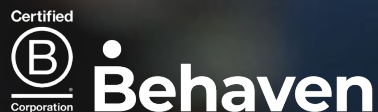




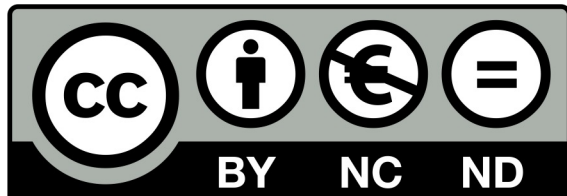
EVENEMENTEN Gedragsinterventies om afvalbeheer te verbeteren

Eindverslag



Licentie

Dit document is beschikbaar onder licentie **CC BY-NC-ND 4.0 - Naamsvermelding - NietCommercieel - GeenAfgeleideWerken 4.0 Internationaal**.



Meer informatie over de CC BY-NC-ND 4.0 licentie kan hier worden verkregen: <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.nl>

Dit betekent dat:

U bent gemachtigd om:

- **Het werk te delen** - te kopiëren, te verspreiden en door te geven via elk medium of bestandsformaat.

Onder de volgende voorwaarden:

- **Naamsvermelding** - u dient de maker van het werk te vermelden, een link naar de licentie te plaatsen en aan te geven of het werk is veranderd. U mag dat op redelijke wijze doen, maar niet zodanig dat de indruk gewekt wordt dat de licentiegever instemt met uw werk of uw gebruik van het werk..
- **NietCommercieel** - u mag het werk niet gebruiken voor commerciële doeleinden.
- **GeenAfgeleideWerken** - u mag het veranderde materiaal niet verspreiden als je het werk hebt geremixt, veranderd, of op het werk hebt voortgebouwd.
- **Geen aanvullende restricties** - u mag geen juridische voorwaarden of technologische voorzieningen toepassen die anderen er juridisch in beperken om iets te doen wat de licentie toestaat..

Aanbevolen citaat: [Behaven \(2022\). Beheer van de netheid in de openbare ruimte. Gedragsinterventies om de samenwerking tussen de gemeenten in het Brussels Hoofdstedelijk Gewest te verbeteren. Eindverslag.](#)

Inleiding

Afval is geen onderwerp dat mensen bijzonder interesseert. Daarom zijn er innovatieve initiatieven nodig om de steeds toenemende hoeveelheid afval die door een groeiende bevolking wordt geproduceerd te beheren en om vervuiling en uitputting van natuurlijke hulpbronnen te beperken.

Toch is de standaardoplossing nog al te vaak de bewustwordingscampagne. Een oplossing die gebaseerd is op het idee dat wat mensen ervan weerhoudt om correct te handelen hun gebrek aan kennis is, en dat het verstrekken van informatie mensen er vanzelf toe aanzetten om het juiste gedrag aan te nemen: *"Ach, als mensen het maar wisten, dan zouden ze de juiste keuzes maken."*

Deze aanpak is de afgelopen jaren in twijfel getrokken door wetenschappelijke studies die aantonen dat **bewustmaking niet genoeg is om gedrag te veranderen, zelfs als mensen de juiste houding en intenties hebben.** Dit staat bekend als de 'intentie-gedragskloof'.

Het goede nieuws is dat deze kloof overbrugd kan worden door de toepassing van gedragswetenschappen, die een bredere, systemische benadering bieden voor het begrijpen en beïnvloeden van het gedrag, de beslissingen en de reacties van het publiek op programma's zoals die van Net Brussel (ANB).

Ze stellen ons in staat om de barrières te diagnosticeren die het aannemen van bepaald gedrag in de weg staan en

om de interventies te identificeren die nodig zijn voor robuuste oplossingen en om mensen aan te moedigen tot de juiste sorteer- en netheidsgebaren.

Op basis hiervan werken het ANB en Fost Plus (FP) momenteel samen met Behaven aan een **innovatieve en impactvolle aanpak, gebaseerd op gedragswetenschappen, om de activiteiten te optimaliseren en verder te gaan dan het gebruik van traditionele hulpmiddelen.**

Meer specifiek heeft deze samenwerking geleid tot een eerste project dat gericht is op het **verhogen en verbeteren van afvalsortering tijdens evenementen in Brussel** (en mensen aanmoedigen om de plaats schoon te houden) - een context die zich bijzonder goed leent voor een systemische aanpak gebaseerd op gedragswetenschappen.

Een evenement is een systeem met verschillende belanghebbenden (het publiek, de ophaler, de vrijwilligers, het personeel, de externe partners (foodtrucks, enz.). Als een van deze elementen niet werkt, trekt het hele systeem scheef.

Om ervoor te zorgen dat de geïdentificeerde oplossingen niet alleen wetenschappelijk robuust zijn, maar **ook rekening houden met de realiteit op het terrein**, zijn belanghebbenden - en in de eerste plaats organisatoren van evenementen - uitgenodigd om in verschillende fasen bij te dragen aan het project.

Dit document schetst ook elk van deze fasen en presenteert een reeks concrete en toepasbare gedragsaanbevelingen die de afvalsortering in context kunnen verbeteren en de netheid op de locatie kunnen verbeteren.

Specifiek presenteert dit document:

- **De gebruikte methodologie**, van het definiëren van doelgedrag tot het uitrollen van oplossingen.
- **Een samenvatting van de barrières voor doelgedrag** die zijn geïdentificeerd door middel van een review van de wetenschappelijke literatuur over sorteergedrag en afvalstoffenbeheer op evenementen en door middel van interviews met organisatoren van evenementen (uitgevoerd door Égérie Research).
- **Een lijst met gedragsoplossingen** om de geïdentificeerde barrières te verminderen, opgesteld met de verschillende belanghebbenden tijdens workshops.
- En tot slot, **concrete aanbevelingen** voor de uitrol van deze interventies.

Goed gebruik,

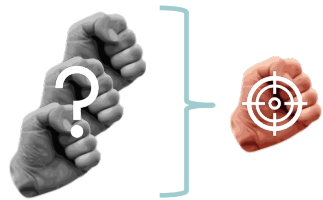
**Net Brussel
Fost Plus**

Een overzicht van hoe het project was georganiseerd, met behulp van de **Behaven-methodologie**:

© Behaven.

1. Gedrag

Welk specifiek gedrag moet worden aangemoedigd?

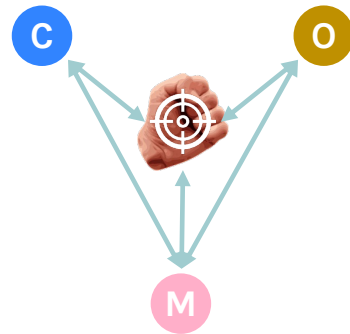


Op basis van de doelstelling van meer afvalsortering tijdens evenementen zijn drie doelgedragingen gekozen, gekoppeld aan:

- De organisatoren
- Het publiek
- De vrijwilligers

2. Analyse

Wat zijn de barrières en bevorderende factoren?



Per doelgedrag zijn de barrières voor gedrag geïdentificeerd volgens het COM-B model⁽¹⁾ en volgende:

- Een wetenschappelijk review
- Interviews met organisatoren (Égérie Research)

3. Oplossing

Welke gedragsinterventies moeten worden overwogen?



Voor elk doelgedrag werd een workshop gehouden, in aanwezigheid van organisatoren, om te bepalen:

- Relevante interventies gebaseerd op database Arc-en-Ciel^{TM(2)}
- De concrete oplossingen als resultaat

4. Uitvoering

Hoe kunnen ze worden geïmplementeerd voor een maximale impact?



Er zijn twee implementatie-elementen gedefinieerd:

- Een geprioriteerde lijst met concrete oplossingen
- Acties te ondernemen door ONLK en de organisatoren

⁽¹⁾ Voor meer informatie: Michie S., van Stralen M.M. & West R. (2011). The behaviour change wheel: A new method for characterising and designing behaviour change interventions. *Implementation Sci* 6, 42.
⁽²⁾ Onze interventiedatabase van Art-en-CielTM (66 interventies ingedeeld in 8 strategieën) is een evolutie van de Behaviour Change Wheel BCT's die we aanpassen aan milieuvriendelijk gedrag met de steun van het Centre for Behaviour Change aan het University College in Londen.

1. Gedrag

1. Gedrag

Deze fase is gericht op het beantwoorden van de vraag: **welk(e) specifieke gedrag(ingen) wil je beïnvloeden?**

Proces

ROL

In deze fase wordt de algemene doelstelling vertaald naar een (of meer) specifiek(e) doelgedrag(en). Hoe specifieker het doelgedrag is gedefinieerd, hoe groter de kans dat kan worden gewerkt aan even specifieke oplossingen.

PRAKTIJK

De organisatoren, Net Brussel en Fost Plus werkten samen om drie doelgedragingen voor dit project te identificeren:

1. Een oefening om de spelers en knelpunten in kaart te brengen die een goed afvalstoffenbeheer in de weg staan, met de teams van het ANB en FP
2. Een oefening om alle potentiële doelgedragingen op lijsten
3. Een oefening om potentieel gedrag te beoordelen en te prioriteren
4. Tot slot een oefening om het geselecteerde doelgedrag te specificeren

RESULTAAT

De drie doelgedragingen die werden geselecteerd:

Doelstelling: De afvalsortering op evenementen verhogen

#1
Het afvalstoffenbeheer
reorganiseren

#2
Het publiek
aanmoedigen
om goed te sorteren

#3
Meer vrijwilligers
aantrekken en motiveren

Deze gedragingen werden geselecteerd omdat ze werden **beschouwd** als de drie meest efficiënte gedragingen als ze correct werden uitgevoerd:

1ste
meest
efficiënte

2e meest
meest
efficiënte

3e meest
meest
efficiënte

2. Analyse

3. Oplossing

Let op: voor een beter begrip worden in dit gedeelte de fasen 'Analyse' en 'Oplossing' gecombineerd in één deel voor elk van de drie doelgedragingen.

2. Analyse

Het doel van deze fase is om de vraag te beantwoorden: **wat zijn de barrières voor het doelgedrag(ingen)?**

Proces

ROL

Deze fase omvat het begrijpen van wat mensen ervan weerhoudt om het (de) doelgedrag(ingen) te stellen. Meer specifiek, wat zijn de contextuele, sociale, bewuste en onbewuste redenen die het (on)netheidsgedrag beïnvloeden.

PRAKTIJK

Voor dit werk zijn twee bronnen gebruikt, namelijk:

- Een analyse van de wetenschappelijke literatuur over netheidgedrag, in het bijzonder die welke werd uitgevoerd in het kader van de psychosociale studie over netheidsgedrag in het Brussels Hoofdstedelijk Gewest in 2021.
- Interviews met 8 organisatoren van evenementen in het Brussels Hoofdstedelijk Gewest, ontmoet tijdens groepdiscussies om een beter inzicht te krijgen in hun perspectief (uitgevoerd door Égérie Research).

RESULTAAT

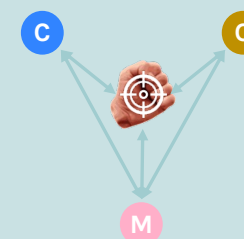
De volgende pagina's bevatten beschrijvingen van de barrières die zijn geïdentificeerd voor elk van de drie doelgedragingen, georganiseerd volgens het COM-B model.⁽¹⁾

WETENSCHAPPELIJK MODEL

Het COM-B wetenschappelijk model biedt een 'systemische' benadering, een totaalbeeld van de invloeden op een gedrag. Het is daarom bijzonder geschikt om netheidsgedrag te begrijpen, dat het resultaat is van verschillende invloeden: kennis van regels, gewoonten, infrastructuur, de acties van anderen, enz.

Volgens COM-B kunnen mensen alleen gedrag aannemen als ze de mogelijkheid en de opportuniteit hebben om het gedrag aan te nemen. En ze moeten meer gemotiveerd zijn om dat gedrag te vertonen dan een ander gedrag:

- **Capaciteit** verwijst naar fysieke en mentale vaardigheden
- **Opportuniteit** verwijst naar de fysieke of sociale omgeving
- **Motivatie** verwijst naar intenties, verlangens of gewoonten



⁽¹⁾ Voor meer informatie over COM-B: Michie S., van Stralen M.M. & West R. (2011). The behaviour change wheel: A new method for characterising and designing behaviour change interventions. Implementation Sci 6, 42.

3. Oplossing

Deze fase is gericht op het beantwoorden van de vraag: wat zijn de **meest relevante interventies**?

Proces

ROL

In deze fase worden de meest relevante gedragsinterventies geïdentificeerd om de hierboven geïdentificeerde barrières te doorbreken.

PRAKTIJK

De interventies die het meest relevant werden geacht voor de bestrijding van (on) netheid werden geselecteerd uit de interventiedatabase Arc-en-Ciel™ (2).



Deze interventies werden vervolgens **samen met de organisatoren van het evenement** verder uitgewerkt tijdens **co-creatiewerkshops** (3), om tot oplossingen te komen die niet alleen relevant maar ook concreet zijn en rekening houden met de realiteit ter plaatse.

PRODUCT

De volgende pagina's bevatten **gedragsinterventies** voor elk van de drie doelgedragingen. Deze worden vervolgens vertaald naar concrete oplossingen.

GEDRAGSINTERVENTIES

De database Arc-en-Ciel™ (2) bestaat uit **66 specifieke interventies voor milieuvriendelijk gedrag**. Deze interventies zijn gebaseerd op bijdragen uit de gedragswetenschappen, die robuuste interventies hebben geïdentificeerd om (on)netheid tegen te gaan. De database Arc-en-Ciel maakt het mogelijk om de juiste interventies te kiezen in functie van de barrières die doorbroken moeten worden, om zo de kansen te verhogen om het(de) doelgedrag(en) aan te moedigen.

Deze interventies zijn gegroepeerd in **8 strategieën** en zijn geselecteerd op basis van het type barrière dat moet worden doorbroken. Deze strategieën zijn:

- Informeren
- Vereenvoudigen
- Stimuleren
- Aanzetten
- Opleiden
- Plannen
- Beïnvloeden
- Overtuigen



(2) Onze Arc-en-Ciel interventiedatabase™ (66 interventies ingedeeld in 8 strategieën) is aangepast voor milieuvriendelijk gedrag met de steun van het Centre for Behaviour Change van het University College London.

(3) Er werden twee workshops gehouden op 10 en 14 juni van 9:30 tot 12:30 uur. Ze werden bijgewoond door: Mathieu Bogaerts (BME), Eddy Nys (Stad Brussel), Dimitri Claes (visit.brussels), Evert Dams (ANB Operationele dienst, Lysiane Dernelle en Axelle Gros (ABP), Jean-Philippe Remy (Bib'z) Aurore Van Bogaert en Hélène Vossen (FP), Carine Verstraeten (Syndicat d'initiatives 20km), Sarah Vandewyer (Egérie Research), en Mira Toumi, Julia Terlet en Sebastian Cuturi (Behaven).

Doelgedrag #1

Het sorteerbeheer reorganiseren (ruimte, infrastructuur, enz.) voor, tijdens en na het evenement

#1 : Analyse

Doelgedrag: Het sorteerbeheer reorganiseren (ruimte, infrastructuur, enz.) voor, tijdens en na het evenement

De analysefase identificeerde de volgende barrières van **materiële opportuniteit (<MO)**:

<MO Gebrek aan tijd en budget

Gebrek aan tijd en budget behoren tot de belangrijkste barrières voor goed afvalbeheer door organisatoren van evenementen. De kosten, vooral die voor het huren en opzetten van de infrastructuur, worden als te hoog beschouwd.

Bron(nen): [Literatuur](#) [Interview](#)

<MO Personeelstekort

Het tekort aan personeel is ook een rem, of het nu gaat om vrijwilligers, ophalers of mensen die alleen verantwoordelijk zijn voor de netheid van het evenement. Meer specifiek bleek uit de interviews dat er een gebrek is aan "een persoon die verantwoordelijk is voor de globale strategie, met een globale visie".

[Literatuur](#) [Interview](#)

<MO Gebrek aan gemak

Afvalbeheer en -sortering tijdens evenementen wordt door organisatoren in het algemeen als niet erg geschikt of praktisch ervaren. De geïnterviewden spraken in het bijzonder over infrastructuren die niet aangepast waren aan de behoeften van de deelnemers, het gebrek aan organische compost en operationele diensten die niet aangepast waren.

[Literatuur](#) [Interview](#)

<MO Moeite met het vinden van 'duurzame' leveranciers en locaties

Volgens de wetenschap is het voor organisatoren soms moeilijk om geschikte leveranciers te vinden die in overeenstemming zijn met hun milieuwaarden. Voor de geïnterviewde organisatoren waren het vooral organisatorische beperkingen, budget of de 'look & feel' van de locatie die hen ervan weerhielden te kiezen voor duurzame locaties of leveranciers (bijv. foodtrucks).

[Literatuur](#) [Interview](#)

<MO Gebrek aan instructie over afval en sortering

Als de instructies niet duidelijk genoeg zijn, kan het voor organisatoren moeilijk zijn om te bepalen welk afval tijdens evenementen moet worden beheerd. Sommige geïnterviewden legden uit dat er vaak geen rekening wordt gehouden met afval dat ontstaat bij de organisatie van het evenement, zoals bij de opbouw of catering.

[Literatuur](#) [Interview](#)

<MO Gebrek aan meetsysteem

Andere barrières van materiële opportuniteit die door de geïnterviewde organisatoren werden vermeld, waren het gebrek aan meting van de resultaten na het evenement, waardoor het onmogelijk was om de doeltreffendheid van de beheersstrategie te bepalen, en de onmogelijkheid om de doeltreffendheid van het sorteersysteem te meten voor het evenement, voordat het werd ingevoerd.

[Interview](#)

#1 : Analyse

Doelgedrag: Het sorteerbeheer reorganiseren (ruimte, infrastructuur, enz.) voor, tijdens en na het evenement

De analysefase identificeerde de volgende barrières van **sociale opportuniteit (<SG)**:

<SO Variabele relaties

De relatie met de operator is volgens de organisatoren "op verschillende niveaus", d.w.z. dat de relaties met de personeelsleden op het terrein niet dezelfde zijn als met de contactteams op kantoor, of met de reinigingsteams (met wie de relaties soms beter zijn). Soms komen de beloften van de contactteams niet overeen met de realiteit op het terrein.

Literatuur

< SO Gebrek aan coördinatie en communicatie

Het gebrek aan coördinatie en communicatie tussen de verschillende spelers is ook een rem voor goed afvalbeheer. Voor de geïnterviewde organisatoren komt dit tot uiting in de moeilijkheid om te communiceren met de netheidsactoren. Communicatie kan ook moeilijk zijn wanneer de leidende teams niet achter de duurzaamheidsinspanningen staan, en het is ook moeilijk om alle teams erbij te betrekken en informatie aan iedereen door te geven.

Literatuur

<SO Inspanningen niet zichtbaar of slecht ervaren

Inspanningen om afval te beheren kunnen soms negatief worden ervaren door het publiek, voornamelijk door een gebrek aan communicatie. Voor de geïnterviewde organisatoren verhindert dit gebrek aan communicatie dat de inspanningen zichtbaar worden gemaakt en gewaardeerd door het publiek.

Literatuur

#1 : Analyse

Doelgedrag: Het sorteerbeheer reorganiseren (ruimte, infrastructuur, enz.) voor, tijdens en na het evenement

De analysefase identificeerde de volgende barrières van **psychologische capaciteit (<PC)** en **doordachte motivatie (<DM)**:

<PC Psychologische belasting

Organisatoren hebben een zware mentale werkbelasting, waardoor ze niet genoeg psychologische ruimte hebben om na te denken over afvalbeheer, vooral wanneer zich andere dringende situaties voordoen.

Literatuur 

<PC Gebrek aan kennis over sortering en de gevolgen van niet-sorteren

Wetenschappelijke studies tonen aan dat sommige organisatoren te weinig kennis hebben over afvalsortering, het belang en de gevolgen ervan, wat hen niet aanmoedigt om inspanningen te leveren op het vlak van afvalbeheer. Voor de geïnterviewde organisatoren ligt de moeilijkheid eerder in het anticiperen op het consumptieafval dat het publiek meebrengt naar het evenement.

Literatuur 

<PC Gebrek aan besef van de uitgeoefende invloed

Wetenschappelijk onderzoek toont aan dat sommige organisatoren van evenementen zich niet bewust zijn van de invloed die ze uitoefenen op het publiek. Toch is de perceptie van de milieu-inspanningen van een organisatie een van de belangrijkste factoren die het gedrag van het publiek beïnvloeden. Als deelnemers zien dat de organisatie een echte afvalbeheerstrategie heeft, zullen ze zelf ook de nodige inspanningen leveren.

Literatuur 

<DM Vooroordelen over de belanghebbenden

Uit de interviews leerden we dat de organisatoren soms vooroordelen hebben over hoe het publiek en externe interveniënten omgaan met afval. Deze vooroordelen kunnen hen demotiveren in hun inspanningen.

Literatuur 

#1 : Oplossing

Doelgedrag: Het sorteerbeheer reorganiseren (ruimte, infrastructuur, enz.) voor, tijdens en na het evenement

Om deze barrières aan te pakken, hebben we 3 relevante en wetenschappelijk bewezen **gedragsinterventies** geïdentificeerd uit de database Arc-en-Ciel™

INFORMATIE-interventie

1. Een gids en operationeel plan voor de organisatoren opmaken

PLANNINGsinterventie

2. Een gemeenschappelijk charter opmaken en een indicator voor prestatie monitoring aanmaken

VEREENVOUDIGINGsinterventie

3. ANB- en FP-teams met aangepaste werktijden samenstellen, die zich bezighouden met afvalbeheer op evenementen

#1 : Oplossing – INFORMATIE-interventie

Doelgedrag: Het sorteerbeheer reorganiseren (ruimte, infrastructuur, enz.) voor, tijdens en na het evenement

Locatie: Evenementen

Doelgroep: Organisatoren, externe interveniënten, operatoren

Afval: van consumptie, installatie

Een gids en operationeel plan voor de organisatoren opmaken

| Wat de organisator moet... | ...doen | ...denken | ...voelen |
|----------------------------|---|---|--|
| | <i>De organisator downloadt en leest een gids, die regelmatig wordt bijgewerkt, met specifieke informatie over netheidsbeheer.</i> | <i>De organisator is van mening dat deze gids de identificatie van de te leveren inspanningen, de belangrijkste contactpersonen en de aan de organisatie verbonden risico's verduidelijkt en vereenvoudigt.</i> | <i>De organisator voelt zich opgelucht en zelfverzekerd, maar ook geïnformeerd en geresponsabiliseerd.</i> |
| In de praktijk | <p>WAT</p> <ul style="list-style-type: none">• De behoeften van organisatoren identificeren en hieraan voldoen door middel van een PDF-gids die aan hen zal worden verstrekt• Met aanbevelingen om vast te leggen: de verantwoordelijke persoon, het contactpunt, de coördinatoren ter plaatse die terreinexpertise kunnen leveren, de beschikbare infrastructuur en diensten, een toelichting van de kalenders en een raming van de tarieven van de vereiste infrastructuur, en het personeel ter plaatse• Inclusief 'best practices', vergezeld van een lijst met bestaande alternatieven voor de voorgestelde oplossingen• En regelmatig bijgewerkt indien nodig <p>WIE</p> <ul style="list-style-type: none">• FP/ANB/Leefmilieu Brussel (LB), met feedback van de organisatoren, leveranciers en terreinoperatoren <p>WANNEER</p> <ul style="list-style-type: none">• Aan het begin van het jaar <p>WAAR</p> <ul style="list-style-type: none">• Gekoppeld aan het charter, verzonden wanneer het evenement wordt aangevraagd | | |

#1 : Oplossing - PLANNINGsinterventie

Doelgedrag: Het sorteerbeheer reorganiseren (ruimte, infrastructuur, enz.) voor, tijdens en na het evenement

Locatie: Evenementen

Doelgroep: Organisatoren, externe interveniënten, operatoren

Afval: van consumptie, installatie

Een gemeenschappelijk charter opstellen en een indicator voor prestatie monitoring creëren

| Wat de organisator moet... | ...doen | ...denken | ...voelen |
|----------------------------|--|--|--|
| | <i>Naast een reglement schrijven en ondertekenen de organisator en partners samen een intentieverklaring om hun prestaties op te volgen.</i> | <i>De organisatie is van mening dat hij nu duidelijk de impact van zijn inspanningen kan meten en weet dat hij bestraft kan worden als hij het charter niet naleeft.</i> | <i>Het lezen en ondertekenen van het charter zorgt ervoor dat de organisator zich wil inspannen. Hij heeft het gevoel dat zijn inspanningen beloond zullen worden en dat maakt doet hem plezier,</i> |
| In de praktijk | <p>WAT</p> <ul style="list-style-type: none">• Opstellen en definiëren van prestatie-indicatoren (KPI's) (bijv. aantal deelnemers, gewicht van het afval)• Definitie van een gemeenschappelijke doelstelling (bijv. procentuele vermindering van het afval, verbeterde sortering, nulafval, enz.)• Uitleg van de verantwoordelijkheden van elke speler• Ruimte voor evolutieve verbetering - met KPI's die aan elk evenement kunnen worden aangepast• Audit uit te voeren met de hulp van een verantwoordelijke persoon• Ontwikkeling van een verantwoordelijkheidslabel en verdeling van badges om betrokkenheid en verbetering bekend te maken• Sancties bij het niet-nakomen van verplichtingen• Identiek charter voor het hele Brussels gewest <p>WIE</p> <ul style="list-style-type: none">• FP/ANB/BL met de organisatoren en andere partners <p>WANNEER</p> <ul style="list-style-type: none">• Follow-up voor, tijdens en na de evenemентаanvraag <p>WAAR</p> <ul style="list-style-type: none">• In de bestekken | | |

#1 : Oplossing - VEREENVOUDIGINGSinterventie

Doelgedrag: Het sorteerbeheer reorganiseren (ruimte, infrastructuur, enz.) voor, tijdens en na het evenement

Locatie: Evenementen

Doelgroep: Organisatoren, externe interveniënten, operatoren

Afval: van consumptie, installatie

ANB- en FP-teams met flexibele werktijden opzetten die zich bezighouden met het afvalbeheer op evenementen

| Wat de organisator moet... | ...doen | ...denken | ...voelen |
|----------------------------|--|--|--|
| | <i>De organisator doet voor en tijdens het evenement een beroep op het speciale team of de persoon die verantwoordelijk is voor de organisatie van het evenement.</i> | <i>De organisator weet zich gesteund door een flexibel en snel reagerend team.</i> | <i>De organisator voelt zich gehoord en gesteund in zijn inspanningen.</i> |
| In de praktijk | <p>WAT</p> <ul style="list-style-type: none">• Een gespecialiseerd team (van ophalers) met een globale strategie, waarvan ten minste één lid vertrouwd is met de taal van evenementen, en van wie er één het aanspreekpunt voor organisatoren zal zijn - een team dat zal worden gevormd door Eddy en Jean-Phi?• Een flexibel en aanpasbaar team; de middelen moeten worden beheerd in overeenstemming met de context van de evenementen, de werktijden moeten worden aangepast aan de behoeften van de evenementen en bijvoorbeeld 's avonds het van de reinigingsteams oversnemen.• Dit team moet integraal deel uitmaken van het evenement, bijv. kostuums, accessoires, zichtbaarheid, enz.• Om dit team te motiveren, moeten we 1) afvalbeheer aantrekkelijker maken en 2) hun rol waarderen en hen feliciteren/belonen voor hun inspanningen (bv. met aangepaste werktijden en bonussen, positieve feedback).• Aanpassing van bestaande teams van de gemeenten en van de weg na de komst van dit nieuwe team <p>WIE</p> <ul style="list-style-type: none">• FP/ANB/LB/Kabinet <p>WANNEER</p> <ul style="list-style-type: none">• Het hele jaar door | | |

#1 : Oplossing - Concreet

Doelgedrag: Het sorteerbeheer reorganiseren (ruimte, infrastructuur, enz.) voor, tijdens en na het evenement

Dit heeft geleid tot de volgende concrete oplossingen:

Guidance Praktische gids voor organisatoren

Verstrekken van een praktische gids over netheidsbeheer bij evenementen door de verschillende interveniënten (FP/ANB/LB).

Deze gids zal afvalbeheer gemakkelijker maken voor de organisatoren en de dialoog tussen de actoren vergemakkelijken, in het bijzonder door een lijst van coördinatoren en contactpersonen voor elk evenement te verstrekken.

Deze gids kan ook dienen als basis voor uitwisselingen om het delen van beste praktijken te verbeteren.

Guidance Inzet van de organisatoren

Ondertekening van een netheidscharter met daarin de verantwoordelijkheden van elke actor, inclusief verwante actoren en privé-inrichtingen.

Dit charter zou een gemeenschappelijke doelstelling definiëren en de componenten van de prestatie-indicatoren (KPI's), zoals het aantal bezoekers, het gewicht van het ingezamelde afval, enz. om de inspanningen van elk evenement van jaar tot jaar op te volgen.

Dit zou evenementen in staat stellen om de impact van hun netheidsmaatregelen beter te beoordelen, waardoor het gemakkelijker wordt om ze van jaar tot jaar te verbeteren.

Guidance Inzet van de organisatoren

Invoering van instrumenten om de naleving van het charter aan te moedigen en te motiveren.

Om een significante impact te hebben, is het belangrijk dat een meerderheid van de evenementen aansluit bij de gemeenschappelijke inspanningen.

Daarom zou de ondertekening van het charter kunnen worden aangemoedigd door middel van een evaluatie en audit die zou leiden tot sancties voor de niet-naleving van de clausules van de netheidsverbintenis (bv. weigering van toekomstige evenementen), of tot beloningen voor goed beheer van evenementen (bv. netheidslabel).

#1 : Oplossing - Concreet

Doelgedrag: Het sorteerbeheer reorganiseren (ruimte, infrastructuur, enz.) voor, tijdens en na het evenement

Dit heeft geleid tot de volgende concrete oplossingen:

Dienstverlening Specialisatie van de netheids- teams

Oprichting van een gespecialiseerd team met een globale strategie, gewijd aan en opgeleid in afvalbeheer tijdens evenementen, en met aangepaste werktijden ('s avonds en in het weekend).

Het specifieke team zou de mentale belasting van de organisatoren kunnen verlichten en als brug fungeren tussen de organisatoren en de andere spelers die betrokken zijn bij netheid, met name door de aanpassing van bepaalde diensten aan de context van het evenement te vergemakkelijken.

Dienstverlening Coördinatie met wegenteams

De fakkel doorgeven aan de reinigingsteams, zodat het (avond)evenement zonder afval van start kan gaan.

Dit is des te belangrijker voor avondevenementen, omdat een toch al vuile locatie tot meer afval leidt. Het zou het voor deelnemers ook gemakkelijker maken om het juiste gebaar te stellen, omdat ze niet verhinderd zouden worden door overvolle en onbruikbare afvalbakken.

Communicatie Waardering en beloning van het werk van de netheids- teams

Het werk van onze netheidsteams waarderen.

Dit moet gebeuren tijdens het evenement door communicatie over de geleverde inspanningen en na het evenement door financiële beloningen.

Door hen te waarderen zou het afvalbeheer kunnen worden 'opgewaarderd' om het publiek aan te moedigen om de inspanningen van de ploegen te respecteren en te steunen.

Doelgedrag #2

Het publiek aanmoedigen om zijn afval correct te sorteren

#2: Analyse

Doelgedrag: Het publiek aanmoedigen om zijn afval correct te sorteren

De analysefase identificeerde de volgende barrières van **materiële (<MG)** en **sociale (<SG)** opportuniteit:

<MO Gebrek aan sorteerinstructies

Volgens de wetenschap verhindert een gebrek aan instructies dat het publiek goed sorteergedrag aanneemt, vooral wanneer er al een gebrek aan kennis is over het sorteersysteem.

Bron(nen) : Literatuur

<MO Gebrek aan vuilnisbakken, volle bakken of slecht aangepaste bakken

Het gebrek aan vuilnisbakken, of de aanwezigheid van vuilnisbakken die te vol zijn, is een van de grootste barrières voor het publiek om te sorteren tijdens evenementen. Daar komt nog bij dat transparante bakken verwarrend kunnen zijn omdat ze er hetzelfde uitzien en moeilijk te onderscheiden zijn.

Literatuur

<MO Problematische bewegwijzering

Volgens de interviews is de bewegwijzering naar vuilnisbakken soms moeilijk te zien als er veel mensen zijn of als het donker is. Een gebrek aan bewegwijzering of een gebrek aan kennis van de bewegwijzering, bijvoorbeeld door de gebruikte taal, is ook een probleem.

Literatuur

<SO Groepseffect en sociale normen

Het niet-sorteren van afval en vervuilend gedrag kan verergerd worden als mensen de indruk hebben dat de mensen om hen heen geen moeite doen. Deze indruk kan ontstaan door het observeren van vervuilend gedrag of zelfs door de zichtbaarheid van afval op de grond. Een vuile plek zal daarom de neiging hebben om vervuiling aan te moedigen.

Literatuur

#2: Analyse

Doelgedrag: Het publiek aanmoedigen om zijn afval correct te sorteren

De analysefase identificeerde de volgende barrières van **psychologische capaciteit (<PC)** en **doordachte motivatie (<DM)**:

<PC Gebrek aan kennis over sorteren en de gevolgen van niet-sorteren

Wetenschappelijke studies tonen aan dat het publiek soms onvoldoende kennis heeft over sorteren, het belang en de gevolgen ervan, wat hen niet aanmoedigt om inspanningen te leveren op het gebied van afvalbeheer.

Literatuur

< PC Gebrek aan kennis over de bestaande sorteersystemen

Een gebrek aan kennis over afvalsortering beperkt de implementatie van dit gedrag. In de context van Brusselse evenementen is het soms moeilijk voor toeristen of deelnemers uit andere gewesten om het bestaande systeem te begrijpen (bijvoorbeeld het gebruik van composteerbare borden).

Literatuur **Bevragen**

< DM Gebrek aan gehechtheid aan de plaats

De wetenschap toont aan dat mensen die thuis hun afval sorteren, dat niet noodzakelijk ook doen in andere omgevingen. Dit wordt deels verklaard door een gebrek aan gehechtheid aan de plek waar ze zich bevinden.

Literatuur

<DM Verspreiding van verantwoordelijkheid

Het publiek heeft de neiging om geen verantwoordelijkheid te nemen voor het beheer van openbare netheid door deze verantwoordelijkheid door te schuiven naar de organisatoren van evenementen. Dit beperkt hun mogelijkheden om goed gedrag te implementeren.

Literatuur

#2: Oplossing

Doelgedrag: Het publiek aanmoedigen om zijn afval correct te sorteren

Om deze barrières aan te pakken, hebben we **8** relevante en wetenschappelijk bewezen **gedragsinterventies** uit de database Arc-en-Ciel^{MT} geïdentificeerd, gedefinieerd en geëvalueerd met belanghebbenden:

INFORMATIE-interventie

1. Deelnemers aan evenementen informeren over hoe hun afval te sorteren

VEREENVOUDIGINGsinterventie

2. Informeren over de locatie van de dichtstbijzijnde afvalbakken

BEÏNVLOEDINGsinterventies

3. Een gevoel van erbij horen en gehechtheid aan de plek creëren
4. Bezoekers helpen sorteren dankzij vrijwilligers

STIMULATIE-interventies

5. Op locatie spelletjes of wedstrijden organiseren om goed sorteren aan te moedigen
6. Positieve feedback geven over het correct sorteren van afval

OVERTUIGINGsinterventies

7. Inspelen op de afkeer van verlies van bezoekers door een statiegeldsysteem op te zetten
8. De voordelen van sorteren en de waarde van gerecycleerde producten benadrukken

#2 : Oplossing – INFORMATIE-interventie

Doelgedrag: Het publiek aanmoedigen om zijn afval correct te sorteren

Locatie: Evenementen

Publiek: Bezoekers

Afval: van consumptie

Deelnemers aan evenementen informeren over hoe hun afval te sorteren

| Wat de organisator moet... | ...doen | ...denken | ...voelen |
|----------------------------|---|---|--|
| | <i>Bezoekers moeten te allen tijde gemakkelijk toegang hebben tot de informatie over de sorteermogelijkheden (bv. nieuwe blauwe zak) en moeten de sorteeractie kunnen uitproberen tijdens het evenement.</i> | <i>Bezoekers moeten het gevoel hebben dat sorteren gemakkelijk is, dat de bewegwijzering duidelijk is en dat ze alle informatie hebben die ze nodig hebben om goed te sorteren.</i> | <i>Bezoekers moeten zich betrokken voelen bij het sorteren en zich betrokken voelen bij een belangrijk doel. Ze moeten plezier beleven aan het sorteren en het niet als een last zien.</i> |
| In de praktijk | <p>WAT</p> <ul style="list-style-type: none">• Sorteervuilnisbakken en restafvalvuilnisbakken met een kleurcode. Indien mogelijk, altijd dezelfde eilandjes gebruiken met vergelijkbare zakken (om uniformiteit tussen de evenementen te behouden).• Duidelijke bewegwijzering voor buitenlanders (afbeeldingen van afval, minder tekst), informatie 's nachts zichtbaar, fosforescerend en volgens een uniform grafisch charter ,• In geval van twijfel voorstellen dat mensen hun afval bij het restafval doen om contaminatie te voorkomen. <p>WIE</p> <ul style="list-style-type: none">• Organisatoren, ANB/ophalers, LB, gemeenten <p>WANNEER</p> <ul style="list-style-type: none">• Voor, tijdens en na het evenement (inspanningen in de kijker zetten) <p>WAAR</p> <ul style="list-style-type: none">• Op de plaats van het evenement: communicatie op ooghoogte of hoger zodat het van een afstand kan worden gezien, geplaatst op sleutellocaties qua passage• Gebruik van schermen (bijv. bij podia), informatie verstrekt door artiesten, foodtrucks, enz. en op sociale media | | |

#2: Oplossing - VEREENVOUDIGINGSinterventie

Doelgedrag: Het publiek aanmoedigen om zijn afval correct te sorteren

Locatie: Evenementen

Publiek: Bezoekers

Afval: van consumptie

Informereren over de locatie van de dichtstbijzijnde vuilnisbakken

| Wat de organisator moet... | ...doen | ...denken | ...voelen |
|----------------------------|--|---|---|
| | <i>De bezoekers kunnen de locatie van de vuilnisbakken en sorteereilanden op het evenement gemakkelijk herkennen.</i> | <i>De bezoekers denken dat de dichtstbijzijnde afvalbak snel, gemakkelijk en moeiteloos te vinden is.</i> | <i>De bezoekers vertrouwen erin en zijn opgelucht omdat ze weten dat ze minder moeite hoeven te doen.</i> |
| In de praktijk | <p>WAT</p> <ul style="list-style-type: none">Eenvoudige visuals die iedereen kan begrijpen, aan te passen voor het evenementEr zijn verschillende formaten mogelijk: borden, vlaggen, mobiele apps die naar vuilnisbaklocaties leiden. Grondmarkeringen vanwege het vuil en de menigte vermijden. <p>WIE</p> <ul style="list-style-type: none">Organisatoren, ANB/ophalers, LF, gemeenten - voor de bezoekers en vrijwilligers die het publiek helpen begeleiden <p>WANNEER</p> <ul style="list-style-type: none">Voor en tijdens het evenement <p>WAAR</p> <ul style="list-style-type: none">Bij de ingang van het evenement, op het terrein tussen de vuilnisbakken | | |

#2: OPLOSSING - BEÏNVLOEDINGsinterventies

Doelgedrag: Het publiek aanmoedigen om zijn afval correct te sorteren

Locatie: Evenementen

Publiek: Bezoekers

Afval: van consumptie

Een gevoel van erbij horen en gehechtheid aan de plek creëren

| Wat de organisator moet... | ...doen | ...denken | ...voelen |
|----------------------------|--|---|---|
| | <i>De bezoekers maken zich de locatie eigen en respecteren de netheidsregels door hun eigen afval en dat van anderen op te rapen. Ze geven het voorbeeld aan de andere deelnemers.</i> | <i>De bezoekers denken dat afval van hen is en dat het hun verantwoordelijkheid is "het is mijn/ons afval".</i> | <i>De bezoekers zijn gehecht aan de evenementenlocatie en voelen zich er 'thuis' en zijn daarom verantwoordelijk voor de netheid van de locatie, hun afval en de impact ervan. Ze vinden het fijn om een evenement te beschermen dat ze als hun eigen evenement beschouwen.</i> |
| In de praktijk | <p>WAT</p> <ul style="list-style-type: none">• Berichten die het idee van familie, gemeenschap of thuis overbrengen• Communicatie via artiesten, handelaars, foodtrucks, met termen als 'ons', 'ons evenement', 'onze stad', 'ons festival', enz. <p>WIE</p> <ul style="list-style-type: none">• Organisatoren, met de hulp van alle betrokkene actoren bij het evenement <p>WANNEER</p> <ul style="list-style-type: none">• Voor, tijdens en na (waardering van inspanningen) het evenement <p>WAAR</p> <ul style="list-style-type: none">• Op het evenement en online | | |

#2: OPLOSSING - BEÏNVLOEDINGsinterventies

Doelgedrag: Het publiek aanmoedigen om zijn afval correct te sorteren

Locatie: Evenementen

Publiek: Bezoekers

Afval: van consumptie

Bezoekers helpen sorteren dankzij vrijwilligers

| Wat de organisator moet... | ...doen | ...denken | ...voelen |
|----------------------------|---|---|---|
| | <i>De bezoekers wenden zich tot vrijwilligers om de sorteerregels te leren en te begrijpen of om hun vragen in de buurt van de vuilnisbakken te beantwoorden.</i> | <i>De bezoekers worden geholpen om de juiste sorteergewoonten aan te nemen.</i> | <i>De bezoekers zijn gerustgesteld en voelen zich zelfverzekerd over wat ze doen.</i> |
| In de praktijk | <p>WAT</p> <ul style="list-style-type: none">• Indien mogelijk een vrijwilliger als 'aanspreekpunt' voor elke vuilnisbak aanstellen, om de bezoekers te helpen om hun afval goed te sorteren en hen te herinneren aan de sorteerregels voor hun afval.• Het is belangrijk dat bezoekers gewoon worden begeleid en dat ze zelf de sorteerhandelingen stellen om te voorkomen dat ze geresponsabiliseerd worden• Het gebaar moet altijd van bezoekers komen• Ervoor zorgen dat vrijwilligers de bezoekers vriendelijk bejegenen en het publiek opnieuw enthousiast maken <p>WIE</p> <ul style="list-style-type: none">• Vrijwilligers, herkenbaar aan hun onderscheidende tekens <p>WANNEER</p> <ul style="list-style-type: none">• Tijdens evenementen <p>WAAR</p> <ul style="list-style-type: none">• Op de plaats van het evenement | | |
| | | | |

#2: Oplossing - STIMULATIE-interventies

Doelgedrag: Het publiek aanmoedigen om zijn afval correct te sorteren

Locatie: Evenementen

Publiek: Bezoekers

Afval: van consumptie

Op locatie spelletjes of wedstrijden organiseren om goed sorteren aan te moedigen

| Wat de organisator moet... | ...doen | ...denken | ...voelen |
|----------------------------|--|---|---|
| | <i>De bezoekers kunnen de spellen en activiteiten uitproberen die tijdens het evenement zijn opgezet en leren te sorteren en het goede gebaar automatiseren</i> | <i>De bezoekers beseffen dat sorteren gemakkelijk is.</i> | <i>De bezoekers zijn vertrouwd met de sorteeregels en hebben plezier in het sorteren.</i> |
| In de praktijk | <p>WAT Het spel kan verschillende vormen aannemen:</p> <ul style="list-style-type: none">• Een afvalteller of een sorteereiland met een geïntegreerde weegschaal plaatsen• Quizzen organiseren over de netheidsregels en afvalsorteringsregels• Een tent voorzien waar men kan afval naar kan terug brengen in ruil voor drankjetons• Sorteervedstrijden voor kinderen organiseren (wie zijn afval het snelst sorteert). <p>WIE</p> <ul style="list-style-type: none">• Organisatoren en bezoekers ondersteund door vrijwilligers <p>WANNEER</p> <ul style="list-style-type: none">• Voor en tijdens het evenement <p>WAAR</p> <ul style="list-style-type: none">• Op de plaats van het evenement en gepromoot op sociale media | | |

#2: Oplossing - STIMULATIE-interventies

Doelgedrag: Het publiek aanmoedigen om zijn afval correct te sorteren

Locatie: Evenementen

Publiek: Bezoekers

Afval: van consumptie

Positieve feedback geven bij correct sorteren

| Wat de organisator moet... | ...doen | ...denken | ...voelen |
|----------------------------|--|---|--|
| | <i>De bezoekers respecteren de afvalsorteerregels tijdens het evenement.</i> | <i>De bezoekers denken dat sorteren belangrijk is en dat ze goede acties kunnen ondernemen.</i> | <i>De bezoekers zijn dankbaar dat er rekening wordt gehouden met hun inspanningen en zijn trots dat ze sorteren. Ze nemen verantwoordelijkheid voor hun acties en voelen zich verbonden met de andere deelnemers door hun gezamenlijke inspanningen.</i> |
| In de praktijk | <p>WAT</p> <ul style="list-style-type: none">• De bezoekers feliciteren met hun inspanningen via bewegwijzering of vrijwilligers: "bedankt voor je inspanningen, bedankt voor je hulp om dit evenement schoon te houden".• Communiceren over de resultaten van het gesorteerde afval en de kwaliteit van de uitgevoerde sortering door alle bezoekers na afloop van het evenement <p>WIE</p> <ul style="list-style-type: none">• Organisatoren (voor communicatie) en vrijwilligers <p>WANNEER</p> <ul style="list-style-type: none">• Tijdens het evenement door beelden te delen van de goede gebaren van de bezoekers en na het evenement door de geleverde inspanningen te feliciteren. <p>WAAR</p> <ul style="list-style-type: none">• Website, sociale media, pers. In de buurt van vuilnisbakken en bij de uitgang van het evenement | | |

#2: Oplossing - OVERTUIGINGSinterventies

Doelgedrag: Het publiek aanmoedigen om zijn afval correct te sorteren

Locatie: Evenementen

Publiek: Bezoekers

Afval: van consumptie

Inspelen op de aversie van bezoekers tegen verlies door een statiegeldsysteem op te zetten

| Wat de organisator moet... | ...doen | ...denken | ...voelen |
|----------------------------|--|--|--|
| | <i>De bezoekers geven een geldbedrag af aan het begin van het evenement bij het statiegeldpunt om vaatwerk (of ander materiaal) te kunnen gebruiken tijdens het evenement.</i> | <i>De bezoekers zijn verantwoordelijk voor het in goede staat houden en niet weggooien van de items om het bedrag dat ze bij aanvang van het evenement hebben afgegeven, terug te krijgen.</i> | <i>De bezoekers zijn bang om het geld te verliezen dat ze hebben afgegeven om het materieel te gebruiken</i> |
| In de praktijk | <p>WAT</p> <ul style="list-style-type: none">• Invoering van een statiegeldsysteem: bijv. voor bekers <p>WIE</p> <ul style="list-style-type: none">• Organisatoren, foodtrucks, handelaars <p>WANNEER</p> <ul style="list-style-type: none">• Vanaf het begin van het evenement <p>WAAR</p> <ul style="list-style-type: none">• In de buurt van de cateringpunten, andere punten waar items met statiegeld kunnen worden teruggegeven in de buurt van de uitgang van het evenement voorzien. | | |

#2: Oplossing - OVERTUIGINGSinterventies

Doelgedrag: Het publiek aanmoedigen om zijn afval correct te sorteren

Locatie: Evenementen

Publiek: Bezoekers

Afval: van consumptie

De voordelen van sortering en de waarde van gerecycleerde producten benadrukken

| Wat de organisator moet... | ...doen | ...denken | ...voelen |
|----------------------------|--|--|---|
| | <p><i>De bezoekers worden vóór het evenement geïnformeerd over de sorteerspanningen van het evenement.</i></p> <p><i>Ze krijgen toegang tot het programma van de verschillende georganiseerde workshops en de beschrijving van de tentoongestelde objecten online en bij de ingang van het evenement.</i></p> | <p><i>De bezoekers begrijpen en zijn overtuigd van de waarde en het nut van sortering.</i></p> | <p><i>De bezoekers voelen zich nuttig en zijn trots op hun sorteeracties.</i></p> |
| In de praktijk | <p>WAT</p> <ul style="list-style-type: none">• Organisatie van (artistieke) valorisatieworkshops tijdens evenementen, met uitleg over bepaalde transformatieprocessen (bijv. hoe maak je kleren van plastic flessen?) of tentoonstellingen van voorwerpen of kunst gemaakt van afval. <p>WIE</p> <ul style="list-style-type: none">• Artiesten, beheerd door organisatoren en/of vrijwilligers <p>WANNEER</p> <ul style="list-style-type: none">• Voorwerpen en initiatieven zoeken vóór het evenement, tentoonstelling tijdens het evenement <p>WAAR</p> <ul style="list-style-type: none">• Zone van het evenement gewijd aan workshops en tentoonstellingen | | |

#2: Oplossing - Concreet

Doelgedrag: Het publiek aanmoedigen om zijn afval correct te sorteren

Dit heeft geleid tot de volgende concrete oplossingen:

Guidance

Bewegwijzering op de locatie van het evenement

Organisatie van de bewegwijzering voor evenementen om het juiste gebaar makkelijker te maken

Dit kan bijvoorbeeld door de sorteerregels weer te geven op visuele hulpmiddelen (die 's nachts zichtbaar zijn), door borden of vlaggen te gebruiken om de dichtstbijzijnde vuilnisbakken te helpen aangeven, of door een uniform grafisch charter te maken voor alle evenementen.

Zo weten de deelnemers waar en hoe ze afval moeten sorteren op het evenement.

Communicatie

Digitale en informatieve informatie over sortering voor het publiek

Communiceren over sorteren en afvalvermindering op schermen en in audio.

Het is vooral belangrijk om te communiceren over de inspanningen van het evenement om afval te verminderen, aangezien deelnemers hun gedrag aanpassen aan de inspanningen die ze waarnemen.

Het is ook belangrijk om mensen op de meest geschikte momenten te herinneren aan het belang van afvalsortering, zoals op het scherm aan het einde van concerten.

Dienstverlening

Organisatie van educatieve animaties

Informatie geven over de waarde van gerecycleerd afval.

De motivatie om te recyclen kan worden vergroot door kennis over de gevolgen van recyclage.

Het zou daarom nuttig zijn om creatieve workshops en tentoonstellingen te organiseren om gerecycleerd afval onder de aandacht te brengen, of om afvalupcyclingwedstrijden te organiseren om mensen eraan te herinneren hoe belangrijk het is om afval te sorteren.

Certified



Behaven



#2: Oplossing - Concreet

Doelgedrag: Het publiek aanmoedigen om zijn afval correct te sorteren

Dit heeft geleid tot de volgende concrete oplossingen:

**Communicatie
Specifieke berichten
voor
handelaars en
artiesten**

Artiesten en handelaars bij het promoten van sortering.

Handelaars en vooral artiesten kunnen goede boodschappers zijn, vooral vanwege hun invloed op het publiek. Het idee is om autoriteit te gebruiken om mensen aan te moedigen het juiste gebaar te stellen.

Bovendien zou op deze manier communiceren het idee van een gezamenlijke netheidinspanning kunnen benadrukken.

Doelgedrag #3

Meer vrijwilligers aantrekken en motiveren voor en tijdens het evenement

2. Analyse

Doelgedrag: **Meer vrijwilligers aantrekken en motiveren voor en tijdens het evenement**

De analysefase identificeerde de volgende barrières van **materiële (<MG)** en **sociale opportuniteit (<SG)**:

<MO Gratis evenement

Organisatoren van evenementen merken op dat het moeilijker is om vrijwilligers aan te trekken voor gratis evenementen, omdat de beloning niet de toegangsprijs kan zijn.

Bron(nen): **Wikipedia**

<SO Gebrek aan sociale wil

Vrijwilligerswerk is een kans om andere leden van zijn gemeenschap met dezelfde interesses te ontmoeten. Niet iedereen heeft echter hetzelfde verlangen om nieuwe mensen te ontmoeten.

Literatuur

<MO Gebrek aan informatie over mogelijkheden van vrijwilligerswerk

Een van de barrières voor vrijwilligerswerk blijft het gebrek aan informatie over bestaande mogelijkheden, wat zelfs gemotiveerde mensen ervan kan weerhouden om actie te ondernemen.

Literatuur

<SO Geen voorbeelden

Zoals met elk gedrag, als mensen geen voorbeelden van vrijwilligers om zich heen hebben, kan het moeilijker zijn zelf dit gedrag te stellen.

Literatuur

2. Analyse

Doelgedrag: Meer vrijwilligers aantrekken motiveren voor en tijdens het evenement

De analysefase identificeerde de volgende barrières van **doordachte motivatie (<DM)**:

<DM Fluctuerende motivatie

Uit de interviews blijkt dat het soms moeilijk is om vrijwilligers gemotiveerd te houden tijdens het evenement.

Literatuur

<DM Verwachting van beloning

Onderzoek toont aan dat vrijwilligers verwachten gecompenseerd of beloond te worden voor hun inspanningen, omdat hun vrijwilligersactiviteiten financiële kosten (bv. transport) of niet-financiële kosten (bv. tijd) met zich meebrengen.

Literatuur

<DM Zin om meer uit het evenement te halen

Voor sommigen betekent vrijwilligerswerk dat ze niet het meeste uit het evenement kunnen halen, dus melden ze zich niet aan om te helpen.

Literatuur

3. Oplossing

Doelgedrag: Meer vrijwilligers aantrekken en motiveren voor en tijdens het evenement

Om deze barrières aan te pakken, hebben we **3** relevante en wetenschappelijk bewezen **gedragsinterventies** uit de database Arc-en-Ciel™ geïdentificeerd, gedefinieerd en geëvalueerd met de belanghebbenden:

VEREENVOUDIGINGsinterventie

1. Het gemakkelijker maken om zich als vrijwilliger in te schrijven

BEÏNVLOEDINGsinterventie

2. Sociale banden creëren, d.w.z. nieuwe mensen ontmoeten en/of delen met vrienden of collega's

AANMOEDIGINGsInterventie

3. Vrijwilligers belonen op niet-geldelijke manier

3. Oplossing: VEREENVOUDIGINGSinterventie

Doelgedrag: Meer vrijwilligers aantrekken en motiveren voor en tijdens het evenement

Locatie: Evenementen

Publiek: Vrijwilligers

Afval: van consumptie, installatie

Het gemakkelijker maken om zich in te schrijven als vrijwilliger

| Wat de organisator moet... | ...doen | ...denken | ...voelen |
|----------------------------|---|---|--|
| In de praktijk | <p>WAT</p> <ul style="list-style-type: none">Een online platform met een database van mogelijkheden voor eco-vrijwilligerswerk bij toekomstige evenementen in BrusselMet de database kunnen potentiële vrijwilligers hun beschikbaarheidsdata opgeven en worden ze doorverwezen naar de websites van de evenementen, rekening houdend met hun voorkeuren (bv. alleen of met anderen deelnemen, favoriete activiteiten, enz.) De database kan op gemeenteniveau of nationaal niveau worden opgezet. <p>WIE</p> <ul style="list-style-type: none">Samenwerking tussen alle spelers: organisatoren, gemeenten, ANB en LB, FP <p>WANNEER</p> <ul style="list-style-type: none">Voorafgaandelijk aan de evenementen moet het platform het hele jaar door toegankelijk zijn en moet de beschikbaarheidsdatabase regelmatig worden bijgewerkt. <p>WAAR</p> <ul style="list-style-type: none">Online, toegankelijk via verschillende communicatiesupports en gekoppeld aan de evenementensites, en toegankelijk via de sites van andere organisaties | <p><i>De (toekomstige) vrijwilliger denkt dat het gemakkelijk is om het evenement en de taak te kiezen die hem liggen en zich aan te melden als vrijwilliger.</i></p> | <p><i>De (toekomstige) vrijwilliger voelt zich gemotiveerd en wil 'zijn steentje bijdragen' terwijl hij ontdekt wat er achter de schermen van het evenement gebeurt.</i></p> |

3. Oplossing: BEÏNVLOEDINGsinterventie

Doelgedrag: Meer vrijwilligers aantrekken en motiveren voor en tijdens het evenement

Locatie: Evenementen

Publiek: Vrijwilligers

Afval: van consumptie, installatie

| Sociale banden creëren, d.w.z. nieuwe mensen ontmoeten en/of delen | | | |
|--|--|--|---|
| Wat de organisator moet... | ...doen | ...denken | ...voelen |
| | <i>Zich inschrijven als vrijwilliger, alleen of in groep.</i> | <i>De (toekomstige) vrijwilliger moet denken dat vrijwilligerswerk hem in staat zal stellen tijd door te brengen met vrienden of nieuwe mensen te ontmoeten.</i> | <i>Hij moet zich nuttig en geresponsabiliseerd voelen en het gevoel hebben dat hij deel uitmaakt van een geëngageerde mensen.</i> |
| In de praktijk | <p>WAT</p> <ul style="list-style-type: none"> Vrijwilligerswerk kan worden gecombineerd met andere activiteiten (teambuilding met collega's of speeddaten bijvoorbeeld). Ze kunnen worden aangeboden als groepsactiviteiten via andere verenigingen, al dan niet op milieugerelateerd, om de bestaande banden te verstevigen of nieuwe te creëren. Het idee is om vrijwilligerswerk te promoten door het sociale aspect van de activiteit te benadrukken. <p>WIE</p> <ul style="list-style-type: none"> LB, ANB, gemeenten, organisatoren: behoefte aan eenheid tussen de verschillende spelers Het specifieke team zou kunnen instaan voor het promoten van vrijwilligerswerk voor Brusselse evenementen. Organisatoren zouden de mogelijkheden voor vrijwilligerswerk kunnen vermelden wanneer ze het evenement aangeven. <p>WANNEER</p> <ul style="list-style-type: none"> Voor het evenement <p>WAAR</p> <ul style="list-style-type: none"> Op internet | | |

3. Oplossing: AANMOEDIGINGSinterventie

Doelgedrag: Meer vrijwilligers aantrekken motiveren voor en tijdens het evenement

Locatie: Evenementen

Publiek: Vrijwilligers

Afval: van consumptie, installatie

Niet-geldelijke beloningen voor vrijwilligers

| Wat de organisator moet... | ...doen | ...denken | ...voelen |
|----------------------------|--|---|--|
| | <i>De (toekomstige) vrijwilliger zal helpen bij het sorteren op evenementen en om het publiek te sensibiliseren.</i> | <i>Hij moet het gevoel hebben dat hij nuttig is en voor een goed doel werkt, en hij moet terug willen komen om deel te nemen aan toekomstige edities.</i> | <i>Hij moet zich gewaardeerd en gesteund voelen en genieten van het evenement.</i> |
| In de praktijk | <p>WAT</p> <ul style="list-style-type: none">• De vrijwilligers belonen door hen de tijd te geven om ten volle van het evenement te genieten (bv. kortere werktijden) en ervoor zorgen dat ze er plezier in hebben (bv. een maaltijd en een drankje aangeboden aan het einde van elke shift).• De beloning kan ook een verrijkende ervaring zijn na afloop van het evenement, in overeenstemming met hun inspanningen. <p>WIE</p> <ul style="list-style-type: none">• Organisatoren <p>WANNEER</p> <ul style="list-style-type: none">• Tijdens het evenement (bijv. directe beloningen, VIP-toegang tot bepaalde concerten) of na het evenement (bijv. vrijwilligersfeestjes aan het einde van de dag) <p>WAAR</p> <ul style="list-style-type: none">• Tijdens en/of na het evenement | | |

#3: Oplossing - Concreet

Doelgedrag: Meer vrijwilligers aantrekken en motiveren voor en tijdens het evenement

Dit heeft geleid tot de volgende concrete oplossingen:

Dienstverlening
Het gemakkelijker maken om zich in te schrijven en om vrijwilligers te zoeken

Een online platform creëren om zich als vrijwilliger te registreren voor evenementen.

Dit platform zou ook een database van vrijwilligers kunnen bevatten waarmee contact kan worden opgenomen voor opdrachten, zodat werving gemakkelijker wordt. Een alternatief zou zijn om vrijwilligerstabbladen te maken op bestaande websites.

Communicatie
De opportuniteiten van vrijwilligerschap promoten

De vrijwilligersopportuniteiten promoten om het aantal vrijwilligers te verhogen.

De eerste stap zou zijn om mensen naar het nieuwe platform te leiden, in het bijzonder via partnerschappen met andere websites, om informatie te verstrekken op belangrijke momenten (bijv. ticketaankopen) en een maximale betrokkenheid te faciliteren.

Begeleiding
Organisatie van activiteiten van vrijwilligers

Vrijwilligers op vaste posten inzetten, bij voorkeur één vrijwilliger per vuilnisbak, en hen vooraf opleiden.

Een vrijwilliger per vuilnisbak is een van de meest efficiënte manieren om goed sorteren aan te moedigen, omdat het deelnemers helpt om het juiste gebaar te stellen zonder dat ze zich minder verantwoordelijk voelen.

Als dit echter moeilijk is vanwege het kleine aantal vrijwilligers, zou het ook mogelijk zijn om toerbeurten te organiseren zodat deze posten zoveel mogelijk bezet zijn, vooral tijdens drukke perioden (bijv. lunchtijd, het einde van concerten, enz.).

#3: Oplossing - Concreet

Doelgedrag: Meer vrijwilligers aantrekken en motiveren voor en tijdens het evenement

Dit heeft geleid tot de volgende concrete oplossingen:

Communicatie Valorisatie en erkenning van vrijwilligers

Het werk van vrijwilligers onder de aandacht brengen en hun inspanningen erkennen.

De vrijwilligers voeren taken uit voor het welzijn van iedereen, en erkenning (bijvoorbeeld door felicitaties of onderscheidende tekens) kan dienen als een sociale beloning.

Dit zou hen een prominente plaats geven in de organisatie van het evenement, erkenning door het publiek stimuleren en gevoelens van trots opwekken.

Planning Sociale banden creëren

Beloningen geven aan vrijwilligers tijdens evenementen en hen te binden voor toekomstige evenementen.

Het idee hierachter is om de vrijwilligers te bedanken voor hun inspanningen en ervoor te zorgen dat ze aan de ervaring een goede herinnering overhouden. Beloningen kunnen variëren (bijv. vrije tijd, VIP-toegang, vouchers, gratis maaltijden).

Dit is vooral belangrijk omdat, volgens de 'peak-end rule', mensen hun eendoordeel over een ervaring baseren op twee belangrijke momenten: het hoogtepunt en het einde. Terwijl het hoogtepunt moeilijk kan zijn voor vrijwilligers, kan het einde verbeterd worden.

Controle De inspanningen van vrijwilligers belonen

Vrijwilligersactiviteiten combineren met andere verenigings-, sport- of teambuildingactiviteiten.

Een van de aantrekkelijkste aspecten van vrijwilligerswerk is dat het een sociale activiteit is, die men kan doen met vrienden, burens of collega's, en een kans om nieuwe mensen met dezelfde interesses te ontmoeten.

Vrijwilligerswerk presenteren als een sociale activiteit kan daarom helpen om het aantal vrijwilligers te verhogen, vooral door zich te richten op groepen die al gevormd zijn, zoals sportclubs of verenigingen.

4. Uitvoering

4. Uitvoering

Deze fase is gericht op het beantwoorden van de vraag: hoe kunnen **concrete oplossingen worden uitgerold om hun impact te maximaliseren?**

Proces

ROL

In deze fase wordt beslist over de beste manier om de hierboven geïdentificeerde concrete oplossingen te gebruiken, in termen van prioritering en/of implementatie.

PRAKTIJK

Aangezien de vorige fase 16 concrete oplossingen heeft opgeleverd, was het nodig om ze te prioriteren. Om dit te doen, is aan de interveniënten van de organisatoren, Net Brussel en Fost Plus gevraagd om de ideeën op de tafel te rangschikken volgens twee dimensies: impact en haalbaarheid.

Om het effect van een interventie te beoordelen, moet de vraag worden beantwoord: **hoe groot is de kans dat de interventie het verwachte positieve effect heeft?**

Wat de haalbaarheid betreft, moet rekening worden gehouden met de nodige operationele overwegingen en zich de vraag stellen: **is het haalbaar in de praktijk?**

RESULTAAT

De 16 concrete oplossingen werden geëvalueerd op basis van impact- en haalbaarheidscriteria en **gerangschikt op basis van een totaalscore die beide dimensies combineert.**

IMPACT EN HAALBAARHEID

Impact- en haalbaarheidscriteria variëren afhankelijk van het project.

In dit geval hadden de haalbaarheidscriteria betrekking op dimensies zoals:

1. **Beschikbare middelen:** zowel qua team als budget
2. **Tijdsdimensie:** d.w.z. de mogelijkheid om de interventie op korte, middellange of lange termijn te implementeren
3. **Autonomie:** of de mogelijkheid om het te implementeren zonder een beroep te doen op andere entiteiten

En de impactcriteria hadden betrekking op dimensies zoals:

1. **Wetenschappelijke validiteit:** of de waarschijnlijkheid dat de oplossing efficiënt zal zijn volgens de wetenschap
2. **Gewenningspotentieel:** of de waarschijnlijkheid dat deze oplossing gewinning van het doelgedrag zal aanmoedigen.
3. **Gemak:** maakt de oplossing het gemakkelijker om het doelgedrag uit te voeren?

4. Implementatie: geprioriteerde oplossingen

De prioritering leverde de volgende resultaten op in termen van rangschikking van de oplossingen **volgens hun totaalscore** (impactscore en haalbaarheidsscore gecombineerd):

| Concrete oplossingen | | Impactscore | Haalbaarheidsscore | Totaalresultaat | Verantwoordelijk voor het opzetten |
|----------------------|--|-------------|--------------------|-----------------|------------------------------------|
| #1 | Praktische gids voor organisatoren | 92% | 100% | 92% | ONLK |
| #2 | De verschillende vuilnisbakken met elkaar verbinden en gebruiken als bewegwijzering | 92% | 100% | 88% | Organisatoren |
| #3 | Borden (mogelijk beschikbaar) en vlaggen (beschikbaar) om de dichtstbijzijnde afvalbakken te helpen aangeven | 86% | 100% | 60% | ONLK Organisatoren |
| #4 | Vrijwilligers op vaste posten inzetten, bij voorkeur één vrijwilliger per vuilnisbak | 88% | 100% | 92% | Organisatoren |
| #5 | Uniform grafisch charter voor alle evenementen (beschikbaar) | 78% | 100% | 64% | ONLK Organisatoren |
| #6 | Engagement door de organisatoren, een charter invoren, ook voor hun dienstverleners | 78% | 94% | 52% | ONLK |

* Impactscores toegekend aan elke interventie door het Behaven-team om de efficiëntie te beoordelen, gebaseerd op gedragswetenschappelijke studies.

** Haalbaarheidsscores toegekend door ONLK om de mogelijkheid te bepalen om deze interventies te implementeren.

4. Implementatie: geprioriteerde oplossingen

De prioritering leverde de volgende resultaten op in termen van rangschikking van de oplossingen **volgens hun totaalscore** (impactscore en haalbaarheidsscore gecombineerd):

| Concrete oplossingen | Impactscore | Haalbaarheidsscore | Totaalresultaat | Verantwoordelijk voor het opzetten |
|---|-------------|--------------------|-----------------|------------------------------------|
| #7 Communiceren en verspreiden van de inspanningen van het evenement om afval te verminderen en van het belang van de inspanningen van bezoekers, vrijwilligers en personeelsleden. | 92% | 78% | 85% | Organisatoren |
| #8 Herinneringsberichten over sorteerregels tonen op de schermen (beschikbaar) en in audio (haalbaar) | 88% | 78% | 83% | ONLK Organisatoren |
| #9 De plaats van de vuilnisbakken bij ingang van de evenementen aangeven (op ooghoogte) | 60% | 100% | 80% | ONLK Organisatoren |
| #10 Een specifiek team samenstellen (men is er mee bezig bij de Stad Brussel) | 92% | 67% | 79,5% | ONLK |
| #11 Contacten onderhouden met bezoekers na het evenement op sociale media (gepland maar niet uitgevoerd vanwege de Covid-crisis) | 64% | 94% | 79% | ONLK Organisatoren |
| #12 Een onderscheidend teken voorzien om vrijwilligers te identificeren (bijv. t-shirts, petten) | 52% | 100% | 76% | ONLK |

* Impactscores toegekend aan elke interventie door het Behaven-team om de efficiëntie te beoordelen, gebaseerd op gedragswetenschappelijke studies.

** Haalbaarheidsscores toegekend door ONLK om de mogelijkheid te bepalen om deze interventies te implementeren.

4. Implementatie: geprioriteerde oplossingen

De prioritering leverde de volgende resultaten op in termen van rangschikking van de oplossingen **volgens hun totaalscore** (impactscore en haalbaarheidsscore gecombineerd):

| Concrete oplossingen | | Impactscore | Haalbaarheidsscore | Totaalresultaat | Verantwoordelijk voor het opzetten van |
|----------------------|---|-------------|--------------------|-----------------|--|
| #13 | De sorteerregels 's nachts zichtbaar weergeven (verlichting) en de boodschap testen 'Als je twijfelt, doe je afval dan bij het restafval'. | 76% | 72% | 74% | Organisatoren |
| #14 | Het werk van de netheidsploegen valoriseren en belonen | 62% | 83% | 72,5% | Organisatoren |
| #15 | Een online platform creëren om zich als vrijwilliger in te schrijven voor evenementen, alsook een database met beschikbare vrijwilligers. | 74% | 56%*** | 65% | Organisatoren |
| #16 | Artiesten en handelaars betrekken bij het promoten van sorteren en hen informeren over hun invloed op het publiek. | 70% | **** | - | Organisatoren |
| #17 | Vrijwilligersactiviteiten combineren met andere verenigings-, sport- of teambuildingactiviteiten georganiseerd door burens, vrienden of collega's. | 78% | **** | - | Organisatoren |
| #18 | Pauzes en vrije tijd inplannen voor elke vrijwilliger, directe beloningen geven (bijv. ontmoetingen met artiesten, VIP-toegang, gratis maaltijden) en/of na het evenement (bijv. vrijwilligersfeest of vouchers voor toekomstige activiteiten). | 78% | **** | - | Organisatoren |

*** Score te bespreken met de organisatoren.
**** Score wordt bepaald door de organisatoren.

Te ondernemen acties

Te ondernemen acties

Op basis van **samenwerking tussen de organisatoren en ONLK** werden de te ondernemen acties als volgt gedefinieerd:

ONLK

Organisatoren

1. WERKGROEP: een 'werkgroep' formaliseren bestaande uit van ONLK-leden en vrijwillige organisatoren om bepaalde bepaalde interventies

OKT
2022

2. GIDS: een praktische gids opstellen met de beschikbare hulpmiddelen en advies over hoe ze in te zetten (bv. digitale kit, borden vlaggen, grafisch charter, vrijwilligersoutfits, huidige verplichtingen, enz.)

3. CHARTER: een algemeen charter opstellen dat de organisatoren vervolgens kunnen aanpassen aan hun eigen evenementen

4. TEAMS: het initiatief van de stad om een specifiek team op te richten opvolgen en gebruiken als basis voor een project op regionaal niveau evenals tests per gemeente

5. BOODSCHAPPEN: het maken van audioboodschappen en het hergebruik van bewegwijzering voor vuilnisbakken bespreken

6. LABEL: het gebruik van het bestaande netheidslabel bespreken in het kader van evenementen

EINDE
2022

LANGE
TERMIJN

1. IMPLEMENTATIE: uniforme implementatie van de hulpmiddelen die door ONLK worden verstrekt (bijv. grafisch charter, vrijwilligersoutfits, enz.)

2. VRIJWILLIGERS: het werk van vrijwilligers reorganiseren (toerbeurt, beloningen, vrije tijd, erkenning, enz.)

3. COMMUNICATIE: communiceren over de netheidsinspanningen van het evenement en de inspanningen van het publiek, vrijwilligers en en personeelsleden (ook artiesten en foodtrucks) valoriseren.

4. WEERGAVE: weergave van de sorteerregels op het scherm, sorteerregels die 's nachts zichtbaar zijn, weergave van de boodschap "bij twijfel, gooi je afval bij het restafval".

5. ONLINE TOOLS: steun voor het creëren van een online platform, met inbegrip van het maken van een tabblad vrijwilligers op de website van elk evenement

NADER
TE
BEPALEN

OVER BEHAVEN

Behaven is een gecertificeerd B Corp-bedrijf en ontwikkelt oplossingen voor gedragsverandering die de effectiviteit van uw programma's optimaliseren en mensen aanzetten tot actie.

CONTACT

Fred Dorsimont

Medeoprichter & Managing Director

0476 01 01 05

fred@behaven.com

www.behaven.com