

SCHOUDERS ONDER SCHOON



Impactsessie Schouders onder Schoon: wat leren we van elkaar?



Het platform Schouders onder Schoon verbindt organisaties die werk maken van minder zwerfafval. Dat doen we door middel van communicatie.

Onze impactsessie op 14 februari 2023 ging over zwerfafvalcampagnes. We hebben kansen, tips en ervaringen gedeeld. Lees en kijk mee met de zwerfafvalcommunicatie van andere gemeenten en organisaties en kom in actie!

Tilburg Schoon

Onder de noemer Tilburg Schoon maakt de gemeente Tilburg werk van een stad zonder zwerfafval. Dat gebeurt aan de hand van 3 pijlers:

- Samen (participatie en educatie)
- Zichtbaar (wijkenanalyses en communicatie)
- Schoon (basis op orde)

Een jaarplan met de visie, aanpak en KPI's biedt houvast voor de invulling van de communicatiekalender. Die bestaat uit vaste en variabele communicatieproducten en -momenten. Tilburg Schoon haakt aan op lokale evenementen, zoals carnaval en de Tilburgse kermis. En het komt met eigen acties: opschoonacties, stads-wandelingen, vrijwilligersbijeenkomsten.

Bedankt,
VRIJWILLIGERS
ZWERFAFVAL!

TILBURG
SCHOON

Dat doen we gewoon!

tilburg.nl/schoon



“Focus op de samenhang van middelen en de kracht van herhaling.”

Natasja Bruëns, gemeente Tilburg

In 2022

1.200

afvalgrijpers aangevraagd en bezorgd

2.700

nieuwsbriefabonnees

3.500

actieve vrijwilligers



Zo gefikst!

‘Zo gefikst!’ spoort mensen op recreatieplekken aan geen rommel achter te laten. De campagne richt zich specifiek op twee doelgroepen: jongeren tussen de 18 en 24 jaar én gezinnen. We laten zien dat het een kleine moeite is om je plek schoon achter te laten. En we spelen in op de excuses die vooral jongeren vaak gebruiken: “Die rommel is niet van mij!” Maar ook als het niet van jou is, ruim je het op.



‘Zo gefikst!’ is inmiddels succesvol ingezet in de gemeenten Kampen, Utrecht en Alphen aan den Rijn.

Tip

Maak de campagne op maat voor jouw organisatie. Gedragsonderzoek wijst uit: hoe beter iemand zich met een situatie kan identificeren, hoe meer impact de uiting heeft. Dus plaats de naam van je gemeente op de communicatiemiddelen, of verwerk een foto van het lokale park in de poster.

“We hebben de campagne aangevuld met gesprekken op locatie. Op zonnige dagen hebben we mensen in het park gewezen op de campagneboodschap: laat je plek schoon achter.”

Karin van 't Padje, gemeente Alphen aan den Rijn

Download de gratis toolbox

8

Dat krijgt de campagne in het campagne-effectonderzoek. Het is het hoogste cijfer voor een rijksoverheids campagne in 2022.

Natuurlijk raap je ook iets op

Met deze campagne van het ministerie van IenW werken we samen aan een nieuwe norm: regelmatig zwerfafval oprapen. De doelgroep? Mensen die neutraal of positief staan tegenover het oprapen van zwerfafval. We laten zien dat het makkelijk is en dat mensen in je omgeving het waarderen.

Landelijke boost

In het najaar van 2022 hebben we ‘Natuurlijk raap je ook iets op’ een landelijke boost gegeven, met radiospotjes, in bushokjes en op social media. Versterk het effect en ga ook lokaal aan de slag! Tientallen gemeenten gingen je voor. Je kunt de middelen direct inzetten én personaliseren, net zoals de gemeenten Venlo, De Bilt en Amersfoort.

“We doen goed onderzoek vooraf én achteraf. Zo maken we zwerfafvalcommunicatie beter en effectiever.”

Ingeborg van Egmond, Rijkswaterstaat in opdracht van IenW



“We houden de campagne het hele jaar door levend. Van officiële kick-off tot Landelijke Opschoondag en van diverse acties tot een nieuw campagnebeeld.”

Edgar Willems, in opdracht van gemeente Meierijstad



Natuurlijk raap je ook iets op gemeente Meierijstad

In 2023 gaat de gemeente Meierijstad actief aan de slag met de campagne 'Natuurlijk raap je ook iets op'. Het doel: een goede gewoonte stimuleren onder zo veel mogelijk inwoners. Meierijstad heeft gekozen voor gepersonaliseerde campagnemiddelen. De eigen huisstijl, een eigen slogan van de stadsdichter en lokaal beeld brengen de campagne dichtbij.

De middelen krijgen een strategische plek in de gemeente:

- Bij buurthuizen en verenigingen
- Bij bushokjes en snoeproutes
- Bij speciale evenementen

Tip

Organiseer een kick-off. Daarmee creëer je een opvallend persmoment en extra aandacht.

Landelijke Opschoondag

Nederland Schoon organiseert jaarlijks de Landelijke Opschoondag. De pay-off is dit jaar 'Wat pak jij op?' Het doel: heel Nederland helpt op zaterdag 18 maart mee met opschoonen. De landelijke campagne kom je dit voorjaar tegen op abri's, social media en via gezamenlijke communicatie van Nederland Schoon met partners.

De campagnemiddelen zijn eenvoudig te personaliseren met de naam van een bedrijf, gemeente, organisatie of wijk. De mensen op de campagnefoto's variëren van jong tot oud. Kortom: iedereen doet mee, zelfs de hond!



Campagne bewustmakingsmaatregelen

“Het nieuwe logo heeft een vriendelijke, positieve uitstraling.”

Ingrid Goethart, Nederland Schoon

In mei 2023 gaat de landelijke campagne bewustmakingsmaatregelen van start, ontwikkeld door Nederland Schoon. De campagne maakt deel uit van de Single Use Plastic-wetgeving. Die verplicht producenten en importeurs om consumenten te informeren over verpakkingen voor eenmalig gebruik. Het voorkomen van (zwerf)afval staat in die boodschap centraal.

Het platform Supporter van Schoon speelt een belangrijke rol in de campagne. Want: iederéén is een Supporter van Schoon! De campagne laat verschillende soorten supporters zien, zoals de afvalscheider, de hergebruiker en de tasdrager. Medio april komt de uitgebreide toolkit beschikbaar voor alle partners.

SUPPORTER VAN
SCHOOON