



Ministerie van Infrastructuur
en Waterstaat

D&B

GROEIDOCUMENT: ZWERFAFVAL VAN SIGARETTEN VOORKOMEN EEN PEUKENTOOLKIT

Gedragstrategen:

drs. ing. Stijn de Vries, drs. Suze Lintner, drs. Anne Lanting en drs.
Stef Bos – Dijksterhuis en van Baaren

In opdracht van:

Jaap Dinkelmann – Ministerie van Infrastructuur en Waterstaat

Augustus 2023

INLEIDING

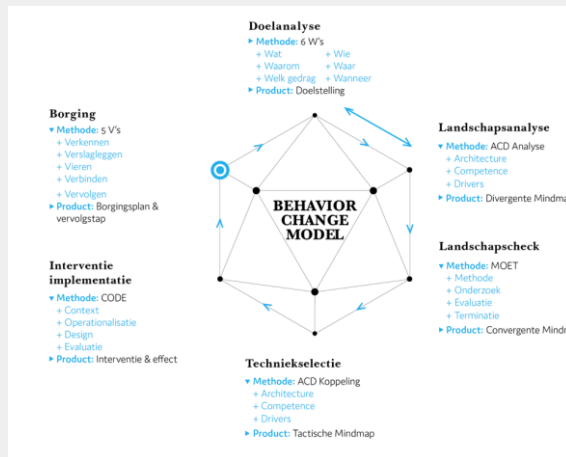
Om decentrale overheden te stimuleren bewustwordingsmaatregelen tegen zwerfafval van sigarettenpeuken te nemen, wil het Ministerie van Infrastructuur en Waterstaat een toolkit ontwikkelen die ingezet kan worden op plekken waar overlast van sigarettenzwerfafval het ergst is.

Het Ministerie van Infrastructuur en Waterstaat vraagt Dijksterhuis & van Baaren voor de conceptontwikkeling van een campagnetoolkit om sigarettenzwerfafval te voorkomen.

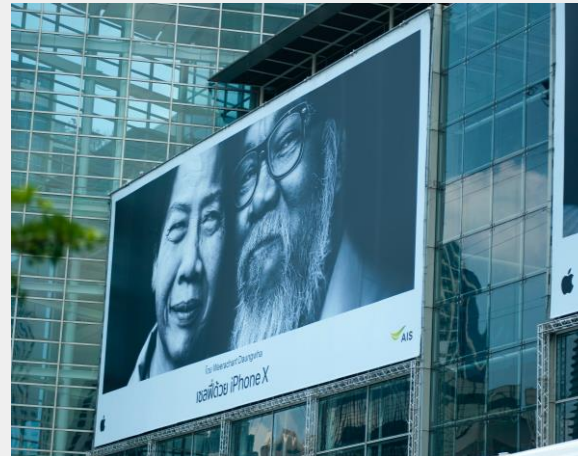
In dit groeidocument leggen we alle stappen vast die we tijdens de ontwikkeling van de toolkit maken. Het is daarmee zowel een document om vanuit te werken als een naslagwerk.



DRIE FASES



Gedragsanalyse & strategie



Conceptontwikkeling en feedbackrondes



Pre-test & eindpresentatie

PLAN VAN AANPAK

- **Fase 1: analyse & strategie**
 - Deskresearch & stakeholderinterviews
 - Psychologische landschapsanalyse
 - Strategie met kerninzichten
- **Fase 2: creatie**
 - Creatieve briefing
 - Reviewen campagnemiddelen
- **Fase 3: pre-test & eindpresentatie**
 - Pre-test aanzetten tot roken en effectiviteit
 - Eindpresentatie definitieve middelen



FASE 1: ANALYSE

Deskresearch & interviews

D&B

DESKRESEARCH

In de deskresearchfase bestuderen we relevante wetenschappelijke literatuur, onderzoeken en kennisdocumenten over zwerfafval van sigaretten. Ook bestuderen we relevante kennisdocumenten van de aangedragen stakeholders.

Focus deskresearch:

- Locaties en impact
- Identificeren specifieke doelgroepen
- Psychologisch landschap
- Interventies



BELANGRIJKSTE INZICHTEN

DESKRESEARCH: LOCATIES EN IMPACT

Er zijn weinig kwantitatieve gegevens over het aantal sigarettenfilters die in Nederland in het milieu belanden. De bandbreedte is groot en varieert tussen de 0,2 tot 7,1 miljard filters per jaar (CE Delft, 2023)

Men kan wel stellen dat peuken een groot aandeel hebben in het totale zwerfafval. Het onderzoek van CE Delft schrijft dat in 2019, 2020, 2021 c.a. 20% van al het zwerfafval in Nederland uit peuken bedraagt (CE Delft, 2023). Uit een onderzoek van het Trimbos instituut naar de milieuschade van peukenafval kwam naar voren dat 31% procent van het zwerfafval uit sigarettenpeuken bestaat. Hiermee zijn sigarettenpeuken het meest voorkomende zwerfafval (NET Trimbos intituut, 2022)



BELANGRIJKSTE INZICHTEN

DESKRESEARCH: LOCATIES EN IMPACT

Naast de impact op het straatbeeld hebben sigarettenfilters ook impact op het milieu. Sigarettenfilters bestaan uit plastic dat niet biologisch afbreekt. Filters zijn daarmee een bron van microplastics. Er zijn toxische stoffen, zoals zware metalen, PAK's en nicotine aanwezig in een opgerookte filtersigaret. Eén filter bevat voldoende verontreinigende stoffen om tot 1.000 liter water te vervuilen. De filters die in het water belanden, worden aangetroffen in de maaginhoud van zeefauna (CE Delft, 2023)

Door weersomstandigheden kunnen de plastic onderdelen in een filter verder worden afgebroken tot microplastic en wanneer deze plastic deeltjes in het water terechtkomen, blijven ze nog honderden jaren schadelijk voor mens en dier (Slaughter, 2011).



BELANGRIJKSTE INZICHTEN

DESKRESEARCH: LOCATIES EN IMPACT

Uit onderzoek blijkt dat we een aantal hotspots kunnen aanwijzen voor sigarettenafval. In ons eigen onderzoek naar zwerfafval voor het Ministerie van Infrastructuur zagen we dat het zwerfafval in OV-gebieden voor 38% uit peuken bestaat, op snoeroutes is dit 27% en in kernwinkelgebieden is dit 37% (Eco Consult, 2018). In het rapport van Rijkswaterstaat zien we ook dat winkelgebieden (winkelend publiek en personeel) en OV-gebieden als hotspots aangemerkt staan. Zij voegen bedrijven/kantoren (medewerkers die in de pauze roken), overgangsgebieden (parkeerplaats, ingang ziekenhuis) recreatiegebieden (stranden, parken) en zit- en wachtplekken (met bankjes) in de openbare ruimten als hotspots toe (Eco Consult, 2021)

Ten slotte zien we dat rokend personeel in de zwerfafvalmonitor Amsterdam-west van 2020 extra aandacht krijgt en stuiten we op een onderzoek dat zegt dat het aantal winkels in een kernwinkelgebied de hoeveelheid sigaretten afval beïnvloedt (Go Clean foundation, 2021)



BELANGRIJKSTE INZICHTEN

DESKRESEARCH: DOELGROEP

In 2021 rookt 20,6% van de volwassen Nederlanders (CE Delft, 2023). Uit de literatuur kunnen we geen doorslaggevende differentiatie van doelgroepen vinden. Sommige onderzoeken stellen dat geslacht geen significante voorspeller is (Kruse, 2016) terwijl andere onderzoeken stellen dat mannen eerder sigaretten op straat gooien dan vrouwen (Go Clean foundation, 2021) Daarnaast lijken jongeren vaker met peuken te vervuilen (Kruse, 2016) en weten we dit ook uit ervaring met zwerfafval in het algemeen, maar komt dit in andere onderzoeken dan weer niet overtuigend naar voren.

Het lijkt dat er geen belangrijke subdoelgroepen aan te wijzen zijn of we hier nog te weinig informatie over hebben.



BELANGRIJKSTE INZICHTEN

DESKRESEARCH: PSYCHOLOGISCHE FACTOREN

- **Inertia:** men heeft wel de wil de sigaret juist weg te gooien, maar dit lukt uiteindelijk niet. Deze weerstand komt voort uit onze basisbehoefte om energie te besparen (D&B rapport IenW, 2020).
- **Sociale norm:** mensen hebben van oorsprong de neiging het gedrag van anderen in de sociale omgeving na te bootsen. Gooien anderen filters op de grond, dan zij ook (D&B rapport IenW, 2020).
- **Gedrag is sociaal geaccepteerd:** het is sociaal geaccepteerd om de filter op de grond te gooien (Optae, 2019). Wanneer het sociaal geaccepteerd gedrag is zullen mensen het eerder vertonen.
- **Verwachting gedrag anderen:** verwachting dat andere rokers hun peuk in een voorziening doen (Go Clean rapport, 2022) Deze verwachting heeft invloed op ons gedrag; we hebben de neiging het gedrag van anderen na te bootsen.
- **Gedrag mederokers:** roken in een groep/gedrag van mederokers is relevant (Optae, 2019). Naast andere mensen hebben de normen van onze eigen sociale kring nog meer invloed op ons gedrag.



BELANGRIJKSTE INZICHTEN

DESKRESEARCH: PSYCHOLOGISCHE FACTOREN

- **Basis niet op orde:** geen afvalvoorzieningen voor peuken (D&B rapport IenW, 2020). Wanneer er geen afvalvoorzieningen zijn om de sigaret in kwijt te kunnen, zullen mensen eerder het ongewenste gedrag vertonen. We noemen dit vaker de basis op orde, omdat wij geloven dat het een randvoorwaarde is voor de gewenste gedragsverandering.
- **Beperkte afvalvoorzieningen:** aanwezigheid van afvalvoorzieningen verbetert gedrag sterk (optae, 2019).
- **Anonimiteit:** Door de hoge mate van anonimiteit en de lage sociale controle ervaren mensen een laag verantwoordelijkheidsgevoel. Ze zijn hierdoor eerder geneigd om afval incorrect te deponeren (D&B rapport IenW, 2020)
- **Onaangename beleving:** Een onaangename beleving van het winkelgebied, onvoldoende (zichtbare) schoonmaak en het overvol raken en/of ontbreken van afvalvoorzieningen dragen in grote mate bij aan het ontstaan van zwerfafval (D&B rapport IenW, 2020).

BELANGRIJKSTE INZICHTEN

DESKRESEARCH: PSYCHOLOGISCHE FACTOREN

- **Kennisgebrek handelingsperspectief peuk:** De kennis dat peuken in de restafvalvoorziening horen als er geen specifieke peukenvoorziening is, (bv. rooster, of peukenpaal) is laag (D&B rapport IenW, 2020).
- **Kennisgebrek schade voor de natuur:** een deel van de mensen weet niet dat een sigarettenpeuk schadelijk is voor de natuur (optae, 2019) (Go Clean foundation, 2021)
- **Kennisgebrek filter niet biologisch afbreekbaar:** een deel van de mensen weet dat een sigarettenpeuk niet biologisch afbreekbaar is (optae, 2019), (Go Clean foundation, 2021) (Webler, 2022). Mensen die weten dat een sigaret niet afbreekbaar is, zullen deze minder snel op de grond gooien (Webler, 2022)
- **Kennisgebrek filters bevatten plastic:** slechts een deel van de mensen weet dat een sigarettenfilter plastic bevat (Go Clean foundation, 2021)

BELANGRIJKSTE INZICHTEN

DESKRESEARCH: PSYCHOLOGISCHE FACTOREN

- **Kennisgebrek filter is afval:** een deel van de mensen ziet een filter überhaupt niet als afval (Go Clean foundation, 2021)
- **Reactance:** door de vele berichtgeving over roken en de schadelijkheid daarvan heeft de doelgroep reactance tegen de boodschap (D&B rapport IenW, 2020). Dit is een weerstand gericht tegen de boodschapper. Wanneer deze weerstand aanwezig is staat men niet meer open voor de boodschap.
- **Immediate disposal urge:** rokers willen graag snel van hun peuk af (optae, 2019)
- **Brandgevaar:** men is bang dat de inhoud van de prullenbak in brand komt te staan door de sigarettenfilter (optae, 2019) (Kruse, 2016)
- **Haast:** wanneer men haast heeft is de kans groter dat men de peuk niet juist weggooit (optae, 2019)



BELANGRIJKSTE INZICHTEN

DESKRESEARCH: PSYCHOLOGISCHE FACTOREN

- **Gewoontegedrag/rookritueel:** roken is een sterke gewoonte met routinematige bewegingen. Dit geldt ook voor het weggooien van de peuk. (Kruse, 2016) (Go Clean foundation, 2021)
- **Lage pakkans:** men ervaart de kans dat ze een boete krijgen voor het verkeerd weggooien van de peuk als laag (NL Schoon, 2021)
- **Sigarettenafval is onschuldig afval:** sigarettenpeuken worden als onschuldig zwerfafval gezien (Kruse, 2016)



BELANGRIJKSTE INZICHTEN

DESKRESEARCH: INTERVENTIES

In de literatuur hebben we ook gekeken naar eerdere ervaringen en maatregelen. Welke interventies zijn succesvol en minder succesvol gebleken?

In een onderzoek van Nederland Schoon naar de invloed van 'de basis op orde' op gedrag kwam naar voren dat het plaatsen van speciale sigarettenvoorzieningen aan bestaande afvalbakken leidde tot 20% minder peuken op de grond. Ook de schoonbeleving (sociale norm) nam toe (NL Schoon, 2015)

Een experiment in Italië leverde ook mooie resultaten op: een combinatie van een bewustwordingscampagne, basis op orde, zakasbakjes en bewustwording bij lokale instellingen/ondernemers leidde tot 69% minder peuken op de grond (NL Schoon, 2021)



BELANGRIJKSTE INZICHTEN

DESKRESEARCH: INTERVENTIES



De interventies op stranden van een afstudeeronderzoek van een studente uit Nijmegen had ook veelbelovende resultaten. Het plaatsen van buitenasbakken en nudgeborden bleken effectief in het voorkomen van zwerfafval van sigaretten (Kruse, 2016)

In een onderzoek naar de effectiviteit van draagbare asbakken op festivals bleken 90% van de geïnterviewde bezoekers bereid de asbakjes te gebruiken en resulteerde het uitdelen in 65% procent minder peuken. De onderzoekers adviseren om draagbare asbakken op festivals in te zetten maar dat het initiatief wel bij de organisatoren moet liggen (De Brito, 2017).

In een onderzoek van de mooimakers naar zakasbakjes op evenementen deelden ze 682 zakasbakjes uit en gaf 91% procent aan het zakasbakje minimaal een keer te hebben gebruikt (Albertijn, 2021)



D&B



Afbeelding 3.4. Voorbeeld ontwerp nudge-borden

BELANGRIJKSTE INZICHTEN

DESKRESEARCH: INTERVENTIES

In het rapport van de Go Clean foundation is ook de effectiviteit van campagnes beschreven. Sommige onderzoeken stellen hierbij dat campagnes geen effect hebben op het gewenste gedrag en andere stellen dat het benoemen van plastic in de filter wel voor een effectieve campagne en gedragsverandering kan zorgen. Ook stelt het rapport dat het combineren van een bewustzijns campagne met buurtacties effectief is. Zij sluiten af met de conclusie dat het voornamelijk van belang is dat de sociale norm juist is en deze bekrachtigd wordt door rolmodellen (Go clean foundation, 2021).



STAKEHOLDERINTERVIEWS

Naast de deskresearch hebben we 10 stakeholders geïnterviewd over het voorkomen van sigarettenzwerfafval. De stakeholders zijn door de verschillende invalshoeken en met de verschillende belangen belangrijk geweest om het gehele plaatje te kunnen schetsen.

Elk interview heeft digitaal plaatsgevonden en is afgenomen aan de hand van een semigestructureerd interviewschema. De volgende onderwerpen zijn aan bod gekomen:

- Succesvolle en minder succesvolle interventierichtingen
- Locaties
- Psychologische factoren
- Missie van de doelgroep

Voorbeeldvragen: wat moeten we voorkomen als we communicatiemiddelen gebruiken? Heb je het idee dat men open staat voor de boodschap over sigarettentfilters?



BELANGRIJKSTE INZICHTEN

INTERVIEWS: FACTOREN

- **Omgeving:** peuken liggen overal, maar vooral op plekken waar veel mensen (samen)komen, bij in- en uitgangen, op wachtplekken (bushaltes/station), grenzen van rookvrije zones en locaties met weinig tot geen afvalvoorzieningen.
- **Kennis:** mensen zijn onbekend met het feit dat er plastic in filters zit.
- **Kennis:** mensen zijn onbekend met de schadelijkheid van peuken voor mens, natuur en milieu. O.a. omdat de filter organisch lijkt.
- **Ongemak:** mensen willen zo kort mogelijk hun peuk in handen hebben; het is vies en onhandig. Ze willen niet wachten tot een prullenbak (de *immediate disposal urge*).
- **Sociale norm:** peuken op de grond gooien wordt sociaal geaccepteerd, o.a. omdat een peuk maar klein is. Niemand wordt erop aangesproken.

D&B

“

“Iedereen vervuult, maar de situatie bepaalt hoeveel en wanneer je vervuult. Er zijn weinig rokers die 100% van hun peuken bij zich houden.”

“

“Iedereen zal zeggen dat peuken en ander afval niet op de grond horen, maar toch ligt het er. Dat komt omdat het weggooien van een peuk op de grond automatisch gedrag is.”

“

“Een peuk is vies en moeilijk om een tijdje bij je te dragen. Bij gebrek aan faciliteiten belandt de peuk dan op de grond,”

BELANGRIJKSTE INZICHTEN

INTERVIEWS: MAATREGELEN

- **Filterverbod:** de meeste stakeholders zien een filterverbod als de beste oplossing waarmee twee vliegen in één klap kunnen worden geslagen: minder peuken op de grond en roken onaantrekkelijker maken. Succes zit hem volgens velen in een product- en producentenaanpak (o.a. een filterverbod).
- **Afvalvoorziening:** voldoende en zichtbare afvalvoorzieningen op de juiste plekken en momenten maken het gewenste gedrag makkelijk. Daardoor verminderen mogelijk het aantal peuken op de grond. Belangrijk is dat de afvalvoorziening moet uitnodigen om er afval in te stoppen. Deze moet er schoon en opgeruimd uitzien, net als de omgeving.
- **Afvalvoorziening:** uniformiteit in afvalvoorzieningen waar ook peuken in kunnen, zonder risico op brand, maakt het gewenste gedrag en de aanpak voor gemeenten makkelijker.

D&B

BELANGRIJKSTE INZICHTEN

INTERVIEWS: MAATREGELLEN

- **Beleidsmaatregelen:** volgens vele stakeholders zijn beleidsmaatregelen nodig op zowel Europees als landelijk niveau om de hoeveelheid peukenzwerfafval te verminderen.
- **Bewustwordingscampagnes:** er is kennis en bewustzijn nodig van de schadelijkheid van peuken/filters voor mens, milieu en natuur. Dit kan worden gecreëerd via breed inzetbare bewustwordingscampagnes.
- **Informereren:** mensen kunnen ook via andere manier geïnformeerd worden over zowel de inhoud en schadelijkheid van filters als over het gewenste gedrag (wat te doen met je peuk?) Veel stakeholders spraken over mogelijke lokale aanpakken, zoals: informeren bij aanschaf van sigaretten; opnemen in de huisregels van een kantoorpand/organisatie; aanpak peukenzwerfafval verwerken in vergunning voor evenementen.



BELANGRIJKSTE INZICHTEN

INTERVIEWS: MAATREGELEN

- **Zakaskakjes:** over zakaskakjes zijn de meningen verdeeld. Enerzijds lijkt de voorziening effectief, want het maakt het gewenste gedrag makkelijk doordat een weggooivoorziening dichtbij is. Anderzijds lijkt het een negatief effect te kunnen hebben, omdat 1) het vies wordt en na een aantal keer gebruiken weggegooid wordt, en 2) het als een accessoire kan voelen wat roken leuk maakt en waar greenwashing mee gestimuleerd kan worden.
- **Rookvrije zones:** rookvrije zones lossen het afvalprobleem niet op. De zones zorgen voor een verplaatsing van het probleem naar de grenzen van deze zones waar vaak geen afvalvoorziening is.
- **Asbakzuilen:** er lijkt een ‘verantwoordelijkheids crisis’ te bestaan rondom de asbakzuilen. Het schoonmaken ervan speelt hierin een belangrijke rol.

BELANGRIJKSTE INZICHTEN

INTERVIEWS: MAATREGELEN

- **Peukentegel:** de peukentegel wordt als negatief ervaren. Deze houdt het gedrag van peuken op de grond gooien in stand.
- **Handhaven:** men ziet handhaven als een onmogelijke maatregel. Enerzijds vanwege de te lage capaciteit van handhaving, anderzijds vanwege de omvang van de peukenproblematiek: er is niet tegenop te handhaven.

BELANGRIJKSTE INZICHTEN UIT INTERVIEWS

- **Maatregelen** (van meest genoemd naar minst populair):

1. Een filterban.
2. Goed onderhouden afvalfaciliteiten op de juiste plek en uniform door de hele gemeente.
3. Beleidsmaatregelen om zwerfafval tegen te gaan.
4. Bewustwordingscampagnes.
5. Informeren over gewenste gedrag.
6. Zakasbakjes zijn de meningen over verdeeld (goed want faciliteit dichtbij; slecht want gadget en vies)
7. Rookvrije zones: verplaatst het probleem.
8. Asbakzuilen: wie is wanneer en waarvoor verantwoordelijk?
9. Peukentegel: houdt ongewenste gedrag in stand.
10. Handhaven: te weinig capaciteit.

BELANGRIJKSTE INZICHTEN

INTERVIEWS: FRAMING

- Het is belangrijk de peukenproblematiek te koppelen aan de afval- en milieuproblematiek en niet aan de gezondheidsconsequenties van roken.
- Rokers zitten vaak in het verdomhoekje. Daardoor is er veel weerstand. Daar moet rekening mee worden gehouden in de framing van communicatie-uitingen en de benadering van de doelgroep. Het is belangrijk de doelgroep met respect te benaderen.
- Met communicatie-uitingen inspelen op verantwoordelijkheid voor een schone omgeving, niet op 'roken is slecht voor je'.



“

*“Roepen dat het slecht is, roept
weerstand op. Het is belangrijk de
boodschap positief en toegankelijk te
houden, maar wel door te dringen.”*

BELANGRIJKSTE INZICHTEN

INTERVIEWS: TOOLKIT

- Gemeenten hebben peuken(afval) onderaan het afvalprioriteitenlijstje staan;
- Het is onduidelijk wie, waar en wanneer verantwoordelijk is voor het opruimen en voorkomen van peukenzwerfafval;
- De toolkit moet bewezen effectieve en concrete maatregelen bevatten, zodat gemeenten precies weten wat ze kunnen doen;
- Het is belangrijk dat de uitingen roken niet normaliseren, faciliteren of leuk maken;
- Het is belangrijk stakeholders erbij te betrekken: ondernemers/winkeliers, jongeren, scholen/universiteiten, bedrijfstakken/branches waarin veel wordt gerookt, producenten. Gemeenten kunnen hiermee samen werken, kunnen zich specifiek richten op de verschillende doelgroepen en/of boodschappen vanuit een stakeholders/doelgroep laten komen.

BELANGRIJKSTE INZICHTEN

INTERVIEWS: TOOLKIT

- Voor het aanpakken van het peukenprobleem lijkt een doelgroepgerichte aanpak nodig. Voor elke doelgroep (gelijk aan locatie) is een andere aanpak/benadering/framing effectief.





AANVULLENDE INZICHTEN PER STAKEHOLDER

Nederland Schoon

- Peuken worden niet beschouwd als afval.
- Gemeenten hebben handvaten nodig voor hoe zij het aantal zwerfafvalpeuken kunnen verminderen.
- Uniformiteit in afvalvoorzieningen waar ook peuken in kunnen, zonder risico op brand, maakt het gewenste gedrag en de aanpak van peukenzwerfafval makkelijker.



AANVULLENDE INZICHTEN PER STAKEHOLDER

TabakNee

- Mensen moeten weten dat peuken bij het normale afval horen.
- Het liefst zijn er zo min mogelijk rook(afval)voorzieningen.
- Een toolkit is een goede oplossing voordat er een filterverbod is.
- De tabaksindustrie zal elke mogelijkheid aangrijpen om goed uit de verf te komen. Let hier goed op. Er mag geen enkel lijntje met de tabaksindustrie zijn.
- Het is belangrijk om ook te informeren over de elektronische sigaretten.

“

“Ik heb het idee dat er te weinig afvalvoorzieningen voor sigaretten zijn. Maar overall peukenasbakken werkt faciliterend en normaliserend, en daar wil je van wegblijven.”

“Mensen willen zo kort mogelijk hun peuk in handen hebben, maar je kunt niet om de 10 meter een prullenbak plaatsen.”

AANVULLENDE INZICHTEN PER STAKEHOLDER

Plastic Peuken Collectief

- Zakasbakjes kunnen helpen het gewenste gedrag te realiseren, doordat mensen dan een voorziening bij zich dragen.
- Het is goed om visueel te maken dat er plastic in de filter zit.
- Hoe jonger mensen bewust worden gemaakt van het gewenste gedrag, hoe beter. Zo kan al vroeg het gewenste gewoontegedrag worden gecreëerd.



“Rondom strandopgangen en –bedden liggen veel peuken, omdat mensen ze vergeten mee te nemen, ze waaien weg of worden meegenomen door de zee.”

AANVULLENDE INZICHTEN PER STAKEHOLDER

Stichting de Noordzee

- Er bestaan twee soorten strandgasten: stranddaggasten voor wie vrijheid en anonimiteit belangrijk is en strand- en natuurliefhebbers voor wie milieu en natuur belangrijk is. De daggast laat sneller peuken achter op het strand dan de liefhebber.
- Peuken verdwijnen onder het zand en zijn te klein en onzichtbaar voor opruimmachines.
- Mensen moeten voelen dat roken op bepaalde plekken niet normaal is.
- Het is belangrijk om stakeholders als strandpaviljoeneigenaren en kustgemeentes mee te nemen in de aanpak en hen verantwoordelijk te laten voelen voor het probleem.

“Mensen moeten weten dat de tabaksindustrie ze voor de gek houdt. Een filter maakt roken helemaal niet gezonder!”

AANVULLENDE INZICHTEN PER STAKEHOLDER

Go Clean

- Er bestaan geen vaste (gemeentelijke) protocollen voor het opruimen van peuken.
- We moeten inzetten op scholen (leerkrachten & scholieren), winkeliers, ondernemers en bijv. tankstations. Zij zijn verantwoordelijk voor hun eigen omgeving.
- Mensen durven elkaar niet aan te spreken op het gedrag.
- Er is advies nodig over wat te doen met afval van elektronische sigaretten.
- De boodschap moet van binnenuit komen; voor iedere doelgroep is dat iemand anders.

“

“Een roker is best bereid zijn sigarettenpeuk op de juiste manier weg te gooien, als de voorziening in de buurt en zichtbaar is. Als die er niet is, dan verdwijnt de peuk al snel op de grond. Ook een roker vindt een peuk vies, dus die wil daar snel vanaf.”



AANVULLENDE INZICHTEN PER STAKEHOLDER

Schouders onder Schoon

- Het is belangrijk afvalvoorzieningen goed te onderhouden, net als de omgeving. Vergroening kan peukenafval wellicht verminderen.
- Gemeenten hebben een handleiding nodig met tips en een stappenplan over wat men in verschillende situaties, op verschillende locaties kan doen met bewezen effectieve maatregelen.
- Als mensen eigenaarschap voelen over de omgeving, zullen zij minder snel hun peuk op straat gooien.
- Ondernemers zijn bereid te investeren in een schone omgeving rondom hun onderneming.

“

“We hopen de sociale norm neer te zetten dat roken niet meer normaal is.”

AANVULLENDE INZICHTEN PER STAKEHOLDER

Ministerie van VWS

- Een werksectorgerichte aanpak kan interessant zijn. In de bouw werken veel mensen die roken.
- Als er minder wordt gerookt, vermindert ook de hoeveelheid peukenafval.
- Er is veel winst te behalen bij het aanspreekgedrag van zowel rokers als niet-rokers op het ongewenste gedrag.
- Wat betreft framing: iedereen is vóór bescherming van de volgende generaties.



AANVULLENDE INZICHTEN PER STAKEHOLDER

Recycling Netwerk

- Initiatieven als The Ocean Clean-Up hebben weinig zin. Dat is greenwashing.
- Peuken op de grond is niet het enige probleem. We hebben geen idee hoeveel peuken er nog in het water liggen.
- Steeds meer mensen willen iets bijdragen aan het milieu. Als dat op een makkelijke manier kan door je peuk niet op de grond te gooien maar in je zakasbak, dan helpt dat.
- Het is belangrijk de jongere generatie hierbij te betrekken.

“We zitten in een verantwoordelijkheids crisis. Doordat iedereen met zijn eigen verantwoordelijkheden bezig is, wordt het probleem niet écht aangepakt.”

AANVULLENDE INZICHTEN PER STAKEHOLDER

Werkgroep zwerfafval – NVRD

- We mogen meer communiceren over wat te doen met je peuk.
- Gemeenten hebben handvaten nodig wat te doen op hotspots.
- Opruimen van peuken heeft geen (positief) effect op het weggooigedrag van rokers. Het valt namelijk niet op dat er (geen) peuken liggen.
- Vuilnis op straat gooien is strafbaar. Weinig mensen weten dat. Als mensen het wel zouden weten, zou het weinig effect hebben op het gedrag vanwege de lage (ervaren) pakkans.
- Wat betreft voorzieningen: houd rekening met bereikbaarheid en bruikbaarheid van de openbare orde.

FASE 1: ANALYSE

Psychologische landschapsanalyse

D&B

PLAN VAN AANPAK

- Samenvoegen van de uitkomsten van de deskresearch en alle inzichten vanuit de stakeholderinterviews
- Kennissessie/brainstorm richting strategie
 - Aanwezige kennissessie/brainstorm: Luuk Bos, Anne Lanting, Jaap Dinkelman, Stef Bos en Suze Lintner
 - Doelgedrag definitief
 - Gedragsmodel
 - Richtingen strategie en advies



UITGEBREID GEDRAGSMODEL

DOELGROEP

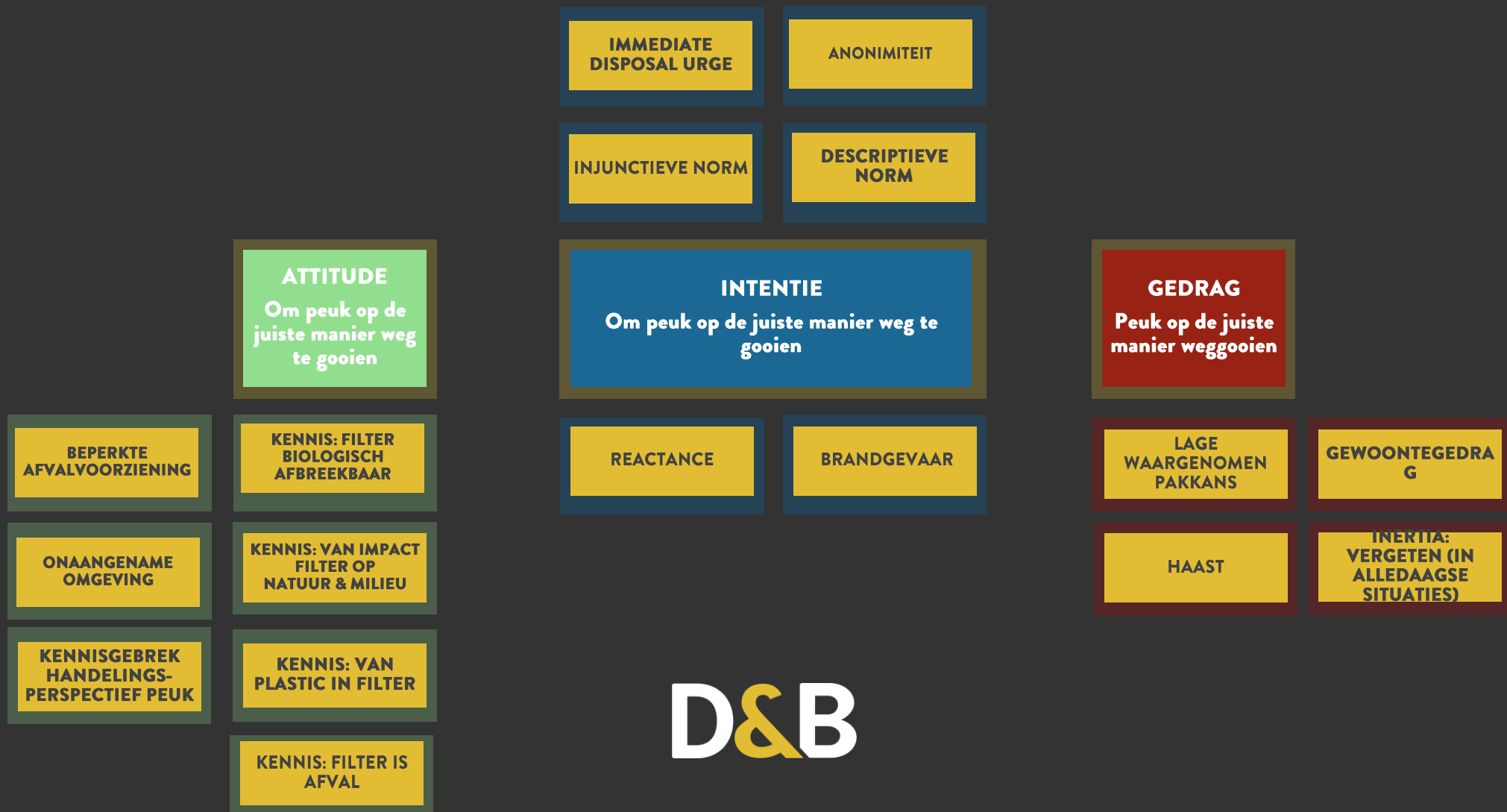
ROKERS

GEWENSTE MINDSET

PEUKEN = ZWERFAFVAL

DOELGEDRAG

PEUK UITMAKEN,
(VASTHOUDEN) &
WEGGOOIEN IN
AFVALVOORZIENING



DOELGROEP

ROKERS

GEWENSTE MINDSET

PEUKEN = ZWERFAFVAL

DEFINITIEF GEDRAGSMODEL

DOELGEDRAG

**PEUK UITMAKEN,
(VASTHOUDEN) &
WEGGOOIEN IN
AFVALVOORZIENING**

IMMEDIATE
DISPOSAL URGE

ANONIMITEIT

INJUNCTIEVE NORM

DESCRIPTIEVE
NORM

ATTITUDE

Om peuk op de
juiste manier weg
te gooien

INTENTIE

Om peuk op de juiste manier weg te
gooien

GEDRAG

Peuk op de juiste
manier weggooien

BEPERKTE
AFVALVOORZIENING

KENNIS: FILTER
BIOLOGISCH
AFBREEKBAAR

REACTANCE

BRANDGEVAAR

LAGE
WAARGENOMEN
PAKKANS

GEWOONTEGEDRA
G

ONAANGENAME
OMGEVING

KENNIS: VAN IMPACT
FILTER OP
NATUUR & MILIEU

HAAST

INERTIA:
VERGETEN (IN
ALLEDAAGSE
SITUATIES)

KENNISGEBREK
HANDELINGS-
PERSPECTIEF PEUK

KENNIS: VAN
PLASTIC IN FILTER

KENNIS: FILTER IS
AFVAL



FASE 2: GEDRAGSSTRATEGIE

Strategie met kerninzichten

D&B

IMPACT VERSUS VERANDERBAARHEID

Keuze doelgedrag

Bij de keuze voor een doelgedrag maken wij altijd de afweging tussen impact en veranderbaarheid. Sommige richtingen zullen veel impact hebben, maar (voor nu) niet realistisch zijn, terwijl andere richtingen makkelijker te implementeren zijn.

Speciale voorzieningen = hoge impact

Vanuit gedragsperspectief heeft idealiter elke afvalbak een speciale voorziening voor peuken. Hierdoor is het altijd duidelijk welk gedrag gewenst is en het gewenste gedrag ook altijd mogelijk. Dit maakt dat altijd hetzelfde gedrag gevraagd wordt en het juist weggooien van de sigarettenpeuk een gewoonte kan worden. Op dit moment is dit niet het geval. Er zijn veel verschillende varianten van voorzieningen en elke voorziening vraagt om ander gedrag. Daarnaast haalt een speciale voorziening de angst weg voor brand van de inhoud van de prullenbak door de sigarettenfilter.



IMPACT VERSUS VERANDERBAARHEID

Ondanks het geloof dat het faciliteren met deze voorzieningen grote positieve impact kan hebben op de gewenste gedragsverandering, denken wij dat dit advies niet realistisch is. Elke afvalvoorziening in Nederland zou dezelfde sigarettenvoorziening moeten krijgen. Slechts een deel van de afvalvoorzieningen aanpassen zal leiden tot onduidelijkheid, waardoor de gewoonte en het gewenste gedrag worden verstoord. Omdat elke gemeente de voorzieningen anders aanpakt geloven wij dat dit scenario niet realistisch is.

Communiceren 'peuk = restafval' = hogere veranderbaarheid

Het alternatief is communiceren dat het gewenste gedrag is: peuken weggooien bij het restafval. Wanneer we het restafval als alternatief communiceren, kunnen we uniformiteit realiseren en altijd hetzelfde gedrag van de doelgroep vragen. Zo kan het op de juiste manier weggooien van de peuk gewoontegedrag kan worden. Het is hierbij zeer belangrijk dat hier geen uitzonderingen op gemaakt worden. 'Peuk = restafval' moet altijd het gewenste gedrag zijn.



IMPACT VERSUS VERANDERBAARHEID

BETER



Beter:
Communiceren dat de
sigarettenpeuk bij het
restafval hoort

BESTE



Beste:
Alle afvalvoorzieningen
uniform met een
speciale voorziening
voor sigarettenpeuken

D&B

ROKEN IS EEN IJZERSTERKE ROUTINE

Het wegschieten van peuken op de grond is voor de meeste rokers een onbewuste gewoonte en geen bewuste keuze. Het gaat om onbewust gedrag dat met weinig concentratie en aandacht wordt vertoond (Go Clean foundation, 2021). Uit onderzoek blijkt ook dat sommige rokers het weggooien als deel van het 'rookritueel' beschouwen (Kruse, 2016).

Het is om deze reden niet makkelijk om het gedrag te veranderen. We stellen een aantal voorwaarden om wel tot de gewenste gedragsverandering te komen:

1. We hebben de aandacht van de doelgroep
2. De doelgroep staat open voor de boodschap



WE HEBBEN DE AANDACHT VAN DE DOELGROEP

De boodschap valt op en trekt **aandacht**

Omdat men niet bewust is van zijn of haar gedrag is het belangrijk om de doelgroep als het ware naar bewustzijn te brengen. Dit doen we door een boodschap over te brengen die daadwerkelijk de aandacht trekt. Je kan hierbij denken aan vormgeving, maar ook de boodschap zelf kan opvallend zijn, denk aan het gebruik van humor of een disruptieve boodschap.

Rekening houden met beperkte **cognitieve capaciteit**

Daarnaast is het van belang om rekening te houden met de cognitieve capaciteit van de doelgroep en de uitingen niet te tekstueel en te lang te maken. Visuele uitingen zullen deze doelgroep meer aanspreken.



WE HEBBEN DE AANDACHT VAN DE DOELGROEP

Timing van de boodschap

Timing is belangrijk voor het trekken en behouden van aandacht. Wij adviseren om voornamelijk te communiceren op de hotspotlocaties, waar de roker vaak staat en waar er vaak vervuild wordt. Hierdoor spreken we specifiek de roker aan, is de kans groot dat de roker de boodschap voorbij ziet komen en heeft de roker de tijd de boodschap te verwerken.

Hotspots:

- OV-gebieden
- Kernwinkelgebieden (winkelend publiek en personeel)
- Bedrijven/kantoorpanden (medewerkers die in de pauze roken)
- Overgangsgebieden (parkeerplaats, ingang ziekenhuis)
- Recreatiegebieden (stranden, parken)
- Zit- en wachtplekken (met bankjes)



MEN STAAT OPEN VOOR DE BOODSCHAP

Weerstand wegnemen

Door de frequente negatieve berichtgeving over roken en de schadelijkheid voor onder andere de gezondheid, ervaart de doelgroep weerstand tegen boodschappen over roken en sigaretten (D&B rapport IenW, 2020). Deze weerstand noemen wij reactance. Dit is een weerstand die gericht is tegen de boodschapper en ontstaat uit de basale behoefte aan autonomie. Het is belangrijk in elke uiting rekening te houden met deze weerstand. De doelgroep moet niet het gevoel krijgen dat de autonomie of zelfbeschikking wordt afgenomen. Het is belangrijk weg te blijven van een gebiedende toon.

Positieve framing

Omdat we te maken hebben met weerstand en een groep die vaker het gevoel heeft “in het verdoemhoekje” te zitten, is ons advies om de boodschap positief te houden en weg te blijven van negatieve en heftige berichtgeving.



MEN STAAT OPEN VOOR DE BOODSCHAP

Er is een bepaalde mate van **keuzevrijheid**

Een andere manier om weerstand laag te houden is, daar waar mogelijk, keuzevrijheid te bieden. De doelgroep moet het gevoel hebben nog zelf te kunnen beslissen. Hier geldt wederom dat gebiedende boodschappen zorgen voor weerstand. Het bieden van (perceptuele) keuzevrijheid zal ervoor zorgen dat de doelgroep openstaat voor de boodschap.



VOORWAARDEN SUCCESVOLLE GEDRAGSVERANDERING

WE HEBBEN DE AANDACHT VAN DE DOELGROEP

- ✓ De boodschap is opvallend qua vormgeving
- ✓ De boodschap is opvallend qua inhoud (humor, disruptief)
- ✓ Rekening houden met beperkte cognitieve capaciteit
- ✓ De timing is juist

MEN STAAT OPEN VOOR DE BOODSCHAP

- ✓ Weerstand is weggenomen
- ✓ De framing is positief
- ✓ Er is een bepaalde mate van keuzevrijheid



STRATEGIE

STAP 1

STAP 2

STAP 3



D&B



Er zullen meerdere strategiestappen in één uiting voorkomen.



STAP 1: KENNIS PEUK = RESTAFVAL

Kennis: de peuk bestaat uit restafval

Mensen moeten weten dat een peuk bestaat uit restafval. Pas als je weet dat het restafval is, ga je het behandelen zoals je afval moet behandelen en het juiste gedrag vertonen. We weten uit onderzoek dat deze kennis niet altijd aanwezig is (D&B rapport IenW, 2020).

Kennis: schade milieu

77% van de rokers weet dat filters schadelijk zijn voor het milieu omdat ze chemische stoffen bevatten. 55% van de rokers weet dat filters schadelijk zijn voor het milieu omdat ze plastic bevatten (Optae, 2019). In een andere onderzoek zagen we dat 89% procent van de rokers weet dat sigarettenfilters niet biologisch afbreekbaar zijn en schadelijk zijn voor het milieu. Slechts 43,1% weet dat er plastic in de sigarettenfilters zit (Go Clean foundation, 2021).

D&B



STAP 1: KENNIS PEUK = RESTAFVAL

Focus op microplastic

In hetzelfde onderzoek zagen we dat het voorlichten van rokers over het feit dat er plastic zit in sigarettenfilters, nuttig bleek. Wellicht omdat maar 45% van de rokers weet dat er plastic in zit (Go Clean Foundation, 2021). Wij adviseren om wel te informeren over het feit dat er microplastics in de filters aanwezig zijn. Uit onderzoek blijkt dat vooral hier de kennishiaat zit.

Dat de sigarettenfilters niet afbreekbaar zijn en eigenlijk wel in de prullenbak horen lijkt bekender. Deze informatie kun je op meerdere manieren overbrengen. Denk aan het simpelweg informeren maar ook informatie visualiseren of metaforen gebruiken kan kansrijk zijn.



STAP 1: KENNIS PEUK = RESTAFVAL

Duurzaamheid in het algemeen lijkt geen kansrijke route

We adviseren om weg te blijven bij te grote boodschappen over de schade aan het milieu in het algemeen. De doelgroep die we willen aanspreken is divers en groot. Wij denken dat het onrealistisch is te denken dat deze grote groep allemaal duurzaamheid als belangrijkste waarden heeft. Men zal zich door de boodschap niet gemotiveerd voelen.

Daarnaast heeft de roker het ongewenste gedrag al vaak uitgevoerd en kan het besef dat dit zo veel schade heeft aangericht voor afbreuk van een positief zelfbeeld en voor cognitieve dissonantie zorgen. Deze negatieve gevolgen op de persoon zullen ook negatieve gevolgen op het gedrag hebben.

D&B



STAP 1: KENNIS PEUK = RESTAFVAL

Zelfbeeld en mogelijke cognitieve dissonantie

We streven van nature naar een zo positief mogelijk zelfbeeld (Baumeister, 2011). Wanneer wij ons niet in lijn met dit positieve zelfbeeld gedragen, kan cognitieve dissonantie ontstaan.

Cognitieve dissonantie is het onbewuste gevoel dat optreedt wanneer we iets doen waarvan we eigenlijk vinden dat het niet bij ons (karakter/zelfbeeld) past. Om dit gevoel op te lossen streven we naar cognitieve dissonantie reductie. We gaan ons verhaal aanpassen (Harmon-Jones, 2019). In dit geval kan de doelgroep gaan twijfelen aan de daadwerkelijke schade aan het milieu en de boodschap verwerpen. Ze kan het ongewenste gedrag gaan goedpraten om het knagende gevoel van cognitieve dissonantie te verminderen. Dit is uiteraard niet de bedoeling.

D&B

STRATEGIE

STAP 1

STAP 2

STAP 3



D&B



Er zullen meerdere strategiestappen in één uiting voorkomen.



STAP 2: HANDELINGSPERSPECTIEF

Weghalen van twijfel en het communiceren van de injunctieve norm

Het is van belang dat de doelgroep precies weet wat ze met de sigarettenpeuk moet doen. Er mag geen twijfel bestaan over wat de bedoeling is, oftewel over wat de injunctieve norm is.

De injunctieve norm is wat mensen volgens heersende normen en waarden en geldende regels en wetten goed- of afkeuren. Als we weten dat iets volgens geldende regels niet mag, zullen we dat gedrag minder snel vertonen. Anderzijds, als we weten dat iets volgens heersende normen van ons verwacht wordt, zullen we dat gedrag sneller vertonen (Cialdini, 1990).

We weten uit onderzoek dat het nu niet altijd helder is waar men de peuk moet laten (IenW, 2020). Nadat men weet dat een sigarettenpeuk microplastics bevat en het restafval is (stap 1 van de strategie), moeten mensen ook weten wat ze er dan precies mee moeten doen.

D&B



STAP 2: HANDELINGSPERSPECTIEF

Een duidelijk handelingsperspectief

Het is daarom van belang om een concreet en makkelijk handelingsperspectief te bieden. Wij stellen het volgende handelingsperspectief voor:

Sigaret uitmaken en naar de restafvalbak brengen.

Wij denken dat het benoemen van het uitmaken van de sigaret van belang is om de angst voor het veroorzaken van brand weg te nemen. Ook adviseren we de handeling ‘uitmaken’ niet verder te specificeren om niet betuttelend over te komen en reactance te voorkomen.



STAP 2: HANDELINGSPERSPECTIEF

Keuze: vasthouden, brengen of in de bak doen

Ten slotte hebben we meerdere discussies gevoerd over het toevoegen van de handeling ‘vasthouden’. Wij geloven dat je idealiter stelt dat men de sigarettenpeuk een tijd vasthoudt tot je een restafvalbak tegen komt. Mensen roken immers niet alleen op hotspots (waar een afvalvoorziening staat) maar ook lopend. Sigarettenpeuken vind je daadwerkelijk overal.

Echter geloven wij dat dit voor nu een brug te ver is. We weten dat men afval niet lang met zich mee wilt dragen; zeker van sigaretten willen mensen snel af (Optae, 2019). Dit maakt dat het gewenste gedrag ‘vasthouden’ lastig is om uit te voeren en een hoge motivatie vereist.



STAP 2: HANDELINGSPERSPECTIEF

De doelgroep weet op dit moment nog niet goed dat de peuk in het restafval hoort. Daarnaast is het sociaal geaccepteerd om peuken op de grond te gooien (Optae, 2019) Daarom vinden wij het van belang om dit eerst aan te pakken. Wellicht dat een volgende campagne/interventie zich kan focussen op het vasthouden van de sigarettenpeuk en we dit kunnen zien als een vervolg op de huidige campagne.

Ten slotte adviseren we om het handelingsperspectief actief te bewoorden, zoals ‘naar de restafvalbak brengen’ in plaats van ‘in de bak doen’. Deze laatste bewoording is wellicht te weinig actief waardoor de doelgroep nog steeds de sigarettenpeuk weg schiet. Met de eerste bewoording wordt de gewenste actie en letterlijke beweging geactiveerd en genormaliseerd.

D&B

Wellicht kan de volgende campagne/interventie zich focussen op de handeling ‘vasthouden van de peuk’

IMPACT VERSUS VERANDERBAARHEID

BETER



Beter:
het
handelingsperspectief
stelt dat de doelgroep
de sigarettenpeuk naar
de restafvalbak brengt

BESTE



Beste:
het
handelingsperspectief
stelt dat de doelgroep
de sigarettenpeuk
vasthoudt tot diegene
een restafvalbak
tegenkomt

STRATEGIE

STAP 1

STAP 2

STAP 3



D&B



Er zullen meerdere strategiestappen in één uiting voorkomen.



STAP 3: VOORBEELDGEDRAG

Sociale normen

Zoals eerder beschreven moet het voor de doelgroep helder zijn wat de injunctieve norm is. Dit wordt duidelijk door het concrete en makkelijke handelingsperspectief. Naast deze injunctieve norm (wat mensen vinden dat je zou moeten doen) is het ook van belang dat de descriptieve norm (hoe wij denken dat anderen zich gedragen) verandert.

Op dit punt is het niet alleen sociaal geaccepteerd om de sigarettenpeuk op de grond te gooien (optae, 2019), mensen geloven ook dat de sigarettenpeuk op de grond gooien hoort bij de cultuur van rokers (Go Clean foundation, 2021)

Het overbrengen van de juiste descriptieve norm is dus van groot belang. We zien ook in onderzoek dat roken een sociale activiteit is en het stellen van de juiste norm binnen een maatschappij een groot effect kan hebben op de gewenste gedragsverandering (Go Clean foundation, 2021)

D&B



STAP 3: VOORBEELDGEDRAG

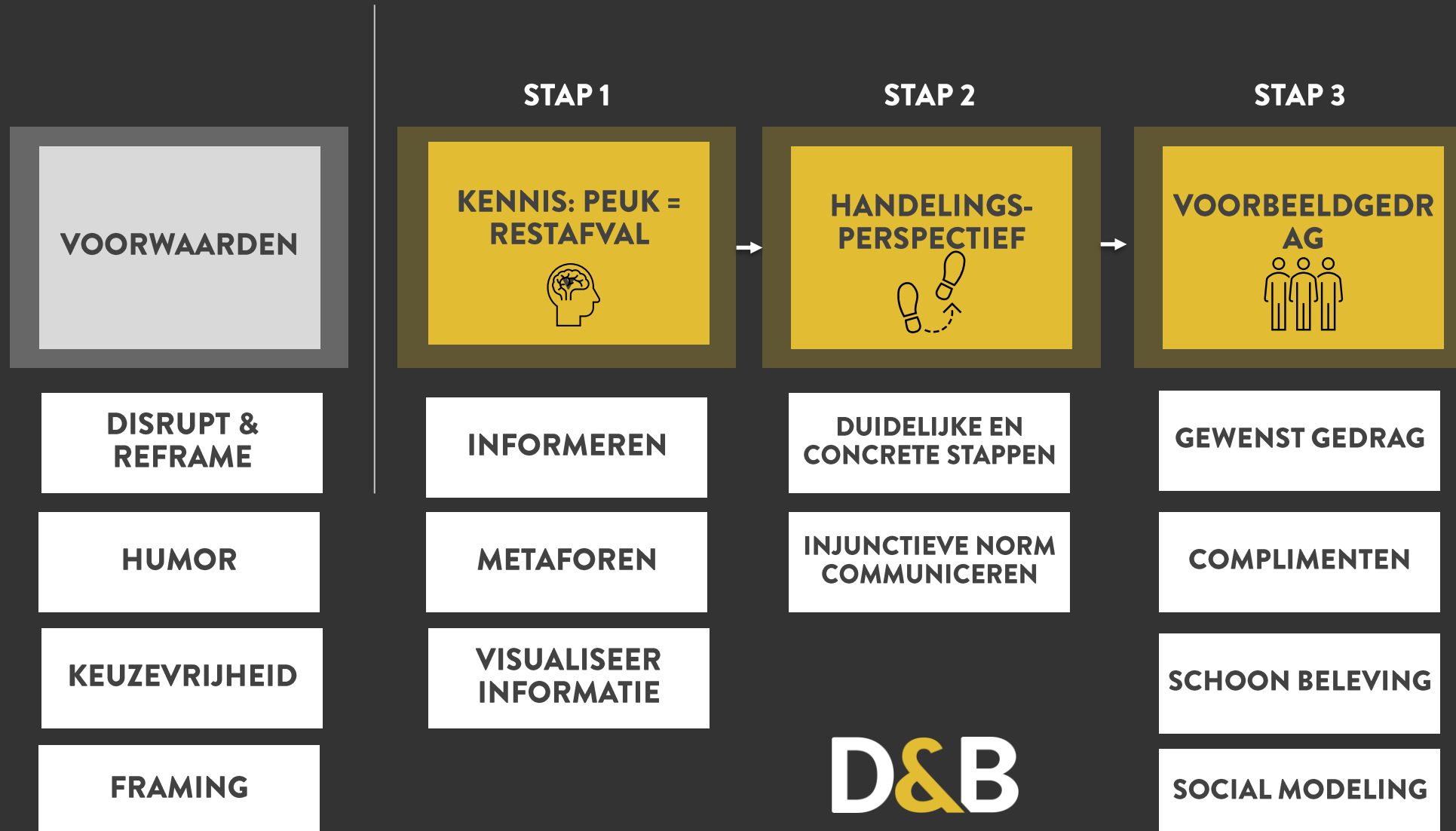
Descriptieve norm in ontwikkeling

Waar je een injunctieve norm makkelijker kan communiceren (injunctieve norm = regels en protocollen en wat mensen vinden wat hoort) is de descriptieve norm wat men daadwerkelijk in zijn of haar omgeving ziet. Omdat het op dit moment sociaal geaccepteerd is sigarettenpeuken op de grond te gooien en er veel sigarettenpeuken op de grond liggen, kunnen we stellen dat dit niet de gewenste descriptieve norm uitstraalt.

De gewenste descriptieve norm ontwikkelen zal dan ook niet over één nacht ijs gaan en een langere inzet vragen. Men kan in de huidige campagne beginnen met overal het juiste gedrag te laten zien (door mensen waar de doelgroep zich mee kan identificeren: (social modeling) en aan te moedigen door middel van complimenten. Daarnaast kan het aanraden van intensieve schoonmaak van sigarettenpeuken de juiste descriptieve norm neerzetten.

D&B

STRATEGIE + GEDRAGSTECHNIEKEN



EXTRA ADVIEZEN: GEEN SPECIALE VOORZIENINGEN & PEUKENTEGELS

Wij raden het gebruik van speciale sigarettenvoorzieningen en peukentegels af.

Om continuïteit te creëren in het gewenste gedrag (peuk = restafval) is het van belang dat we altijd hetzelfde gedrag vragen van de doelgroep. Op deze manier kan het een gewoonte worden en ontstaat het gedrag automatisch. Het aanbieden van speciale voorzieningen zal dit gedrag verstoren. Er is immers een aparte voorziening voor, dus de sigarettenpeuk hoort blijkbaar niet bij het restafval.

We raden extra voorzieningen af en stellen voor om op hotspotlocaties een restafvalbak te plaatsen.



EXTRA ADVIEZEN: GEEN SPECIALE VOORZIENINGEN & PEUKENTEGELS

Peukentegels in het bijzonder lokken daarnaast juist het ongewenste gedrag uit: het op de grond gooien van de sigarettenpeuk. Ook uit onderzoek blijkt dit voor extra vervuiling te zorgen. Wanneer sigaretten met de hand werden uitgedrukt belandde 5% op de grond, wanneer dit met de voet gedaan werd was dit 94% (Go clean foundation, 2021).

We raden de peukentegels om deze reden af.



EXTRA ADVIEZEN: FILTERBAN

De resultaten van de interviews spreken overtuigend voor de filterban. Wij denken dat een filterban veel schade aan de natuur kan voorkomen omdat de filters het meest schadelijk zijn gebleken, maar zijn er ook van overtuigd dat deze maatregel niet voor gedragsverandering zal zorgen. Zonder andere maatregelen zal het nog steeds sociaal geaccepteerd en de norm blijven om het laatste stukje van je sigaret op de grond te gooien.

Ondanks dat wij geloven in een grote impact van de filterban is dit vanuit ons vakgebied een belangrijke kanttekening.



EXTRA ADVIEZEN: ZAKASBAKJES

In lijn met de eerdergenoemde onderzoeken naar zakasbakjes (de Brito, 2017) (Albertijn, 2021) zijn wij positief over de inzet van draagbare asbakken onder bepaalde omstandigheden. We adviseren dan ook draagbare zakasbakken in de toolkit aan te bieden.

Ons advies zal wel zijn om de zakasbakjes in te zetten:

- Tijdens evenementen
- In recreatiegebieden zonder afvalvoorzieningen (natuurgebieden, stranden)

Zo verstoren de zakasbakjes niet de gewoonte om de sigarettenpeuk in de restafvalbak te gooien (het gaat hier om een gesloten gebied/bepaalde tijd) maar helpen ze wel bij het schoon houden van de omgeving wanneer het gewenste gedrag moeilijker uit te voeren is dan normaal.



LITERATUUR

- Albertijn, M. (2020) zwerfvuil: Peuken en kauwgom Klein afval: het gebruik van vuilnisrecipiënten. <https://mooimakers.be/sites/default/files/2020-02/Tempera%20-%20onderzoeksrapport%20peuken%20en%20kauwgom%20FINAL.pdf>
- Cialdini, R. B., Reno, R. R., & Kallgren, C. A. (1990). A Focus Theory of Normative Conduct: Recycling the Concept of Norms to Reduce Littering in Public Places. *Journal of Personality and Social Psychology*, 58(6), 1015-1026.
- De Brito, M & Cavagnaro, E. (2017, mei). Hoe evenementen succesvol afval kunnen verminderen. Geraadpleegd op 6 juli 2022 van <https://www.nritmedia.nl/kennisbank/37937/hoe-evenementen-succesvol-afval-kunnen-verminderen/>
- Dijksterhuis & van Baaren in opdracht van Ministerie van Infrastructuur en Waterstaat. 2020. Kanrijke gedragsrichtingen voor de zwerfafvalaanpak op treinstations , snoeproutes en kernwinkelgebieden. Verkregen via <https://zwerfafval.rijkswaterstaat.nl/kennisbibliotheek/@223411/rapportage-kansrijke-gedragsrichtingen/>
- Eco Consult. (2018). Landelijke zwerfafvalmonitor: Meting schoonheidsbeelden en samenstelling zwerfafval. Verkregen van: https://www.afvalcirculair.nl/publish/pages/163183/landelijke_zwerfafvalmonitor_meting_schoonheidsbeelden_en_samenstelling_zwerfafval_2018.pdf
- Eco Consult, 2021. Landelijke zwerfafvalmonitor incl. extra gebiedstypen. Jaarrapportage 2021, Veenendaal: Rijkswaterstaat
- Go clean foundation. (2021). Report Cigarette Filters. Cigarette Filters and Extended Producer Responsibility. <https://goclean.nl/nieuws/conclusie-sigarettenfilter-rapport-haal-het-filter-van-de-sigaret-af/>

LITERATUUR

- Harmon-Jones, E., & Mills, J. (2019). An introduction to cognitive dissonance theory and an overview of current perspectives on the theory.
- Nationaal expertisecentrum tabaksontmoediging Trimbos Instituut. 2022. Milieuschade door peukenafval. Verkregen van <https://www.trimbos.nl/wp-content/uploads/2022/05/AF1982-Milieuschade-door-peukenafval.pdf>
- NL Schoon, 2015. peuken pilot Lijnbaan, Rotterdam: Nederland Schoon. Verkregen van: <https://www.supportervanschoon.nl/kenniswijzer/samenvatting-peuken-pilot-lijnbaan-rotterdam-2015/>
- NL Schoon, 2021. Peukenvrij: Alles over de aanpak van tabak-gerelateerd zwerfafval, Den Haag: Nederland Schoon.
- Onderzoek Kruse, Y. (2016). uitgerookt & opgeschoond.
- Optae, 2019. Etude 'Megots': Resultats de l'enquête de terrain de Mars 2019, <https://alcome.eco/wp-content/uploads/2020/08/20190506-Synth%C3%A8se-EtudeOPTAE.pdf>
- Roy F. Baumeister (2011). Self and identity: a brief overview of what they are, what they do, and how they work. 1234(1), 48–55. doi:10.1111/j.1749-6632.2011.06224.x

LITERATUUR

- Schep, E. (2023). Reducing the amount of cigarette filters in litter (only available in Dutch).
- Slaughter, E., Gersberg, R. M., Watanabe, K., Rudolph, J., Stransky, C., & Novotny, T. E. (2011). Toxicity of cigarette butts, and their chemical components, to marine and freshwater fish. *Tobacco Control*, 20(Suppl 1), i25-i29.
- Webler, T., & Jakubowski, K. (2022). Attitudes, Beliefs, and Behaviors about Cigarette-Butt Littering among College-Aged Adults in the United States. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(13), 8085.



Opdrachtgever: Ministerie van Infrastructuur & Waterstaat | Jaap Dinkelmann
Gedragstrategen: drs. ing. Stijn, de Vries, drs. Suze Lintner, drs. Anne Lanting en drs. Stef Bos
Photo by SHVETS production on pexels