



**Panteia**

Research to Progress

Research voor Beleid | EIM | NEA | IOO | Stratus | IPM



# **Evaluatie campagne Doe meer met Afval**

## **mening betrokken gemeenten**

Zoetermeer, 10 maart 2014

De verantwoordelijkheid voor de inhoud berust bij Panteia. Het gebruik van cijfers en/of teksten als toelichting of ondersteuning in artikelen, scripties en boeken is toegestaan mits de bron duidelijk wordt vermeld. Vermenigvuldigen en/of openbaarmaking in welke vorm ook, alsmede opslag in een retrieval system, is uitsluitend toegestaan na schriftelijke toestemming van Panteia. Panteia aanvaardt geen aansprakelijkheid voor drukfouten en/of andere onvolkomenheden.

The responsibility for the contents of this report lies with Panteia. Quoting numbers or text in papers, essays and books is permitted only when the source is clearly mentioned. No part of this publication may be copied and/or published in any form or by any means, or stored in a retrieval system, without the prior written permission of Panteia. Panteia does not accept responsibility for printing errors and/or other imperfections.

# Inhoudsopgave

<b>Samenvatting</b>	<b>4</b>
<b>1 Inleiding</b>	<b>5</b>
<b>2 Resultaten</b>	<b>6</b>
2.1 Plan van aanpak	6
2.2 Beoordeling campagne en communicatiemiddelen	6
2.3 Lesprogramma	7
2.4 De nieuwsbrieven	9
2.5 Totaaloordeel	9
2.6 Slotopmerkingen	11



## Samenvatting

De campagne Doe meer met Afval heeft in de periode 2009 tot 2013 gelopen in de provincie Utrecht. Als onderdeel van de evaluatie van deze campagne zijn vertegenwoordigers van de 26 deelnemende gemeenten in de periode februari – maart 2014 uitgenodigd om een evaluatieformulier via internet in te vullen. In totaal hebben 24 gemeenten deze evaluatie ingevuld.

### *Plan van aanpak krijgt een 7,4...*

In 2008 is het plan van aanpak voor de campagne ontwikkeld. Dit plan is vanaf 2009 uitgevoerd. Het plan van aanpak krijgt een rapportcijfer van gemiddeld 7,4. Het hoogste cijfer is een 9, het laagste een 6.

### *...het campagneconcept een 7,5*

Het campagneconcept krijgt een iets hogere beoordeling: afgerond komt het net op een 7,5 uit. De scores liggen hier binnen de bandbreedte 10 (1 keer genoemd) en 6 (3 keer genoemd).

### *Afvalroadshow valt in de smaak als communicatievorm*

De afvalroadshow krijgt de hoogste score van de gemeenten: een 4,1 op een schaal van 1 tot 5. De actie met de mobiele composteerinstallatie en de foto- en filmwedstrijd scoren relatief laag. De overige onderdelen zitten allemaal ruim in de positieve zone.

### *Ook bij lesprogramma veel waardering voor afvalroadshow*

De gemeenten hebben ook het lesprogramma beoordeeld. De afvalroadshow krijgt ook hier een hoge score. De excursie aan het afvalbrengrstation of milieustraat is eveneens in de smaak gevallen. De andere aspecten worden allemaal positief beoordeeld. De afvallessen op de website krijgen in dit veld de laagste score, maar nog steeds positief.

### *Nieuwsbrieven krijgen waardering 'goed'*

In totaal hebben 21 gemeenten een oordeel gegeven over de nieuwsbrieven. 15 gemeenten geven de score goed of uitstekend. 3 gemeenten geven de score matig en 3 voldoende.

### *Totaaloordeel positief*

Een ruime meerderheid (66%) zegt dat inwoners bewuster met afval omgaan en ook beter scheiden. De totale campagne krijgt als rapportcijfer een 7,2. Deze score wordt negatief beïnvloed door het cijfer 3 dat is gegeven door één gemeente. Deze gemeente is van mening dat ze zelf verantwoordelijk zijn voor de communicatie op dit gebied en geen rol zien voor AVU.



# 1 Inleiding

De campagne Doe meer met Afval heeft in de periode 2009 tot 2013 gelopen in de provincie Utrecht. Als onderdeel van de evaluatie van deze campagne zijn vertegenwoordigers van de deelnemende gemeenten benaderd met een evaluatieformulier.

Het onderzoek is uitgevoerd in de periode 6 februari tot de eerste week van maart 2014.

## *Respondenten*

Het evaluatieformulier is via een internetvragenlijst uitgezet bij alle 26 gemeenten die betrokken zijn bij de campagne. In totaal zijn 32 contactpersonen uitgenodigd via de e-mail. Bij een aantal gemeenten zijn twee contactpersonen benaderd. In totaal zijn de antwoorden van 24 vertegenwoordigers van 24 gemeenten verkregen.

Hiervan zijn 12 mensen werkzaam als beleidsadviseur of -medewerker afval en 10 mensen als communicatie-adviseur. De resterende 2 personen hebben een uitvoerende functie.

15 respondenten zijn vanaf de start van de campagne betrokken geweest bij het project. De rest is een deel van de looptijd erbij betrokken geweest.

tabel 1.1 In welke periode bent u namens uw gemeente de vertegenwoordiger geweest voor de campagne 'Doe meer met afval'? (meerdere antwoorden mogelijk)

	<i>Aantal respondenten</i>
In 2009	2
In 2010	3
In 2011	7
In 2012	8
In 2013	9
De hele periode	15



## 2 Resultaten

### 2.1 Plan van aanpak

In 2008 is het plan van aanpak voor de campagne ontwikkeld. Dit plan is vanaf 2009 uitgevoerd. Aan de respondenten is gevraagd een rapportcijfer toe te kennen aan dit plan van aanpak.

9 vertegenwoordigers kennen dit plan niet omdat ze pas later betrokken zijn geraakt bij de campagne. Het plan van aanpak krijgt een rapportcijfer van gemiddeld 7,4. Het hoogste cijfer is een 9, het laagste een 6.

#### *Campagne concept*

Het oordeel over het campagneconcept hebben alle betrokken kunnen geven. Ter ondersteuning van het concept zijn in de vragenlijst drie afbeeldingen opgenomen die de essentie weergeven.

figuur 2.1 Kern van het campagneconcept



Het campagneconcept krijgt een iets hogere beoordeling: afgerond komt het net op een 7,5 uit. De scores liggen hier binnen de bandbreedte 10 (1 keer genoemd) en 6 (3 keer genoemd).

### 2.2 Beoordeling campagne en communicatiemiddelen

De communicatiemiddelen rond de campagne bestaan uit 9 verschillende onderdelen. Deze zijn ter beoordeling voorgelegd aan de gemeenten. Om het geheugen te ondersteunen is in de vragenlijst een 'collage' getoond van de verschillende communicatievormen.

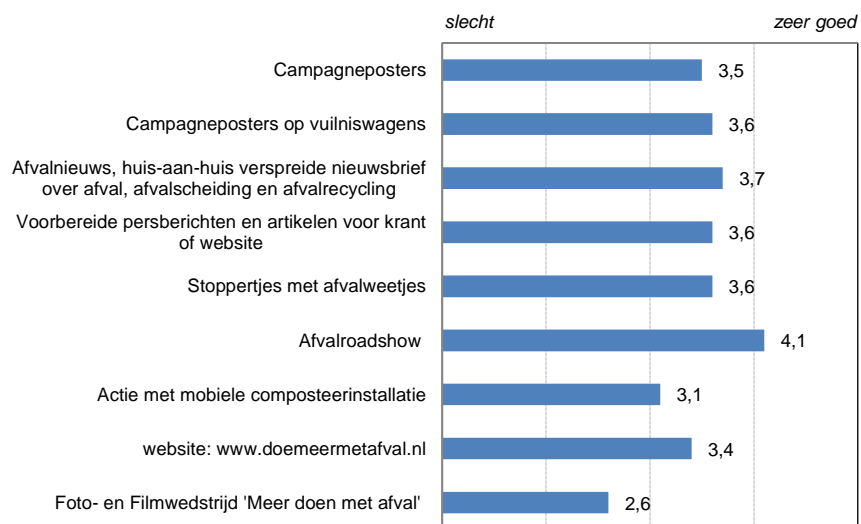


figuur 2.2 Voorbeeld van gebruikte communicatievormen



De afvalroadshow krijgt de hoogste score van de gemeenten: een 4,1 op een schaal van 1 tot 5. De actie met de mobiele composteerinstallatie en de foto- en filmwedstrijd scoren relatief laag. De overige onderdelen zitten allemaal ruim in de positieve zone.

figuur 2.3 Beoordeling campagne en communicatiemiddelen



## 2.3 Lesprogramma

Voor scholen is in de afgelopen jaren een lesprogramma ontwikkeld dat op verschillende manieren onder de aandacht van docenten en leerlingen is gebracht. Het achterliggende doel van dit programma is 'jong geleerd, oud gedaan' en het ook via de kinderen een duwtje in de



goede richting geven aan de ouders om mee te doen huishoudelijke afvalstromen te beperken, te scheiden en bij te dragen aan hergebruik.

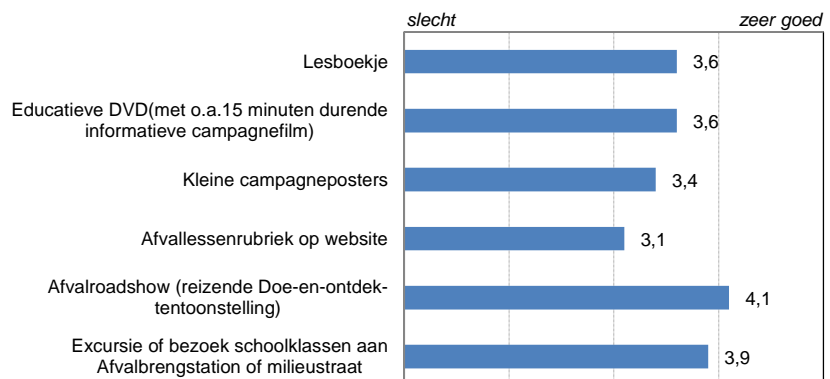
Rond het lesprogramma zijn in de vragenlijst enkele afbeeldingen getoond als geheugensteun voor de respondenten.

figuur 2.4 Diverse onderdelen van het lesprogramma



De afvalroadshow krijgt hier ook een hoge score. De excursie aan het afvalbrengrstation of milieustraat is eveneens in de smaak gevallen. De andere aspecten worden allemaal positief beoordeeld. De afvallessen op de website krijgen in dit veld de laagste score, maar nog steeds positief.

figuur 2.5 Beoordeling lesprogramma voor scholen





## 2.4 De nieuwsbrieven

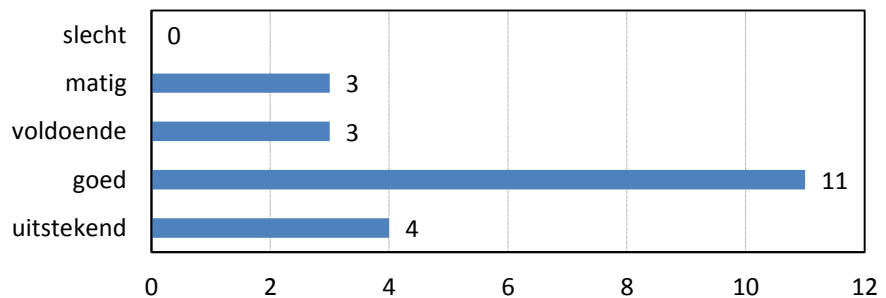
Tussen 2009 en 2012 is diverse keren per jaar de nieuwsbrief 'Afvalnieuws' als onderdeel van de campagne 'Doe meer met afval' huis-aan-huis verspreid onder de inwoners in de gemeenten over het hoe, wat, waarom, waar en wanneer van een of meerdere soorten huishoudelijk afval? De nieuwsbrieven gingen o.a. over Glas, Groente-fruit- en tuinafval, Papier en textiel, Grof huishoudelijk afval of elektrische apparaten. Enkele voorbeelden zijn in de vragenlijst getoond.

figuur 2.6 Voorbeelden van de nieuwsbrieven



In totaal hebben 21 gemeenten een oordeel gegeven over de nieuwsbrieven. 15 gemeenten geven de score goed of uitstekend. 3 gemeenten geven de score matig en 3 voldoende.

figuur 2.7 Oordeel over de nieuwsbrieven (aantal keer dat antwoord is gegeven, n=21)



## 2.5 Totaaloordeel

*Gaan inwoners bewuster met afval om?*

Het uiteindelijke doel van de campagne is om ervoor te zorgen dat inwoners bewuster met afval omgaan. Vandaar dat de vraag is voorgelegd:

*Bent u van mening dat de inwoners in uw gemeenten door de campagne "Doe meer met afval" bewuster met hun afval, afvalscheiding en recycling omgegaan?*



14 gemeenten beantwoorden deze vraag met 'JA'.

Daarvoor dragen ze onder anderen de volgende argumenten aan (letterlijk overgenomen citaten):

- Meer bewustwording maar dit is ook onderdeel van maatschappelijke ontwikkeling
- Vooral vanuit de kinderen die met de campagne via school in aanraking zijn gekomen
- Een aantal mensen zeker, maar lang niet alle mensen
- Het is een kleine groep die bewuster afval scheid en er is een deel die dit om een of andere reden niet doet
- Zijn zich bewuster
- Afvalscheiding wordt steeds een beetje beter
- We hebben het niet gemeten, vooraf en achteraf. Aannee is gebaseerd op totaalbeeld
- Het is wel herkenbaar geweest, geleid tot gedragsverandering onbekend
- Enigszins
- Bewustzijn is vergroot
- Het is goed als het met regelmaat onder de aandacht wordt gebracht.
- Onderwerpen extra aangestipt, wens ook politiek
- Kracht van herhaling?

6 gemeenten hebben niet de indruk dat de inwoners bewuster met afval omgaan. Hierbij zijn de volgende toelichtingen gegeven (letterlijke citaten):

- Communicatie is pas effectief als er ook daadwerkelijke veranderingen zijn in de uitvoering
- Geen duidelijk resultaat gezien in de sorteeranalyses
- Er is teveel ingezet op massamediale middelen. Dat werkt niet/sluit niet aan
- Is niet te meten. Het moet volgens mij vooral makkelijk zijn om afval te scheiden.
- Slecht in te schatten omdat gemeente ook zelf meerdere acties op dit gebied had.

*Scheiden inwoners afval beter?*

Aansluitend is gevraagd of inwoners afval beter zijn gaan scheiden.

13 gemeenten geven hier het antwoord 'Ja' en 7 gemeenten 'Nee'. De overige gemeenten blijven het antwoord schuldig. Gemeenten die verbetering zien, hebben het doorgaans over kleine verbeteringen.



### *Rapportcijfer totale campagne*

De totale campagne krijgt als rapportcijfer een 7,2. Deze score wordt negatief beïnvloed door het cijfer 3 dat is gegeven door één gemeente. Deze gemeente is van mening dat ze zelf verantwoordelijk zijn voor de communicatie op dit gebied en geen rol zien voor AVU.

De rest van de gemeenten geven positieve scores tussen 6 en 9. In totaal hebben 20 gemeenten een eindoordeel gegeven.

tabel 2.1 Rapportcijfers voor de totale campagne (n=20)

<i>Cijfer</i>	<i>Aantal keer gegeven</i>
3	1
6	3
7	7
8	7
9	2

## **2.6 Slotopmerkingen**

Aan het eind hebben gemeenten de ruimte gekregen nog slotopmerkingen te maken over de campagne. De volgende zaken zijn hierbij genoemd (letterlijke citaten):

- Vooral aan gebruikersgemak denken en innovatiever en kijken wat gedragsmatig echt effectief is.
- Prijsvragen goede aanvulling. Daarmee kan je ook in de media extra de aandacht vestigen op afvalscheiding en het belang ervan. Ook leuke prijzen! complimenten.
- Omdat het product voor meerdere gemeenten wordt gemaakt, moet je toch nog investeren om het toepasbaar te maken voor je eigen gemeente.
- Ik vind dat de AVU geen rol heeft op het gebied van communiceren over afval. Laat dat over aan de gemeenten/reinigingsdiensten. Vanwege de opzet vind ik deze campagne zonde van het geld.
- Ik denk dat er nog meer communicatie moet specifiek richting de jong volwassenen. Zij zijn uit de enquête van onze afvalinzameling als meest ongemotiveerde groep naar voren gekomen.
- Ik ben slechts bij een klein deel van de campagne direct betrokken geweest en heb dus niet een goed totaalbeeld. De campagne helpt natuurlijk minimaal enigszins voor bewustwording. Maar door gedwongen keuzes (diftar, omgekeerd inzamelen) zal een groter resultaat worden gerealiseerd.
- Het zou aardig zijn om aan bewoners te vragen of zij zich de nieuwsbrieven herinneren.
- Het was plezierig om in regionaal verband hieraan te werken, geeft meerwaarde om dit gezamenlijk uit te voeren. Maakt herkenbaarheid van uitingen groter. Coördinatie was goed op orde. Ik ben benieuwd naar onderzoekscijfers, meetbare resultaten.
- Financieel inzicht was te veel achter de schermen. Betrokken ambtenaren werden niet erg gestructureerd meegenomen in het traject, en de foto-filmwedstrijd was helaas een grote teleurstelling (Maar niet alles kan nu eenmaal uitmuntend zijn).

