



Tussentijdse  
rapportage  
Mei 2017

# ACTIEPLAN

## RECYCLING GLAS 2016-2018

Op weg naar 90% recycling

Postbus 1266

2260 BG Leidschendam

085 - 4012660

[www.afvalfondsverpakkingen.nl](http://www.afvalfondsverpakkingen.nl)

[info@afvalfondsverpakkingen.nl](mailto:info@afvalfondsverpakkingen.nl)

4 mei 2017

Tussentijdse  
rapportage

Mei 2017

# ACTIEPLAN

## RECYCLING GLAS 2016-2018

Op weg naar 90% recycling



# INHOUD

<b>INLEIDING</b>	<b>3</b>
<b>HUISHOUDENS: CONTINUEREN VAN GLAS IN 'T BAKKIE</b>	<b>4</b>
<b>BEDRIJVEN: ANALYSE EN VERBETERACTIES</b>	<b>6</b>
<b>ALGEMENE AANPAK: ACTIVEREN GLAS IN VANG-PROGRAMMA'S</b>	<b>9</b>
<b>SPECIALE AANPAK: ONDERMAATS PRESTERENDE GEMEENTEN</b>	<b>15</b>
<b>ONDERZOEK RELATIE INZAMELSTRUCTUUR EN INZAMELPRESTATIE GLAS</b>	<b>17</b>
<b>NASCHEIDING</b>	<b>18</b>
<b>NUTTIGE TOEPASSING BODEMAS</b>	<b>20</b>
<b>DOORKIJK 2017, 2018</b>	<b>21</b>

# INLEIDING

---

**De wettelijke doelstelling in Nederland voor de recycling van verpakkingsglas is 90%. De realisatie van deze doelstelling schommelt echter al enkele jaren rond de 80%. De diverse acties in het verleden hebben helaas nog niet tot het halen van de doelstelling geleid. Daarom heeft het Afvalfonds Verpakkingen in 2016 het actieplan Glas opgesteld om eind 2018 de doelstelling van 90% glasrecycling te behalen.**

**Medio 2016 is een start gemaakt met de uitvoering van het actieplan Glas. Het actieplan wordt beheerd door het Afvalfonds Verpakkingen en de uitvoering is belegd bij Nedvang.**

**Vanaf de start tot het einde van 2016 heeft het Afvalfonds Verpakkingen zich gericht op de oriëntatie waar het actieplan Glas tot het meeste rendement zou kunnen leiden. Er is onderzoek gedaan naar de mogelijkheden hoe glaszameling een impuls zou kunnen krijgen. Ook is onderzoek gedaan naar bestaande inzamelstructuren en de oorzaak waarom de inzameling hier niet volgens verwachting gaat. Resultaten van deze onderzoeken zijn eind januari gerapporteerd.**

**Deze rapportage heeft tot doel een tussentijdse stand van zaken weer te geven en betreft een korte toelichting op acties die zijn ondernomen, de verschuiving in de planning en nieuwe acties die zijn toegevoegd als gevolg van nieuwe inzichten.**

**De volgorde van de benoemde acties uit het actieplan Glas is hierbij aangehouden.**

# SAMENVATTEND

## Huishoudens: Continueren van Glas in 't Bakkie

Looptijd: Q3 2016 – Q4 2018	2016		2017				2018			
	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
Tussentijdse mijlpalen										
Akkoord supermarktactie door supermarkten	●									
Supermarktactie afgerond	●	●	●	●						
Deelplan educatieprogramma kinderen opgesteld			●							
Start uitrol educatieprogramma kinderen				●	●	●	●	●	●	●

● start / einde   ● lopend proces

De activiteiten verlopen volgens planning:

- De grote supermarktactie samen met Albert Heijn is in 2016 afgerond;
  - Op lokaal niveau wordt op initiatief van diverse gemeenten de actie gecontinueerd;
  - Nederlandse slijters sluiten hierbij aan;
- Scope van het educatieprogramma is vastgesteld;
  - Uitwerking is in ontwikkeling;
  - Periode om te starten is verschoven naar Q4 (ivm. start nieuw schooljaar).

Supermarktacties en educatieprogramma's worden gecoördineerd door het projectteam. Zodra een gemeente of bedrijf op lokaal niveau haar communicatie op zou willen starten, is het prettig als er gebruik gemaakt kan worden van reeds bestaande middelen. Een nieuwe campagnelijn is ontwikkeld en wordt momenteel getest.

### Testen van de boodschap:

Glas is een van de eerste materialen die gescheiden wordt ingezameld en daarnaast ook nog eens 100% te recyclen is zonder kwaliteitsverlies. Om gemeenten te ondersteunen met een campagne is deze boodschap ontwikkeld: **'NEDERLAND voor 100% hergebruik'**.

Deze boodschap past in de VANG-gedachte en is stapsgewijs persoonlijk te maken. (Nederland voor 100% hergebruik, Rotterdam voor 100% hergebruik, Charlois voor 100% hergebruik, Lepelaarstraat voor 100% hergebruik, etc).

Er is behoefte ontstaan aan meer duidelijkheid over de beleving van consumenten van de term 'hergebruik' op de poster. In hoeverre is deze term aansprekend en is het voor iedereen duidelijk wat daarmee bedoeld wordt? Daarmee is de vraag gerezen of alternatieven wellicht beter als campagneboodschap kunnen fungeren. Er wordt gedacht aan 'NEDERLAND voor 100% recycling' of 'NEDERLAND glas 100% in de glasbak'. Aan een extern bureau is opdracht gegeven om te onderzoeken welke van deze teksten voor de consument het meest duidelijk, aansprekend en activerend is.

Er zijn uiteraard ook andere teksten mogelijk die inspelen op de diverse motieven om glas naar de glasbak te brengen. Het Afvalfonds Verpakkingen is daarom ook geïnteresseerd in de belangrijkste motieven van verschillende consumenten om hun glas gescheiden te houden. Doen zij dit omdat het hoort, omdat het netjes is, omdat het normaal is in hun sociale omgeving, etc.?

Om zicht te krijgen op bovenstaande punten wordt een kort onderzoek uitgevoerd waarmee de campagne aangescherpt kan worden. De doelstelling van het onderzoek is: *Inzicht krijgen in hoe verschillende mogelijke campagneteksten worden beleefd en om de tekst op de poster te optimaliseren.*

Bij deze doelstelling horen de volgende onderzoeksvragen:

- Wat zijn de belangrijkste motieven om glas te scheiden?
- Wat verstaat men onder de termen 'hergebruik' en 'recycling'?
- Welke van de drie teksten is het beste als het gaat om duidelijkheid, aansprekendheid en activatie?
- Zijn er verschillende groepen consumenten aan te wijzen met betrekking tot bovenstaande vragen?

Poster 1



Poster 2



Poster 3





## Bedrijven: analyse en verbeteracties

Looptijd: Q3 2016 – Q2 2018	2016		2017				2018			
Tussentijdse mijlpalen	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
Analyse glas bij bedrijven afgerond	●	●								
Deelplan aanpak bewustwording glascheiding bedrijfeven opgesteld			●							
Start communicatie richting bedrijven				●	●	●	●	●		
Deelplan uitgevoerd								●		

● start / einde    ● lopend proces

De activiteiten verlopen volgens bovenstaande planning. Bovendien wordt een aantal pilots opgetuigd voor de looptijd tot eind 2017 met als doel om in 2018 op te schalen.

### Pilot Heineken 's-Hertogenbosch

Een onderdeel van het actieplan Glas heeft betrekking op de inzameling en recycling van bedrijfsmatig glas. De intentie is om het glasscheidingsgedrag van bedrijven en verenigingen te beïnvloeden. In het eerste kwartaal van 2017 heeft een verdiepend onderzoek naar horeca-ondernemers plaatsgevonden in de binnenstad van 's-Hertogenbosch.

Uit het onderzoek bleek dat meer dan 15% van de horecaondernemers het verpakkingsglas nog regelmatig bij het restafval gooit.

### ZAMELT U UW AFVALGLAS GESCHEIDEN IN?



Het constateren van het feit is één onderdeel van het onderzoek. Het is belangrijker om te achterhalen wat de reden hiervoor is:

### Diepteonderzoek Den Bosch HORECA glasafval

Ik zamel glasafval niet gescheiden in omdat:	Percentage
De (gemeentelijke) glasbak staat te ver weg	11,8
De (gemeentelijke) glasbak is vies of kapot	5,9
De (gemeentelijke) glasbak is vaak vol	0
Ik heb geen aparte bak voor glas, is te duur	11,8
Ik heb hiervoor binnen geen ruimte	35,3
Ik heb hiervoor buiten geen ruimte	35,3
Te veel werk / moeite	17,6
Tijdsdruk / geen tijd tijdens het werk	11,8
Het levert financieel niets op	0
Ik kan het glas niet veilig wegbrengen	0
Onze gasten kunnen hun glasafval niet scheiden	5,9
Onze gasten kunnen hun glasafval scheiden maar doen dit niet	0
Het glas is kapot en gevaarlijk / moeilijk te scheiden	0
Ik zie het nut er niet van in	0
Anders, namelijk;	52,9

In het onderzoek zijn ook vragen gesteld over de ideale wijze van inzameling en benodigde inzamelmiddelen. Collectief is er bij de Bossche horecaondernemers de wens voor een eenvoudig, weinig ruimte vragend inzamelmiddel in combinatie met retourlogistiek vanuit de leverancier.

Heineken blijkt een grote leverancier te zijn van de Bossche binnenstad. Zo is het gesprek met Heineken gestart, hetgeen heeft geleid tot het opstellen van een gezamenlijk plan.

Samen met Heineken is de binnenstad van 's Hertogenbosch als pilotgebied gekozen.

Er wordt een inzamelsysteem ontwikkeld op basis van de retourlogistiek (Heineken neemt na aflevering van een bestelling, het glas mee terug voor de horecaondernemer).

De verwachting is dat de pilot deze zomer gaat starten. De effecten van de inzameling worden gemeten.

Wanneer blijkt dat de ontwikkelde inzamelmethode succesvol is, worden initiatieven genomen om deze in meerdere steden toe te gaan passen. Hierbij zullen ook andere leveranciers worden betrokken.

### Samenwerking Stichting Platform Dranken (communicatie naar bedrijven en consumenten)

Het komende jaar wordt opgetrokken met Stichting Platform Dranken (SPD). SPD heeft onder meer tot doel om consumenten en ondernemers te wijzen op het verantwoord nuttigen van dranken.

Aangezien praktisch alle dranken verpakt zijn in glas, is het logisch dat 'Glas in 't Bakkie' in het kielzog mee kan. De samenwerking met de stichting richt zich op communicatie en zal zowel gericht zijn op consumenten en ondernemers. Samen met SPD wordt invulling gegeven aan deelname aan consumenten- en vakbeurzen.

De volgende beurzen zijn reeds geagendeerd:

1. Libelle Zomerweek 15 tot en met 21 mei 2017, Almere Strand
2. Country Fair 23 tot en met 25 juni 2017 te Aalten
3. Drankenbeurs Houten september 2017
4. 25e 50+ beurs 19 tot en met 23 september 2017 te Utrecht
5. VT wonen & design beurs 3 tot en met 8 oktober 2017 in de RAI Amsterdam
6. BBB te Maastricht 9 tot en met 11 oktober 2017
7. Margriet Winterfair november 18 t/m 24 november 2017 te Utrecht.
8. Horecava, 8 tot en met 11 Januari 2018 te Amsterdam
9. De Nationale Gezondheidsbeurs 1 tot en met 4 februari 2018 te Utrecht

Totaal aantal bezoekers van deze beurzen is ca. 500.000. Per beurs zal de samenwerking en het effect geëvalueerd worden.

### Acties in ontwikkeling

- Inzameling bij Sligro:  
*Met Sligro is gesproken over een pilot bij een aantal Sligro-vestigingen. De pilot is gericht op ondernemers die op hoogfrequente basis de vestigingen bezoeken. Doordat die frequentie zo hoog is, zullen de inzameleenheden klein zijn. Sligro wil glaszameling aanbieden als service naar haar klanten.*
- KVNW:  
*Met de Koninklijke Vereniging van Nederlandse Wijnhandelaren is gesproken over een vergelijkbare aanpak als die van Heineken, maar dan gericht op een ander gebied. Helaas bleek dit nog een brug te ver. Er wordt nu gekeken naar gezamenlijke communicatie gericht op horeca-ondernemers.*
- Slijters Unie:  
*Slijters Unie behartigt de belangen van slijters in Nederland. Met de slijters wordt een promotiecampagne ontwikkeld in regio's/gemeenten die ondermaats presteren.*

## Algemene aanpak: activeren glas in VANG-programma's

Looptijd: Q3 2016 – Q4 2018	2016		2017				2018			
	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
<i>Tussentijdse mijlpalen</i>										
Start één-op-één contact met gemeenten over activatie glas in VANG programma	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Deelplan aanpak activeren glas in VANG programma en adviespakket voor gemeenten opgesteld	●	●								
Start (meerjarige) lokale Glas in 't Bakkie campagne gecombineerd met VANG communicatie gemeenten				●	●	●	●	●	●	●
Extra gemeenten hebben glas onderdeel gemaakt van plannen om VANG doelstellingen te halen			●				●			
Extra gemeenten hebben glas opgenomen in de VANG-communicatie richting inwoners			●				●			

● start / einde ● lopend proces

*De activiteiten verlopen volgens planning:*

- *Aanpak is geïntroduceerd en afgetrapt tijdens het Gemeentelijk grondstoffencongres.*
- *Wordt gecontinueerd bij het VNG-jaarcongres en periodiek ondersteund door advertenties en het "Gas op glas"-journaal.*

Sinds jaren wordt in Nederland veel glas ingezameld. Veel gemeenten zien daarom geen nut en noodzaak om in hun communicatie rondom afval en inzameling de prioriteit te verschuiven naar glaszameling. Glasinzameling heeft last van de zgn. "Wet van de remmende voor-sprong". Voor het projectteam is dit gegeven aanleiding om meer communicatieve druk uit te oefenen op gemeenten. Dat doen we niet alleen zelf. Ook zoeken we daarbij de media op.

### Grondstoffencongres

Afgelopen maanden heeft het Afvalfonds Verpakkingen hard gewerkt aan de eerste mijlpaal; het Gemeentelijk Grondstoffen Congres op 30 maart te Utrecht. Dit congres is aangegrepen om de inzameling van glas uit huishoudens bij de doelgroep gemeenten en de aanwezige afvalinzamelbedrijven extra onder de aandacht te brengen.

Een 'Glasbak' stand van 3,5 bij 2,5 meter trok de aandacht van de bezoekers. Het aanwezige glasteam maakte gebruik van een drietal panelen om uitleg te geven aan de bezoekers welke kansen en mogelijkheden er zijn om de glaszameling een impuls te geven. Simpele handvatten die bij voorkeur met elkaar gecombineerd kunnen worden voor een optimaal resultaat.



De factoren, die de glaszameling beïnvloeden, zijn onderverdeeld in drie categorieën, die voortkomen uit de onderzoeken die in 2016 zijn uitgevoerd:

- Beleid
- Inzamelsysteem
- Communicatie

**GAS OP GLAS**

**BELEID**  
GEMEENTELIJK  
T.A.V. INZAMELING GLAS

**MET WELK ELEMENT GEEFT Û GAS OP GLAS?**

- KEUZE VOOR DIFBAR
- KEUZE VOOR OMGEKEERD INZAMELEN
- LAGERE FREQUENTIE INZAMELEN RESTAFVAL
- ONDOEFREQUENTIE INZAMELEN GROENSTOPPEN AAN HUIS
- BRENOVOORZIENINGEN MET OPTIMALE SERVICE

**GLAS IN 'T BAKKIE**

**GAS OP GLAS**

**SYSTEEM**  
INZAMEL  
DE GLASBAKKEN

**MET WELK ELEMENT GEEFT Û GAS OP GLAS?**

- DE FREQUENTIE (ook de ballen leges)
- GEREEDSGERONDEN AANPAK, NIK NIJ INVOEREN, NIJ WIK
- OPTIMALE VERHOUDING INWOONERS VS. GLASCONTAINER
- VOLDOENDE SPREIDING EN GEEN BLINDE VLEKKE
- EEN LOGISCH, VEILIG, GOED BEREIKBAAR LOCATIE
- OPWALLENDE CONTAINERS
- JUISTE EN FUNCTIONELE WERKING
- HERKENBAAR EN ZICHTBAAR
- MAATREGELEN TEGEN GELUIDSOVERLAST
- GOED ONDERHOUDEN, SCHOON EN AANTREKELIJK
- VOORZIEN OVERLOOP OF BIJPLAATSINGEN
- COMBINEER AFVALSTROMEN

**GLAS IN 'T BAKKIE**

**GAS OP GLAS**

**COMMUNICATIE**  
RICHTING INWOONERS

**MET WELK ELEMENT GEEFT Û GAS OP GLAS?**

- ZICHTBAARHEID/BEKENHEID VAN DE BAKKEN
- OPTIMALE INZET VAN BOODSCHAAP, MEDIA EN MIDDELEN
- INZET VAN TACTISCHE PROMOTIES

**GLAS IN 'T BAKKIE**

Elk thema is gepresenteerd met een gekleurde bal. Van de doelgroep wordt veel gevraagd. Zij dienen meerdere ballen hoog te houden. Met drie ballen en een goede instructie lukt het ook hen om de 'glasballen' hoog te houden. Om dit thuis te oefenen kregen de bezoekers en koker met drie jongleerballen mee naar huis.



Met bezoekers werden de stappen doorlopen en vastgelegd. Ruim 30 gemeenten, naast de gemeenten uit de targetlijst, hebben aangegeven gebruik te willen maken van de interventiemogelijkheden.

Naast de aanwezigheid op de beursvloer van het congres heeft het Afvalfonds Verpakkingen ook een workshop 'Gas op Glas' verzorgd. Tijdens deze workshop is dieper ingegaan op het glasthema en zijn een aantal best practices besproken. Naast inhoudelijke informatie is ook **Gianni Romme** gepresenteerd als de 'Glascoach van Nederland'. Gianni Romme is naast Olympisch Kampioen schaatsen ook wereld- en Europees kampioen geweest. Gianni heeft glaszameling als een vorm van topsport gepresenteerd. Het hergebruikpercentage dat momenteel gerealiseerd wordt is zondermeer goed. Echter om 90% hergebruik te realiseren vergt dit van de gemeenten een topsport mentaliteit. Van 83% naar 90% is te typeren als van "goed naar goud".

Het komende jaar heeft Gianni als glascoach een belangrijke rol om beleidsambtenaren en wethouders te steunen en coachen in hun missie om van goed naar goud te gaan. Via social media, diverse artikelen, direct mailings wordt de druk opgevoerd om te presteren.

Met de prominente aanwezigheid middels een stand en het verzorgen van een workshop tijdens het grondstoffencongres is de aanwezigen getoond waar volgens het Afvalfonds Verpakkingen de prioriteiten liggen voor de komende twee jaar.

Het volgende moment waar de glasstand en het glasteam, inclusief Gianni Romme, de gemeenten direct benaderen is begin juni 2017, tijdens het VNG-jaarcongres in Goes.

## Media

De inspanningen om “glas op de kaart” te krijgen is de media ook niet ontgaan. Op 18 april jl. heeft RTL-nieuws tijdens drie uitzendingen aandacht besteed aan de glaszameling bij huishoudens in Nederland. Naast dat zij benadrukt hebben wat de ambitie is in Nederland, is ook aangegeven dat het in veel gemeenten al bijzonder goed gaat.



Tijdens de uitzending werden twee gemeenten tegenover elkaar gezet: gemeente Vught en gemeente Amsterdam. In de gemeente Vught wordt sinds een aantal jaar glas aan huis ingezameld. Deze service kost de inwoners per jaar 6 euro meer aan afvalstoffenheffing. Het gemak wordt bijzonder goed gewaardeerd. De inzamelcijfers liegen er niet om. Waar in Nederland een gemiddelde van 20 kilo glas per inwoner per jaar geldt, scoort Vught 32 kilo. Een enorm hoge score waarmee Vught het inzamelklassement aanvoert.

Tegenover Vught is Amsterdam gepositioneerd. Amsterdam is met 10 kilo glas per persoon per jaar afgeschilderd als slecht scorende gemeente op het gebied van de inzameling van glas. Vermeld moet worden dat een aantal wijken in Amsterdam heel goed scoren op het gebied van de glaszameling. Het vermoeden bestaat echter dat in deze wijken ook horecaglas in de glasbak verdwijnt.

De uitzending van het RTL-nieuws en de aanwezigheid van het glasteam bij het Grondstoffencongres laten de gemeenten zien dat de inzameling van glas een belangrijk speerpunt is voor het Afvalfonds Verpakkingen.

Om het verhaal compleet te maken is wederom een advertentie geplaatst in VNG-magazine. Glas krijgt zo maximale aandacht bij de gemeenten.



**Gas op Glas-journaal**

Vanaf de maand mei wordt gestart met een zogenaamd 'Gas op Glas'-journaal. Dit betreft een hardcopy krant die verstuurd wordt naar wethouders, raadsleden en beleidsambtenaren. Elk kwartaal valt deze krant daar op de mat en beschrijft diverse glasthema's.

Er is een onderscheid gemaakt tussen gemeenten die ondermaats presteren en de overige gemeenten. Ondermaats presterende gemeenten krijgen een eigen journaal, anderen een algemeen journaal.

**HET GELDT VOOR ALLE GEMEENTEN**

**GEMEENTEN ZIJN GOED BEZIG!**

**GLAS IN 'T BAKKIE**

**NEDERLAND GEEFT**

**ANALYSE-MODEL ALS BASIS**

**Glascoch Gianni Romme**

**100% HERBRUIKBAAR**

**Hoeveelheid verpakkingsglas in Nederland in recyfal bedraagt 120 Kton.**

**Sturen op inzamelen**

**DIFTAR vs. NIET DIFTAR**

**AFVALLOOS INZAMELEN MET EEN SOCIAAL HART**

**MAAK ER WERK VAN!**

**Glascoch Gianni Romme**

**J BALLEEN IN DE LUCHT HOUDEN**

**AFVAL! GEMEENTELIJK GRONDSTOFFEN CONGRES**

**GLAS IN 'T BAKKIE**



## Speciale aanpak: ondermaats presterende gemeenten

Looptijd: Q3 2016 – Q4 2018 Tussentijdse mijlpalen	2016		2017				2018			
	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
Projectorganisatie ingericht	●									
Oorzaken onderpresteren geanalyseerd	● 3	● 22	● 22							
Gemeentelijke plannen van aanpak opgesteld	● 3	● 15	● 10	● 10	● 9					
Gemeentelijke plannen van aanpak uitgevoerd		●	●	●	●	● 20	●	● 27		
Start (meerjarige) lokale campagne Glas in 't Bakkie bij geselecteerde gemeente			●	●	●	●	●	●	●	●

● start / einde ● lopend proces

De activiteiten verlopen volgens planning:

- Voor ruim 40 gemeenten zijn de analyses opgesteld en de mogelijke interventies besproken/ vastgesteld.
- Eind Q2 zijn alle plannen binnen en worden in Q3 en Q4 uitgevoerd.

In de laatste rapportage is een zogenaamde 'targetlist' gepresenteerd. De lijst is samengesteld op basis van de gerapporteerde inzamelgegevens in WasteTool (het centrale monitoringsprogramma van Nedvang waarin gemeenten hun inzamelcijfers opgeven) over het jaar 2015. De targetlist bestaat uit ruim 40 gemeenten die, vergeleken met het landelijk gemiddelde, ondermaats presteren.

Nagenoeg alle gemeenten zijn bezocht en er is geanalyseerd wat de reden is van het ondermaats presteren. Aangegeven is welke mogelijke interventies er uitgevoerd kunnen worden om een impuls te geven aan de glaszameling.

### Stappen in de benadering per gemeente:

#### 1. Startgesprek

Gestart is met een eerste gesprek waarin aan de gemeentevertegenwoordiger(s) een algemene uitleg wordt gegeven over het Actieplan Glas en over de reden waarom de betreffende gemeente wordt benaderd. Daarnaast wordt concreet besproken of de gemeente bereid is

om gezamenlijk een samenwerking aan te gaan voor de verbetering van glaszameling in die gemeente.

Met 42 gemeenten van de targetlijst is een startgesprek gevoerd.

## **2. Analyse 0-situatie**

Indien de gemeente enthousiast en bereid is om mee te werken wordt allereerst een analysemodel doorlopen. Hierbij wordt in kaart gebracht hoe de gemeente de glaszameling heeft georganiseerd. Verschillende thema's komen aan bod, waaronder; glas in het restafval, de gemeentelijke brengvoorzieningen, het systeem van afvalinzameling en de wijze van communicatie.

## **3. Interventievoorstel**

Na het gezamenlijk doorlopen van het analysemodel wordt een rapport opgesteld van de stand van zaken in de gemeente met betrekking tot de glaszameling. Op basis van de uitkomsten van de analyse worden in hetzelfde rapport ook interventies voorgesteld. Per gemeente wordt dus bepaald waar de kansen liggen en welke specifieke onderdelen van het beleid, het systeem of de communicatie kunnen worden aangepakt.

37 Gemeenten van de targetlijst hebben een interventievoorstel gekregen.

## **4. Vastleggen interventies**

In een volgend gesprek worden de uitkomsten van het rapport besproken en wordt bepaald in hoeverre het haalbaar is om aan de slag te gaan met de voorgestelde interventies. Indien er afstemming wordt bereikt voor de uitvoering van de interventies wordt dit vastgelegd in een intentieverklaring die zowel door een vertegenwoordiger van de gemeente als door een vertegenwoordiger van het projectteam wordt getekend. In deze verklaring wordt ook vastgelegd hoe een en ander financieel wordt geregeld en dat altijd sprake is van een wederzijdse inspanning. Bij 27 gemeenten zijn de interventies vastgelegd. (Eind juni zijn voor alle targetgemeenten de interventies vastgelegd.)

## **5. Start uitvoering interventies**

Nadat is vastgelegd hoe de glaszameling wordt aangepakt wordt een plan van aanpak gemaakt voor de uitvoering van de interventies. Dit betreft dus een uitwerking van de praktische zaken zoals tijdspad, wie doet wat, budget en communicatie. Vervolgens kan de uitvoering daadwerkelijk starten.

## **6. Tussentijdse evaluatie**

Nu de uitvoering loopt is het van belang om regelmatig de voortgang te bespreken en om te bepalen of er nog aanpassingen gewenst zijn betreffende de praktische zaken.

## 7. Afronding

De interventies zijn uitgevoerd. Alvorens de samenwerking definitief wordt afgerond, dient te worden bepaald welke effecten en resultaten zijn bereikt. Daarnaast wordt met de gemeente besproken hoe deze resultaten kunnen worden gebruikt om strategische keuzes te maken voor de verdere verbetering van de glaszameling zonder ondersteuning vanuit het actieplan Glas.

## Onderzoek relatie inzamelstructuur en inzamelprestatie glas

Looptijd: Q3 2016 – Q4 2018	2016		2017				2018				
	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	
Tussentijdse mijlpalen											
Afronding onderzoek relatie aantal & kenmerken glasbakken en inzamelprestatie	●	●	●								
Verkregen inzichten delen met gemeenten	●	●	●	●							

● start / einde ● lopend proces

De activiteiten verlopen volgens planning en de bevindingen zijn verwerkt in de communicatie-aanpak.

Voor ondermaats presterende gemeenten die naar aanleiding van het onderzoek een impuls willen geven aan de lokale glaszameling is een interventiebudget beschikbaar.

De volgende voorwaarden zijn van toepassing:

- Voor eind juni 2017 dient een interventieovereenkomst tussen de gemeente en het projectteam te zijn gesloten;
- Het interventiebudget is beschikbaar als de beoogde interventies tenminste voor het einde van 2017 zijn opgestart;
- Voor elke gemeenten is ongeveer een bedrag van 18.500 euro beschikbaar en van de gemeente wordt tenminste een vergelijkbare investering verwacht.

Alle interventies worden bijgehouden op een website. Deze website dient als inspiratie voor deelnemende en niet deelnemende gemeenten.

**GLAS IN 'T BAKKIE, NEDERLAND ZET ZICH IN!**

De landelijke actie van de Inzameling Verpakkingen steunt nu op 83%. Het is nu niet genoeg, we zullen in 2018 daarom ook andere verpakkingen ophalen. Maar glasbakkies zijn makkelijk te gebruiken!

Recht hier voor wil in de verschillende gemeenten in Nederland, lokale en lokale werd worden.

**GLAS OP GLAS**  
IN DEEL STAPPEN

**BELEID**  
MET WILK ELEMENT GEEFT U GAS OP GLAS?

- ✓ Het is belangrijk om te weten hoe het glas op glas wordt opgehaald.
- ✓ Het is belangrijk om te weten hoe het glas op glas wordt opgehaald.
- ✓ Het is belangrijk om te weten hoe het glas op glas wordt opgehaald.
- ✓ Het is belangrijk om te weten hoe het glas op glas wordt opgehaald.

**SYSTEEM**  
MET WILK ELEMENT GEEFT U GAS OP GLAS?

- ✓ Het is belangrijk om te weten hoe het glas op glas wordt opgehaald.
- ✓ Het is belangrijk om te weten hoe het glas op glas wordt opgehaald.
- ✓ Het is belangrijk om te weten hoe het glas op glas wordt opgehaald.
- ✓ Het is belangrijk om te weten hoe het glas op glas wordt opgehaald.

**COMMUNICATIE**  
MET WILK ELEMENT GEEFT U GAS OP GLAS?

- ✓ Het is belangrijk om te weten hoe het glas op glas wordt opgehaald.
- ✓ Het is belangrijk om te weten hoe het glas op glas wordt opgehaald.
- ✓ Het is belangrijk om te weten hoe het glas op glas wordt opgehaald.
- ✓ Het is belangrijk om te weten hoe het glas op glas wordt opgehaald.

**GOED BEZIG!**

## Nascheiding

Looptijd: Q3 2016 – Q4 2018 <i>Tussentijdse mijlpalen</i>	2016		2017				2018			
	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
Afronding vervolgprouwen nascheiding			●							
Resultaten onderzoek, stimuleringsmaatregelen één-op-één gedeeld met (potentiele) nascheiders				●						

● start / einde    ● lopend proces

*De activiteiten verlopen volgens planning. Bovendien is de aanpak nascheiding breder getrokken dan alleen de eerste 2 kwartalen van 2017. De eerste expertmeeting heeft plaatsgehad. Vervolg is vastgesteld.*

Het Afvalfonds Verpakkingen werkt op verschillende thema's aan het verhogen van de recycleprestaties. Om vast te stellen wat de potentie is van nascheiden en van het terugwinnen van glas uit bodemassen organiseert het projectteam per thema een aantal expertsessies. Bovendien zijn er middelen gereserveerd voor het uitvoeren van aanvullend (praktijk) onderzoek, mocht – bijvoorbeeld uit de expertsessies – blijken dat dit noodzakelijk is. Zoals in het actieplan Glas is aangegeven moeten maatregelen op ieder van de drie thema's samen leiden tot het behalen van de doelstelling in 2018.

De expertsessies voor nascheiding bouwen voort op elkaar en worden als volgt ingestoken:

- Sessie 1 'definitie' is erop gericht om een gedeeld, volledig en feitelijk beeld te krijgen over de mogelijkheden van nascheiding.
- Sessie 2 'analyse' heeft tot doel het interpreteren en combineren van de conclusies uit het uitgevoerde onderzoek.

Recent heeft de eerste expertsessie plaatsgehad. Naast het creëren van consensus, is een SWOT opgesteld en een overzicht met onderzoeksvragen. Uitwerking hiervan zal weer leiden tot input voor de vervolgsessie.

Sterktes	Zwakte
<ul style="list-style-type: none"> <li>• De technieken voor nascheiden zijn bekend</li> <li>• Door nascheiden wordt meer glas in de verpakkingsketen gehouden</li> <li>• Vergt geen gedragsverandering van de consument</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Relatief hoge proceskosten</li> <li>• Opbrengst is maximaal de helft van in de stroom aanwezig glas</li> </ul>
Kansen	Bedreigingen
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Samen uit ONF halen met andere fracties</li> <li>• Draagt bij aan de recycle doelstelling (naast bronscheiding)</li> <li>• Heeft positief effect op vergissing van organische fractie (minder slijtage en hogere biogasopbrengst)</li> <li>• Afzet richting andere toepassingen dan nieuw glas (bv. glaswol, foamglas, nieuwe producten)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Verkeerde beeldvorming in de politiek</li> <li>• Afnemende bronscheiding door burgers waardoor averechts effect</li> <li>• Glas als grondstof wordt te duur</li> <li>• Als de bronscheiding van glas enorm groeit, dan wordt de business case voor nascheiding kleiner</li> </ul>

De onderzoeksvragen zijn gecategoriseerd naar technisch, economisch en organisatorisch domein:

Technisch	Economisch	Organisatorisch
<p>1 Hoe ziet, in navolging op het WUR onderzoek (2015) een meer representatieve (c.q. grootschaliger) technische haalbaarheidsstudie eruit?</p> <p>2 Zijn er toepassingen naast bottle-to-bottle voor nascheiden glas (bv. toepassingen met hogere vervuiling, zoals glaswol)?</p> <p>3 Wat is de meest optimale vorm voor een nascheidingsinstallatie? (op welke fractiegrootte zeven, wel of niet drogen, welke fracties scheiden, etc)</p>	<p>1 Zijn er afzetmarkten voor glas verkregen uit nascheiding?</p> <p>2 Hoe verhouden de investeringen in nascheiding zich ten opzichten van de benodigde investeringen in additionele bronscheiding (bv. kosten ondergrondse container in hoogbouw)?</p> <p>3 Is blijvende funding voor nascheiding nodig bovenop de reguliere bronscheidingsvergoeding?</p>	<p>1 Hoe kun je nascheiding hanteren zonder dat de resultaten die nu geboekt worden met bronscheiding in gevaar komen?</p> <p>2 Wat is het effect van beleidswijzigingen van gemeenten op bronscheiding op de hoeveelheid glas in restafval en de potentie van nascheiding?</p> <p>3 Wat is de beste boodschap richting consumenten? Welke communicatiestrategie?</p>

Een eerste inventarisatie van de onderzoeksvragen maakt duidelijk dat er met name belang wordt gehecht aan vragen die economisch dan wel organisatorisch van aard zijn. In de top 5 vragen, gerangschikt op basis van mate van belangrijkheid, is er één onderzoeksvraag technisch van aard.

## Nuttige toepassing bodemas

Looptijd: Q3 2016 – Q4 2018 <i>Tussentijdse mijlpalen</i>	2016		2017				2018			
	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
Gesprekken gevoerd over voortgang Green Deal met Vereniging Afvalbedrijven		●		●		●		●		●

● start / einde    ● lopend proces

*De activiteiten verlopen volgens planning. Fieldresearch is afgerond en de eerste expertmeeting staat gepland op 6 mei.*

De wijze waarop de aanpak nascheiding is opgezet en ingericht zal ook gelden voor de aanpak bodemassen. Momenteel worden voor de eerste sessie bodemassen voorbereidingen getroffen. Daarover in de volgende rapportage meer.

## Doorkijk 2017, 2018

- Doordat het projectteam concrete afspraken kan maken, verwachten we dat de voorgestelde interventies in de tweede helft van 2017 kunnen plaatsvinden. Glas heeft op zichzelf geen prioriteit bij gemeenten. Afvalscheiding als totaal wel. In veel gevallen is glas slechts een onderdeel van het spectrum.
- Gianni Romme is geïntroduceerd als de glascoach van Nederland. Zijn coachende rol zal snel opgepikt worden door diverse gemeenten.
- Deze zomer starten we ons eerste project op met Heineken in 's-Hertogenbosch. Verwachting is dat andere leveranciers van horecabedrijven hier snel op aanhaken.
- 2018 is een bijzonder jaar: de gemeentelijke glasbak bestaat dan 40 jaar. Dit wordt een jubileumjaar vol festiviteiten om de laatste kilotonnen glas extra in te zamelen om zo de landelijke doelstelling van 90% te halen.
- De rol van de experts zal steeds belangrijker worden. Zo worden materiaalexperts betrokken om innovatie toe te voegen aan de discussies rondom bodemmassen en nascheiding. Daarnaast zullen gedragsexperts weer betrokken worden om de inzameling aan de bron te onderzoeken en te bevorderen.
- In het eerste kwartaal van 2018 staan de verkiezingen geagendeerd. Afval is een belangrijk thema om op te kunnen scoren. Het project zal zich erop richten om dit mogelijk te maken.
- Alle benoemde en onderzochte interventies in gemeentelijke systemen dienen geborgd te worden in lokaal beleid en uitgedragen te worden naar andere gemeenten. Goed voorbeeld doet en moet goed volgen.
- Vanuit de WasteToolrapportages wordt opgemerkt dat er een zomer- en winterpiek is qua inzameling. Hierin vindt het projectteam aanleiding om hiervoor een seizoensaanpak te ontwikkelen.
- Uiteindelijk is het ook belangrijk dat er zichtbare bedrijfsacties komen. Afvalscheiding buitenshuis neemt hand over hand toe. Het is belangrijk dat hierop ook met glas wordt ingespeeld.

We verwachten dat met veel inspanning vanuit het actieplan Glas en deelnemende gemeenten, de doelstelling van 90% wordt gehaald. Echter weten we dat het risico zeer groot is dat er een terugval komt als de aandacht verslapt. In 2018 zal ook de glasvisie voor de toekomst worden geïntroduceerd waarin benadrukt wordt wat stakeholders moeten doen om dit hoge niveau vast te houden.

