad in de eerste fase van dit traject geschikt zou zijn, omdat zowel uit de cijfers als de interne kennis blijkt dat de problemen hier structureel zijn en dat er voor de grootste veiligheidsuitdagingen al stappen gezet zijn. Ook is in de opdracht het concept eigenaarschap nadrukkelijk benoemd en tonen de inwoners van deze wijk al een goede basis aan eigenaarschap. Ze hadden nog wel hulp nodig om zaken voor elkaar te krijgen. Specifiek spelen hier problemen rondom zwerfafval veroorzaakt door passanten die van en naar het station lopen en zwerfafval op de Beestenmarkt met daarbij overlast van chaotisch geplaatste fietsen. In de tweede fase diende het Saxionpad zich aan als geschikt gebied voor interventies. Vanuit gedragsperspectief is deze keuze goed te onderbouwen, maar voor de gemeente was dit soms lastig. "Alleen de Beestenmarkt en het Saxionpad"? Dit voelt misschien als weinig, maar **juist door het klein te maken kun je echt inzoomen op gedrag en ervan leren**. Dit heeft uiteindelijk een grotere impact dan veel kleine dingen doen die niet goed onderzocht zijn.

2 | EFFECTMETING IN DE PRAKTIJK

Op verschillende momenten hebben we met elkaar gezocht naar de balans tussen een wetenschappelijke effectmeting en de haalbaarheid in de praktijk. Gemeente Deventer is relatief klein, dus het vinden van twee gebieden die vergelijkbaar zijn voor het onderzoek was een grote uitdaging. Waar vinden we bijvoorbeeld een tweede Beestenmarkt om als controlegroep te fungeren? Ook is het tellen van stuks afval de meest zuivere manier om het gedrag te meten, maar dit is zeer **arbeidsintensief** en vraagt veel onderzoeksuren die we binnen dit project niet hadden. Om die reden hebben we naar creatieve manieren gezocht. Voor het tellen van peuken op straat lieten we foto's maken om een schoonscore te geven en we werkten samen met beschikbare toezichthouders, voor wie het stellen van vragen ook aansloot op het meer preventief willen werken. Als de Gemeente in de toekomst de wens heeft een wetenschappelijke effectmeting te doen, is ons advies een dergelijk **traject in twee delen** te knippen. Een voortraject waarin de probleemanalyse gedaan wordt, gebieden geselecteerd en op basis van een globale gedragsanalyse een onderzoeksopzet geschetst. In het vervolotraject kan de analyse verdiept worden en interventies ontwikkelend, uitgerold en gemeten worden. Dit maakt dat er na het voortraject al een duidelijke keuze ligt (zie maak het klein) en de verwachtingen voor het tweede deel helder zijn.

3 | GEDRAGSEKPERTISE

In dit traject hadden wij het genoeg samen te werken met een projectleider met kennis en affiniteit van het vakgebied. Dit zorgde ervoor dat we snel konden schakelen en er meer mogelijk was in de beperkte uren die we ter beschikking hadden voor een tweejarig traject. Naast gedragskennis is het ook nodig dat de projectleider de verbindende schakel is met de interne organisatie om bijvoorbeeld bewoners te spreken, vergunningen te regelen of verwachtingen van het bestuur te achterhalen. Bij het uitvoeren van interventies in de praktijk komen namelijk veel praktische zaken kijken die tijdsintensief zijn en niet altijd binnen kantooruren vallen.

4 | NUDGING IS EEN VAK

In dit traject hebben we verschillende manieren verkend: het kopiëren van bestaande interventies naar de Deventer situatie en het ontwikkelen van op maat gemaakte interventies. Hieruit komt duidelijk naar voren dat knippen en plakken niet (zomaar) werkt. De **kern van het vak gedragsverandering is de analyse** van de vraag waarom mensen doen wat ze doen. Dit is in iedere situatie, zeker in de openbare ruimte, anders. Steeds meer 'populaire nudges' worden verkocht als een passende oplossing voor iedere situatie. De peukenstemmer is hier een goed voorbeeld van. In tegenstelling tot de promotieplaatjes, bleek de praktijk dat je op ooghoogte een lading uitgedrukte peuken ziet liggen, zwart van het as. Bij nadere bestudering bleek het op de plaatjes om schone grote nep sigaretten te gaan. In de praktijk wordt een asbak natuurlijk gewoon vies, dus niet vreemd dat de uitstraling en het rapportcijfer (door bewoners) lager werd beoordeeld na de introductie van de peukenstemmer. Net zoals we dit terugzagen in de effectmeting bij vuilniszakken van de stationskiosk die een negatief effect hadden op de schoonheidsscore op die momenten. Nudging is meer dan het knippen en plakken van losse interventies. Het is een andere manier van denken vanuit de gedragswetenschap, waarbij je echt aansluit bij wat er in de praktijk past.

NUDGING IS MEER DAN KNIPPEN & PLAKKEN
HET IS EEN ANDERE MANIER VAN DENKEN



EINDCONCLUSIE

De Gemeente Deventer heeft lef getoond met het plan van aanpak 'Nieuwe beleving van de omgeving', met als doel om lessen te leren van een innovatieve gedragsaanpak en meer te weten te komen over het effect van een traditionele aanpak. Wat was in 2016 het doel van dit traject en hebben we dit in 2018 bereikt?

Het doel van dit traject was tweeledig:

- Het **verminderen van ongewenst gedrag** door inwoners en bezoekers van de gemeente Deventer en het verminderen van overlast als gevolg van ergernissen in de openbare ruimte.
- **Ervaring krijgen met de nieuwe aanpak**, zodat de gemeente dit na deze pilot ook in andere delen van de gemeente kan toepassen.

We zijn geslaagd in deze doelstelling. Op de Beestenmarkt heeft het concept Welkom in onze Voortuin geleid tot een stijging van de schoonbeleving en sociale cohesie. Ook op het Saxionpad is de beleving positiever geworden. Daarnaast hebben we van een zes interventies geleerd onder welke omstandigheden het wel of niet verstandig is om deze toe te passen. In deze rapportage met bevindingen en conclusies hebben we de zes gedragsinterventies besproken die we de afgelopen twee jaar in de gemeente Deventer in de openbare ruimte hebben toegepast:

1. Peukenstemmer (Gamification)
2. Kauwgomposters (Gamification)
3. Welkom in onze voortuin (Illusie van observatie en Eigenaarschap)
4. Aandacht pakken (Saliency)
5. Fietsvakken (Saliency)
6. Toezicht (traditionele maatregel)

Effectief beleid houdt rekening met menselijk gedrag en de factoren die het beïnvloeden. We gaan er vaak ten onrechte vanuit dat als we mensen maar vertellen hoe ze zich moeten gedragen het wel goed komt. Maar: weten is nog geen doen! Zie voor meer hierover ook het rapport met deze titel van de WRR⁵. Mensen weten heus dat ze het afval niet van zich af moeten gooien en dat kauwgom en peuken het straatbeeld verloederen. Gedragsinterventies geven mensen net dat extra duwtje.

⁵ <https://www.wrr.nl/publicaties/rapporten/2017/04/24/weten-is-nog-geen-doen>

PROJECTTEAM



Mede-oprichter en directeur drs. Liza Luesink

PROJECTLEIDER TOTALE TRAJECT

"Duwtje is ontstaan vanuit de overtuiging dat we met het benutten van kennis over gedrag, zoveel meer kunnen bereiken. En dit blijkt steeds weer! Vol energie een vraagstuk induiken, mensen en middelen verbinden met als resultaat een mooi product: geen dag is hetzelfde!"



Mede-oprichter en directeur drs. Joyce Croonen

ONDERZOEKER & DESIGN TOTALE TRAJECT

"Vraagtekens zetten bij de dingen die we doen om zo tot een creatieve oplossing te komen, dat is waar Duwtje om draait. Daarbij combineer ik mijn kennis van de psychologie met kennis van design en fotografie/film. Precies het goede duwtje creëren is de grootste uitdaging!"



Senior gedragsadviseur drs. Aranka Sinnema

ONDERZOEKER & BEGELEIDER WERKSESSIES 1E FASE

"Gedragspsychologie geeft mij een kijkje in de menselijke belevingswereld. Het is een ontzettend mooie uitdaging om daarmee gedrag op een positieve manier te veranderen. Naast onderzoek breng ik onze kennis vol enthousiasme over door het geven van Masterclasses."



Sociaal psycholoog drs. Eva Vermeulen

ONDERZOEKER 2E FASE BEESTENMARKT EN SAXIONPAD

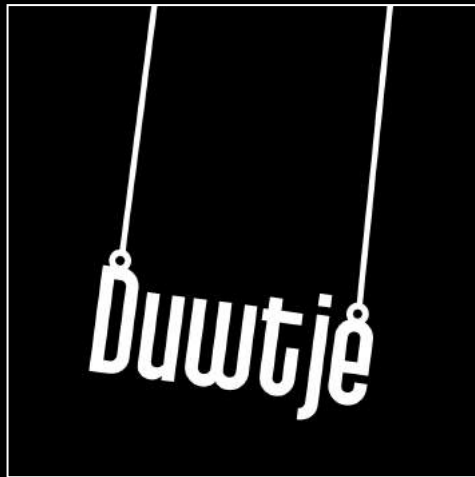
"In de waan van de dag gedraag je je nog al eens op een manier die anderen of je toekomstige zelf ten nadele komt. Ik vind het enorm leuk om na te denken over hoe verstandig gedrag ook vandaag al aantrekkelijk en makkelijk, of op zijn minst haalbaar, kan worden gemaakt. Super dat ik bij Duwtje mag toepassen wat ik tijdens mijn opleidingen Psychologie en Health Promotion leerde!"

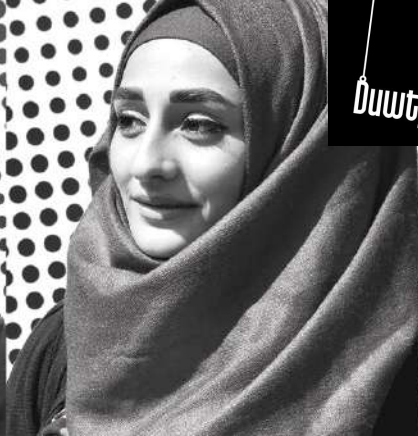


Antropoloog drs. Sanne Wassink

ONDERZOEKER 2E FASE WELKOM IN ONZE VOORTUIN

Waarom doen mensen wat ze doen en op welke wijze kunnen we sociale veranderprocessen meer betekenis geven? Vanuit Culturele Antropologie & Ontwikkelingssociologie onderzoek ik met liefde sociaal potentieel, om dit te benutten en te empoweren. Heerlijk om als zelfstandig ondernemer samen te werken met Duwtje!





Duwtje



WELKOM



IN ONZE



VOORTUIN



**GEDRAGSAANPAK BINNEN HET PROJECT
NIEUWE BELEVING VAN JE OMGEVING**

IN OPDRACHT VAN GEMEENTE DEVENTER

2016 - 2018

OVER DUWTJE

Duwtje helpt op de zoektocht naar verandering. Met kennis van gedrag en de overtuiging dat vele kleine stapjes meer bereiken dan één grote stap. Maar bovenal door met andere ogen naar de vragen te kijken en samen met de organisatie de uitdaging aan te gaan. De mensen in de organisatie hebben de wijsheid; zij zijn een eindeloze bron aan informatie over het onderwerp. Wij geven net dat extra duwtje: met kennis van gedrag, design en verandermanagement gaan we van probleem naar oplossing.

Drs. Liza Luesink
Drs. Joyce Croonen
Drs. Eva Vermeulen
Drs. Sanne Wassink

INHOUDSOPGAVE

GEDRAGSVERANDERING	4
1. DOEL PROJECT	5
Ervaren leefbaarheid	7
Wat is gedragsverandering?	8
Gebiedsanalyse	9
2. SOCIALE COHESIE VERGROTEN	11
Welkom in onze voortuin	12
Resultaten	16
3. LANGE TERMIJN VERANDERING	18
Common Citizenship	19
LESSONS LEARNED	22
EINDCONCLUSIE	27
PROJECTTEAM	28

IN HET KORT

WELKOM IN ONZE VOORTUIN

“Dat doe je thuis toch ook niet?” Stukjes kauwgom hier, een blikje daar en graffiti op de muur. Binnen no-time ontstaat een rommelige straat of voelt een plein minder veilig. Tijd voor socialer gedrag! Hoe zorgen we dat mensen de omgeving netjes houden? Hoe zorgen we dat mensen de omgeving als meer leefbaar ervaren en zich zelfs (een beetje) eigenaar voelen? Met behulp van kennis van het brein, gedragsverandering en antropologie gingen we aan de slag.

WAT ALS... we de puzzel kunnen oplossen van ongewenst gedrag

In de Gemeente Deventer speelt, net als in vele andere gemeenten, de vraag hoe ongewenst gedrag in de openbare ruimte teruggedrongen kan worden. Handhaving is kostbaar en arbeidsintensief. Gemeente Deventer wil daarbij meer gebruik maken van de mogelijkheden om kennis over gedrag toe te passen. Niet alleen ingaan op bewuste drijfveren, maar juist ook een blik werpen op de invloed van onbewuste processen. Hoe komt gedrag tot stand en hoe kunnen we daarin sturen?

Tijdens dit project onderzochten we de mogelijkheden van de gemeente om naast het inzetten van traditionele interventies (denk aan handhaving en reiniging), gedragsveranderingstechnieken in te zetten die inspelen op ons onbewuste.

Na een uitgebreide analyse van de uitdagingen en de mogelijke pilot gebieden, heeft Duwtje samen met de Gemeente Deventer een totaalconcept ontwikkeld om de ervaren leefbaarheid positief te beïnvloeden: 'Welkom in onze Voortuin'. Een vernieuwende gedragsaanpak in samenwerking met maar liefst 130 bewoners en ondernemers.



1

DOEL

PROJECT

ERVAREN LEEFBAARHEID

Het is allemaal om één doel te doen geweest: het vergroten van de ervaren leefbaarheid. Bij leefbaarheid denken we al snel aan een schone en goed onderhouden fysieke leefomgeving waarin weinig criminaliteit is. Mensen voelen zich in een schone, nette en goed verlichte wijk veiliger. En volgens de 'broken windows hypothese' heeft dit ook een positief effect op gedrag: in een nette omgeving gedraagt men zich netter. En andersom. Toch is het te kort door de bocht te stellen dat de problemen opgelost kunnen worden door alleen de omgeving netjes te houden. Leefbaarheid blijkt een complex begrip, beïnvloed door 3 factoren: mensen&relaties, fysieke omgeving en veiligheid.

MENSEN & RELATIES

- Sociale cohesie
- Sociale controle
- Eigenaarschap



FYSIEKE OMGEVING

- Verlichting
- Netheid omgeving
- Soort gebouwen



VEILIGHEID

- Veiligheidsbeleving
- Objectieve veiligheid

LEEFBAARHEID ROL MENSELIJK GEDRAG

Uit onderzoek komt naar voren dat niet alleen de fysieke omgeving of objectief gemeten criminaliteit van belang is voor de leefbaarheid van een wijk, maar dat de mensen die in de wijk wonen en contact met elkaar hebben hier ook een belangrijke rol in spelen. Het gaat niet alleen om de werkelijke situatie, als ook om de beleefde situatie. Daarbij is er meer nodig dan alleen bankjes en afvalbakken. **Naast de stenen, spelen mensen een cruciale rol.** Sociale cohesie is van belang voor de leefbaarheid van een wijk en gaat over de verbondenheid die je voelt met andere groepsleden. Het speelt binnen elke groep of samenleving een rol: van vriendengroepen, tot teams en wijkgenoten.

SOCIALE COHESIE IS DE SAMENHANG VAN MENSEN BINNEN EEN GROEP

Sociale cohesie heeft invloed op de andere twee factoren van leefbaarheid: zowel op de fysieke omgeving als op de veiligheidsbeleving (zie het model op de vorige pagina). Zo is een sterke sociale cohesie in een buurt gerelateerd aan minder onveiligheidsgevoelens bij de bewoners. En stelt het rapport van het Sociaal Cultureel Planbureau dat enkel verloedering van de fysieke omgeving niet tot criminaliteit leidt, maar dat een gebrek aan formele en informele sociale controle tot verloedering en criminaliteit leidt.

Het is dan ook niet verassend dat uit onderzoek blijkt dat de sociale cohesie in een wijk een belangrijke voorspeller is van de ervaren onveiligheid en overlast, en dat de band die je met je burens hebt een significante voorspeller is van tevredenheid met de buurt, zelfs wanneer er sprake is van (grote) wanorde in de buurt. Sociale cohesie kan dus een buffer zijn voor fysieke wanorde. **De uitdaging die voor ons lag was het versterken van de sociale cohesie met de buurt om zodoende de ervaren leefbaarheid te vergroten. En dit alles door de inzet van het vakgebied gedragsverandering.**



Afval en graffiti bij de Beestenmarkt

WAT IS GEDRAGSVERANDERING?

*80% van de mensen maakt goede voornemens,
slechts 8% maakt ze waar.
Welkom in de wereld van gedragsverandering.*

Tot voor kort werd gedacht dat mensen in staat zijn om keuzes te maken die (rationeel) het meest in ons eigen voordeel zijn. Het is nog steeds een belangrijke mythe: als we mensen maar genoeg informatie geven en goed uitleggen waarom iets belangrijk is, dan vertonen ze het gewenste gedrag wel. Je ziet dit bijvoorbeeld bij campagnes om een gezonde leefstijl te stimuleren. Iedereen weet dat het belangrijk is gezond te eten, maar *doet* iedereen dit ook?

WIJ MENSEN ZIJN IRRATIONEEL

We denken dat we rationele wezens zijn die goed weten waarom we doen wat we doen, maar het tegendeel blijkt waar; ons gedrag wordt voor het grootste deel gestuurd door processen waar we ons *niet* bewust van zijn. Er zijn wetenschappers die durven te stellen dat ons gedrag slechts voor 5% door ratio gestuurd wordt. 95% van ons gedrag wordt dus gestuurd door onbewuste processen. Hoe zit dat? Uit onderzoek blijkt dat ons brein niet genoeg capaciteit heeft om alle prikkels die we dagelijks krijgen bewust te verwerken, dit kost simpelweg teveel energie en aandacht. Om toch te kunnen functioneren maken we noodgedwongen gebruik van vuistregels om snel te beslissen. Een goed voorbeeld van hoe ons onbewuste brein werkt is het 'Linda-vraagstuk', voor het eerst onderzocht in de jaren tachtig. Proefpersonen kregen een fictieve persoonsbeschrijving voorgelegd:

**Linda is 31 jaar, alleenstaand, openhartig, slim, afgestudeerd
filosoof en in haar studententijd deed ze mee aan protestmarsen.**

Wat is waarschijnlijker?

1. Linda werkt bij een bank.
2. Linda werkt bij een bank en is actief in de vrouwenbeweging.

Een overweldigende meerderheid (85%) koos voor optie 2, terwijl dit rationeel gezien natuurlijk onlogisch is. De kans is veel groter dat Linda hoort bij de grotere groep bankmedewerkers die niet actief zijn bij de vrouwenbeweging dan bij de kleinere groep bankmedewerkers die wel actief zijn bij de vrouwenbeweging. De proefpersonen maakten de 'conjunctiefout': ten onrechte dachten ze dat een combinatie van twee kenmerken (feministe én bankbediende) meer voor de hand liggend was dan één kenmerk.

ONS IMPULSIEVE BREIN

Hoe komt het dat we deze denkfouten maken? In ons brein blijken twee verschillende systemen actief: het impulsieve systeem en het rationele systeem. Het impulsieve systeem is het snelle netwerk dat gestuurd wordt door korte termijn doelen. Het rationele systeem is het reflectieve systeem dat lang en goed nadenkt, met als nadeel dat het een stuk trager is dan het impulsieve systeem. Doordat het impulsieve systeem snel is en weinig brein-capaciteit vraagt, is het onze automatische piloot die altijd aan staat en het grootste deel van onze keuzes stuurt. Pas als je genoeg aandacht en energie hebt, kan het reflectieve systeem de ruimte krijgen. Dit betekent dat een groot deel van onze keuzes door onbewuste factoren wordt beïnvloed.

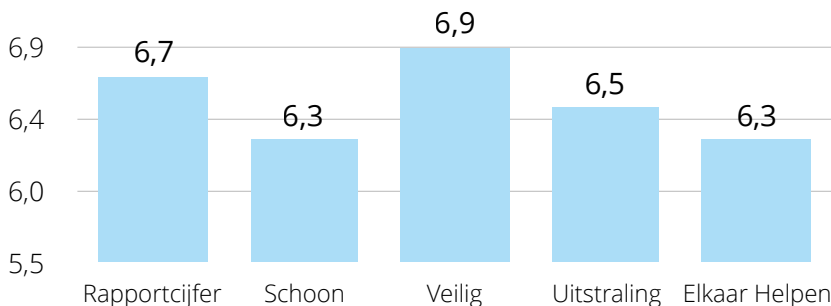
KANSRIJKE GEBIEDEN OM DE LEEFBAARHEID TE VERGROTEN?

Een gedragstraject vindt niet willekeurig plaats, maar wordt vooraf gegaan door een gedragsanalyse. Dit om te voorkomen dat we op de verkeerde plek, doelgroep of factoren inspelen. Voor een grondige gedragsanalyse fietsten we Deventer door, spraken mensen op straat, doken de data van Team Kennis&Verkenning in en combineerden de inzichten vanuit de cijfers met de inzichten en kennis van de medewerkers van de Gemeente in de vorm van werksessies en verschillende gesprekken.

Uit de gedragsanalyse kwam naar voren dat de bewoners van de wijk Voorstad best betrokken zijn bij hun omgeving, maar dat de Beestenmarkt daar in de huidige situatie weinig uitnodigend voor was. De Beestenmarkt is een plein van iedereen: van de bewoners die alles meekrijgen van de gebeurtenissen op het plein tot de bezoekers van de supermarkten en de jongeren die er voetballen. Toch werkt het nu nog niet optimaal. Bewoners hebben last van het lawaai 's avonds, de gemeente krijgt klachten over afval en maar weinig mensen zullen het plein als gezellig typeren.

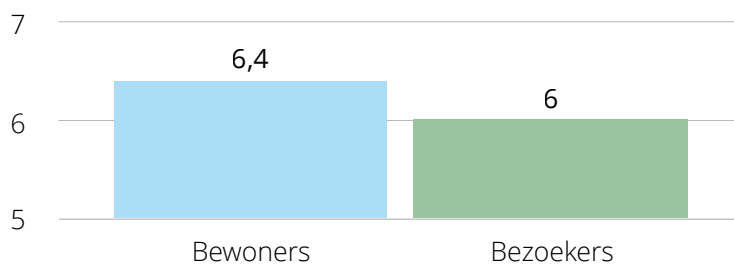
Voordat we aan de slag gingen op de Beestenmarkt deden we een nulmeting om beter zicht te krijgen op hoe het plein door bewoners en bezoekers wordt beoordeeld. De Beestenmarkt bleek als rapportcijfer **gemiddeld een 6,7**, te krijgen en scoorde iets lager op hoe schoon de omgeving was en in hoeverre mensen elkaar helpen, en iets hoger op veiligheid.

CIJFERS VOOR DE BEESTENMARKT

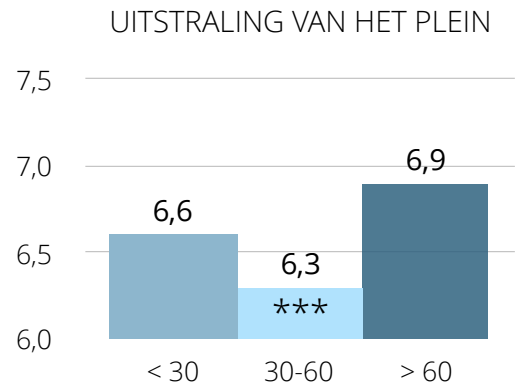
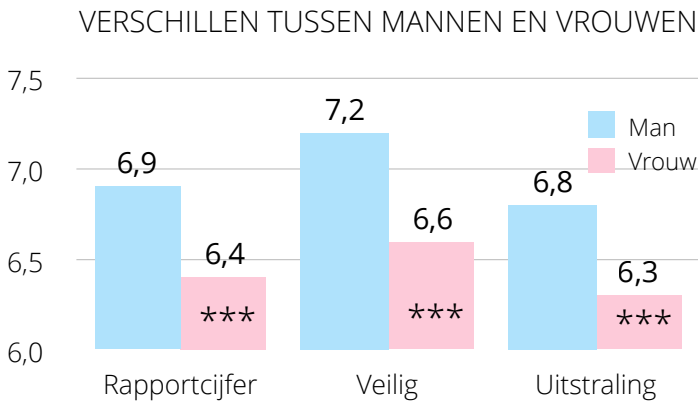


Bewoners en bezoekers waren het meestal met elkaar eens, maar verschilden op één punt van mening met elkaar. **Bewoners vonden mensen in de buurt behulpzamer dan bezoekers.**

HOE BEHULPZAAM ZIJN MENSEN IN DEZE WIJK?



Ook zijn er verschillen tussen mannen en vrouwen: **vrouwen voelen zich op het plein minder veilig** dan mannen en ook geven ze een lager rapportcijfer en beoordelen ze de uitstraling van het plein slechter. Uit andere onderzoeken blijkt dat vrouwen over het algemeen negatievere veiligheidsgevoelens rapporteren, dus heel opvallend is dit niet¹. Daarnaast waren mensen tussen de 30 en de 60 negatiever over de uitstraling dan de andere leeftijdsgroepen.



Samenvattend is het dus vooral een functioneel plein; een grote geasfalteerde vlakke. Wat deden we om de verbindende factor van het plein naar voren te halen?

OVER DE SCORES

Alle resultaten weergegeven in tabellen verschillen **significant** van elkaar.

Het verschil tussen een 6,9 en 6,4, zoals bijvoorbeeld wat mannen en vrouwen geven als rapportcijfer, lijkt klein. Mensen hebben echter de neiging om gematigd te reageren en geven het liefst scores tussen de 6 en 8.

¹ Sutton, M.R. & Farral, S. (2005). Gender, Socially Desirable Responding and the Fear of Crime: Are Women Really More Anxious about Crime? *The British Journal of Criminology*, 45(2), 212-224.

2

**SOCIALE COHESIE
VERGROTEN**

WELKOM IN ONZE VOORTUIN

Wat als het anonieme gebied een gezicht krijgt? Wat als het honderd gezichten krijgt? Honderd mensen die alle bezoekers verwelkomen in hun voortuin en hun Voorstad. Niet langer een plek waar je anoniem en ongezien je ding doet, maar een gebied waar de mensen achter de voordeuren een gezicht krijgen. *'Welkom in onze Voortuin'*: een overkoepelend concept om sociaal wenselijk gedrag op een positieve manier te stimuleren. In samenwerking met twee fotografen uit de wijk Daan Obdeijn en Eline Dibbits, hebben we 132 bewoners op de foto gezet. De afbeelding werd meer dan levensgroot op de glazen wand van de supermarkten gehangen.



WAAROM PORTRETTEEN?

Om de ervaren leefbaarheid te verhogen, zetten we op de Beestenmarkt een krachtige gedragstechniek in: **illusie van observatie**. Uit sociaal psychologisch onderzoek blijkt namelijk dat een afbeelding van ogen ons sociaal wenselijker laat gedragen. Het maakt hierbij niet uit dat het om een foto gaat in plaats van een echt persoon of enkel ogen in plaats van het hele gezicht; onbewust voelen we ons door ogen aangekeken en stellen we ons asociale gedrag bij. Zo bleek een verbodsbord effectiever als er een simpele afbeelding van een paar ogen op geplaatst werd: er werd 18% minder fout geparkeerd. Bij navraag bleek geen van de bestuurders hier een reden voor te kunnen benoemen.

Dit komt door ons impulsieve brein: een groot deel van onze keuzes worden door onbewuste factoren beïnvloed. Dus ook al registreren we een afbeelding van een paar ogen niet bewust, het impulsieve systeem pakt het toch op en zorgt ervoor dat we ons sociaal wenselijker gedragen.

In samenwerking met bewoners en ondernemers rondom de Beestenmarkt gingen we aan de slag, in afstemming met Wij Deventer. Naast alle buurtbewoners werden ook herkenbare gezichten uit de buurt door andere bewoners voor de camera gesleept, de vaste postbezorger moest zijn pakjes even neerzetten, de wijkagent, de dames en heren van de PLUS, de visboer en de Javaan (die zo enthousiast waren dat ze ook op hun kiosk een aantal extra foto's wilden plakken). Samen gaven we de Beestenmarkt letterlijk een gezicht.



HEADLINE MET BETEKENIS

Met behulp van spandoeken verspreidden we de boodschap breder. Op de spandoeken waren portretten te zien van mensen die letters vasthielden die samen de zin 'Welkom in onze Voortuin' vormden. Daarnaast werden flyers huis aan huis verspreid om het concept onder de aandacht te brengen en de buurt uit te nodigen voor de feestelijke opening.

Ook de headline van het concept '**Welkom in onze Voortuin**' is niet zomaar gekozen, de woorden 'welkom' en 'voortuin' primen ons brein. Ons brein blijkt behoorlijk associatief te werken. Ons impulsieve systeem springt van het ene concept naar het andere. Hoe meer soortgelijke concepten actief zijn in ons brein, hoe groter de kans dat het onbewust ons gedrag stuurt. Een prime is een onbewuste waarneming van een woord of object die samenhangende concepten in ons brein activeert. Zo herkennen we sneller het woord 'bananen' in een puzzel als we daarvoor de kleur geel hebben gezien. Dit komt doordat 'geel' en 'bananen' in ons brein sterk aan elkaar gelinkt zijn. Met 'Welkom in onze Voortuin' activeren we concepten zoals 'op bezoek zijn' en 'eigendom van iemand'. Kort gesteld **primed** 'Welkom in onze Voortuin' sociaal gedrag. *"Dat doe je thuis toch ook niet?"*

"IK BEN TROTS DAT DIT MIJN VOORTUIN IS"

INSIDE OUT PROJECT

Met de portretten sluiten we perfect aan op een wereld project: het Inside Out project van kunstenaar JR. Jouw portret in een gigantisch foto-kunstwerk, dat is het algemene idee achter Inside Out. Gestart als kunstproject in de buitenwijken van Parijs na het ontstaan van rellen tussen verschillende bevolkingsgroepen. Kunstenaar JR besloot hierop te reageren door de inwoners te portretteren en de posters op te hangen op gevels van oude, vervallen gebouwen. Het werd een enorme hit. Inmiddels hebben landen over de hele wereld de hulp van de kunstenaar ingeroepen om muren, daken en straten te beplakken met grote portretfoto's.

Inside out geeft iedereen de mogelijkheid een statement te maken. Zo wilden ze het stigma doorbreken door kinderen met aids als helden te portretteren. In Israel en Palestina verbond het project de twee landen door aan beide kanten van de grens, tegelijkertijd met speciale fotobusjes, foto's te maken en op te hangen. Duizenden mensen deden mee en de foto's bedekken nog steeds de vele daken. En juist door bij de foto's weinig tekst en uitleg te plaatsen, krijgt de voorbijganger de ruimte om zijn eigen mening te vormen en er vooral een gevoel bij te krijgen. Ook Deventer is nu onderdeel van #insideout waar 260.000 mensen uit 129 landen die al aan meededen.



BUREN VAN DE BEESTENMARKT

Wees welkom in de voortuin van ons allemaal,
dit plein verbreedert in de lente en de zomer.
Het hoort de woorden van de koper en bewoner,
het laat foto's spreken, ieder in zijn eigen taal.

Kijk in stilte naar de beelden van de tijd,
naar iedereen, voor eeuwig op dit glas vergaard,
waar iedereen door iedereen wordt aangestaard,
een aanblikte die de burens van de Beestenmarkt verblijdt.

Ontmoet de mensen die je eerder nog niet kende,
herken het kind van Voorstad dat hier gisteren nog rende.
Bekijk de weelde die de buurt te bieden heeft.

Maak een praatje met de man en vrouw die niet bestonden,
blijvend aan de Beestenmarkt verbonden.
Bewonder iedereen in zwart&wit die hier klevend verder leeft.

Alex Gentjens

Buurtbewoner die spontaan een gedicht schreef

INTERACTIE UITLOKKEN

Naast een statische wand gingen we ook op zoek naar manieren om de sociale cohesie nog meer te versterken door de interactie op te zoeken met de bezoeker. Hoe? Door een enorme spiegelwand met inspirerende kleine teksten bij de portretten op de glazen wand te plaatsen. Met spiegelwanden is vooral in de mode-industrie flink geëxperimenteerd. Zo liet het Franse modehuis Dior een enorme spiegelwand plaatsen midden op het plein van het Louvre. Het resultaat was een social media hype. Bijkomend voordeel is dat naast ogen ook spiegels een positief effect hebben op sociaal wenselijk gedrag. Ze maken ons zelfbewust waardoor we een hogere standaard willen nastreven. Zo bleek uit onderzoek dat een spiegel in een bushokje agressief gedrag verminderde.



Met 'Welkom in onze Voortuin' wilden we echter niet de ijdelheid aanspreken, maar de dialoog aangaan. Door kleine teksten op de spiegelwand te plaatsen geven we bezoekers de ruimte om zichzelf met een inspirerende tekst naar keuze te fotograferen en deze te delen op social media (#WelkomInOnzeVoortuin):

- Geef het maar toe. Zonder mij zou deze buurt wel heel erg saai zijn.
- Komoptan (leus van de Deventer voetbalclub Go Ahead Eagles)
- Ik zie, ik zie wat jij niet ziet (op kinderhoogte)

We lanceerden een Facebookpagina waarop we het proces en de foto's deelden. Hierdoor konden we de positieve boodschap van 'Welkom in onze Voortuin' verder verspreiden dan enkel de Beestenmarkt.

BEROEMDE VOETSTAPJES

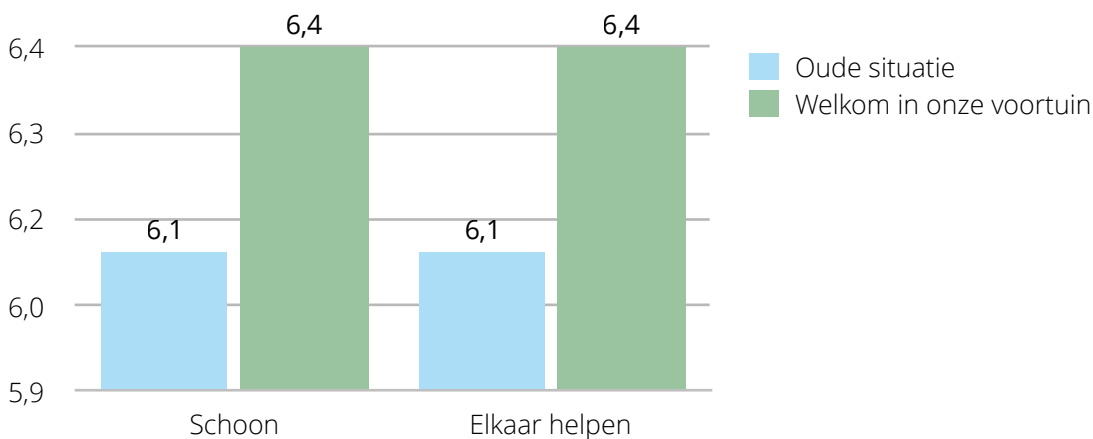
Tot slot lieten we speciale 'Welkom in onze voortuin' voetstapjes drukken. De voetstapjes zijn ondertussen een bekende nudge. Ze worden ingezet in supermarkten om mensen naar bepaalde producten te leiden, naar de trap om je te verleiden deze te nemen in plaats van de lift en op straat; uit een experiment in Kopenhagen bleek bijvoorbeeld dat felgroene voetstapjes op straat leidde tot 46% minder zwerfafval². Wij goten de voetstapjes in het 'Welkom in onze voortuin' ontwerp en plakten ze op de Beestenmarkt. Dit leidde tot een overvolle afvalbak waardoor er vaker gelegegd moest worden. Helaas bleek de schoonmaakploeg te enthousiast en bleven de voetstapjes niet lang zitten. Ondanks herhaaldelijk nieuwe plaatsen hielden deze niet lang stand. Omdat een slordige uitstraling eerder een negatief effect heeft op de schoonbeleving hebben we ervoor gekozen de voetstapjes helemaal te verwijderen en niet mee te nemen in de effectmeting



² <https://inudgeyou.com/en/green-nudge-nudging-litter-into-the-bin/>

EFFECT VAN WELKOM IN ONZE VOORTUIN

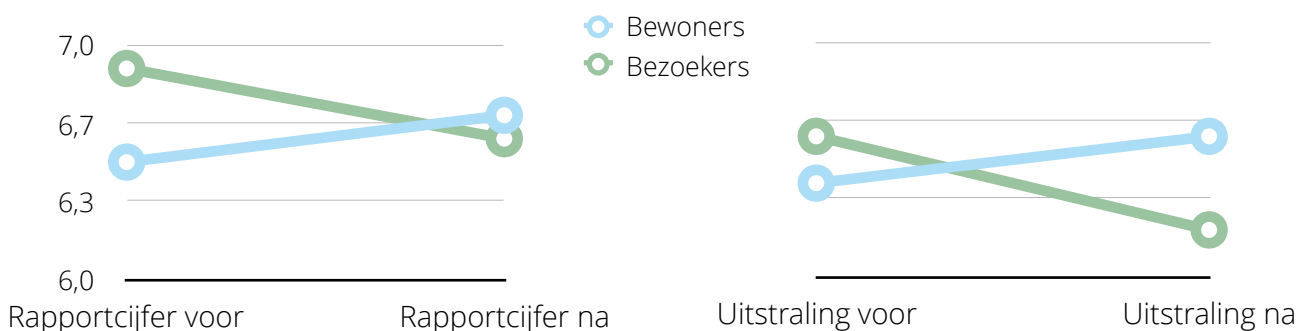
Wat is het effect van Welkom in onze voortuin? Werken de psychologische technieken van ogen en priming ook in de praktijk van de openbare ruimte in Deventer? Jazeker! Na de lancering van 'Welkom in onze Voortuin' blijken mensen de Beestenmarkt significant schoner te vinden. Ook wordt er na de lancering hoger gescoord op in hoeverre mensen elkaar helpen. De sociale cohesie is dus gestegen. De verschillen tussen een 6,4 en 6,1 lijken klein. Mensen hebben echter de neiging om gematigd te reageren en geven het liefst scores tussen de 6 en 8.



ZIJN ER VERSCHILLEN TUSSEN BEWONERS EN BEZOEKERS?

We zagen geen verschillen tussen mannen en vrouwen en hun reactie op 'Welkom in onze Voortuin'. Ook leeftijd speelde geen rol; het plein werd ongeacht leeftijd of geslacht beter beoordeeld op schoon en elkaar helpen na de lancering van 'Welkom in onze Voortuin'.

Tussen bewoners en bezoekers zagen we wel een verschil optreden. Bewoners geven een hoger rapportcijfer en scoorden de uitstraling van het plein hoger, terwijl bezoekers juist een lagere score zijn gaan geven. We kunnen daarom voorzichtig concluderen dat de interventie op bezoekers geen positief effect heeft gehad, maar wel op de bewoners.



WAT WAS HET BEREIK VAN FACEBOOK?

Binnen enkele dagen had de pagina al ruim 100 volgers en groeit nog steeds door (teller staat in juli 2018 op bijna 200). Het bereik van de pagina bleek aardig groot. De lancering had een bereik van zo'n 3700 mensen en verschillende posts tussen de 1000 en 3000.

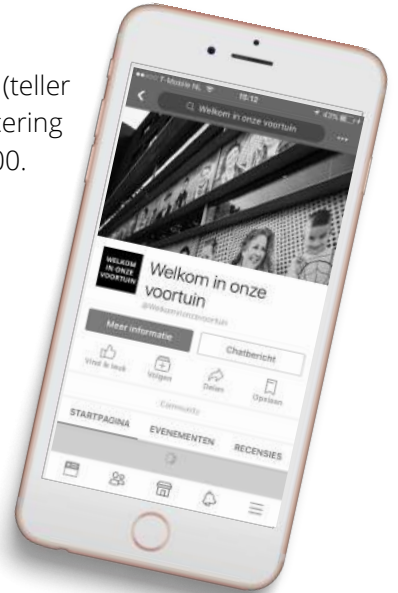
♥ - Egbert Scheffer

"Super mooie foto's van leuke lieve mensen" - Coby Bontius

"Geweldige ervaring" - Daan Obdeijn

"Wat een heerlijk initiatief! Ik wens jullie allemaal een mooie kick off met heel veel buurtgenoten en laten we daar vervolgens met zijn allen iets heel moois van maken!"

- Petra Harink



REACTIES BUURTBEWONERS NA OPENING

Om de betrokkenheid te vergroten hebben we de wand feestelijk geopend met een dankwoord van de wethouder. Het spontaan geschreven gedicht (zie pagina 14) van buurtbewoner Alex Gentjes is een prachtig voorbeeld van de impact die Welkom in onze Voortuin heeft op de Beestenmarkt. Hij kwam met zijn gedicht naar de opening van de wand en vroeg of hij het gedicht mocht voordragen.

Wijkmanager Merel Arink en Barbara Bont (Sociaal Team) hebben veel contact met bewoners in de wijk en gingen in gesprek met de bewoners om hun mening en ervaring uit te vragen. Barbara ziet als voornaamste resultaat van 'Welkom in onze Voortuin' dat het mensen uit de anonimiteit haalt. *"In plaats van zich te verschuilen achter de voordeur, zijn ook de stille krachten van de wijk zichtbaar geworden."* Bij een doorvertaling van Welkom in onze Voortuin ziet Barbara kansen om nog meer te doen met de buurtbewoners die zich normaal op de achtergrond houden. Een buurtbewoner die normaal minder zichtbaar was, formuleerde het treffend: *"Ik ben trots dat dit mijn voortuin is."* Merel hoorde soortgelijke verhalen van buurtbewoners en mocht het ook zelf ervaren. *"Een Turkse buurman en ik, die elkaar alleen gedag knikten, raakten voor het eerst in gesprek omdat we allebei op de fotowand staan."* Verder hoorde ze enkele negatieve reacties: *"Van mij mag 'ie*



3

LANGE TERMIJN

VERANDERING

LANGE TERMIJN GEDRAGSAANPAK

Het Duwtje concept 'Welkom in onze voortuin' vergrootte de sociale cohesie tussen bewoners. Onze volgende uitdaging was het behouden van dit effect op de lange termijn. Van buurtbewoners die samen in gesprek zijn voor de wand, naar 'in het echt samen' en het concept toekomstig bestendig maken.

VAN IMAGINED COMMUNITY NAAR REALITY

In het westen gaan we vrij abrupt van een oude naar een nieuwe situatie; we willen graag dat meteen alles anders is en slaan de tussenfase eigenlijk over. In de Antropologie wordt deze fase de 'liminale fase' genoemd.³ Voor een cultuurverandering (het versterken van sociale cohesie en eigenaarschap) is deze tussenfase cruciaal, want hierin wordt de nieuwe koers bepaald en worden nieuwe gedragingen stap voor stap ingesleten tot nieuw gewoontegedrag. Van 'imagined community'⁴ naar een 'imagined reality'; het je kunnen voorstellen dat je met buurtgenoten een gemeenschap vormt rondom de Beestenmarkt. Om het proces van imagined community naar imagined reality (de tussenfase) te voeden hebben we meer focus gelegd op de verhalen achter de gezichten.

DE VERHALEN ACHTER DE GEZICHTEN

Het doel is leefwerelden van bewoners in beeld krijgen en de positieve manier waarop mensen betekenis geven aan de Beestenmarkt te versterken. De cultuur van een groep wordt overgedragen en in leven gehouden door de verhalen die aan elkaar worden verteld. Een mooi voorbeeld uit een interview met een Beestenmarktbeewoonster is *"Wie is toch die man die op zondag zo vredig alle rotzooi opruimt?"*. Velen zien hem en sommige kennen hem. Door aan elkaar verhalen te vertellen krijgen hun belevenissen een gezamenlijke betekenis die nieuw is en ruimte maakt voor een meer gemeenschappelijke ervaring.



³ Anderson, 2006

⁴ ibid

VERHALEN VAN BEWONERS

“Ans herinnert zich het rammelen van de kettingen van de koeien die op de Beestenmarkt werden verkocht. Het was het teken voor haar broertje om met een emmertje naar buiten te gaan en stront te scheppen. Dit kon hij in de buurt als mest verkopen.”

“Teodora bouwt samen met haar partner op het moment aan haar droom: een atelier onder het huis. Hiermee wil ze meer kunst in Deventer brengen. Niet alleen haar eigen kunst, maar ook die van anderen. Het gaat een plek worden waar andermans verhalen en werken ook een podium krijgen.”

“Vroeger waren er veel dingen te doen op de Beestenmarkt. De Turkse moskee gaf er bijvoorbeeld wel eens een barbecue. Dan zaten mensen van allerlei afkomsten lekker samen te eten. Ook was er bijna iedere twee weken wel een activiteit voor kinderen, zoals een ballenbak of trampoline. In het bijzonder herinnert hij zich het busje met playstations dat er soms kwam te staan. Dan kwamen er twee begeleiders mee en werd er een wedstrijd gehouden, wat dan van te voren al op school werd aangekondigd. Het gaf een goede sfeer. Hij weet niet zo goed of kinderen er nu nog op af zouden komen, omdat de jeugd van nu veel minder buiten speelt volgens hem. Huseyin zou het wel leuk vinden. “Het zou goed zijn als het weer aantrekkelijker wordt voor mensen. Dat het weer een mix van culturen en leeftijden wordt, dat hoort ook bij de Beestenmarkt.”

“Ik dacht, ‘Hier word je ook niet vrolijk van. Zo flets, zo kleurloos.’ Hennie is gaan tekenen wat hij in zijn hoofd had voor het plein. Kleuren, slingers en bloemen op het plein. Even later zaten ze met een man of vijftien bijeen, de groep waarmee ze nog anderhalf jaar lang aan de slag gingen en onder andere de koeien op de Beestenmarkt realiseerden.”

STORYTELLING

Verhalen gaan om de mensen zelf: trots, erbij horen, (nieuwe) verhalen verzamelen en maken. Toen we deze methodiek voorlegden aan enkele bewoners bleek het een schot in de roos: *“Ja natuurlijk! Deze buurt zit vol met verhalen. Zó kunnen we de geschiedenis laten herleven”*. Door verhalen over verleden, heden en toekomst op te halen wordt de transitie verwoordt en daarmee een plek gegeven. Overgangsverhalen helpen ook bij het loslaten van het oude en het ruimte geven aan het nieuwe beeld over De Beestenmarkt.

Wie zijn de mensen op de foto's? Welke identiteiten en verhalen vormen de buurt? Waar liggen dan precies die gedeelde waarden en interesses om sociale relaties te verbinden? Samen in gesprek en elkaar ontmoeten met als gespreksstof: belevenissen op de Beestenmarkt, vroeger, nu en in de toekomst. We moedigden de bewoners aan te vertellen wat ze er eerder beleefden en wensten voor de toekomst, waarbij er voornamelijk werd doorgevraagd op het positieve. Dit werd gedaan om een positieve beweging te creëren en anderen te inspireren ook met een positieve blik naar de Beestenmarkt te kijken. De verhalen zijn door de nadruk op het positieve niet representatief voor de ervaring van de gemiddelde buurtbewoner (negatieve signalen zijn gedeeld met de gemeente, denk bijvoorbeeld aan overlast).

De verhalen zijn zowel fysiek gedeeld op de opening van de Beestenmarkt (tijdelijk aan een waslijn en in quotes op het plein) als gedurende het jaar op de online WIOV-community op Facebook. In de bijlage zijn de volledige acht verhalen te vinden.

De effecten van het delen van verhalen en dus de aanzet naar een lange termijn gedragsverandering, zijn niet gemeten. We hebben binnen dit project de eerste stap gezet met het zichtbaar maken van de gemeenschap en de eerste verhalen te verzamelen. Dit is een mooi instrument om in te zetten voor de nieuwe wijkmanager; kennismaken met de buurt en tevens verhalen verzamelen. Het doen van je verhaal kan positieve herinneringen aan de Beestenmarkt aanwakken, het lijkt erop dat de geïnterviewden nu eerder bereid zijn om een stapje extra te zetten voor de buurt. Zo kwam Ans haar verhaal ook nog live vertellen op de opening van de nieuwe Beestenmarkt. Een deel van de geïnterviewden was daarnaast voorheen al erg betrokken.

Het is de kunst elementen uit de verhalen te halen en vervolgens samen met de bewoners dit om te zetten in acties. Concreet: er wordt in de verhalen gesproken over 'samen zijn' en 'buiten-bbq's: breng de mensen die hier warm van worden bij elkaar en ondersteun hen bij de organisatie.



**LESSONS
LEARNED**

3 LESSEN

NIEUWE AANPAK GEMEENTE DEVENTER

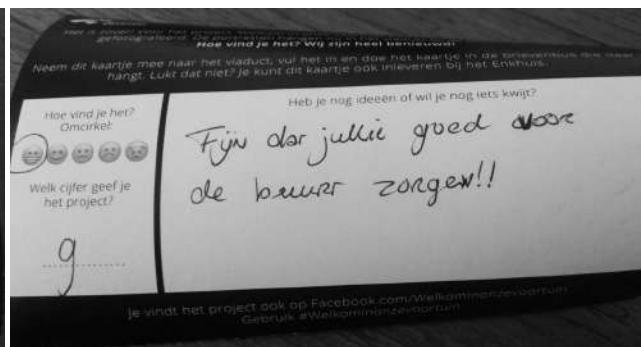
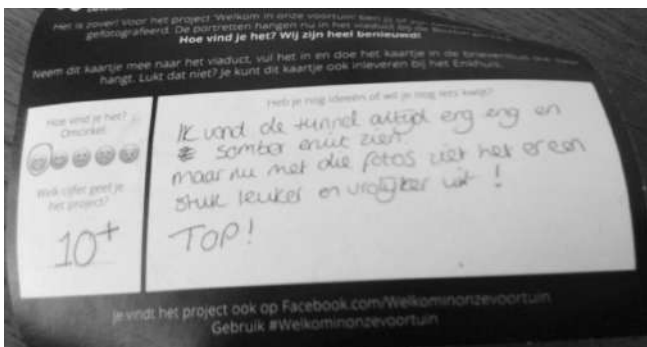
1 | BLIJF DE EFFECTEN VAN EEN GEDRAGSAANPAK METEN

De positieve ervaring met Welkom in onze Voortuin hebben we vertaald naar het **Rode Dorp**. Uit de gedragsanalyse kwam het viaduct ter hoogte van de Boxbergerweg en de Jacob Reviusstraat als kansrijk naar voren. Het is een veelgebruikte route, dus wordt door veel mensen gezien en kan een op een positieve manier bijdragen aan de beleving. Het viaduct zag er verloederd uit door afgebladderde gele verf en graffiti sporen.

Ruim **50 bewoners van de wijk** hebben we op een zomerse dag op de foto gezet. Een deel kwam naar de georganiseerde middag in de speeltuin en daarnaast zijn we de wijk in gegaan om bij mensen aan te bellen. Vervolgens toverden we met buurtbewoner en street-artist Egbert Scheffer het viaduct om: op de muren is de fotowand gerealiseerd met een lijst in de kleuren van de wijk: paars en groen. Zo werd het viaduct niet langer een route waar je anoniem en ongezien doorheen gaat, maar een doorgang waar de mensen achter de voordeuren een gezicht kregen.



Een (wetenschappelijke) **effectmeting van het gedrag bleek helaas niet mogelijk** bij de uitrol van het concept bij het viaduct. Voor een meting van de natuurlijke situatie was het aantal gedragingen en voorbijgangers te laag. Om wel een beeld te krijgen van de ervaring met het concept en te testen of dit een manier was om input te verzamelen, hebben we een kaartje verspreid in de wijk. Dit kaartje konden mensen ingevuld in een brievenbus deponeren. Zoals we al vermoedden is deze drempel te hoog, want het leverde slechts twee reacties op. Wel zeer positieve reacties waarbij een 9 en 10+ gegeven zijn. Op straat en via social media hoorden we ook positieve geluiden terug. Toch kunnen we op basis van deze enkele reacties geen uitspraken doen over de effectiviteit. Als dit wel de wens is dan zal er tijd en budget vrij gemaakt moeten worden om de effecten te meten, zodat in toekomstige projecten sterk onderbouwde keuzes gemaakt kunnen worden. Vooral in een vrij jong vakgebied als gedragsverandering in de praktijk





2 | ACTIVEER EIGENAARSCHAP

Naast de ingezette gedragstechnieken, is onze conclusie ook dat het faciliteren van eigenaarschap een belangrijke factor is. Zowel de actieve bewoners als de ondernemers (Plus, de visboer en de Javaan) op de Beestenmarkt, hebben ervoor gezorgd dat dit een geslaagd project is geworden.

Daarbij is wel duidelijk dat **eigenaarschap gefaciliteerd moet worden**. Een groep van actieve bewoners rond de Beestenmarkt was twee jaar geleden al van start gegaan met zo'n 30 mensen om van de Beestenmarkt een fijnere plek te maken. Doordat dit soort veranderingen niet gemakkelijk te realiseren zijn (rekening houden met de markt, regels etc.) waren er nog maar een handvol doorzetters overgebleven. 'Iets met de wand' was één van de wensen van de bewoners en met dit project hebben we daar invulling aan weten te geven. Vervolgens konden zij zich richten op het plein. In de pilotfase maakten we de afspraak met de Plus dat zij vijf NederlandSchoon afvalbakken plaatsten en medewerkers zwerfafval verzamelden met prikstokken van Cambio. Dit als aanvulling op de gemeentelijke reinigingsactiviteiten. Voor Plus waren er tijdelijk geen kosten aan het afstorten verbonden. Na de pilot-periode moest Plus zelf de kosten betalen voor het storten van het extra opgehaalde afval. Dit is een belemmerende factor.

Eigenaarschap versterk je dus door goed te faciliteren vanuit de gemeente en dit ook op structurele wijze vorm te geven.



Eigenaarschap stimuleren heeft daarnaast als voordeel dat de psychologische weerstanden **Reactance** en **Scepticisme** afnemen. Reactance ontstaat doordat iemand zich gedwongen voelt tot bepaald gedrag, waardoor (ervaren) keuzevrijheid minder wordt. Als iemand zegt dat wij iets 'moeten' doen, gaan onze haren overeind staan. Scepticisme is een mechanisme waarbij iemand het stellen van vragen als afweermechanisme gebruikt. Men zit niet écht te wachten op antwoord, maar gebruikt het om de verandering te vertragen. Bewoners die negatief zijn over de overheid of moeite hebben met autoriteit, kunnen wel getriggerd worden door initiatieven van buurtgenoten die ze kennen. Het verhogen van eigenaarschap en tegelijk op de achtergrond faciliteren is dus de truc.

Een concreet voorbeeld is het **verder ondersteunen van initiatieven** zoals Villa Voorstad en Voorstad Verbindt, die beiden een sterke organiserende en verbindende kracht hebben. Een van de oprichters van Villa Voorstad heeft naar aanleiding van de verhalen die we verzamelden al aan de activiteitencommissie van de bewoners van de Beestenmarkt aangegeven samen verder te willen denken. De gemeente kan via WJDeventer deze verbindingen actief stimuleren en aanjagen. De techniek 'storytelling' is hiervoor een mooi middel waarbij het mes aan meerder kanten snijdt. Hierdoor helpt de gemeente rolmodellen binnen de wijk. Vooral in het begin zal dit groepsgedrag gestimuleerd moeten worden, zodat andere mensen ook daadwerkelijk zien wat anderen doen. Hoe meer mensen zichtbaar actief zijn, hoe groter de kans dat anderen zich aansluiten. Dit noemen we in de psychologie social proof.

3 | ZET GEDRAGSTECHNIKEN IN SAMEN MET INWONERS

Samen met de bewoners, ondernemers en gemeente doken we in de Voorstad om vervolgens met een gedragsproject te eindigen dat net dat stapje verder ging. Twee fotografen uit de buurt portretteerden 132 mensen op het plein van de Beestenmarkt. Zowel het moment van het maken van de foto's als de daadwerkelijke fotowand zijn **interventies met impact op de beleving, sociale cohesie en eigenaarschap**. Tijdens de dagen van het maken van de foto's, het plaatsen van de foto's op de wand en de opening was duidelijk zichtbaar hoe divers én sfeervol de Voorstad is. Buurtbewoners raakten in gesprek, we hoorden liefdesverhalen en velen verschillende mensen waren betrokken van nieuwsgierige kinderen tot de oudere man met zijn hondje die iedereen bleek te kennen. De **positieve kickstart** van dit project heeft zich uitstekend doorvertaald naar de grote fotowand en de verschillende spandoeken. De diepere laag boorden we aan door de verhalen achter de gezichten te delen.



Na de lancering van 'Welkom in onze Voortuin' blijken mensen de Beestenmarkt significant schoner te vinden en wordt er hoger gescoord op in hoeverre mensen elkaar helpen. In het bijzonder dit laatste resultaat is interessant. De vraag in hoeverre mensen elkaar helpen geeft aan in hoeverre er sociale cohesie ervaren wordt. Met alleen een toename van de schoonbeleving ben je er niet. Een **toename in sociale cohesie** is de grootste uitdaging en was juist het doel van 'Welkom in onze Voortuin'. De gedragstechniek van 'illusie van observatie' heeft dus een positief effect gehad, wat vooral te danken is aan de inzet van buurtbewoners en het enthousiasme van alle buurtbewoners die onderdeel waren van dit project.

EINDCONCLUSIE

Door Welkom in onze Voortuin kregen buurtbewoners letterlijk een gezicht in de wijk en werden de voordeuren figuurlijk opengegooid. Samenvattend hebben we zowel verhalen uit de buurt verzameld en gedeeld, als ook gesprek over de Beestenmarkt met elkaar gevoerd en gefaciliteerd dat dit gesprek tussen bewoners onderling en tussen bewoners en de gemeente plaatsvindt. Elkaar ontmoeten in een context van trots en positiviteit stimuleert de sociale cohesie in de vorm van herkenning, erkenning, verbinding en de potentie om meer te verbinden. We hopen met verhalen, gesprekken en ontmoetingen een basis voor participeren te faciliteren. We hebben hiermee een aanzet gemaakt, die in de toekomst voortgezet kan worden door zowel bewoners onderling als gemeente. Ook uit de verhalen en informele gesprekken voorafgaand en tijdens de opening blijkt dat er warme herinneringen kleven aan de Beestenmarkt en er liefdevolle buurtinitiatieven gaande zijn en dat de meeste mensen positief zijn over (meer) activiteiten op de Beestenmarkt en daar zelfs ook al ideeën over hebben.

Door de inzet van gedragstechnieken in samenwerking met de bewoners hebben we een positief resultaat bereikt. Het toekomstige faciliteren van eigenaarschap zorgt er naar verwachting voor dat deze positieve resultaten behouden blijven.

PROJECTTEAM



Mede-oprichter en directeur drs. Liza Luesink

"Duwtje is ontstaan vanuit de overtuiging dat we met het benutten van kennis over gedrag, zoveel meer kunnen bereiken. En dit blijkt steeds weer! Vol energie een vraagstuk induiken, mensen en middelen verbinden met als resultaat een mooi product: geen dag is hetzelfde!"



Mede-oprichter en directeur drs. Joyce Croonen

"Vraagtekens zetten bij de dingen die we doen om zo tot een creatieve oplossing te komen, dat is waar Duwtje om draait. Daarbij combineer ik mijn kennis van de psychologie met kennis van design en fotografie/film. Precies het goede duwtje creëren is de grootste uitdaging!"



Senior gedragsadviseur drs. Aranka Sinnema

"Gedragspsychologie geeft mij een kijkje in de menselijke belevingswereld. Het is een ontzettend mooie uitdaging om daarmee gedrag op een positieve manier te veranderen. Naast onderzoek breng ik onze kennis vol enthousiasme over door het geven van Masterclasses."



Antropoloog drs. Sanne Wassink

Vanuit Culturele Antropologie & Ontwikkelingssociologie heeft Sanne een eigen blik op gedragsveranderingsvraagstukken. Bij Duwtje zetten we haar kennis vooral in wanneer cultuur een belangrijke rol speelt. Denk bijvoorbeeld aan de rol van religie bij de waarde die mensen aan bepaalde zaken hechten.



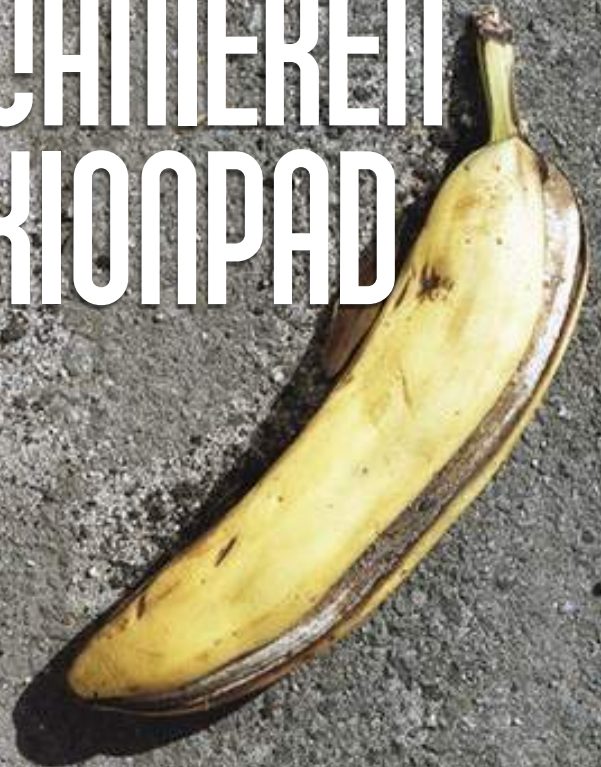
Sociaal psycholoog drs. Eva Vermeulen

"In de waan van de dag gedraag je je nog al eens op een manier die anderen of je toekomstige zelf ten nadele komt. Ik vind het enorm leuk om na te denken over hoe verstandig gedrag ook vandaag al aantrekkelijk en makkelijk, of op zijn minst haalbaar, kan worden gemaakt. Super dat ik bij Duwtje mag toepassen wat ik tijdens mijn opleidingen Psychologie en Health Promotion leerde!"



Duwtje

GEDRAGSTECHNIEKEN OP HET SAXIONPAD



ONDERDEEL VAN HET PROJECT 'NIEUWE BELEVING VAN JE OMGEVING'
IN OPDRACHT VAN GEMEENTE DEVENTER

2016 - 2018

OVER DUWTJE

Duwtje helpt op de zoektocht naar verandering. Met kennis van gedrag en de overtuiging dat vele kleine stapjes meer bereiken dan één grote stap. Maar bovenal door met andere ogen naar de vragen te kijken en samen met de organisatie de uitdaging aan te gaan. De mensen in de organisatie hebben de wijsheid; zij zijn een eindeloze bron aan informatie over het onderwerp. Wij geven net dat extra duwtje: met kennis van gedrag, design en verandermanagement gaan we van probleem naar oplossing.

juni 2018

Drs. Eva Vermeulen
Drs. Joyce Croonen
Drs. Liza Luesink

INHOUDSOPGAVE

IN HET KORT	4
WAT IS GEDRAGSVERANDERING	5
PROBLEEMANALYSE Saxionpad	6
GEDRAGSMODEL Waarom ligt afval op straat?	7
OVERZICHT DUWTJES	8
1. AFVAL DUWTJES	10
Gedragsaanpak	10
Resultaten	12
Advies	14
2. PEUKEN DUWTJES	15
Gedragsaanpak	16
Resultaten	18
Advies	20
3. TOEZICHT	21
Gedragsaanpak	22
Resultaten	23
Advies	24
LESSONS LEARNED	25
EINDECONCLUSIE	28
PROJECTTEAM	29

IN HET KORT

GEDRAGSTECHNIEKEN OP HET SAXIONPAD

"Stukje niemandsland waar de bezoekers doorheen moeten om bij het gebouw te komen."

Hoe zetten we kennis over het denken en doen van mensen in om hen op een manier te laten gedragen die de openbare ruimte ten goede komt? Gedurende twee maanden experimenteerden we op het Saxionpad met als doel een nieuwe beleving van de omgeving door gebruik te maken van een gedragsaanpak gericht op minder zwerfafval en peuken op straat. En als gewenst neveneffect een betere beleving van het pad.

We plaatsten afvalbakken met stickers congruent met het Welkom in onze voortuin-design (zie rapportage 'Welkom in onze Voortuin 2018') en een norm-activerend natuurelement. Daarnaast hingen we een groot bord met foto's op waarop het voorbeeldgedrag uitgebeeld werd en de afstand tot de prullenbak werd vermeld, aangevuld met straatstickers. **Het totaal van interventies leidde tot een significante toename in beoordeling van de schoonheid van het pad.** Ook schatten mensen significant vaker in dat anderen hun peuk netjes weg zullen gooien. Tauw-medewerkers gaven daarnaast een hoger rapportcijfer aan het pad en waren meer tevreden over de uitstraling. Ook de reacties in de open antwoorden en op het pad waren positief. De inzet van toezicht werd positief gewaardeerd, maar leidde niet tot aantoonbaar ander gedrag.

Door de inzet van gedragstechnieken in samenwerking met de betrokken organisaties hebben we een positief resultaat bereikt. **Ons advies voor de toekomst:**

- Ga in de schoenen staan van de doelgroep door bijvoorbeeld voor het verwijderen van afvalbakken, eerst naar de situatie toe te gaan en vragen te stellen aan gebruikers.
- Neem de tijd voor afstemming met betrokken partijen. Saxion en Tauw zijn hier een mooi voorbeeld van. Dit draagt bij aan eigenaarschap. Persoonlijk contact is hierbij cruciaal.
- Zet toezicht in op een preventieve manier die bij de medewerkers past, dit wordt gewaardeerd.
- Extra visualisatie van de asbakken is interessant om nader te onderzoeken. Zet de peukenstemmer in om met behulp van gamification gewenst gedrag te stimuleren.
- Een gedegen effectmeting in de praktijk is een tijdsinvestering en vraagt veel capaciteit. Overweeg van tevoren goed of dit echt de wens is.



WAT IS GEDRAGSVERANDERING?

*80% van de mensen maakt goede voornemens,
slechts 8% maakt ze waar.
Welkom in de wereld van gedragsverandering.*

Tot voor kort werd gedacht dat mensen in staat zijn om keuzes te maken die (rationeel) het meest in ons eigen voordeel zijn. Het is nog steeds een belangrijke mythe: als we mensen maar genoeg informatie geven en goed uitleggen waarom iets belangrijk is, dan vertonen ze het gewenste gedrag wel. Je ziet dit bijvoorbeeld bij campagnes om een gezonde leefstijl te stimuleren. Iedereen weet dat het belangrijk is gezond te eten, maar *doet* iedereen dit ook?

WIJ MENSEN ZIJN IRRATIONEEL

We denken dat we rationele wezens zijn die goed weten waarom we doen wat we doen, maar het tegendeel blijkt waar; ons gedrag wordt voor het grootste deel gestuurd door processen waar we ons *niet* bewust van zijn. Er zijn wetenschappers die durven te stellen dat ons gedrag slechts voor 5% door ratio gestuurd wordt. 95% van ons gedrag wordt dus gestuurd door onbewuste processen. Hoe zit dat? Uit onderzoek blijkt dat ons brein niet genoeg capaciteit heeft om alle prikkels die we dagelijks krijgen bewust te verwerken, dit kost simpelweg teveel energie en aandacht. Om toch te kunnen functioneren maken we noodgedwongen gebruik van vuistregels om snel te beslissen. Een goed voorbeeld van hoe ons onbewuste brein werkt is het 'Linda-vraagstuk', voor het eerst onderzocht in de jaren tachtig. Proefpersonen kregen een fictieve persoonsbeschrijving voorgelegd:

**Linda is 31 jaar, alleenstaand, openhartig, slim, afgestudeerd
filosoof en in haar studententijd deed ze mee aan protestmarsen.**

Wat is waarschijnlijker?

1. Linda werkt bij een bank.
2. Linda werkt bij een bank en is actief in de vrouwenbeweging.

Een overweldigende meerderheid (85%) koos voor optie 2, terwijl dit rationeel gezien natuurlijk onlogisch is. De kans is veel groter dat Linda hoort bij de grotere groep bankmedewerkers die niet actief zijn bij de vrouwenbeweging dan bij de kleinere groep bankmedewerkers die wel actief zijn bij de vrouwenbeweging. De proefpersonen maakten de 'conjunctiefout': ten onrechte dachten ze dat een combinatie van twee kenmerken (feministe én bankbediende) meer voor de hand liggend was dan één kenmerk.

ONS IMPULSIEVE BREIN

Hoe komt het dat we deze denkfouten maken? In ons brein blijken twee verschillende systemen actief: het impulsieve systeem en het rationele systeem. Het impulsieve systeem is het snelle netwerk dat gestuurd wordt door korte termijn doelen. Het rationele systeem is het reflectieve systeem dat lang en goed nadenkt, met als nadeel dat het een stuk trager is dan het impulsieve systeem. Doordat het impulsieve systeem snel is en weinig brein-capaciteit vraagt, is het onze automatische piloot die altijd aan staat en het grootste deel van onze keuzes stuurt. Pas als je genoeg aandacht en energie hebt, kan het reflectieve systeem de ruimte krijgen. Dit betekent dat een groot deel van onze keuzes door onbewuste factoren wordt beïnvloed.

PROBLEEMANALYSE

SAXIONPAD

500 meter...onverzorgd en onaantrekkelijk pad dat gebruikt wordt door een groot deel van de 8000 studenten van Hogeschool Saxion en nog eens 500 medewerkers van Ingenieursbureau Tauw. Voor de gebruikers begint en eindigt de dag met een wandeling over het 'Saxionpad'. Het pad wordt veel gebruikt, want het is de kortste route van het station in Deventer naar onder andere het Tauw- en Saxiongebouw. Snel is het zeker, maar een positieve beleving van de omgeving? Nee, dat niet.

Gemeente Deventer is een van de voorlopers in de toepassing van gedragsverandering in de praktijk en initieerde in 2016 het project 'Nieuwe Beleving van je omgeving' om ervaring op te doen met het toepassen van deze kennis in de openbare ruimte. Het Saxionpad bood hiervoor een geschikte kans. We legden de focus op het verminderen van zwerfafval, en focusten ons extra op het meest weggegooid product: peuken. Het gewenste neveneffect is een positieve beleving van het pad.

Dit project startte, zoals vaak bij gedragsverandering in de openbare ruimte, met 'de basis op orde brengen'. Het pad is schoongemaakt en het groen is onderhouden.

Binnen de tijd van dit project konden we echt alleen de basis op orde brengen, terwijl het pad een grotere opknopbeurt kan gebruiken. De slechte bestrating is een van de meest genoemde klachten over het pad. Naast aantrekkelijkheid gaat het daarbij om de gladheid in de winter (opvallend dat dit meermalen genoemd werd, omdat het zomers weer was tijdens de meting).

Aan de hand van de '**broken window hypothese**', adviseren wij om het pad **goed te blijven onderhouden**. In een nette omgeving gedraagt men zich netter. En andersom.



GEDRAGSMODEL

WAAROM LIGT AFVAL OP STRAAT?

Om hier antwoord op te geven doken we de uitgebreide literatuur rondom zwerfafval in en bevroegen we een aantal personen op het pad. Met het Duwtje gedragsmodel brachten we gestructureerd in kaart aan welke knoppen we konden draaien om tot het doelgedrag te komen. Er zijn 4 hoofdknoppen 'mogelijkheden, normen, motivatie en weerstanden' en elke hoofdknop kent meerdere subknoppen. Hieronder de beknopte weergave, in de bijlage een uitgebreidere uitwerking van wat wij vonden tijdens onze literatuurstudie. Op basis van de gedragsanalyse onderzochten we de effecten van twee duwtjes en het effect van toezicht op het Saxionpad.



- Te weinig afvalbakken (enkel aan begin en eind pad)
- Slecht onderhouden omgeving

- Peuken en kauwgom liggen overal: "Iedereen doet het"
- Jongeren staan vaak minder negatief tegenover zwerfafval
- Ook sommige docenten gooien peuken op de grond

- Maar weinig passanten zijn betrokken bij de omgeving
- Deel van de passanten heeft geen last van het afval
- Geen extrinsieke motivatie in de vorm van beboeting

- Peuken op de grond gooien is gewoontegedrag
- Een wijzend vingertje in de communicatie kan boosheid oproepen

OVERZICHT DUWTJES



1

AFVAL DUWTJES

TECHNIEK: NORM ACTIVATIE & PROMPTING

2

PEUKENSTEMMER

TECHNIEK: GAMIFICATION



3

TOEZICHT

TRADITIONELE MAATREGEL

1

AFUAL
DUWTJES

AFVAL DUWTJES

GEDRAGSAANPAK

In Deventer is het aantal afvalbakken in de openbare ruimte de afgelopen jaren verminderd om kosten te besparen. *“Staan afvalbakken op plekken waar dat niet nodig is, dan kost dat geld voor aanschaf, onderhoud en legen van die afvalbak. Het is dus van belang om alleen afvalbakken te hebben op plekken waar zwerfafval ontstaat en waar niet van bewoners en bezoekers gevraagd kan worden om het zwerfafval bij zich te houden.”*¹ Op papier kan het redelijk lijken dat je op een pad van 500 meter kan verwachten dat passanten hun afval bij zich houden. Uit onze gedragsanalyse bleek echter al snel dat het hier om een pad gaat dat intensief gebruikt wordt, dagelijks door zo'n 1500 studenten en honderden medewerkers van aangrenzende bedrijven. Belangrijk is dus om bij het bepalen van het verwijderen of plaatsen van afvalbakken een analyse te doen van de letterlijke omgeving en in de schoenen van de gebruikers te gaan staan, een belangrijke stap uit de Duwtje werkwijze.

Uit onderzoek blijkt, logischerwijs, dat meer afvalbakken in de omgeving zorgen voor minder zwerfafval. Slechts op het begin en eind van het halve kilometer lange pad staan afvalbakken, waardoor er veel punten op het pad zijn waarop geen afvalbak in zicht is. Binnen dit project hebben we **twee extra afvalbakken** geplaatst.



DUWTJE #1 - NORMACTIVATIE

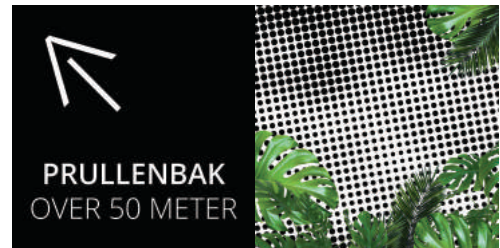
Het uiterlijk van de afvalbakken biedt een mooie kans voor een duwtje. Op de afvalbakken werden stickers geplaatst congruent met het Welkom in onze voortuin-design (zie rapportage 'Welkom in onze Voortuin 2018'). Daarbij hebben we gebruik gemaakt van een norm-activerend element. Bepaalde beelden kunnen ervoor zorgen dat mensen zich gedragen zoals 'het hoort' in een bepaalde omgeving. Een bekend experiment is de afbeelding van een bibliotheek in de stilte-coupé in de trein. De associatie met de bibliotheek zorgde ervoor dat mensen vaker stil waren dan zonder deze afbeelding². Wij kozen ervoor om de afvalbakken te beplakken met natuurelementen, omdat mensen minder snel afval weggooien in de natuur.

¹ Gemeente Deventer (2017). *Afvalbakken in de openbare ruimte*. <https://openbareruimte.deventer.nl/dagelijks-onderhoud/afvalbakken-in-de-openbare-ruimte-deventer>.

² Debets, L., & Ruitenburg, K. (2010). Het spoor bijster? Het verminderen van normoverschrijdend gedrag in de trein. www.verkeerskunde.nl/.../10/hetspoorbijster-lonneke-debets-kirsten-ruitenberg-1-.pdf

DUWTJE #2 - PROMPTING

Op de straat werden **stickers** geplaatst in dezelfde stijl als de afvalbakken en verwijzingen naar het aantal meters lopen naar de prullenbak. Met een simpele tekst wordt het gewenste gedrag uitgelokt. Op deze manier worden mensen op momenten dat er nog geen afvalbakken zichtbaar zijn al gewezen op het feit dat deze nabij zijn en worden zij op het juiste moment herinnerd aan het gewenste gedrag. In een pilot die succesvol was in het verminderen van zwerfafval op snoeproutes werd deze strategie ook gebruikt³. Daarbij hebben we ook hier de natuurassociatie gecombineerd om de gewenste norm te activeren. Deze stickers kosten maar enkele euro's om te drukken en zijn makkelijk toe te passen. Een aandachtspunt is echter wel dat de ondergrond glad moet zijn, omdat de stickers anders loslaten en dit juist een rommelige aanblik kan geven.



DUWTJE #3 - SOCIAL MODELLING & ACTIVEREN INJUNCTIEVE NORM #insideout

Ten derde werd er een bord met foto's geplaatst, dat meerdere doelen diende. Net als op de stickers werd op dit bord verwezen naar de afvalbakken die aan beide zijden op 100 meter afstand van het bord waren geplaatst (prompting). Tevens is op dit bord het gewenste gedrag gevisualiseerd, wat helpt omdat mensen beelden makkelijker verwerken dan teksten (social modeling en visualisatie). Ook werd rekening gehouden met het feit dat er minder afval wordt weggegooid op minder anonieme plekken, waarbij mensen zich betrokken voelen (activeren injunctieve norm). We hebben het pad minder anoniem gemaakt door er bekende gezichten aan te koppelen. Personen van zowel Tauw als Saxion werden gefotografeerd voor op het bord. Onder deze personen waren de toezichthouder van het Saxion en een bekende docent, personen waarvan wij verwachtten dat zij bij veel Saxion-studenten bekend zijn. Bekende gezichten hebben ook als doel om de aandacht te trekken, vergeleken met een bord met één of een onbekend persoon (rolmodellen en het principe van sympathie). Hiermee werd het internationale sociale fotoproject 'Inside Out' naar het pad gebracht. Op de Beestenmarkt leidde dit fotoproject eerder al tot een stijging van de schoonbeleving en sociale cohesie.



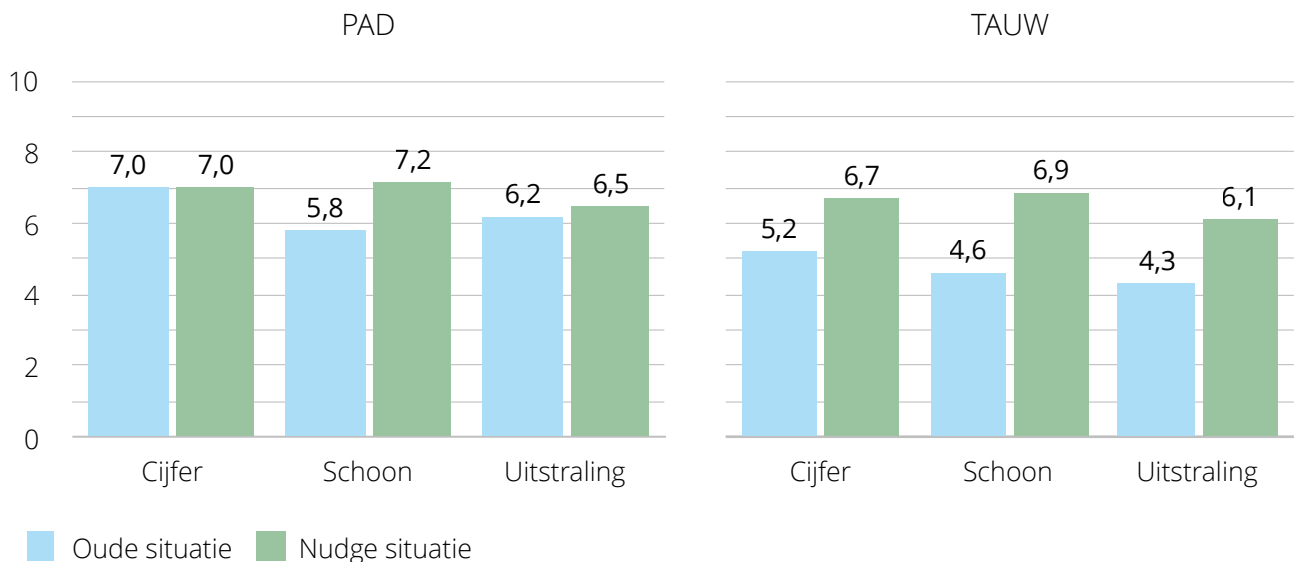
³ Novi Mores (2016). Rapport pilot snoeproutes. Geraadpleegd van www.kenniswijzerzwerfafval.nl/download_document/960

RESULTAAT

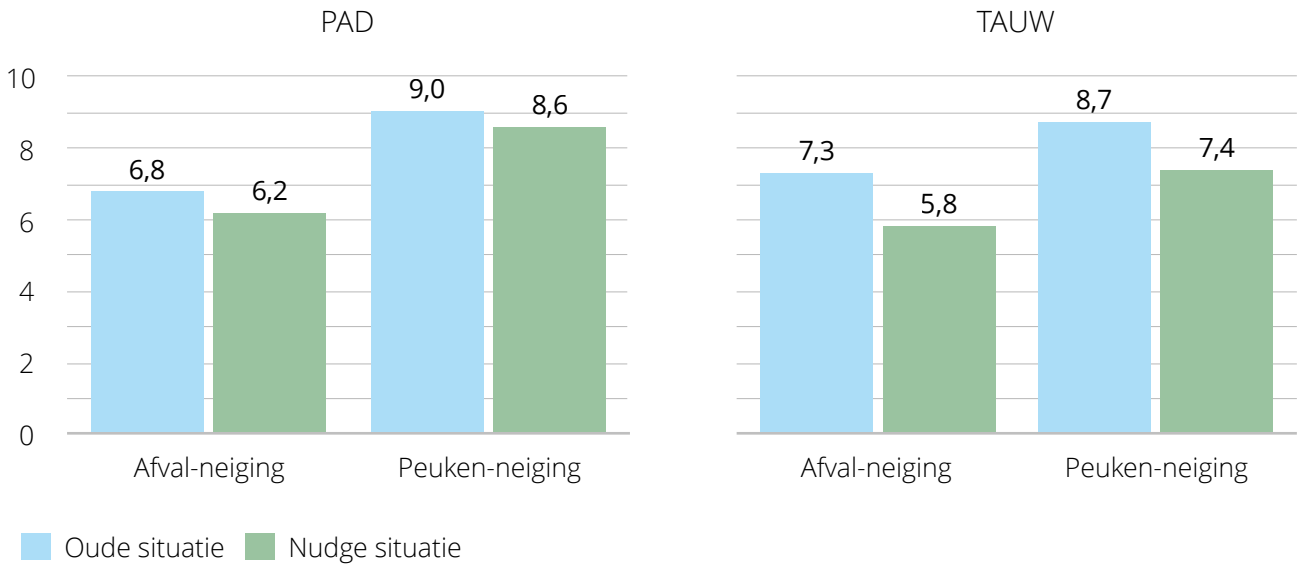
AFVAL DUWTJES

Zowel op het pad zelf als online vroegen we aan Saxion-studenten en Tauw-medewerkers wat zij van het pad vonden. In totaal (voor- en nameting) beantwoordden 78 mensen de vragenlijst op het pad, plus 181 Tauw medewerkers en 160 Saxion-studenten online. Bij het kiezen van de dagen van afname van de vragenlijst op het pad is er rekening gehouden met het weer zodat dit geen storende factor zou zijn.

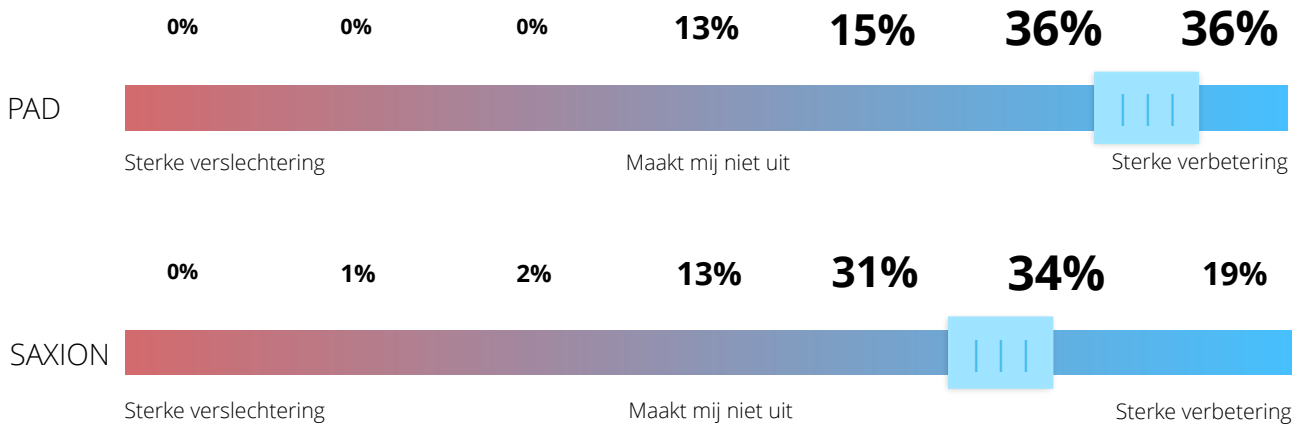
De veranderingen aan het pad werden door zowel de mensen op het pad als door Tauw medewerkers positief beoordeeld (bij Saxion kon er helaas geen voormeting gedaan worden in verband met een lopend onderzoek op de hogeschool en vroegen we op een andere manier de mening uit). Op het pad werden alle aspecten, behalve het algemene cijfer voor het pad, positiever. **De toename in beoordeling van de schoonheid van het pad veranderde significant.** Voor Tauw werd er op alle beoordelingen een significant verschil gevonden in de voorspelde richting. Na de aanpassingen gaven de Tauw-medewerkers gemiddeld **een hoger rapportcijfer aan het pad, beoordeelden ze het gemiddeld als schoner en waren ze gemiddeld meer tevreden over de uitstraling.** Ook in de kwalitatieve beoordeling kwam dit naar voren. Het aantal kwalificaties 'Vies/rommelig' ging na de Duwtjes bij Tauw en op het pad flink omlaag.



We vroegen de passanten op het pad en de Tauw-medewerkers ook in hoeverre zij verwachtten dat anderen afval of peuken op de grond te gooien in plaats van in een afvalbak. Bij de passanten op het pad zien we geen significante afname, maar bij Tauw-medewerkers zien we wel een significante daling van deze inschatting. **Na de veranderingen aan het pad, verwachten Tauw-medewerkers dat anderen significant minder snel hun afval en peuken op de grond te gooien.**



Zoals eerder genoemd was het niet mogelijk om bij het Saxion een online meting uit te voeren vóór de eerste fase, waardoor er geen verschil kon worden gemeten op de cijfermatige beoordelingen aan het pad. Om toch een beeld te krijgen vroegen we Saxion-studenten en -medewerkers ná de eerste fase wel om de aanpassingen aan het pad te beoordelen aan de hand van voor- en na-foto's. Uit deze vraag blijkt dat de meeste respondenten spraken van een verbetering. Deze vraag stelden we ook aan passanten op het pad. Deze vraag werd pas gesteld na het geven van de andere cijfers, zodat hun mening niet zou worden beïnvloed door de mededeling dat het pad aangepast was. **Uit de antwoorden blijkt dat bijna iedereen vond dat de duwtjes op het pad een verbetering waren.**



ADVIES

AFVAL DUWTJES



DOEN!

De duwtjes hebben geleid tot een positievere beleving van het pad. Na de fysieke aanpassingen werd het pad over het algemeen beter beoordeeld, steeg de beoordeling van de uitstraling en de schoonheid van het pad en daalde de mate waarin er werd verwacht dat anderen hun afval en peuken op de grond zouden gooien. Op de vraag of de aanpassingen een verbetering of een verslechtering waren, beantwoordde vrijwel iedereen het een verbetering te vinden.

Tauw medewerkers gaven daarnaast een hoger rapportcijfer aan het pad en waren meer tevreden over de uitstraling. Ook de reacties in de open antwoorden en op het pad waren positief. Op de vraag of de aanpassingen een verbetering of een verslechtering waren, beantwoordde vrijwel iedereen dat het een verbetering te vinden.

“De laatste keer dat ik er over liep, lagen er stickers en hingen er posters m.b.t. het weggooien van afval. Vond dat een hele goede actie en het zag er ook nog eens kunstig en gezellig uit 😊”

Saxionstudent

Er werd wel geklaagd over volle afvalbakken. Randvoorwaarde voor een schone omgeving is dat afvalbakken tijdig gelegeerd worden. In het geval van het Saxionpad vraagt dit van de gemeente om direct contact te faciliteren tussen de Facilitaire teams van organisaties gevestigd op de locatie (in dit geval Tauw en Saxion) en de partij verantwoordelijk voor lediging namens de Gemeente (Cambio). Bij voldoende lediging van de afvalbakken schatten wij in dat het plaatsten van nog meer bakken niet nodig is.

2

PEUKEN

DUWTJES

PEUKEN DUWTJES

GEDRAGSAANPAK

Uit de observatie bleek dat het grootste deel van het zwerfafval op het pad uit peuken bestaat. Dit komt overeen met bevindingen uit de literatuur over rook-gerelateerd zwerfafval: mensen die hun peuk op de grond gooien, doen dit niet perse met ander afval. Een specifieke aanpak van peuken is daarom van belang.

DUWTJE #1 - SALIENCE

Alhoewel de geplaatste afvalbakken een uitdruk-plaatje voor sigaretten bevatten, blijkt uit navraag bij rokers (live en online) dat rokers nog nooit zo'n uitdruk-plaatje hebben opgemerkt of bang zijn brand te veroorzaken door hun sigaret in de afvalbak te gooien. Naast deze rationele afweging weten we dat gedrag voor het grootste deel gestuurd wordt door onbewuste processen. Ons brein is simpelweg niet in staat alles in de omgeving bewust te verwerken. Om het ons brein makkelijker te maken, helpt het dus om iets opvallend⁴ te maken (saliency).



⁴ Bacon, W. F., & Egeth, H. E. (1994). Overriding stimulus-driven attentional capture. *Perception & psychophysics*, 55(5), 485-496.

Om het zo makkelijk mogelijk te maken peuken in asbakken te doen in plaats van op de grond, zijn er twee peukenzuilen geplaatst. De peukenzuilen werden besteld in de 'Nederland Schoon'-editie, welke felgroen is. Omdat uit eerder onderzoek is gebleken dat felgroene afvalbakken meer afval ophaalden⁵, is deze kleur gekozen.

DUWTJE #2 - GAMIFICATION

In de rookzone van het Saxiongebied staan meerdere asbakken en peukentegels op slechts een aantal vierkante meter. Dit voorkomt echter niet dat de rookzone aan het eind van de dag vaak vol met peuken ligt. Om dit tegen te gaan werd er geëxperimenteerd met het toevoegen van een *funfactor* aan het gewenste gedrag: peuken niet op de grond gooien, maar in de asbak. Ook wel gamification genoemd, het toevoegen van spel-elementen aan een niet-spel situatie. Een oude techniek die wij als kind al leerden kennen in de Efteling. De peukenstemmer speelt in op de funfactor door mensen de kans te geven met een peuk te stemmen. De peukenstemmer is een permanente installatie die hufterproof is en steeds een wisselende 'stelling' kan hebben waardoor het interessant blijft om te doen. De stelling was in dit geval: "Ik ben liever: RIJK of GEZOND". In combinatie met het rookgedrag (duur en ongezond) vonden we deze stelling wel passend.



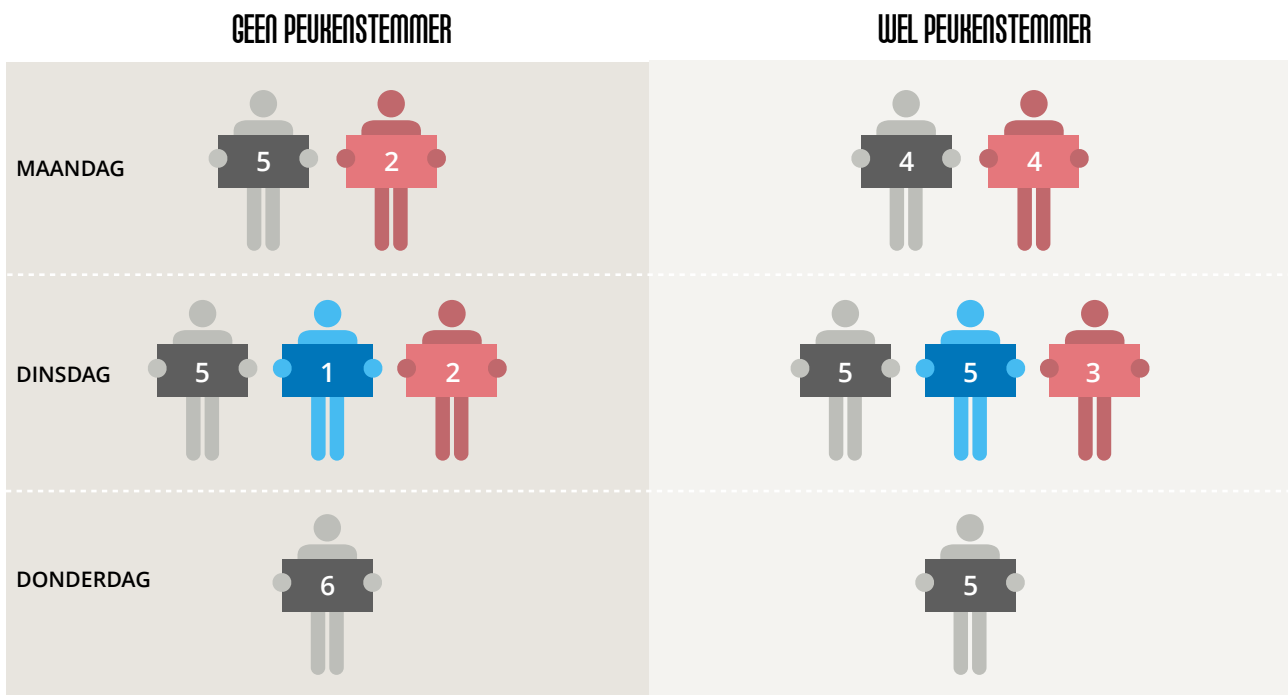
In fase 1 van het Project Nieuwe Beleving van de omgeving werd deze peukenstemmer ook getest: toen bleek de peukenstemmer een negatief effect te hebben op de schoonheidsbeleving van de bewoners, maar een positief effect op die van de bezoekers. Onze verwachting was op basis van dit eerdere onderzoek dat de peukenstemmer in een openbare ruimte, zonder directe omwonenden, positief zou uitpakken.

⁵ D&B Gedrag (2016). Rapportage groene afvalbakken. Geraadpleegd op www.kenniswijzerzwerfafval.nl/download_document/995

RESULTAAT PEUKENSTEMMER SAXION

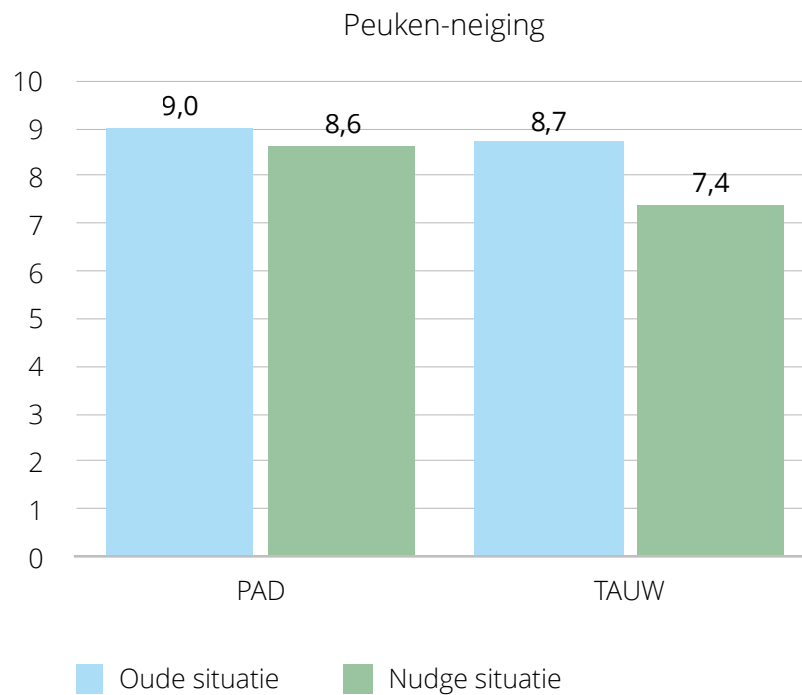
Bij het Saxionpad werd het effect van de peukenstemmer gemeten aan de hand van beoordelingen van de rookzone van drie verschillende beoordelaars. Omdat de rookzone iedere ochtend werd schoongemaakt was het mogelijk om te kijken wat er op één dag op de grond belandde. Op zoveel mogelijk dagen tijdens de voormeting (week zonder peukenstemmer) en de nameting (week met peukenstemmer) gaven de beoordelaars aan het eind van de dag een beoordeling aan de rookzone: 1 = veel sigaretten op de grond, 10 = geen sigaretten op de grond. De situatie zonder peukenstemmer scoort gemiddeld een **3,5** en de situatie met de peukenstemmer een **4,3**. **Een verbetering van gewenst gedrag, waarbij er meer sigaretten in de asbak belanden en minder op de grond.**

Het onderzoek was echter niet valide genoeg om harde uitspraken te kunnen doen over de effectiviteit van de peukenstemmer, om meerdere redenen. Ten eerste waren er te weinig beoordelaars en één beoordelaar week af van de andere twee beoordelaars. Zoals te zien in onderstaande afbeelding gaf de ene beoordelaar een verslechtering aan na de plaatsing van de peukenstemmer, terwijl de andere twee beoordelaars de rookzone schoner vonden.



RESULTAAT GROENE PEUKENZUILEN

Na de plaatsing van de felgroene peukenzuilen daalde de inschatting dat anderen geneigd zouden zijn hun peuk op de grond te gooien significant onder Tauw-medewerkers, maar niet onder passanten. Uit de kwalitatieve analyse bleek dat er na de plaatsing van de peukenzuilen en andere duwtjes een flinke daling was in het aantal personen dat klaagde over afval in het algemeen, maar een flinke stijging in de opmerkingen over peuken.



ADVIES

PEUKENSTEMMER



DOEN! MAAR ALLEEN IN OPENBARE RUIMTES
WAAR WEINIG MENSEN WONEN.

Hoewel we geen valide meting hebben kunnen doen, wijzen de observaties op een lichte verbetering van het gewenste gedrag: **meer sigaretten in de asbak en minder op de grond**. Daarnaast oordeelden bezoekers in een eerder onderzoek positiever over de schoonheid van de omgeving na komst van de peukenstemmer en werd deze vooral gewaardeerd om de inzet van humor. In een **leefomgeving had de peukenstemmer echter een storend effect** op de schoonbeleving. Daarom adviseren wij de peukenstemmer enkel in te zetten in openbare ruimtes waar geen tot weinig mensen direct omheen wonen.

FELGROENE PEUKENZUILEN



DOEN! MAAR GA NA OF HET WEL GENOEG IS.

In dit onderzoek vonden we in tegenstelling tot de verwachting geen effect van de felgroene peukenzuilen van Nederland Schoon. In de nameting gaf een respondent aan geen sigarettenbakken op het pad te hebben gezien en werd meermalen aangegeven dat er meer asbakken moeten komen. **Mogelijk herkent niet iedereen de peukenzuilen als asbakken**, een vraag voor vervolgonderzoek. **Een andere mogelijkheid is dat het wat langer duurt** voordat iedereen weet dat de zuilen als asbak dienen, wat pleit voor een effectmeting op de lange termijn. Een advies is om nader te verkennen wat er gebeurt bij meer visuele aandacht voor de asbakken. Daarbij moet het effect op het rookgedrag goed afgewogen worden, zeker als overheid. Een suggestie is om meer visuele aandacht voor peuken te combineren met de negatieve sociale norm. Een concrete suggestie: "Steeds minder mensen roken. Wordt dit ook jouw laatste sigaret?" "

3

TOEZICHT

AANSPREKEN OP GEDRAG

TOEZICHT

Naast duwtjes hadden we een laatste tool in handen om gedrag te veranderen: toezicht. Het sluitstuk van de technieken die je als gedragsveranderaar in handen hebt. Vaak wordt gedacht dat gedragsverandering alleen uit zogenaamde softe technieken bestaat: van een vliegje in de toiletpot tot voetstapjes. Toch klopt dat niet. Bij gedragsverandering hanteren we een trechter-aanpak: van soft naar streng.

Het voordeel van een zachte aanpak is dat het inspeelt op de intrinsieke motivatie, de gebruikte technieken subtiel zijn en de kosten relatief laag. Met een slimme inzet van subtiele nudge technieken kun je het voor elkaar krijgen dat 80% van de mensen richting het gewenste gedrag beweegt. Je kunt echter niet iedereen beïnvloeden met zachte technieken, ook het gedrag van die andere 20% wil je beïnvloeden. Harde technieken kosten meer capaciteit en daarmee geld maar werken ook als een waarschuwing. Kortom: beide aanpakken zijn nodig.

Op het Saxion pad hebben we een nieuwe werkwijze verkend: wat als de toezichthouders aanwezig zijn op het Saxionpad en mensen aanspreken over het op de grond gooien van afval en peuken? Zonder gevolgen in de vorm van handhaving dus. Toezichthouders liepen een maand lang twee keer per dag op het pad. Met deze interventie maakten we gebruik van vier psychologische technieken.

TECHNIEK PROMPTING

Net zoals het grote bord met foto's waarop mensen van Saxion en Tauw het voorbeeldgedrag laten zien, herinneren de toezichthouders mensen aan de gewenste gedraging en wijzen zij mensen op de nabijheid van prullen- en asbakken. Extra voordeel is dat, waar er op het bord geen aandacht werd besteed aan specifiek peuken (i.v.m. de onwenselijkheid van het stimuleren van rookgedrag), dit door de toezicht wel kan worden gedaan. Toezichthouders spreken specifiek alleen rokende mensen aan en bereiken andere niet met informatie die zou kunnen leiden tot de aanname dat veel mensen roken.

TECHNIEK AUTORITEIT

De toezichthouders lopen in uniform over het pad. Van een uniform weten we dat het het principe van 'Autoriteit' kan oproepen. We zijn onbewust automatisch geneigd om de autoriteit te volgen, want *als de dokter/leraar/toezichthouder het zegt, zal het wel goed zijn*

TECHNIEK NORM

In de analyse ontdekten we dat rokers het vrij normaal vinden om peuken op de grond te gooien, terwijl (groter) afval op de grond gooien not-done is. De toezichthouders kunnen rokers bewust maken van het feit dat dit eigenlijk helemaal niet zo normaal is.

TECHNIEK POSITIEVE BEKRACHTIGING

De toezichthouders geven ook complimenten aan mensen die hun peuk in de asbak gooien. Deze positieve feedback kan het gewenste gedrag stimuleren.

RESULTAAT

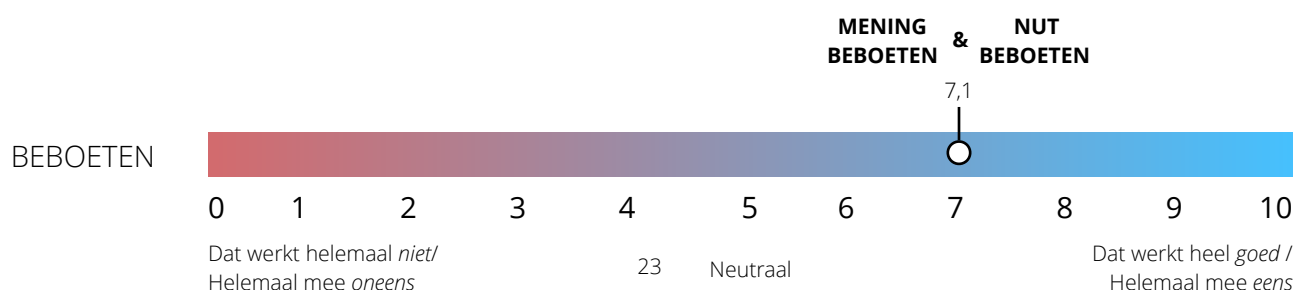
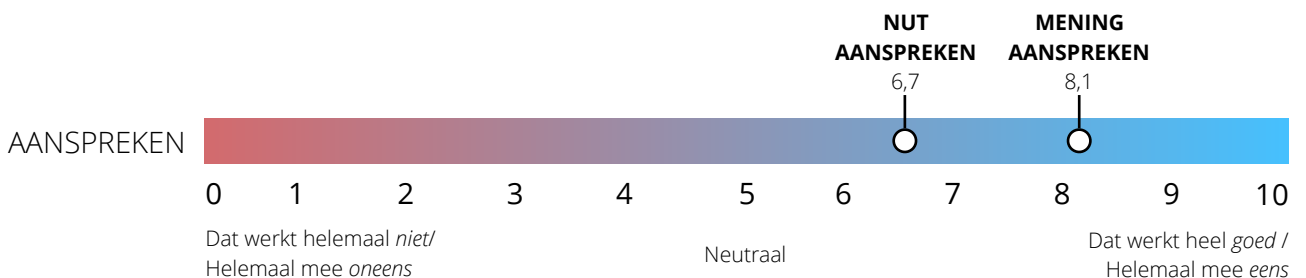
AANGESPROKEN WORDEN DOOR TOEZICHT

Op het Saxionpad testen we het effect van actieve toezichthouders en ging het een stapje verder dan de zichtbaarheid van het uniform die we in een eerdere fase op de Beestenmarkt testten. Wat als de toezichthouders mensen aanspreken over het op de grond gooien van afval en peuken (zonder gevolgen in de vorm van handhaving)? Zowel op het pad als online vroegen we mensen naar hun algemene beoordeling op het pad, een beoordeling van de uitstraling en schoonheid van het pad en een inschatting van in hoeverre anderen geneigd zouden zijn afval of peuken op de grond te gooien. **De beoordelingen van alle groepen waren na een maand van inzet van toezicht nauwelijks tot een beetje veranderd.** Het is echter voorbarig om hier conclusies uit te trekken over de inzet van toezicht. Een aantal andere zaken speelden namelijk:

- 1) Een aantal mensen hebben toezichthouders niet gezien en slechts één van de 165 respondenten was aangesproken door toezicht: een maand lang twee keer per dag rondlopen blijkt te weinig om genoeg mensen bloot te stellen aan de interventie.
- 2) De afvalbakken waren een aantal dagen gedurende deze maand overvol: dit zal de beoordeling van de schoonheid van het pad niet ten goede zijn gekomen.

MENING & NUT VAN TOEZICHT

Aan de respondenten werd ook gevraagd naar hun mening over het inzetten van toezichthouders voor dit doel. Gemiddeld was de mening dat dat het aanspreken op en beboeten van zwerfafval acceptabel was en schatten ze ook in dat dit redelijk effectief zou hebben. Een aantal respondenten vroegen zich wel af of beboeten zou werken als het risico om gepakt te worden niet constant aanwezig is. Ook werd een aantal keer genoemd dat er dan wel genoeg mogelijkheden moeten zijn om afval en peuken weg te gooien.



ERVARINGEN VAN TOEZICHTHOUDERS

Het aanspreken van passanten op het weggooien van peuken bleek nog even wennen: het is geen standaardonderdeel van toezicht in de openbare ruimte en het op de grond gooien van peuken lijkt in de meeste situaties een geaccepteerd fenomeen. Veel passanten reageerden positief op de aanwezigheid van toezichthouders voor dit doel en op zelf aangesproken te worden voor dit doel, maar op den duur kwamen er meer negatieve reacties "Sta je hier nu al weer?". Niet iedereen vindt het probleem groot genoeg om hier veel toezicht voor in te zetten.

EEN MOOI NEUW-EFFECT

Bij het kantoorpand Leeuwenbrug aan het pad staan ook veel rokers, uit gesprek met de toezichthouders bleek dat zij een asbak misten. Deze hebben zij uiteindelijk zelf geregeld.

ADVIES TOEZICHT



DOEN! MAAR MOGELIJK NIET ALS ENIGE TAAK.

Door een aantal storende factoren was het niet mogelijk om te concluderen of de beoordelingen van het pad veranderden als gevolg van het aanspreken door toezichthouders. Uit de meting en uit de ervaringen van toezichthouders bleek wel dat **men positief was over het aanspreken en beboeten** van het op de grond gooien van peuken en ander afval. Wat betreft het beboeten moet er wel worden gezegd dat niemand van de bevraagde personen zelf een boete had gehad.

Naarmate toezichthouders langer lopen met deze taak kregen ze wel meer negatief commentaar, "Sta je hier nu al weer?". **Mogelijk is enkel rondlopen om aan te spreken op zwerfafval zowel voor toezichthouders zelf als voor burgers niet acceptabel.** Een vraag voor vervolgonderzoek zou zijn wat er op lange termijn gebeurt als het aanspreken op zwerfafval onderdeel wordt van een breder takenpakket op een plek waar toezichthouders om andere redenen al regelmatig rondlopen.

**LESSONS
LEARNED**

3 LESSEN

VAN INTERVENTIES VAN HET SAXIONPAD

De inhoudelijke impact van gedragsinterventies op het de beleving van de openbare ruimte hebben we hiervoor beschreven. Hiernaast leerden wij nog een aantal lessen. Deze lessen hebben we gekoppeld aan de verschillende stappen die we gezet hebben op het Saxionpad en zijn te vertalen naar andere situaties in de gemeente.

1 | DE BASIS OP ORDE

Dit project startte, zoals vaak bij gedragsverandering in de openbare ruimte, met 'de basis op orde brengen'. Het pad is schoongemaakt en het groen onderhouden. Binnen de tijd van dit project konden we alleen de minimale basis op orde brengen, terwijl het pad een grotere opknapbeurt kan gebruiken. Zoals ook beschreven in een eerder rapport van studenten van Saxion⁶.

De slechte bestrating is een van de meestgenoemde klachten over het pad. Naast aantrekkelijkheid gaat het daarbij om de gladheid in de winter (opvallend dat dit meermalen genoemd werd, omdat het zomers weer was tijdens de meting). Aan de hand van de 'broken window hypothese', adviseren wij om het pad goed te blijven onderhouden. In een nette omgeving gedraagt men zich netter. En andersom.

Binnen dit project hebben we twee extra afvalbakken geplaatst. Dit werd goed ontvangen op het pad en heeft in combinatie met gedragsinterventies tot een positievere (schoon)beleving geleid. Deze organisatie vraagt van de gemeente om direct **persoonlijk contact te faciliteren** tussen de Facilitaire teams van organisaties gevestigd op de locatie (in dit geval Tauw en Saxion) en de partij verantwoordelijk voor lediging namens de Gemeente (Cambio). De samenwerking met de bedrijven en in dit geval het Saxion die gebruik maken van het pad biedt nog extra kansen. Er leeft bijvoorbeeld ook de wens om meer zichtbaar te maken wat er in de binnenstad van Deventer te doen is en hiernaar te verwijzen. Voor de Gemeente een aantrekkelijke kans met de duizenden potentiële bezoekers.

Het beleid van de gemeente Deventer is om op plekken waar het van mensen te verwachten is dat ze hun afval bij zich kunnen houden, geen afvalbakken te plaatsen. Uit onze gedragsanalyse bleek al snel dat het hier om een pad gaat dat intensief gebruikt wordt, dagelijks door zo'n 1500 studenten en honderden medewerkers van aangrenzende bedrijven. Belangrijk is dus om bijvoorbeeld bij het bepalen van het verwijderen of plaatsen van afvalbakken een analyse te doen van de letterlijke omgeving en **in de schoenen van de gebruikers te gaan staan**, een belangrijke stap uit de Duwtje werkwijze.

⁶ *Borkes, K., Borkes, M., van der Burght, I., & olde Monnikhof, E. (2016) Het Saxionpad. (Verslag Ruimtelijke Ontwikkeling). Hogeschool Saxion, Deventer.

2 | DUWTJES

In dit onderzoek vonden we in tegenstelling tot de verwachting geen effect van de felgroene peukenzuilen van Nederland Schoon. Ondanks de felle kleur bleken ze niet door iedereen opgemerkt. In de nameting gaf een respondent aan geen sigarettenbakken op het pad te hebben gezien en werd meermalen aangegeven dat er meer asbakken moeten komen. Mogelijk herkent niet iedereen de peukenzuilen als asbakken, een vraag voor vervolgonderzoek. Een advies is om nader te verkennen wat er gebeurt bij **meer visuele aandacht voor de asbakken**. Daarbij moet het effect op het rookgedrag goed afgewogen worden, zeker als overheid. Een suggestie is om meer visuele aandacht voor peuken te combineren met de negatieve sociale norm. Een concrete suggestie: *“Steeds minder mensen roken. Wordt dit ook jouw laatste sigaret?”* Tot slot zou het ook een kwestie van tijd kunnen zijn voordat passanten de peukenzuilen als zodanig herkennen, wat pleit voor een effectmeting op langere termijn.

Een geleerde les is het inruimen van **tijd voor afstemming** met verschillende partijen. Zo hadden we voor de afvalbakken korte fragmenten uit pophits geselecteerd die als reactie op het weggooien van afval in de bak, afgespeeld zouden worden. De problemen met de software van de muziekaafvalbakken konden echter niet op tijd worden opgelost, waardoor dit duwtje niet kon worden uitgerold. Een ander voorbeeld is dat een deel van het pad bestaat uit een brug over het spoor die eigendom is van ProRail. Deze brug heeft een opknapbeurt nodig (en is ook erg glad in de winter). Wij zagen hier een kans voor een gedragsinterventie, namelijk het samen restaureren en schilderen van de brug om eigenaarschap te vergroten en de beleving positiever te maken. Helaas bleek dit binnen de termijn met afstemming en vergunningen niet haalbaar.

3 | TOEZICHT

Uit reacties van zowel passanten als toezichthouders zelf bleek dat het aanspreken op het op de grond gooien van peuken en ander afval werd gewaardeerd, maar minder als toezichthouders langdurig met dit als enige taak op het pad liepen (“Heb je niets anders te doen?”). In een ander onderdeel binnen dit project op de Beestenmarkt hebben de toezichthouders ook andere werkzaamheden ervaren, namelijk het het stellen van vragen aan de bezoekers. Dit deden zij met veel plezier. Bij de inzet van toezicht bij andere taken is het goed om na te gaan hoe problematisch het gedrag waarop gefocust wordt gezien wordt en dus hoe erg de inzet van toezicht hierop gewaardeerd wordt. Wel blijkt duidelijk dat mensen het waarderen dat toezichthouders zichtbaar en aanspreekbaar zijn. Dit sluit aan bij de **meer preventieve werkwijze** die ingezet is door de Gemeente Deventer.



EINDCONCLUSIE

Gedurende twee maanden experimenteerden we op het Saxionpad met als doel een nieuwe beleving van je omgeving door gebruik te maken van een gedragsaanpak gericht op minder zwerfafval en peuken op straat. We plaatsten afvalbakken met stickers congruent met het Welkom in onze voortuin-design en een norm-activerend natuur element. Daarnaast hingen we een groot bord met foto's waarop het voorbeeldgedrag uitgebeeld werd en de afstand tot de prullenbak aangevuld met straatstickers. Het totaal van interventies leidde tot een significante toename in beoordeling van de schoonheid van het pad. Ook schatten mensen significant vaker in dat anderen hun peuk netjes weg zullen gooien. Tauw-medewerkers gaven daarnaast een hoger rapportcijfer aan het pad en waren meer tevreden over de uitstraling. Ook de reacties op de open vragen waren positief. De inzet van toezicht werd positief gewaardeerd, maar leidde niet aantoonbaar tot ander gedrag.

Door de inzet van gedragstechnieken in samenwerking met de betrokken organisaties hebben we een positief resultaat bereikt. Het toekomstige faciliteren van eigenaarschap zorgt er naar verwachting voor dat deze positieve resultaten behouden blijven.

PROJECTTEAM



Sociaal psycholoog drs. Eva Vermeulen

"In de waan van de dag gedraag je je nog al eens op een manier die anderen of je toekomstige zelf ten nadele komt. Ik vind het enorm leuk om na te denken over hoe verstandig gedrag ook vandaag al aantrekkelijk en makkelijk, of op zijn minst haalbaar, kan worden gemaakt. Super dat ik bij Duwtje mag toepassen wat ik tijdens mijn opleidingen Psychologie en Health Promotion leerde!"



Mede-oprichter en directeur drs. Liza Luesink

"Duwtje is ontstaan vanuit de overtuiging dat we met het benutten van kennis over gedrag, zoveel meer kunnen bereiken. En dit blijkt steeds weer! Vol energie een vraagstuk induiken, mensen en middelen verbinden met als resultaat een mooi product: geen dag is hetzelfde!"



Mede-oprichter en directeur drs. Joyce Croonen

"Vraagtekens zetten bij de dingen die we doen om zo tot een creatieve oplossing te komen, dat is waar Duwtje om draait. Daarbij combineer ik mijn kennis van de psychologie met kennis van design en fotografie/film. Precies het goede duwtje creëren is de grootste uitdaging!"

