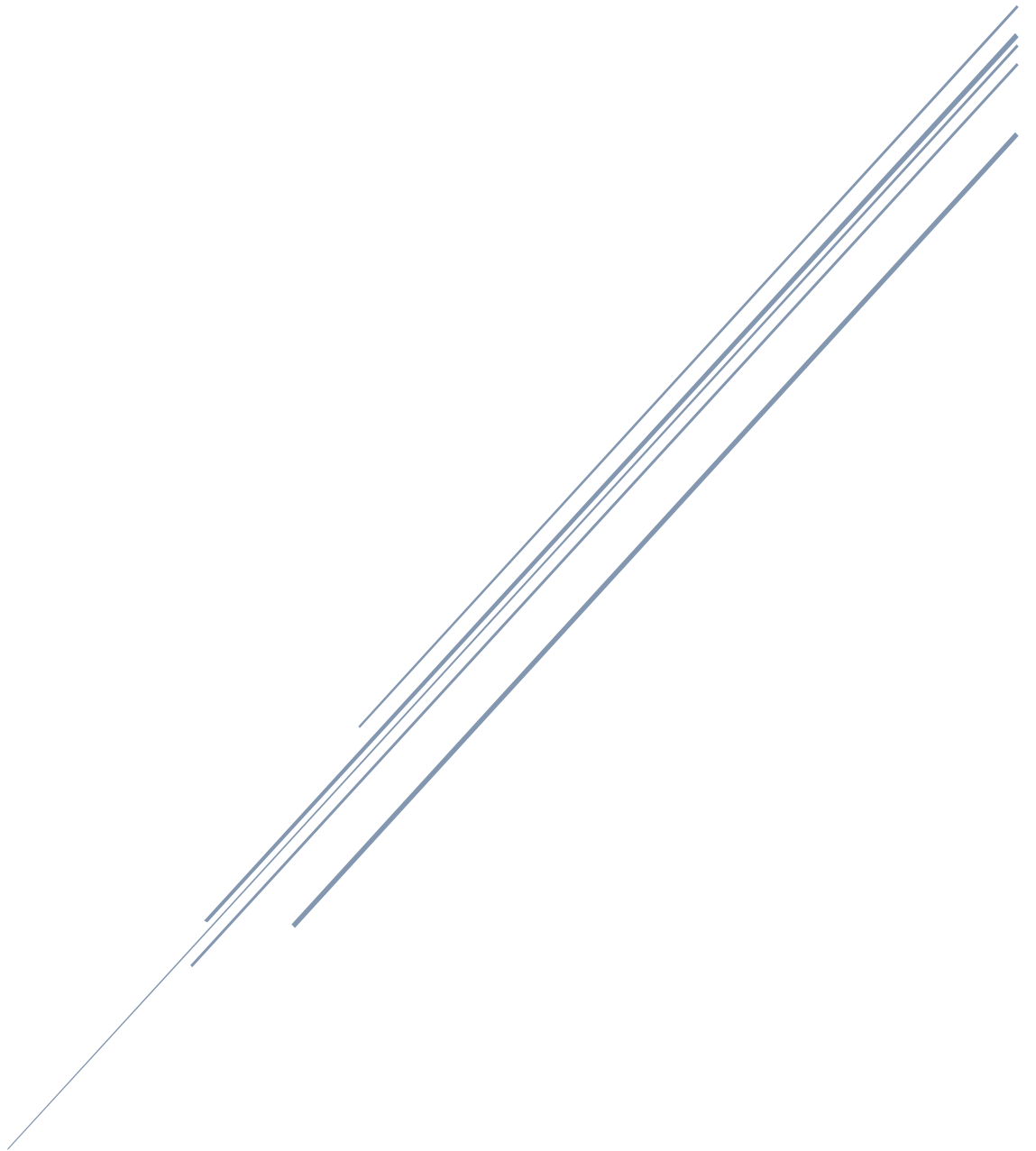


# DE AFVALJACHT

Behavior Design 2022/2023



## Inhoudsopgave

<b><i>Inleiding</i></b> .....	<b>3</b>
<b><i>Debrief</i></b> .....	<b>4</b>
<b><i>Vooronderzoek</i></b> .....	<b>6</b>
Deskresearch .....	6
Field Research.....	8
<b><i>Doelgroep onderzoek</i></b> .....	<b>10</b>
<b><i>Concept</i></b> .....	<b>12</b>
<b>3 deel concepten</b> .....	<b>12</b>
Ka .....	12
Job.....	12
Nienke.....	13
Definitief concept .....	13
<b><i>Proof of Concept – Hidden Design</i></b> .....	<b>15</b>
1  Strategie vormen .....	16
2  Ingrep ontwerpen .....	17
3  Ingrep doen .....	20
4  Sensoren .....	20
5  Pivoteren .....	20
Bevindingen.....	21
<b><i>Stukje Ethiek</i></b> .....	<b>23</b>
<b><i>Stukje Psych</i></b> .....	<b>25</b>
<b><i>Posters en brochures</i></b> .....	<b>27</b>
<b><i>Het monsterspel</i></b> .....	<b>30</b>
<b><i>Workshop schermen ontwerpen</i></b> .....	<b>31</b>
<b><i>Workshop Detailed design</i></b> .....	<b>32</b>
Posters Detailed design .....	32
<b><i>Evenement: Ontmoet een held</i></b> .....	<b>33</b>
Vragen voor de vakmensen .....	33
Lijst bedrijven .....	33
<b><i>Evenement: de goodiebag</i></b> .....	<b>35</b>
<b><i>Evenement: Wat heb ik geleerd muur?</i></b> .....	<b>36</b>
<b><i>Evenement: Afval Race</i></b> .....	<b>37</b>
<b><i>Storyboards</i></b> .....	<b>38</b>
<b><i>Taakverdeling grootschalig</i></b> .....	<b>39</b>

<b><i>Bijlage 1.1 – Voortgangposterv2</i></b> .....	<b>40</b>
<b><i>Bijlage 1.2 - Stickervellen</i></b> .....	<b>41</b>
<b><i>Bijlage 2: Detailed design</i></b> .....	<b>49</b>
<b><i>Bijlage 3: Storyboard concept</i></b> .....	<b>53</b>
<b><i>Bijlage 4: Storyboard kind</i></b> .....	<b>54</b>

## Inleiding

Voor u ligt de Product Biografie 'De Afvaljacht' van *BD Teamproject*. Dit rapport is geschreven door vier studenten uit de minor *Behavior Design* studierend aan de Hogeschool van Amsterdam.

De deliverables voor dit vak bestaan uit drie onderdelen; namelijk deze product biografie, een werkend prototype met een bijbehorend filmpje en een bijsluitende eindpresentatie aan de opdrachtgever.

Wij hebben veel plezier beleefd aan het in praktijk brengen van de kennis die wij in de studie hebben opgedaan. Het schrijven van de product biografie was complex maar dit hebben wij met veel plezier geschreven.

Vooral met behulp van onze begeleider, Kevin van der Wiel, hebben wij veel inzicht gekregen in de opdracht. Bij deze willen wij hem persoonlijk bedanken voor zijn expertise en ondersteuning tijdens dit project.

Dit waarderen wij zeer. Wij wensen u veel leesplezier toe.

*Diem Do*  
*Kaa Leung Ho*  
*Nienke de Keijzer*  
*Job van der Knaap*

## Debrief

### De opdrachtgever

In opdracht van de Hogeschool van Amsterdam, Lectoraat Circulair Ontwerpen en Lectoraat Psychologie Duurzame Stad, zijn wij gevraagd om het gedrag omtrent het scheiden van GFE-afval in Amsterdam te verbeteren.

De lectoraat bestaat uit een lector en een kenniskring, waarin docenten en externe experts samenwerken, die zich inzetten voor innovatie binnen het onderwijs, de beroepspraktijk en de maatschappij.

De partners en contactpersonen van dit project zijn *Maarten Mulder* en *Carlijn Kappers*.

### Doel van de opdrachtgever

Op dit moment wordt er nog niet goed genoeg groente-, fruit-, en etensresten (GFE) gescheiden door huishoudens in Amsterdam. Mensen zien niet in wat het nut is van het afval correct scheiden en wat voor een invloed dit heeft. Dit wordt voornamelijk terug gezien in de hoogbouw.

De Design Challenge luidt als volgt:

*“Hoe kunnen wij de bewoners in Amsterdam Zuidoost het nut laten inzien van correct GFE afval scheiden?”*

### Stakeholders

Voor dit onderzoek hebben wij als casestudy voor de gemeente Amsterdam Zuidoost gekozen om het huidige gedrag rondom GFE-afval aan te pakken.

Wij hebben deze keuze gemaakt omdat de gemeente Zuidoost relatief veel hoogbouw-woningen heeft, en omdat er weinig GFE containers op straat te vinden zijn die als testlocatie gediend kunnen worden.

Tot slot, is het afbakenen van een specifieke gebied eenvoudiger voor ons om de succesindicatoren op te meten.

- De Hogeschool van Amsterdam; De opdrachtgevers *Maarten Mulder* en *Carlijn Kappers* zijn de vertegenwoordiger van dit project.
- De bewoners van Amsterdam Zuidoost; onze gekozen doelgroep voor dit onderzoek.
- Vuilnisophaaldiensten; -
- Afvalverwerkingsbedrijven: zij willen alle opgehaalde GFE beter in afvalcentra kunnen scheiden en verwerken.
- Commerciële bedrijven die zich (nog) niet inzetten voor een circulaire economie; inspireren om maarschappelijk verantwoord en duurzamer te produceren.
- De gemeente; zij willen de bewoners wijzen op hun plicht om GFE-afval te scheiden maar ook tegelijk het positieve meegeven.
- De overheid; zij willen het stimuleren van een circulaire economie.

### Deliverables

- Product Biografie; documentatie van het hele project;
  - Design Rationale Eindconcept
- Prototype, met een bijbehorende filmpje (van max. 10min) waarin de prototype gepresenteerd wordt;
- Eindpresentatie (HiFi) van het concept in PDF-vorm.

## Randvoorwaarden

In dit onderzoek wordt er nadruk gelegd op de design challenge: *“Hoe kunnen wij de bewoners in Amsterdam Zuidoost het nut laten inzien van correct GFE afval scheiden?”*, om het gedrag omtrent het scheiden van GFE-afval in Amsterdam Zuidoost te verbeteren. Er wordt dus geen focus gelegd op de stad Amsterdam;

Het concept is toegespitst op de gebruiker;

Het eindconcept neemt vorm van een media-uiting die Maarten Mulder en Carlijn Kappers met trots aan gemeenten en organisaties kunnen laten zien, met als doel om elkaar en de bewoners te motiveren;

Half mei wordt er een seminar georganiseerd waar mogelijk iets gepresenteerd kan worden.

## Succesindicatoren

- Het is een succes wanneer de bewoners van Amsterdam Zuidoost beter snappen wat er wel of niet in de afvalcontainers kunnen;
- Het is een succes wanneer de bewoners het positieve van GFE scheiden in te zien;
- Het is een succes wanneer de bewoners het nut inzien van afval scheiden en dit ook toepassen;
- Het is een succes wanneer de bewoners hun plichten om GFE-afval te scheiden na te leven;
- Het is een succes wanneer dit onderzoek met trots aan gemeenten en organisaties gepresenteerd kan worden.

## Deadlines

- Conceptpresentatie Presentatie | 31 maart 2023
- Tussentijdse Feedback | 11 mei 2023
- Eindpresentatie | 25 mei

## Grootste Uitdagingen

De grootste uitdagingen voor ons op dit moment zijn:

- Het in kaart brengen van de huidige situatie in Amsterdam Zuidoost:
  - Hoe ziet het huidige afvalscheidingsgedrag van GFE eruit?
    - De huidige mogelijkheden om GFE te scheiden;
    - Demografie van Amsterdam Zuidoost.
- Hoe kunnen wij het gedrag omtrent het scheiden van GFE-afval bij de bewoners van Amsterdam Zuidoost zien toenemen?
  - Hoe kunnen wij de bewoners van ZO laten inzien waarom het zonde is om niet te scheiden, en waarom het nuttig is om dat wel te doen;
    - Voor- en nadelen uitleggen;
    - Mythes debunten.
  - De bereidheid en stimulans onderzoeken om meer GFE te (psych);
  - Het gewenste gedrag eenvoudiger maken, en het ongewenste gedrag moeilijker maken (psych);
    - Beloningen, profijt laten inzien;

## Vooronderzoek

In het vooronderzoek hebben wij twee typen researches gedaan voor het vergaren van informatie op onze gekozen casestudy; dit is namelijk de *deskresearch* en de *field research*. Tijdens de deskresearch hebben wij feiten en cijfers lopen verzamelen op het internet. Wij hebben ook onze opdrachtgever gevraagd om eerdere (voor)onderzoeken op te sturen, indien dezen beschikbaar zijn.

Vervolgens zijn wij met ons *field research* naar de Bijlmer geweest om meer context te krijgen over het scenario en beeldverhaal van Amsterdam Zuidoost.

### Deskresearch

#### Wat hoort er wel of niet in de GFT bak?

Het is allemaal zo verwarrend. Zie tabel hieronder. Wat wel of niet in de bak moeten voelen heel tegenstrijdig aan. *Meer uitleg nodig over waarom de gemeente dit zo heeft aangepakt* Daarnaast zeggen meerdere bronnen op het internet verschillende dingen; zo zegt [vanafhier.nl](https://vanafhier.nl) dat koffiepads er niet in mogen, terwijl [milieucentraal.nl](https://milieucentraal.nl) weer beweert van wel. Dit vormt een groot **PROBLEEM** voor ons. Er is namelijk geen duidelijkheid van wat er wel of niet mogen.

#### Wel in de bak

Groente-, Fruit en snijresten en schillen  
Aardappelen, aardappelschillen, brood, rijst, deeg, pasta  
Etensoverblijfselen, gekookt of ongekookt, kliekjes  
Zuivelproducten zoals kaas  
Ei-, vis- en vleesresten, ook botjes en graten  
Jus en bakvet (gestold)  
Notendoppen, (mossel)schelpen en eierschalen  
Losse thee, theezakjes, koffiepaden en koffiedik (papieren filter mag er ook bij)  
Koekjes, snoep, chocolade, noten, pitten, snacks  
Bloemen en planten  
Klein/fijn snoeiafval, loof, gemaaid gras en bladeren  
Tuin- en potgrond  
Takken, stronken, stammetjes  
Strooisel (hooi, stro, zaagsel) gebruikt voor kleine knaagdieren (zoals cavia, konijn, hamster) met hun poep

#### Niet in de bak

Verpakking van wat voor materiaal dan ook  
Plastic tassen of zakken  
Drankenkarton van zuivel- en vruchtensappen  
Kaaskorst  
Koffiecupps  
Frituurvet en olie  
Kauwgom  
Bloem- en plantenpotten, aardewerk  
Steen, steentjes, grind, zand, grond, klei  
Kunstmest, bestrijdingsmiddelen, worteldoek, hydrokorrels  
Balken, timmerhout, metaal  
Poep en mest van grote dieren, zoals hond, kat, paard en koe

### **Wel in de bak**

(Restanten) diervoer

Speciale composteerbare gft-  
inzamelzakken

Papier gebruikt om organisch afval  
(saus, vet, etensresten) op te vegen:  
keukenpapier, servetten, wc-papier,  
papieren zakdoekjes

### **Niet in de bak**

Kattenbakvulling en vogelkooizand

Haren, pluizen

Dode dieren of slachtafval

Plastic zakken

Lege inzamelzakken

Zakken van textiel

Bewaarbakjes

Metalen zoals ijzer, blik, aluminium

Glas

Grote stukken of hoeveelheden papier, karton

Producten en verpakkingen van plastic, ook niet  
van bioplastic of composteerbaar plastic

(Wegwerp)producten en verpakkingen van  
natuurlijke materialen, zoals plantenspotten, bakjes,  
borden, bestek en rietjes van bamboe, kokos,  
palmsblad, mais, (suiker)riet, hout of stro

Textiel

Kurk

As en kool van rookwaar, haard, kachel en  
barbecue

Haren en pluizen

Tabak, sigaretten, sigaren, peuken, filters

Luiers, tampons, maandverband,  
incontinentiemateriaal

Wondverband, pleisters, medicijnen

Stofzuigerzakken en hun inhoud

(Fruit)stickers

Koffiebekers van welk materiaal dan ook

### **Aanvulling op bovenstaande lijst**

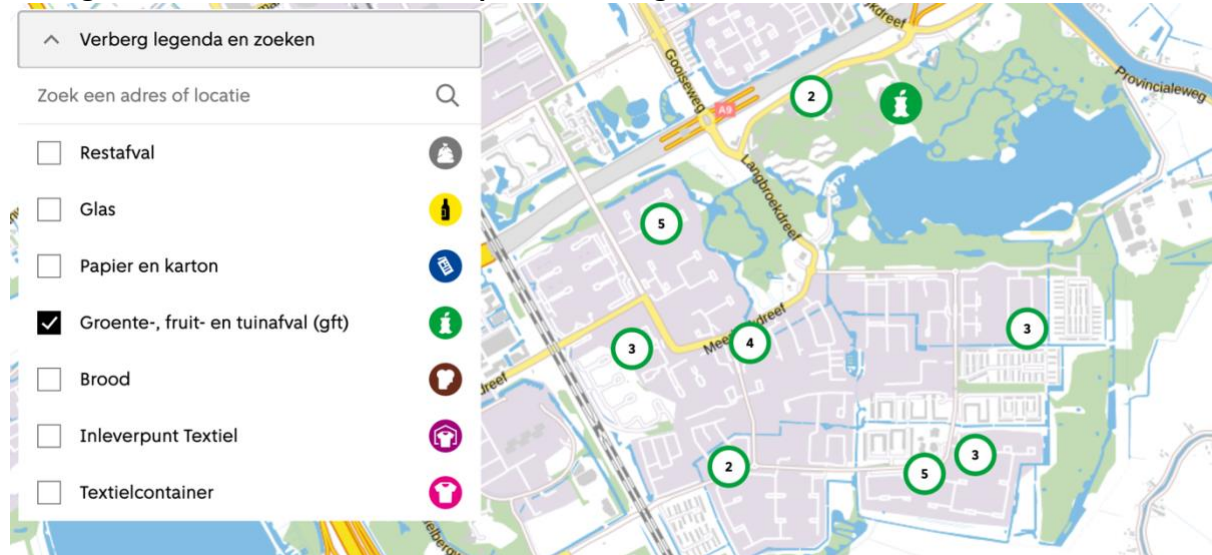
- Papier hoort niet in de gft-container, maar af en toe een stuk krant op de bodem, of om vet of vlees/visresten in te verpakken, kan geen kwaad.
- Tuin- en snoeiafval\*\*:\* wat met een snoeischaar doorgeknipt kan worden, mag in de gft-bak. Anders is het grof tuinafval. Kerstbomen mogen in de gft-bak als je ze klein maakt.
- Sommige planten(resten) mogen niet in de gft-bak (of op de eigen composthoop) om verdere verspreiding van de plaag te voorkomen. De buxusstruik met



buxusmot of Japanse Duizendknoop horen in het restafval of moet je in een gesloten zak naar de milieustraat brengen.

- Plantenresten met de schimmel Phytophthora (o.a. \*\*\*\*aardappelziekte) mag je alleen afdanken via het restafval en mogen niet bij het gft. Lever de plantenresten ook niet in bij de milieustraat om te voorkomen dat plagen verspreiden tijdens het vervoer naar de composteerder.

### Huidige locaties van GFT/E inzamel punten in de gemeente Amsterdam Zuidoost



### Field Research

#### Wie gaan we interviewen?

Wie kunnen wij interviewen in de gemeente Amsterdam Zuidoost om informatie te vergaren?

- Iemand die werkt met afvalverwerking (connectie van Job)
- Inwoner(s) ZO die GFT/E moeten scheiden
  - Containers
  - Ondergrondse containers (bij flats)
- Inwoner(s) van ZO die geen GFT/E scheiden
  - Waarom niet?
  - Wat zijn de obstakels?
  - Hoe kan dit verandert worden?

#### Interview vragen voor de bewoners

- Spreekt u nederlands?
  - Engels?
- Waar woont u?
- Wat is uw geslacht?
- Wat is uw afkomst?
- Wat verstaat u onder GFT/GFE?
- Scheidt u uw GTT/GFE?
- (Zo nee,) Waarom niet?
- Weten mensen wat onder GFT afval zit?
- Weet je dat het een plicht is om te scheiden?
- Waar gooit u uw gft/gfe afval weg?

- Waarom gooit u daar uw gft/gfe afval weg?
- Hoe vaak gooit u uw gft/gfe afval weg?
- Hoe schoon vindt u uw wijk/straat eruit zien? Ziet u veel afval op straat?

### **To-Do-List Vrijdag 23-03 - Field Rese**

Foto's maken van de GFE containers

Observeren GFE containers

- Hoe zien ze eruit?
- Waar staan deze GFE container(s)?
- Hoe ziet de directe omgeving uit waar deze GFE container(s) staan?
- Hoe vaak worden deze GFE container(s) gebruikt? (bv. tijdens 12-15 uur gebruiken x aantal mensen deze GFE container(s).)

Als we mensen kunnen en mogen aanpreken;

- Wat gooi je weg in deze GFE container(s)?
- Waarom gooi je dit weg?
- Hoe vaak maak je gebruik van deze GFE container(s)?
- Met wie gooi je deze afval weg?
- Waarom deze GFE container en niet een andere?
- Scheidt je vaak je afval in het algemeen?
  - Waarom scheid je wel of niet je afval?
  - En waarom denk je dat je je afval moet scheiden?
- Wat denk je dat er met het gescheiden afval gebeurt?
  - Weet je wat het probleem is als er niet gescheiden wordt?
- Vindt je dat je genoeg bent geïnformeerd bent over het scheiden van afval?
  - Weet je waar je deze informatie kan vinden?
    - Wat vindt je van de manier waarop deze informatie gegeven word?

### **Vragen voor stakeholders**

- Zijn er voorafgaand (voor)onderzoek gedaan naar dit onderwerp, en waar kunnen wij dit terug vinden?
- Welk instantie of bedrijf verzamelt de GFT/E bakken in Amsterdam Zuidoost?
- Zijn de afvalbakken wel eenvoudig te bereiken door de bewoners van Amsterdam Zuidoost?
- Waarom zijn er bij de GFT/E regels zoveel tegenstrijdige regels? (kan het niet makkelijker?)
  - Geen houten bakjes maar wel takken.
  - Geen spullen die van stro zijn gemaakt maar wel stro voor bijv. de cavia.

## Doelgroep onderzoek

“De doelgroep zijn mensen in de stad, en dan vooral mensen die gebruik moeten maken van een gezamenlijke afvalcontainer op straat om hun gfe in kwijt te kunnen. Er zijn specifieke wijken in steden waar al gfe ingezameld wordt en die als testlocatie zouden kunnen dienen. Op zo’n plek wonen veel verschillende mensen met verschillende achtergronden. Het zou heel interessant zijn om te bekijken hoe we deze mensen op hun eigen manier aan kunnen spreken. Andere belangrijke stakeholders zijn gemeenten en afvalinzamelaars, want zij zijn verantwoordelijk voor de inzameling en hebben belang dat er goed gescheiden wordt. Zij bepalen uiteindelijk ook welke oplossingen (interventies) ingezet worden in de praktijk.”

### De doelgroep

Wij gaan ons focussen op de demografie in Amsterdam en dan specifiek op de Bijlmer in Zuidoost. Op de [website](#) van Gemeente Amsterdam zie je dat er in deze buurt veel GFT containers staan. Omdat in deze wijk een balans te vinden is van hoogbouw en laagbouw, is dit een mooie plek om op onderzoek te gaan.

Op het moment (jan, 2023) wonen er 29.890 mensen in de Bijlmer. De grootste leeftijdsgroep is 25-45 jaar met een aantal van 8.640. Denk hierbij aan jong volwassenen die op zichzelf wonen en families. De invulling van deze wijk bestaat voor het overgrote deel uit niet-westerse mensen met een migratieachtergrond. De voornaamste groepen met een niet-westerse achtergrond komen uit de volgende landen: Marokko (2,9%), Antillen (6,3%), Suriname (37,1%), Turkije (1,9%), en overig (37,8%).

(persona)

### Stakeholder analyse

#### Directe

- Gemeente Amsterdam
- De bewoners
- Afvalsorteercentra
- Vuilnismannen

#### Indirecte

- Commerciële bedrijven die bijdragen aan het afval ophalen
- Vuilnismannen
- Milieu
- Buren
- De wijk
- Straatbeeld

#### Persona

Shivan del Silva  
33 jaar, man  
Bijlmer, Amsterdam  
Supermarkt assistent manager Albert Heijn  
Alleenstaand

#### Eigenschappen

Pro-actief  
Sociaal  
Vrolijk  
Praktisch

## **Hobby's**

Koken

Activiteiten met vrienden

Knutselen aan zijn auto

## **Bio**

Shivan is een drukke man. Hij werkt 40 uur per week als assistent manager bij de Albert Heijn, maar werkt vaak over om de boel draaiende te houden. Naast zijn werk zit hij niet graag stil. Hij wil graag iets te doen hebben. Samen met zijn vrienden hebben ze een auto club. Hier knutselen ze in hun vrije tijd graag aan. Daarnaast vind hij het heerlijk om in de keuken te staan. Hij wordt blij van koken en doet dit dan ook uitgebreid. Omdat hij zoveel bezig is met zijn hobby's en werk, wil hij thuis graag overzicht in zijn spullen. Het enige probleem zijn de verschillende prullenbakken voor het afval scheiden. Hij heeft ook veel afval met de auto onderdelen en het etensafval. Helaas zijn er rond zijn flat weinig faciliteiten om zijn GFE afval weg te gooien. Hij loopt al vaak naar de prullenbakken maar er zit geen GFE bak in de buurt. Hij heeft geen zin om voor 1 zakje elke dag naar een andere bak een aantal straten verderop te lopen. Hij gooit het in de restafvalbak en kijkt er niet meer naar om.

## **Doelen**

Shivan wil makkelijk en snel van al zijn afval af

Shivan wil veel tijd overhebben om aan zijn hobby's te werken

## **Frustraties**

Shivan wil geen extra moeite doen om 1 zakje GFE afval weg te gooien

Shivan produceert relatief veel afval en kan hier niet zo snel van af

Shivan wil zijn vrije tijd liever besteden aan hobby's

## **Motivaties**

Makkelijkheid

Gemak

Tijdsbesparend

## Concept

### 3 deel concepten

Ka

<https://www.infomil.nl/actueel/nieuws-perspectief-1/verbetering-afvalscheiding-hoogbouw-mits/>

Dit artikel draait om gfe: groente-, fruit- en etensresten. In afvalland ook bekend als "natte fractie". We produceren met zijn allen 80 à 90 kilo gfe per persoon per jaar. Daarvan belandt zo'n 70 kilo bij het restafval. 'Gfe bij het restafval doen is zonde.' Dat zegt [Addie Weenk](#), senior adviseur Afval en Circulair bij Rijkswaterstaat en een van de projectbegeleiders. 'Ten eerste gooi je dan een grondstof weg. Want van gfe kun je prima compost en groengas maken, of er zuren en eiwitten uit terugwinnen. Ten tweede zorgt gfe ervoor dat het restafval minder goed na te scheiden is.'

en

#### **'Mensen willen graag bij een groep of meerderheid horen'**

'Attitudebeïnvloeding draait om informeren over het nut. En vooroordelen wegnemen. Zoals het denkbeeld dat de gemeente al het gescheiden afval toch weer bij elkaar gooit. Of dat botjes en graatjes niet bij het gfe mogen. We hebben bewoners uitgenodigd voor een excursie naar een afvalverwerker. En compost en zeepjes uitgedeeld die gemaakt zijn van gfe. Dit draagt bij aan de gedachte dat er goede dingen gebeuren met het gfe.'

en

'*Social modeling* draait om de voorbeeldfunctie van *peers*: mensen in de buurt die bekendheid genieten en/of op jou lijken. Zij laten zien wat de bedoeling is en dat ze er blij van worden. Dit werkt behoorlijk krachtig. Communicatiemensen in Schiedam hebben in er hun proef een aansprekende strip over gemaakt.'

en

#### **reciprocity**

'Een cadeau vooraf geven roept wederkerigheid op, de neiging iets terug te willen doen. Supermarktmanagers en autoverkopers weten dit heel goed: ze bieden gratis koffie aan, in de wetenschap dat je dan gemakkelijker met een tas boodschappen of een nieuwe auto naar buiten gaat. Het is wel een riskante strategie, want het werkt slechts kort.'

'Weerstand erkennen en verminderen had in dit onderzoek geen aantoonbaar effect, maar kan waarschijnlijk effectief zijn bij een groep die nog helemaal niet aan afvalscheiding doet. Analyse is van groot belang. Als je bijvoorbeeld weet dat er achterdocht leeft tegen de gemeente, kun je daar wat aan doen.'

Campagne starten over gevoel versus realiteit

Afval scheiden zorgt voor minder restafval. Als consument kan dit zorgen voor een lagere afvalstofheffing. Als bedrijf zorgt dit voor minder kosten voor het laten ophalen van je restafval.

Job

- Gratis evenement waar iedereen naar toe kan gaan maar voornamelijk de mensen in Zuid Oost,
- Op dit evenement zullen veel verschillende stakeholders zijn die ieder kan vertellen over wat hun ervaring is met het scheiden.
- Veel dingetjes weg geven, zoals bijvoorbeeld posters/flyers/Bandjes/etc die informatie geven waardoor men de info mee naar huis kunnen nemen..

- Een soort beurs waar dit allemaal tot stand kan komen.
- Doordat ze persoonlijke verhalen krijgen te horen van bijvoorbeeld de afvalscheiders, kunnen mensen beter inleven in wat er gebeurt (aannamen moet onderzocht worden).

## Nienke

Het probleem is dat mensen het makkelijk vinden om het GFT afval in het restafval te gooien. Ze willen geen extra prullenbak aanschaffen of hebben er juist de ruimte niet voor. In de keuken zal er al een bak staat voor het restafval wat wordt gescheiden, dus gaat deze eerder gebruikt worden.

Het idee is om een serie aan betaalbare kleine prullenbakjes te maken. Deze verschillen in modellen die rekening houden met het ruimtetekort in de keukens. De kunnen op het aanrecht gezet worden, aan de onderkant van kastjes gehangen worden, in deurtjes gehangen worden enzovoorts. Ze worden gemaakt van gerecycled materiaal. Voor mensen met een te laag inkomen is er subsidie beschikbaar. Zij kunnen zo'n prullenbak dan krijgen.

## Definitief concept

Ons concept gaat als volgt:

Wij gaan een buurt evenement organiseren in Amsterdam Zuidoost. Op dit evenement komen verschillende stakeholders bijeen om de belangen voor het scheiden van GFE-afval in kaart te brengen.

De thema voor dit evenement is: samen voor een schone en duurzame toekomst.

De bewoners krijgen inlichting over de belangrijkste feiten en feitjes rondom het scheiden van GFE-afval en waarom dit zo belangrijk is. Daarnaast worden de buurtbewoners ook ingelicht over de huidige stand van zaken; hoe er op dit moment met GFE-afval wordt omgegaan en hoe iedereen (bedrijven en gemeente inbegrepen) hun eigen bijdrage kunnen leveren aan een schone en duurzame samenleving.

Wij willen hierbij alle betrokkenen duidelijk maken dat er sprake is van een samenwerking, en dat het ons plicht is om GFE-afval te gaan scheiden.

Het begint bij de productie van de packaging, tot aan het weggooien van het product.

Waarom over-consumeren een probleem, en hoe wij dit kunnen veranderen.

Maar het belangrijkste is: hoe kunnen wij ervoor zorgen dat van de 80 a 90 kilo GFE-afval die wij op jaarbasis creëren, dat deze kwantiteiten ook daadwerkelijk bij de juiste recycle afdeling terechtkomen, en niet bij het restafval.

Het is belangrijk dat de stakeholders weten hoe zij hun eigen bijdrage aan de buurt kunnen leveren. Op deze manier creëer je meer betrokkenheid bij de mensen.

Bij het bezoeken van het evenement krijgen de bezoekers ook een aantal freebies mee:

- een poster om te scheiden
- stickers die per afvalbak aangeven wat er wel en niet in de desbetreffende prullenbak mag
- Een informatieboekje met alle soorten van afvalscheiden (textiel, glas, grofvuil, milieustraat et .)
- Gratis GFE vriendelijke vuilniszakjes met flyer waar je deze kan halen (sponsoring door bedrijf?)
- Het introduceren van een label-systeem(?)

Ook zal er een stand komen waar de bezoekers een gratis prullenbakje kunnen ophalen. Deze verschillen in modellen en maten die rekening houden met het ruimtetekort in de

keukens. De kunnen op het aanrecht gezet worden, aan de onderkant van kastjes gehangen worden, in deurtjes gehangen worden enzovoorts. Ze worden gemaakt van gerecycled materiaal.

Zo helpen wij de gebruiker na het informeren ook met de eerste stap.

Op dit evenement staan ook mensen uit de buurt die hun medebewoners helpen met stimuleren. Zij zijn ons gezicht van afval scheiden. Ook kunnen wij de actieve buurtverenigingen vragen om ons te helpen te woord te staan over het belang van afval scheiden.

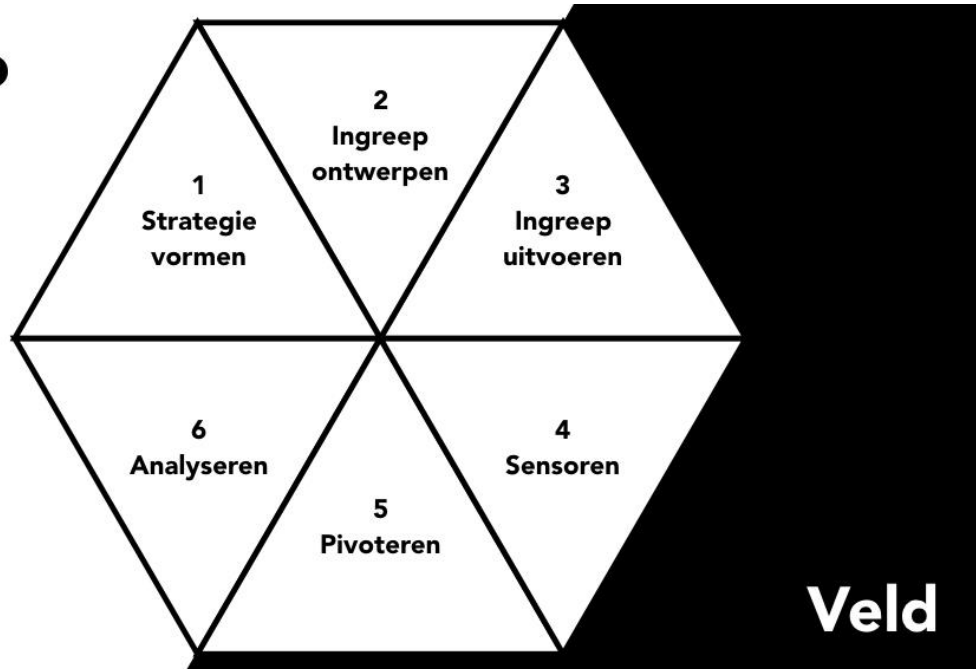
Weerstand erkennen en verminderen.

Ondanks dat het hele evenement in het thema van afvalscheiding staat, geven we het een groene tint. De GFE tint. We benadrukken dat het GFE scheiden belangrijker is, omdat dit het minst goed gaat op het moment.

## Proof of Concept – Hidden Design

In dit hoofdstuk wordt de Proof of Concept (PoC) weergegeven. Het is een screeningsfase in het ontwikkelproces om te beoordelen of het gekozen idee gerealiseerd zou kunnen worden; een 'try and test' methode, waarin wij als team feitelijk een aanname testen, waarvan wij willen weten of ons idee uitvoerbaar is.

### Studio



Hidden Design is een techniek die de aannames onder een concept probeert te valideren in de context van de gebruiker. Mensen zeggen vaak iets anders dan hoe ze handelen. Het is dus zinvol om scenario's tot uitvoer te brengen in de praktijk. Door alles zo echt en natuurlijk mogelijk te presenteren aan de uiteindelijke eindgebruikers worden oprechte interacties verkregen. Onderstaand vindt u onze aannames toegepast op diverse scenario's.





## 2 | Ingreep ontwerpen

### Card 1: Mini evenement

# Intervention card

What are you going to do, and how does it relate to your strategy?

#### Do

##### 1. Title

- Pick a simple name for this intervention.

##### 2. Strategy

- Copy these from your strategy-map.  
- What approach will this intervention execute?  
- What challenge should it overcome?

##### 3. Scenario

- What are you going to do?  
- Describe or draw how you are going to use prototypes and roles and what different interactions could take place.

##### 4. Scenario-checklist

Before you enter the field, make sure your intervention is clear. See the other side for a checklist.

#### A. Roles

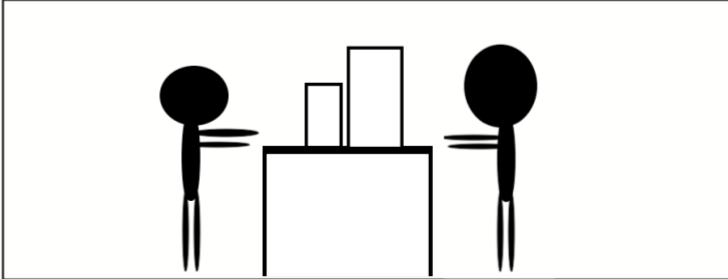
- You will be interacting with people, it is important to have a clear and convincing story. Who will you be? What will you do, and what are your motivations to do so?  
- Practice your scenario before you go out in the field.

#### B. Prototype

- What are your prototypes? How will people perceive them, how do they fit their context?  
- In what way is your prototype flexible, what parts can you alter to pivot between scenario's?

#### C. Sensor

- How will you record the way people respond to your intervention? What will it tell you about your approach?  
- Take lots of notes/pictures or record audio/video, make sure it fits your scenario well.

1	Mini evenement
2	<b>Challenge</b> Mensen bewust maken van het nut en hoe zij GFE/T-afval moeten scheiden.
	<b>Approach</b> Wij organiseren een mini-evenement in de Media Lounge van de Hogeschool van Amsterdam om mensen te informeren over de diverse onderwerpen rondom GFE/T-afval, met als doel om mensen te stimuleren.
3	
4	<b>A</b> Ieder lid van dit project is zowel organisator als gastspreker bij het evenement.  - Als organisator ben je verantwoordelijk voor de op- en afbouw van het evenement - Als gastspreker informeer je mensen over GFE/T-afval en beantwoord je vragen indien het nodig is.
	<b>B</b> - Een mini maquette - Knutselmateriaal - Tafels en stoelen - Posters voor het evenement
	<b>C</b>  Het evenement wordt geheel gefilmd met een camera. Vragen van bezoekers worden opgeschreven.

## Card 2: Klaagmuur

# Intervention card

What are you going to do, and how does it relate to your strategy?

### Do

#### 1. Title

- Pick a simple name for this intervention.

#### 2. Strategy

- Copy these from your strategy-map.  
- What approach will this intervention execute?  
- What challenge should it overcome?

#### 3. Scenario

- What are you going to do?  
- Describe or draw how you are going to use prototypes and roles and what different interactions could take place.

#### 4. Scenario-checklist

Before you enter the field, make sure your intervention is clear. See the other side for a checklist.

#### A. Roles

- You will be interacting with people, it is important to have a clear and convincing story. Who will you be? What will you do, and what are your motivations to do so?  
- Practice your scenario before you go out in the field.

#### B. Prototype

- What are your prototypes? How will people perceive them, how do they fit their context?  
- In what way is your prototype flexible, what parts can you alter to pivot between scenario's?

#### C. Sensor

- How will you record the way people respond to your intervention? What will it tell you about your approach?  
- Take lots of notes/pictures or record audio/video, make sure it fits your scenario well.

1

Klaagmuur

2

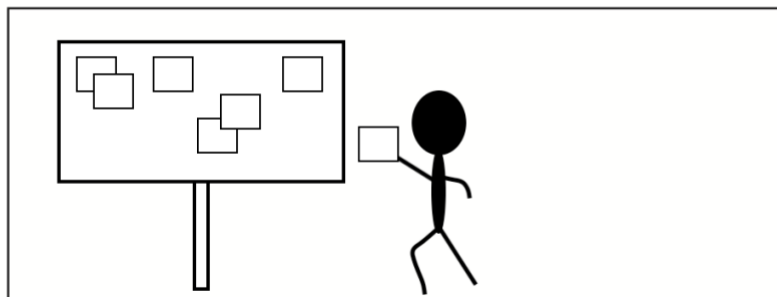
#### Challenge

De onwetendheid van onze doelgroep meten en testen over het scheiden van GFE/T-afval.

#### Approach

Wij gaan een grote bord plaatsen in een publieke ruimte van Amsterdam Zuidoost. De bewoners kunnen hun frustraties en verwarringen, d.m.v. stickynotes, op dit bord plaatsen.

3



4

**A** Rol als promotor; voor het werven van deelnemers;  
Rol als begeleider (die deelnemers helpt begeleiden);

**B** Groot stuk hout of karton voor de "klaagmuur"  
Sticky notes  
Markers/ Pennen

**C** Er worden foto's gemaakt van de stickynotes  
De bevindingen worden gedocumenteerd, en meegenomen in het designproces.

## Card 3: Trash game

# Intervention card

What are you going to do, and how does it relate to your strategy?

### Do

#### 1. Title

- Pick a simple name for this intervention.

#### 2. Strategy

- Copy these from your strategy-map.  
- What approach will this intervention execute?  
- What challenge should it overcome?

#### 3. Scenario

- What are you going to do?  
- Describe or draw how you are going to use prototypes and roles and what different interactions could take place.

#### 4. Scenario-checklist

Before you enter the field, make sure your intervention is clear. See the other side for a checklist.

### A. Roles


- You will be interacting with people, it is important to have a clear and convincing story. Who will you be? What will you do, and what are your motivations to do so?  
- Practice your scenario before you go out in the field.

### B. Prototype

- What are your prototypes? How will people perceive them, how do they fit their context?  
- In what way is your prototype flexible, what parts can you alter to pivot between scenario's?

### C. Sensor

- How will you record the way people respond to your intervention? What will it tell you about your approach?  
- Take lots of notes/pictures or record audio/video, make sure it fits your scenario well.

1	Trash Game
2	<b>Challenge</b> De kennis van GFE/T-afval bij de bewoners meten en onderzoeken.
	<b>Approach</b> Je plaatst drie verschillende afvalbakken naast elkaar; één voor papier, één voor GFE/T en één voor restfval. De deelnemers staan achter een streep, en krijgen een willekeurig stuk afval in hun handen gedruwd. Het doel is om het afval in de juiste afvalbak te werpen.
3	
4	<b>A</b> Rol als host: je legt uit het spel werkt Rol als opruimer: je raapt het afval weer op
	<b>B</b> - Drie verschillende afvalbakken - Een groot bord en markers - Nepafval
	<b>C</b> Het spel wordt opgenomen op video. De resultaten worden gedocumenteerd in Excel Er worden foto's gemaakt van het spel met de deelnemers.

### 3 | Ingreep doen

#### Richtlijnen

- Stuur mensen niet, faciliteer ze. Wij proberen deelnemers zo min mogelijk te sturen; wij gaan een groot bord neerzetten met instructies, sticky notes en markers voor een duidelijke call to action.
- Duidelijke instructies

Wij proberen de instructies zo concreet en duidelijk mogelijk te formuleren, zodat de deelnemers het eenvoudig kan begrijpen.

- Fly On The Wall

Wij proberen deelnemers zo min mogelijk te beïnvloeden om een natuurlijke reactie te lokken. Interessante bevindingen worden gedocumenteerd voor analyse.

- Maak het leuk en interessant, maar houd het professioneel

Wij proberen, met dit initiatief, een leuke, interessante en leerzame tijd mee te geven aan de bewoners van Zuidoost. Tegelijkertijd willen wij de deelnemers de indruk geven dat hun klachten worden gehoord, en meetellen in het vinden van een oplossing.

### 4 | Sensoren

- Wederzijdse consent

De deelnemers worden gevraagd of wij de gemaakte filmpjes mogen gebruiken voor het onderzoek. Wij moeten als onderzoekers de privacy van de deelnemers waarborgen. Wij zullen daarom geen gezichten laten zien als de deelnemers zich niet comfortabel bij voelen.

- Houd afstand van de deelnemers bij het filmen

Wij volgen de gesprekken en interacties van de deelnemers op een afstand, zodat zij zich niet bespied of onveilig hoeven te voelen. De deelnemers zullen zich hierdoor meer geneigd zijn om de echte waarheid te vertellen op camera, in plaats van hetgeen te zeggen wat het meest veiligst overkomt.

- Ga zorgvuldig om met gevoelige informatie van de deelnemers

Gevoelige informatie zoals naam, leeftijd en woonadres worden niet gedocumenteerd. Wel is het van belang om te kijken wat voor type huishoudens het zijn.

- Onderwerpen groeperen

Interessante bevindingen die op elkaar lijken worden gegroepeerd voor verdere analyse. Dit is ook een goede indicatie om te kijken hoeveel mensen er hier last van hebben.

### 5 | Pivoteren

- Plan A: Publieke ruimte Amsterdam Zuidoost

Het idee is om een klaagbord neer te zetten in een publieke ruimte van de gemeente Amsterdam Zuidoost. Het idee is om direct met de bewoners te kunnen interacteren.

- Plan B: Basisschool in Amsterdam Zuidoost

Indien plan A niet werkt, omdat mensen simpelweg de tijd niet hebben of willen nemen omdat zij onderweg zijn, hebben wij bedacht om een klaagbord neer te zetten bij een basisschool.

Ouders die hun kinderen opwachten kunnen hun tijd gaan doden door deel te nemen aan dit kleine onderzoek. Tevens zijn ouders met kinderen ook de perfecte samplesize voor ons onderzoek.

Plan C: Andere verwoording

Een van onze verbetering zou kunnen zijn dat we meer het woord frustratie moeten gebruiken omdat, we merkte aan de mensen dat hun eerste reactie was het maatschappelijke sociale correcte antwoord te geven. En toen wij het woord frustratie gebruikte kwam al meer het eerlijke echte antwoord naar boven. Op een gegeven moment kwam de handhaving en die had ons verteld dat wij een vergunning nodig hebben om dit experiment te mogen doen, dus voor de volgende keer moeten we eerst toestemming/vergunning hebben om ergens te mogen staan.

## Bevindingen

**Locatie:** Bijlmer arena winkelcentrum amsterdam poort.

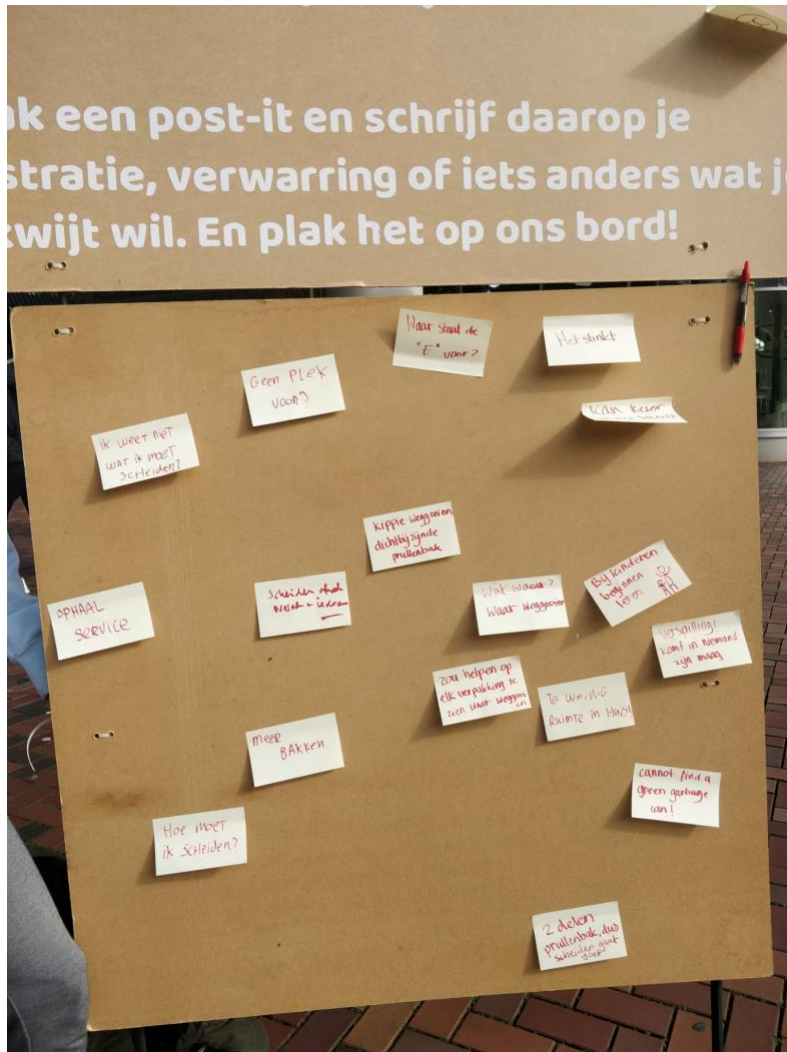
**Mensen:** Zeer diversen etniciteiten. Jong en oud. Toezichthouders, politie en handhaving.

**Tijd en datum:** 04-04-2023 van 16:00 tot 17:00

**Weer:** het was 10 graden, zonnig met geen wolkje aan de hemel. aan het einde van onze experiment begon de wind op te trekken en het grijzer te worden.

**vibe:** Was erg positief.

## Post-its



- Ophaal service - Deze persoon had verteld dat vroeger een man met zijn paard langs kwam. en dan konden mensen hun eet afval geven aan het paard of achter in de wagen gooien zodat hij het mee kon nemen naar zijn boederij.

- Scheiden afval overal + iedereen - Deze persoon had een filosofie over het afval scheiden en dit was dat er ten alle tijden de mogelijkheid er moet zijn en voor iedereen.
- Meer GFT/E bakken - Er zijn te weinig bakken in de regio waardoor mensen niet de moeite nemen om naar een bak te lopen.
- 2 delige prullenbak, scheiden gaat hierdoor goed - Deze persoon vindt dat ze al goed scheidt want zij gebruikt een 2 delige prullenbak.
- Eten weggooien bij de dichtsbijzijnde prullenbak - Deze persoon liep kip te eten en we vroegen aan hem: “waar ga jij je kip weggooien?”. Waarop hij zei “de dichtsbijzijnde prullenbak”
- Een stukje informatie waar staat waar je wat moet scheiden - Deze persoon wist niet altijd welke verpakkings materiaal ze waar moest scheiden.
- Te weinig ruimte in huis - Deze persoon zat in een kleine studio waardoor er te weinig ruimte is, zelfs voor de kleine aanrechtbakjes die de gemeente geeft is het nog te klein.
- Kan de groene bak niet vinden - Deze persoon had geen idee waar de groene bakken zich bevonden.
- Het eten komt in niemand zijn maag - Deze persoon vindt het zonde om überhaupt voedsel te verspillen waardoor hij etensresten moet weggooien.
- Wat waar weggooien - Deze persoon had geen idee waar het afval weggegooid moest worden en ook niet hoe hij moest scheiden.
- Kan beter meer bewust - Het afval kan beter gescheiden worden en ook op een bewustere manier.
- Bij kinderen beginnen leren - Zo vroeg mogelijk beginnen met het nut in laten zien van afval scheiden zodat zij gaan nadenken over het milieu en daar voor zorgen.

Tijdens deze interventie zagen we dat mensen geïnteresseerd waren in het bord. Veel keken om en 2 personen kwamen op ons af, maar we moesten voornamelijk nog wel mensen aanspreken. Uit Job zijn observatie leek het zo te zijn dat mensen soms wat huiverig waren toen ze hun mening/ervaring mochten delen. Bij Diem was het zo dat mensen meer open waren en graag hun verhaal wilde vertellen. Uit haar observatie leken mensen op hun gemak ook al waren ze bezig om van A naar B te gaan. Het was ook zo dat mensen in eerste instantie dat ze geen problemen ondervonden met het scheiden van GFTe afval, totdat wij vroegen naar hen frustratie.



## Stukje Ethiek

*Er zijn verschillende ethische kwesties waarmee wij rekening mee moeten houden als het gaat om gedragsverandering bij het scheiden van gft-afval.*

### **Autonomie**

Mensen moeten het recht hebben om hun eigen beslissingen te maken over hoe ze hun afval willen beheren. Daarom moeten alle pogingen om het gedrag te veranderen de autonomie van mensen respecteren, en mogen ze niet dwingend of manipulatief overkomen.

Het evenement legt nadruk op de design challenge: *“Hoe kunnen wij de ouders en kinderen in Amsterdam Zuidoost het nut laten inzien van correct GFE afval scheiden?”*. De bedoeling van het evenement is om systeem 2 (bij ouders en kinderen) aan het werk te zetten door hen het probleem, met de bijbehorende voor- en nadelen in kaart te brengen. Indien de ouders en kinderen interesse hebben om hierbij een steentje bij te dragen, dan zullen wij klaarstaan om hun het gewenste gedrag eenvoudiger te maken; door in te spelen op systeem 1. Wij zullen niemand dwingen om gft-afval te scheiden. Wat wij wel kunnen doen is het gevoel van verantwoordelijkheid (voor een schoner en duurzamer toekomst) bij de bewoners laten toenemen.

### **Privacy**

Alle persoonlijke informatie die wordt verzameld in het proces en evenement om mensen aan te moedigen gft te scheiden, moet vertrouwelijk worden behandeld en mag niet worden gedeeld zonder toestemming van mensen.

De informatie die worden verzameld wordt veilig gewaarborgd achter slot en grendel, en het wordt niet doorverkocht aan derde partijen.

### **Gelijkheid en inclusiviteit**

Pogingen om gedrag te veranderen voor het scheiden van afval mogen niet discrimineren tegen een bepaalde groep mensen op basis van factoren zoals inkomen, ras of geslacht. De posters en brochures worden in 3 verschillende talen gemaakt met als doel om een groter publiek te trekken. Wij zullen ook proberen om geen moeilijke taal te gebruiken, zodat mensen met het makkelijker kunnen begrijpen.

### **Duurzaamheid**

Het uiteindelijke doel van het scheiden van afval is het bevorderen van duurzaamheid door de hoeveelheid afval die op stortplaatsen belandt te verminderen. Alle pogingen om gedrag te veranderen moeten in overeenstemming zijn met dit doel en mogen de duurzaamheid van het milieu op lange termijn niet in gevaar brengen.

### **Transparantie**

Alle pogingen om gedrag te veranderen moeten transparant zijn, met duidelijke communicatie over de redenen voor de veranderingen en de verwachte resultaten.

De thema van dit evenement is het nut laten inzien van correct gft-afval scheiden. Dit wordt voorafgaand het evenement op de poster gezet, zodat ouders weten wat zij kunnen verwachten.



### **Verantwoordelijkheid**

De verantwoordelijkheid voor afvalbeheer moet niet alleen bij individuen liggen, maar ook bij overheden en bedrijven die afval produceren. Pogingen om gedrag te veranderen mogen de verantwoordelijkheid niet alleen op individuen afschuiven.

Bij het evenement worden stakeholders uitgenodigd zodat zij hun verhaaltje kwijt kunnen bij de ouders en kinderen. Het voornaamste bericht die wij met de ouders en kinderen willen meegeven is dat wij dit gft probleem niet alleen kunnen oplossen, maar de situatie wel kunnen verbeteren als alle stakeholders samenwerken.

### **Normen en waarden**

Alle pogingen om gedrag te veranderen moeten de culturele waarden en overtuigingen van mensen respecteren en geen uniforme aanpak opleggen.

### **Toegankelijkheid**

Toegankelijkheid is belangrijk omdat het ervoor zorgt dat iedereen, ongeacht zijn handicap, volledig kan deelnemen en genieten van het evenement. Wanneer een evenement toegankelijk is, betekent dit dat het is ontworpen op een manier die tegemoet komt aan de behoeften van personen met fysieke, zintuiglijke of cognitieve beperkingen.

De posters, brochures en alle andere vormen van content maken gebruik van vriendelijke kleuren die niet lastig zijn voor kleurenblinden. Blauw & Oranje en Blauw & Rood is bijvoorbeeld een veelvoorkomende palet dat geschikt is voor kleurenblinden.

Wij willen ook graag hoge tafels vermijden zodat ouders en kinderen in rolstoelen mee kunnen doen.

## Stukje Psych

### 7 Beïnvloedingsprincipes van Cialdini

De 7 beïnvloedingsprincipes van Cialdini wordt effectief toegepast op ons evenement om de betrokkenheid, deelname en de algehele succes omtrent het stimuleren van het gewenste gedrag bij kinderen te vergroten.

#### 1. Commitment en Consistentie

Door kinderen kleine toezeggingen te laten doen met betrekking tot het evenement, zoals zich vooraf aanmelden of interesse tonen, kunt u hun kans vergroten om aanwezig te zijn en actief deel te nemen.

#### 2. Wederkerigheid

Het stimuleren van een gevoel van wederkerigheid is erg belangrijk om kinderen bij een evenement te betrekken. Het aanbieden van kleine weggeefacties, traktaties bij binnenkomst en bij het voltooien van de speurtocht kan een positieve indruk wekken en een verlangen opwekken om actief deel te nemen aan het evenement. Kinderen worden immers snel afgeleid.

#### 3. Sympathie

Bij het plannen van een evenement voor kinderen is het cruciaal om een omgeving te creëren waarin ze zich op hun gemak voelen en positieve associaties ontwikkelen. Wij maken daarom gebruik van vriendelijke en herkenbare personages, kleurrijke decoraties en boeiende thema's die hun interesses aanspreken, waardoor het evenement sympathiek en plezierig wordt. (Zie bevindingen uit workshop Look & Feel)

#### 4. Sociale bewijskracht

Kinderen worden vaak beïnvloed door wat hun leeftijdsgenoten doen. Wij maken gebruik van sociaal bewijs door positieve getuigenissen te presenteren en het nut van gfe-afval scheiden te laten zien.

In combinatie met het spel die wij hebben bedacht, creëren wij ook een gevoel van opwinding om de deelname aan te moedigen.

#### 5. Autoriteit

Kinderen reageren vaak goed op mensen met gezag. In deze instantie gaat het om de meesters en juffen op school.

Het uitnodigen van gastsprekers zoals de gemeenteraad, vuilnismannen en zelfs artiesten of invloedrijke personen die relevant zijn voor het thema van het evenement kan de geloofwaardigheid bij de kinderen vergroten, door bijvoorbeeld hun te betrekken bij hun expertise, en het geven van vermakelijke presentaties.

#### 6. Schaarste

Het introduceren van een element van schaarste kan een gevoel van urgentie en anticipatie bij kinderen creëren.

Allereerst, is het scheiden van gfe-afval een actuele onderwerp in onze maatschappij. Door de urgentie van de huidige situatie en handeling te benadrukken, helpt dit kinderen te motiveren om het gewenste gedrag aan te leren.

Daarnaast kunnen wij hippe goodiebags, stickers en andere vormen van merchandise lanceren die alleen verkrijgbaar zijn tijdens het evenement. Dit creëert een gevoel van motivatie om het evenement te attenderen, en actief deel te nemen.

## **7. Eenheid**

Het bevorderen van een gemeenschapsgevoel en saamhorigheid is belangrijk voor evenementen waarbij kinderen betrokken zijn. Moedig teamwerk, samenwerking en inclusiviteit aan door middel van groepsactiviteiten, samenwerkingsuitdagingen of gedeelde doelen, waardoor een positieve en uniforme ervaring ontstaat.

### **Het synchroniseren van Systeem 1 & Systeem 2**

#### **Systeem 1**

Informatie alleen is niet genoeg om iemand tot een nieuwe handeling aan te sporen. Dit zien wij terug bij rokers. Rokers weten dat het ongezond is, maar dat is niet genoeg om de knop om te zetten en te gaan stoppen.

Ons gedrag wordt namelijk grotendeels bepaald door onze omgeving. Ons spel bestaat uit verschillende onderdelen die thuis kan worden geïmplementeerd om het gewenste gedrag te stimuleren. Op lange termijn zullen de kinderen instinctief gfe scheiden.

#### **Systeem 2**

Informatie is een belangrijke bron om iemand tot actie aan te zetten. Onwetendheid is de grootste bron van alle kwaad. Door kinderen de gevaren en de potentiële kansen op een speelse wijze te laten zien.

## Posters en brochures

### Poster





Binnenkant brochure



Buitenkant brochure



Nienke de Keijzer – 500803174  
Kaa Leung Ho – 500739625  
Job van der Knaap - 500826876  
Diem Do - 500776668

Teamopdracht  
Behavior Design 2022/2023  
Kevin van der Wiel

## Het monsterspel

Op het evenement wordt er een soortgelijk spel gespeeld, waarin de kinderen al oefenen met het weggooien van het afval. Zij spelen hier een versimpelde versie. Om het niet alleen op het evenement te houden, hebben wij ook iets bedacht om de gedragsverandering mee naar huis te nemen: Het Monster Sorteerspel!

Het monster sorteerspel is een spel ontworpen voor kinderen. Hiermee kunnen zij thuis aan de slag met het aanleren van het afval scheiden. Het spel werkt als volgt: Op de prullenbakken in huis zit een sticker. Een zogenaamd monsterhuisje. Dit huisje symboliseert het soort afval wat in de prullenbak wordt weggegooid. Binnenshuis is er een reeks aan producten die worden weggegooid. Deze worden gemarkeerd met de stempel of de sticker die matcht met de prullenbak/het huisje waar dit stuk afval in hoort. Bijvoorbeeld: een pak ham wordt gekocht. Na aankoop plakt de ouder hier een rood monstertje op. Dit geeft een signaal aan het kind dat deze in het rode huisje terecht hoort. Zodra de verpakking leeg is, mag deze worden weggegooid. Het kind heeft al een tijdje gezien dat de verpakking een rood monstertje heeft en het kind weet dan ook dat hij/zij deze moet matchen met het juiste huisje.

Uiteindelijk is het de bedoeling dat de kinderen de gewoontes automatisch aanleren. Zij zien op de verpakkingen/producten die dagelijks gebruikt worden continue de aanwezigheid van de stickers en kunnen dit vervolgens associëren aan de prullenbakken met de huisjes. Er zit ook een stempelkaart bij het pakket. Deze moet ervoor zorgen dat de kinderen gemotiveerd blijven om het afval weg te gooien. Hierin spelen ook een aantal principes mee. Beginnend met dat “de reis” bevat uit 21 vakjes. Dit komt neer op 3 weken. Er is hiervoor gekozen omdat er uit onderzoek is gebleken dat het 3 weken duurt om een nieuwe gewoonte aan te leren. Door het proces vervolgens in het raam te hangen en via de ouders in te spelen op social proof kan deze methode gedeeld worden met de burens. Het geeft vervolgens de ouders een onzichtbare taak om hun kind bezig te houden. Zij willen immers goed overkomen bij de burens en kunnen bewijzen dat zij het goed doen met hun kinderen, toch? Dit zorgt vervolgens voor het collectieve doel.

Voor beelden zie bijlage 1: stickervellen en bijlage 1.1

## Workshop schermen ontwerpen

### Tips & tricks

- het scherm niet te druk

### Hoe ontwerp je een scherm?

1. Bepaal de elementen per scherm (wat wordt de content?)
2. Ga structureren > Verdeel je onderdelen in categorieën
3. Hierarchie en flow toevoegen > Start met de focus
4. Navigatie en ander chrome > Home, navigatie, menu's, footer, header etc.
5. Look and feel > pas de look en feel uit de workshop toe

### Poster feedback

Compost markt poster 1: hierarchie toepassen. Van groot naar klein en de afsluiter middengroot > niet heen en wenen >> de elementen zijn erg druk aanwezig. Die kan je juist gebruiken bij de titel, daarna de dingen rustiger maken (compostmarkt > titel omhoog zetten, zo houden we de flow in 1 lijn

kom je ook poster 2: per "vlak": beoordelen ipv als 1 geheel. Wat is de one primary action?



## Workshop Detailed design

Jullie gaan je in eerste instantie richten op het in detail ontwerpen van de twee belangrijkste schermen.

### (Methode) Atomic Design

**Atomic design** is een manier voor het creëren van een **design system**. Een design system is in principe gewoon een uitgebreide versie van een stijlgids.

1. Atoms; Basing Building Blocks
  - Kleur
  - Typografie
  - Icons
1. Molecules; Combination of Atoms
  - Button
  - Form Input
  - Checkbox
1. Organism; Combination of Molecules
  - Sidebar
  - Header
1. Template; Combination of organism
  - Scherm

### Checklist

#### Fonts

- Test leesbaarheid op het specifieke device (in dit geval onze posters)

#### Kleuren

- Zijn de kleuren logisch?
- Is er genoeg contrast?

#### Iconen

- Spreken de iconen voor zich of hebben ze ondersteunende tekst nodig?
- Zijn ze visueel consistent?

#### Uitlijning

- Zijn alle elementen correct uitgelijnd?

#### Realistische content

- (Sfeer)foto's, illustraties, video's
- Echte teksten

## Posters Detailed design

Zie bijlage 2: detailed design

## Evenement: Ontmoet een held

Tijdens het Afvaljacht speurtocht kunnen kinderen een specialist ontmoeten, een heuse meet and greet. Deze specialist is het gezicht van het afvalscheidproces of vertegenwoordigd een specifieke onderdeel van het afscheidproces. Kinderen kunnen aan deze specialist allerlei vragen stellen omtrent het afvalscheidproces.

### Vragen voor de vakmensen

- Hoe lang doe je dit werk al?
- Wat vind je het leukste aan jouw beroep?
- Wat is het gekste wat je ooit hebt meegemaakt op je werk?
- Wat vind je het meest cool aan je werk?
- Hoe lang wil je dit werk nog doen?
- Hoe kwam je op het idee om dit beroep te doen?

### Lijst bedrijven

#### **AEB Amsterdam**

Amsterdams afvalverwerkingsbedrijf <https://www.aebamsterdam.nl/>

Wij zijn een Amsterdams afvalverwerkingsbedrijf. Onze taak is om zo duurzaam en schoon mogelijk energie te maken van afval. Dat doen we door zoveel mogelijk (her)bruikbaar materiaal uit het afval te halen. Wat overblijft aan onbruikbaar restafval verbranden we op een zo duurzame mogelijke manier en zetten we om in warmte en elektriciteit voor de stad. Als zelfstandig bedrijf dragen we bij aan de Amsterdamse duurzaamheidsambities en die van omliggende gemeenten en bedrijven waarmee we samenwerken.

Jaarlijks verwerken we 1,4 miljoen ton afval voor onze klanten. Wat we doen, doen wij welbewust. We werken zo schoon en veilig mogelijk. De bevologenheid, kennis en trots van onze medewerkers onderscheiden ons en brengen ons verder.

#### **Seenons**

Europese tech-platform voor circulair afvalbeheer. <https://seenons.com/>

Met ons onafhankelijke platform bieden we dé oplossing om afval te reduceren, hergebruiken en duurzaam te recyclen. We verbinden alle partijen in de afvalketen met elkaar: organisaties die afval scheiden, logistieke partijen die afval vervoeren en verwerkers/producenten die afval omzetten in waardevolle grondstoffen en producten.

#### **Wastecraft**

Nederlands bedrijf toveren afval van bedrijven om in prachtige design.

<https://www.wastecraft.nl/>

Wastecraft heeft eerder in samenwerking met AVR en Petje Af

# AFVALJACHT

Leer spelenderwijs afval scheiden

Deze stempelkaart is van

Vul deze stempelkaart vol en verdien een goodiebag speciaal voor jou!

Afvalrace video

Afvalrace spel

Monsterspel

Ontmoet een held

Wat heb ik geleerd nuur

## Ontmoet een held

Weet je niet wat je moet vragen?  
Probeer eens deze vragen te stellen...

1. Hoe lang doe je dit werk al?
2. Wat vind je het leukste aan jouw beroep?
3. Wat is het gekste wat je ooit hebt meegemaakt op je werk?
4. Wat vind je het meest cool aan je werk?
5. Hoe lang wil je dit werk nog doen?
6. Hoe kwam je op het idee om dit beroep te doen?

## Evenement: de goodiebag

De goodiebag wordt aan het einde van het evenement aan gezinnen gegeven. Deze goodiebag dient als beloning voor de kinderen die hebben meegedaan aan het Afvaljacht speurtocht. In ruil voor een volle stempelkaart krijgt elk gezin 1 goodiebag om mee te nemen naar huis.

De goodiebag is gemaakt van gerecyclede materialen.

### **Inhoud goodiebag**

1x Het Monsterspel poster met daarop uitleg hoe kinderen het spel thuis kunnen spelen

1x Het Monsterspel voortgangsposter

5x Het Monsterspel Stickervel monstertjes

5x Het Monsterspel Stickervel huisjes

1x Stempel met biologisch afbreekbare inkt

We gebruiken één van Cialdinni's 7 beïnvloedingprincipes: Reward. We hopen met een beloning mensen op een positieve manier hun gedrag te beïnvloeden.

Het doel van de goodiebag is kinderen thuis GFT/E afval te laten scheiden op een speelse manier.

Tijdens het Afvaljacht speurtocht leren kinderen het Monsterspel te spelen. Alles wat ze hebben geleerd tijdens het Afvaljacht kunnen ze thuis toepassen. Ze krijgen daarbij alle benodigde materialen en een poster met daarop een uitleg. Dit is belangrijk om kinderen het nut van GFT/E afval scheiden te laten inzien. Door het spel thuis te spelen voor 21 dagen lang, leren kinderen een nieuwe positieve gedrag aan.

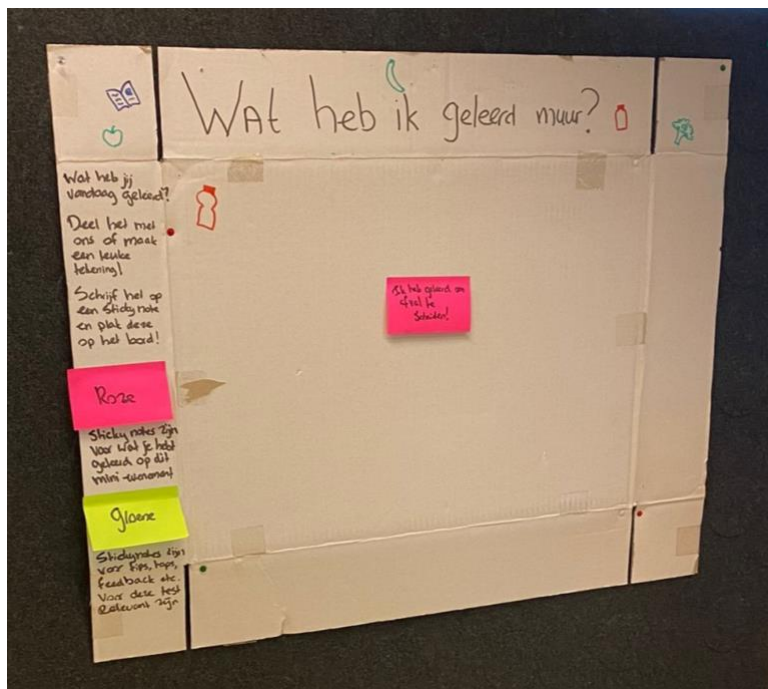
## Evenement: Wat heb ik geleerd muur?

De wat heb ik geleerd muur is een muur die op het evenement wordt geplaatst. Het is dan ook 1 van de stempelpunten voor de kinderen.

Bij deze muur mogen de kinderen, maar ook de volwassenen delen wat zij hebben geleerd van dit evenement. Ze schrijven het op een sticky note of een ander briefje met een punaise en plakken deze op het bord. Er mag ook een tekening gemaakt worden.

Met deze techniek laten we de deelnemers ook terugkijken op wat zij hebben geleerd en hopen wij dat dit zich thuis verder kan voortzetten.

Na afloop van het evenement kan er door de organisatie gekeken worden naar wat er allemaal door de deelnemers is geschreven. Hierin kunnen zij terugzien wat er allemaal is blijven hangen van het evenement en waar eventueel nog meer nadruk op kan worden gelegd.



## Evenement: Afval Race

Het afvalrace spel is een concept die wij hebben bedacht om het nut van GFT/E scheiden na te bootsen. Het generale idee is dat wij kinderen op jonge leeftijd afval, op correcte wijze, leren scheiden.

Bij dit onderdeel worden kinderen gevraagd om het plastic afval van het GFT/E afval te scheiden. Tijdens het evenement leren de kinderen dat plastic niet bij het restafval thuis hoort. Plastic kan namelijk niet gerecycled worden als het samen met GFT/E wordt ingeleverd, en vice versa.

De kinderen leren gedurende het evenement dat het scheiden van GFT/E afval vele voordelen met zich meebrengt.

Eén daarvan is dat GFT/E kan worden omgezet tot stroom, warmte en energie.

Dit zie je terug bij dit spel. Plastic-vrije GFT/E afval wordt omgezet tot stroom, en zorgt ervoor dat het licht in het huisje brandt.



## Storyboards

Storyboard concept is te vinden als bijlage 3: storyboard concept

Storyboard door de ogen van een kind is te vinden als bijlage 4: Storyboard kind

## Taakverdeling grootschalig

De taakverdeling binnen dit project liep ideaal. We konden elkaar aanvullen waar nodig en gaven aan wanneer er hulp of updates waren. In Notion hebben wij in grote lijnen onze taakverdeling bijgehouden.

Presentaties zijn door iedereen gemaakt. Het videomateriaal is door Job gemaakt net zoals de muur en het afvalrace spel.

Wij zijn allen tevreden over onze samenwerking en hebben dan ook zeker een positief beeld op ons eindproduct



## Behaviour Design

### Teamproject

Week	Deliverables	Deadline	Who Responsible	Status
Week 6	⚠️ Belangrijke informatie			Feedback
Week 6	📄 Debrief	@March 20, 2023	👤 Kaa Leung Ho	Done
Week 6	📄 Vooronderzoek	@March 23, 2023	👤 Nienke de Keijzer 👤 Diem Do 👤 Job	Done
Week 6	👥 Doelgroep Onderzoek	@March 23, 2023	👤 Nienke de Keijzer	Done
Week 7	📄 Concept	@March 23, 2023	👤 Nienke de Keijzer 👤 Kaa Leung Ho 👤 Job	Done
	📄 Feedback		👤 Diem Do	Done
Week 8	✅ Proof of Concept		👤 Kaa Leung Ho	Done
Week 9	▼ Stukje Ethiek		👤 Kaa Leung Ho	Done
Week 9	📄 Stukje Psych		👤 Nienke de Keijzer	Done
Week 10	📄 Poster, Brochures & Stijlgids		👤 Kaa Leung Ho	Done
Week 10	📄 Stickers		👤 Nienke de Keijzer	Done
Week 12	🎨 Workshop Ontwerpen - Schermen		👤 Nienke de Keijzer	Done
Week 13	🎨 BD Ontwerpen - Workshop 4 - Detailed Design		👤 Kaa Leung Ho	Done
Week 14	📄 Posters (Detailed Design)		👤 Kaa Leung Ho	Done
Week 14	👤 Ontmoet een held		👤 Diem Do 👤 Job	Done
Week 14	👋 Goodiebag		👤 Diem Do	Done
Week 14	? Vragen voor vakmensen		👤 Nienke de Keijzer 👤 Diem Do	Done
Week 14	📄 Storyboards		👤 Nienke de Keijzer 👤 Diem Do	Done
Week 8				



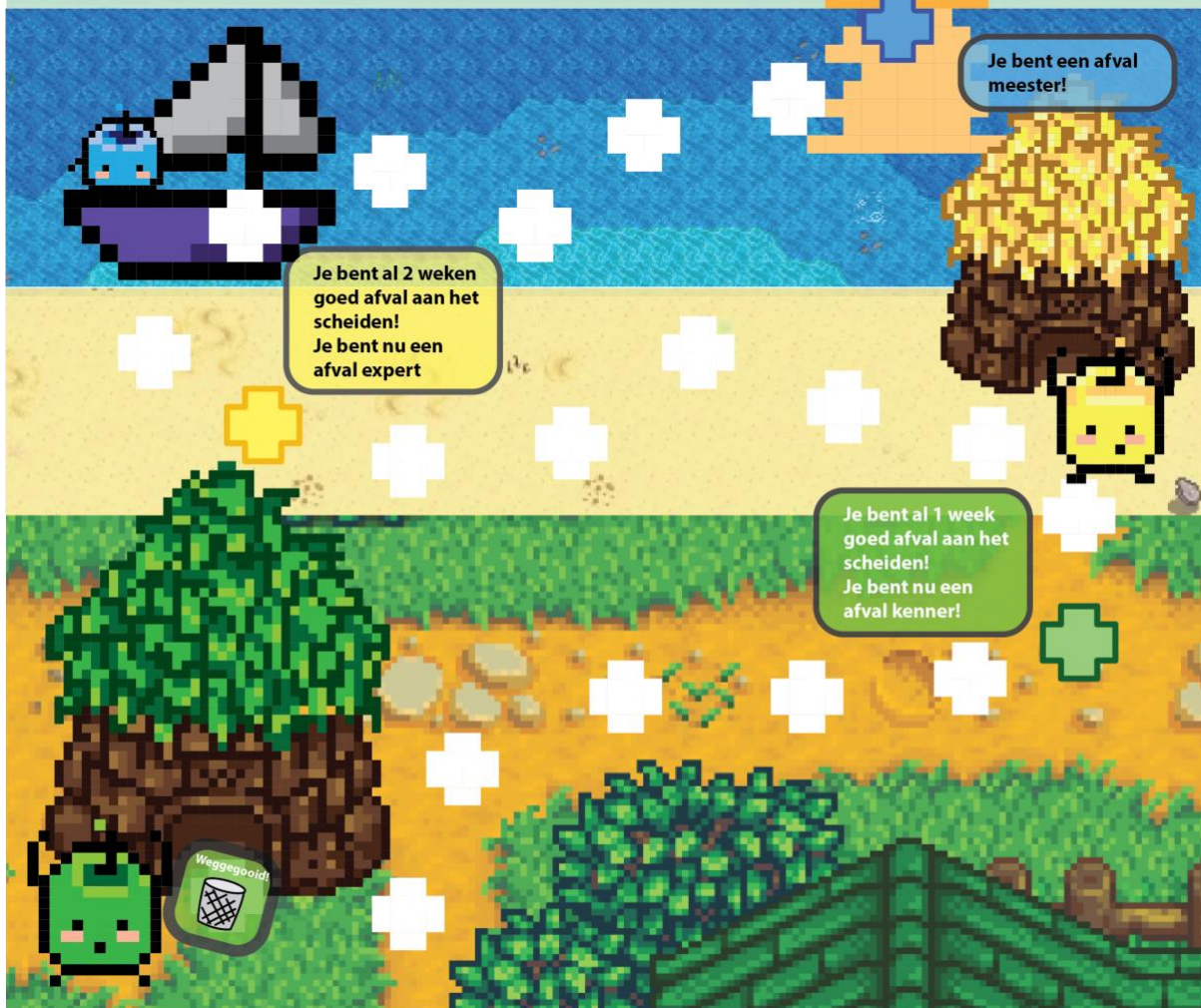
## Bijlage 1.1 – Voortgangsposterv2

Deze stempelkaart is van \_\_\_\_\_



Kleur elke dag dat je je afval in de juiste bak heb gegooid  
en volg het pad naar de zonsondergang schat!

Hang jouw avontuur in het raam! En geef jouw  
afvalmonstertjes hun eigen naam!



## Bijlage 1.2- Stickervellen



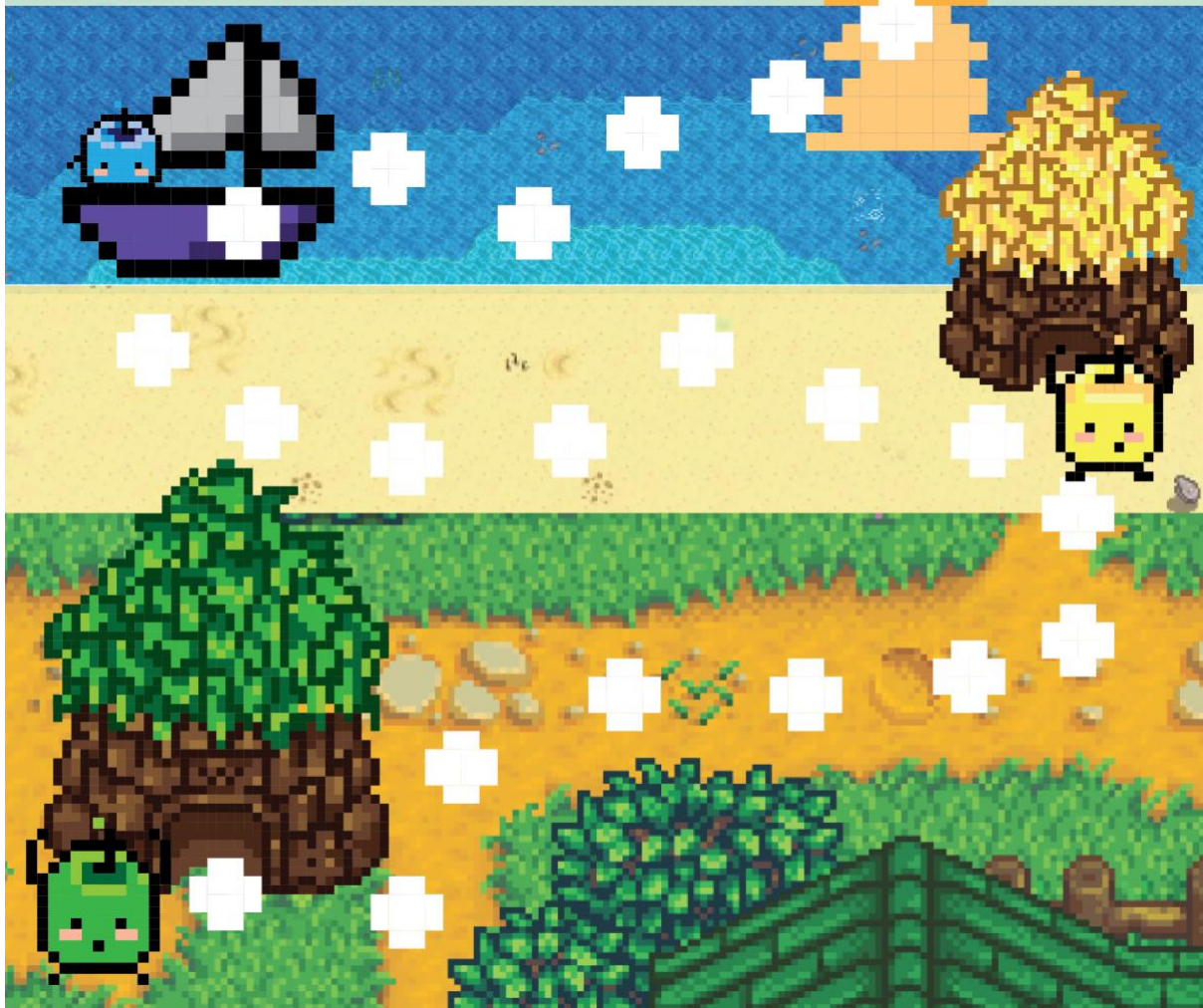


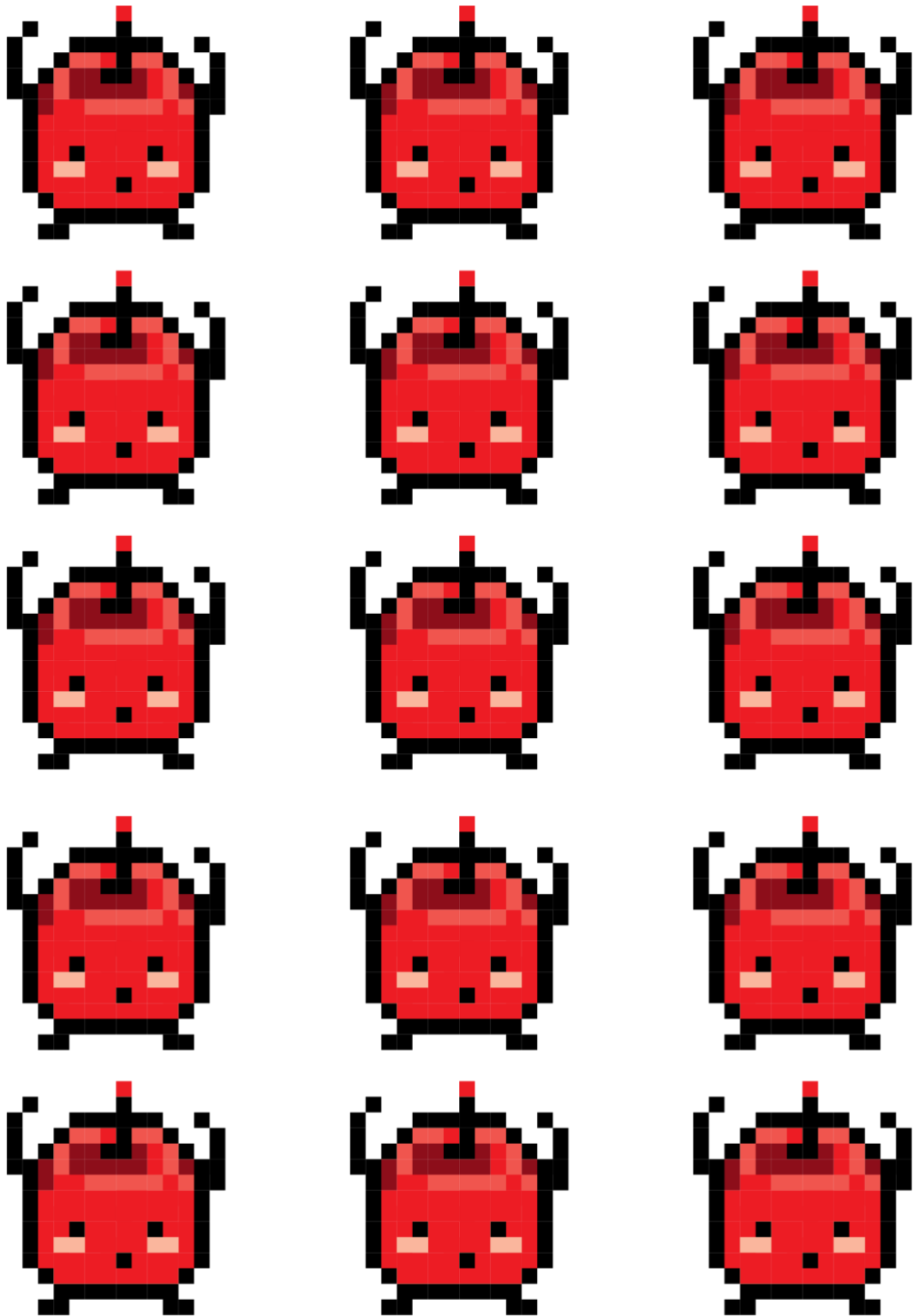
Deze stempelkaart is van \_\_\_\_\_



Kleur elke dag dat je je afval in de juiste bak heb gegooid  
en volg het pad naar de zonsondergang schat!

Hang jouw avontuur in het raam! En geef jouw  
afvalmonstertjes hun eigen naam!





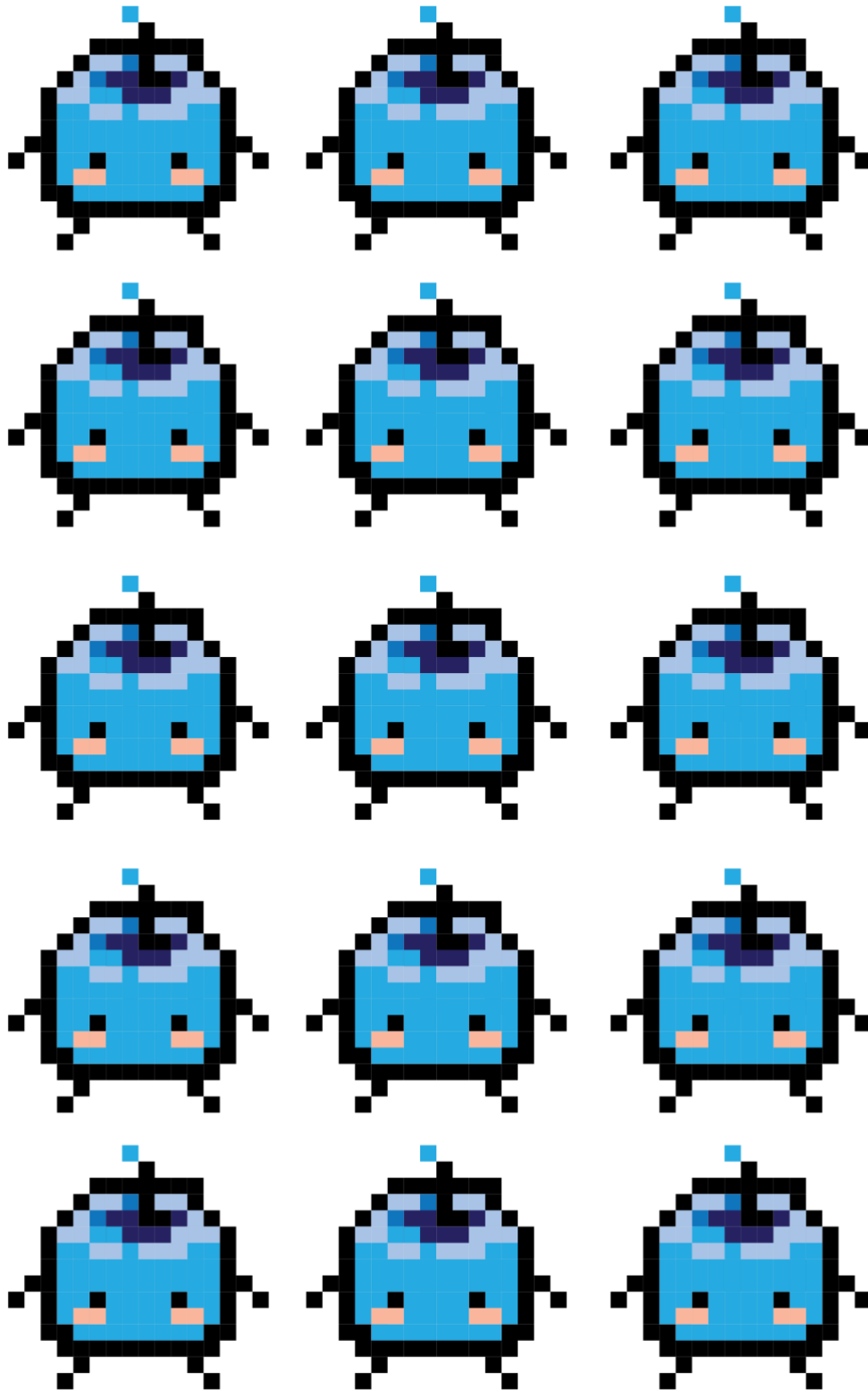












## Bijlage 2: Detailed design



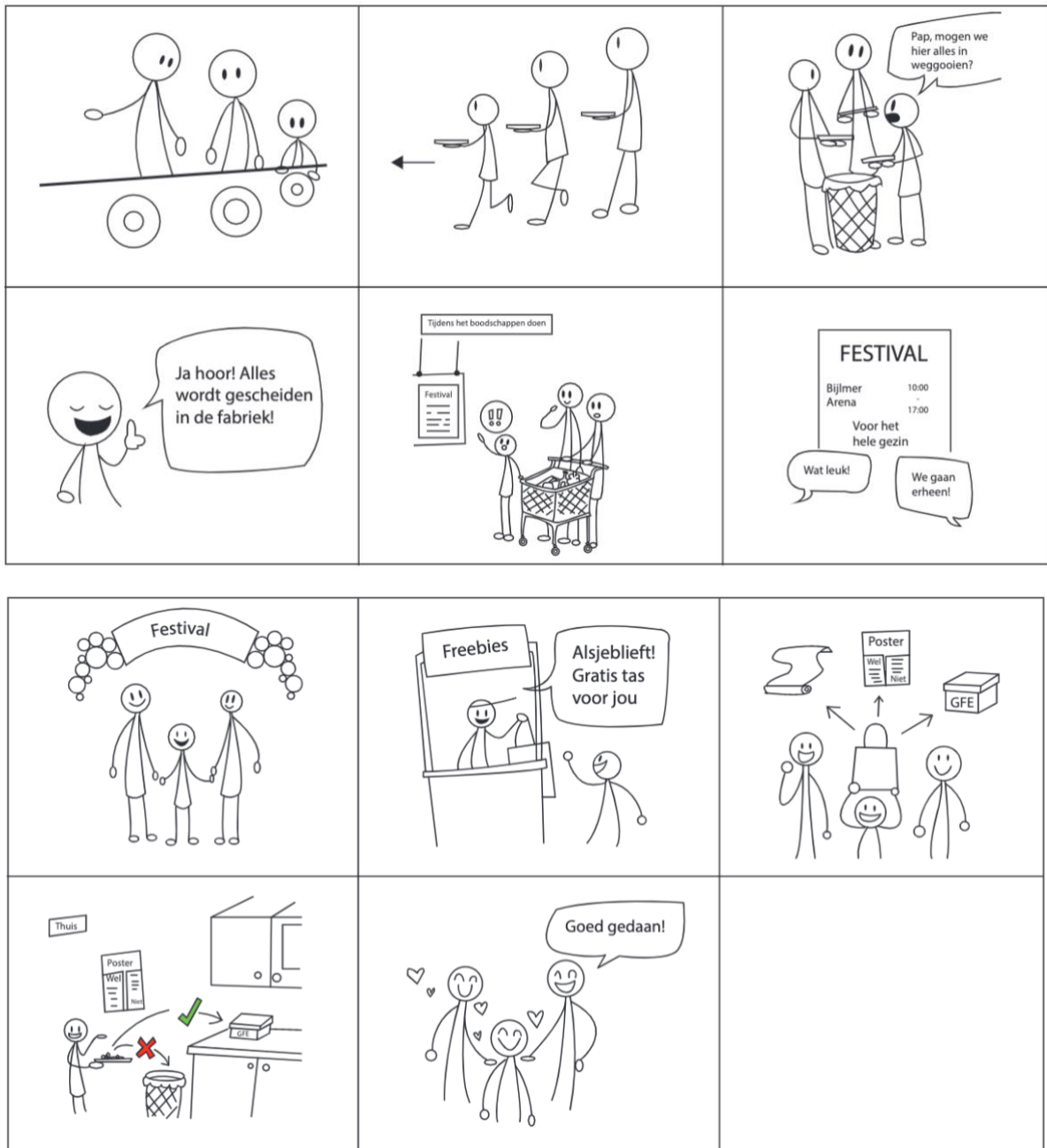








### Bijlage 3: Storyboard concept



Nienke de Keijzer – 500803174  
Kaa Leung Ho – 500739625  
Job van der Knaap - 500826876  
Diem Do - 500776668

Teamopdracht  
Behavior Design 2022/2023  
Kevin van der Wiel

## Bijlage 4: Storyboard kind