

## Berlijn: een zetje richting de afvalbak

26 december 2019 | Auteurs: [Karim Johannes Sahhar](#)

Dit artikel is verschenen in: [geografie januari 2020](#)

Berlijn

### Opinie



FOTO: KARIM JOHANNES SAHHAR

Nudging door overal aanwezige, fel oranje afvalbakken in Berlijn.

Is het je ooit opgevallen dat Berlijn vol staat met duizenden fel oranje afvalbakken? 'So orange ist nur Berlin' luidt de slogan van de Berliner Stadreinigung. Wat is het verhaal erachter?

De afvalbakken zijn een typisch staaltje *nudging* (letterlijk vertaald: zacht duwtje), een kleine aanpassing in de omgeving om mensen op onbewust niveau lichtjes te sturen richting gewenst gedrag. Belangrijk bij nudging is dat de keuzevrijheid niet wordt beperkt. Vergelijk een afgebeeld vliegje op de bodem van een urinoir om mannen gerichter, c.q. schoner te laten plassen. Of stickers van voetstappen op de grond die naar de trap 'lopen' in plaats van richting de lift.

Nudging dient vaak een algemeen maatschappelijk belang, zoals de bevordering van gezonder, veiliger of duurzamer gedrag (zie ook *Geografie* oktober, Geonieuws). Het is aangetoond dat nudging een zeer efficiënte manier is om acties en maatregelen vanuit de

overheid, bedrijven en andere organisaties aan te vullen of zelfs volledig te vervangen.

### **Kippendiener**

De duizenden afvalbakken in Berlijn zijn bedoeld om mensen over te halen het afval niet op straat te gooien, maar in de bakken. De stad staat er vol mee. Een belangrijke factor is de kleur. De afvalafvalbakken zijn fel oranje, waardoor ze enorm opvallen en afsteken tegen de rest van de omgeving. Mensen die iets willen weggooien, hoeven zo niet lang te zoeken naar een afvalbak. Ook staat op iedere bak een grappige tekst of slogan, bijvoorbeeld 'Eimer liebt dich' (Afvalbak houdt van je). Dit creëert een extra moment van interactie tussen de persoon die iets weggooit en de afvalbak. De afvalbak 'Kippendiener' gaat een stap verder met afbeeldingen van een strik en uitgestrekte hand. De afvalbak symboliseert een butler (*Diener*) voor je sigarettenpeuken (*Kippen*).

Dit laat tevens een ander kenmerk van nudging zien, namelijk dat het vaak een luchtige, humoristische toon heeft. Het is een heel slimme, grappige en relatief makkelijke manier om het onbewuste brein te infiltreren en mensen lichtjes te sturen richting gewenst gedrag, in dit geval om de straten van Berlijn schoon te houden. Anders gezegd: nudging is een bewuste manier om het onbewuste gedrag te beïnvloeden. Hiervoor maken we een uitstapje naar de omgevingspsychologie.

### **Bewust en onbewust**

De omgevingspsychologie geeft antwoord op de vraag: hoe heeft informatie van buitenaf (alles om ons heen), die binnenkomt via onze zintuigen en door het lichaam/brein wordt verwerkt, invloed op ons gedrag en alledaagse keuzes?

Het menselijk denken is te verdelen in systeem 1- en systeem 2-denken. Het eerste is snel, onderbewust, intuïtief, automatisch, en impliciet en kost weinig moeite. Hiertegenover staat systeem 2, het langzame, bewuste, expliciete en gecontroleerde denken. Dit gaat meer om analytisch denken, dat meer tijd en moeite kost.

Ons denken en dagelijks handelen zijn grotendeels gebaseerd op het snelle en automatische systeem 1-denken. We zijn er afhankelijk van. Intuïtief denken wordt vaak weggezet als irrationeel, maar in veel gevallen blijkt het logisch en bruikbaar. Tevens stuurt en beïnvloedt systeem 1 ons bewuste systeem 2-denken. Om verandering in gedrag te bewerkstelligen is het dus zaak het

onbewuste systeem 1-denken te beïnvloeden. En daarmee belanden we bij nudging.

### **Eigen ervaring**

Een essentieel onderdeel van nudging is de lichamelijke ervaring (*embodiment*, zie kader). Ik wil daarom stilstaan bij mijn eigen 'geleefde ervaring' in Berlijn. Vanaf dag een van de excursie in het kader van de cursus Urban and Cultural Geography was ik gefascineerd door de oranje afvalbakken in de stad. Zonder er bewust over na te denken, vielen ze me op. Het kwam zelden voor dat ik afval in mijn handen had en geen afvalbak kon vinden om het weg te gooien. Een snelle scan van de omgeving was meestal voldoende om iets oranje te zien, wat betekende dat ik daar moest zijn om iets weg te gooien. Onbewust wende ik aan de associatie van een oranje object en de mogelijkheid afval weg te gooien. Ik was zonder het in de gaten te hebben 'gegrepen' door nudging. Een ander kenmerk van nudging is dat de aanpassing in de ruimtelijke omgeving relatief goedkoop en makkelijk te realiseren is. Een simpele oranje sticker met een grappige opdruk verandert de hele uitstraling van de afvalbak, wat goed zichtbaar wordt als je versies met en zonder afdruk met elkaar vergelijkt. Dan wordt ook duidelijk dat een normale, zwarte afvalbak nauwelijks opvalt in de omgeving en de oranje exemplaren wel.

### **Bedoelde kijk**

Al zijn de unieke afvalbakken in Berlijn een prima manier om gewenst gedrag te bevorderen, toch is het belangrijk kritisch te kijken naar nudging in het algemeen en als onderwerp van mijn fotografische essay.

Allereerst mijn eigen rol als onderzoeker. Voor de excursie werden we herhaaldelijk geïnstrueerd zo goed mogelijk gebruik te maken van de relatief schaarse tijd die we zouden hebben voor het maken van foto's. Daardoor bekeken we Berlijn vrijwel constant door een geografische bril, 'looking with intention', met als doel een fotografisch essay te schrijven over een stedelijk fenomeen. Het is aannemelijk dat ik hierdoor een minder neutrale en juist 'bedoelde' kijk op Berlijn had en daardoor eerder gefascineerd raakte door de afvalbakken met de bijbehorende ervaring.

*Waar een zwarte afvalbak nauwelijks opvalt, is een oranje bak niet te missen*

Bovendien was ik als Nederlandse bezoeker een buitenstaander vergeleken met de inwoners van Berlijn. Het nieuwe van de omgeving kan een rol hebben gespeeld in mijn beleving ervan. Dit is ook belangrijke kritiek op nudging, want hoe lang werkt het? Is er een houdbaarheidsdatum? Het is aannemelijk dat een Berlijner na verloop van tijd went aan de oranje afvalbakken en dat ze onderdeel worden van diens dagelijkse omgeving. Met name de grappige teksten op de afvalbakken kunnen gaan vervelen als je ze dagelijks ziet.

### Horizonvervuiling

De voornaamste kracht achter deze vorm van nudging is de opvallende, bijna extravagante uitstraling van de afvalbakken, die afsteken tegen de rest van de omgeving. Maar waar trek je de grens? Een foto in Stadspark Helmholtzplatz toont maar liefst zeven verschillende afvalbakken. Je kunt je afvragen of dit niet overmatig is en of deze manier om rommel tegen te gaan niet juist leidt tot horizonvervuiling. In een park waar mensen veelal komen voor rust en natuur, kan het de ervaring negatief beïnvloeden.

Ten slotte zijn er ethische bedenkingen. Je zou nudging kunnen zien als een vorm van manipulatie – vooral wanneer het wordt ingezet als beleidsmiddel. Nudging is immers een impliciete manier om gedrag te beïnvloeden. Juist vanwege het subtiele en impliciete is er een gebrek aan transparantie. Het ontbreken van transparantie in de besluitvorming over wat goed en wat slecht gedrag is, kan afdoen aan democratische waarden, en het gevoel van manipulatie voeden. Al zullen weinig mensen bezwaar hebben tegen de inzet van opvallende afvalbakken met een grappige *touch* om de straten van Berlijn schoon te houden. • Karim Johannes Sahhar is masterstudent Cultural Geography and Tourism aan de Radboud Universiteit in Nijmegen.