

**Projectplan**  
**Verduurzaming stadsbrede evenementen met behulp van één statiegeldbekersysteem**  
*Samen pakken we de wegwerpcultuur aan*  
*“Van pionieren naar borgen”*  
**2019 – 2020**

### Inleiding

Het Europees Parlement heeft in maart 2019 een nieuwe wet goedgekeurd die het gebruik van wegwerpplastics vanaf 2021 terugdringt en/of verbiedt. Het is een plan van EU-commissarissen Frans Timmermans (Betere Regelgeving) en Jyrki Katainen (Groei). De wet werd goedgekeurd met 571 stemmen voor en 53 tegen. Plastic belandt nu vaak als zwerfvuil op straat of in zee. Vissen, vogels, walvissen en schelpdieren eten het op en worden daar ziek van. Bovendien komt het plastic zo uiteindelijk ook in het voedsel van mensen terecht. De commissie noemt al het wegwerpplastic een verspilling van grondstoffen. En verspilling is weer slecht voor de economie. Brussel hoopt dat dit verbod organisaties aanspoort met duurzame alternatieven te komen.

Onder leiding van de werkgroep LeidsGlas hebben ondernemers, ondernemers- en brancheverenigingen, organisatoren, maatschappelijk partners en gemeente Leiden begin 2019 de handen ineen geslagen. Samen hebben zij zich ingezet om tijdens stadsbrede evenementen plastic wegwerpbekers te vervangen door herbruikbare statiegeldbekers. Hiertoe behoren de evenementen Koningsdag (2 dagen), Lakenfeesten (4 dagen), Leidens Ontzet (2 dagen) en de Winter Wonder Weken (30 dagen). In totaal worden hiermee ruim één miljoen wegwerpbekers per jaar vervangen door statiegeldbekers, die voor 98% geretourneerd worden en niet op straat en in het water belanden.

De introductie vond plaats tijdens Leidens Ontzet op 2 en 3 oktober 2019. 300.000 bezoekers dronken uit een herbruikbare beker met €1,- statiegeld die bij alle barren in de stad geretourneerd kon worden. Het gebruik van één systeem, zodat alle bezoekers overal hun beker konden inleveren, is uniek in Nederland. Het resultaat was boven verwachting. Slecht 1,8% van de bekens werd niet teruggebracht. Normaal ligt dit percentage bij evenementen die op een afgesloten terrein plaatsvinden rond de 5% bij een statiegeld bedrag van € 1,-. Een klein deel van de 1,8% belandde op straat en in de gracht. Uit onderzoek is gebleken dat het merendeel werd teruggevonden in de prullenbakken of mee naar huis werd genomen. De straten waren door het gebruik van statiegeldbekers tot diep in de nacht schoon.

Er is een intensief traject voorafgegaan om dit gezamenlijke resultaat te bereiken. Dit traject bestond uit een verkennende, voorbereidende en uitvoerende fase. In de verkennende fase stonden de uitgangspunten en het creëren van draagvlak centraal. In de voorbereidende fase het in kaart brengen van de benodigde middelen (bekers, beleid, fondsen), marketingtools en logistieke proces. In de laatste fase ging de aandacht uit naar een succesvolle exercitie en de evaluatie (effect, be good and tell it, verbeterpunten). De verschillende fases staan uitgebreid omschreven in het projectplan ‘LeidsGlas 2019’ wat op te vragen is bij Centrummanagement Leiden. Het behaalde resultaat wordt ook toegeschreven aan de goede publiek-private samenwerking die geborgd is in de werkgroep LeidsGlas. Zowel de gemeente, ondernemers, organisatoren en de maatschappelijke partners zijn een groot voorstander van



voortzetting van de werkgroep in 2020 om één statiegeldsysteem met herbruikbare bekertjes voor iedereen te waarborgen en zo het eenmalige gebruik van plastic tegen te gaan. De evaluatie is begin 2020 gereed en is ook op te vragen bij Centrummanagement Leiden.

Terwijl de evaluatie nog gaande is, wordt de werkgroep LeidsGlas gevraagd om de kennis en het systeem te borgen. De stappen die we daarvoor moeten doorlopen, staan beschreven in dit projectplan.

### **Van pionieren naar borgen**

2019 stond in het teken van pionieren. In 2020 zijn de inspanningen erop gericht om het systeem door te ontwikkelen, te borgen en alle kennis en documentatie beschikbaar te stellen in een gratis te gebruiken toolkit en kennisbijeenkomsten. In dit projectplan lichten we de doelstellingen en uitgangspunten toe waarmee het wegwerpgedrag aangepakt wordt. Daarnaast beschrijven we de activiteiten die we uitvoeren om het systeem te borgen en de kennis te kunnen delen met ketenpartners, organisatoren en gemeenten. Tot slot benoemen we de samenwerkende partijen. Bij dit plan behoren 3 bijlagen: impressie beeldmateriaal, begroting en partneroverzicht.



## Doelstellingen

### Kwalitatieve doelstellingen:

- Het straatbeeld en de stad aantrekkelijker houden tijdens evenementen.
- Gebruiksvriendelijk systeem invoeren voor ondernemers en bezoekers.
- Uitstralen dat we als stad vooruitstrevend zijn en onze verantwoordelijkheid pakken.
- De wegwerpcultuur en eenmalig gebruik veranderen door het gedrag te beïnvloeden door het uitdragen van de noodzaak (plastic gebruik), meerwaarde (schoner, minder afval) en gebruiksvriendelijkheid (uitleg systeem) in de communicatie vooraf, tijdens en na afloop.
- Een statiegeldsysteem gebruiken als tool om de duurzaamheidsambities van Leiden en het merk 'Leiden' uit te dragen.
- Toekomstbestendige samenwerking bewerkstelligen tussen organisatoren, ondernemers, maatschappelijke partners en gemeente.

### Kwantitatieve doelstellingen:

- Zichtbaar en meetbaar terugdringen van het vuil op straat en in de grachten.
- Besparing op schoonmaakkosten.
- Kosten gelijk houden of beperken voor ondernemers en bezoekers.
- Eén systeem met heldere campagne waar alle ondernemers en organisatoren gebruik van maken.
- Uitvalpercentage van bekers onder de 5% houden.
- 'Statiegeld opbrengst' niet geretourneerde bekers komt ten goede aan het tegengaan van de wegwerpcultuur van plastic.
- Sluiten van de kunststofketen, doordat afgeschreven bekers gerecycled worden in een ander product.
- Het beleid om geopend blik, PET-flesjes en glas op evenemententerreinen te verbieden/ontmoedigen zichtbaar maken.
- Opzetten van zelfstandig 'Leids' construct waar ondernemers en organisatoren terecht kunnen om de producten af te nemen ten behoeve van (stadsbrede) evenementen.

### Uitgangspunten:

#### 1. Beleid: verplicht en stimuleer

1. Verplichting gebruik statiegeldbekers voor alle stadsbrede evenementen.
2. Verplicht gebruik van één statiegeldbekersysteem (inname en uitgiften van alle bekers door alle ondernemers en organisatoren) bij stadsbrede evenementen.
3. Ontmoedigen verkoop en aanbiedingen van drank door (nacht)winkels.
4. Verbied geopend blik, PET-flesjes en glas op evenemententerrein door beleid en campagne.

#### 2. Logistiek & marketing: één systeem voor iedereen

1. Alle horeca-ondernemers gebruiken hetzelfde statiegeldbekersysteem waarbij de bezoekers hun statiegeldbeker bij alle barren (met een evenementenvergunning, standplaatsvergunning of buitentap) in kunnen inleveren.
2. Beperk het aantal verschillende soorten bekers.
3. Investeer besparing afvalkosten in het gezamenlijk systeem en extra beheer.
4. Verzorg een bewustwording en activatie campagne.



3. Organisatie: draaqlak

1. Organiseer een nauwe samenwerking tussen de verschillende stakeholders en leg verbinding met maatschappelijke partners/fondsen.
2. Zet een zelfstandig 'Leids' construct op ten behoeve van levering bekers, communicatie-uitingen, etc.
3. Be good and tell it: verzamel, bundel en deel de opgedane kennis.



## 1. Beleid: *verplicht en stimuleer*

1. *Verplichting gebruik statiegeldbekers voor alle stadsbrede evenementen.*
2. *Verplicht gebruik van één statiegeldbekersysteem (inname en uitgften van alle bekers door alle ondernemers en organisatoren) bij stadsbrede evenementen.*

Om het eenmalig gebruik van plastic te verminderen, is in overeenstemming met ondernemers, organisatoren en brancheverenigingen in maart 2019 het statiegeldbekersysteem verplicht door de gemeente. Daarnaast heeft de werkgroep LeidsGlas zich ingezet om het wegwerpgedrag verder terug te dringen door de invoering van één systeem, zodat de bekers bij alle barren ingeleverd kunnen worden. Om dit te realiseren is, naast het beleid, ook een samenwerking aangegaan met een aantal maatschappelijke partners waaronder de Provincie Zuid-Holland, Hoogheemraadschap van Rijnland, Heineken, Grolsch en Coca-Cola. De combinatie van de lokale samenwerking en de steun van de maatschappelijke partners hebben ertoe bijgedragen dat het invoeren van één systeem uitvoerbaar en betaalbaar werd. Parallel hieraan is het gebruik van één systeem verplicht geworden bij stadsbrede evenementen. Om ervoor te zorgen dat het goede gedrag gestimuleerd werd en het ongewenste gedrag werd aangepakt, heeft de werkgroep LeidsGlas zich ingezet om extra handhaving, prullenbakken, clean teams en communicatie-uitingen te faciliteren. Hierdoor bleven de straten en grachten extra schoon.

3. *Ontmoedig verkoop en aanbiedingen van drank door (nacht)winkels.*
4. *Verbied geopend blik, PET-flesjes en glas op evenemententerrein door beleid en campagne.*

In de gesprekken met de brancheverenigingen Koninklijke Horeca Nederland en Café Vereniging Leiden werd al snel duidelijk dat ze positief zijn over het aanpakken van het wegwerpgedrag. Ze maken zich echter grote zorgen over de extra kosten voortkomende uit de nieuwe regelgeving, de mogelijke toename van het meenemen van eigen drank en de logistieke operatie. Zoals bij punt 1 en 2 is aangegeven, waren de inspanningen in 2019 erop gericht om de regelgeving door te voeren en de logistieke operatie betaalbaar te houden. De werkgroep gaat in de borgingsfase (2020) in gesprek met de supermarkten en nachtwinkels om hen bewust te maken van het effect van hun handelen. Het doel van de gesprekken is om samen met hen tot een werkbare oplossing te komen waarbij we ons moeten realiseren dat we hen niet kunnen verbieden om de drank te verkopen. Tegelijkertijd wordt in de Algemeen Plaatselijke Verordening opgenomen dat geopend blik, PET-flesjes en glas niet toegestaan zijn op aan te wijzen evenementengebieden. Op deze wijze houden we de stadsbrede evenementen gratis toegankelijk en kan het gesprek gevoerd worden om door te ontwikkelen in kwaliteit, veiligheid en duurzaamheid.



## 2. Logistiek & marketing: één systeem voor iedereen

1. *Alle horeca-ondernemers gebruiken hetzelfde statiegeldbekersysteem waarbij de bezoekers hun statiegeldbeker bij alle bars (met een evenementenvergunning, standplaatsvergunning of buitentap) in kunnen inleveren.*
2. *Beperk het aantal verschillende soorten bekers.*

In 2019 is de werkgroep LeidsGlas erin geslaagd om één systeem in te voeren waaraan alle ondernemers meededen. Ongeacht het formaat glas, met of zonder logo, konden alle glazen ingeleverd worden bij alle bars. Dit systeem voldeed aan een aantal randvoorwaarden waardoor het voor ondernemers en bezoekers werkbaar/aantrekkelijk was:

- Breed assortiment: standaard formaten bekers voor bier, fris en wijn, grotere bekers, pitchers ten behoeve van het geven van rondjes en bekers voor warme dranken.
- Gesloten systeem: om te voorkomen dat barren teveel of te weinig statiegeld uitgeven/ontvangen ten opzichte van het aantal bekers dat zij hebben besteld, vindt er achteraf verrekening plaats waardoor iedereen op '0' uitkomt.
- Een bestelportal: waarop ondernemers bekers, materialen en communicatie-uitingen kunnen bestellen.
- Levering: bekers, materialen en communicatie-uitingen dienen voorafgaand aan het evenement geleverd te worden. Onverwachtse tekorten worden aangevuld vanuit een centraal depot.
- Eindfactuur met verrekening korting: door bijdrage gemeente en maatschappelijke partners.

Op basis van de randvoorwaarden heeft de werkgroep LeidsGlas een pakket van eisen opgesteld waarmee een uitvraag is gedaan bij potentiële leveranciers. In totaal hebben vier kandidaten deelgenomen aan de uitvraag en hebben twee kandidaten, die voldeden aan de eisen, zichzelf gepresenteerd op een bijeenkomst met organisatoren en ondernemers. De keuze is gevallen op de organisatie die de volledige operatie kon uitvoeren op een zo'n duurzaam mogelijke manier. Vervolgens zijn er afspraken gemaakt met de gekozen leverancier over het assortiment, bestelportal, trainingen, presentatie ten behoeve van levering van bekers, overige ondersteunende materialen en facturatie.

### 3. *Investeer besparing afvalkosten in het gezamenlijk systeem en extra beheer.*

In de implementatiefase is gebleken dat goede voorlichting en het zichtbaar tussentijds schoon houden van de stad het gewenste retourgedrag dusdanig stimuleert dat de stad schoon blijft. Zodoende pleit de werkgroep voor een structurele inzet van extra afvalbakken, informatie, een bekeropslaglocatie en inzet van de afdeling beheer van de gemeente tijdens evenementen. Deze kosten kunnen deels uit de besparing van afvalkosten worden bekostigd.

### 4. *Verzorg een bewustwording en activatie campagne*

Om de bezoekers van de evenementen voorafgaand goed te kunnen informeren, is een campagne ontwikkeld. Deze campagne is enerzijds bedoeld om bezoekers te informeren over hoe de statiegeldbekers werken, aan te sporen afval in de prullenbak te gooien en geen eigen drank mee te nemen. Anderzijds willen we bekendheid geven en commitment creëren voor dit initiatief in algemene zin: Leiden en partners werken aan een duurzame toekomst en gaan de wegwerpcultuur tegen, bijvoorbeeld door het gebruik van statiegeldbekers. Zo voorkomen we zwerfafval en dringen we eenmalig gebruik van plastic terug.



### 3. Organisatie: draagvlak

1. *Organiseer een nauwe samenwerking tussen de verschillende stakeholders en leg verbinding met maatschappelijke partners/fondsen.*

#### *Samenstelling werkgroep*

De werkgroep LeidsGlas bestaat uit een afvaardiging van de branche- en ondernemersverenigingen Koninklijke Horeca Nederland, Café Vereniging Leiden, Centrum Management Leiden, de 3 October Vereeniging en Gemeente Leiden. De kerngroep bestaat uit 4 personen. Ieder met de benodigde expertise waaronder beleid, marketing, inkoop en projectmanagement. Situationeel wordt er een beroep gedaan op expertise vanuit de afdelingen contractmanagement en communicatie. De werkgroep is in 2019 een partnership aangegaan met een aantal maatschappelijke organisaties en drankenleveranciers. We noemen dit de maatschappelijke partners. Zij dragen financieel bij en zetten hun denkkracht en communicatiemiddelen in ten bate van het project.

Centrummanagement : Erwin Roodhart  
Projectmanagers : Siebe Winnubst & Nilles Raken  
Gemeente Leiden : Wieke Bertina  
KHN : Ruud Witteman en Bob Meijer  
CVL : Wouter Vermeulen  
3 October Vereeniging : Bettina van Klaveren

#### *Maatschappelijke partners*

- Provincie Zuid-Holland
- Hoogheemraadschap
- Heineken
- Coca-Cola
- Grolsch
- Greenevents/ Plastic Promise

#### *Draagvlak*

Bij gedragsveranderingsprojecten zijn informeren, inspireren en activeren belangrijke fases die zorgvuldig doorlopen moeten worden. Door op regelmatige basis bijeenkomsten te organiseren met de stakeholders waarbij de uitgangspunten, vooruitgang en inspelen op de behoefte vanuit ondernemers centraal staan, wordt er draagvlak gecreëerd. Dit zal in 2020 deel uit blijven maken van de inspanningen van de werkgroep, omdat nog niet alle ondernemers, organisatoren, sport- en studentenverenigingen geïnformeerd en aangesloten zijn.

#### *Autoriteit*

Op basis van het beleid en de behoefte van de stakeholders worden zij geraadpleegd en kunnen zij adviseren. We leggen keuzes aan hen voor tijdens de bijeenkomsten. Hierdoor worden er gezamenlijk keuzes gemaakt die breed gedragen worden.



### *Financiering*

De kosten voor de periode Leidens Ontzet 2019 t/m de Winter Wonder Weken 2020 worden grotendeels bekostigd door de gemeente en maatschappelijke partners. Er is sprake van een aflopende korting met als doel dat de ondernemers vanaf 2021 de kosten volledig zelf dragen. De werkgroep blijft zich inzetten in 2020 om extra bijdragen te genereren vanuit fondsen, gemeente en leveranciers van dranken. Daarbij wordt gezocht naar een duurzaam construct op basis van het principe dat iedereen mee investeert om de vervuiling door plastic tegen te gaan.

### *2. Opzetten zelfstandig 'Leids' construct ten behoeve van levering bekens, communicatie-uitingen, etc. Plan van aanpak: Van pionieren naar borgen*

In 2020 zijn de inspanningen erop gericht om het systeem door te ontwikkelen en te borgen. Denk onder andere aan een gezamenlijke inkooporganisatie en het verankeren van stadsbrede distributie, communicatie, benodigd beleid en diensten.

Het stadsbrede systeem vraagt van aanbieders om tot een integraal aanbod te komen waarbij bekens en stadsbrede distributie geleverd worden. In de praktijk blijkt dit nog onvoldoende te functioneren. Om het systeem door te ontwikkelen en te borgen jagen we in 2020 enerzijds de markt aan om te investeren in de totaaloplossing. Anderzijds bewandelen we ook het pad waarbij de specialismes apart worden ingekocht. Denk hierbij aan een construct met aparte leveranciers van bekens, distributie en communicatie. Het systeem waar de keuze op gaat vallen wordt financieel gesteund door een bijdrage van de maatschappelijke partners. Deze wordt per evenement afgebouwd. Dit houdt dus in dat de bijdrage per ondernemer per evenement stijgt. Door deze aanpak zal begin 2021 er een organisatie opgericht moeten zijn die de bekens inkoop, distribueert en de communicatie richting ondernemers en bezoekers regelt. Daarnaast is deze organisatie het aanspreekpunt voor de ondernemers, organisatoren, brancheverenigingen, gemeente en andere maatschappelijke partners. Dit houdt in dat de werkgroep LeidsGlas zichzelf onmisbaar maakt en het systeem zonder extra steun kan functioneren.

### *Planning*

#### *Q1, Q2*

- Pakket van eisen opstellen t.b.v. scenario's;
- In kaart brengen van potentiële leveranciers van bekens, distributiesystemen, projectmanagement;
- Intakegesprekken met drankenleveranciers om hun behoefte en hun rol in kaart te brengen;
- Uitkomsten delen met ondernemers en organisatoren om tot keuzes te komen voor vervolgtraject;
- Start ontwikkeling toolbox;
- Samen met ondernemers, organisatoren en leveranciers maken van keuze uit scenario's;
- Voorbereidingen voor uitrol systeem t.b.v. Koningsdag;
- Opstellen van contracten, overeenkomsten en bewerkersovereenkomsten opstellen;
- Evaluatie systeem en werkvorm.

#### *Q3, Q4*

- Verder borgen van systeem en werkvorm;
- Toolbox ontwikkelen voor organisatoren en ondernemers in Leiden en regio met kennis, documentatie en handleidingen om het systeem te implementeren;
- Realisatie;
- Evaluatie.





3. *Be good and tell it: verzamel, bundel en deel de opgedane kennis.*

Leiden is de eerste stad die één statiegeldbekersysteem stadsbreed invoert. Daarmee is ze een groot voorbeeld voor andere steden en organisatoren. De kennis en ervaringen delen we graag, zodat niet alleen Leiden ontzet wordt van wegwerpplastic, maar alle steden en dorpen in het land.

Om hier een bijdrage aan te leveren, zal samen met Green Events het volgende ontwikkeld en georganiseerd worden:

- a) Kennisbijeenkomst voor circa 100 deelnemers, met name gemeenten en organisatoren (samen met de provincie Zuid-Holland).
- b) Bijeenkomst en rondleiding op de dag voor het Koningsdag evenement in Leiden. Hier kunnen belangstellenden zien en ervaren hoe het systeem in de praktijk werkt.
- c) Ontwikkelen van een toolkit welke dient als praktische handleiding voor implementatie van een systeem met herbruikbare bekers. Onderwerpen als bekerkeuze, borgsysteem, handling en reinigen komen aan de orde. Maar ook projectplannen, presentaties, draaiboeken, evaluaties en concrete middelen zoals communicatie-uitingen zullen hierin te vinden zijn.
- d) Procesbeschrijving welke als leidraad dient voor gemeenten die dit proces willen gaan doorlopen.

Kennis en behoeften worden daarbij opgehaald bij betrokken partijen in Leiden, maar ook bij de deelnemers aan deze bijeenkomsten.

Daarnaast deelt de werkgroep LeidsGlas op verzoek de kennis en ervaringen op bijeenkomsten van gemeenten, organisatoren en ondernemers in het land. Dit is al gebeurd bij onder andere de Nijmeegse Vierdaagse, de TT in Assen, gemeente Haarlem, gemeente Utrecht, gemeente Den Bosch, gemeente Apeldoorn, gemeente Amersfoort, gemeente Den Haag, gemeente Zwolle en de eigen veiligheidsregio. Ambassadeurs als Plastic Soup Surfer Merijn Tinga en studenteninitiatief CanalCups alsmede maatschappelijk partners kunnen ook een bijdrage in leveren bij deze kennisdeling.

Tot slot blijft de werkgroep LeidsGlas zich inzetten om zicht te ontwikkelen op het gebied van verduurzaming van evenementen, om deze kennis te delen tijdens de bijeenkomsten (gemiddeld drie per jaar) met Leidse ondernemers, organisatoren, etc. Op deze wijze willen we hen inspireren en activeren om nog meer maatregelen te nemen tegen wegwerpplastic en andere duurzame maatregelen te implementeren.

