

EVALUATIE STATIEGELDBEKERS

Leidens Ontzet 2019



LAATMENIETVALLEN.NL

LEIDEN
stadvanontdekkingen

RESULTAAT INVOERING STATIEGELDBEKERS ▶



25%

minder personeel ingezet voor de schoonmaak 's nachts.

98,2%

van de statiegeldbekers werd door de bezoekers weer ingeleverd.

SCHOONMAAKPLOEGEN

's ochtends 2 uur eerder klaar met schoonmaken.



DE STRATEN EN GRACHTEN WAREN OPVALLEND SCHONER DAN VOORGAANDE JAREN.

99%

van de bezoekers vindt het een goed idee om met statiegeldbekers de hoeveelheid afval te verminderen.



Ruim 5.000 kilo minder afval.

WAAROM VIERN WE LEIDENS ONTZET?

BEVRIJDING

van de Spanjaarden in 1574 op 2 & 3 oktober



FEEST IN DE HELE BINNENSTAD

Er is kermis, een optocht en we eten haring, wittebrood en hutspot.



250.000 bezoekers



25 podia



Meer dan 100 barren



150 optredens

LEIDENS ONTZET BEVRIJD VAN PLASTIC.



DE SLEUTEL TOT SUCCES



PRIMEUR IN NEDERLAND

Een gebruiksvriendelijk systeem: je kunt je beker bij elke bar in de stad weer inleveren.

STATIEGELDBEKER

Stevige plastic beker tot 200 keer her te gebruiken.



DOELEN

- Het terugdringen van het gebruik van wegwerpplastic.
- Het tegengaan van de wegwerpcultuur.

KOSTEN INVOERING ▶

SAMENWERKING TUSSEN

74 ondernemers/organisatoren

12 partners



RUIM 500.000 WEGWERPBEEKERS BESPAARD

Ter illustratie: als je alle bespaarde plastic bekers recht op achter elkaar zou zetten, beslaat dat ongeveer 42 kilometer. Dat is zes keer de afstand van de Singelloop!

42 KM AAN BEKERS BESPAARD

COLOFON

Januari 2020.

Opdrachtgever: Werkgroep LeidsGlas.

Beeldmateriaal: Buro JP en E. Roodhart.

Deze evaluatie is uitgevoerd in opdracht van de werkgroep LeidsGlas.

SAMENVATTING

Tijdens het Leidens Ontzet op 2 en 3 oktober wordt traditioneel de bevrijding van de Spanjaarden in 1574 gevierd. De viering is gratis toegankelijk en strekt zich uit over de gehele binnenstad. Dit jaar is tijdens het evenement voor het eerst gewerkt met een systeem van herbruikbare statiegeldbekers, die bij elke bar in de binnenstad konden worden ingeleverd. Op basis van de gegevens uit de afgenomen enquêtes en interviews is duidelijk geworden dat de invoering van het statiegeldbekersysteem zeer geslaagd is. Uit de cijfers en het straatbeeld bleek dat statiegeldbekers breed worden geaccepteerd door het publiek en de straten aanzienlijk schoner waren. Meer dan 500.000 plastic wegwerpbekers en ruim 5.000 kilogram aan zwerfafval zijn er door de invoering van het systeem bespaard. Van de statiegeldbekers werd 98,2% weer ingeleverd door de bezoekers bij één van de barren. De schoonmaakploegen waren in de ochtend van 3 oktober 2 uur eerder klaar met schoonmaken en hebben daarbij 25% minder personeel gebruikt in vergelijking met vorig jaar. In de grachten werd nauwelijks een beker teruggevonden.

De sleutel tot succes hierbij was, naast de ruim 250.000 welwillende bezoekers en 12 betrokken maatschappelijke partners, een effectieve publiek-private samenwerking. Alle partijen zijn het erover eens dat een gezamenlijk systeem cruciaal is om het statiegeldsysteem functioneel te houden. Aanbevolen wordt dan ook om de statiegeldbekers en het gezamenlijke systeem in de kern te behouden. Door middel van verdere doorontwikkeling van het bestaande systeem kunnen de punten die nu nog vooral als negatief ervaren werden, zoals de problemen met de leverancier en de standplaatshouders, in de toekomst worden verbeterd.

Ook moet, ten behoeve van de continuïteit van het systeem en de financiering, onderzocht worden of een overkoepelende organisatie de rol van de werkgroep LeidsGlas over kan nemen. Het huidige systeem wordt grotendeels extern gefinancierd. Dit moet gezien worden als een 'transformatie-investering', met als doel om een goed functionerend systeem op te zetten. Het uiteindelijke doel is om een zelfstandig opererend systeem te hebben, wat niet meer afhankelijk is van externe financiering. Deze stap komt voor 2020 nog te vroeg, omdat het systeem eerst geperfectioneerd en verder verduurzaamd moet worden, maar het is van belang om dit als doel voor de lange termijn te stellen.

Samengevat wordt de uitdaging voor de komende jaren om het systeem te optimaliseren en een duurzaam, toekomstbestendig en financieel zelfstandig model te creëren dat draagvlak heeft onder alle betrokkenen. Op die manier kan het statiegeldbekersysteem, en de pioniersrol die Leiden hierin heeft, aanzetten tot bredere maatschappelijke stappen in de strijd tegen wegwerpplastic.

INHOUDSOPGAVE

SAMENVATTING	5
1. INLEIDING	9
2. HET STATIEGELDBEKERSYSTEEM IN BEELD	11
3. GEMEENTELIJK BELEID	15
3.1. Handhaving en standplaatshouders	15
3.3. Regelgeving	16
3.4. Aanbevelingen	17
4. ORGANISATIE WERKGROEP LEIDSGLAS EN GEZAMENLIJK SYSTEEM	19
4.1. Centrale sturing	19
4.2. Gezamenlijk statiegeldbekersysteem	19
4.3. Aanbevelingen	20
5. LOGISTIEK EN LEVERING	21
5.1. Levering en bevoorrading	21
5.2. Ophalen van de bekers	21
5.3. Opbergen glazen en spoelen	21
5.4. Bartrainingen	22
5.5. Kassasysteem	22
5.5. Aanbevelingen	23
6. SCHOONMAKEN EN SCHOONHOUDEN	25
6.1. Straatbeeld en schoonmaak na afloop	25
6.2. Afvalbakken	26
6.3. Cleanteam	27
6.4. Aanbevelingen	27
7. MARKETING EN COMMUNICATIE	29
7.1. Communicatiecampagne “Leidens Ontzet bevrijd van plastic”	29
7.2. Ontmoedigingsboodschap voor het meenemen van eigen drank	30
7.3. Aanbevelingen	30
8. PARTNERS	31
8.1. Maatschappelijke partners	31
8.2. 3 October Vereeniging	31
8.3. Aanbevelingen	31
9. KENNISDELING	33
10. FINANCIËN	35
11. CONCLUSIES	39



1. INLEIDING

Het grootste meerdaagse evenement dat Leiden kent, is het jaarlijkse Leidens Ontzet op 2 en 3 oktober, waarin de bevrijding van de stad door de Spanjaarden wordt gevierd. De populariteit van het feest uit zich in de jaarlijks toenemende bezoekersaantallen. Met zo'n 250.000 bezoekers was de viering ook in 2019 weer drukbezocht. De toenemende populariteit heeft echter ook een keerzijde: de straten en grachten in de Leidse binnenstad kwamen in eerdere edities steeds voller te liggen met wegwerpplastic. Plastic breekt vrijwel niet af en belandt nu vaak als zwerfvuil op straat en in zee, waar dieren het binnen krijgen. De stukjes plastic zijn vaak dodelijk voor dieren. Bovendien belandt het uiteindelijk in het voedsel van andere dieren en mensen, waardoor zowel onze gezondheid als het hele ecosysteem ernstig wordt aangetast. Het Europees parlement heeft dan ook besloten om wegwerpplastic vanaf 2021 sterk terug te dringen. Vooruitlopend op een dergelijke poging om de heersende wegwerpcultuur terug te dringen, werd op 31 januari 2019 in de raadscommissie van de gemeente Leiden aangekondigd dat er vanaf het Leidens Ontzet 2019, als eerste stadsbrede evenement, met statiegeldbekers in plaats van plastic wegwerpbekers gewerkt moest gaan worden.

Omdat zo'n transformatie een collectieve actie vergt, is gekozen om het proces te laten leiden door een publiek-privaat samenwerkingsverband in de vorm van de werkgroep LeidsGlas. Deze werkgroep is het afgelopen jaar in wisselende samenstellingen meermaals bijeengekomen. De groep bestaat uit vertegenwoordigers van de Koninklijke Horeca Nederland, Café vereniging Leiden, gemeente Leiden, de 3 October Vereeniging en het Centrummanagement Leiden. De projectleiding is in handen van het Centrummanagement Leiden. De werkgroep is in beginsel opgezet als tijdelijk samenwerkingsverband om het werken met statiegeldbekers bij een stadsbreed evenement te begeleiden.

Dit document bevat een evaluatie van het werken met statiegeldbekers tijdens de afgelopen editie van het Leidens Ontzet. Voor de evaluatie zijn partijen die nauw betrokken zijn geweest bij het Leidens Ontzet geïnterviewd. Het gaat hier om ondernemers, maatschappelijke partners, organisatoren en leden van de werkgroep LeidsGlas. Ook zijn er enquêtes afgenomen onder bezoekers en ondernemers. Het doel van de evaluatie is tweeledig. In maart 2019 is er een projectplan opgesteld met hierin een aantal doelstellingen. Enerzijds kijken we in hoeverre deze doelstellingen bereikt zijn. Anderzijds wordt met deze evaluatie geprobeerd om te komen tot aanbevelingen voor een doorontwikkeling van een toekomstbestendig statiegeldbekersysteem.

De doelstellingen uit het projectplan van maart 2019 zagen er als volgt uit:

Kwalitatieve doelstellingen:

- Het straatbeeld aantrekkelijker houden tijdens evenementen.
- Gebruiksvriendelijk systeem invoeren voor ondernemers en bezoekers.
- Uitstralen dat we als stad vooruitstrevend zijn en onze verantwoordelijkheid nemen.
- Gedrag beïnvloeden door het uitdragen van de noodzaak (plastic gebruik ver-

minderen), meerwaarde (schoner, minder afval) en gebruiksvriendelijkheid (uitleg systeem) in de communicatie voorafgaand, tijdens en na afloop van Leidens Ontzet.

- De statiegeldbikers gebruiken als instrument om de duurzaamheidsambities van Leiden te dragen.
- De mogelijkheid tot het verbieden/ontmoedigen van het gebruik van geopend blik, petfles, en glas op het evenemententerrein onderzoeken.
- Toekomstbestendige samenwerking bewerkstelligen tussen organisatoren, ondernemers en gemeente.

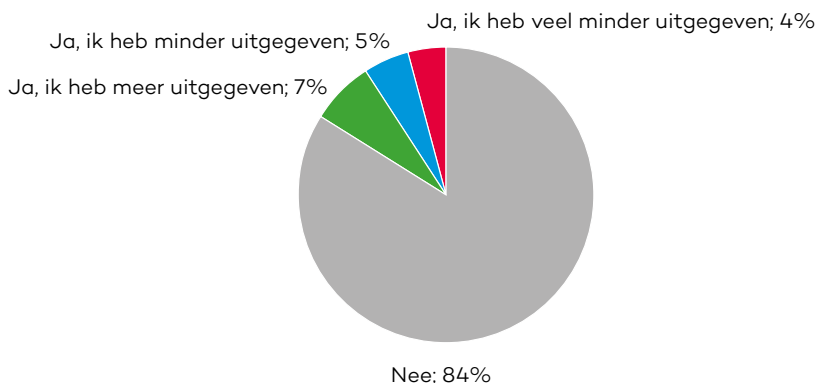
Kwantitatieve doelstellingen:

- 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.
- Convenant sluiten met alle ondernemers en organisatoren van (stadsbrede) evenementen om gebruik te maken van één systeem.
- Opslag per glas beleggen in op te richten klimaatfonds t.b.v. toekomstige duurzame initiatieven

In het volgende hoofdstuk presenteren we enkele algemene resultaten van het gebruik van statiegeldbikers. Vervolgens worden de bevindingen op specifieke thema's uit de enquêtes en interviews besproken in hoofdstuk 3 tot en met 8. In hoofdstuk 9 staat beschreven hoe de uit dit project opgedane kennis met andere gemeenten en verdere geïnteresseerden gedeeld kan worden. Vervolgens worden de financiën omtrent het project gepresenteerd. Daarop volgen de conclusies, waar wordt beschreven of en in welke mate de doelstellingen zijn bereikt.

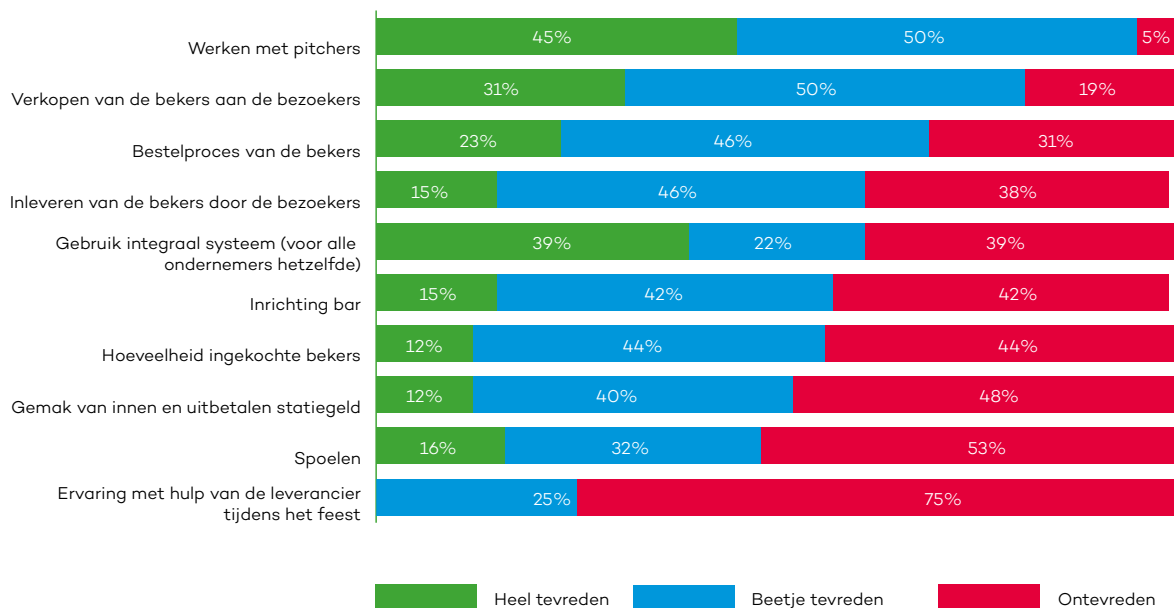
2. HET STATIEGELDBEKERSYSTEEM IN BEELD

Het Leidens Ontzet was ook dit jaar weer drukbezocht met zo'n 250.000 bezoekers. Zij konden dit jaar voor het eerst bij 74 horecagelegenheden, bars of kraampjes hun drankje in een statiegeldbeker kopen en deze op elk van die punten weer inleveren. Hierbij wordt aangesloten op de campagne 'Never give up on your cup', een campagne waarin door verschillende deelnemende bedrijven de strijd wordt aangegaan tegen het onnodig weggooien van plastic bekertjes tijdens evenementen. Voor een statiegeldbeker betaalden de bezoekers 1 euro statiegeld bovenop de prijs van het drankje. Deze euro kregen zij weer terug na het inleveren van de beker. Het percentage bekertjes dat niet geretourneerd is, ligt erg laag, namelijk op 1,8%. Deze bekertjes zijn mee naar huis genomen, in de prullenbak terecht gekomen of op de grond. Dit betekent dat 98,2% van de bekertjes terug is gekomen bij de leverancier. Daarbovenop komt nog een klein aantal bekertjes dat in de wasstraat is afgekeurd, zo'n 0,3%. De meeste onderzoeken bij evenementen met statiegeldbekertjes op een afgeschermd evenemententerrein laten zien dat bij een statiegeldbedrag van 1 euro gemiddeld zo'n 95% van de bekertjes terug bij de leverancier komt. In Leiden ligt dit percentage hoger en zijn er dus nog meer bekertjes geretourneerd. De ondernemers en bezoekers in Leiden hebben het statiegeldbekertjesysteem in die zin uitstekend uitgevoerd. Een statiegeldbedrag van 1 euro lijkt daardoor voldoende stimulant te bieden voor de Leidenaar om de beker weer in te leveren. Dit sluit aan bij het percentage bezoekers dat via enquêtes aangaf het statiegeldbedrag 'precies goed' te vinden, namelijk 99%. Het gaat hier om een enquête die is ingevuld door 345 Leidenaren, via het LeidenPanel. Verder gaf een overgrote meerderheid van de bezoekers (99%) aan een positieve houding te hebben ten opzichte van de statiegeldbekertjes. Wel is 74% van de ondernemers van mening dat ze deze editie verlies hebben geleden. In interviews gaven enkele ondernemers echter aan dat dit vooral met het weer en de toenemende kosten te maken had. Verder heeft 91% van de bezoekers aangegeven niet minder of zelfs meer te hebben uitgegeven na de invoering van de statiegeldbekertjes (zie figuur 2.1).



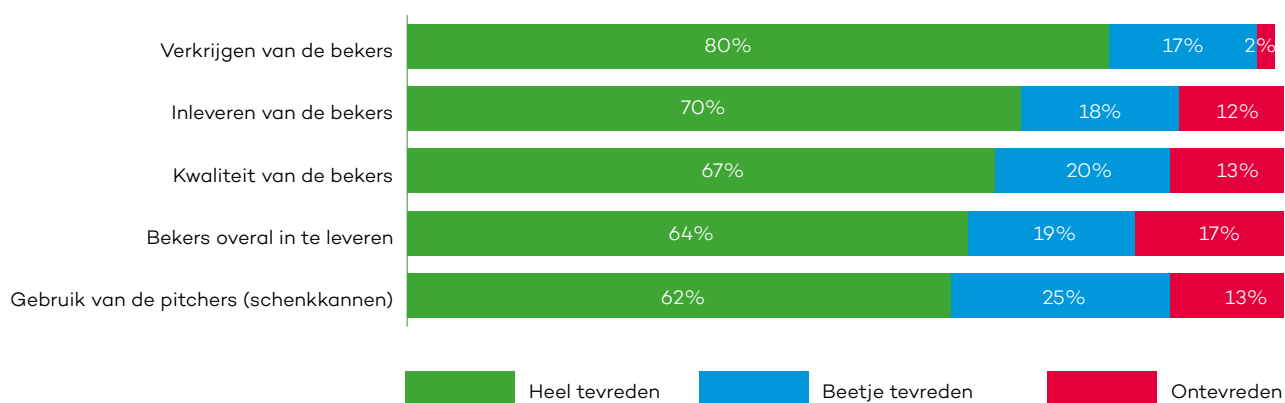
Figuur 2.1. Heeft het gebruik van statiegeldbekertjes invloed gehad op uw bestedingsbedrag?

Ook is gevraagd naar hoe ondernemers het werken met statiegeldbekers beoordelen. Wat opvalt, is dat met name het werken met pitchers (95%) en het verkoop-, bestel- en inleverproces (81%) positief werden beoordeeld door de ondernemers (figuur 2.2). Het gebruik van een integraal systeem (61%), het inrichten van de bar (57%) en de hoeveelheid ingekochte bekertjes (56%) werden in iets mindere mate, maar wel overwegend positief beoordeeld.



Figuur 2.2. Hoe beoordeelt de ondernemer het werken met statiegeldbekertjes?

Bezoekers beoordelen het gebruik van statiegeldbekers zeer goed, zoals te zien in figuur 2.3. Zowel het verkrijgen (97%) als het inleveren (88%) wordt positief beoordeeld, en ook is het merendeel van de bezoekers tevreden over het feit dat de bekers overal in te leveren zijn (83%). Dat op dit laatste punt 17% van de bezoekers nog ontevreden was, is mogelijk te wijten aan het feit dat nog niet elke bar-medewerker goed had begrepen dat inleveren echt overal kan. Wel kwam op social media naar voren en bij monde van enkele geïnterviewde ondernemers dat sommige bekers scherpe randjes hadden, waar een deel van de bezoekers ontevreden over was. Hoewel de ondernemers zich over het algemeen iets minder positief uitlieten dan de bezoekers, heeft men zich over het statiegeldbekersysteem als geheel voornamelijk positief uitgelaten.



Figuur 2.3. Hoe beoordeelt de bezoeker het gebruik van statiegeldbekers op de volgende aspecten?



3. GEMEENTELIJK BELEID

De gemeente heeft met haar beleid een belangrijke rol in het statiegeldbekersysteem. Met name op het gebied van wet- en regelgeving, maar ook wat betreft communicatie, schoonmaak en handhaving heeft de gemeente instrumenten in handen om het systeem richting te geven.

3.1. Handhaving en standplaatshouders

Via team handhaving wordt er tijdens het Leidens Ontzet gecontroleerd of horecaondernemingen aan de regelgeving vanuit de gemeente voldoen. Met het controleren op het gebruik van statiegeldbekers en het heffen van statiegeld kwam er dit jaar een nieuwe taak bij. Het viel de werkgroepleden op dat de nieuwe taak wat gewenning voor de handhavers vergt.

Ook voor houders van een standplaatsvergunning was het gebruik van statiegeldbekers verplicht. Desondanks viel op dat meerdere standplaatshouders zich niet aan de regels met betrekking tot de statiegeldbekers hielden, door blik te verkopen zonder dit in statiegeldbekers uit te schenken. Door de vele gemelde incidenten rondom standplaatshouders lukte het team handhaving niet om op elk incident in te gaan. In totaal zijn er vijf incidenten geweest waar handhaving een waarschuwing voor heeft uitgedeeld. Het ging hier om incidenten waarbij de ondernemingen (fris)drank in blikjes of plastic wegwerpbekers verkochten. Deze partijen kregen alsnog de kans om met statiegeldbekers te gaan werken; zij kregen een uur de tijd om statiegeldbekers af te halen bij een centrale locatie. De 5 standplaatshouders die door handhaving gewaarschuwd zijn omdat zij (fris)drank in plastic wegwerpbekers verkochten, hebben er echter voor gekozen om te stoppen met het verkopen van drankjes.

In eerste instantie gaven weinig standplaatshouders aan blik te gaan verkopen. Dit bleken er uiteindelijk meer te zijn dan verwacht. Dit was volgens de werkgroepleden moeilijk te handhaven, omdat het er te veel waren. Ook is er in de huidige werkwijze van tevoren weinig zicht op welke standplaatshouders drank zullen gaan verkopen. Dit kan verholpen worden door bij een volgende keer standplaatshouders bij inschrijving gericht te vragen of zij drank uitschenken en dit duidelijk te communiceren naar de werkgroep LeidsGlas en naar handhaving. Verder is de werkgroep van mening dat het uitschenken van blik in statiegeldbekers een verkeerd signaal afgeeft en niet bijdraagt aan verduurzaming van het evenement. Beter zou zijn om grootverpakkingen te gebruiken.

De communicatie over de statiegeldbekers met de horecaondernemers is via de werkgroep LeidsGlas verlopen. Dit was niet het geval voor de standplaatshouders. De communicatie met de standplaatshouders ging via de marktmeester van de gemeente. Bij inschrijving ontving men een brief met contactgegevens van de projectleiders van de werkgroep en vervolgens stond er een passage in de vergunning opgenomen over statiegeldbekers. Hierin stonden geen contactgegevens of link naar de bestelportal. Zo ontstonden er, meerdere incidenten met betrekking tot de standplaatshouders en het gebruik van statiegeldbekers. De werkgroep-

den en de marktmeester zijn het erover eens dat de communicatie over de statiegeldbepalers met de horecaondernemers en de standplaatshouders idealiter centraal vanuit de werkgroep zou moeten komen, zodat iedereen dezelfde informatie en hetzelfde aanspreekpunt heeft en de werkgroep een compleet beeld heeft. Omdat de meeste standplaatshouders niet uit Leiden komen, zijn deze wat lastiger te bereiken en nemen zij bijvoorbeeld niet deel aan de informatiebijeenkomsten over de statiegeldbepalers vanuit de werkgroep. Daarom gaat de werkgroep een online handleiding aanbieden voor de standplaatshouders. Dat geldt ook voor de standplaatshouders op de kermis. Ook zal de werkgroep de standplaatshouders benaderen wanneer de bestelportal open is. Het sturen van de informatiebrief en het verlenen van de vergunningen blijft de verantwoordelijkheid van de marktmeester. Verder is afgesproken dat bij de aanmelding de vraag zal worden gesteld of de standplaatshouder (fris)drank zal verkopen. Uiteraard zullen bij het verlenen van vergunningen de standplaatshouders duidelijk worden geïnformeerd dat het verplicht is om met statiegeldbepalers te werken.

Voor de standplaatshouders op de kermis geldt dat zij al vroeg in het jaar duidelijkheid nodig hebben over hun standplaatsen later dat jaar. Op 24 februari 2019 is de advertentie met de kermisstandplaatsen voor het Leidens Ontzet door de 3 October Vereeniging uitgezet, inclusief de voorwaarden waaraan standplaatshouders moeten voldoen. Omdat de regelgeving wat betreft de statiegeldbepalers vanuit de gemeente op dat moment nog niet officieel vastgesteld was, kon het gebruik van statiegeldbepalers nog niet worden meegenomen in de gunningsvoorwaarden. De gemeente heeft in de evenementenvergunning en de standplaatsvergunning van de kermisexploitanten wel de voorwaarde gesteld om statiegeldbepalers te gebruiken. De werkgroep heeft naar eigen zeggen ook onvoldoende aandacht besteed aan de standplaatshouders op de kermis. Omdat een verplichting in 2020 ook weer geldt, is het nu mogelijk kermisexploitanten tijdig te informeren.

3.3. Regelgeving

Nu de straten niet meer bezaaid waren met plastic bekers, viel de hoeveelheid blik op straat des te meer op. Om de wegwerpcultuur verder terug te dringen, moet ook dit probleem worden aangepakt. Hoewel enkele standplaatshouders blik verkochten, komt het overgrote deel van het blik vermoedelijk uit supermarkten en avondwinkels. Blikverkoop bij dergelijke winkels is op dit moment juridisch zeer moeilijk in te perken. Wel kan via de Algemene Plaatselijke Verordening (APV) een verbod op geopende blikjes in bepaalde gebieden worden ingesteld om het aantal blikjes op straat terug te dringen. De mogelijkheid om dergelijke gebieden aan te kunnen wijzen, is inmiddels opgenomen in de recent vastgestelde APV. Naast deze mogelijkheden ten aanzien van blik, wordt de regelgeving over statiegeldbepalers momenteel nog verder verankerd door een koppeling met de APV.

3.4. Aanbevelingen

- 1** Uitgebreide instructie voor team handhaving is nodig om partijen die plastic wegwerpbekers gebruiken op te sporen.
- 2** De gemeente gaat in de informatiebrief aan standplaatshouders/kermisexploitanten de suggestie doen om met grootverpakkingen te werken in plaats van blik.
- 3** De marktmeester blijft verantwoordelijk voor het sturen van de brief aan standplaatshouders/kermisexploitanten en het verlenen van de vergunningen. Verdere communicatie met de standplaatshouders/kermisexploitanten zal gaan via de werkgroep LeidsGlas.
- 4** De werkgroep gaat voor de standplaatshouders/kermisexploitanten een handleiding opstellen rondom het gebruik van statiegeldbekers.
- 5** Bij een volgende uitvraag naar standplaatshouders/kermisexploitanten in het aanvraagformulier de vraag toevoegen of zij al dan niet van plan zijn om (fris)drank uit te schenken, zodat er gerichter gehandhaafd kan worden.
- 6** Vanuit de projectleiding LeidsGlas is voor de volgende editie extra aandacht nodig voor logistieke afspraken en voorlichting van de kermisexploitanten. Denk aan een duidelijke brief vooraf, een opslag en inleverpunt dicht bij de kermis, voorlichting over het gebruik van de glazen en een tijdpad. Betrek ze tijdig in verband met eventuele aanpassingen bij de gunningen.
- 7** Regelgeving koppelen aan APV, inclusief verplichting gebruik van statiegeldbekers voor standplaatshouders en voor warme dranken.
- 8** Verdere uitwerking geven aan de gebiedsaanwijzing voor het blikverbod dat in de APV is opgenomen.



4. ORGANISATIE WERKGROEP LEIDSGLAS EN GEZAMENLIJK SYSTEEM

4.1. Centrale sturing

De werkgroep LeidsGlas ontving complimenten van alle geïnterviewde ondernemers over de rol die zij speelden in de communicatie. Ook gaven zij aan de periodieke bijeenkomsten goed georganiseerd te vinden. Ook is er een werkbezoek aan Gent geweest, waar eerder met statiegeldbikers bij een stadsbreed evenement is gewerkt. De ondernemers en de werkgroep gaven aan dat dit een nuttig en inspirerend bezoek is geweest. Met name de hulp van de Gentse hoofdorganisator Erik Costeur werd erg op prijs gesteld. Daarnaast benoemden geïnterviewde ondernemers expliciet dat de werkgroep de problemen met betrekking tot de leverancier tijdens 2 en 3 oktober (zie paragraaf 5.1.) daadkrachtig heeft opgelost. Alle geïnterviewde ondernemers gaven verder aan dat de werkgroep LeidsGlas of een partij met een vergelijkbare rol essentieel is voor de communicatie en sturing van het gezamenlijke systeem. De werkgroep gaf aan dat er moet worden toegewerkt naar een partij die gezamenlijk de inkoop organiseert, waarbij de leveranciers ook hun bijdrage leveren. Dit kan bijvoorbeeld via het investeren in en gratis ter beschikking stellen van bekens, waarbij alleen de spoelkosten nog betaald hoeven te worden.

4.2. Gezamenlijk statiegeldbikersysteem

Tijdens het evenement is er met een gezamenlijk statiegeldbikersysteem gewerkt, waaraan alle ondernemers met een vergunning deelnamen. Hierbij werd er door iedere ondernemer met een beperkt aantal soorten bekens gewerkt, die door bezoekers overal ingeleverd konden worden. Ook werd er een zelfde statiegeldbedrag gehanteerd bij elke ondernemer. Het statiegeldbedrag van 1 euro in samenspel met het gezamenlijke systeem heeft geleid tot een zeer lage uitval van bekens (zie hoofdstuk 2). Het behouden van het huidige gezamenlijke systeem wordt door de werkgroep, de ondernemers, de bezoekers en gemeente als cruciaal gezien voor een succesvolle voortzetting van het gebruik van statiegeldbikers tijdens stadsbrede evenementen in de toekomst. Twee geïnterviewde ondernemers geven specifiek aan dat het wellicht goed zou zijn om de bekens met een overkoepelende organisatie in eigen beheer te hebben, via een koopconstructie, en op een locatie in de stad op te slaan voor alle evenementen. Sommige bezoekers gaven aan behoefte te hebben aan aparte statiegeldbikers voor wijn en warme dranken, omdat dit bij zou dragen aan een prettigere drinkervaring voor de bezoeker. Ook gaven enkele ondernemers aan dat het werken met veel verschillende soorten glazen lastig is, met name in verband met het opslaan en sorteren van de glazen.

4.3. Aanbevelingen

- 9** Het voorlopig behouden van de werkgroep LeidsGlas en toewerken naar een partij die gezamenlijk de inkoop organiseert, waarbij de leveranciers ook hun bijdrage leveren.
- 10** Niet met teveel verschillende soorten glazen werken.
- 11** Ontwikkelingen op het gebied van statiegeldbekers voor warme dranken inventariseren en dit betrekken in de uitvraag naar leveranciers.
- 12** In de regelgeving opnemen dat er bij stadsbrede evenementen één gezamenlijk statiegeldbekersysteem gehanteerd dient te worden.

5. LOGISTIEK EN LEVERING

5.1. Levering en bevoorrading

Voorafgaand aan het evenement was overeengekomen dat de bekerleverancier zich zou ontfemen over de levering, de tussentijdse bevoorrading en het ophalen van de bekera. De meerderheid van de bevrage de ondernemers gaf in interviews aan dat de communicatie van de medewerkers van de leverancier tijdens het brengen van de bekera onduidelijk was. Zo kwamen zij niet op de afgesproken tijd en wisten ze niet hoe laat de bekera weer zouden worden opgehaald. Ook gaven alle geïnterviewde ondernemers aan dat er in eerste instantie minder bekera waren geleverd door de leverancier dan afgesproken. Het tussentijds bevoorraden is uiteindelijk overgenomen door een lokale partij in samenwerking met de werkgroep, waardoor dit goed verliep. De bekerleverancier had de moeilijke logistiek van (tussentijdse) bevoorrading in de binnenstad helaas onderschat. Omdat er geïmproviseerd moest worden, gebeurde de bevoorrading met de beschikbare bestelwagens. De wijze van transport bij de tussentijdse bevoorrading voldeed hierdoor helaas niet aan de duurzaamheidsambities van de werkgroep. De werkgroep wil daarom de levering op 'de laatste kilometer' volgend jaar verder verduurzamen.

5.2. Ophalen van de bekera

De leverancier kwam de bekera vervolgens ook niet op de afgesproken tijd weer ophalen, gaven de ondernemers in de interviews aan, en de facturen klopten volgens meerdere ondernemers niet. Ook gaven meerdere ondernemers aan dat zij ontevreden waren over de communicatie en bereikbaarheid van de leverancier. Verder kwam als tip naar voren dat het wellicht handig zou zijn voor ondernemers om de ingenomen bekera op locatie al te tellen, waar dit nu pas achteraf gebeurde door de leverancier. Op die manier valt beter te controleren of de telling klopt. Daarnaast was er een tip om te onderzoeken of een onafhankelijke partij de telling van de bekera zou kunnen verrichten. Deze partij zou de bestellingen dan controleren, waardoor het proces niet meer volledig in handen van de leverancier ligt. Daarnaast gaven enkele ondernemers en bezoekers aan dat het goed zou zijn om een inleverpunt op de volgende dag te hebben om gevonden statiegeldbekera in te leveren, en om duidelijke routekaarten en bijbehorende planning te maken voor de levering.

5.3. Opbergen glazen en spoelen

Vooraf was afgesproken dat er in principe geen bekera tussentijds gespoeld hoefden te worden en werden ondernemers gestimuleerd om hiervoor voldoende bekera te bestellen. Toen bleek dat er niet genoeg bekera geleverd zouden worden, is er op het laatste moment toch voor gekozen om twee centrale mobiele spoelunits te plaatsen in de binnenstad. De werkgroep gaf aan dat het wellicht een interessant businessmodel zou kunnen zijn om meer te spoelen en minder bekera te bestellen. Sowieso is het een goede optie om achter de hand te hebben, mochten er onverwacht meer bekera nodig zijn, dan ingeschat. Verder gaven enkele ondernemers aan dat het lastig was om de bar zo in te richten dat de opgeborgen statiegeldbekera onbeheerd achtergelaten kunnen worden. Een tip die gegeven

werd, was om opbergkratten te gebruiken waar een ketting doorheen kan, zodat de kratten aan elkaar vastgemaakt kunnen worden en er geen controle meer op nodig is. Verder gaf de werkgroep aan dat de kratten in plastic zijn ingepakt. Vanuit het duurzaamheidsaspect moeten verbetermogelijkheden onderzocht worden.

5.4. Bartrainingen

Door de leverancier zijn twee bartrainingen georganiseerd. De communicatie over deze trainingen naar de ondernemers ging via de werkgroep. Het merendeel van de ondernemers gaf aan dat het idee van een bartraining goed was en dat het goed georganiseerd en gecommuniceerd was. Toch gaf 30% van de geënquêteerde ondernemers aan ontevreden te zijn over de bartrainingen. Twee van de geïnterviewde ondernemers gaven aan dat deze score waarschijnlijk aan de inhoud van de trainingen lag. Er waren geen statiegeldbekers of andere fysieke materialen ter demonstratie aanwezig. In plaats daarvan ging het vooral over de leverancier zelf. Ook werden vragen tijdens de trainingen vanuit de ondernemers soms gearkeerd, en werd er vervolgens niet op teruggekomen.

5.5. Kassasysteem

Enkele ondernemers hebben een kassasysteem ingehuurd om het rekenen met statiegeld te automatiseren en de handeling te versnellen. Zij waren erg te spreken over dit systeem en gaven aan dat hierdoor rekenfouten voorkomen worden en de handelingssnelheid van een bestelling omhoog gaat. Uit de enquêtes blijkt dat 52% van de ondernemers het innen en uitbetalen van statiegeld positief beoordeelt. Dit is overwegend positief, maar er valt nog wel veel winst te behalen. Een gezamenlijk kassasysteem zou hierin wellicht uitkomst kunnen bieden.

5.5. Aanbevelingen

- 13** Overwegen om het bevoorradingproces op te knippen en te verdelen over twee partijen: één leverende partij (de bekerleverancier) en één bevoorradende partij. Deze laatste moet bij voorkeur een lokale partij zijn die de binnenstad goed kent.
- 14** Bij bartrainingen fysieke materialen demonstreren.
- 15** Het bevoorradingproces op 'de laatste kilometer', wat betreft transport, verder verduurzamen.
- 16** Kijk naar innovaties zoals een digitaal systeem of app waarbij je continu inzicht hebt in waar de statiegeldbekers zich bevinden en wat ingezet kan worden.
- 17** Nog concretere afspraken maken over het ophalen van de bekers en de facturering.
- 18** Een gemeenschappelijke spoelunit is kostentechnisch interessant en ook als noodvoorziening aan te raden. Let hierbij wel op het duurzaamheidsaspect.
- 19** Onderzoeken of veiligere opbergsystemen of doorzichtige kratten interessante opties zijn. Ook de duurzaamheid van de opbergkratten op verbetermogelijkheden onderzoeken.
- 20** Het is raadzaam voor ondernemers om tijdig een gezamenlijk kassasysteem in te huren.
- 21** Gezien de ervaringen met de bekerleverancier is de aanbeveling om een nieuwe uitvraag te doen voor een leverancier en daar meerdere opties voor te onderzoeken.
- 22** Opties bekijken voor opslaglocaties voor de bekers, zowel een afleverlocatie als een centrale bevoorradinglocatie in de stad.



6. SCHOONMAKEN EN SCHOONHOUDEN

6.1. Straatbeeld en schoonmaak na afloop

Uit de enquêtes afgenomen onder het LeidenPanel blijkt dat 97% van de bezoekers denkt dat het gebruik van de statiegeldbekers de hoeveelheid afval heeft helpen verminderen. Onder de geënquêteerde betrokken ondernemers is dit zelfs 100%. Ook denkt het merendeel van de ondernemers, net als de bezoekers, dat de statiegeldbekers een positief effect hebben gehad op de schoonmaak na afloop (96%). Onderstaande foto's geven een indruk van hoe schoon de straten ten opzichte van twee jaar geleden zijn gebleven, voordat de veegploeg kwam opruimen. Vooral de verandering in de hoeveelheid plastic wegwerpbekers valt hierbij op. Het afval dat nu nog op straat lag, bestond vooral uit blik en in mindere mate overig afval. Op sommige plekken lag ook veel glas. Verder viel op dat er aanzienlijk minder afval in de grachten terecht is gekomen in vergelijking met voorgaande jaren.

Op het kermisterrein viel op dat er bovengemiddeld veel blik op straat lag. Het overgrote deel van deze blikjes komt waarschijnlijk uit supermarkten. Een klein deel was echter ook afkomstig van de kermis, omdat hier nog niet in statiegeldbekers werd geschonken. Er bestaat bij de kermisorganisatie twijfel of de statiegeldbekers op de kermis wel voldoende zouden worden ingeleverd, omdat het gedrag van de bezoekers verschilt van de rest van het Leidens Ontzet. Daarnaast is er twijfel bij de kermisorganisatie of het uitschenken van blikjes in statiegeldbekers wel aan de juiste bewustwording bijdraagt. Het gebruik van grootverpakkingen in plaats van blik kan hiervoor een oplossing zijn.

Leidens Ontzet 2017





Het totale gewicht van het afval dat door team Inzaming & Reiniging (I&R) van beheer is opgehaald is 19.180 kilogram. Dit is ruim 5.000 kilogram minder dan het jaar ervoor. Omdat plastic wegwerpbekers erg weinig wegen, kan gesproken worden van een zeer groot effect. Dit was volgens zowel bezoekers als ondernemers ook te zien op straat. Verder zijn er op 3 oktober in totaal vijf medewerkers en één veegmachine minder ingezet dan vorig jaar en was men twee uur eerder klaar met schoonmaken. Vorig jaar hebben 33 medewerkers van I&R op 3 oktober van 4 uur 's nachts tot 12 uur 's ochtends gewerkt, waar ze dit keer met 28 medewerkers om 10 uur 's ochtends al klaar waren. Ten opzichte van vorig jaar is er dus 25% minder tijd in de schoonmaak gestoken en is er 15% minder personeel ingezet. Dit is te danken aan de mindere hoeveelheid afval op straat. Door de verminderde beweging van veegmachines en een mindere hoeveelheid afval dat verbrand is, heeft de verminderde inzet van materiaal ook bijgedragen aan de verduurzaming van het evenement.

6.2. Afvalbakken

Er zijn grofweg vier verschillende soorten vuilnisbakken gebruikt op het Leidens Ontzet.

1. De reguliere vaste afvalbakken van de gemeente.
2. Evenementenafvalbakken, ook wel afvaleilanden genoemd, met banners met 'Vullen maar' erop.
3. Afvalbakken van standplaatshouders, die zelf verantwoordelijk zijn voor hun afval.
4. Particuliere bakken; eigen containers van organisatoren die een eigen afvalbedrijf inhuren.

Bij de vaste bakken viel op dat ze rondom het kermisterrein soms bedrijfsafval bevatten, wat in particuliere containers hoorde. In de reguliere bakken zat verder over het algemeen veel glas. Wat betreft de evenementenbakken, ook wel afvaleilanden, was er een tekort aan bakken bij de ingang van de met hekken omsloten gebieden. Hier dronken mensen vaak hun blik leeg dat niet mee naar binnen mocht. De afvaleilanden zaten vaak vol, waardoor rondom de afvaleilanden het afval zich opstapelde. Positief is dat het afval dus wel vaak naast de vuilnisbak gezet werd in plaats van op straat gegooid. De indruk was over het algemeen ook dat er meer

in de prullenbak werd gegooid dan in voorgaande jaren, en als bakken vol waren, werd het afval ernaast gezet. Doordat de straten schoner waren in verband met de statiegeldbekers, pasten bezoekers hun gedrag dus ook aan wat betreft het omgaan met overig afval. De Vullen maar-stickers op de bakken waren niet altijd goed zichtbaar in de drukte, waar de Vullen maar-banners bij de afvaleilanden dat wel waren. Verder waren er niet genoeg afvalbakken bij de standplaatshouders, terwijl het voor hen wel verplicht is om deze zelf te plaatsen. Dit heeft wellicht ook te maken met het feit dat de standplaatshouders niet uit Leiden komen en lastig te bereiken zijn wat betreft informatievoorziening en het maken van duidelijke afspraken. Deze bakken stonden in sommige gevallen ook op de verkeerde locatie. De vaste bakken in de buurt van de standplaatshouders werden daar ook niet frequent genoeg geleegd. Wat betreft de particuliere bakken waren de containers op de kermis al vol, voordat de kermis open ging.

6.3. Cleanteam

Naast het team Inzameling en Reiniging is er dit jaar voor gekozen om ook een Clean Team in te zetten; een team van vrijwilligers dat het terrein tijdens het evenement heeft schoongemaakt. De actieve aansporing van het Clean Team om mensen op te laten ruimen en het schoonmaken van het terrein tijdens het evenement, zorgde ervoor dat het terrein veel schoner bleef gedurende het feest. Dit leverde veel positieve reacties van bezoekers op tijdens het evenement en op sociale media. Hiermee heeft het Clean Team haar meerwaarde bewezen. De medewerkers van het Clean Team gaven ook aan dat de samenwerking met behulp van een groepsapp, waarin werd aangegeven waar het afval lag, goed werkte. Al met al heeft het Clean Team een positieve bijdrage geleverd aan het schoonhouden van de stad en het uitdragen van de boodschap dat de wegwerpcultuur verleden tijd moet zijn.

6.4. Aanbevelingen

- 23** Om het blikafval op en rondom het kermisterrein terug te dringen, kan de gemeente via de APV gebieden benoemen waarvoor een blikverbod geldt. Aanbeveling is om hier concrete uitvoering/uitwerking aan te geven.
- 24** Tijdige afstemming met beheer over de aanpak en het vastleggen van gemaakte afspraken.
- 25** In de vergunningen van de standplaatshouders opnemen dat zij verantwoordelijk zijn voor hun eigen afvalinzameling en hier beter op handhaven.
- 26** Gerichter handhaven op de afvalinzameling bij standplaatshouders.
- 27** Om het bewustwordingseffect te vergroten en tegelijkertijd het blikafval terug te dringen, zou het inkopen van grootverpakkingen in plaats van blik kunnen worden gestimuleerd.



-
- 28** Meer vuilnisbakken plaatsen op de kermis, bij de ingangen van de omhekte gebieden (organisator) en bij aan- en aflooproutes.
-
- 29** Naast elke reguliere vuilnisbak vaker een evenementenbak toevoegen, bij voorkeur elke 10 meter een bak.
-
- 30** Afvaleilanden frequenter legen tijdens het evenement. Eventueel handmatig waar in drukke gebieden wagens er niet bij kunnen.
-
- 31** Het behouden van het Clean Team, omdat zij het terrein schoon houden en zorgen voor de interactie met het publiek over afval.
-
- 32** Het werkgebied van het Clean Team uitbreiden met plekken waar relatief veel afval lag en zij nu nog niet kwamen, zoals het stationsgebied en de kermis.
-

7. MARKETING EN COMMUNICATIE

Om bij bezoekers het gebruik van statiegeldbekers te introduceren, is een communicatiecampagne opgezet met als slogan 'Leidens Ontzet bevrijd van plastic'. Deze communicatiecampagne had als doel om bezoekers vooraf te informeren over het gebruik van statiegeldbekers en om uitleg te geven over de werking van het systeem. Een ander onderdeel van de campagne was het ontmoedigen van het meenemen van eigen drank naar het evenement, om ander afval te beperken. Voor het opzetten van de campagne is Own Agency ingeschakeld.

7.1. Communicatiecampagne "Leidens Ontzet bevrijd van plastic"

De communicatiecampagne "Leidens Ontzet bevrijd van plastic" was een stadsbrede campagne die bestond uit een website (www.laatmenietvallen.nl), online filmpjes, posters en advertenties (o.a. op digitale reclameborden). Van de ondernemers gaf 71% en van de bezoekers 86% aan de boodschap van de campagne duidelijk te vinden. Het bereik van de campagne was eveneens behoorlijk hoog. Zo werd de animatievideo waarin het statiegeldbekersysteem werd uitgelegd in een week tijd 30.351 keer bekeken. Ook werden de filmpjes veel gedeeld en waren de online reacties op de filmpjes zeer positief. Mogelijk heeft het hoge bereik van de filmpjes geleid tot meer bewustwording, waarmee het een aanvullende verklaring zou kunnen zijn voor het lage uitvalpercentage van de statiegeldbekers. Daarnaast was er een toolkit beschikbaar voor ondernemers, met campagne-uitingen in de vorm van posters en filmpjes die zij konden gebruiken en een planning wat wanneer te posten om met alle partijen een zo'n groot mogelijk bereik te creëren. Ondernemers waren over het algemeen ook positief, al gaf een ondernemer aan dat de campagne breder ingestoken had kunnen worden, door de plasticproblematiek in het algemeen duidelijker te benoemen.



7.2. Ontmoedigingsboodschap voor het meenemen van eigen drank

De campagne bevatte ook een boodschap om het meenemen van eigen drank te ontmoedigen. Dit was een boodschap waar binnen de campagne minder op is ingezet dan de 'Leidens Ontzet bevrijd van plastic'-boodschap. Hierdoor kwam de boodschap wellicht minder sterk aan. Slechts 29% van de ondernemers gaf in de enquête aan dat deze boodschap duidelijk is overgekomen. In interviews gaven meerdere ondernemers ook specifiek aan dat er te weinig aandacht was voor deze boodschap. Onder bezoekers gaf 62% aan de campagne duidelijk te vinden. Deze cijfers zijn aanzienlijk lager dan die van de andere boodschap, wat kan worden gewijd aan het feit dat er relatief minder aandacht aan deze boodschap is besteed. De veranderingen in de APV wat betreft het meenemen van eigen drank (zie paragraaf 3.3) bieden wel mogelijkheden voor een koppeling met de ontmoedigingsboodschap voor het meenemen van eigen drank.

7.3. Aanbevelingen

- 33** Volgende campagnes laten aansluiten op de 'Leidens Ontzet bevrijd van plastic'-campagne, waarbij de boodschap 'onderhouden' moet worden. De animatiefilmpjes met uitleg over het systeem zijn bij een volgend evenement nog nodig.
- 34** Bij een volgende campagne aandacht blijven besteden aan het ontmoedigen van eigen drank. Dit aangepast op de mogelijkheden die de APV biedt.
- 35** Maatschappelijke partners en ondernemers stimuleren om meer gebruik te maken van de toolkit.

8. PARTNERS

8.1. Maatschappelijke partners

In de 3 October Vereeniging, Heineken, Grolsch, Coca-Cola, de provincie Zuid-Holland en het Hoogheemraadschap van Rijnland heeft de werkgroep LeidsGlas goede samenwerkingspartners.

De maatschappelijke partners hebben een belangrijke rol gespeeld wat betreft voorraden en middelen, met name door het sponsoren van de statiegeldbekers, maar ook door het ter beschikking stellen van expertise vanuit de eigen organisatie. Op deze manier zijn de hogere kosten die gepaard gaan met het invoeren van de statiegeldbekers op dit evenement gedekt. Voor volgend jaar zijn vergelijkbare bijdragen van partners nodig om het systeem door te ontwikkelen. Het doel is om met de doorontwikkeling van het systeem ook de kosten terug te dringen, zodat de bijdragen niet meer noodzakelijk zijn. Een nieuw op te zetten overkoepelende organisatie, als opvolger van de werkgroep LeidsGlas, moet een goed en compleet overzicht krijgen op de hoeveelheden en de totale kosten van de statiegeldbekers.

8.2. 3 October Vereeniging

De 3 Octobervereniging was onder andere verantwoordelijk voor het organiseren van de kermis. Verder heeft de 3 October Vereeniging voor haar leden de jaarlijkse hutspotmaaltijd georganiseerd. Bij deze maaltijd zijn ongeveer 6.000 statiegeldbekers uitgedeeld met de vraag deze bij voorkeur na gebruik weer in te leveren bij de 3 October Vereeniging. De 3 October Vereeniging doneert de gelden van de ingeleverde statiegeldbekers aan een nog nader te bepalen 3 October Vereeniging evenement. De uitgedeelde glazen werden in sommige gevallen ingeleverd bij nabijgelegen bars in ruil voor statiegeld. Voor omliggende bars was het onduidelijk of zij deze bekens konden innemen, waardoor verwarring ontstond. Ook dachten enkele bezoekers dat er een verdienmodel achter deze actie zat voor ondernemers. Daarnaast gaven ze aan het gratis uitdelen van statiegeldbekers vermoedelijk niet meer te doen. Vooraf had de 3 October Vereeniging het idee om van de bekens collector's items te maken door er een 3 October Vereeniging-logo op te laten bedrukken. Dit heeft men echter niet doorgezet, omdat het in de tijd niet meer mogelijk was en bedrukking niet bijdraagt aan de duurzaamheidsdoelstellingen van de statiegeldbekers. Verder was er ook in het programmaboekje van de 3 October Vereeniging voor het Leidens Ontzet aandacht voor de statiegeldbekers. Ook werd tijdens de afsluitende optocht op ludieke wijze aandacht gevraagd voor het terugdringen van de wegwerpcultuur.

8.3. Aanbevelingen

36 Maatschappelijke partners ook voor volgend jaar als partner blijven binden, waarbij de gemeente ook het komende jaar bijdraagt aan de verdere implementatie. Ondertussen doorontwikkelen tot een financieel zelfstandig systeem.

37 Geen collector's items laten drukken, gelet op duurzaamheid.



9. KENNISDELING

Leiden is de eerste die een gezamenlijk statiegeldbekersysteem stadsbreed invoert. Hiermee heeft het een pioniersrol. Om ook andere gemeenten te stimuleren zich in te zetten tegen wegwerpplastic, is het voor Leiden belangrijk om vergelijkbare initiatieven te inspireren. Zo kan het statiegeldbekersysteem ook een bredere sociaal-maatschappelijke impact hebben. Verschillende gemeenten in Nederland hebben al aangegeven geïnteresseerd te zijn in de uitvoering van het Leidse statiegeldbekersysteem. Ter kennisdeling wordt er een toolbox samengesteld waarin projectplannen, presentaties, draaiboeken, evaluaties en concrete middelen zoals communicatie-uitingen te vinden zijn. Deze worden als leidraad in samenwerking met Green Events ontwikkeld. Daarnaast zal de kennis overgedragen worden tijdens een congres en werkbezoek zodat geïnteresseerden het live kunnen zien en elkaar kunnen inspireren en activeren om aan de slag te gaan. Vanuit de Erasmus Universiteit zal er tevens onderzoek gedaan worden naar de sociaal-maatschappelijke impact van het gebruiken van statiegeldbekers tijdens het Leidens Ontzet.

10. FINANCIËN

De gemeente (74%) en maatschappelijke partners (26%) hebben in 2019 financieel ondersteund bij de opstart van het werken met statiegeldbekers door te investeren in projectleiding voor de implementatie, communicatie en het bekostigen van de huur van glazen gekoppeld aan één gezamenlijk systeem. Ondernemers werden nog vrijgehouden in de kosten.

Voor 2020 zullen gemeente en maatschappelijke partners voor de vier stadsbrede evenementen nog meebetalen aan de verdere implementatie van statiegeldbekers en het komen tot een financieel zelfstandig opererend systeem. Het gaat om de evenementen Koningsdag, Lakenfeesten, 2-3 Oktober en Winter Wonder Weken. Het aandeel van de gemeente en maatschappelijke partners gaat daarbij omlaag en het aandeel van ondernemers omhoog. De bijdrage van ondernemers is afhankelijk van de overige te genereren partnerinkomsten tussen de 15%-30%. Nadrukkelijk wordt daarbij nog gekeken naar nieuwe aan te sluiten partners.

Voor 2020 en verder geldt dat sommige kosten jaarlijks terug zullen komen, andere kosten zullen minder worden. De begroting voor 2020 is op basis van huur. Mogelijk wordt toegewerkt naar een koopconstruct in samenwerking met ondernemers. Trends en ontwikkelingen op dit vlak gaan zeer snel. Het lijkt erop dat de kosten van glazen langzamerhand afnemen.

Figuur 10.1: Van pionieren naar borgen: kosten en inkomsten

	Kosten per glas		Inkomsten project	
	beker	organisatie	Maatschappelijke partners & gemeente	Ondernemers
2019	45%	55%	100%	0%
2020	61%	39%	67-85%	15-30%
2021*	70-85%	15-30%	0-40%	60-100%

* In 2021 dient de zelfstandigheid volledig gerealiseerd te zijn en kan er geen rekening meer gehouden worden met ondersteuning vanuit gemeente, provincie en Hoogheemraadschap.

Realisatie statiegeldbekers 2-3 oktober 2019

	Lasten
Bekers & Pitchers**	81.360
Projectmanagement	59.970
Communicatie, bijeenkomsten, diversen	33.250
Cleanteam, stickers bakken, distributie & personeel **	13.692
Totaal	188.272

	Baten
Partners*	47.947
Gemeente Leiden	140.325
Totaal	188.272

Gemeentelijke realisatie statiegeldbekers 2-3 oktober 2019

	Bijdragen
Economie & Circulaire Economie	65.477
Programma Binnenstad	55.000
Bijdrage Beheer	19.848
Totaal	140.325

Conceptbegroting. statiegeldbekers 2020 - 4 evenementen***

	Lasten
Bekers & Pitchers**	147.220
Projectmanagement incl. implementatie	60.000
Communicatie, bijeenkomsten, diversen	26.100

Kennisdeling / congres	15.000
Cleanteam, stickers bakken, distributie & personeel**	20.451
Onside ondersteuning**	30.000
Onvoorzien	10.000
Totaal	308.771

	Baten
Partners*	72.070
Gemeente Leiden (max.)	141.701
Bijdrage ondernemers	50.000
Bijdrage ondernemers of extra partner inkomsten	45.000
Totaal	308.771

Gemeentelijke begroting statiegeldbekers 2020 - 4 evenementen***

	Bijdragen
Economie & Circulaire Economie	70.000
Programma Binnenstad	40.000
Beheer	10.000
Bijdrage in uitvoering beheer (cleanteam, prullenbakken etc)	15.451
Extra bijdrage beheer (in aanvraag ivm lagere schoonmaakkosten)	6.250
Totaal	141.701

* Partnerinkomsten: Hoogheemraadschap, Provincie, Heineken, Coca-Cola, Grolsch, kick-back bekerleverancier, congresinkomsten

** Zijn kosten die elk jaar terug zullen komen, andere kosten zullen ieder jaar minder worden.

*** Koningsdag, Lakenfeesten, 2-3 Oktober en Winter Wonder Weken



11. CONCLUSIES

In het projectplan van 2019 zijn vooraf een aantal kwalitatieve en kwantitatieve doelstellingen gesteld. In dit hoofdstuk wordt beschreven of en in welke mate de doelstellingen zijn bereikt.

Kwalitatieve doelstellingen	Bereikt?	Beschrijving
<p>1 Het straatbeeld aantrekkelijker houden tijdens evenementen.</p>	Bereikt.	<p>Uit de afgenomen enquêtes bleek dat het merendeel van de ondervraagde ondernemers en bezoekers vond dat de statiegeldbekers de hoeveelheid afval hebben helpen verminderen. Dit bleek ook uit het straatbeeld en de schoonmaak na afloop.</p>
<p>2 Gebruiksvriendelijk systeem invoeren voor ondernemers en bezoeker.</p>	Bereikt.	<p>Zowel de ondernemers als de bezoekers beoordeelden het statiegeldsysteem als overwegend positief in de enquêtes. Uit de interviews bleek ook dat alle partijen het gemeenschappelijke systeem als cruciaal zien voor de doorontwikkeling.</p>
<p>3 Uitstralen dat we als stad vooruitstrevend zijn en onze verantwoordelijkheid nemen.</p>	Bereikt.	<p>De positieve reacties op sociale media en de grote interesse vanuit andere gemeenten en festivals geven aan dat men onder de indruk is van wat Leiden als stad heeft bereikt met de invoering van statiegeldbekers.</p>
<p>4 Gedrag beïnvloeden door het uitdragen van de noodzaak (plastic gebruik verminderen), meerwaarde (schoner, minder afval) en gebruiksvriendelijkheid (uitleg systeem) in de communicatie vooraf, tijdens en na afloop.</p>	Bereikt.	<p>Het gedrag van de bezoekers is, gezien het hoge inleverpercentage van 98,2% van de bekens en het aanzienlijk schonere straatbeeld, aantoonbaar verbeterd.</p>

Kwalitatieve doelstellingen	Bereikt?	Beschrijving
<p>5 De statiegeldbekers gebruiken als instrument om de duurzaamheidsambities van Leiden uit te dragen.</p>	Bereikt.	De statiegeldbekers hebben veel positieve publiciteit en reacties gegenereerd op sociale media en vanuit andere gemeenten en Leiden daarmee positief uit weten te dragen.
<p>6 Onderzoek de mogelijkheid tot het verbieden/ontmoedigen van gebruik geopend blik, petfles, glas op evenemententerrein.</p>	Deels bereikt.	Uit onderzoek is gebleken dat het verbieden van blikverkoop juridisch onmogelijk is, maar dat er wel gebieden aangewezen kunnen worden waar een verbod op geopend blik geldt. Voor volgende evenementen zal de gebiedsaanwijzing voor een aanstaand blikverbod verder uitgewerkt moeten worden.
<p>7 Toekomstbestendige samenwerking bewerkstelligen tussen organisatoren, ondernemers en gemeente.</p>	Bereikt.	Het succes is mede te wijten aan de publiek-private samenwerking. De ondernemers en de gemeente zijn het erover eens dat de werkgroep LeidsGlas als 'spin in het web' een cruciale rol speelde in de huidige samenwerking. Het streven is om in de toekomst een overkoepelende organisatie de rol van de werkgroep LeidsGlas over te laten nemen, waardoor de inkoop van statiegeldbekers centraal georganiseerd zou zijn.
<p>8 Zichtbaar en meetbaar terugdringen van het vuil op straat en in de grachten.</p>	Bereikt.	Uit het straatbeeld en de cijfers blijkt dat het vuil op straat en in de grachten aanzienlijk is teruggedrongen.

Kwalitatieve doelstellingen	Bereikt?	Beschrijving
<p>9 Besparing op schoonmaakkosten</p>	<p>Bereikt.</p>	<p>Een besparing op schoonmaakkosten is gerealiseerd doordat er vijf man personeel en een veegmachine minder zijn ingezet. Door de verminderde beweging van veegmachines en een mindere hoeveelheid afval dat verbrand is, heeft dit bijgedragen aan de verduurzaming van het evenement. Het Clean Team heeft een positieve bijdrage geleverd aan het schoonhouden van de stad en het uitdragen van de boodschap dat de wegwerpcultuur verleden tijd moet zijn.</p>
<p>10 Kosten gelijk houden of beperken voor ondernemers en bezoekers.</p>	<p>Deels bereikt.</p>	<p>Een groot deel van de ondernemers gaf via de enquête aan dat de statiegeldbepalers een negatief effect hebben gehad op de eigen omzet. De bezoekers geven in de enquête echter aan niet minder besteed te hebben na de invoering van de statiegeldbepalers.</p>
<p>11 Eén systeem met heldere campagne waar alle ondernemers en organisatoren gebruik van maken.</p>	<p>Bereikt.</p>	<p>Er is met één integraal systeem gewerkt en de campagne werd door de bezoekers als helder ervaren.</p>
<p>12 Convenant sluiten met alle ondernemers en organisatoren van (stadsbrede) evenementen om gebruik te maken van één systeem.</p>	<p>Bereikt.</p>	<p>Het convenant is niet gesloten, maar het doel is wel op een andere manier bereikt, namelijk in de regelgeving vastleggen van het gebruiken van een gezamenlijk systeem en door publiek-private samenwerking en bijeenkomsten met de werkgroep LeidsGlas.</p>

Kwalitatieve doelstellingen	Bereikt?	Beschrijving
<p>13 Opslag per beker beleggen in op te richten klimaatfonds t.b.v. toekomstige duurzame initiatieven.</p>	<p>Nog niet bereikt.</p>	<p>Het streven is om na de editie van komend jaar voor een methode te zorgen waarin de opslag per beker ten goede komt aan het statiegeldbekersysteem of vergelijkbare duurzame initiatieven.</p>

STATIEGELDBEKERS LEIDENS ONTZET

Enquête LeidenPanel 2019



LAATMENIETVALLEN.NL

LEIDEN
stadvanontdekkingen

STATIEGELDBEKERS LEIDENS ONTZET

Enquête LeidenPanel 2019

COLOFON

info@leidenincijfers.nl
www.leidenincijfers.nl

Deze evaluatie is uitgevoerd in opdracht van de werkgroep Leidsglas.

INLEIDING

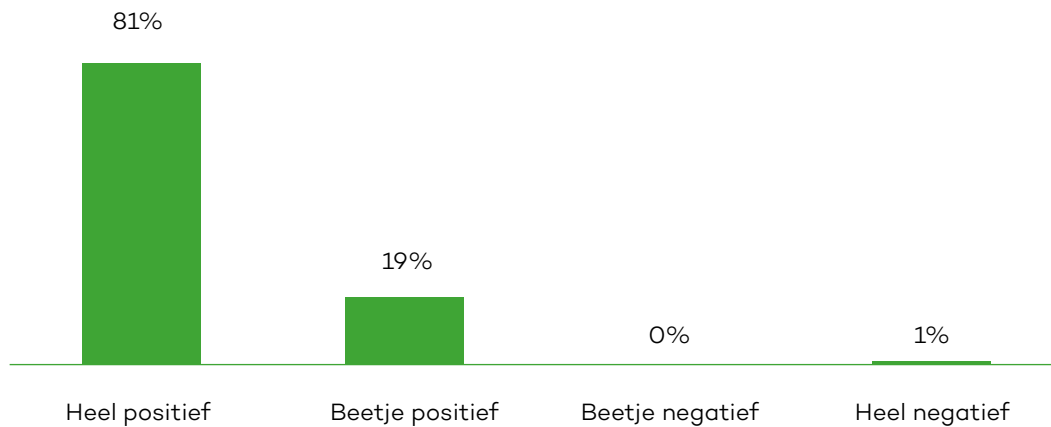
Tijdens het Leidens Ontzet is in 2019 voor het eerst gebruik gemaakt van statiegeldbekers. Dit zijn herbruikbare bekers waar 1 euro statiegeld op zit, die bij elke bar in de stad gekocht en ingeleverd konden worden. Het doel hiervan is het verminderen van het gebruik van plastic en het terugdringen van zwerfafval.

Aan de leden van het LeidenPanel is gevraagd hoe zij over deze verandering denken. Hun mening helpt de gemeente in het verbeteren van het huidige statiegeldsysteem bij toekomstige evenementen en is daarmee van groot belang.

345 mensen hebben de vragenlijst ingevuld, dat is een respons van 69%. Hieronder volgen de resultaten.

ALGEMENE HOUDING TEN AANZIEN VAN STATIEGELDBEKERS

Als eerste is gevraagd hoe men denkt over de inzet van statiegeldbekers als middel om de hoeveelheid afval te verminderen. Bijna iedereen (99%) is positief, waarvan 81% zelfs heel positief. Van alle respondenten zijn er 3 heel negatief en 1 een beetje negatief, samen 1%.



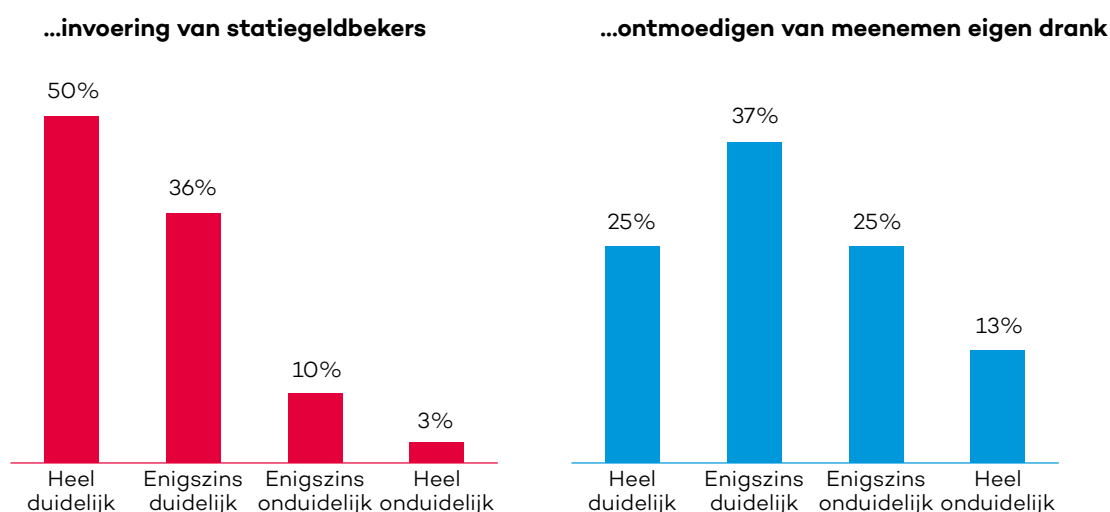
Figuur 1: Hoe denkt u in het algemeen over de inzet van statiegeldbekers als middel om de hoeveelheid afval te verminderen?

OORDEEL OVER DE COMMUNICATIE-CAMPAGNE

Voorafgaand aan de viering van Leidens Ontzet is een communicatiecampagne gehouden onder de slogan 'Leids glas'. De boodschap was tweeledig:

- Overall tijdens de viering worden statiegeldbekers gebruikt
- Meenemen van eigen drank wordt ontmoedigd

Aan de leden van het LeidenPanel is gevraagd of deze boodschappen duidelijk zijn overgekomen. Het blijkt dat beide boodschappen bij meer dan de helft van de respondenten zijn overgekomen. De invoering van de statiegeldbekers is bij 50% héél duidelijk overgekomen, het ontmoedigen van het meenemen van eigen drank was dit percentage kleiner (25%).



Figuur 2: Hoe beoordeelt u de communicatiecampagne over...?

ERVARING TIJDENS LEIDENS ONTZET

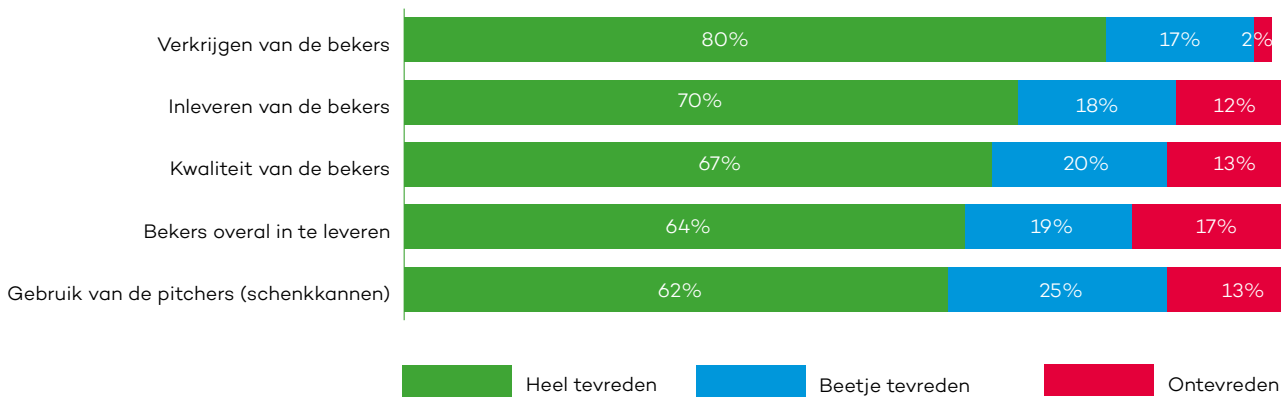
Van de respondenten heeft 61% Leidens Ontzet gevierd, waarvan 38% ook statiegeldbekers heeft gebruikt. Aan degenen die Leidens Ontzet hebben gevierd is gevraagd wat ze van het statiegeldbedrag (€ 1,00) vonden. De overgrote meerderheid (90%) vond het 'precies goed'. Van de rest vond de helft het te hoog en de helft te laag.



Figuur 3: Wat vindt u van het statiegeldbedrag (€ 1,00)?

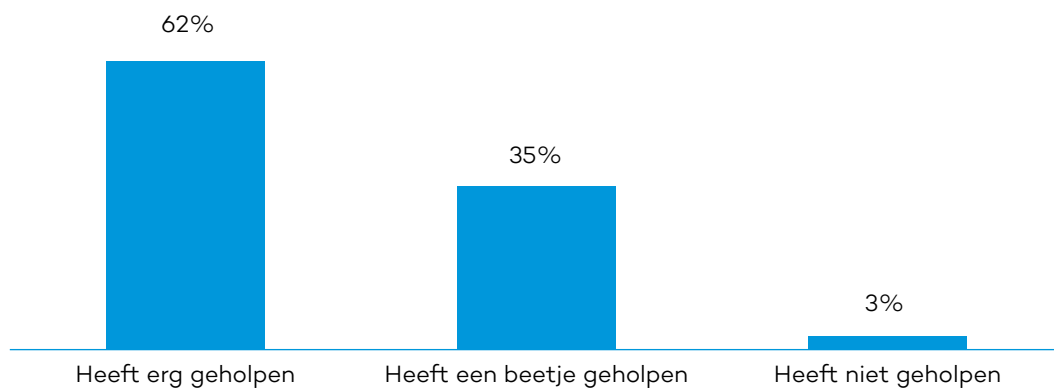
Er zijn verschillende aspecten aan het gebruik van statiegeldbekers: het verkrijgen, het inleveren, de kwaliteit, de locatie van het inleveren en het gebruik van pitchers (schenkkannen). Overigens zijn in grafiek 4 alleen de uitkomsten te zien van mensen die een mening hadden over het betreffende aspect. Met het gebruik van pitchers had bijvoorbeeld 61% van de respondenten geen ervaring. Bij de overige aspecten is dat percentage beduidend lager.

Het blijkt dat men het meest tevreden was over het verkrijgen van de bekertjes. Over het inleveren was ook meer dan de helft heel tevreden, maar 17% was ontevreden over 'bekertjes overal in te leveren'. Uit toelichting blijkt dat het niet overal mogelijk was om het statiegeldgeld van de bekertjes terug te krijgen. Dat kwam door verschillende vormen van het glas, soms een tekort aan wisselgeld en soms doordat de bar al dicht was.



Figuur 4: Hoe beoordeelt u het gebruik van statiegeldbekere op de volgende aspecten?

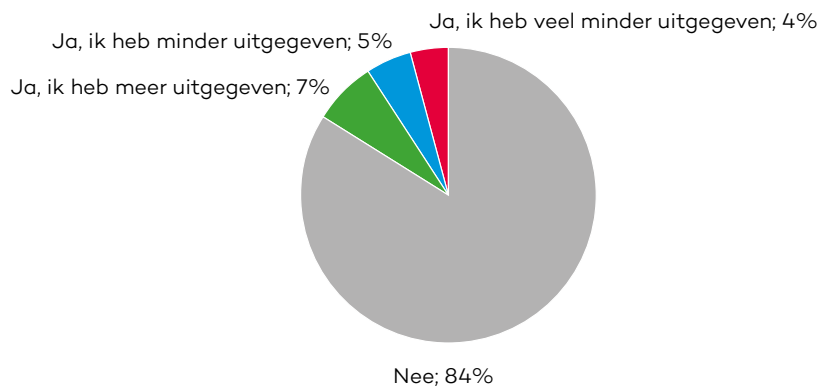
62% van de respondenten denkt dat het gebruik van statiegeldbekere ‘heel erg’ heeft geholpen om de hoeveelheid afval te verminderen (“je hoeft niet meer door plastic te waden als je naar huis gaat”). 35% denkt dat het ‘een beetje’ geholpen heeft (“er is nog genoeg ander afval”) en 3% denkt dat het niet geholpen heeft.



Figuur 5: In welke mate denkt u dat het gebruik van statiegeldbekere de hoeveelheid afval heeft helpen te verminderen?

Van tevoren was als één van de risicopunten benoemd dat bezoekers van Leidens Ontzet minder zouden uitgeven doordat er statiegeldbekers zouden worden gebruikt. Om hier meer inzicht in te krijgen is aan de panelleden gevraagd of zij het idee hebben dat hun bestedingsgedrag anders was dan normaal vanwege het gebruik van statiegeldbekers.

84% van de bezoekers heeft niet het idee dat zij meer of minder hebben uitgegeven dan in de situatie dat er geen statiegeldbekers gebruikt werden. 7% van de bezoekers denkt meer uitgegeven te hebben, 5% iets minder en 4% veel minder.



Figuur 6: Heeft het gebruik van statiegeldbekers invloed gehad op uw bestedingsgedrag?

TOT SLOT

Aan het einde van de vragenlijst konden de respondenten kwijt wat ze positief vonden (tops) en wat ze als verbeterpunt zien voor een volgend evenement waar statiegeldbekers worden ingezet (tips). Hieronder de meest genoemde of originele opmerkingen:

Tips:

- Zorg voor uniformiteit in de bekers: maat en vorm.
- Liefst ook wijnglazen.
- Meer mogelijkheden om bekers in te leveren en statiegeld terug te krijgen.
- De bekers hadden soms scherpe randjes.
- Geef de mogelijkheid om bekers in te leveren voor een goed doel.
- Ander materiaal gebruiken voor de bekers: het is nog steeds plastic.
- De bekers waren verpakt in grote hoeveelheden plastic.
- Duidelijkheid verschaffen over wat er met de bekers gebeurt ná 3 oktober.
- Bekers werden niet altijd goed gespoeld.
- Verstop enkele 'gouden bekers' tussen alle statiegeldbekers en loof een prijs uit aan die vinder van de gouden beker.

Tops:

- Geen plastic op straat en in de gracht, top!
- Stevige beker die fijn drinkt.
- Afval werd bijna continu door mensen in het groen heel snel weggehaald.
- Je staat niet in de plastic troep bij optredens.
- We gaan ze thuis ook gebruiken tot het volgende evenement zich aandient.

STATIEGELDBEKERS LEIDENS ONTZET

Enquête ondernemers 2019



LAATMENIETVALLEN.NL

LEIDEN
stadvanontdekkingen

STATIEGELDBEKERS LEIDENS ONTZET

Enquête ondernemers 2019

BELEIDSONDERZOEK

COLOFON

info@leidenincijfers.nl
www.leidenincijfers.nl

Deze evaluatie is uitgevoerd in opdracht van de werkgroep Leidsglas.

INLEIDING

Tijdens het Leidens Ontzet in 2019 is voor het eerst gebruik gemaakt van statiegeldbekers. Dit zijn herbruikbare bekers waar 1 euro statiegeld op zit, die bij elke bar in de stad gekocht en ingeleverd konden worden. Het doel hiervan is het verminderen van het gebruik van plastic en het terugdringen van zwerfafval.

Aan ondernemers is gevraagd hoe zij over deze verandering denken. Hun mening helpt de gemeente in het verbeteren van het huidige statiegeldsysteem bij toekomstige evenementen en is daarmee van groot belang.

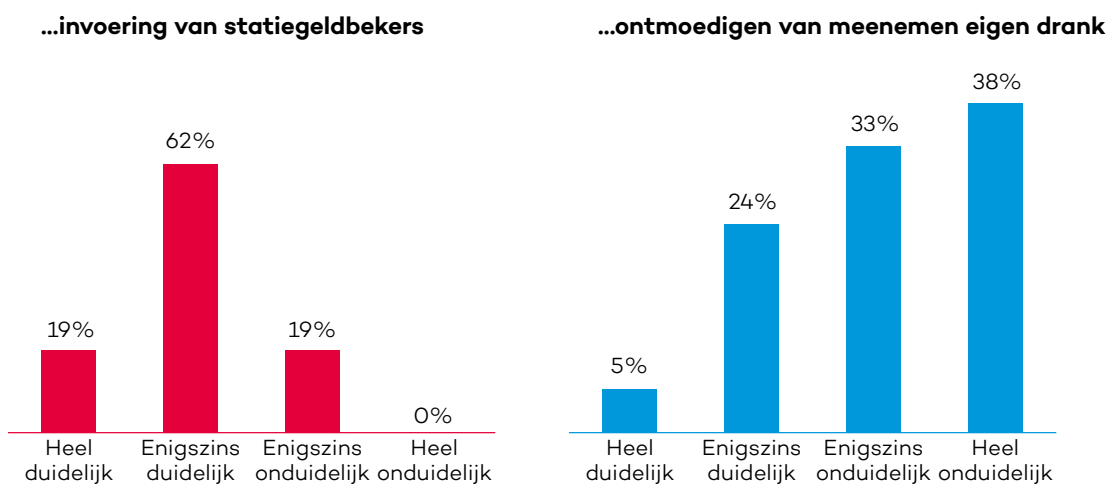
26 ondernemers hebben de vragenlijst ingevuld, dat is een respons van 45%. Aangezien het aantal respondenten vrij laag is, moeten de resultaten als indicatief worden beschouwd. Hieronder volgen de resultaten.

OORDEEL OVER DE INFORMATIE VOORAF

Voorafgaand aan de viering van Leidens Ontzet is een communicatiecampagne gehouden onder de slogan 'Leids glas'. De boodschap was tweeledig:

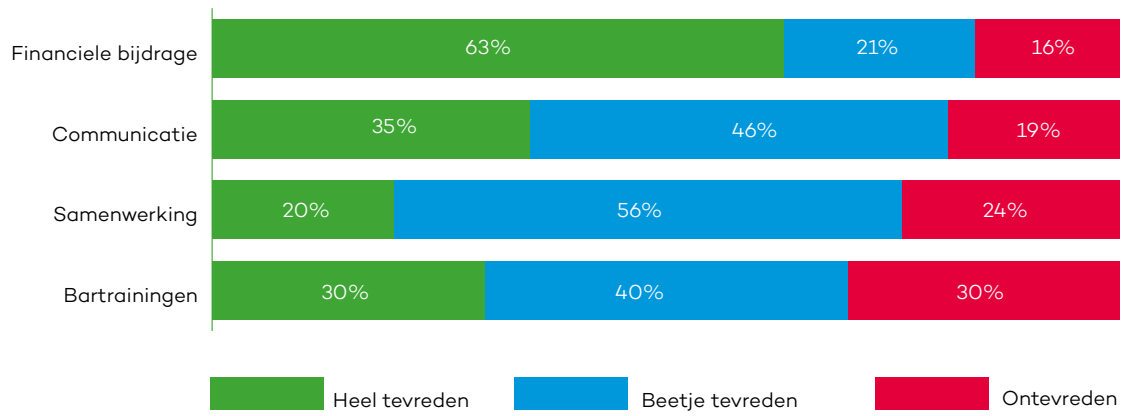
- Overall tijdens de viering worden statiegeldbekers gebruikt
- Meenemen van eigen drank wordt ontmoedigd

Aan de ondernemers is gevraagd of zij vinden dat deze boodschappen duidelijk zijn overgekomen. Van de boodschap dat er statiegeldbekers zouden worden gebruikt tijdens Leidens Ontzet vindt 71% van de ondernemers dat deze duidelijk is overgekomen. Bij het ontmoedigen van het meenemen van eigen drank is echter maar 29% van de ondernemers van mening dat deze boodschap duidelijk is overgekomen.



Figuur 1: Hoe beoordeelt u de communicatiecampagne over...?

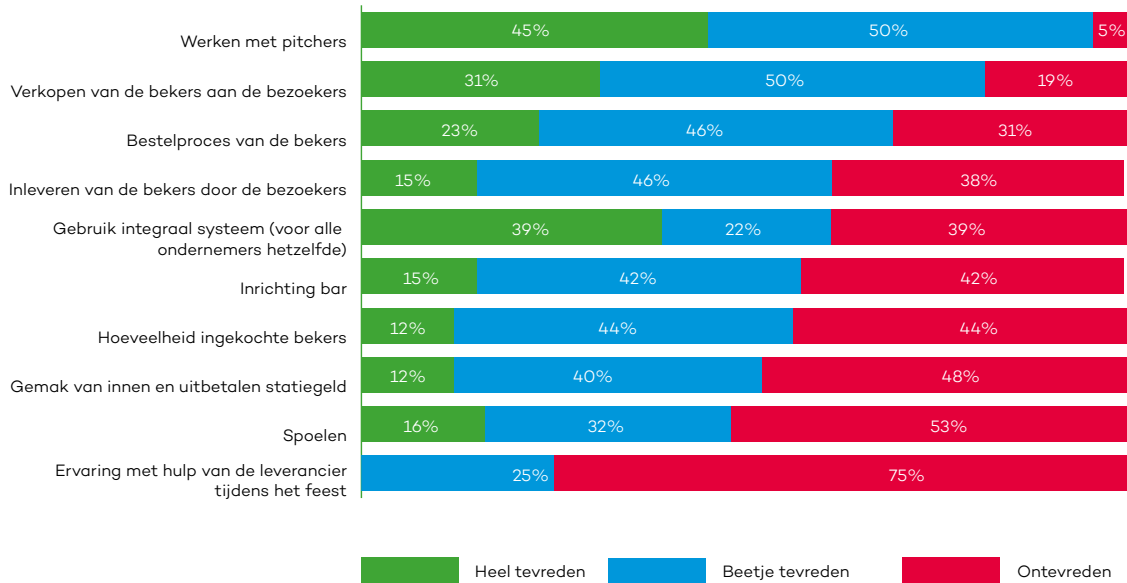
Daarnaast is gevraagd hoe men de begeleiding vanuit de werkgroep Leidsglas heeft ervaren. Het meest tevreden waren de ondernemers over de financiële bijdrage (63% was hierover zeer tevreden). 30% was ontevreden over de bartrainingen en 24% was ontevreden over de samenwerking.



Figuur 2: Hoe beoordeelt u de begeleiding vanuit de werkgroep Leidsglas?

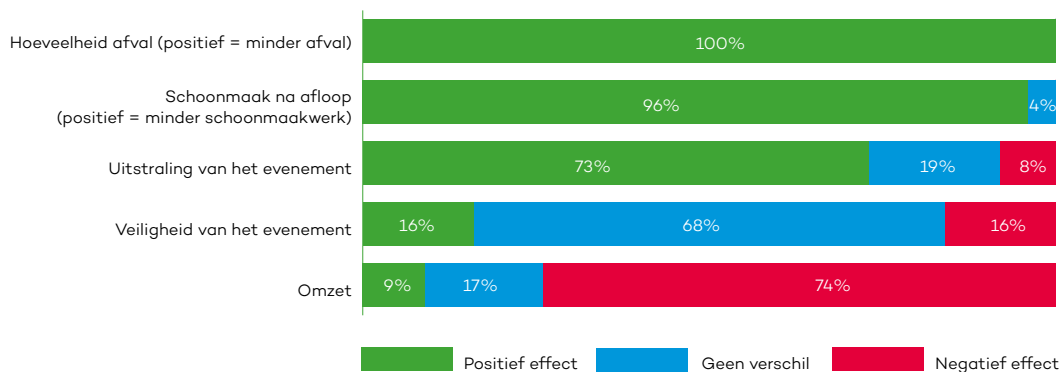
ERVARINGEN TIJDENS LEIDENS ONTZET

Over tien aspecten is het oordeel gevraagd van de ondernemers. Het meest tevreden was men over het werken met pitchers (45% heel tevreden en 50% een beetje tevreden). Het minst tevreden waren de ondernemers over de hulp van de leverancier tijdens het evenement (75% ontevreden).



Figuur 3: Hoe beoordeelt u het werken met statiegeldbekere?

Het belangrijkste doel van de inzet van statiegeldbekere was het verminderen van de hoeveelheid afval. Alle ondernemers denken dat dat doel is bereikt. 100% denkt dat er minder afval was en 96% denkt dat er minder schoonmaakwerk was. Ook ervaart men een positief effect op de uitstraling van het evenement. Men vermoed echter wel dat er een negatief effect is geweest op de omzet. 74% denkt dat er minder omzet was door de inzet van statiegeldbekere.



Figuur 4: Wat denkt u dat het effect van de statiegeldbekere is geweest op de volgende aspecten?

TIPS EN TOPS

In de vragenlijst konden de ondernemers kwijt wat ze positief vonden (tops) en wat ze als verbeterpunt zien voor een volgend evenement waar statiegeldbekers worden ingezet (tips). Gezien het beperkte aantal zijn alle opmerkingen hier integraal overgenomen.

Tips:

De meeste opmerkingen betreffen de verschillende soorten en maten bekers met alle problemen van dien.

- Het contact met de leverancier was soms een beetje verwarrend, zeker met betrekking tot het leveren en het ophalen van de bekers. Ze kwamen niet op de afgesproken tijd stippen, maar ook geen communicatie van dat het veranderd was.
- De ingeleverde bekers kwamen in alle soorten en maten van Grolsch, Kornuit, Big cup etc. We hebben ze maar aangenomen om conflicten uit de weg gaan.
- Gebruik van verschillende bekers (merken, en inhoudsmaten) - levert bij klanten verwarring op en discussie aan het verkooppunt.
- Verder gehoord dat Heineken alleen Heineken bekers accepteert bij inleveren; dat is dus niet conform afspraak.
- Ongelooflijk hoe de distributie is gelopen en ook belachelijk dat er zoveel verschillende glazen in omloop waren.
- Er was beloofd dat iedereen dezelfde glazen zou gebruiken. Maar omdat de leverancier er niet genoeg kon leveren waren er geloof ik wel 6 verschillende soorten in omloop. Ik ben een paar uur bezig geweest om wat orde te scheppen in die chaos.
- Pitchers mogen van een betere kwaliteit worden. Ze gaan snel kapot.
- Verschillende maten glaswerk kost ondernemer geld. Prijsbepaling is vooraf al gedaan. Kan men niet veranderen omdat er ineens een ander maat glas geleverd wordt.
- Glaswerk in 2 delen geleverd bij mij. 1 ondernemer had de glazen al binnen en de Rest van de straat niet (logistiek niet slim lijkt mij) grote glazen besteld niks van gekregen en ook geen bericht! Zeer onprofessioneel.
- De door mij ingekochte bekers waren prima. Echter waren ze verschillend, vandaar ontevreden. Ik had juist allemaal dezelfde bekers besteld uit gemak voor het personeel en de uitgifte. Zo ook met het inleveren: er waren wel 8 verschillende bekers in omloop. Stapelen en tellen was daarom onmogelijk. Omdat wij het statiegeld niet hebben verwerkt in ons kassasysteem, moesten wij alle bekers handmatig (per stuk!!!) tellen om er achter te komen hoeveel we er meer of minder hadden. = extra personeelskosten en grotere kans op fouten.
- Gemak van innen en uitbetalen statiegeld: dit ging goed doordat wij gebruik hebben gemaakt van kassa's, welke wel extra kosten met zich mee brachten.
- Hoeveelheid ingekochte bekers: we hadden goed ingeschat hoeveel bekers we nodig hadden, alleen hebben we dit aantal nooit gekregen en zijn onze bekers in de nacht gespoeld.
- Ik vind schoonmaakkosten van 19 cent per cup te veel.
- Alles veel te laat in gang gezet waardoor goed plannen voor ondernemer nau-

welijks meer mogelijk was. Wij draaien toch op voor extra personeel en het was pas vrij laat duidelijk dat we dat nodig zouden hebben.

- De bartraining was niet volledig (er werden vragen met 'weet ik nog niet , kom ik op terug' beantwoord). Terwijl wij met z'n allen als Leidse horecaondernemers antwoorden wilden met 0 ervaring hierin.
- Zorgen dat het gebruik van blik nog meer wordt ontmoedigd.
- Andere leverancier, veel oude bekers met harde randen, goedkoop is duurkoop.
- Allemaal de zelfde maat. Heineken was weer een andere maat dan Grolsch extra. Heel irritant met stapelen.
- Ik denk dat de cups die gebruikt moeten worden een ander logo moeten hebben bijvoorbeeld het Leidse wapen, de twee sleutels, zodat we niet van zoveel andere verschillende cups in omloop hebben waar we in het begin van de avond wel of niet in moeten nemen en naar mate het drukker werd niet meer te controleren was.
- Niet teveel verschillende afmetingen en soorten door elkaar uitgeven. Dit brengt verwarring welke glazen er wel en niet ingeleverd kunnen worden.
- Eerder beginnen met ondernemers te informeren en duidelijkheid te geven. Logistiek was het 1 groot drama met te late leveringen en onduidelijkheid over wanneer er wat geleverd zou worden, sterker nog niet eens alles werd geleverd.
- Zorg dat alle bedrijven dezelfde bekers hebben. Dus met 1 maat gaan werken. Dit was onoverzichtelijk. Er waren zoveel verschillende bekers. Zorg ook dat we genoeg bekers zijn. En zorg ook dat jullie beter bereikbaar zijn. Meer duidelijkheid over inleverpunten. Er waren namelijk veel cafés waar niet ingeleverd kon worden?!
- De kokers waar je de vieze glazen in kan bewaren moeten een stuk langer.
- Op tijd leveren en leveren wat er besteld is. Lijkt mij niet echt moeilijk.
- Beter voorbereiding, alleen dezelfde bekers, nog meer ontmoedigen of zelfs verbieden van meebrengen eigen dranken.
- Beter opbergsysteem zoals bijvoorbeeld kisten met slotjes (we hebben niet allemaal genoeg opslag om zo veel vieze, ranzige bekers zomaar ergens op te slaan!) of tussentijdse ophaalservice (wat alleen kan als alle bekers hetzelfde zijn = waterdicht telsysteem).
- Voor kleine cafés die alleen vanuit binnen draaien: zij hoeven niet zoveel bekers te bestellen als consumpties die ze denken te verkopen. Zij hebben de mogelijkheid om te spoelen (zoals je normaal glas gebruikt).
- Goede afspraken of ophalen van bekers; wij moesten ze van 3 op 4 oktober opslaan aangezien ze pas 4 oktober overdag opgehaald zouden worden, dit wisten wij niet van te voren. Hier hadden we geen ruimte voor binnen, dus moesten ze buiten blijven staan en moesten ze bewaakt worden (wat weer extra kosten met zich mee bracht).

Tops:

De meest opmerkingen betreffen de kleinere hoeveelheid afval.

- Omdat ik de helft van mijn bekers geleverd heb gekregen door een andere leverancier (of zoiets), kwam ik er achter dat hun systeem echt vele malen beter werkt dan het systeem van de hoofdleverancier. In plaats van enorm zware lompe kratten, en niet handig werkende pvc pijpen, die je ook niet kon ophan-

gen, hebben zij handige rekken. Veel minder zwaar, makkelijk te tillen en te stapelen vanwege het handvat. En het grote voordeel is dat je die rekken nadat je het glas op de bar hebt gezet ook weer kan gebruiken voor je retourlading. Dat scheelt een handeling, want je hoeft ze niet vanuit een collector in een krat te doen.

- Weinig tot geen afval meer.
- Minder vuil op straat.
- Minder rommel.
- Geen rommel op straat.
- Makkelijk mee te werken , mensen waren rustig en omruilen was geen probleem. Alles liep lekker.
- Minder plastic rommel op de straten.
- Positief: de bekers zelf en minder afval
- Ze tappen makkelijker.
- Minder rotzooi op straat.
- Minder afval op straat. Begrip van mensen op straat.
- Minder opruimtijd na afloop.
- Minder afval
- Positief was dat glas werd gebracht en opgehaald.
- Geen afval.
- Alle bezoekers werkten mee zonder moeilijk te doen, het werd algemeen geaccepteerd en zelfs goed bevonden.
- Fijn dat er 's nachts geen bekers door ons opgeveegd hoefden te worden.
- De kwaliteit van het bier was beter in het statiegeldglas dan voorheen in wegwerpbeke.
- Nauwelijks afval. Wel heel veel vieze gevonden bekers die omgewisseld werden.
- Publiek was over het algemeen tevreden m.b.t. milieu.

