



De kust opruimen met de Boskalis Beach Clean Up tour: Analyse van kenmerken en motivaties van deelnemers (2013-2019).

Auteur(s): Jacqueline Tamis, Susan de Koning

Wageningen University &
Research rapport C046/20

De kust opruimen met de Boskalis Beach Clean Up tour: Analyse van kenmerken en motivaties van deelnemers (2013-2019)

Auteurs: Jacqueline Tamis, Susan de Koning

Dit project is uitgevoerd door Wageningen Marine Research als onderdeel van het Kennisbasis programma Natuurinclusieve Transitie, project Citizens for Biodiversity (KB-36-005-001).

Wageningen Marine Research
Den Helder, mei 2020

VERTROUWELIJK: Nee

Wageningen Marine Research rapport C 046/20.

Keywords: Boskalis Beach Clean Up Tour, plastic soep, zwerfafval, Noordzee, burgerbetrokkenheid, Stichting De Noordzee.

Opdrachtgever: Ministerie van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit
Postbus 20401
2500 EK, Den Haag

Projectnummer: KB-36-005-001

Dit rapport is gratis te downloaden van <https://doi.org/10.18174/521761>.
Wageningen Marine Research verstrekt *geen* gedrukte exemplaren van rapporten.

Wageningen Marine Research is ISO 9001:2015 gecertificeerd.

Foto omslag: Stichting De Noordzee.

© Wageningen Marine Research

Wageningen Marine Research, instituut
binnen de rechtspersoon Stichting
Wageningen Research, hierbij
vertegenwoordigd door Dr. M.C.Th.
Scholten, Algemeen directeur

KvK nr. 09098104,
WMR BTW nr. NL 8113.83.696.B16.
Code BIC/SWIFT address: RABONL2U
IBAN code: NL 73 RABO 0373599285

Wageningen Marine Research aanvaardt geen aansprakelijkheid voor
gevolgschade, noch voor schade welke voortvloeit uit toepassingen van de
resultaten van werkzaamheden of andere gegevens verkregen van Wageningen
Marine Research. Opdrachtgever vrijwaart Wageningen Marine Research van
aanspraken van derden in verband met deze toepassing.
Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag weergegeven en/of
gepubliceerd worden, gefotokopieerd of op enige andere manier gebruikt worden
zonder schriftelijke toestemming van de uitgever of auteur.

A_4_3_2 V30 (2020)

Inhoud

Samenvatting	5	
1	Introductie	7
1.1	Doel en kader	7
1.2	Onderzoeksvragen	7
2	Methode	8
2.1	Overzicht van alle gestelde vragen	8
2.2	Selectie relevante vragen	8
2.3	Harmoniseren van antwoorden	10
2.3.1	Persoonlijk	11
2.3.2	Motivatie	12
2.3.3	Waar/wanneer/hoe	15
2.4	Extra vragen burgerbetrokkenheidsonderzoek	19
3	Resultaten	22
3.1	Aantal respondenten	22
3.2	Persoonlijk	22
3.2.1	Frequentie strandbezoek	23
3.2.2	Hobby's en aandacht voor milieu	23
3.2.3	Werk en opleiding	24
3.2.4	Media	24
3.2.5	Leeftijd, geslacht, gezinssituatie	25
3.2.6	Woonplaats	28
3.3	Waar/wanneer/hoe	29
3.3.1	Etappes	29
3.3.2	Reisafstand	32
3.3.3	Speciaal er naartoe	33
3.3.4	Vrij genomen van werk	34
3.3.5	Wijze van transport	34
3.4	Motivatie	35
3.4.1	Aantal motivaties	35
3.4.2	Type motivaties	36
3.4.3	Plastic soep in het nieuws	39
3.4.4	Invloed seizoen en weer	40
3.4.5	Volgend jaar weer?	41
3.5	Extra vragen burgerbetrokkenheidsonderzoek (2019)	42
3.5.1	Betrokkenheid bij het milieu	42
3.5.2	Verandering van gedrag na deelname	43
3.5.3	Bijdrage Beach Clean-up aan verminderen plastic soep	43
4	Conclusies	44
4.1	Conclusies jaarlijkse deelnemers enquête 2013-2019	44
4.1.1	Wat voor type mensen doe mee met de Beach Clean-up?	44
4.1.2	Waar komen de deelnemers vandaan?	44
4.1.3	Welke etappes worden gelopen?	44
4.1.4	Hoe ver reizen de deelnemers?	44
4.1.5	Met welk vervoersmiddel?	45
4.1.6	Zijn de deelnemers speciaal voor de Beach Clean-up gekomen?	45

4.1.7	Hebben ze daarvoor een vrije dag genomen?	45
4.1.8	Wat was de motivatie om mee te doen?	45
4.2	Extra vragen onderzoek Burgerbetrokkenheid	45
4.2.1	Betrokkenheid bij milieu naast deelname Clean-Up	45
4.2.2	Verandering van gedrag met betrekking tot (zwerf)afval	46
4.2.3	Bijdrage aan oplossen van de plastic soep	46
4.3	Aanbevelingen	46
	Kwaliteitsborging	47
	Literatuur	48
	Verantwoording	49
	Bijlage 1 Enquêtevragen	50
	Bijlage 2 Etappes	53
	Bijlage 3 Motivaties	55

Samenvatting

Betrokken burgers leveren een belangrijke bijdrage aan de ontwikkeling, behoud en bescherming van natuur en biodiversiteit. We weten echter nog weinig over de voorwaarden waaronder burgerbetrokkenheid leidt tot substantiële resultaten en systeemveranderingen, bijvoorbeeld in het beleid. In het Kennisbasis-project 'Citizens for Biodiversity' onderzoekt Wageningen Research hoe initiatieven of activiteiten van burgers een bijdrage leveren aan veranderingen in het natuurbeleid. Een van de casussen in dit project is 'burgerbetrokkenheid bij het voorkomen van plastic soep in zeeën en oceanen'.

Een enquête onder de deelnemers van de landelijke Boskalis Beach Clean-up Tour, die sinds 2013 jaarlijks door Stichting De Noordzee wordt georganiseerd, levert belangrijke informatie voor het onderzoek naar de rol van burgerbetrokkenheid in het natuurbeheer. Stichting De Noordzee heeft de ruwe gegevens van de jaarlijkse enquête vertrouwelijk beschikbaar gesteld voor analyse voor dit onderzoek. Dit rapport beschrijft de resultaten van de analyse van de Beach Clean-up deelnemers enquête over de periode 2013-2019.

In het jaar 2019 zijn extra vragen voor het onderzoek naar de rol van burgerbetrokkenheid in het natuurbeheer opgenomen. Hieronder worden de conclusies weergegeven uit de analyse van de jaarlijkse enquête die Stichting De Noordzee heeft gehouden (2013-2019) en voor de additionele vragen (2019). Hierbij moet worden opgemerkt dat de enquêtes sterk verschillen per jaar, ook in de periode 2013-2018. De resultaten geven daarom niet altijd een representatief overzicht van de hele periode.

Deelnemers enquête 2013-2019: Kenmerken en motivatie deelnemers

De gemiddelde leeftijd van de deelnemers is ongeveer 50 jaar en de verdeling tussen mannen en vrouwen is ongeveer gelijk. E-mail, Facebook en LinkedIn waren de meest gebruikte media onder de deelnemers.

- De *meeste* deelnemers van de Beach Clean-up:
 - zijn ouder dan 40 jaar;
 - bezoeken één tot enkele keren per jaar het Nederlandse strand aan de Noordzee;
 - hebben meestal natuur / dier(bescherming) als hobby;
 - zijn veelal thuis en/of in de vrije tijd ook bezig met het milieu;
 - zijn werkzaam in de sector Zorg en Gezondheid;
 - lezen een krant;
 - komen uit Noord- en Zuid-Holland;
 - zijn met de auto naar de Beach Clean-up gekomen;
 - hebben de reis speciaal voor de Beach Clean-up gemaakt;
 - hebben daar niet speciaal een vrije dag voor genomen;
 - hebben aangegeven volgend jaar weer mee te willen doen;
 - hebben plezier gehad;
 - hebben aangegeven dat ze denken dat de Beach Clean-up op de lange termijn bijdraagt aan het verminderen van de plastic soep.
- De motivatie om deel te nemen:
 - iets doen aan de plastic soep is in bijna alle jaren het meest genoemd als motivatie;
 - deze motivatie heeft op basis van totaal aantal een stijgende trend over de periode 2013-2019, maar is relatief per respondent stabiel over de jaren;
 - de motivatie voor een schoon strand en actie te ondernemen is relatief gezien (per respondent) wel sterk gestegen in de periode 2013 tot 2019;
 - er is een stijgende trend in de verhouding natuur- versus mensgerichte (sportief/gezellig) motivatie. De natuur lijkt dus een steeds grotere rol te spelen voor mensen om in actie te komen.

Extra vragen onderzoek Burgerbetrokkenheid

- Ongeveer 40% van de deelnemers aan de Beach Clean-up in 2019 is naast deelname aan de Clean-up ook op andere manieren bij het milieu betrokken. Veelgenoemde vormen van betrokkenheid zijn hierbij:
 - zwerfafval opruimen;
 - afval scheiden;
 - vegetarisch of biologisch eten;
 - financieel steunen van goede doelen;
 - vrijwilligerswerk;
 - natuurvriendelijk tuinieren;
 - lid van politieke partij.
- 75% van de deelnemers in 2019 geeft aan dat hun deelname aan de Clean-up de manier waarop ze dagelijks met zwerfafval omgaan heeft beïnvloed. Deelnemers zijn onder andere:
 - zelf beter gaan opletten met recycling van plastic;
 - minder plastic(artikelen) kopen;
 - in gesprek gaan met vrienden en familie over het plastic probleem;
 - het opruimen van plastic op straat;
 - mensen aanspreken wanneer afval op straat wordt gegooid.
- 74% van de deelnemers denkt dat hun deelname aan de Beach Clean-Up op de lange termijn bijdraagt aan het verminderen van de plastic soep.

Aanbevelingen toekomstige enquête

Om de enquêteresultaten op een eenvoudigere manier, met minder inspanning en met meer betrouwbaarheid beschikbaar te maken bevelen we aan om in de toekomst te werken met vaste basisvragen en een meerkeuzesysteem met vaste antwoord categorieën.

1 Introductie

1.1 Doel en kader

Naast overheden en bedrijven leveren ook burgers een belangrijke bijdrage aan de ontwikkeling, behoud en bescherming van natuur en biodiversiteit. Betrokken burgers hebben aan de basis gestaan van de natuur- en milieubeweging in Nederland, en het succes van keurmerken zoals FSC (Forest Stewardship Council), MSC (Marine Stewardship Council) en Fair Trade is te danken aan politieke druk en veranderend aankoopgedrag van kritische consumenten. We weten echter nog weinig over de voorwaarden waaronder burgerbetrokkenheid leidt tot substantiële resultaten en systeemverandering.

In het Kennisbasis-project 'Citizens for biodiversity' ('De rol van burgers in het natuurbeheer') onderzoekt Wageningen Research hoe initiatieven of activiteiten van burgers een bijdrage leveren aan veranderingen in het natuurbeleid. In dit onderzoek staan twee casussen centraal (Kennisonline, 2019). De eerste casus onderzoekt burgerbetrokkenheid bij het voorkomen van plastic soep in zeeën en oceanen. Een belangrijke bron van informatie voor deze casus is de landelijke Boskalis Beach Clean-up Tour die sinds 2013 jaarlijks door Stichting De Noordzee wordt georganiseerd. De stichting houdt na afloop van iedere Beach Clean-up Tour een enquête onder de deelnemers, waarin onder andere wordt gevraagd naar motivaties om deel te nemen. Dit is belangrijke informatie voor het onderzoek naar de rol van burgerbetrokkenheid in het natuurbeheer. Stichting De Noordzee heeft de ruwe data van de enquêtes (geanonimiseerd) voor nadere analyse ter beschikking gesteld aan het onderzoeksteam van Wageningen Research. In dit rapport beschrijven we de resultaten van de analyse van de Beach Clean-up deelnemers enquête over de periode 2013-2019. Hierbij ligt de focus op de enquêtevragen die relevant zijn voor het onderzoek naar burgerbetrokkenheid. In 2019 heeft Stichting De Noordzee op verzoek van Wageningen Research extra vragen gericht op het Kennisbasis-project extra vragen opgenomen in de enquête.

1.2 Onderzoeksvragen

Om inzicht te verkrijgen in de bereidheid van burgers om maatschappelijke milieuproblemen aan te pakken willen we vooral een beeld krijgen van waarom mensen meedoen met de Beach Clean-up Tour (motivatie) en hoeveel moeite ze daar voor (willen) doen. Door gebruik te maken van de enquêtes proberen we antwoord te geven op de volgende vragen:

- Wat voor type mensen doen mee met de Beach clean-up?
- Wat is hun motivatie?
 - Is de motivatie afhankelijk van/ beïnvloedt door media?
 - Verandert de motivatie over de jaren?
 - Volgend jaar weer meedoen?
 - Bijdragen aan het op de lange termijn verminderen van de plasticsoep?
 - Met plezier meegedaan?
- Aan welke etappe hebben ze mee gedaan? (Welk deel van het strand/ geografische ligging/ regio)
- Hoeveel moeite is gedaan om hieraan mee te doen?
 - Reisafstand?
 - Vrij genomen van werk?
 - Wijze van transport? (Openbaar vervoer, auto, etc.)

2 Methode

2.1 Overzicht van alle gestelde vragen

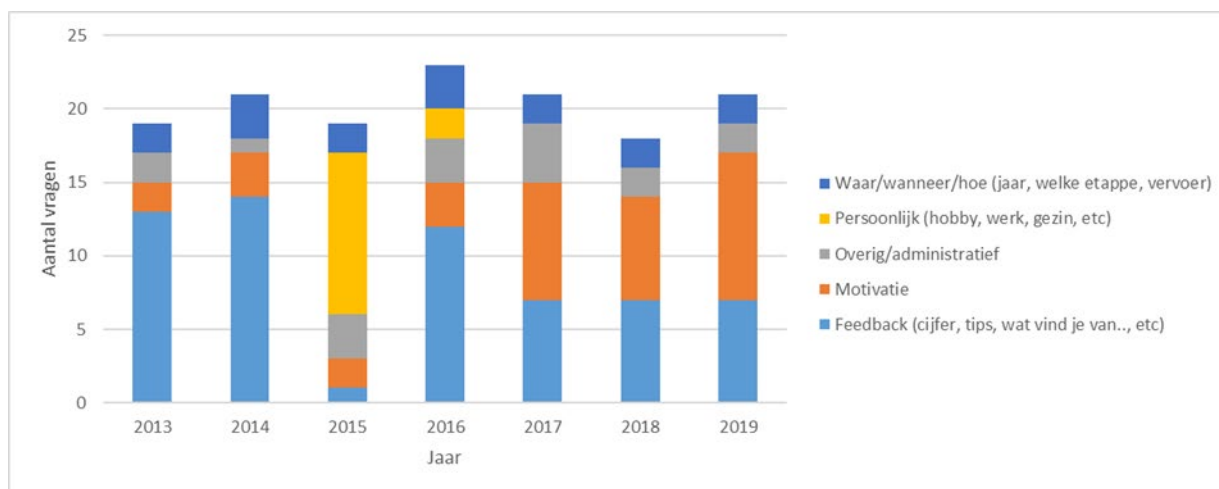
De ingevulde enquêtes van de Beach Clean-up Tour van de jaren 2013 t/m 2019 zijn door Stichting De Noordzee toegestuurd in de vorm van losse Excel-bestanden per jaar. Aangezien de enquête jaarlijks verschilt in zowel aantal als type vragen, is eerst een overzicht gemaakt van alle vragen die zijn gesteld (Bijlage 1 Enquêtevragen). Om vergelijking mogelijk te maken zijn de oorspronkelijke vragen iets aangepast tot een zoveel mogelijk uniforme vraagstelling. Aanpassingen zijn als volgt (indien relevant):

- Nummer van de vraag is verwijderd
- Jaartal is verwijderd
- Specificaties, die niet relevant zijn voor het onderzoek, zijn verwijderd zodat een generieke vraag ontstaat. Bijvoorbeeld de vraag "Wat vond je van de beschikbare materialen voor deelnemers?" is samengesteld uit de volgende originele enquêtevragen:
 - 11. Wat vond je van de beschikbare materialen voor deelnemers? (Mueslireep)
 - 10. Wat vond je van de beschikbare materialen voor deelnemers? (KRNWTR-bidons)
 - 9. Wat vond je van de beschikbare materialen voor deelnemers? (Ansichtkaarten)
 - 8. Wat vond je van de beschikbare materialen voor deelnemers? (Campagnekrant)Zo is het bijvoorbeeld ook mogelijk dat dezelfde vraag meerdere keren voorkomt in een jaar.
- Overige (kleine) tekstuele aanpassingen.

2.2 Selectie relevante vragen

Aangezien niet alle 64 vragen relevant zijn voor het onderzoek naar de rol van burgerbetrokkenheid in het natuurbeheer, is een selectie gemaakt. Daarvoor zijn de vragen eerst ingedeeld in 5 categorieën (Figuur 1):

- Motivatie
- Feedback (cijfer, tips, wat vind je van..., etc.)
- Overig/administratief
- Persoonlijk (hobby, werk, gezin, etc.)
- Waar/wanneer/hoe (welke etappe, jaar, vervoer)



Figuur 1 Aantal vragen per categorie in de jaarlijkse enquête

Per onderzoeksvraag is gekeken welke categorie enquêtevragen daar informatie over zou kunnen geven (Tabel 1). De potentieel interessante categorieën zijn motivatie, persoonlijk en waar/wanneer/hoe. De categorie 'overig/administratief' is niet relevant (dit gaat om vragen als naam, emailadres, wil je informatie ontvangen?, etc.). Ook de feedback categorie is niet relevant aangezien hier alle vragen zijn ondergebracht die gericht zijn op de organisatie (vragen als, hoe waren de snacks, wat vond je van de lengte van een etappe, de starttijd, etc.).

Tabel 1 Overzicht van de onderzoeksvragen waarbij is aangegeven welke categorie van de enquêtevragen daar mogelijk informatie over zou kunnen geven

Onderzoeksvraag	Categorie enquêtevraag
Wat voor type mensen doen mee met de Beach clean-up?	Persoonlijk
Waarom doen ze mee?	
Wat is hun motivatie?	Motivatie
Is de motivatie afhankelijk van / beïnvloedt door media?	Motivatie
Verandert de motivatie over de jaren?	Motivatie
Volgend jaar weer meedoen?	Motivatie
Bijdragen aan het op de lange termijn verminderen van de plasticsoep?	Motivatie
Aan welke etappe hebben ze mee gedaan? (Welk deel van het strand/ geografische ligging/ regio)	Waar/wanneer/hoe
Hoeveel moeite is gedaan om hieraan mee te doen?	
Reisafstand?	Waar/wanneer/hoe
Vrij genomen van werk?	Motivatie
Wijze van transport? (Openbaar vervoer, georganiseerde reis, etc.)	Waar/wanneer/hoe
Wat krijgen ze ervoor terug/denken ze ermee te bereiken?	
Met plezier meegedaan?	Motivatie
Volgend jaar weer meedoen?	Motivatie
Bijdragen aan het op de lange termijn verminderen van de plasticsoep?	Motivatie

Voor de uiteindelijke selectie van vragen is gebruik gemaakt van de categorieën, maar is ook nog gekeken naar de individuele vragen. In totaal zijn er 27 vragen meegenomen in de analyse (Tabel 2) en zijn er 29 van de 64 vragen als niet relevant beoordeeld (Bijlage 1 Enquêtevragen). De overige 8 vragen zijn mogelijk interessant en kunnen eventueel in een later stadium worden meegenomen.

In 2019 zijn er voor het onderzoek naar burgerbetrokkenheid extra vragen opgenomen (zie 2.4). Een van deze vragen was of de deelnemer toestemming geeft dat de informatie die wordt gegeven ook door anderen dan Stichting De Noordzee mogen worden gebruikt voor analyse en onderzoek. Alle respondenten die daar nee op hebben geantwoord zijn uit de analyse voor het jaar 2019 gehaald. Dit ging om 47 van de in totaal 338 respondenten.

Voor elk jaar zijn van de enquêtes de relevante vragen geselecteerd en in een Excel sheet gekopieerd, met daarbij vermelding van het jaar en een uniek ID (jaar_volgnummer) om de originele volgorde van de respondenten te kunnen blijven behouden. Elke rij staat voor een respondent in een bepaald jaar en in kolommen staan de vragen.

Tabel 2 Overzicht van de enquêtevragen over de Beach clean-up tour 2013 t/m 2019 die zijn meegenomen in de analyse, ingedeeld per categorie. Om vergelijking mogelijk te maken zijn de oorspronkelijke vragen iets aangepast tot een uniforme opzet.

Enquêtevragen per categorie		2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
M	Motivatie							
M1	Bent u thuis of in uw vrije tijd ook betrokken bij andere op het milieu gericht initiatieven?							1

Enquêtevragen per categorie		2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
M2	Denkt u dat uw meehelpen aan de Beach Clean-up Tour bijdraagt aan het op de lange termijn verminderen van de plasticsoep?							1
M3	Heb je een dag vrij genomen om deel te nemen aan dit evenement?					1	1	1
M4	Heeft het weer invloed op jouw deelname? Zou je ook het strand willen schoonmaken bij slecht(er) weer?					1		
M5	Hoe groot is de kans dat je Boskalis Beach Clean-up Tour aanbeveelt bij vrienden, familie en/of collega's?			1				
M6	Wat is jouw belangrijkste motivatie geweest om met een etappe mee te helpen?	1	1	1	1	1	1	1
M7	Wil je volgend jaar weer meedoen?					1	1	1
M8	Zou je de Beach Clean-up Tour aanraden aan anderen?					1	1	1
M9	Zou je ook meedoen als we de Beach Clean-up Tour in een ander seizoen zouden organiseren?					1	1	1
P	Persoonlijk (hobby, werk, gezin, etc.)							
P1	Hoe vaak bezoek je gemiddeld het Nederlandse strand aan de Noordzee?			1				
P2	In welke categorie valt jouw hobby? (Meerdere antwoorden mogelijk)			1				
P3	In welke sector ben je werkzaam? (Meerdere antwoorden mogelijk)			1				
P4	Lees je een krant? Zo ja welke: (Meerdere antwoorden mogelijk)			1				
P5	Van welke (social) media maak je gebruik? (Meerdere antwoorden mogelijk)			1				
P6	Wat is je geboortedatum?			1				
P7	Wat is je geslacht?			1				
P8	Wat is je gezinssituatie? (Meerdere antwoorden mogelijk)			1				
P9	Wat is je leeftijd?				1			
P10	Wat is je woonplaats?			1	1			
P11	Wat voor opleiding(en) heb je gevolgd? (Meerdere antwoorden mogelijk)			1				
P12	Welk(e) strand(en) en strandpaviljoen(s) bezoek je het meeste?			1				
W	Waar/wanneer/hoe (jaar, welke etappe, vervoer)							
W1	Heb je de hele etappe of een gedeelte meegelopen?	1	1		1			
W2	Hoeveel etappes heb je in totaal meegelopen?			1				
W3	In welk jaar heb je meegedaan aan de Beach Clean-up Tour? (Meerdere antwoorden mogelijk)			1				
W4	Met welk vervoersmiddel ben je naar de etappe gekomen?		1		1			
W5	Was je tijdens jouw etappe van de Beach Clean-up:					1	1	1
W6	Welke etappe(s) heb je gelopen?	1	1		1	1	1	1
	Totaal	3	4	15	6	8	7	9

2.3 Harmoniseren van antwoorden

Voor de selectie van vragen is vervolgens is getracht zoveel mogelijk uniformiteit te verkrijgen in de antwoorden op een vraag. Per categorie is hieronder aangegeven welke aanpassingen zijn gedaan.

2.3.1 Persoonlijk

Voor de categorie persoonlijk zijn 12 vragen geselecteerd (*Tabel 3*), waarvan bijna alle vragen in 2015 zijn gesteld. Eventuele aanpassingen aan de antwoorden staan onder de tabel aangegeven.

Tabel 3 Overzicht van de geselecteerde enquêtevragen over de Beach clean-up tour 2013 t/m 2019 in de categorie persoonlijk.

Enquêtevragen		2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
P1	Hoe vaak bezoek je gemiddeld het Nederlandse strand aan de Noordzee?			1				
P2	In welke categorie valt jouw hobby? (Meerdere antwoorden mogelijk)			1				
P3	In welke sector ben je werkzaam? (Meerdere antwoorden mogelijk)			1				
P4	Lees je een krant? Zo ja welke: (Meerdere antwoorden mogelijk)			1				
P5	Van welke (social) media maak je gebruik? (Meerdere antwoorden mogelijk)			1				
P6	Wat is je geboortedatum?			1				
P7	Wat is je geslacht?			1				
P8	Wat is je gezinssituatie? (Meerdere antwoorden mogelijk)			1				
P9	Wat is je leeftijd?				1			
P10	Wat is je woonplaats?			1	1			
P11	Wat voor opleiding(en) heb je gevolgd? (Meerdere antwoorden mogelijk)			1				
P12	Welk(e) strand(en) en strandpaviljoen(s) bezoek je het meeste?			1				

P1. Hoe vaak bezoek je gemiddeld het Nederlandse strand aan de Noordzee?

De antwoorden zijn vrij gestructureerd en er is geen aanpassing nodig.

P2. In welke categorie valt jouw hobby? (Meerdere antwoorden mogelijk)

Alle antwoorden waarbij meerdere hobby categorieën zijn aangegeven zijn opgesplitst in meerdere kolommen zodat er maar één categorie per kolom staat aangegeven. Het maximum aan genoemde hobby categorieën per respondent is 10. Deze staan genoemd in de kolommen 'Hobby_1' t/m 'Hobby_10'.

P3. In welke sector ben je werkzaam? (Meerdere antwoorden mogelijk)

Alle antwoorden waarbij meerdere sectoren zijn aangegeven zijn opgesplitst in meerdere kolommen zodat er maar één sector per kolom staat aangegeven. Het maximum aan genoemde sectoren per respondent is 3. Deze staan genoemd in de kolommen 'Werk_1' t/m 'Werk_3'. De genoemde sectoren zijn in sommige gevallen iets aangepast om zoveel mogelijk uniformiteit te verkrijgen.

P4. Lees je een krant? Zo ja welke: (Meerdere antwoorden mogelijk)

Antwoorden zijn aangepast in 'ja' en 'nee', zonder vermelding van welke krant. Er worden er namelijk veel genoemd en de bijdrage daarvan aan dit onderzoek is minimaal.

P5. Van welke (social) media maak je gebruik? (Meerdere antwoorden mogelijk)

Meerdere antwoorden (Mail, Facebook, LinkedIn, Instagram, etc.) zijn opgesplitst in afzonderlijke kolommen. Het maximum aan genoemde media per respondent is 6. Deze staan genoemd in de kolommen 'Media_1' t/m 'Media_6'.

P6. Wat is je geboortedatum?

Deze vraag kan gebruikt worden om de leeftijd van de deelnemers te achterhalen. De leeftijd wordt in een extra kolom gezet ("P6. Leeftijd"). Op basis daarvan wordt de leeftijd ingedeeld in categorieën, om aan te sluiten bij het antwoord op de vraag 'Wat is je leeftijd?' (Zie P9 hieronder). In een extra kolom gezet 'P6. Leeftijd categorie'.

P7. Wat is je geslacht?

Geen aanpassing nodig.

P8. Wat is je gezinssituatie? (Meerdere antwoorden mogelijk)

Vanwege de combinatie van antwoorden is deze vraag opgesplitst in 2 afzonderlijke vragen: 1) Partner of alleenstaand? Antwoord: 'Partner' 'Alleenstaand' of 'Onbekend'. De 2^{de} vraag is zijn er kinderen? Antwoord: 'Geen', 'Kinderen, jonger dan 12 jaar', 'Kinderen, jonger en ouder dan 12 jaar', 'Kinderen, ouder dan 12 jaar' en 'Onbekend'.

P9. Wat is je leeftijd?

Antwoord in categorieën van telkens 10 jaar. Geen aanpassing nodig.

P10. Wat is je woonplaats?

De woonplaatsen geven weinig informatie omdat het te divers is en geen direct inzicht geeft in de ligging ten opzichte van de kust. Alle plaatsen afzonderlijk plotten en afstanden tot de kust berekenen is veel werk. Daarom zijn eerst de plaatsen ingedeeld per provincie, om daarmee inzichtelijk te krijgen of mensen in dezelfde regio (provincie) blijven voor deelname of dat er ook provincie overschrijdende deelnames zijn. Een extra kolom is toegevoegd om de provincie aan te geven ('P11 Provincie').

P11. Wat voor opleiding(en) heb je gevolgd? (Meerdere antwoorden mogelijk)

De antwoorden zijn bijna gelijk aan P3 (in welke sector ben je werkzaam). Deze vraag wordt daarom in dit stadium verder niet meegenomen.

P12. Welk(e) strand(en) en strandpaviljoen(s) bezoek je het meeste?

De antwoorden op deze vraag zijn heel divers en hebben veel combinaties. Het is tijdrovend om hier structuur in aan te brengen en de meerwaarde is niet heel groot. Deze vraag wordt daarom in dit stadium verder niet meegenomen.

2.3.2 Motivatie

Voor de categorie motivatie zijn 9 vragen geselecteerd (*Tabel 4*), waarvan er 5 meerdere jaren zijn gesteld. Eventuele aanpassingen aan de antwoorden staan onder de tabel aangegeven.

Tabel 4 Overzicht van de geselecteerde enquêtevragen over de Beach clean-up tour 2013 t/m 2019 in de categorie motivatie.

Enquêtevragen		2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
M1	Bent u thuis of in uw vrije tijd ook betrokken bij andere op het milieu gericht initiatieven?							1
M2	Denkt u dat uw meehelpen aan de Beach Clean-up Tour bijdraagt aan het op de lange termijn verminderen van de plasticsoep?							1
M3	Heb je een dag vrij genomen om deel te nemen aan dit evenement?					1	1	1
M4	Heeft het weer invloed op jouw deelname? Zou je ook het strand willen schoonmaken bij slecht(er) weer?					1		
M5	Hoe groot is de kans dat je Boskalis Beach Clean-up Tour aanbeveelt bij vrienden, familie en/of collega's?			1				

Enquêtevragen		2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
M6	Wat is jouw belangrijkste motivatie geweest om met een etappe mee te helpen?	1	1	1	1	1	1	1
M7	Wil je volgend jaar weer meedoen?					1	1	1
M8	Zou je de Beach Clean-up Tour aanraden aan anderen?					1	1	1
M9	Zou je ook meedoen als we de Beach Clean-up Tour in een ander seizoen zouden organiseren?					1	1	1

M1. Bent u thuis of in uw vrije tijd ook betrokken bij andere op het milieu gericht initiatieven?

Alle antwoorden ingedeeld in ja en nee (en blanco). Alle toelichting, met name waarbij men is betrokken, is per initiatief in aparte kolommen gezet. Het maximum aan genoemde initiatieven per respondent is 7. Deze staan genoemd in de kolommen 'Milieu vrije tijd_1' t/m 'Milieu vrije tijd_7'.

M2. Denkt u dat uw meehelpen aan de Beach Clean-up Tour bijdraagt aan het op de lange termijn verminderen van de plasticsoep?

Alle antwoorden ingedeeld in ja, weet niet en nee (en blanco). Met toelichting in (meerdere) kolom(men) erbij gezet, getiteld 'Clean up draagt bij_1' t/m 'Clean up draagt bij_4'.

M3. Heb je een dag vrij genomen om deel te nemen aan dit evenement?

Alleen antwoorden 'ja' en 'nee'. Geen aanpassing nodig.

M4. Heeft het weer invloed op jouw deelname? Zou je ook het strand willen schoonmaken bij slecht(er) weer?

Alleen antwoorden 'ja' en 'nee'. Geen aanpassing nodig.

M5. Hoe groot is de kans dat je Boskalis Beach Clean-up Tour aanbeveelt bij vrienden, familie en/of collega's?

Antwoorden zijn gegeven in de vorm van een score van 0 tot 10. Geen aanpassing nodig.

M6. Wat is jouw belangrijkste motivatie geweest om met een etappe mee te helpen?

De respondenten is gevraagd naar de motivatie om mee te doen aan de Beach Clean-up waarbij keuze kon worden gemaakt uit een aantal standaardantwoorden (die per jaar verschillend zijn) maar waarbij ook een vrij antwoord mogelijk was. Hierdoor zijn het aantal verschillende antwoorden groot. Om analyse mogelijk te maken zijn de motivaties onderverdeeld in categorieën, waarbij ook onderscheid gemaakt kan worden tussen motivatie vooral gericht op bijdragen aan natuur en milieu en motivatie vooral gericht op menselijke aspecten (Tabel 5). In Bijlage 1 en Bijlage 3 staan alle motivaties ingedeeld per categorie. Aangezien er meerdere motivaties per respondent mogelijk waren zijn eerst alle opgegeven motivaties (indien relevant) opgesplitst in afzonderlijke motivaties en in extra kolommen gezet. Het maximum aan genoemde motivaties per respondent is 8. Deze staan genoemd in de kolommen 'Motivatie_1' t/m 'Motivatie_8'.

Tabel 5 Motivatie categorieën

Categorie	Natuur en milieu	Mens
Bewustwording	X	
Combinatie natuur/milieu en sportief/gezond/gezellig	X	X
Educatief		X
Goed doen (natuur, milieu, samenleving, St. de NZ)	X	
Netwerken		X
Opruimen, schoon strand, actie ondernemen	X	
Overig		X
Plastic soep	X	

Categorie	Natuur en milieu	Mens
Sportief, gezond en gezellig		X
Werk		X

M7. Wil je volgend jaar weer meedoen?

Alle antwoorden zijn "ja", "nee", of "weet niet". Geen aanpassing nodig.

M8 Zou je de Beach Clean-up Tour aanraden aan anderen?

Alle antwoorden zijn "ja", "nee", of "weet niet". Geen aanpassing nodig.

M9. Zou je ook meedoen als we de Beach Clean-up Tour in een ander seizoen zouden organiseren?

Op deze vraag was een vrij antwoord mogelijk en zijn het aantal verschillende antwoorden groot. Om analyse mogelijk te maken zijn de antwoorden onderverdeeld in categorieën: Nee (alleen zomer of niet meer mee willen doen); Ja, altijd (zonder restricties); Ja, behalve winter/slecht weer (uitgezonderd winter, vrieskou en/of slecht weer); Ja, mits in schoolvakantie/weekend; Ja, mits in schoolvakantie/weekend en goed weer; Misschien (andere redenties). Andere redenties dan seizoen/weersafhankelijk en vakantie/weekend zijn rekening houden met broedseizoen; de impact van zichtbaarheid bij strandgasten; en invloed van wind/storm op onderstuiven van afval.

Tabel 6 Indelen van antwoorden op vraag M9 (Zou je ook meedoen als we de Beach Clean-up Tour in een ander seizoen zouden organiseren?) in categorieën.

Antwoorden op vraag M9	Categorie
Alle seizoenen mits het niet vriest :)	Ja, behalve winter/slecht weer
Alleen in de schoolvakanties zuid	Ja, mits in schoolvakantie/weekend
Als het bijvoorbeeld in vakantie of op zondag valt.	Ja, mits in schoolvakantie/weekend
Als het boven de 12 graden is en in een schoolvakantie valt.	Ja, mits in schoolvakantie/weekend en goed weer
Behalve winter	Ja, behalve winter/slecht weer
Bij voorkeur niet in de zomer. Te warm. Maar ik realiseer me wel dat je dan minder aandacht krijgt.	Ja
Eind lente of begin herfst kan; maar zomer waarschijnlijk beste weergarantie	Ja, behalve winter/slecht weer
Het liefst met goed weer en niet te koud	Ja, behalve winter/slecht weer
Ik deed dit met jonge kleinkinderen (basisschool) en e.e.a. hangt dus af van schoolvakanties en redelijk weer.	Ja, mits in schoolvakantie/weekend
Ik denk alleen in de winter niet	Ja, behalve winter/slecht weer
Ik moet minimaal 100km rijden naar het strand. Als het slecht weer is; sneeuwt en/of veel file staat; is het voor mij geen optie. Dus zomervakantie is meest geschikt; maar niet per se.	Ja, behalve winter/slecht weer
Ik weet het niet.	Weet het niet
Ik weet sowieso niet of ik nogmaals mee zou doen	Weet het niet
Impact van zichtbaarheid is bij strandgasten nu wel groot	Misschien
In lente en herfst	Ja, behalve winter/slecht weer
Ja	Ja
Ja in alle seizoenen; maar in de winter moeten de etappes wel korter zijn. De gelopen etappe was een goede afstand; langer was niet prettig geweest	Ja
Ja; in alle seizoenen	Ja
Ja; in de herfst	Ja, behalve winter/slecht weer
Ja; in de lente	Ja, behalve winter/slecht weer
Ja; in de lente en de herfst	Ja, behalve winter/slecht weer
Ja; niet zozeer seizoensafhankelijk; meer agenda-gerelateerd (een beetje weersverwachting ook; het moet wel te doen zijn)	Ja, behalve winter/slecht weer
Lente & herfst. Maar een mooie dag maakt het wel leuker	Ja, behalve winter/slecht weer
Lente en herfst	Ja, behalve winter/slecht weer

Antwoorden op vraag M9	Categorie
Lente en zomer	Ja, behalve winter/slecht weer
Lente of herfst	Ja, behalve winter/slecht weer
Lente zomer en herfst	Ja, behalve winter/slecht weer
Lente; zomer herfst; en zachte dagen in de winter	Ja, behalve winter/slecht weer
Lente; zomer of herfst; maakt niet uit	Ja, behalve winter/slecht weer
Ligt eraan of het in een vakantie is	Ja, mits in schoolvakantie/weekend
Maakt mij niet uit	Ja
Maakt niet uit voor mij	Ja
Misschien	Misschien
Na 2 jaren deelname stoppen wij nu.	Nee
Nee	Nee
Nee; alleen de zomer	Nee
Nu was er m.i. de pech dat het gestormd had en dat we daardoor veel afval gemist hebben; onder gestoven of de zee in!?	Misschien
Ook in herfst en lente	Ja, behalve winter/slecht weer
Rekening houdend met broedseizoenen zou het ook in een ander seizoen kunnen.	Misschien
Voor mij alleen te combineren met schoolvakanties	Ja, mits in schoolvakantie/weekend
Voorjaar en herfst; winter niet zeker	Ja, behalve winter/slecht weer
Weet ik niet	Weet het niet

Om na te gaan of de motivatie 'iets doen aan de plastic soep' toeneemt met de aandacht over plastic soep in het nieuws is gebruik gemaakt van de zoekmachine 'google'. Er is gezocht naar de zoektermen 'plastic soep soup' en de resultaten zijn per jaar gefilterd (2013-2019). Het aantal hits per jaar is gebruikt als representant voor de hoeveelheid aandacht in het nieuws.

2.3.3 Waar/wanneer/hoe

Voor de categorie waar/wanneer/hoe zijn 6 vragen geselecteerd (Tabel 7), waarvan er 4 meerdere jaren zijn gesteld. Eventuele aanpassingen aan de antwoorden staan onder de tabel aangegeven.

Tabel 7 Overzicht van de geselecteerde enquêtevragen over de Beach clean-up tour 2013 t/m 2019 in de categorie waar/wanneer/hoe.

Enquêtevragen		2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
W1	Heb je de hele etappe of een gedeelte meegelopen?	1	1		1			
W2	Hoeveel etappes heb je in totaal meegelopen?			1				
W3	In welk jaar heb je meegedaan aan de Beach Clean-up Tour? (Meerdere antwoorden mogelijk)			1				
W4	Met welk vervoersmiddel ben je naar de etappe gekomen?		1		1			
W5	Was je tijdens jouw etappe van de Beach Clean-up:					1	1	1
W6	Welke etappe(s) heb je gelopen?	1	1		1	1	1	1

Per afzonderlijke vraag worden de aanpassingen genoemd:

W1 Heb je de hele etappe of een gedeelte meegelopen?

Er zijn verschillende antwoorden mogelijk. Deze antwoorden zijn iets aangepast om tot 2 verschillende antwoorden te komen:

Originele antwoord	Aangepaste antwoord
De hele etappe	Hele etappe
Deel van een etappe	Deel van een etappe
Gedeelte	Deel van een etappe
Hele etappe	Hele etappe
Ongeveer 1 - 2 uur meegelopen	Deel van een etappe
Ongeveer 2 - 3 uur meegelopen	Deel van een etappe
Ongeveer 3 - 4 uur meegelopen	Deel van een etappe

W2. Hoeveel etappes heb je in totaal meegelopen?

Antwoord varieert van 1 t/m 5 en meer dan 5. Geen aanpassingen nodig.

W3. In welk jaar heb je meegedaan aan de Beach Clean-up Tour? (Meerdere antwoorden mogelijk)

Deze vraag is relevant aangezien het aangeeft of iemand 1 of meerdere keren heeft meegedaan. Dit geeft inzicht in de motivatie aangezien meerdere keren meedoen een grotere motivatie aangeeft. Deze vraag wordt daarom aangepast tot: "hoeveel keer meegedaan?". De vraag is alleen in 2015 gesteld en het antwoord varieert daarom van 1 tot maximaal 3.

W4. Met welk vervoersmiddel ben je naar de etappe gekomen?

Geen aanpassing nodig.

W5. Was je tijdens jouw etappe van de Beach Clean-up:

Er zijn veel verschillende antwoorden gegeven, waarvoor harmonisatie nodig is. De volgende categorieën zijn gehanteerd (in de volgorde van weinig moeite tot veel moeite): in de buurt; gecombineerd (met vakantie, werk of familiebezoek); speciaal naar toe gereisd. Soms zijn er dubbele antwoorden gegeven, die elkaar zelfs kunnen tegenspreken. Er is dan een keuze gemaakt tussen de categorieën en geen extra kolommen toegevoegd om meerdere antwoorden mee te kunnen nemen.

De indeling is als volgt:

Originele antwoord	Aangepaste antwoord
Bij familie op Texel langs	Gecombineerd
Bij m'n moeder gelogeed	Gecombineerd
Familiebezoek op het eiland	Gecombineerd
Favoriet strand	Gecombineerd
Gecombineerd met familiebezoek	Gecombineerd
Gepensioneerd	Gecombineerd
Ik werk bij Aloha en het was een mooi moment om voordat ik moest werken even mee te helpen	Gecombineerd
In het weekend hadden we de mogelijkheid er een dag voor uit te trekken.	Gecombineerd
Maatschappelijk verlof vanuit het bedrijf	Gecombineerd
Met jouw bedrijf/organisatie mee	Gecombineerd
Op mijn vrije dag	Speciaal naar toe gereisd
Op vakantie?	Gecombineerd
Op vakantie?;Speciaal naar toe gereisd	Speciaal naar toe gereisd
Op vakantie?;Speciaal naartoe gereisd	Speciaal naar toe gereisd
Op vakantie?;Speciaal naartoe gereisd; Met jouw bedrijf/organisatie mee	Speciaal naar toe gereisd
Op vakantie?;Woon je in de buurt	Speciaal naar toe gereisd
Pension	Speciaal naar toe gereisd
Speciaal naar toe gereisd	Speciaal naar toe gereisd
Speciaal naar toe gereisd; Ik ben in Monster geboren	Speciaal naar toe gereisd
Speciaal naar toe gereisd; Met jouw bedrijf/organisatie mee	Speciaal naar toe gereisd
Speciaal naar toe gereisd; vanuit Brabant - 1;40 minuten rijden :-)	Speciaal naar toe gereisd
Speciaal naar toe gereisd; Vanuit Driebergen	Speciaal naar toe gereisd
Speciaal naar toe gereisd; Vlieland gecombineerd met korte vakantie	Speciaal naar toe gereisd
Speciaal naartoe gereisd	Speciaal naar toe gereisd

Originele antwoord	Aangepaste antwoord
Speciaal naartoe gereisd en er een weekend weg van gemaakt.	Speciaal naar toe gereisd
Speciaal naartoe gereisd; bij familie in de buurt verbleven voor/na	Speciaal naar toe gereisd
Speciaal naartoe gereisd; Ik heb 15 dagen vrijgehouden om mee te kunnen doen	Speciaal naar toe gereisd
Speciaal naartoe gereisd; Met jouw bedrijf/organisatie mee	Speciaal naar toe gereisd
Speciaal naartoe gereisd; Moeder-zoon uitje	Speciaal naar toe gereisd
Speciaal naartoe gereisd; Speciale verlofdag is beschikbaar voor dergelijke evenementen :)	Speciaal naar toe gereisd
Vanwege de storm afgemeld.....	Niet gegaan
Verblijf op jaarplaats op het eiland	Gecombineerd
Vrijwillig gepensioneerd	Gecombineerd
Vrijwilligersverlof. Van mijn werkgever ABN-AMRO mag ik 36 uur vrijwilligerswerk doen tijdens werktijd.	Gecombineerd
Vrijwilligerswerk Staatsbosbeheer in mijn vakantie	Gecombineerd
Wij mogen eigen vrijwilligersdagen inplannen vanuit werk	Gecombineerd
Woon in Noord-Holland; en het was weekend	In de buurt
Woon je in de buurt	In de buurt
Woon je in de buurt; en samen met de nieuwe IVN gidsen	In de buurt
Woon je in de buurt; Ik mag van mijn baas 3 dagen per jaar inzetten voor een goed doel.	Gecombineerd
Woon je in de buurt; Met jouw bedrijf/organisatie mee	Gecombineerd
Woon je in de buurt; Speciaal naar toe gereisd	In de buurt
Woon je in de buurt; Speciaal naartoe gereisd	In de buurt
Zaterdag vrij	In de buurt

W6. Welke etappe(s) heb je gelopen?

De vraag over welke etappe is gelopen is elk jaar gesteld, met uitzondering van 2015. Om de reisafstand te kunnen bepalen is het nodig om van de deelnemers zowel de woonplaats als de etappe te weten. De woonplaats is gevraagd in 2015 en 2016 (zie vraag P10). Dat betekent dat de reisafstand maar voor één van de zes clean-up tours bepaald kan worden, namelijk in 2016. Voor dat jaar is de reisafstand geschat door gebruik te maken van de site www.afstand-berekenen.nl, waarbij voor het vertrekpunt de ingevulde woonplaats is ingevoerd en het eindpunt de bijbehorende plaats van eerst genoemde etappe. Voor de plaats per etappe zie Bijlage 2. De vraag of de deelnemer speciaal voor de gelegenheid is gaan reizen of dat de reis is gecombineerd met vakantie, familiebezoek, etc. is niet gesteld in 2016.

De vraag naar de etappes is per jaar heel verschillend beantwoord. Dit is mede omdat de etappes zijn veranderd in de loop der tijd (*Figuur 2* en *Figuur 3*).



Figuur 2 Etappes van de Beach clean-up in de periode 2013-2016. Start vanuit het meest zuidelijke (Cadzand) en finish in het meest noordelijke punt (Schiermonnikoog).



Figuur 4 Etappes van de Beach clean-up in de periode 2017-2019. Start vanuit het meest zuidelijke (Cadzand) en meest noordelijke punt (Schiermonnikoog) met de finish in het midden (Zandvoort).

Gekozen is om de etappes van de eerste jaren aan te houden en de zuid en noord etappes aan te passen aan de etappes 1 t/m 31 (Tabel 8). Meer informatie over de etappes is gegeven in Bijlage 2

Etappes. Indien meerdere etappes zijn gelopen zijn die in meerdere kolommen naast elkaar gezet. Het maximum gelopen etappes is 16 (Kolom 'Etappe_1' t/m 'Etappe_16').

Tabel 8 Zuid en noord etappes (2017-19) omzetten naar Etappes 1 t/m 31 (2013-16).

Zuid en Noord etappes	Etappes 1 t/m 31
N1	Etappe 31
N10	Etappe 19
N11	Etappe 19
N12	Etappe 18
N13	Etappe 17
N14	Etappe 16
N15	Etappe 15
N2	Etappe 31
N3	Etappe 29
N4	Etappe 28
N5	Etappe 26
N6	Etappe 24
N7	Etappe 23
N8	Etappe 21
N9	Etappe 20
Z1	Etappe 1
Z10	Etappe 9
Z11	Etappe 10
Z12	Etappe 11
Z13	Etappe 12
Z14	Etappe 13
Z15	Etappe 14
Z2	Etappe 2
Z3	Etappe 3
Z4	Etappe 4
Z5	Etappe 5
Z6	Etappe 6
Z7	Etappe 6
Z8	Etappe 7
Z9	Etappe 8

2.4 Extra vragen burgerbetrokkenheidsonderzoek

In overleg met Stichting De Noordzee zijn voor het project rond burgerbetrokkenheid in het natuurbeheer in 2019 vier extra vragen aan de deelnemers enquête toegevoegd (Tabel 9).

Tabel 9 Additionele vragen project burgerbetrokkenheid in de Beach Clean-up deelnemersenquête 2019.

Nr.	Additionele vraag
16	Bent u thuis of in uw vrije tijd ook betrokken bij andere op het milieu gericht initiatieven?
17	Hoe beïnvloedt uw deelname aan de Beach Clean-up Tour de manier waarop u in uw dagelijks leven omgaat met zwerfafval?
18	Denkt u dat uw meehelpen aan de Beach Clean-up Tour bijdraagt aan het op de lange termijn verminderen van de plasticsoep?
20	Ik geef toestemming dat de gegevens van deze enquête ook gebruikt mogen worden door andere partijen dan Stichting De Noordzee voor data-analyse en onderzoek.

In totaal gaven 47 van de 338 respondenten geen toestemming voor het gebruik van andere partijen dan Stichting De Noordzee voor analyse en onderzoek (Tabel 9, Nr.20). De antwoorden van deze 47

respondenten zijn in de analyses van zowel de oorspronkelijke enquêtevragen van Stichting De Noordzee als de vragen voor het burgerbetrokkenheidproject niet meegenomen (zie 2.2).

B1 Betrokkenheid bij milieu

Bij vraag 16 kon er ja of nee geantwoord worden, sommige deelnemers geven een uitgebreid antwoord, op basis van dit antwoord is er gekozen om de deelnemer in categorie ja of nee te plaatsen voor de analyse.

Tabel 10 Voorbeelden van aangepaste antwoorden naast het originele antwoord met betrekking tot de betrokkenheid bij het milieu van deelnemers aan de Beach Clean-Up in 2019

Aangepast	Origineel
Ja	1x dit jaar met it fryske gea bij earnewoude opgeruimd.
Ja	Financiële ondersteuning
Ja	Tijdens NL Doet ruimen we als gemeenschap ons dorp op.
Nee	Niet actief
Ja	Zeehondenonderzoek waddenzee
Ja	Ruim altijd troep op op straat
Ja	Doe mijn best thuis bewust te kiezen en leven
Ja	Als ik een mogelijkheid heb pak ik wat op
Ja	Doe zelf veel aan afvalscheiding
Ja	Zeehondenonderzoek waddenzee
Ja	Ruim vrijwillig rommel op tijdens hond uitlaten
Ja	raap 1x per maand afval
Ja	Ga vaak wandelen met een plastic zak voor afval dat ik tegenkom. En ben sponsor van Ocean Cleanup.
Ja	Regelmatig opruim wandelingen in mijn omgeving
Ja	Ik loop elke maandag in Hoek van Holland van de stena line tot de waterkering langs de Nieuwe Waterweg.
Nee	Niet officieel
Ja	Doe vaker spontaan iets voor de natuur
Ja	Plastic verspilling tegen gaan bij horecabedrijf waar ik werkzaam ben
Ja	We proberen zo bewust mogelijk te leven: alleen biologische producten kopen
Ja	Draag mijn steentje bij door geen vlees of vis te eten
Nee	Zou ik graag meer willen doen maar ik weet de weg niet goed.
Ja	Tijdens hond uitlaten ruim ik altijd plastic en andere dingen op
Ja	Privé sorteer ik mijn afval
Ja	meer bij een plantenwerkgroep en ga mee met vogelaars en geven dus zaken door aan waarnemingen.

Aangepast	Origineel
Ja	eigen initiatieven
Nee	Ik zorg dat ik altijd een afval zakje bij me heb. Waar ik dan ook ben

B2 Verandering van omgang met zwerfafval

Bij de vraag met betrekking tot een verandering van de omgang met zwerfafval in het dagelijks leven werden onderstaande opties aangeboden:

- Wanneer mensen plastic op straat afgooien spreek ik hun daarop aan
- Opruimen zwerfafval op straat of in mijn omgeving dat ik vroeger zouden negeren
- Helemaal niet
- Gebruik/koop minder wegwerpplastic
- Ga in gesprek met familie/vrienden over hoe wij kunnen allemaal zwerfafval reduceren/voorkomen
- Beter opletten met het recyclen van mijn eigen plastic/afval

Ook kon er een andere verandering/reden gegeven worden. In de analyse hebben wij deze andere redenen geschaard onder de categorie 'overig'.

Voorbeelden van overige antwoorden zijn:

- als moeder en juf geef ik het goede voorbeeld aan de toekomst.
- Ben al jaren een milieufreak. Eet al v a 17 jr vegetarisch. Ben nu 68. Erg zuinig met materiaal en grondstoffen. Boodschappen doe ik zo veel mogelijk op de fiets.
- Gezamenlijk gevoel aandacht milieu.
- Het is andersom: door hoe ik dagelijks omga met zwerfafval ben ik gaan meedoen.

B3 Bijdrage Clean-Up aan vermindering plastic soep

Bij de vraag naar of deelnemers denken dat hun deelname bijdraagt aan de vermindering van plastic soep hebben we de antwoorden in vier categorieën gesorteerd: ja, nee, weet niet, misschien/hoop van wel.

Tabel 11 Voorbeelden van aangepaste antwoorden naast het originele antwoord met betrekking tot de verwachte bijdrage van deelname aan de Beach Clean-Up (in 2019) aan het verminderen van de plastic soep.

Aangepast	Origineel
Ja	Alles helpt
Misschien/hoop het	Als door deze acties mensen die afval laten slingeren hun gedrag veranderen
Weet niet	Ben bang dat het veel
Ja	Beperkt
Misschien/hoop het	Dat is mijn hoop.
Misschien/hoop het	Dat kan ik alleen maar hopen
Misschien/hoop het	Dat zou mooi zijn
Nee	De afval die we van het strand hebben gehaald is een druppel op een gloeiende plaat
Nee	Het volume van plastic soep is te groot. Er moet een project komen vanuit de overheid en grote bedrijven

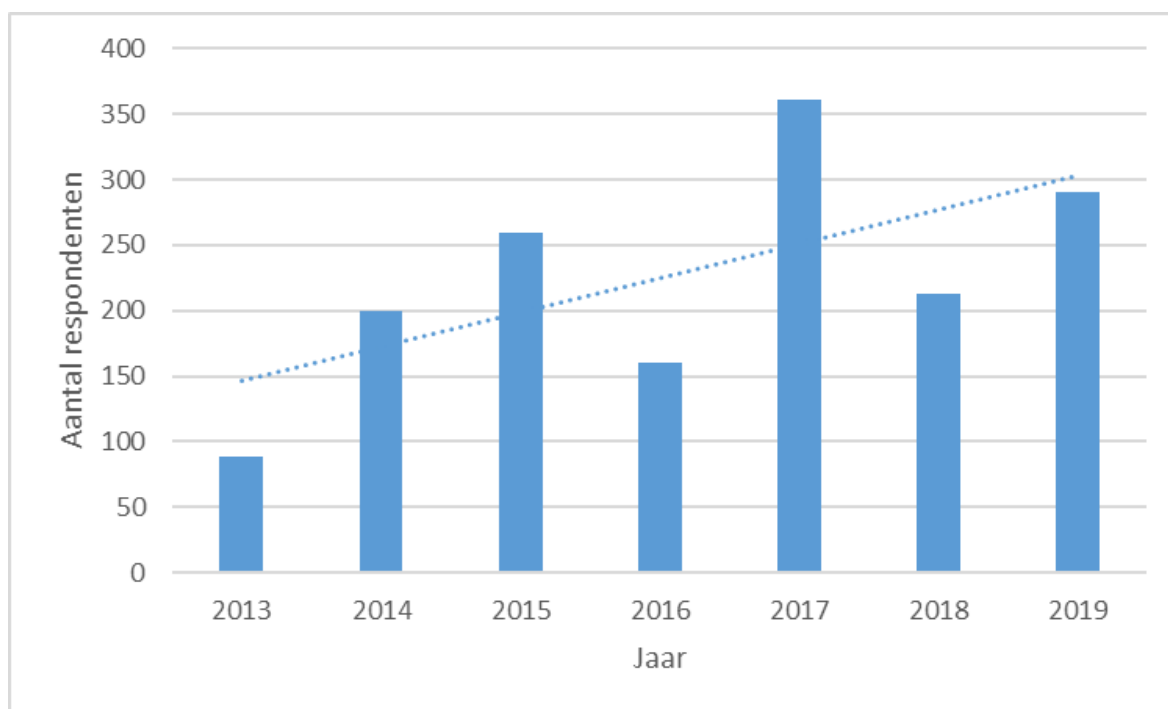
3 Resultaten

3.1 Aantal respondenten

Het aantal respondenten varieert van een minimum van 88 in 2013 tot een maximum van 361 in 2017 en laat een stijgende trend zien (Tabel 10, Figuur 4).

Tabel 10 Aantal respondenten per jaar.

Jaar	Aantal respondenten
2013	88
2014	200
2015	260
2016	160
2017	361
2018	213
2019	338



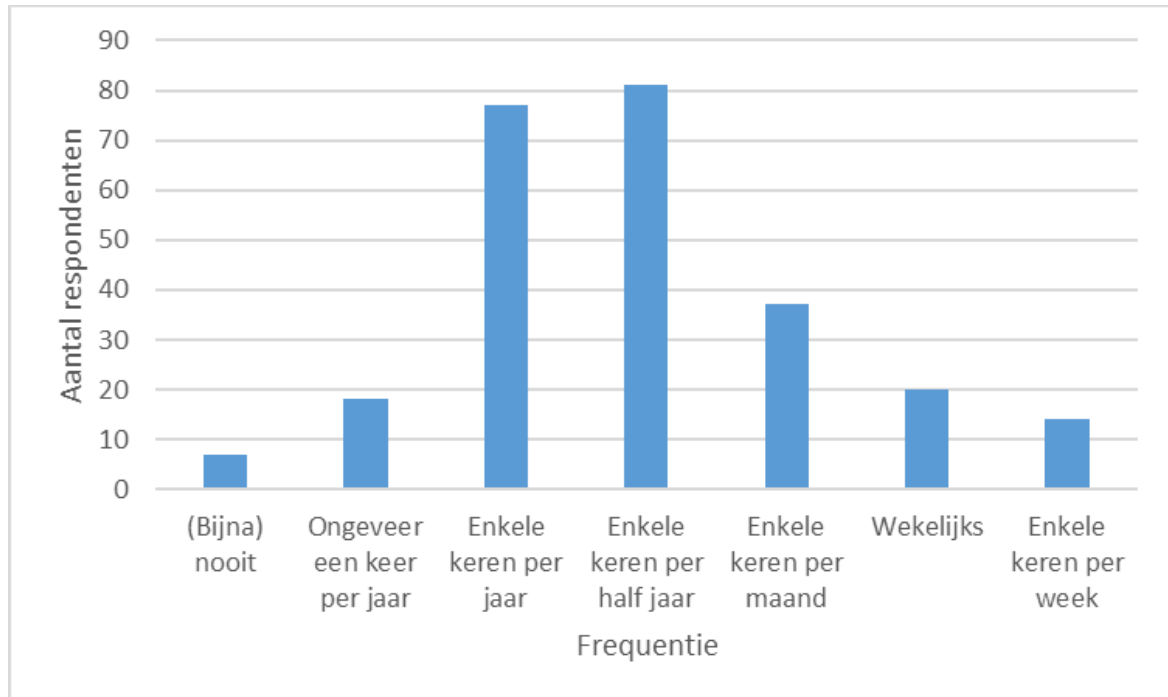
Figuur 5 Aantal respondenten per jaar.

3.2 Persoonlijk

Alle persoonlijke vragen om een indruk te krijgen van wat voor type mensen meedoen met de Beach clean-up zijn gesteld in 2015. Uitzondering hierop is de vraag 'Wat is je leeftijd?' die in 2016 is gesteld en 'Wat is je woonplaats?' die zowel in 2015 als in 2016 is gesteld. De resultaten geven dus geen representatief overzicht van de hele periode, maar slechts een moment opname.

3.2.1 Frequentie strandbezoek

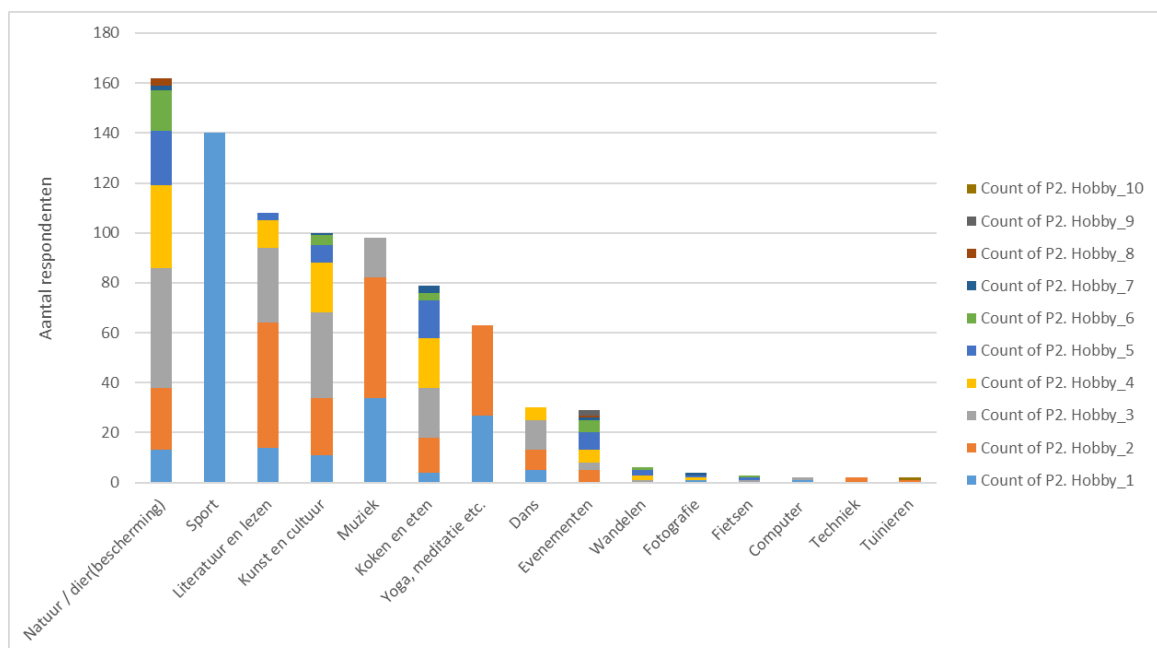
De meeste mensen bezoeken één tot enkele keren per jaar het Nederlandse strand aan de Noordzee (Figuur 5).



Figuur 6 Frequentie van bezoek aan Nederlandse strand aan de Noordzee, zoals aangegeven door deelnemers van de Beach Clean-up 2015.

3.2.2 Hobby's en aandacht voor milieu

Natuur / dier(bescherming) is het meest genoemd als hobby (Figuur 6). Andere populaire hobbycategorieën onder de respondenten zijn sport, literatuur/lezen, kunst/cultuur, muziek, koken/eten en yoga, meditatie, etc. 63% van de respondenten heeft aangegeven thuis of in zijn/haar vrije tijd ook betrokken te zijn bij andere op het milieu gericht initiatieven.



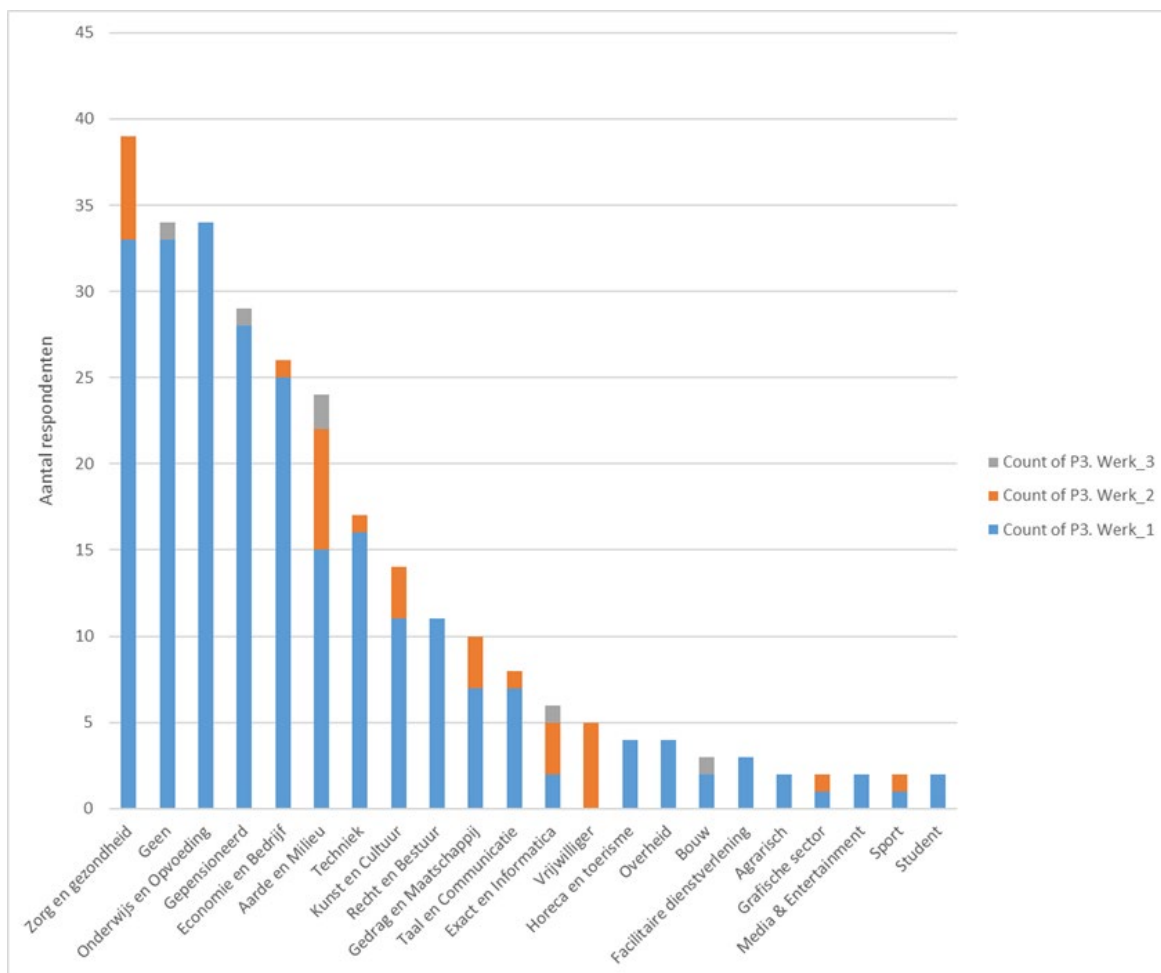
Figuur 7 Hobby's van deelnemers van de Beach Clean-up 2015, ingedeeld in categorieën. Hobby's die maar 1x zijn genoemd en die niet in een categorie vallen zijn hier weggelaten. Er zijn meerdere antwoorden per respondent mogelijk. De kleuren geven de volgorde van antwoorden weer (maximum aantal antwoorden/hobby's was 10).

3.2.3 Werk en opleiding

De top 5 sectoren waarin de deelnemers uit 2015 werkzaam waren zijn (Figuur 7):

1. Zorg en gezondheid;
2. Onderwijs en Opvoeding;
3. Economie en Bedrijf;
4. Aarde en milieu;
5. Techniek.

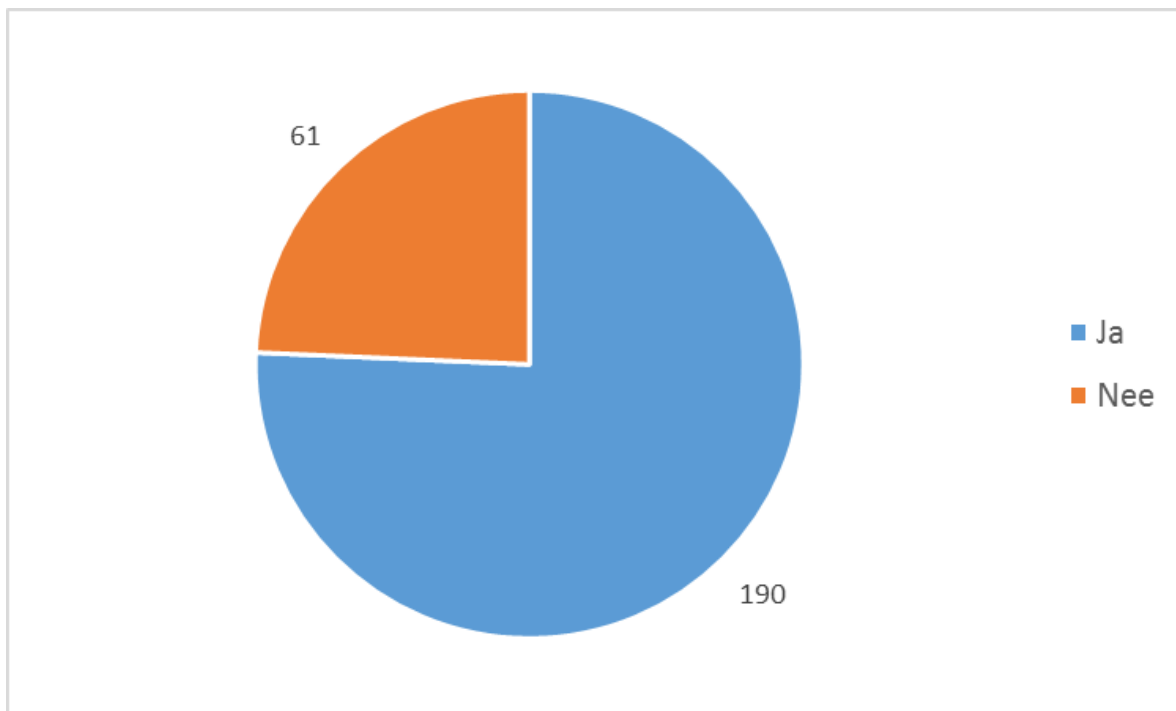
Deze 5 groepen omvatten ca. 48% van de deelnemers. Ongeveer 12% gaf aan niet werkzaam te zijn in een bepaalde sector (sector 'geen' in Figuur 7). Dit kan zijn omdat de respondent werkloos is maar het kan ook zijn dat de respondent geen antwoord wilde geven. Ongeveer 10% van de deelnemers geeft aan gepensioneerd te zijn.



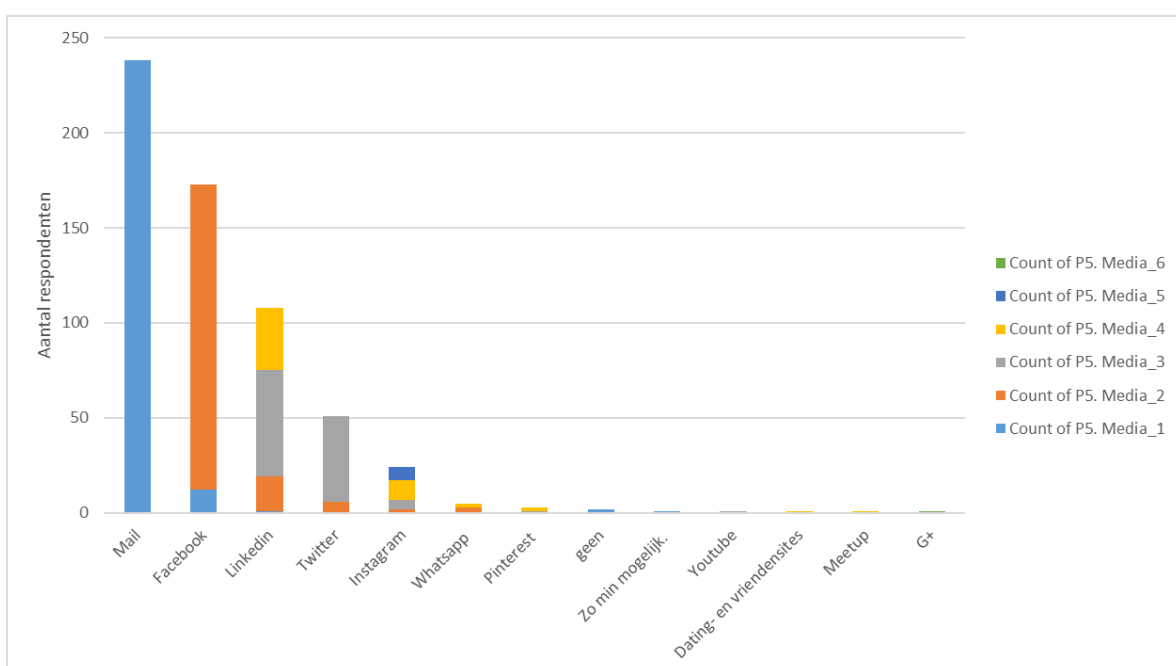
Figuur 8 Sector waarin de deelnemers van de Beach Clean-up 2015 werkzaam zijn, ingedeeld in categorieën. Sectoren die maar 1x zijn genoemd en die niet in een categorie vallen zijn hier weggelaten. Er zijn meerdere antwoorden per respondent mogelijk. De kleuren geven de volgorde van antwoorden weer (maximum aantal antwoorden/sectoren was 3).

3.2.4 Media

Ruim driekwart van de respondenten in 2015 heeft aangegeven een krant te lezen (Figuur 8). Mail, Facebook en LinkedIn zijn in dit jaar de meest gebruikte media onder de deelnemers (Figuur 9).



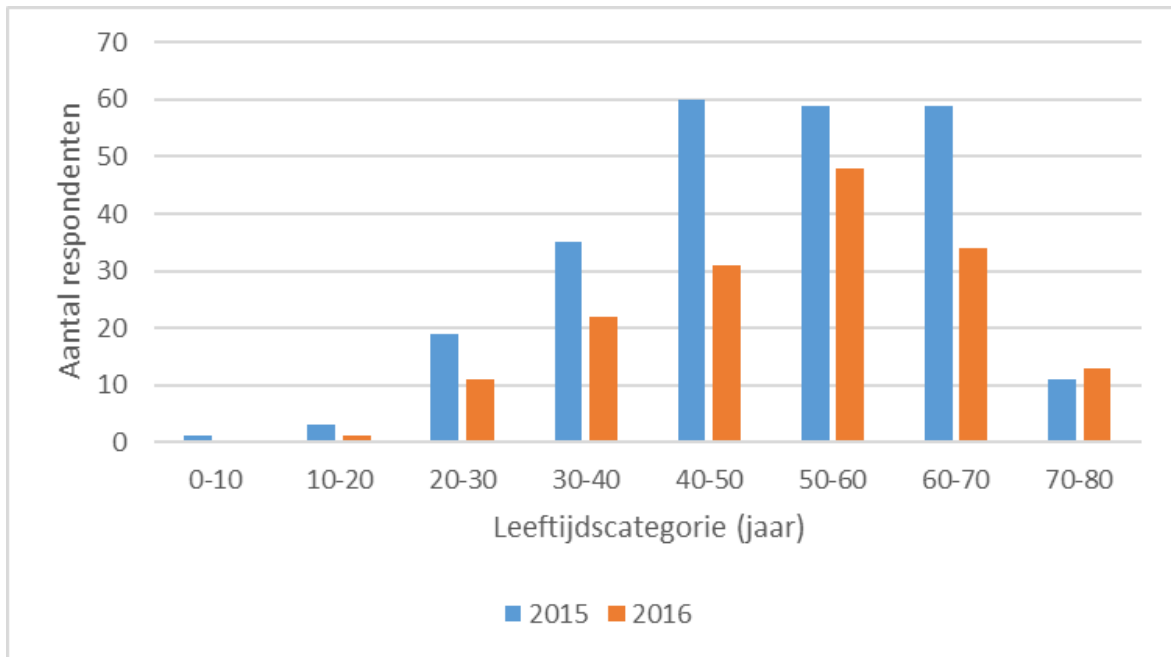
Figuur 9 Deelnemers van de Beach Clean-up 2015 die wel (ja) of geen (nee) krant lezen.



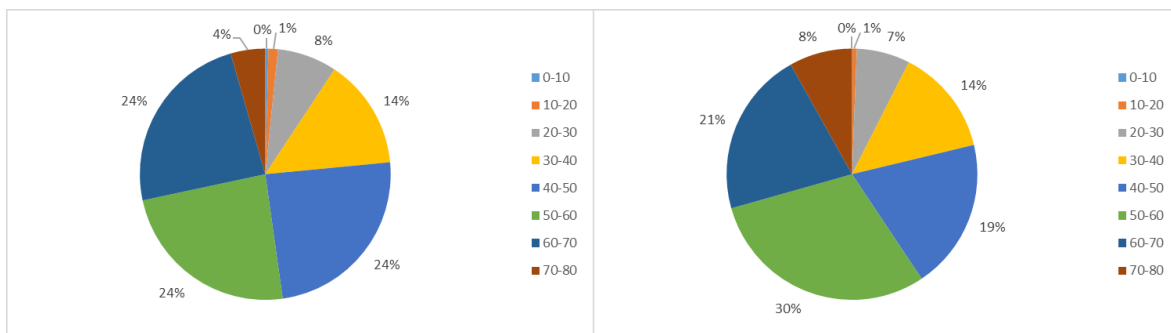
Figuur 10 Gebruik van (social) media onder de deelnemers van de Beach Clean-up 2015. Er zijn meerdere antwoorden per respondent mogelijk. De kleuren geven de volgorde van antwoorden weer (maximum aantal antwoorden/media was 6).

3.2.5 Leeftijd, geslacht, gezinssituatie

In 2015 is naar de geboortedatum van de respondenten gevraagd en in 2016 naar de leeftijdscategorie. De antwoorden van beide jaren geven inzicht in de leeftijd van de deelnemers (Figuur 10 en Figuur 11). De verdeling van de leeftijd is in 2015 en 2016 redelijk gelijk. Meer dan driekwart van de deelnemers zijn ouder dan 40 jaar. Op basis van de antwoorden uit 2015 blijkt de gemiddelde leeftijd van de deelnemers op ongeveer 50 jaar te liggen. Slechts 8 tot 9 % van de deelnemers is jonger dan 30 jaar.

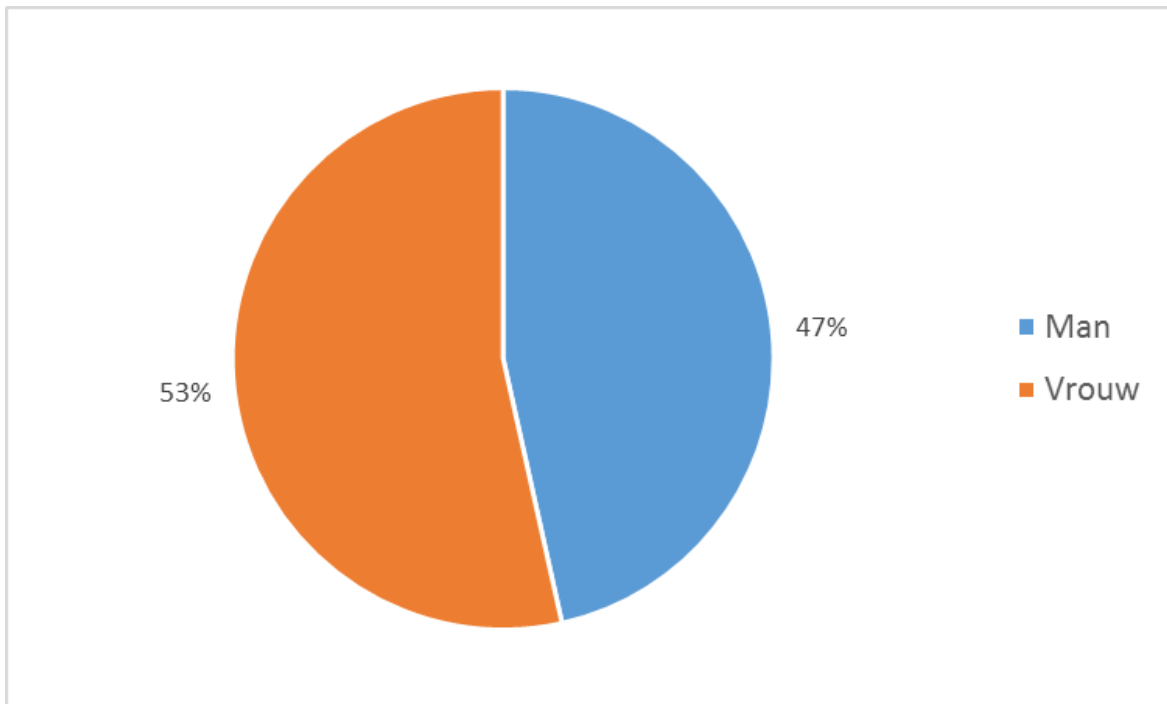


Figuur 11 Leeftijd van de deelnemers van de Beach Clean-up 2015 en 2016 ingedeeld in categorieën van 10 jaar.

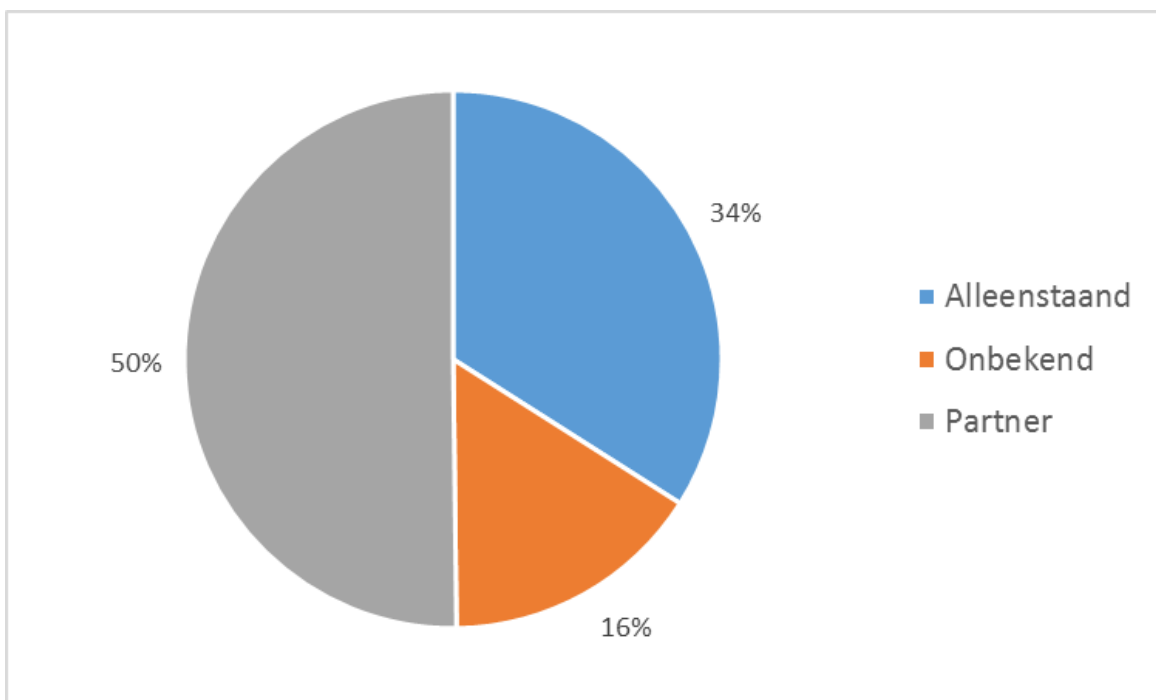


Figuur 12 Verdeling van de leeftijd van de deelnemers van de Beach Clean-up 2015 (links) en 2016 (rechts) ingedeeld in categorieën van 10 jaar.

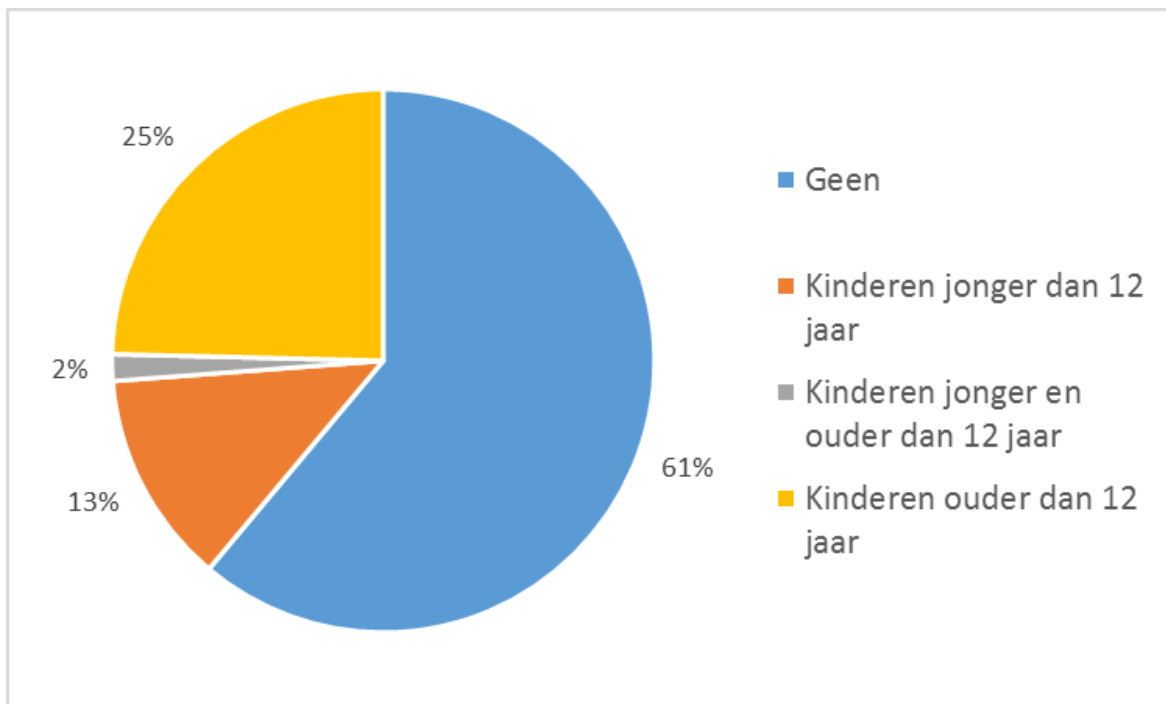
De verdeling tussen mannen en vrouwen is redelijk gelijk (*Figuur 12*). De helft van de deelnemers gaf aan een partner te hebben en ongeveer een derde was single (*Figuur 13*). De meeste deelnemers (61%) hebben geen kinderen (*Figuur 14*). Bij de deelnemers die wel kinderen hebben zijn de kinderen meestal ouder dan 12 jaar.



Figuur 13 Geslacht van de deelnemers van de Beach Clean-up 2015.



Figuur 14 Status van de deelnemers van de Beach Clean-up 2015.



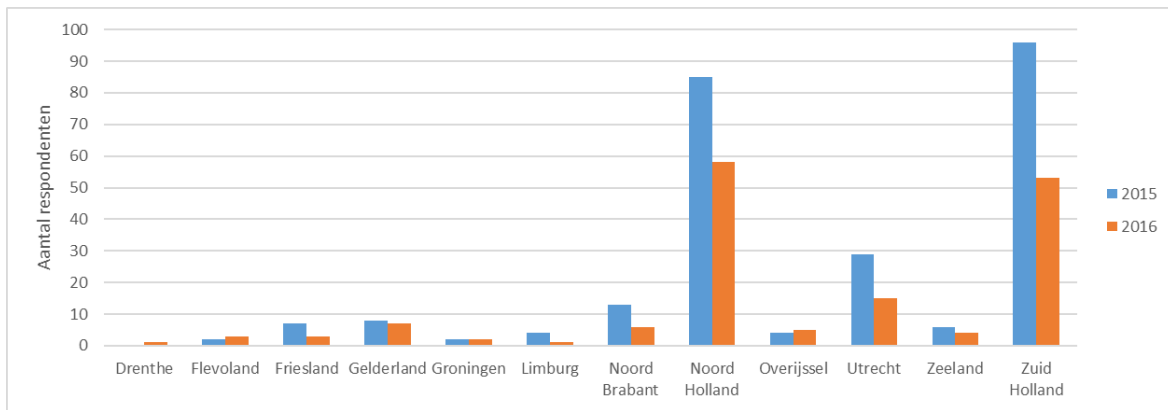
Figuur 15 Gezin van de deelnemers van de Beach Clean-up 2015.

3.2.6 Woonplaats

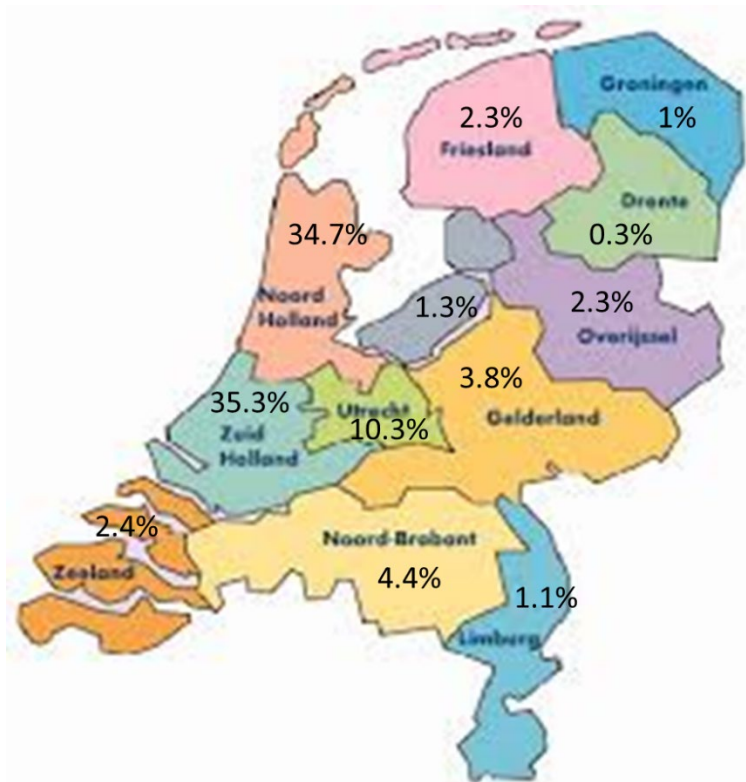
De meeste deelnemers komen uit Noord- en Zuid-Holland (Figuur 15 en Figuur 16). Beide provincies vertegenwoordigen afzonderlijk ruim een derde van het totaal aantal deelnemers (Figuur 17). Dit is te verwachten aangezien deze provincies aan de Noordzeekust liggen. Andere Noordzeekustprovincies (Zeeland, Friesland) scoren echter veel lager. Van de binnenlandse provincies komt een relatief hoog percentage deelnemers uit Utrecht (Figuur 17). Er waren in 2015 twee deelnemers uit het buitenland (1 België en 1 Zweden) en in 2016 1 deelnemers uit het buitenland (België). Deze zijn niet meegenomen in onderstaande figuren.



Figuur 16 Woonplaats van de deelnemers van de Beach Clean-up 2016.



Figuur 17 Woonplaats van de deelnemers van de Beach Clean-up 2015 en 2016, ingedeeld per provincie.



Figuur 18 Herkomst van de deelnemers van de Beach Clean-up in percentage per provincie, gemiddelde van 2015 en 2016.

3.3 Waar/wanneer/hoe

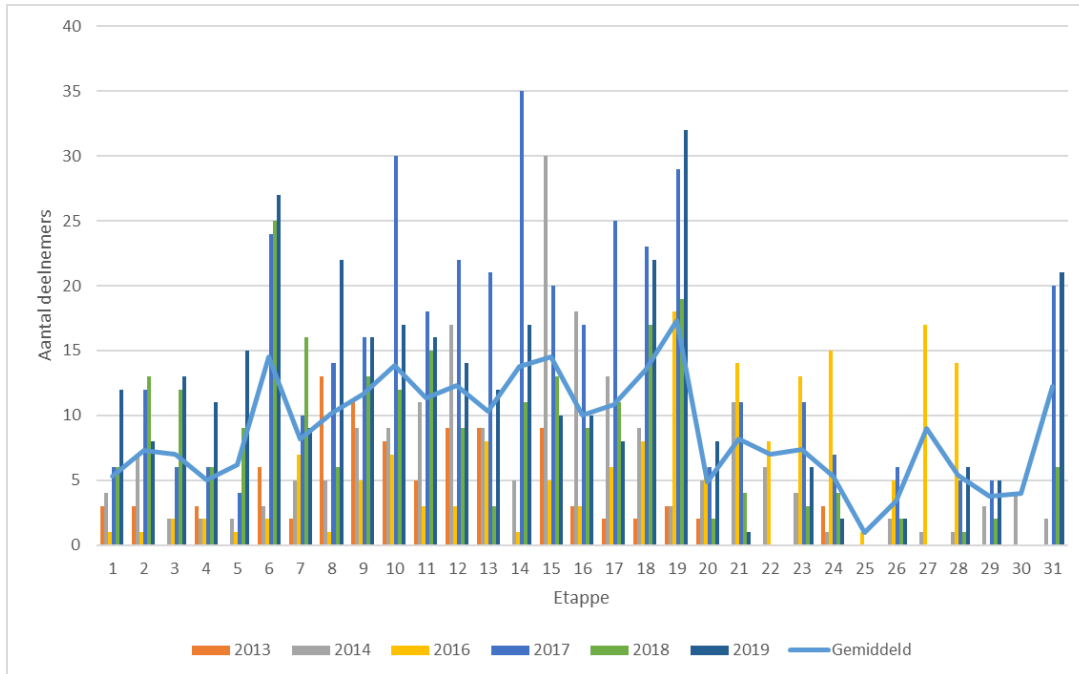
In deze paragraaf is weergegeven welke etappes het populairst zijn (4.3.1). Vervolgens, om een beeld te krijgen van de hoeveelheid inzet of moeite de deelnemers er voor over hebben gehad om bij te dragen aan de Beach Clean-up, is gekeken naar de reisafstand (4.3.2), of mensen er speciaal naartoe zijn gereisd (4.3.3), of ze vrij hebben genomen van werk (4.3.4) en naar de wijze van transport (4.3.5).

3.3.1 Etappes

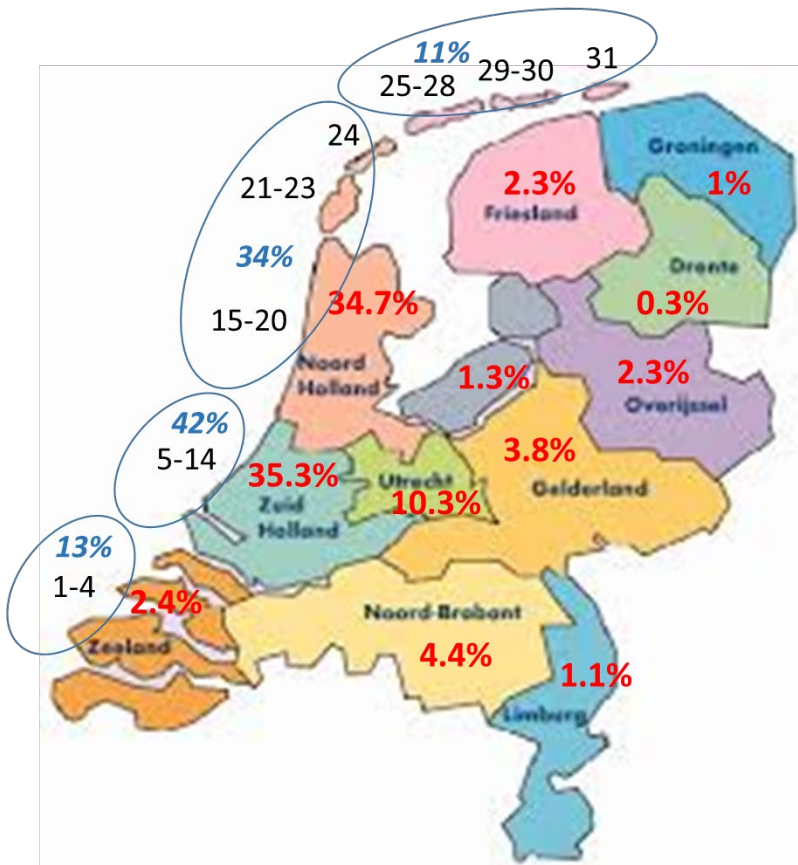
Op basis van de resultaten van de enquêtes van 2013 t/m 2019 zijn het aantal deelnemers van de Beach Clean-up per etappe en jaar in kaart gebracht (Figuur 18). Gegevens van het jaar 2015 ontbreken aangezien destijds in de enquête niet is gevraagd aan welke etappes men heeft deelgenomen. Over het algemeen hebben etappes 6 t/m 19 de meeste deelnemers. Van het gemiddeld aantal deelnemers over de periode 2013-2019 heeft etappe 25 (Vlieland) het minimum

aantal deelnemers en etappe 19 (Petten) het maximum aantal deelnemers (*Figuur 18*). In 2016 was het traject van etappe 21 t/m 28 relatief populair, ten opzichte van andere jaren en andere trajecten. Dit zijn de eilanden Texel, Vlieland en Terschelling (*Figuur 19*).

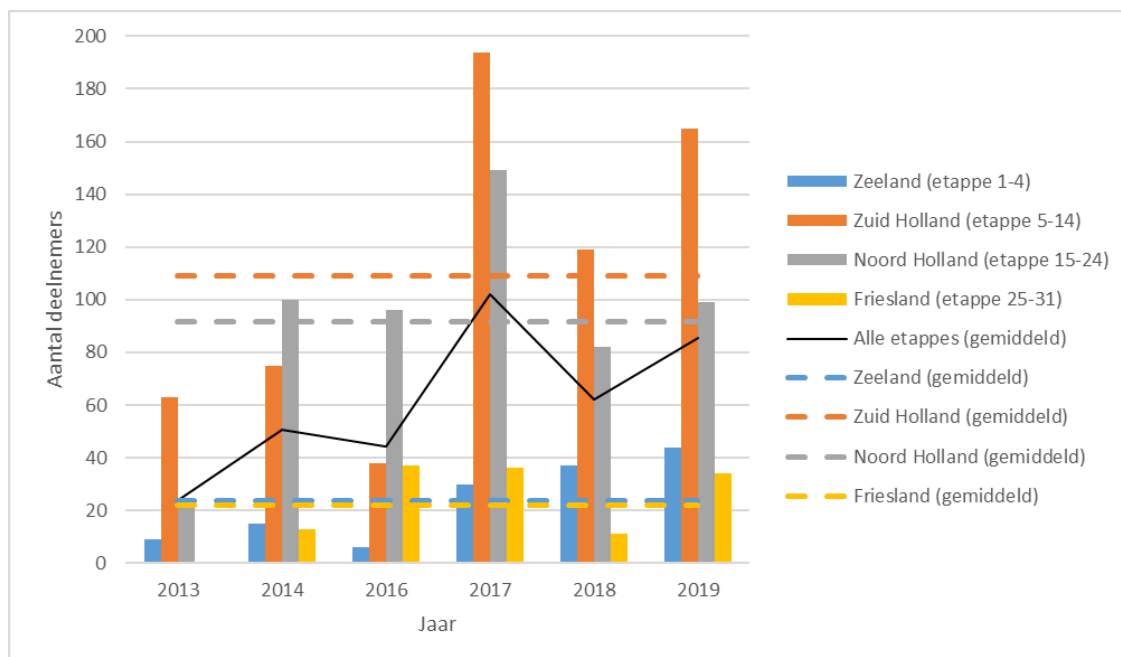
De populairste etappes liggen in Zuid Holland (etappes 5 tot 14) gevolgd door Noord Holland (etappe 15 tot 20), zie *Figuur 19* en *Figuur 20*. De etappes in Zeeland en Friesland zijn een stuk minder populair. Dit komt overeen met de herkomst van de deelnemers; de meeste mensen komen uit Zuid- en Noord Holland. Het aantal deelnemers uit Zeeland en Friesland ligt een stuk lager (*Figuur 19*).



Figuur 19 Aantal deelnemers van de Beach Clean-up per etappe en jaar op basis van de resultaten van de enquêtes van 2013 t/m 2019, met uitzondering van 2015, waar deze vraag ontbreekt. De blauwe lijn geeft het gemiddelde aantal over 2013-2019 per etappe aan. Etappes per provincie: Zeeland 1-4; Zuid Holland 5-14; Noord Holland 15-24; Friesland 25-31.



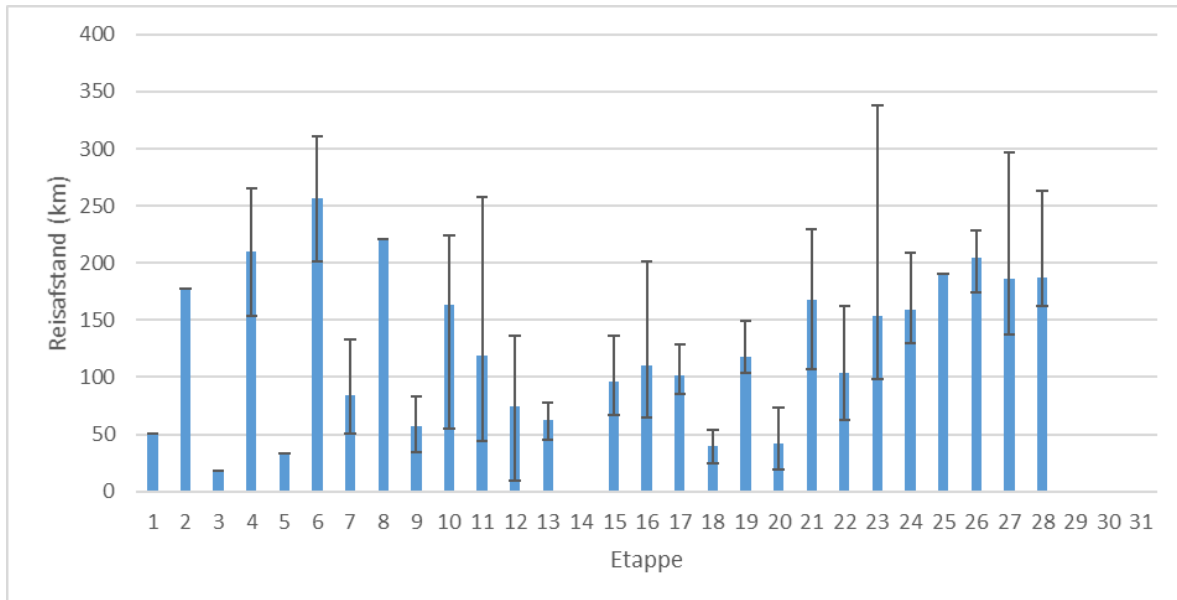
Figuur 20 Verdeling van het aantal deelnemers van de Beach Clean-up etappes per provincie (percentages in blauw cursief) op basis van de resultaten van de enquêtes van 2013 t/m 2019, met uitzondering van 2015, waar deze vraag ontbreekt. De percentages in rood geven de herkomst van de deelnemers aan, op basis van de gegevens van 2015 en 2016. De cijfers in zwart geven de etappes per provincie aan: Zeeland 1-4; Zuid Holland 5-14; Noord Holland 15-24; Friesland 25-31.



Figuur 21 Aantal deelnemers van de Beach Clean-up etappes ingedeeld per provincie en jaar op basis van de resultaten van de enquêtes van 2013 t/m 2019, met uitzondering van 2015, waar deze vraag ontbreekt. De zwarte lijn geeft het gemiddelde aantal van alle etappes per jaar aan. De gestippelde lijnen geven het gemiddeld aantal deelnemers van de etappes per provincie over de gehele periode. Etappes per provincie: Zeeland 1-4; Zuid Holland 5-14; Noord Holland 15-24; Friesland 25-31.

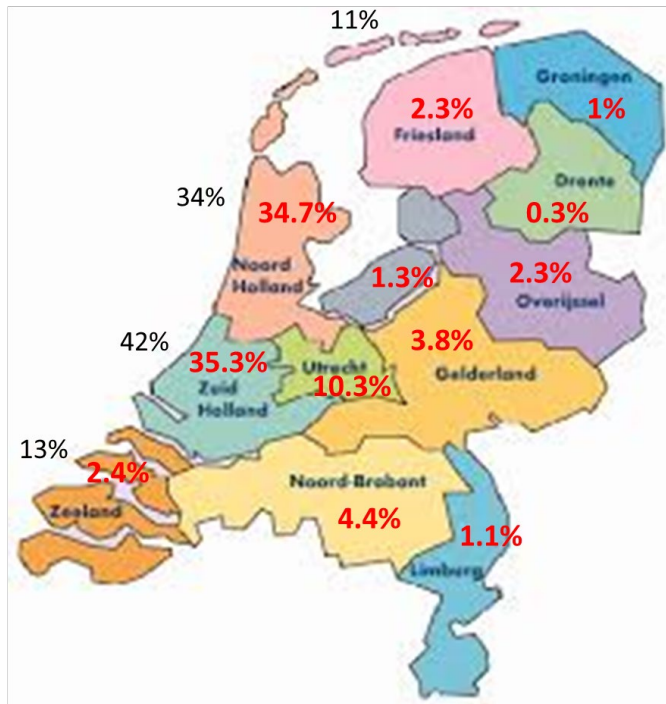
3.3.2 Reisafstand

Er is een grote variatie in reisafstand met een minimum van ca. 10 km en een maximum van 338 km (Figuur 21). De maximale afstand was voor een deelnemer uit België, die hier waarschijnlijk op vakantie was. De grootste afstand onder Nederlanders was 311 km. De gemiddelde reisafstand was 125 km per deelnemer. Deze analyse is gebaseerd op de gegevens uit 2016. De reisafstand is de afstand tussen de opgegeven woonplaats en de plaats behorende bij de eerst genoemde etappe (zie Bijlage 2 voor plaatsnamen van etappes). Hierbij is aangenomen dat iedere deelnemer vanaf de woonplaats reist naar de eerst opgegeven etappe.



Figuur 22 Gemiddelde reisafstand per etappe van de Beach Clean-up (uitgaande van de afstand tussen de opgegeven woonplaats en de eerste genoemde etappe per deelnemer, op basis van de enquête 2016). De error bars geven de minimale en maximale reisafstand per etappe weer. Etappes per provincie: Zeeland 1-4; Zuid Holland 5-14; Noord Holland 15-24; Friesland 25-31.

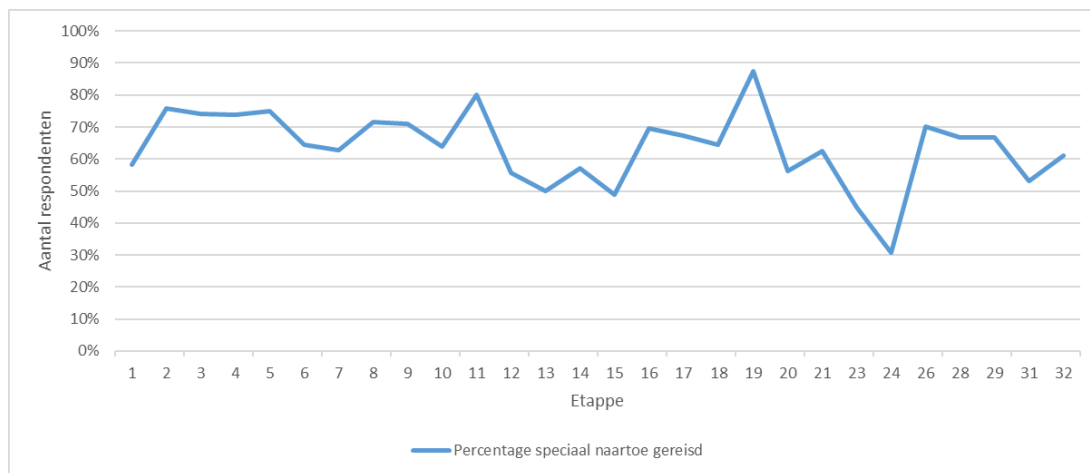
In *Figuur 22* is het percentage deelnemers van de Beach Clean-up per provincie en het percentage deelnemers verdeeld over de etappes per provincie in kaart gebracht. De provincies Noord- en Zuid Holland zijn zowel in de deelname aan de etappes als in woonplaats het meest voorkomend.



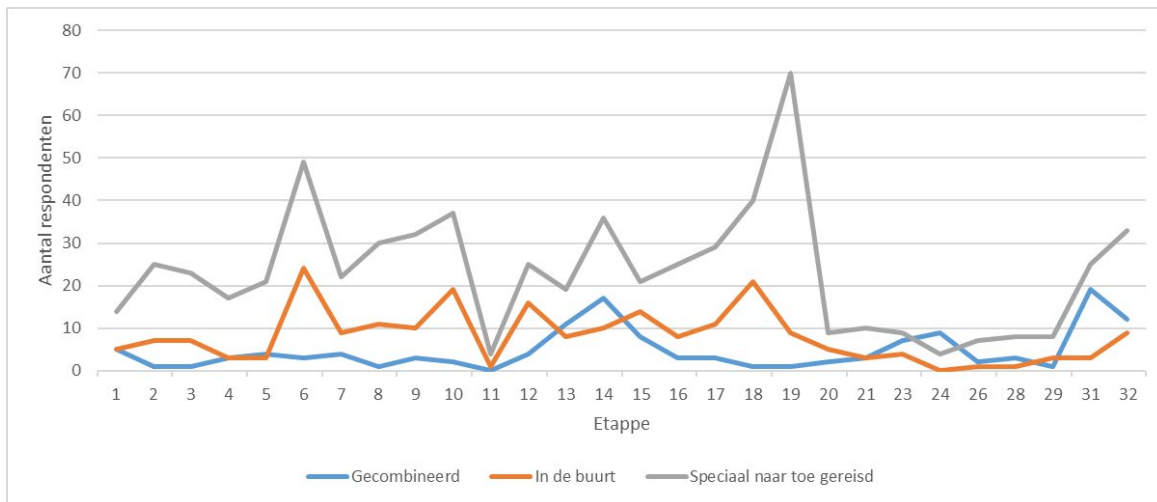
Figuur 23 Woonplaats deelnemers Beach Clean-up per provincie in rood (aantal per provincie ten opzichte van het totaal aantal deelnemers in procent, gemiddelde van 2015 en 2016) en het percentage deelnemers verdeeld over de etappes per provincie (aantal per deeletappe ten opzichte van het totaal aantal deelnemers, gemiddelde van alle jaren (uitgezonderd 2015: geen gegevens)).

3.3.3 Speciaal er naartoe

Het percentage respondenten dat heeft aangegeven speciaal naar de Beach Clean-up te zijn gereisd varieert tussen de 31 en 88% met een gemiddelde van 64% (Figuur 23). Het grootste deel van de deelnemers reist er dus speciaal naar toe. Andere deelnemers hebben aangegeven in de buurt te zijn of de deelname te combineren met andere doeleinden zoals vakantie of familiebezoek (Figuur 24). Bij etappe 19 (Petten) is een piek te zien voor deelnemers die er speciaal naartoe reizen.



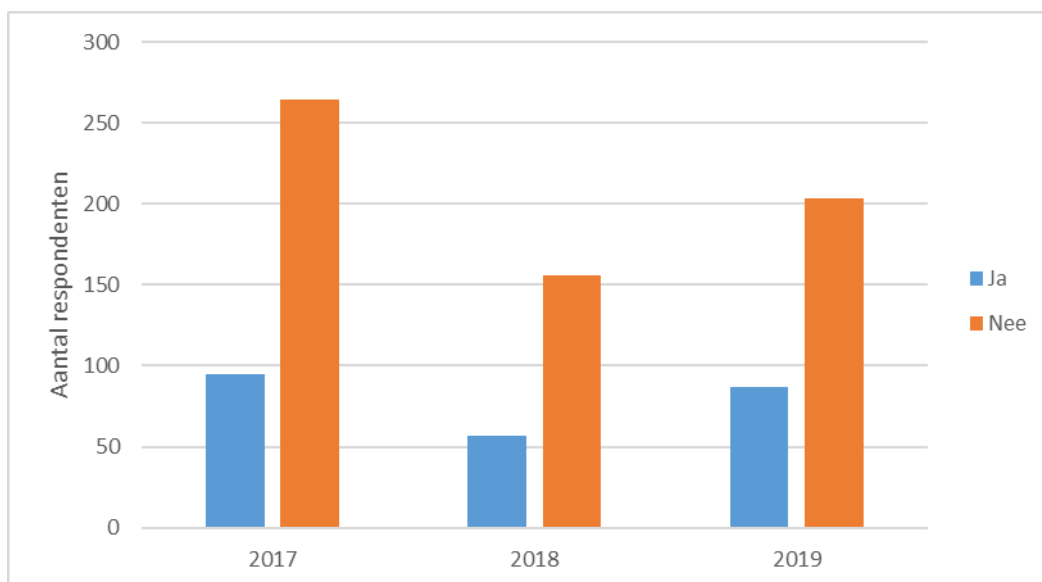
Figuur 24 Het percentage respondenten van de Beach Clean-up dat heeft aangegeven speciaal naar de Beach Clean-up te zijn gereisd. Etappes per provincie: Zeeland 1-4; Zuid Holland 5-14; Noord Holland 15-24; Friesland 25-31.



Figuur 25 Het aantal respondenten van de Beach Clean-up dat heeft aangegeven speciaal naar de Beach Clean-up te zijn gereisd, of in de buurt was, of de deelname heeft gecombineerd met bijvoorbeeld vakantie of familiebezoek. Etappes per provincie: Zeeland 1-4; Zuid Holland 5-14; Noord Holland 15-24; Friesland 25-31.

3.3.4 Vrij genomen van werk

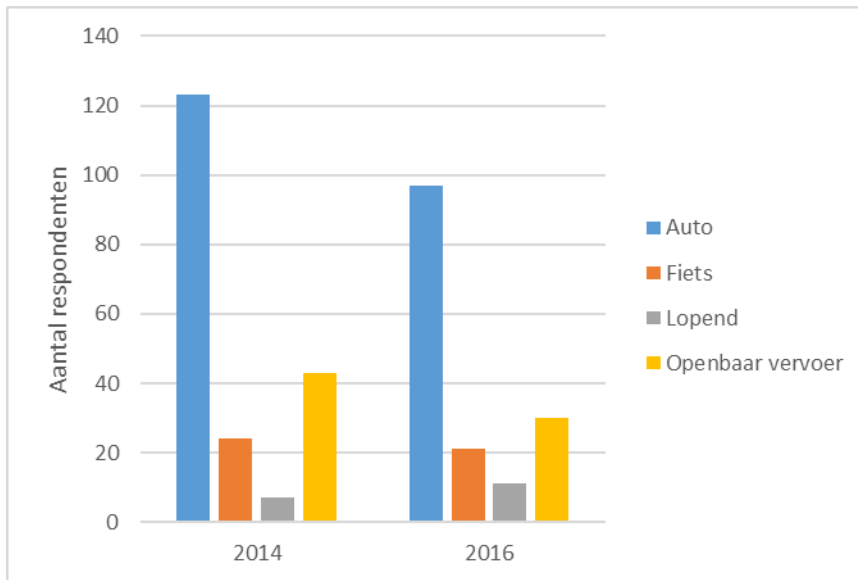
Meer dan een derde van de respondenten hebben een vrije dag genomen van het werk om mee te kunnen doen (Figuur 25). Deze vraag is alleen in 2017 t/m 2019 gesteld. Er is een stijging in het aandeel van de mensen die een vrije dag hebben genomen ten opzichte van degene die dat niet hebben gedaan (of niet hebben hoeven doen). In 2017 was de verhouding wel/geen vrije dag 0.36, in 2018 was dat 0.37 en in 2019 was de verhouding 0.43.



Figuur 26 Het aantal respondenten dat vrij heeft genomen van het werk (blauwe balk, 'ja') en het aantal die dat niet heeft gedaan / niet heeft hoeven doen (oranje balk, 'nee') om mee te doen met de Beach Clean-up in 2017, 2018 en 2019. In andere jaren is deze vraag niet gesteld..

3.3.5 Wijze van transport

De meeste deelnemers zijn met de auto naar de Beach Clean-up gekomen (Figuur 26).

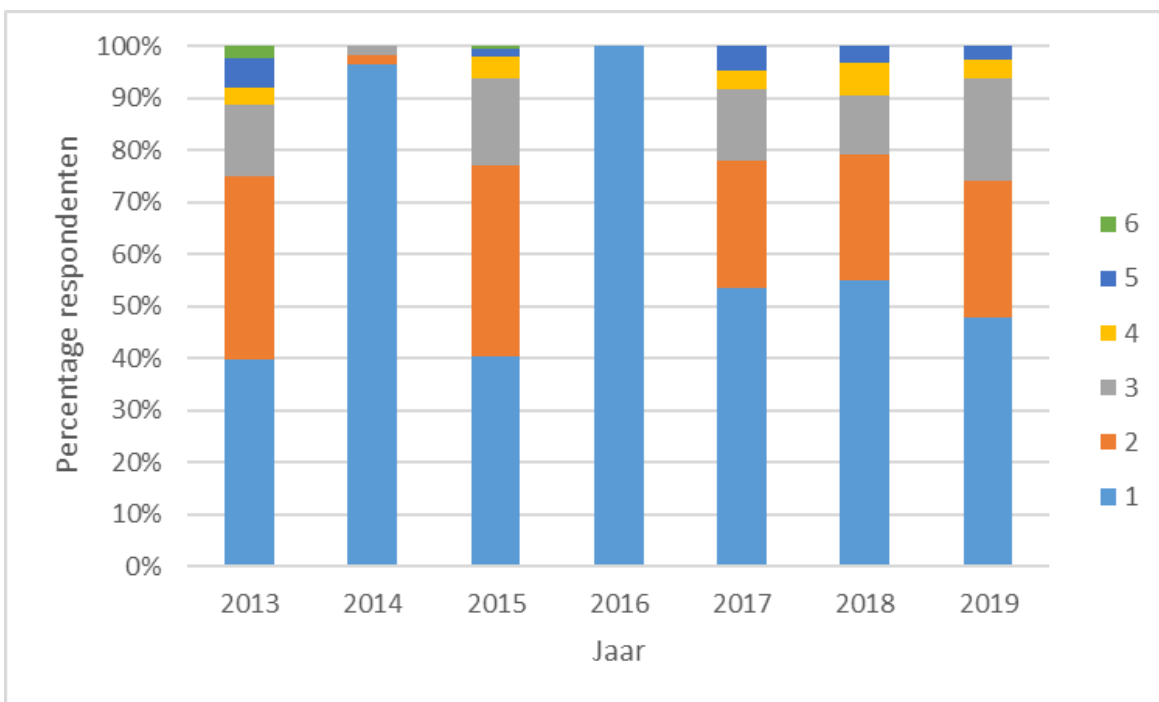


Figuur 27 Het vervoer waarmee de respondenten naar de Beach Clean-up zijn gekomen in 2014 en 2016. In andere jaren is deze vraag niet gesteld.

3.4 Motivatie

3.4.1 Aantal motivaties

De respondenten konden meerdere motivaties opgeven. De verdeling van het aantal motivaties dat de respondenten hebben opgegeven over de verschillende jaren laat zien dat de meeste respondenten maar 1 motivatie opgeven (Figuur 27). Het maximum aantal motivaties was 6. In 2016 hebben alle respondenten slechts één motivatie opgegeven. Waarschijnlijk was het dat jaar niet mogelijk om meerdere antwoorden te geven.



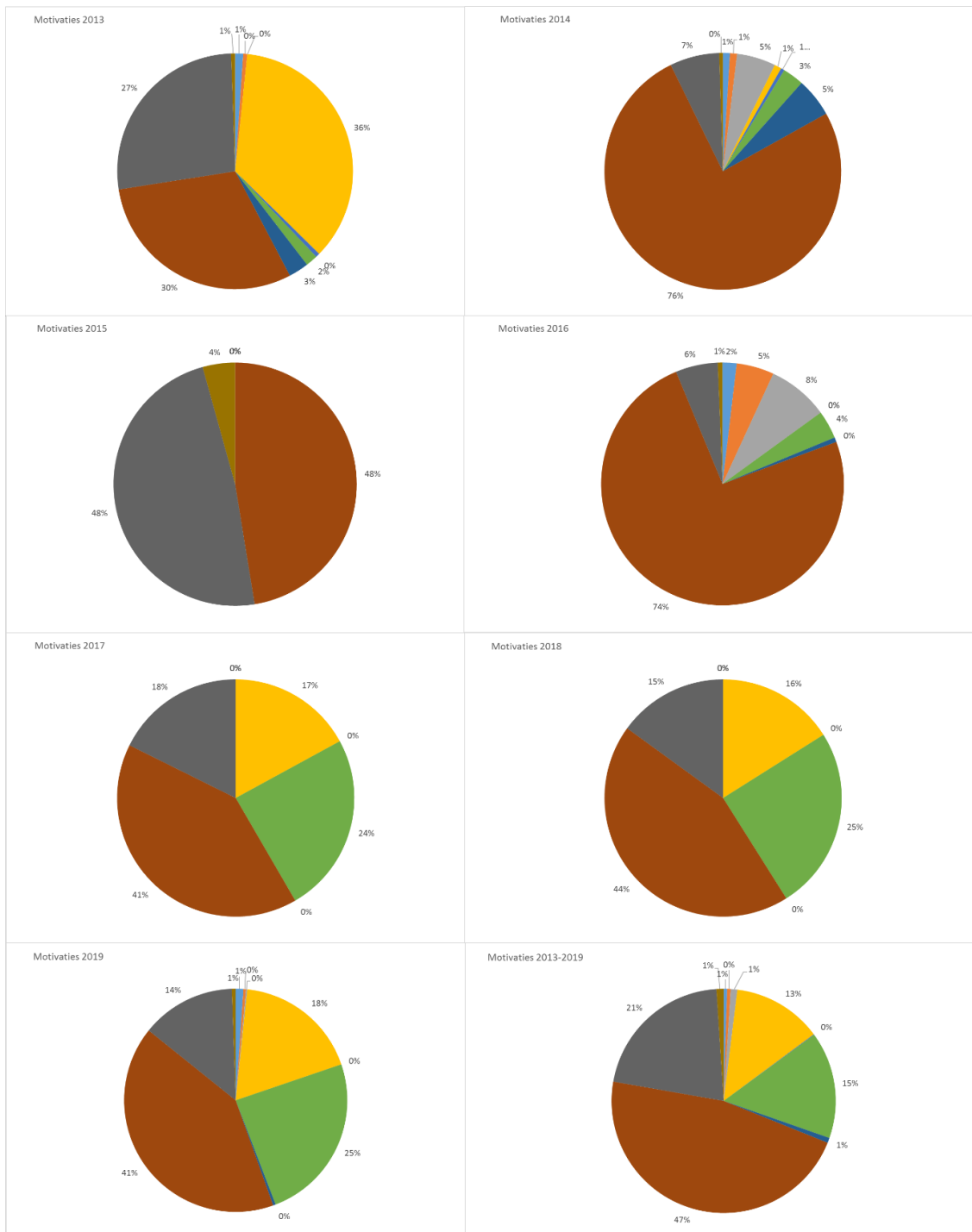
Figuur 28 Het aantal motivaties per respondent uitgedrukt in percentage van de Beach Clean-up respondenten per jaar. De kleuren geven het aantal motivaties aan.

3.4.2 Type motivaties

Het aantal motivaties van de Beach Clean-up respondenten per motivatiecategorie is voor elk jaar en gemiddeld over de hele periode in een taartdiagram weergegeven (Figuur 28).

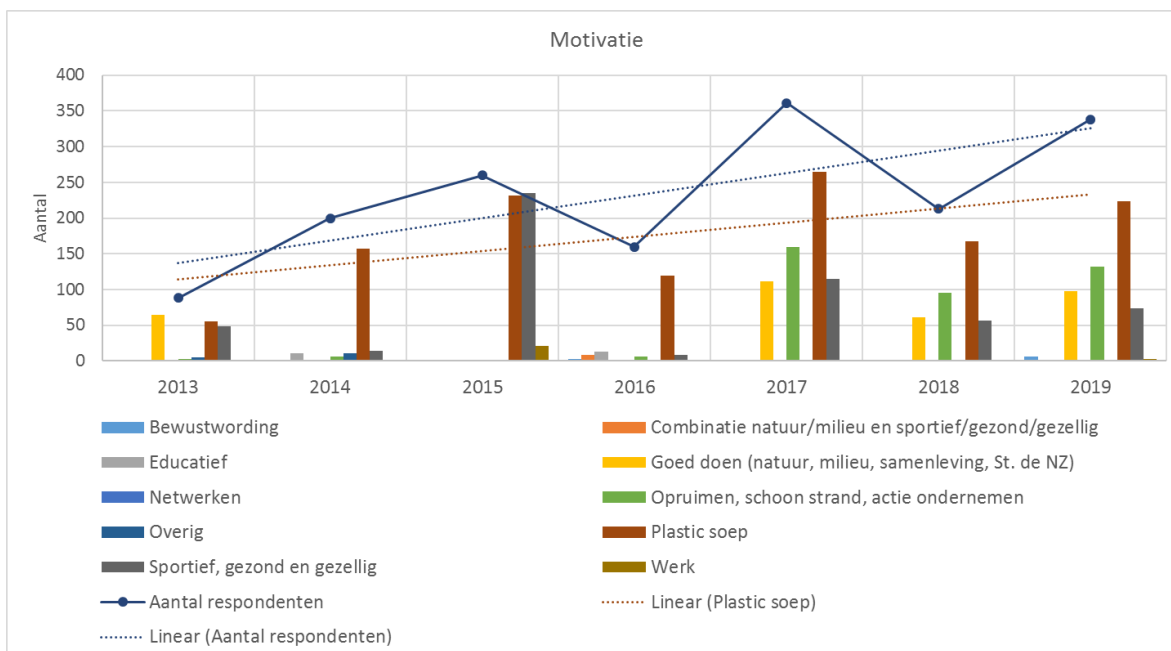
Een belangrijke motivatie die wordt gegeven door de respondenten is iets doen aan de plastic soep (Figuur 28), welke in bijna alle jaren het meest genoemd wordt als motivatie. Bij de start van de Beach Clean-up in 2013 was het percentage van de motivatie 'plastic soep' ten opzichte van alle motivaties met 30% het laagst. De jaren daarna was het percentage veel hoger, met uitschieters van 76% in 2014 en 74% in 2016. De laatste jaren (2017 t/m 2019) is het aandeel vrij stabiel en varieert tussen de 41% en 44%. De motivatie heeft een stijgende trend over de periode 2013-2019 (Figuur 29). Verder valt op dat sinds 2017 de motivaties in de categorie 'opruimen, schoon strand, actie ondernemen' een belangrijk aandeel heeft, terwijl dat in de periode 2013-2016 nauwelijks een rol speelde. Goed doen voor de natuur heeft ook een belangrijk aandeel in de motivatie en scoorde zeer hoog bij de eerste Beach Clean-up in 2013. De daarop volgende jaren, van 2014 t/m 2016, speelde het nauwelijks tot geen rol waarna in 2017 en daarna weer een aanzienlijk deel van de respondenten 'goed doen voor de natuur' als motief aangaf (16% tot 18% van alle motivaties). Een laatste belangrijke motivatiecategorie is sportief, gezond en gezellig, met een sterke piek in 2015 (48%) en een dieptepunt het jaar daarop (6% in 2016). De verdeling van motivaties is vrij stabiel de laatste jaren (2017 t/m 2019).

De motivaties die de Beach Clean-up respondenten hebben aangegeven, zijn vervolgens ook onderverdeeld in twee hoofdcategorieën: motivaties gericht op natuur/milieu (o.a. plastic soep, opruimen) en motivaties gericht op menselijke aspecten (gezellig, sportief, werk). De verhouding tussen motivaties gericht op natuur/milieu en motivaties gericht op menselijke aspecten (Figuur 30) geeft inzicht in de onderliggende drijfveer van de mensen: gaat het om de natuur te helpen of om de gezelligheid en sportiviteit? Met uitzondering van 2015 is elk jaar de natuur verreweg de grootste motivatie, met ongeveer 2 tot 6 keer vaker dan menselijke aspecten. Er is ook een stijgende trend in de verhouding natuur/mens gerichte motivatie. De natuur lijkt dus een steeds grotere rol te spelen voor mensen om in actie te komen. Echter, aangezien het totaal aantal respondenten ook een stijgende trend laat zien (Figuur 29), kan dit een vertekend beeld geven van de verandering in motivatie over de jaren. Om een zo duidelijk mogelijk beeld te krijgen van een eventuele verandering in motivatie, is daarom ook een relatief overzicht gemaakt door het aantal antwoorden per motivatie categorie te delen door het totaal aantal antwoorden (Figuur 31) en door het totaal aantal respondenten (Figuur 32).

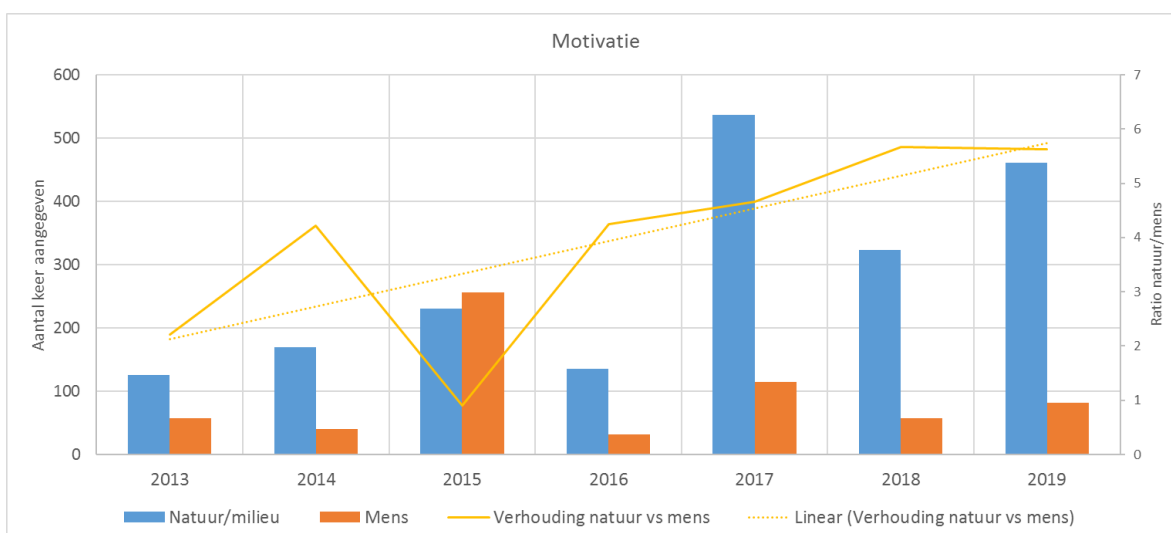


- Bewustwording
- Educatief
- Netwerken
- Overig
- Sportief, gezond en gezellig
- Combinatie natuur/milieu en sportief/gezond/gezellig
- Goed doen (natuur, milieu, samenleving, St. de NZ)
- Opruimen, schoon strand, actie ondernemen
- Plastic soup
- Werk

Figuur 29 Het aandeel (%) motivaties van de Beach Clean-up respondenten per motivatiecategorie per jaar (2013 (linksboven) tot en met 2019 (linksonder)) en gemiddeld over de periode 2013-2019 (rechtsonder). De kleuren geven de motivatiecategorieën aan.

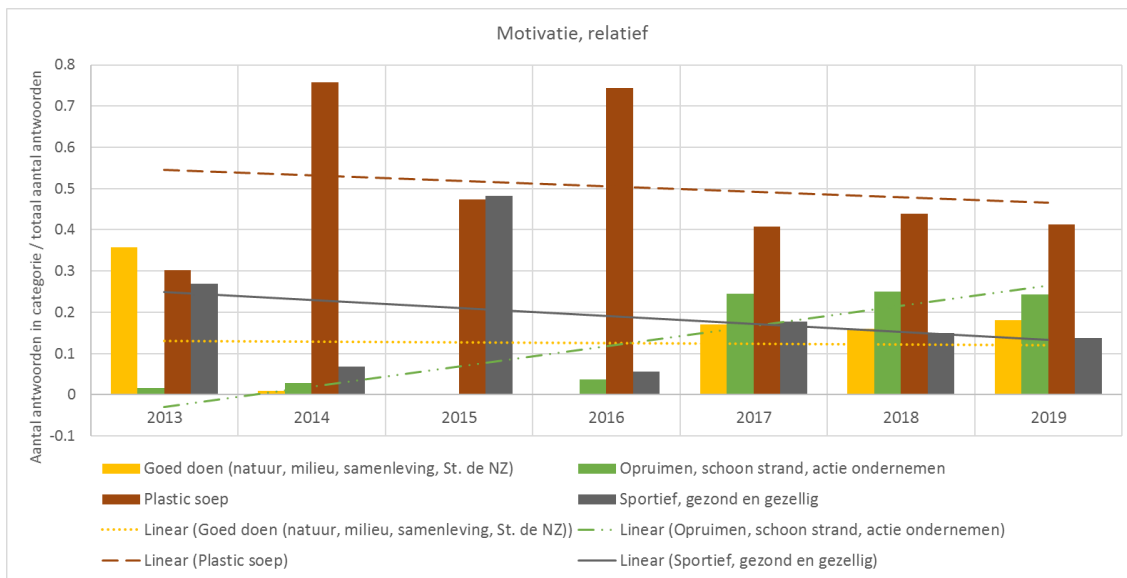


Figuur 30 Aantal motivaties van de Beach Clean-up respondenten per categorie (zie Bijlage 1 Enquêtevragen). Het aantal respondenten is aangegeven door de blauwe lijn. De stippellijnen geven de lineaire trend aan (Excel functie) voor het aantal respondenten (blauwe stippellijn) en het aantal 'plastic soep motivaties' (rode stippellijn). Meerdere motivaties per respondent zijn mogelijk.

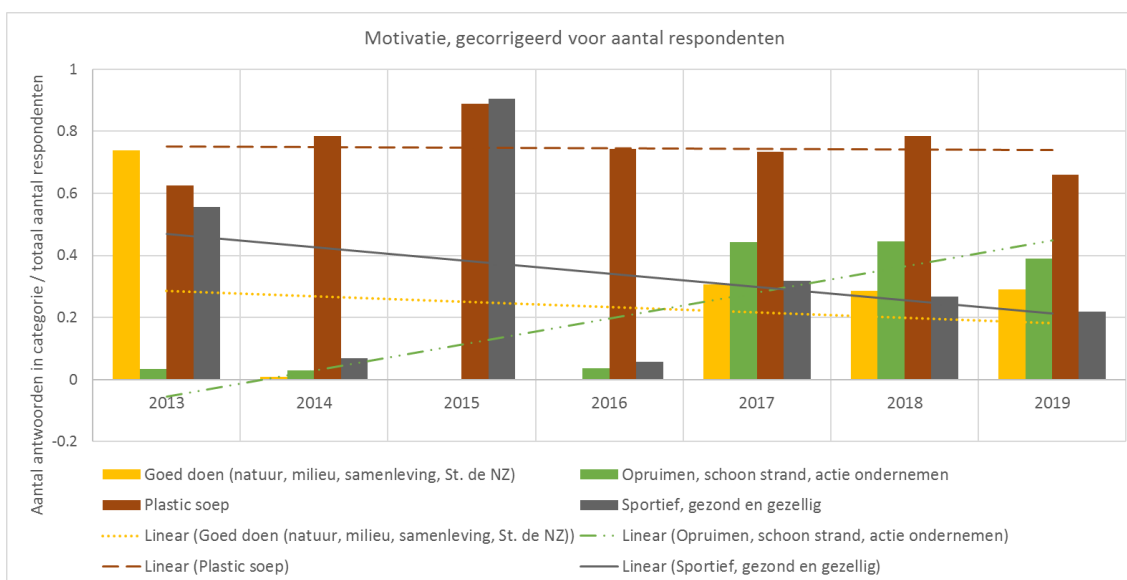


Figuur 31 Aantal motivaties van de Beach Clean-up respondenten per hoofdcategorie. De verhouding tussen motivaties gericht op natuur/milieu (o.a. plastic soep, opruimen) en motivaties gericht op menselijke aspecten (gezellig, sportief, werk) is aangegeven door de gele lijn, waarbij de gele gestippelde lijn de trend aangeeft. Meerdere motivaties per respondent zijn mogelijk.

Relatief gezien laat de verandering van de motivatie over de jaren een ander beeld zien, waarbij de motivatie 'Plastic soep' relatief per antwoord (Figuur 31) een dalende trend laat zien en relatief per respondent (Figuur 32) een neutrale trend. Relatief gezien is de motivatie voor een schoon strand en actie te ondernemen sterk gestegen van 2013 tot 2019.



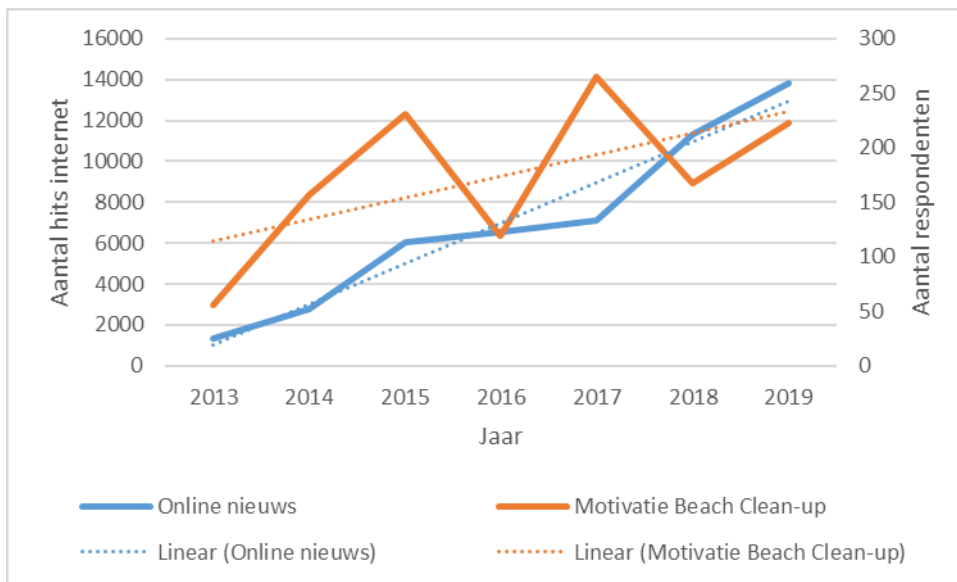
Figuur 32 Aantal motivaties van de Beach Clean-up per categorie gedeeld door het totaal aantal antwoorden. Alleen de 4 grootste categorieën (met het meest aantal antwoorden) zijn weergegeven. Voor elke categorie is de trend weergegeven (m.b.v. Excel functie). Meerdere motivaties per respondent zijn mogelijk.



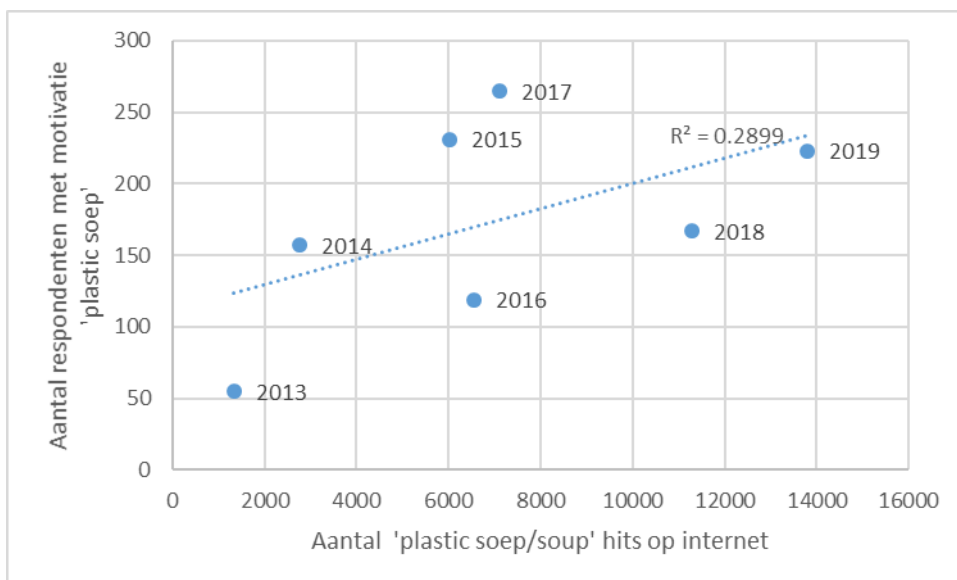
Figuur 33 Aantal motivaties van de Beach Clean-up per categorie gedeeld door het totaal aantal respondenten. Alleen de grootste categorieën (met het meest aantal antwoorden) zijn weergegeven. Voor elke categorie is de trend weergegeven (m.b.v. Excel functie). Meerdere motivaties per respondent zijn mogelijk.

3.4.3 Plastic soep in het nieuws

De motivatie om iets te doen aan de plastic soep onder de respondenten en de aandacht voor plastic soep in het nieuws nemen beide toe in de periode 2013-2019 (Figuur 33). De stijging van plastic soep in het nieuws is iets groter en minder variabel dan de stijging van plastic soep als motivatie. Er lijkt wel een relatie te zijn tussen de motivatie en de aandacht in het nieuws (Figuur 34).



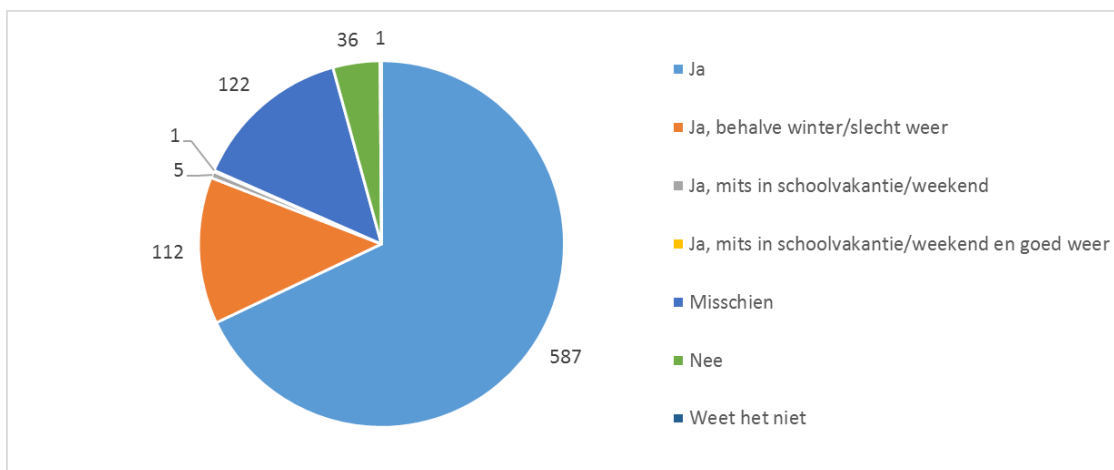
Figuur 34 Aandacht voor plastic soep in het nieuws (weergegeven door de blauwe lijn als aantal google hits op de zoektermen 'plastic soep soup' per jaar, linker y-as) en de motivatie om daar iets aan te doen (weergegeven door de oranje lijn als het aantal respondenten van de Beach Clean-up die als motivatie 'iets doen aan de plastic soep' hebben opgegeven, rechter y-as) in de periode 2013-2019. Voor beide is de trend weergegeven door de stippellijnen (m.b.v. Excel functie).



Figuur 35 Aandacht voor plastic soep in het nieuws (weergegeven als aantal google hits op de zoektermen 'plastic soep soup' per jaar, x-as) versus de motivatie om daar iets aan te doen (weergegeven als het aantal respondenten van de Beach Clean-up die als motivatie 'iets doen aan de plastic soep' hebben opgegeven, y-as) in de periode 2013-2019. De relatie is weergegeven door de stippellijn, inclusief correlatiecoëfficiënt (m.b.v. Excel functie).

3.4.4 Invloed seizoen en weer

Van de gevraagde respondenten in 2017-2019 heeft 68% aangegeven ook mee te willen doen met de Beach Clean-up als dat in een ander seizoen wordt georganiseerd (Figuur 35). Een zeer klein deel (4%) wil dat niet en de rest twijfelt of zou dat onder bepaalde omstandigheden wel willen. In 2017 is ook gevraagd of het weer invloed heeft op de deelname: "Zou je ook het strand willen schoonmaken bij slecht(er) weer?". Daarop heeft 84% met "ja" geantwoord.

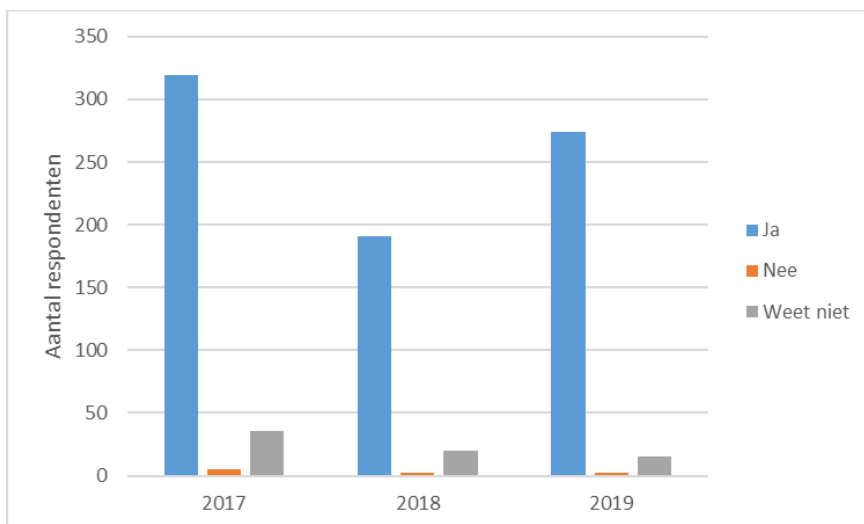


Figuur 36 Het aantal respondenten van de Beach Clean-up die hebben aangegeven met antwoorden op de vraag of ze ook in een ander seizoen mee zouden willen doen.

3.4.5 Volgend jaar weer?

Verreweg de meeste deelnemers hebben aangegeven volgend jaar weer mee te willen (Figuur 36). Dit betekent echter niet dat ze dit ook daadwerkelijk hebben gedaan, aangezien het aantal respondenten in 2017 dat volgend jaar weer mee zou willen doen groter is dan het aantal deelnemers in 2018. Het jaar daarop zou dit wel het geval kunnen zijn. Deze vraag is alleen in 2017 t/m 2019 gesteld waardoor er geen andere jaren kunnen worden vergeleken. Wel is in 2015 gevraagd in welke jaren de respondent heeft meegedaan. Op basis daarvan blijkt dat 72% één jaar heeft meegedaan (alleen in 2015), 18% 2 jaar en 10% heeft alle drie de jaren meegedaan.

In 2019 is gevraagd of men plezier heeft gehad in de deelname. Daarop heeft slechts 1 respondent met nee geantwoord. Bijna iedereen heeft dus plezier gehad, waarvan 21% heeft aangegeven dat dit boven verwachting was.

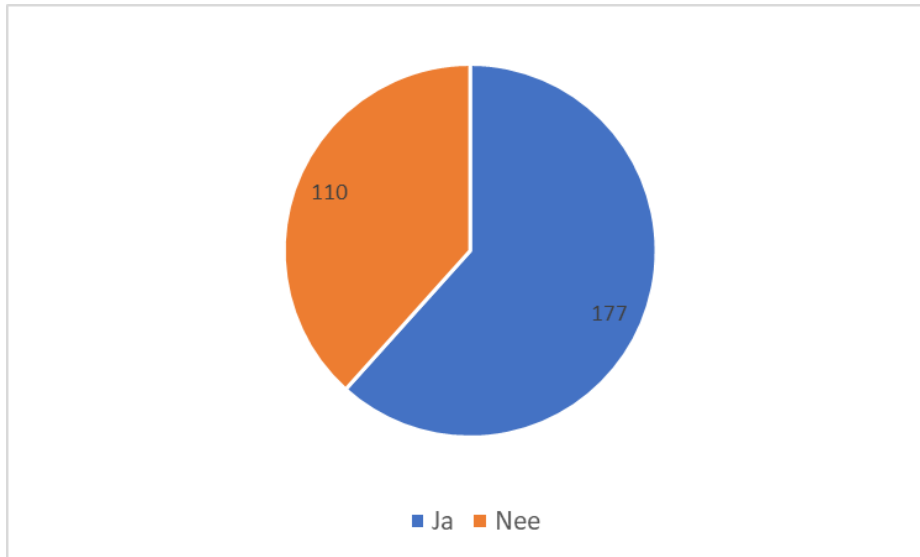


Figuur 37 Het aantal respondenten van de Beach Clean-up in 2017, 2018 en 2019 die hebben aangegeven volgend jaar weer mee te willen doen (blauwe balk, 'ja'), het aantal die dat niet willen (oranje balk, 'nee') en het aantal die dat nog niet weten of twijfelen (grijze balk, 'weet niet').

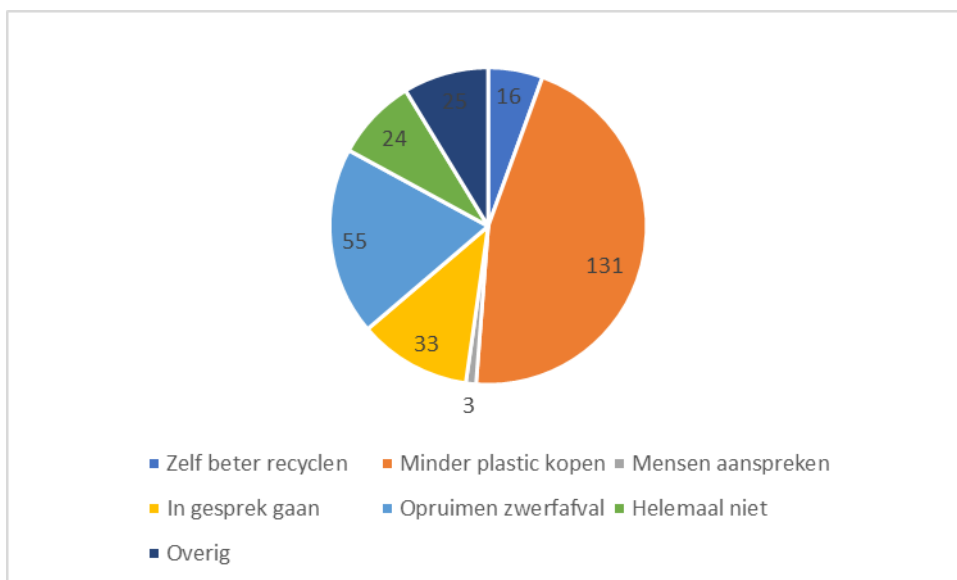
3.5 Extra vragen burgerbetrokkenheidsonderzoek (2019)

3.5.1 Betrokkenheid bij het milieu

62% van de deelnemers geeft aan tijdens thuis of in hun vrije tijd ook betrokken te zijn bij op het milieu gerichte initiatieven (Figuur 37). Voorbeelden die deelnemers hierbij geven zijn bijvoorbeeld het opruimen van afval op straat, het scheiden van afval, vegetarisch of biologisch eten en het doen van vrijwilligerswerk in de natuur. Ook steunen deelnemers groene initiatieven op financieel vlak, doen ze aan natuurvriendelijk tuinieren of zijn ze lid van een politieke partij die zich bezig houdt met milieu.



Figuur 37 Het aantal respondenten van de Beach Clean-up in 2019 dat heeft aangegeven of zij naast deelname aan de Beach Clean-up ook op andere manieren betrokken zijn met op het milieu gerichte initiatieven. Ja (blauwe deel), Nee (oranje deel).



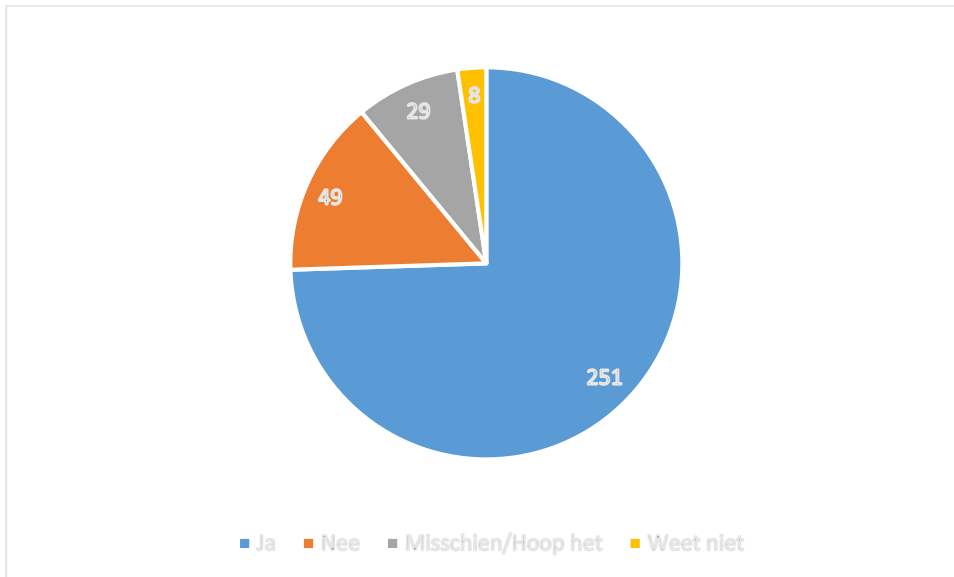
Figuur 39 Het aantal respondenten van de Beach Clean-up in 2019 per antwoord op de vraag of zij in hun dagelijks leven anders met (zwerf)afval omgaan na deelname aan de Clean-Up. Bijvoorbeeld door zelf beter te recyclen (middel blauwe deel), minder plastic te kopen (oranje deel), mensen aanspreken die afval op straat gooien (grijze deel), in gesprek te gaan met familie en vrienden (gele deel), zelf zwerfafval op te ruimen (licht blauwe deel). Ook zijn er deelnemers die niet anders omgaan met zwerfafval na deelname ('helemaal niet', groene deel) of andere opties aangaven ('overig', donkerblauwe deel).

3.5.2 Verandering van gedrag na deelname

82% van de deelnemers geeft aan dat hij of zij anders met (zwerf)afval omgaat sinds zijn of haar deelname aan de Clean-Up. 46% geeft aan minder plastic artikelen te kopen, 19% ruimt zwerfafval op op straat en 11% gaat in gesprek met vrienden en familie over dit onderwerp (Figuur 38).

3.5.3 Bijdrage Beach Clean-up aan verminderen plastic soep

De meeste deelnemers (74%) hebben aangegeven dat ze denken dat de Beach Clean-up op de lange termijn bijdraagt aan het verminderen van de plastic soep. Veel respondenten hebben daarbij wel hun vraagtekens, door aan te geven dat ze hopen dat het een bijdrage levert. Ook zijn er respondenten die aangeven dat het vooral zal werken via de media-aandacht, of door toeristen die de actie opmerken, zodat mensen bewuster zullen omgaan met afval.



Figuur 38 Het aantal respondenten van de Beach Clean-up in 2019 die hebben aangegeven dat de Beach Clean-up bijdraagt aan het op de lange termijn verminderen van de plasticsoep (blauwe deel, 'ja'), het aantal die denken dat het geen bijdrage levert (oranje deel, 'nee'), het aantal dat denkt dat het misschien een bijdrage levert of dat hoopt (grijze deel, 'misschien/hoop het' en het aantal die dat niet weten (gele deel, 'weet niet').

4 Conclusies

Op basis van de enquêtes van de Beach Clean-up 2013-2019 zijn de volgende conclusies te trekken. Hierbij moet worden opgemerkt dat de enquêtes sterk verschillen per jaar. De resultaten geven daarom niet altijd een representatief overzicht van de hele periode.

In het jaar 2019 zijn extra vragen voor het onderzoek naar de rol van burgerbetrokkenheid in het natuurbeheer opgenomen. Hieronder worden de conclusies weergegeven uit de analyse van de jaarlijkse enquête die Stichting De Noordzee heeft gehouden (2013-2019) en voor de additionele vragen (2019).

4.1 Conclusies jaarlijkse deelnemers enquête 2013-2019

4.1.1 Wat voor type mensen doe mee met de Beach Clean-up?

- De meeste mensen bezoeken één tot enkele keren per jaar het Nederlandse strand aan de Noordzee.
- Natuur / dier(bescherming) is het meest genoemd als hobby.
- Het grootste deel van de respondenten is thuis en/of in de vrije tijd ook bezig met het milieu.
- De meeste waren werkzaam in de sector Zorg en gezondheid. Ongeveer 12% gaf aan niet werkzaam te zijn in een bepaalde sector en 10% van de deelnemers gaven aan gepensioneerd te zijn.
- Ruim driekwart heeft aangegeven een krant te lezen. Mail, facebook en LinkedIn waren de meest gebruikte media onder de deelnemers.
- Meer dan driekwart was ouder dan 40 jaar en de gemiddelde leeftijd was ongeveer 50 jaar. Slechts 8 tot 9 % van de deelnemers was jonger dan 30 jaar.
- De verdeling tussen mannen en vrouwen is redelijk gelijk.
- De helft van de deelnemers gaf aan een partner te hebben en ongeveer een derde was single. De meeste deelnemers (61%) hebben geen kinderen. Bij de deelnemers die wel kinderen hebben zijn de kinderen meestal ouder dan 12 jaar.

4.1.2 Waar komen de deelnemers vandaan?

De meeste deelnemers komen uit Noord- en Zuid Holland (ieder ca. 35%). Dit is te verwachten aangezien deze provincies aan de Noordzeekust liggen. Andere Noordzeekustprovincies (Zeeland, Friesland) scoren echter veel lager (ruim 2%). Van de binnenlandse provincies komt een relatief hoog percentage deelnemers uit Utrecht (ruim 10%). Enkele deelnemers komen uit het buitenland (België en Zweden).

4.1.3 Welke etappes worden gelopen?

Van het gemiddeld aantal deelnemers over de periode 2013-2019 heeft etappe 25 (Vlieland) het minimum aantal deelnemers en etappe 19 (Petten) het maximum aantal deelnemers. De populairste etappes liggen in Zuid Holland gevolgd door Noord Holland. De etappes in Zeeland en Friesland zijn een stuk minder populair. Dit komt overeen met de herkomst van de deelnemers; de meeste mensen komen uit Zuid- en Noord Holland.

4.1.4 Hoe ver reizen de deelnemers?

De reisafstand is bepaald op basis van de afstand tussen de opgegeven woonplaats en de plaats behorende bij de eerst genoemde etappe. Hierbij is aangenomen dat iedere deelnemer vanaf de woonplaats reist naar de eerst opgegeven etappe. Deze analyse is gebaseerd op de gegevens uit

2016. Er is een grote variatie in reisafstand met een minimum van ca. 10 km en een maximum van 338 km. De maximale afstand was voor een deelnemer uit België, die hier waarschijnlijk op vakantie was. De grootste afstand onder Nederlanders was 311 km. De gemiddelde reisafstand was 125 km per deelnemer.

4.1.5 Met welk vervoersmiddel?

De meeste deelnemers (ruim 60%) zijn met de auto naar de Beach Clean-up gekomen en ongeveer 20% met het openbaar vervoer.

4.1.6 Zijn de deelnemers speciaal voor de Beach Clean-up gekomen?

Het percentage respondenten dat heeft aangegeven speciaal naar de Beach Clean-up te zijn gereisd varieert tussen de 31 en 88% met een gemiddelde van 64%. Het grootste deel van de deelnemers reist er dus speciaal naar toe. Andere deelnemers hebbe aangegeven in de buurt te zijn of de deelname te combineren met andere doeleinden zoals vakantie of familiebezoek.

4.1.7 Hebben ze daarvoor een vrije dag genomen?

Meer dan een derde van de respondenten hebben een vrije dag genomen van het werk om mee te kunnen doen. Deze vraag is alleen in 2017 t/m 2019 gesteld. Er is een stijging in het aandeel van de mensen die een vrije dag hebben genomen ten opzichte van degene die dat niet hebben gedaan (of niet hebben hoeven doen). In 2017 was de verhouding wel/geen vrije dag 0.36, in 2018 was dat 0.37 en in 2019 was de verhouding 0.43.

4.1.8 Wat was de motivatie om mee te doen?

Iets doen aan de plastic soep is in bijna alle jaren het meest genoemd wordt als motivatie. De motivatie 'plastic soep' ten opzichte van alle motivaties varieert van 30% (2013) tot 76% (2014). De laatste jaren (2017 t/m 2019) is het aandeel vrij stabiel en varieert tussen de 41% en 44%. De motivatie heeft een stijgende trend over de periode 2013-2019. Ook de aandacht voor plastic soep in het nieuws neemt toe in deze periode. Relatief gezien laat de verandering van de motivatie over de jaren een ander beeld zien, waarbij de motivatie 'Plastic soep' relatief per antwoord een dalende trend laat zien en relatief per respondent een neutrale trend. Relatief gezien is de motivatie voor een schoon strand en actie te ondernemen sterk gestegen van 2013 tot 2019.

Sinds 2017 hebben de motivaties in de categorie 'opruimen, schoon strand, actie ondernemen' een belangrijk aandeel, terwijl dat in de periode 2013-2016 nauwelijks een rol speelde.

Er is een stijgende trend in de verhouding natuur- versus mensgerichte (sportief/gezellig) motivatie. De natuur lijkt dus een steeds grotere rol te spelen voor mensen om in actie te komen. Verreweg de meeste deelnemers hebben aangegeven volgend jaar weer mee te willen doen. Bijna iedereen heeft plezier gehad, waarvan 21% heeft aangegeven dat dit boven verwachting was.

4.2 Extra vragen onderzoek Burgerbetrokkenheid

4.2.1 Betrokkenheid bij milieu naast deelname Clean-Up

62% van de deelnemers geeft aan naast hun deelname aan de Clean-Up ook op andere manieren betrokken te zijn bij het milieu. Deelnemers ruimen bijvoorbeeld afval op straat, scheiden hun afval of doen vrijwilligers in de natuur. Sommige deelnemers geven aan dat ze vegetarisch of biologisch eten ten behoeve van het milieu en dat ze lid zijn van een politieke partij die zich richt op natuur- en milieubescherming. Ook geven deelnemers aan dat ze groene doelen steunen, of in hun eigen tuin natuurvriendelijk tuinieren.

4.2.2 Verandering van gedrag met betrekking tot (zwerf)afval

82% van de deelnemers geeft aan dat hij of zij anders met (zwerf)afval omgaat sinds zijn of haar deelname aan de Clean-Up. De verandering die bij de meeste deelnemers plaatsvindt is het kopen van minder plastic artikelen. Daarnaast ruimen mensen zwerfafval op op straat of gaan in gesprek over de plastic soep. Slechts een klein deel van de deelnemers geeft aan mensen op straat aan te spreken wanneer deze afval op straat gooien (1%).

4.2.3 Bijdrage aan oplossen van de plastic soep

Een groot deel van de deelnemers (74%) denkt dat zijn of haar deelname aan de Beach Clean-Up op de lange termijn bijdraagt aan het verminderen van de plastic soep. Deelnemers geven echter ook aan dat ze vooral hopen dat het een bijdrage leveren, of dat het een druppel op de gloeiende plaat is. Vooral bewustwording en toenemende media aandacht wordt gezien als iets dat gestimuleerd wordt door de Clean-Up, wat kan leiden tot ander beleid (bijvoorbeeld statiegeld op kleine flesjes).

4.3 Aanbevelingen

De analyse van de deelnemers enquête van de Boskalis Beach Clean-up heeft een schat aan informatie opgeleverd over de kenmerken en motivaties van de deelnemers in de periode 2013-2019. Daarnaast biedt de enquête de mogelijkheid om ook de ervaringen van de deelnemers rond de organisatie en logistiek te analyseren. Deze vragen over deze onderwerpen zijn niet meegenomen in deze analyse, omdat deze buiten de scope van het Kennisbasis-project 'Citizens for Biodiversity' vallen.

Voor het uitvoeren van de analyse over de periode 2013-2019 is veel tijd gaan zitten in het harmoniseren van de vragen. De formulering van de vragen verschilde veelal van jaar tot jaar, waardoor deze niet zonder harmonisatie vergeleken konden worden. Daarnaast waren er veel open vragen, die voor de analyse in antwoord categorieën zijn gerubriceerd. Ook dit was tijdsintensief en zorgt voor onzekerheid vanwege mogelijke interpretatiefouten. Voor de toekomstige deelnemers enquête hebben wij twee aanbevelingen om de enquêteresultaten op een eenvoudigere manier, met minder inspanning en zorgt voor onzekerheid vanwege mogelijke interpretatiefouten beschikbaar te maken.

1. Werk met vaste basisvragen die bij voorkeur in dezelfde volgorde worden gesteld;
2. Werk zoveel mogelijk met een 'meerkeuzesysteem' met vaste antwoord categorieën (met eventueel een aanvullende optie: 'anders, namelijk...'). Dit geeft na afloop van de enquête direct inzicht in de verdeling van de antwoordenmogelijkheden per vraag.

De geharmoniseerde vragen en de categorisering van antwoorden voor de analyse in deze rapportage kunnen hierbij als handvat gebruikt worden.

Kwaliteitsborging

Wageningen Marine Research beschikt over een ISO 9001:2015 gecertificeerd kwaliteitsmanagementsysteem. Dit certificaat is geldig tot 15 december 2021. De organisatie is gecertificeerd sinds 27 februari 2001. De certificering is uitgevoerd door DNV GL.

Literatuur

Kennisonline (2019). Rol burgers in natuurbeheer. <https://www.wur.nl/nl/Onderzoek-Resultaten/Onderzoeksprojecten-LNV/Expertisegebieden/kennisonline/Rol-burgers-in-natuurbeheer.htm> (geraadpleegd 4 mei 2020).

Verantwoording

Rapport C046/20

Projectnummer: KB-36-005-001

Dit rapport is met grote zorgvuldigheid tot stand gekomen. De wetenschappelijke kwaliteit is intern getoetst door een collega-onderzoeker en het verantwoordelijk lid van het managementteam van Wageningen Marine Research.

Akkoord: Dr. ir. N.A. Steins
Onderzoeker

Handtekening:



Datum: 15 mei 2020

Akkoord: Drs. J. Asjes
Manager Integratie

Handtekening:



Datum: 15 mei 2020

Bijlage 1 Enquêtevragen

Tabel 11 Overzicht van de enquêtevragen over de Beach clean-up tour 2013 t/m 2019. Om vergelijking mogelijk te maken zijn de oorspronkelijke vragen iets aangepast tot een uniforme opzet.

Enquêtevragen	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Meegenomen in de analyse							
Categorie: Motivatie							
Bent u thuis of in uw vrije tijd ook betrokken bij andere op het milieu gericht initiatieven?							1
Denkt u dat uw meehelpen aan de Beach Clean-up Tour bijdraagt aan het op de lange termijn verminderen van de plasticsoep?							1
Heb je een dag vrij genomen om deel te nemen aan dit evenement?					1	1	1
Heeft het weer invloed op jouw deelname? Zou je ook het strand willen schoonmaken bij slecht(er) weer?					1		
Hoe groot is de kans dat je Boskalis Beach Clean-up Tour aanbeveelt bij vrienden, familie en/of collega's?			1				
Wat is jouw belangrijkste motivatie geweest om met een etappe mee te helpen?	1	1	1	1	1	1	1
Wil je volgend jaar weer meedoen?					1	1	1
Zou je de Beach Clean-up Tour aanraden aan anderen?					1	1	1
Zou je ook meedoen als we de Beach Clean-up Tour in een ander seizoen zouden organiseren?					1	1	1
Categorie: Persoonlijk (hobby, werk, gezin, etc.)							
Hoe vaak bezoek je gemiddeld het Nederlandse strand aan de Noordzee?			1				
In welke categorie valt jouw hobby? (Meerdere antwoorden mogelijk)			1				
In welke sector ben je werkzaam? (Meerdere antwoorden mogelijk)			1				
Lees je een krant? Zo ja welke: (Meerdere antwoorden mogelijk)			1				
Van welke (social) media maak je gebruik? (Meerdere antwoorden mogelijk)			1				
Wat is je geboortedatum?			1				
Wat is je geslacht?			1				
Wat is je gezinssituatie? (Meerdere antwoorden mogelijk)			1				
Wat is je leeftijd?				1			
Wat is je woonplaats?			1	1			
Wat voor opleiding(en) heb je gevolgd? (Meerdere antwoorden mogelijk)			1				
Welk(e) strand(en) en strandpaviljoen(s) bezoek je het meeste?			1				
Categorie: Waar/wanneer/hoe (jaar, welke etappe, vervoer)							
Heb je de hele etappe of een gedeelte meegelopen?	1	1		1			
Hoeveel etappes heb je in totaal meegelopen?			1				
In welk jaar heb je meegedaan aan de Beach Clean-up Tour? (Meerdere antwoorden mogelijk)			1				
Met welk vervoersmiddel ben je naar de etappe gekomen?		1		1			
Was je tijdens jouw etappe van de Beach Clean-up:					1	1	1
Welke etappe(s) heb je gelopen?	1	1		1	1	1	1

Enquêtevragen	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Niet meegenomen in de analyse							
Categorie: Feedback (cijfer, tips, wat vind je van.., etc.)							
Geef een algemeen cijfer voor de Beach Clean-up	1	1		1	1	1	1
Heb je algemene opmerkingen, tips of verbeterpunten voor de Beach Clean-up Tour?	1	1	1	1	1	1	1
Kun je aangeven welke van onderstaande materialen je graag wilt gebruiken tijdens een opruimactie?	1						
Wat is volgens jou de beste maand om de tour te organiseren?		1		1			
Wat verwacht je dat Stichting De Noordzee tijdens de Boskalis Beach Clean-up Tour voor jou als deelnemer organiseert						1	1
Wat vind je de beste lengte van de tour?				1			
Wat vind je van de lengte van één etappe?		1		1	1	1	1
Wat vond je van de 100-meter telling (meestal aan de start van de etappe)?	1						
Wat vond je van de begeleiding van Stichting De Noordzee?	1						
Wat vond je van de beschikbare materialen voor deelnemers?	4			2			
Wat vond je van de briefing in de ochtend?	1	1		1	1	1	1
Wat vond je van de verzamel- en starttijd	1			1			
Wat vond je van het dagteam dat de Beach Clean-up begeleidde? (Toelichting bij optie 'anders')					1	1	1
Wat zijn jouw verwachtingen tijdens een Beach Clean-up?					1		
Vind je dat de tour gedurende één maand moet plaatsvinden, of gedurende een kortere periode (waarbij er op één dag meerdere etappes tegelijk plaatsvinden)?		1					
Wat vond je van de informatie vooraf via de mail en website?	1	1		1	1	1	1
Wat vond je van de starttijd (10.00 uur)?		1					
Wat vond je van de informatiematerialen op de inschrijftafel?		1					
Wat vond je van de snacks van de Plus?		1					
Wat vond je van het petje?		1					
Wat vond je van de 100-meter telling?		1					
Heb je nog tips voor de begeleiding?		1		1			
Categorie: Overig/administratief							
Extra: Als je mee wilt doen om een KRNWTR-bidon te winnen vul dan hier jouw adres in:					1		
Hoe heb je gehoord van de My Beach Clean-up Challenge?	1						
Ik geef toestemming dat de gegevens van deze enquête ook gebruikt mogen worden door andere partijen dan Stichting De Noordzee voor data-analyse en onderzoek.							1
Indien je een pakketje wilt ontvangen in mei / juni: super! Wat is je naam + adres?			1				
Tijdstempel	1	1	1	1	1	1	1
Wat is je naam?				1	1	1	
Wat is je emailadres?				1	1		
Misschien meenemen in de analyse							
Categorie: Feedback (cijfer, tips, wat vind je van.., etc.)							
Heb je ideeën over hoe we meer mensen kunnen enthousiasmeren om een etappe mee te lopen?	1	1		1			
Categorie: Motivatie							

Enquêtevragen	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Als je een gedeelte hebt meegelopen, wat was de reden dat je niet de hele etappe hebt meegelopen?		1		1			
Als je je wel hebt opgegeven; maar toch niet aanwezig was; kun je aangeven waarom dat was?					1	1	1
Heb je met plezier meegedaan?					1	1	1
Hoe beïnvloedt uw deelname aan de Beach Clean-up Tour de manier waarop u in uw dagelijks leven omgaat met zwerfafval?							1
Hoe ben je teruggekomen (aan het eind van de etappe)?	1						
Vind je dat we met de tour de h�ele Noordzeekust moeten schoonmaken of dat we alleen zogenaamde 'hotspots' moeten aanpakken?		1		1			
Categorie: Overig/administratief							
Wil je ons helpen met de promotie van de Boskalis Beach Clean-up Tour?			1				
Totaal aantal vragen	19	21	19	23	21	18	21

Bijlage 2 Etappes

De etappes van zuid naar noord in de periode 2013-2016 zijn als volgt:

Etappe 1	Cadzand - Breskens
Etappe 2	Vlissingen - Westkapelle
Etappe 3	Domburg - Vrouwenpolder
Etappe 4	Burgh Haamstede - Renesse
Etappe 5	Brouwersdam, Ouddorp - Ouddorp
Etappe 6	Kwade Hoek
Etappe 7	Rockanje - Oostvoorne
Etappe 8	Maasvlakte
Etappe 9	Hoek van Holland - Monster
Etappe 10	Monster - Scheveningen
Etappe 11	Scheveningen - Wassenaar
Etappe 12	Wassenaar - Noordwijk
Etappe 13	Noordwijk - Langevelderslag
Etappe 14	Langevelderslag - Zandvoort
Etappe 15	Zandvoort - IJmuiden
Etappe 16	Velsen-Noord - Castricum
Etappe 17	Castricum - Bergen aan Zee
Etappe 18	Bergen aan Zee - Camperduin
Etappe 19	Petten - Callantsoog
Etappe 20	Callantsoog - Den Helder
Etappe 21	Texel: Paal 9 - Paal 17
Etappe 22	Texel: Paal 17 - zuidkant slufte
Etappe 23	Texel: noordkant Slufte - vuurtoren
Etappe 24	Vlieland: Reddingbootpad - Pad van 20
Etappe 26	Terschelling: Groene Strand - Badweg
Etappe 27	Terschelling: Badweg - Oosterender Badweg
Etappe 28	Terschelling: Oosterender Badweg - Noordkaap
Etappe 29	Ameland: Oranjeweg - Strandweg
Etappe 30	Ameland: Strandweg - Oerduinen
Etappe 31	Schiermonnikoog: Badweg - Oosterzand

De etappes in de periode 2017-2019 zijn:

N1	Schiermonnikoog (Paviljoen de Marlijn) - Schiermonnikoog (Paviljoen de Marlijn)
Z1	Cadzand (Moio Beach) - Groede (Paviljoen Puur)
N2	Schiermonnikoog (Paviljoen de Marlijn) - Schiermonnikoog (Paviljoen de Marlijn) Natuurmonumenten etappe
Z2	Vlissingen (Panta Rhei) - Zoutelande (Paviljoen Zeeuwse Riviera)
N3	Ameland (Paviljoen 't Strandhuys) - Ameland (Paviljoen 't Strandhuys)
Z3	Neeltje Jans (Atlantis) - Neeltje Jans (Atlantis)
N4	Terschelling (Paviljoen Zandzeebar) - Terschelling (Paviljoen Zandzeebar)
Z4	Westenschouwen (Sand and Pepper) - Renesse (Paviljoen Zeelust) DUPI Group-etappe
N5	Terschelling (Paviljoen West aan Zee) - Terschelling (Paviljoen West aan Zee)
Z5	Brouwersdam (Natural High) - Ouddorp (Strandtent Iloon)
N6	Vlieland (Paviljoen 't Badhuys) - Vlieland (Paviljoen 't Badhuys)
Z6	Kwade Hoek 1 (Paviljoen C-side) - Kwade Hoek 1 (Paviljoen Paal 10) Natuurmonumenten etappe
N7	Texel (Paal 28) - Texel (Paal 28)
Z7	Kwade Hoek 2 (Paviljoen C-side) - Kwade Hoek 2 (Paviljoen Paal 10)
N8	Texel (Ecomare) - Texel (Paal 9) Werelderfgoed etappe
Z8	Rockanje (Beachclub Havana) - Oostvoorne (Restaurant aan Zee)

-
- N9 Huisduinen (Restaurant Storm aan Zee) - Grote Keeten (Paviljoen De Princen Keet)
 - Z9 Maasvlakte (Paviljoen Stormvogel) - Maasvlakte (Paviljoen Stormvogel) Hondenetappe
 - N10 Petten (Paviljoen Zee & Zo) - Noordelijke etappe Dubbele etappe: Bultrug
 - N10 Petten (Paviljoen Zee & Zo) - Zuidelijke etappe Dubbele etappe: Zeehond
 - Z10 Hoek van Holland (Beachclub Royal) - Monster (Bondi Beachclub) Filter etappe
 - N11 Hargen aan Zee (Paviljoen Hargen) - Egmond aan Zee (Nautilus aan Zee)
 - Z11 Monster (Bondi Beachclub) - Kijkduin (Beachclub People)
 - N12 Egmond aan Zee (Nautilus aan Zee) - Castricum aan Zee (Paviljoen Zeezicht)
 - Z12 Scheveningen (The Shore) - Wassenaar (Paviljoen Sport) Chefs voor Goede Vis etappe
 - N13 Castricum aan Zee (Paviljoen Zeezicht) - Wijk aan Zee (DITTIS Sunsea) Sportieve etappe
 - Z13 Wassenaar (Strandpaviljoen Sport) - Noordwijk (Strandpaviljoen De Zeemeeuw) Maritieme etappe

 - N14 Wijk aan Zee (DITTIS Sunsea) - Velsen-Noord (Paviljoen Aloha) Familiedag
 - Z14 Noordwijk (Koele Costa) - Langevelderslag (Strandrestaurant Nederzandt)
 - N15 IJmuiden (Paviljoen Noordzee) - Zandvoort (Paviljoen Ahoi) Einde NOORD • Finish en eindfeest

 - Z15 Langevelderslag - Zandvoort (Paviljoen Ahoi) Einde ZUID • Finish en eindfeest

Bijlage 3 Motivaties

Tabel 12 Ingevulde motivaties ingedeeld per motivatie categorie. Per respondent zijn meerdere motivaties mogelijk

Motivatie	Bewustwording	Combinatie natuur/milieu	Educatief	Goed doen (natuur, milieu,	Netwerken	Opruimen, schoon strand,	Overig	Plastic soep	Sportief, gezond en gezellig	Werk
Aandacht vragen voor het probleem	1									
Actie i.p.v. ergernis						1				
Bekenden die ik per Facebook heb uitgenodigd om mee te lopen							1			
Bewustwording van 'hun' strand.	1									
Broertje helpen met maatschappelijk project voor school							1			
De fysieke uitdaging									12	
De wens vrijwilligerswerk te doen met ons gezin tijdens vakantie				1						
Dus mijn persoonlijke motivatie had geen invloed op het meelopen.				1						
Een gezellig dagje met vriend(en) / familie op het strand									19	
Even niet alleen zijn									1	
Het was een bewolkte dag (in het begin)							1			
Iets concreets doen tegen de plastic soep in zee								1		
Iets om handen hebben om te doen							1			
Ik houd van een sportieve uitdaging									66	
Ik vind het geschikt als uitje met collega's										13
Ik vind het geschikt als uitje met familie										26
Ik vind het geschikt als uitje met vrienden										36
Ik vind het leuk om aan een strandactiviteit mee te doen in de zomervakantie										91
Ik wil bijdragen aan oplossingen voor de plastic soep in zee								34		
Ik wil niet alleen maar praten over dat er vuil ligt						1				
Ik wilde graag iets gezonds doen										14
Inzicht verwerven	1									
Leuk en educatief			1							
Maar ook actie ondernemen						1				

Motivatie	Bewustwording	Combinatie natuur/milieu	Educatief	Goed doen (natuur, milieu,	Netwerken	Opruimen, schoon strand,	Overig	Plastic soep	Sportief, gezond en gezellig	Werk
Meehelpen rommel op te ruimen						1				
Mijn jonge kinderen meegenomen							1			
Netwerken met de mensen achter My Beach (vanuit Ghost Fishing)				1						
Omdat hij een spreekbeurt over plastic soep had gehouden op school							1			
Voor mij was het ook een heerlijke strandwandeling met een missie.		1								
Wandelen en een dagje strand									1	
Wellicht iets bewuster gemaakt. Daarnaast was het heel leuk om eens niet helemaal alleen rotzooi op het strand te ruimen.						1				
Werk gerelateerd										1
Wilde zelf meemaken wat de clean-up in hield							1			
Artikel voor de krant							1			
Belangrijk om bij te dragen. Aantal deelnemers in Cadzand is al jaren minimaal.	1									
Bewustzijn creëren bij anderen	1									
Bijdragen aan oplossingen voor de plastic soep in zee en bewustwording van zwerfafval op het strand	1									
Combinatie van zwerfafval opruimen						1				
Combinatie: dagje strand, opruimen iets gezonds doen		1								
Dagje met collega's										1
De combi.. Fysiek en een bijdrage leveren om troep op te ruimen.		1								
De combinatie van bijdragen aan het milieu, een dag op het strand én iets gezonds doen.		1								
De fysieke uitdaging									2	
De fysieke uitdaging, ik wilde graag iets gezonds doen									1	
De hond een leuke dag bezorgen									1	
Deelname aan een goed doel en een inspiratie en voorbeeld voor anderen om hun levensstijl te veranderen en positief mee te dragen aan de vervuiling van onze mooie wereld	1									
Dorian meehelpen ;)							1			
Een actieve stranddag									131	
Een dagje op het strand									10	

Motivatie	Bewustwording	Combinatie natuur/milieu	Educatief	Goed doen (natuur, milieu,	Netwerken	Opruimen, schoon strand,	Overig	Plastic soep	Sportief, gezond en gezellig	Werk
Een gezellig dagje met vriend(en) / familie op het strand								1		
Een gezellig dagje met vrienden / familie op het strand								9		
Een gezellige actieve dag op een Waddeneiland en tevens wat aan de troep doen		1								
Een gezellige en educatieve stranddag								114		
Een leermomentje voor mijn dochter			1							
Een schoon strand, zonder menselijk afval						1				
En het statement maken: kijk hoeveel rommel we vinden	1									
Ergenis inzetten in iets nuttigs						1				
Gewoon een dagje aan het strand								1		
Gewoon een dagje aan het strand; even niet alleen zijn; iets om handen hebben om te doen; het was een bewolkte dag (in het begin); iets concreets doen tegen de plastic soep in zee;								1		
Gewoon vuilrapen op t strand						1				
Het strand schoonmaken						1				
Het strand schoonmaken als eerbetoon aan mijn paso verleden vriendin						1				
Iets doen aan de Plastic Soep								265		
Iets doen aan de plasticsoep								390		
Iets doen en mijn kinderen bewust maken	1									
Iets goeds doen				1						
Iets nuttigs doen gecombineerd met dagje eruit en mensen leren kennen		1								
Iets terug doen voor het plezier wat ik met mijn gezin jaarlijks aan het strand beleef				1						
Ik heb voor het vierde jaar meegelopen, ik kom verder nooit op het strand. Opruimen vond ik een leuk initiatief.						1				
Ik houd van een sportieve uitdaging								5		
Ik houd van wandelen en woon in de buurt. Dit is een mooie manier om het aangename met het nuttige te combineren		1								
Ik ruim wekelijks delen van het strand op, en nu met heel veel mensen tegelijk, leuk en nuttig!		1								
Ik vind het geschikt als uitje met collega's										8
Ik vind het geschikt als uitje met familie								1		
Ik vind het geschikt als uitje met vrienden								1		

Motivatie	Bewustwording	Combinatie natuur/milieu	Educatief	Goed doen (natuur, milieu,	Netwerken	Opruimen, schoon strand,	Overig	Plastic soep	Sportief, gezond en gezellig	Werk
Ik vind het leuk om aan een strandactiviteit mee te doen in de zomervakantie								9		
Ik wil bijdragen aan oplossingen voor de plastic soep in zee							296			
Ik wil graag iets goeds doen voor de natuur			64							
Ik wil iets doen aan de plastic soep							231			
Kijken waar mijn grens ligt en hoever ik er overheen kan gaan						1				
Lekker op het strand én nuttig bezig		1								
Leuk om met gelijkgestemden de rommel op het strand op te ruimen		1								
Lid van het Specific team						1				
Liefde voor de natuur			1							
Marchien						1				
Met collega's een bijdrage leveren aan jullie mooie initiatief en dagje uitwaaien!		1								
Met collega's het strand opruimen									1	
Met kind en kleinkinderen						1				
Met medestanders het strand opruimen					387					
Mijn strand schoonmaken					1					
Mijn vrienden								1		
Mijn zoon wilde meelopen						1				
MVO bezig zijn			1							
Netwerken				1						
Nuttige (strand ruimen) combineren met aangename (strand en vrienden)		1								
Onze werkgever EMC staat toe dat wij 3 dagen per jaar betaald aan een goed doel te besteden.									1	
Opruimen van het strand					1					
Opruimen, netwerken en singles ontmoeten.		1								
Oranje handschoenen						1				
Persoonlijk stil protest tegen zwerfafval	2									
Samen met kids bewust worden van al het afval	1									
Samen met kleinkinderen iets leuks en educatiefs doen			1							
Samen met mijn kind(eren) iets doen wat leuk én educatief is			22							
Signaalfunctie van het project versterken	1									
Te lang voor kinderen						2				

Motivatie	Bewustwording	Combinatie natuur / milieu	Educatief	Goed doen (natuur, milieu,	Netwerken	Opruimen, schoon strand,	Overig	Plastic soep	Sportief, gezond en gezellig	Werk
Team activiteit van werk										1
Troep op het strand opruimen						1				
Voor ons is het een kleine extra vakantie.							1			
Was een georganiseerd bedrijfsuitje; dus mijn persoonlijke motivatie had geen invloed op het meelopen.										1
Werk van Stichting De Noordzee ondersteunen				269						
Young Boskalis							1			
(Blank)										
Grand Total	13	13	25	33 9	2	40 2	19	12 17	55 4	27

Wageningen Marine Research
T +31 (0)317 48 09 00
E: marine-research@wur.nl
www.wur.eu/marine-research

Wageningen Marine Research levert met kennis, onafhankelijk wetenschappelijk onderzoek en advies een wezenlijke bijdrage aan een duurzamer, zorgvuldiger beheer, gebruik en bescherming van de natuurlijke rijkdommen in zee-, kust- en zoetwatergebieden.

Bezoekers adres:

- Ankerpark 27 1781 AG Den Helder
- Korryngaweg 7, 4401 NT Yerseke
- Haringkade 1, 1976 CP IJmuiden



Wageningen Marine Research is onderdeel van Wageningen University & Research. Wageningen University & Research is het samenwerkingsverband tussen Wageningen University en Stichting Wageningen Research en heeft als **missie**: 'To explore the potential of nature to improve the quality of life'
