

Zwerfafval van fastfood- verpakkingen

Kennisdocument

Inhoud

Inleiding	3
1. Facts & figures van fastfood	4
1.1 Wat verstaan we onder fastfood?	4
1.2 Fastfoodketens in Nederland	5
1.3 Wat betekent dit voor zwerfafval?	5
2. Factoren bij gedragsbeïnvloeding	8
2.1 Motivatie, capaciteit en gelegenheid	8
2.2 Factoren verbeteren en/of vergroten	9
3. Bewezen effectieve maatregelen	12
4. Zelf aan de slag met fastfoodzwerfafval	13
5. Wetgeving	14
5.1 Nieuwe regels over wegwerpplastic	14
5.2 Statiegeld op blikjes	14
5.3 Omgevingswet	14
6. Uit de praktijk	15
6.1 Het Convenant van Alkmaar	15
7. Meer informatie	16
8. Bronvermelding	17



Inleiding

De openbare ruimte rondom quick service restaurants, oftewel fastfoodrestaurants met en zonder een drive-in, is meestal niet de schoonste locatie. Het zwerfafval in dit gebied bestaat voornamelijk uit verpakkingen van eten en drinken dat bezoekers besteld hebben in het fastfoodrestaurant.

In dit kennisdocument gaan we dieper in op zwerfafval veroorzaakt door fastfoodverpakkingen. We willen hiermee de ondernemers in de fastfoodsector, hun collega-ondernemers in de buurt, gemeenten en beheerders van openbare ruimtes verder helpen in hun aanpak tegen zwerfafval. De belangrijkste tip geven we alvast: door samen te werken kom je verder!

Het voorkómen van zwerfafval heeft meerdere positieve effecten:

- Het is goed voor de natuur.
- Mensen voelen zich meer op hun gemak in een schoon gebied en ervaren een schoon gebied als veiliger.
- Mensen gedragen zich socialer in een schoon gebied; wanneer een plek al schoon is, blijft hij ook langer schoon omdat mensen minder geneigd zijn zelf zwerfafval te veroorzaken.
- Meedoen aan een zwerfafvalaanpak draagt bij aan het imago van fastfoodrestaurants en andere ondernemers, meer klanttevredenheid en een goede verhouding met de buurt en de gemeente.

Maar hoe pak je zwerfafval van fastfoodverpakkingen effectief aan? In dit kennisdocument gaan we in op gedragsbeïnvloeding en hoe je dit vertaalt naar maatregelen. Wil je concreet aan de slag, dan raden we aan dat je ook ons [Plan van aanpak fastfoodzwerfafval](#) leest.

In hoofdstuk 4 van dit kennisdocument vind je een samenvatting.

1. Facts & figures van fastfood

1.1 Wat verstaan we onder fastfood?

De definitie van fastfood of gemaksvuodsel: voedsel dat snel bereid en geserveerd wordt en relatief goedkoop is. Je koopt het bij gespecialiseerde restaurants en kraampjes zoals snackbars. Het wordt vaak verpakt om mee te nemen en ergens anders op te eten.

Fastfoodrestaurants worden ook wel quick service restaurants genoemd (QSR), omdat ze zich richten op het zo snel en efficiënt mogelijk serveren van voedsel aan consumenten. De meeste fastfoodrestaurants maken deel uit van een keten, vaak is er sprake van een franchisemodel. De fastfoodindustrie groeit enorm: mensen besteden steeds minder tijd aan zelf koken.

Weetje

Het concept van snel klaargemaakte gerechten bij speciale verkooppunten is al eeuwenoud. Zo kenden de Romeinen in hun grote steden gaarkeukens en kraampjes waar brood en wijn werden verkocht. Vooral arme burgers waren van straatverkopers afhankelijk voor hun voeding. In de middeleeuwen verkochten verkopers in grote steden als Parijs en Londen voedsel zoals taarten, wafels, pannenkoeken en graanproducten op straat.



Romeinse 'snackbar', opgegraven in Pompeii.

1.2 Fastfoodketens in Nederland

In 2021 kende Nederland 26 bekende en minder bekende fastfoodketens. De bekendste fastfoodketen in Nederland is McDonald's. Domino's heeft de meeste filialen in Nederland, gevolgd door McDonald's. Naast vestigingen van ketens vind je in bijna elk dorp of elke stad één of meerdere cafetaria's of snackbars: circa 4.850 door heel Nederland verspreid in 2021.

Soorten locaties

Bij fastfoodrestaurants onderscheiden we twee soorten locaties: in het centrum van een stad en drive-in restaurants buiten het centrum.

Centrum

Hiermee bedoelen we een (kern)winkelgebied binnen een gemeente met zowel winkels als (fastfood)restaurants. Veel van deze centra bevinden zich in de binnenstad, maar in de grotere gemeenten kunnen ze ook in de woonwijken liggen.

Drive-in

Hiermee bedoelen we de omgeving van een fastfoodrestaurant met een drive-in. Deze zijn gevestigd langs snelwegen, op bedrijventerreinen of aan de rand van de gebouwde omgeving. Bij snelweglocaties is er vaak een tankstation aanwezig, op de bedrijventerreinen is er vaak een clustering van grote winkels en meerdere fastfoodrestaurants met een drive-in.



Weetje

Toen na de Eerste Wereldoorlog in de Verenigde Staten de auto aan zijn opmars begon, deden de eerste drive-inrestaurants hun intrede. Het bedrijf White Castle werd in 1921 opgericht door Billy Ingram en Walter Anderson in Wichita, Kansas. White Castle wordt gezien als de eerste fastfoodketen ter wereld.

Ontwikkeling

Van 2014 tot 2019 is het aantal fastfoodrestaurants in Nederland toegenomen van 364 naar 422 restaurants. Dat is een stijging van bijna 16%. Vooral in de grote steden en op hightraffic-locaties (zoals langs de snelweg en bij outletcenters) groeide het aanbod fors.

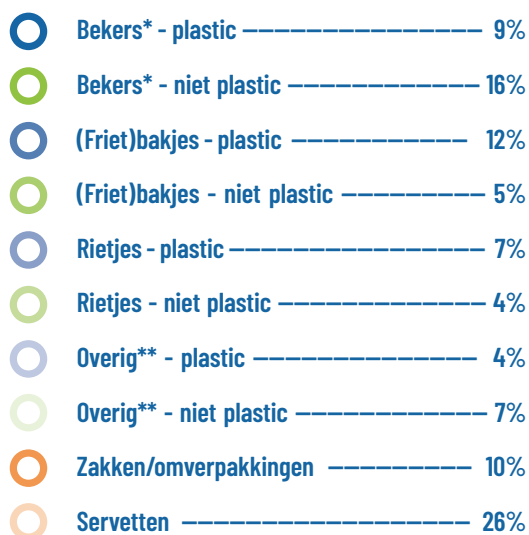
1.3 Wat betekent dit voor zwerfafval?

Met de groei van het fastfoodaanbod is er ook sprake van overlast van zwerfafval. Denk aan milkshakebekers, frietbakjes, zakken, servetten, rietjes, flesjes en blikjes.

Aandeel fastfoodzwerfafval

Het aandeel van zwerfafval afkomstig van takeaway is 10,7%, blijkt uit de [Landelijke Zwerfafvalmonitor Jaarrapportage 2021](#) van Rijkswaterstaat. Kleine drankverpakkingen zijn hierin niet meegenomen, deze maken nog eens 13,5% uit van het zwerfafval. Een deel hiervan kan afkomstig zijn van fastfoodrestaurants. Het volledige overzicht van 2021 ziet er zo uit:

Verdeling takeaway zwerfafval 2021

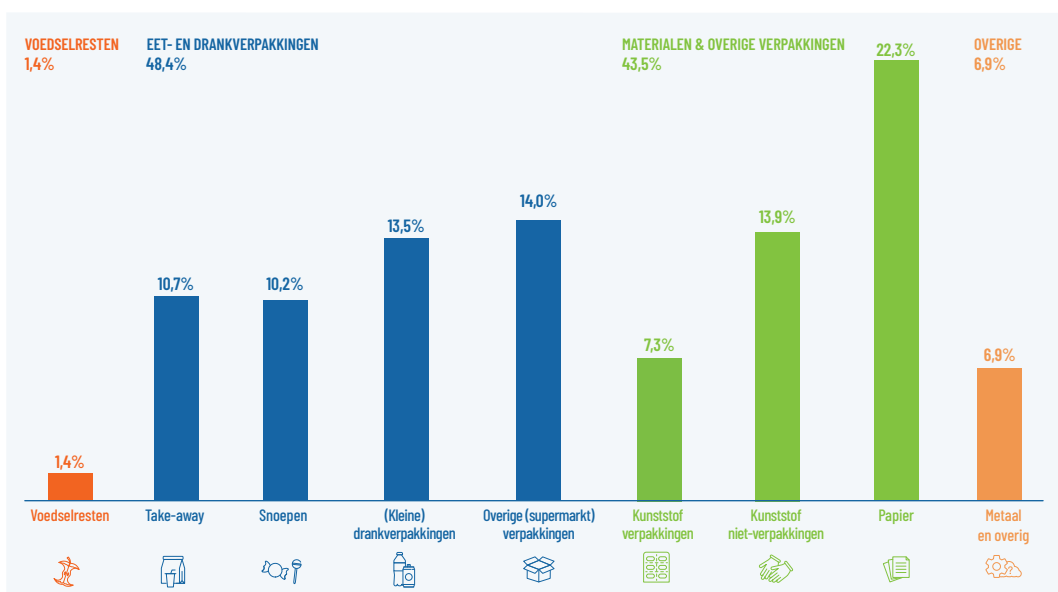


* Drink-, koffie- en ijsbekers ** Vorkjes, roerstaafjes etc

Basis cijfers
Metingen inclusief nieuwe gebiedstypen

Het volledige overzicht van 2021 ziet er zo uit:

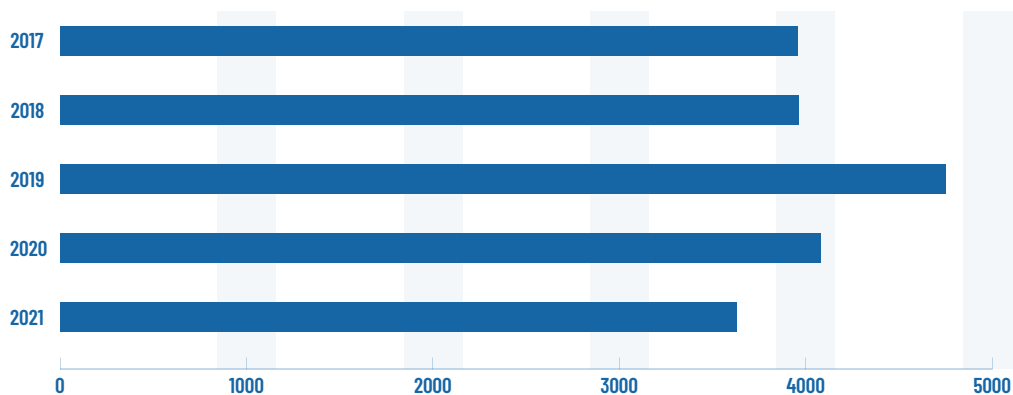
Samenstelling zwerfafval 2021



Grafiek op basis van cijfers (inclusief nieuwe gebiedstypen) Landelijke Zwerfafvalmonitor 2021- Rijkswaterstaat

Wel lijkt de hoeveelheid zwerfafval afkomstig van takeaway te stabiliseren in de afgelopen jaren, een uitschieter in 2019 daargelaten. In 2021 was er zelfs een daling te zien.

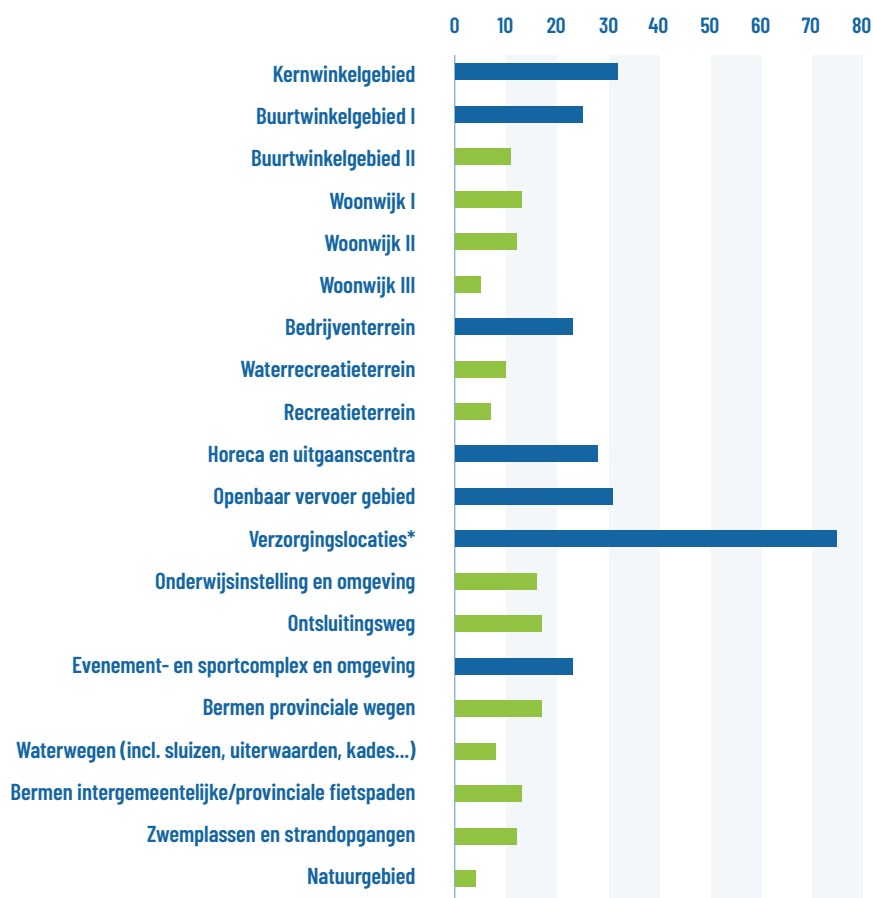
Fastfood: totaal aantal stuks per meetronde



Grafiek op basis van cijfers (exclusief nieuwe gebiedstypen) Landelijke Zwerfafvalmonitor 2021 - Rijkswaterstaat

Kortom, de ontwikkelingen lijken positief, maar er is nog een hoop werk aan de winkel.

Gemiddeld aantal stuks fastfood per meting



De blauwe staven zijn de gebieden waar meer dan gemiddeld fastfoodverpakkingen op de grond werden gevonden.

Bron: Gebaseerd op Landelijke Zwerfafvalmonitor 2021 - Rijkswaterstaat

2. Factoren bij gedragsbeïnvloeding

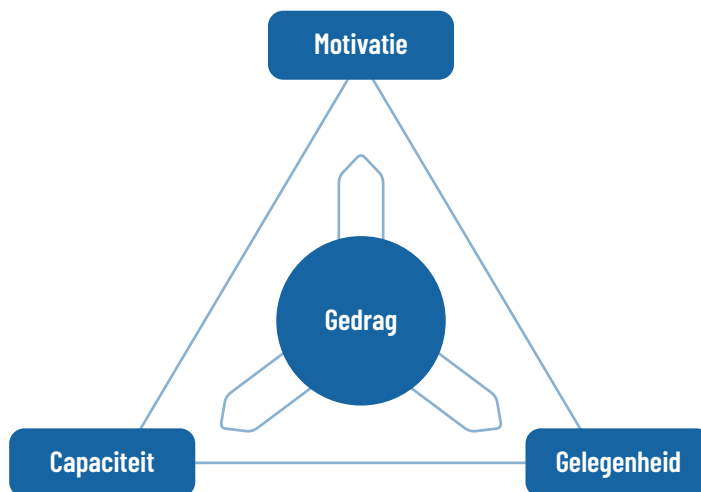
Voor het analyseren en beïnvloeden van gedrag is het Triade-model van Theo Poiesz, hoogleraar Economische Psychologie, een nuttig hulpmiddel. Het model gaat uit van de factoren motivatie, capaciteit en gelegenheid, die samen tot gedrag leiden. Om het gewenste gedrag voor elkaar te krijgen, moeten alle drie factoren in voldoende mate aanwezig zijn. Met andere woorden: Wil iemand het? Kan iemand het? Krijgt iemand de gelegenheid?



Motivatie, capaciteit en gelegenheid zijn cruciaal om gedrag te veranderen.

2.1 Motivatie, capaciteit en gelegenheid

Het Triade Model van Poiesz



Motivatie is de mate waarin iemand een doel wenst te bereiken of het goede gedrag wil vertonen. De motivatie kan bewust of onbewust zijn, en intrinsiek (vanuit de persoon zelf gemotiveerd) of extrinsiek (door de omgeving gestimuleerd). Bij intrinsieke motivatie wil je bijvoorbeeld geen zwerfafval veroorzaken, omdat je het belangrijk vindt dat de natuur schoon blijft. Bij extrinsieke motivatie wil je geen zwerfafval veroorzaken, omdat je misschien een boete kunt krijgen. Intrinsieke motivatie heeft doorgaans meer en langer invloed op het gedrag.

Capaciteit is de mate waarin iemand beschikt over de eigenschappen, vaardigheden of instrumenten om het gewenste gedrag uit te voeren. De capaciteit kan mentaal zijn (bijvoorbeeld kennis over het belang van afval goed weggooien), fysiek, financieel en materieel (bijvoorbeeld een afvalzakje bij de hand hebben).

Gelegenheid is de mate waarin de omstandigheden die buiten de persoon liggen het gewenste gedrag bevorderen of remmen. Denk aan de aan- of afwezigheid van afvalbakken om afval in te kunnen gooien.

2.2 Factoren verbeteren en/of vergroten

Om het gewenste gedrag van je bezoekers voor elkaar te krijgen, moet je zorgen dat alle drie factoren – motivatie, capaciteit en gelegenheid – in voldoende mate aanwezig zijn. We zetten een aantal mogelijkheden op een rijtje om die factoren te verbeteren en/of te vergroten.

MOTIVATIE

Beleving

In een schone en nette omgeving gedragen mensen zich beter. Bovendien denken mensen in een vervuilde omgeving dat het niet meer uitmaakt of er wat meer of minder afval ligt. Een schone omgeving houdt dus schoon. Een verzorgde aanblik betekent:

- De voorzieningen, zoals parkeerterreinen en afvalbakken, zijn schoon en heel.
- De omgeving is overzichtelijk, schoon en mooi groen.
- Er is goede verlichting.



In een schone en nette omgeving gedragen mensen zich beter.

Anonimiteit van de locatie

Mensen zijn sneller geneigd afval op de grond te gooien in een anonieme omgeving, zoals een afgelegen parkeerplaats². Hier kunnen meerdere redenen voor zijn. Het kan mensen het gevoel geven dat ze dit kunnen doen zonder gezien te worden. Ook kunnen ze een anonieme locatie beschouwen als een locatie die van niemand is: een gebrek aan eigenaarschap. Zorg er dus voor dat er zo min mogelijk anonieme locaties zijn rondom het fastfoodrestaurant, bijvoorbeeld door het plaatsen van verlichting.

Beloning

Stimuleer het gedrag van bezoekers met een beloning. McDonald's Nederland doet dat met haar actie 'You Bin It – You Win It' waarbij je wat kunt winnen als je je afval in de afvalbak deponiert. Dit stimuleert mensen om hun afval weg te gooien en heeft ook als effect dat het normgedrag zichtbaar wordt voor anderen. De omgeving communiceert als het ware dat het heel normaal is (de sociale norm) om je afval op te ruimen in plaats van op de grond te gooien.



McDonald's-actie 'You bin it, you win it'

CAPACITEIT

Sociale normen

De meeste mensen beschikken over voldoende vaardigheden om hun afval op de juiste manier weg te gooien. Ook weten mensen vaak wel dat het niet de bedoeling is om afval van fastfood na het nuttigen op de grond te gooien of uit de auto te gooien.

Als mensen moeten beslissen wat normgedrag is, kijken ze onbewust naar wat anderen doen. Dit verschijnsel staat bekend als sociale bewijskracht. De sociale bewijskracht kun je handig benutten door in de communicatie in te spelen op het feit dat de meeste mensen zich aan de regels houden en geen zwerfafval veroorzaken. Veel voorbeelden benoemen de norm heel concreet, zoals '95% van onze bezoekers laat geen afval achter'. Je kunt de juiste norm ook activeren door zichtbaar te reinigen, met medewerkers in herkenbare kleding van het fastfood-restaurant.

GELEGENHEID

Afvalbakkenvoorzieningen

Afvalbakken spelen een grote rol bij het weggooigedrag van mensen. Hoe meer afvalbakken duidelijk in het zicht staan, hoe groter de kans dat mensen hun afval netjes weggooien. Ook de afstand tot de afvalbak heeft invloed. Hoe dichterbij de afvalbak staat op het moment dat iemand iets wil weggooien, hoe groter de kans dat die persoon het afval netjes weggooit.



G-snake afvalbak

Daarnaast toont onderzoek aan dat het decoreren van afvalbakken mensen stimuleert om afval netjes weg te gooien. Opvallende afvalbakken trekken meer aandacht en kunnen gewoontegedrag bij mensen doorbreken. Gebruik bijvoorbeeld een G-snake afvalbak als last minute afvalbak bij een drive-in of bij de uitgang van het eigen terrein. Deze langwerpige bak is zeer opvallend, heeft een grote capaciteit en is vanuit de auto makkelijk te gebruiken.



Het decoreren van afvalbakken stimuleert mensen om afval netjes weg te gooien

Nudging & priming

Bij nudging geef je mensen een duwtje in de juiste richting. Dat gebeurt meestal vrij zichtbaar. Denk bijvoorbeeld aan afgebeelde voetstapjes op de grond in de richting van de afvalbak. Priming is een vorm van nudging, alleen gebeurt het beïnvloeden van het gedrag meestal zonder dat mensen het in de gaten hebben; ze pikken de signalen onbewust op. Priming bij zwerfafval is bijvoorbeeld het plakken van een klikosticker in een felle kleur op een afvalbak of gebruikmaken van glimmende oppervlakken (wat de suggestie van schoon geeft).



Felgroene afvalbakken zorgden voor schonere straten in Rotterdam en Amsterdam

3. Bewezen effectieve maatregelen

In de afgelopen jaren heeft Nederland Schoon veel ervaring opgedaan met de aanpak van zwerfafval rondom fastfoodlocaties. Bij deze fastfoodprojecten zijn metingen gedaan om het effect van de diverse maatregelen te bepalen. Aan de hand van de resultaten van deze onderzoeken hebben we – in samenwerking met Dr. Kees Keizer¹ – bepaald welke maatregelen effectief zijn. Hieruit kunnen we concluderen dat het zichtbaar reinigen van het gebied en het reinigen, bij- en herplaatsen van afvalbakken twee succesvolle maatregelen zijn die onderdeel zouden moeten uitmaken van elke fastfoodzwerfafval-aanpak. Zie de tabel voor alle onderzoeken.



Zichtbaar reinigen van het gebied en het bij- en herplaatsen van afvalbakken zijn bewezen succesvolle maatregelen.

Maatregel	Effect
Ondernemers maken het gebied rondom hun bedrijf frequent zichtbaar schoon.	Maakt dat men het gebied prettiger en schoner vindt.
Bij- en herplaatsing van afvalbakken.	Er wordt minder op de grond gegooid. Mensen vinden het gebied schoner en voelen zich moreel verplicht om afval in de bak te gooien.
Verwijdering van bedrijfsspecifiek verpakkingsmateriaal.	Minder verpakkingsmateriaal op straat.
Reiniging, bij- en herplaatsing van afvalbakken.	Verhogen van de schoonbeleving. Mensen vinden het schoner als ze denken dat er vaker wordt gereinigd. Mensen die een gebied schoner vinden, geven aan er vaker iets te kopen.
Combinatie-aanpak afvalbakken: • Nieuwe/gewrapte* bakken • Plaatsing extra bakken • Herplaatsing	Vergroot de tevredenheid met aantal, plaatsing en vindbaarheid van de afvalbakken.

* Gewrapt = omhuld met een meestal opvallende verpakking.

1. Kees Keizer is adviseur, onderzoeker, schrijver, spreker en trainer op het gebied van gedrags- en belevingsbeïnvloeding en werkt aan de Rijksuniversiteit Groningen.

4. Zelf aan de slag met fastfoodzwerfafval

Nederland Schoon heeft een plan van aanpak ontwikkeld om fastfoodzwerfafval tegen te gaan. Hiermee bieden we een werkwijze om samen met andere betrokken partijen in de omgeving direct aan de slag te gaan.

Doelgroep

De aanpak is bedoeld voor:

- Eigenaren van fastfoodrestaurants (zowel met als zonder drive-in).
- Gemeentemedewerkers verantwoordelijk voor de openbare ruimte.
- Bestuurders van ondernemersverenigingen die graag meehelpen het gebied zwerfafvalvrij te maken en te houden.

Nederland Schoon benadrukt graag het belang van samenwerking tussen deze partijen. Wij zien in de praktijk dat goede samenwerking leidt tot de beste resultaten bij de aanpak van zwerfafval.



Goede samenwerking leidt tot de beste resultaten bij de aanpak van zwerfafval

Aanpak

De aanpak bestaat uit 3 fasen, met in elke fase meerdere stappen.

Fase 1 Vorbereiding

- Benoem het gebied en baken het af
- Zoek samenwerking
- Analyseer het gebied en het probleemgedrag
- Verricht een 0-meting

Fase 2 Uitvoering

- Breng de basis op orde
- Doe een tussenmeting
- Neem aanvullende maatregelen

Fase 3 Monitoring en evaluatie

- Doe een 1-meting
- Evalueer met betrokkenen

Het Plan van aanpak fastfoodzwerfafval kun je [downloaden](#) in de Kenniswijzer.

5. Wetgeving

5.1 Nieuwe regels over wegwerpplastic

Plastic zwerfafval neemt jaarlijks toe en is schadelijk voor het milieu. De overheid wil wegwerpplastics verminderen en meer plastic inzamelen en recyclen. Daarom gelden vanaf 2021 nieuwe regels voor producten van wegwerpplastic.

De belangrijkste maatregelen om plastic zwerfafval te voorkomen zijn:

- Verbod op de verkoop van bepaalde plastic wegwerpproducten, waaronder: bestek, borden, roerstaafjes, rietjes en bekertjes en houders van polystyreenschuim (EPS).
- Statiegeld van € 0,15 op kleine plastic flesjes tot 1 liter.



Tip

Zie voor alle maatregelen rijksoverheid.nl. Bekijk voor het omgaan met eenmalige verpakkingen de [infographic](#) van Koninklijke Horeca Nederland.

5.2 Statiegeld op blikjes

Per 31 december 2022 geldt een wettelijke statiegeldverplichting voor metalen drankverpakkingen met een inhoud van drie liter of minder die op de Nederlandse markt worden gebracht.

5.3 Omgevingswet

Sinds januari 2007 bestaat de 25-meterregel. Deze regel bepaalt dat horeca en andere ondernemingen zwerfafval afkomstig van het eigen bedrijf in een straal van 25 meter rondom de inrichting zelf moeten opruimen. Deze regel verplicht ondernemers hun directe omgeving schoon te houden.

Per 1 januari 2023 treedt de Omgevingswet in werking en vervalt de 25-meterregel. Deze wordt niet meegenomen in de algemene rijksregels onder de Omgevingswet. Gemeenten maken voortaan zelf regels over het opruimen van zwerfafval, die toegespitst zijn op de specifieke lokale situatie. In die regels kunnen zij hun eigen lokale afwegingen meenemen. Om geen gat te laten ontstaan tussen de oude en nieuwe regelgeving, is de 25-meterregel onderdeel geworden van de zogeheten 'bruidsschat': de 25-meterregel is in 2021 automatisch in het tijdelijke deel van het omgevingsplan van de gemeente terecht gekomen. Deze regel blijft bestaan tot uiterlijk 2029. Gemeenten hebben tot 2029 de tijd om in het nieuwe deel van hun omgevingsplan regels op te nemen over het opruimen van zwerfafval. Zie ook de [factsheet 25-meterregel](#).



Tip voor gemeenten en ondernemers

Ga op tijd met elkaar in gesprek over invulling van de nieuwe Omgevingswet voor jullie regionale of lokale situatie.

6. Uit de praktijk

Vanuit onze dagelijkse praktijk delen we een voorbeeld waarin samenwerking tussen een gemeente en ondernemers tot succes leidt. We behandelen de volgende case: Het convenant 'Schoon Alkmaar'.

6.1 Het Covenant 'Schoon Alkmaar'



Olympiapark Alkmaar

Olympiapark Alkmaar is het sportieve en recreatieve hart van de regio. Het gebied heeft vele faciliteiten op het gebied van sporten en ontspanning, is gelegen aan het open duinlandschap en uitstekende bereikbaarheid voor bezoekers en bedrijfsleven. Om te zorgen voor een schone buitenruimte in Olympiapark hebben de gemeente Alkmaar en de aanwezige restaurants in het gebied de samenwerking opgezocht. Dat leverde een mooi voorbeeld op van een succesvolle samenwerking tussen het bedrijfsleven en de gemeente.

Aanpak

McDonald's, FEBO en Subway maken het openbaar gebied rondom hun vestigingen schoon en Stadswerk072 – de afvaldienst van de gemeente – heeft extra afvalbakken geplaatst. De aanpak sluit goed aan bij het sportieve en recreatieve karakter van het Olympiapark. Om bezoekers te prikkelen tot schoon gedrag wordt deze aanpak communicatief ondersteund met een informatiebord, stickers op de afvalbakken en posters bij alle organisaties in het gebied. De werkafspraken en verdeelsleutel zijn vastgelegd in het Convenant Schoon Alkmaar. [Download hier](#) het voorbeeldconvenant om zelf te gebruiken.

Resultaat

Eind 2021 waren de volgende resultaten geboekt:

- Dankzij een sorteeranalyse, een middel om inzicht te krijgen in de samenstelling van het afval, is er een redelijke verdeelsleutel ontstaan waar iedereen achter kan staan.
- Hierdoor is er onderling meer vertrouwen gekomen.
- Beeldkwaliteitmetingen tonen voorzichtige verbetering.
- Dialoog loopt door om probleem gezamenlijk aan te pakken.

7. Meer informatie

Meer lezen over de aanpak van fastfoodzwerfafval? En hoe je je aanpak het best kunt monitoren?
Lees dan deze documenten op de Kenniswijzer Zwerfafval van Nederland Schoon:

Fastfood

- [Plan van aanpak fastfoodzwerfafval](#) (Nederland Schoon, 2022)
Met dit plan van aanpak bieden we een werkwijze waarmee je samen met andere betrokken partijen in de omgeving direct aan de slag kunt.

Monitoren

- [Handreiking effectmeting fastfoodaanpak](#) (Nederland Schoon, 2019)
Aan de hand van dit stappenplan kun je het effect meten van je fastfoodaanpak.
- [Effectmetingen. Wat kun je leren over je lokale zwerfafvalaanpak?](#) (Nederland Schoon, 2021)
- In dit kennisdocument laten we zien wat het nut is van effectmetingen bij een integrale, lokale zwerfafvalaanpak. De gemeenten Emmen en Delft zijn in 2019-2020 aan de slag gegaan met de integrale, lokale zwerfafvalaanpak van Nederland Schoon. Aan de hand van de effectmetingen gaan we in dit document in op de resultaten van hun aanpakken.
- [Handboek monitoring zwerfafval](#) (Nederland Schoon, 2019)
In het Handboek Monitoring Zwerfafval is alle beschikbare kennis over het monitoren van Zwerfafval gebundeld. Hiermee kan elke gemeente gestructureerd zwerfafval monitoren



Tip

Bekijk ook [Fastfoodaanpak](#) op de website van Nederland Schoon.

8. Bronvermelding

[Thermopolium](#), (2022, 6 mei). In Wikipedia. Geraadpleegd op 13 juni 2022.

Van Spronsen & Partners (2019). [Het fastfoodrestaurant in beeld](#).

[Alle 27 fastfoodketens in Nederland](#), aanbiedingenfolders.nl, 10 juni 2021.

[Geen nieuw snackbars meer: zo doen ze het in het buitenland](#), RTL Nieuws, 7 april 2021.

[White Castle \(restaurant\)](#), (2022, 12 juni). In Wikipedia. Geraadpleegd op 13 juni 2022.

Rijkswaterstaat (2022), [Landelijke Zwerfafvalmonitor incl. extra gebiedstypen Jaarrapportage 2021](#).

Poiesz, T.B.C. (1999). Gedragsmanagement. Waarom mensen zich (niet) gedragen, Inmerc.

Dijksterhuis, A. & Van Baaren, R. (2016). [Rapportage groene afvalbakken, gemeente Rotterdam](#).

Dijksterhuis, A. & Van Baaren, R. (2017). [Groene afvalbakken voor een schoner Amsterdam](#).

Keizer, K. & Van Welsem, P. (2016). [Zwerfafval & Beleving](#).

Lyndhurst, B. (2013). Rapid Evidence Review of Littering Behaviour and Anti-Litter Policies. A Brook Lyndhurst Report to Zero Waste. Zero Waste Scotland. Scotland, Stirling. Huffman, K. T.

Grossnickle, W. F., Cope, J. G., & Huffman, K. P. (1995). Litter reduction A review and integration of the literature. Environment and Behavior, 27(2), 153-183.

Rijksoverheid (2021), [Nieuwe regels over wegwerpplastic](#).

Stichting Nederland Schoon
Benoordenhoutseweg 46
2596 BC Den Haag

070 304 2080
info@nederlandschoon.nl

Dit is een uitgave van Stichting Nederland Schoon - juni 2022.