

Weg met de wegwerpbekeer?

Een verkenning naar het potentieel om
Nederland aan de herbruikbare bekers te krijgen



Colofon

Weg met de wegwerpbeker?

Een verkenning naar het potentieel om Nederland aan de herbruikbare bekere te krijgen

Augustus 2020

Auteurs: Inge Luyten (Recycling Netwerk Benelux) en Stijn Bartelink (Enviu)

Met dank aan de bijdragen van:

Floortje Westerink (Hema), Ineke Van Nieuwenhove (Billie Cup), Joshua Whyatt (Tu-Go / Circular Coffee Project), Lenneke Bolkenbaas (Natuur & Milieu), Lieke van Adrichem (Natuur & Milieu), Marc Reijnders (KIDV), Marcel Keuenhof (KIDV), Michiel van Kempen (Efteling), Nienke van der Veen (Hema), Rudi De Kerpel (GoodLess), Safia Qureshi (CupClub), Sanderine van Odijk (Enviu), Simon Visser (NS/TU Delft), Tom Huijskes (Grosch), Tom Zoete (Recycling Netwerk Benelux), Vlad Harabara (Enviu), Will Morris (Muuse).



Deze publicatie is tot stand gekomen binnen het Mission Reuse Programma (www.missionreuse.com). Dit meerjarig programma is een gezamenlijk initiatief van de stichtingen Enviu, Recycling Netwerk Benelux en Natuur & Milieu. We hebben als doel om een transitie naar hergebruik als alternatief voor wegwerpproducten en -verpakkingen in Nederland op gang te brengen. Om een systeemverandering te realiseren testen we innovatieve businessmodellen in de Nederlandse markt, beïnvloeden we overheidsbeleid, initiëren we onderzoek en voeren we campagnes.

Deze publicatie is tot stand gekomen in samenwerking met het Kennisinstituut Duurzaam Verpakken (KIDV), vanuit haar Community of Practice Herbruikbare Verpakkingen, en is mede mogelijk gemaakt door financiering van Stichting Afvalfonds.



Kennisinstituut
Duurzaam Verpakken

Deze publicatie mag zonder voorafgaande toestemming van auteurs en opdrachtgever gedeeld worden, direct aan contacten alsook via openbare (social) media. Gelieve met verwijzing naar Mission Reuse.



Weg met de wegwerpbeker?

Een verkenning naar het potentieel om Nederland aan de herbruikbare bekere te krijgen

2/54

Inhoudsopgave

Samenvatting	4
Inleiding	5
Out-of-home consumptie	6
De wereld van de wegwerpbeker	6
Herbruikbare bekens als duurzaam alternatief	8
Systemen voor herbruikbare bekens in de praktijk	11
Systeemonderdelen	12
Voorbeelden van systemen voor herbruikbare bekens	13
Casestudy Tu-Go	14
Casestudy Billie Cup	15
Casestudy Muuse	17
Casestudy Goodless	19
Casestudy CupClub	21
Bedrijven over herbruikbare bekens	23
Consumenten over herbruikbare bekens	27
Beleidskansen voor meer herbruikbare bekens	30
Single Use Plastics Directive	30
Kansrijke beleidsinstrumenten	30
Beleidsinspiratie uit het buitenland	31
Stapt heel Nederland over naar herbruikbare bekens?	32
Conclusies	32
Aanbevelingen	33
Bijlagen	34
Bijlage 1. Referenties	34
Bijlage 2. Achtergrondartikelen	35
Bijlage 3. Overzicht systemen wereldwijd	36
Bijlage 4. Interviews	38
Bijlage 5. Resultaten bedrijven	41
Bijlage 6. Resultaten consumenten	43
Bijlage 7. Vragenlijst bedrijven	44
Bijlage 8. Vragenlijst consumenten	51



Samenvatting

Nederlanders nuttigen steeds vaker een drankje *on-the-go*. In veruit de meeste gevallen wordt het drankje geserveerd in een wegwerpbeker. Wegwerpbekers zijn voor ondernemingen en consumenten gebruiksvriendelijk en goedkoop. Tegelijkertijd zorgen ze ook voor veel (zwerf)afval, worden ze zeer beperkt gerecycled, en de verbranding van de bekens zorgt voor grondstoffenverlies en emissies.

Het huidige lineaire gebruik van materialen, zoals wegwerpbekers, past niet in de Nederlandse ambitie om in 2050 volledig circulair te zijn. Het op grote schaal vervangen van wegwerpbekers door herbruikbare bekens voor *out-of-home* consumptie draagt hier wel aan bij. In dit onderzoek analyseren we bestaande systemen voor herbruikbare bekens en verkennen kansen en uitdagingen voor Nederlandse ondernemers, consumenten en beleid om wegwerpbekers te vervangen door systemen voor herbruikbare bekens.

In Nederland zien we enkele initiatieven voor het vervangen van wegwerpbekers met herbruikbare bekens, bijvoorbeeld korting voor de klant wanneer deze een eigen beker meebrengt (*Bring Your Own*) of door het aanbieden van herbruikbare bekens, al dan niet met een waarborg, in gesloten omgevingen zoals op festivals en kantoren. Deze oplossingen worden nog relatief kleinschalig ingezet en bedienen vaak een niche. Om het nuttigen van *out-of-home* dranken daadwerkelijk minder milieubelastend te maken, is een grootschalige vervanging van wegwerpbekers naar herbruikbare bekens nodig.

Er bestaan wereldwijd verschillende succesvolle initiatieven die herbruikbare bekens voor *out-of-home* consumptie in de markt hebben gezet. Dit varieert van eenvoudige systemen waarbij alleen bekens worden verhuurd, tot volledige *cup-as-a-service* concepten die een efficiënte retourlogistiek mogelijk maken met behulp van technologie en waarborgsystemen. In dit rapport lichten we vijf uiteenlopende systemen uit (Tu-Go, Billie Cup, Muuse, Goodless en CupClub). Alle systemen hebben hun eigen voor- en nadelen voor verkooppunten en consumenten, en een andere business case. De perfecte match tussen systeem, verkooppunt en consument is afhankelijk van de lokale context en hoe zij de overstap naar herbruikbaar willen en kunnen maken. De meer geavanceerdere systemen hebben wel een groter potentieel om een grotere en diversere groep gebruikers aan te spreken dan de meer eenvoudige systemen, waarbij meer inspanning van verkooppunten en consumenten wordt verwacht.

Voor toepassing op de Nederlandse markt is het belangrijk dat een systeem goed aansluit bij de voorkeuren van ondernemers en consumenten. Wij hebben onder beiden een onderzoek uitgevoerd en concluderen dat voor zowel Nederlandse ondernemers als consumenten een goed werkend systeem gemakkelijk, betaalbaar, veilig en hygiënisch moet zijn. Consumenten lijken erg open te staan voor herbruikbare bekens, vooral op festivals en evenementen, zolang het ze niets extra's kost (afgezien van een waarborg) en ze de beker zonder al te veel moeite terug kunnen geven.

Om in Nederland wegwerpbekers te laten vervangen door herbruikbare bekens, hebben overheden, bedrijfsleven en kennisinstellingen een belangrijke rol te spelen. Door het testen van kansrijke innovaties, een concurrerende business case te bewijzen, de duurzaamheid van herbruikbare systemen in kaart te brengen, ambitieus beleid te ontwikkelen en een overtuigend narratief te communiceren, kunnen zowel ondernemers en consumenten mee worden genomen in een succesvolle transitie van wegwerp naar herbruikbare bekens.





Inleiding

Nederlanders eten en drinken steeds meer buitenshuis: de omzet van *out-of-home* consumptie in Nederland groeide de afgelopen tien jaar met 16,5%, van 18 miljard in 2010 tot 21 miljard euro in 2019.¹ Een aanzienlijk deel van de *out-of-home* geconsumeerde levensmiddelen wordt in wegwerpverpakkingen (*single use*) verkocht. Zodra de laatste hap gegeten is, of de laatste slok gedronken, hebben bakje, zakje en beker hun doel gediend en zijn ze waardeloos geworden voor de gebruiker. Ze belanden in een afvalbak en worden vervolgens verbrand of, in sommige gevallen, gerecycled. Ook belanden veel wegwerpverpakkingen na gebruik in het zwerfvuil.

Circulaire economie

Nederland heeft de ambitie uitgesproken om in 2050 geheel circulair te zijn. Het uitgangspunt van een circulaire economie is dat we geen eindige grondstofvoorraden meer uitputten, afval niet meer bestaat en we zo hoogwaardig mogelijk hergebruiken; in eerste instantie het gehele product, vervolgens onderdelen en tot slot ook materialen. De Wet Milieubeheer verplicht de overheid zelfs om prioriteit te geven aan preventie en hergebruik.

Er komt vanuit die context dan ook steeds meer aandacht voor het reduceren van de eenmalige verpakkingen voor *out-of-home* consumptie. Dat blijkt onder ander uit de groeiende aandacht voor hergebruik in convenanten als de Plastic Promise en het Plastic Pact, platforms als de Community of Practise (COP) Herbruikbare Verpakkingen² van het Kennisinstituut Duurzaam Verpakken en een webinar-serie over afvalvrije bekersistemten voor festivals³.

Weg met de wegwerpbeker?

Wegwerpbekers zijn een veelgebruikte en duidelijk gedefinieerde productcategorie, waardoor een overstap naar herbruikbare bekersistemten niet alleen directe milieuwinst kan opleveren, maar de inzichten van een dergelijke transitie ook inspiratie zijn voor andere productcategorieën waar wegwerp nog altijd de norm is. In dit rapport verkennen we het potentieel om in Nederland wegwerpbekers voor *out-of-home* consumptie te vervangen door herbruikbare bekers. We analyseren bestaande systemen voor herbruikbare bekers uit het buitenland en verkennen de kansen en uitdagingen voor ondernemers, consumenten en beleid.

Dit onderzoek is uitgevoerd in het kader van het Mission Reuse programma - een gezamenlijk initiatief van de stichtingen Enviu, Recycling Netwerk Benelux en Natuur & Milieu - dat als missie heeft om een transitie van wegwerp naar hergebruik voor een breed scala aan producten op gang te brengen in Nederland.



Out-of-home consumptie

Er zijn veel verschillende plekken waar drankjes buitenshuis worden genuttigd. Enerzijds onderscheiden we zogenaamde gesloten omgevingen. Dit zijn plekken waar de consument met het drankje het terrein niet verlaat, zoals een festival, bioscoop, dierentuin of pretpark. Ook kantoren en horecagelegenheden kunnen gesloten omgevingen zijn waar men een drankje ter plekke nuttigt.

NEDERLANDSE JAARCIJFERS *OUT-OF-HOME* DRANKEN^{1,4,5}

- ☕ €6 miljard uitgegeven aan dranken buitenshuis (30% van totale *out-of-home* consumptie)
- ☕ 1,6 miljard kopjes koffie verkocht in de horeca (€3,5 miljard omzet)
- ☕ 2,97 miljard kopjes koffie gedronken op het werk
- ☕ 30 miljoen warme drankjes op stations verkocht
- ☕ Jaarlijks meer dan 19,5 miljoen festivalbezoekers op meer dan 1.000 festivals, waar warme en koude dranken veelal in wegwerpbekers worden verkocht

Daarnaast worden ook veel drankjes in een zogenaamde open omgeving gekocht, waar de klant na aankoop het etablissement verlaat en de drank onderweg (*on-the-go*) nuttigt. Denk dan bijvoorbeeld aan koffiezaken in een stadscentrum, retail op stations en benzinstations.

De wereld van de wegwerpbeker

Het huidige normaal in de markt voor *out-of-home* dranken is een lineaire waardeketen: de klant krijgt z'n drankje in een eenmalig bruikbare verpakking - een wegwerpbeker - geschonken. Na nuttigen van het drankje wordt de beker weggegooid. Deze lineaire keten wordt schematisch weergegeven in onderstaande figuur.



Figuur 1. Een vereenvoudigde weergave van de lineaire keten van wegwerpbekers: hoge productie, diversiteit van materialen en wegwerpen na eenmalig gebruik.



Weg met de wegwerpbeker?

Een verkenning naar het potentieel om Nederland aan de herbruikbare bekere te krijgen

Dit lineaire systeem van wegwerpbekers is voor drankverkopers en consumenten makkelijk, eenvoudig en goedkoop. Maar het heeft ook negatieve gevolgen:

1. Jaarlijks belandt in Nederland naar schatting 50 miljoen kilo zwerfafval op straat of in de natuur. Volgens metingen van Dirk Groot (2016) bestaat 3% van het gewicht van zwerfvuil uit wegwerpbekers. Wegwerpbekers staan in de top 10 van meest gevonden items in het zwerfvuil.^{6,7} Het voorkomen en opruimen van zwerfafval kost Nederland meer dan 250 miljoen euro per jaar.⁸
2. Recycling van wegwerpbekers blijkt in de praktijk lastig. Er zijn weinig goede systemen om gebruikte bekertjes in te zamelen. Vervuiling van de bekertjes en gemengde samenstelling in materialen zorgen er vervolgens voor dat ze moeilijk hoogwaardig gerecycled kunnen worden. Wegwerpbekers van zogenaamd biologisch afbreekbaar plastic lijken ook geen duurzamer alternatief, omdat deze niet afbreken in het milieu maar alleen onder specifieke industriële omstandigheden. Composteerders staan niet te springen om deze materialen en deze bekertjes belanden daarom uiteindelijk alsnog bij het restafval dat wordt verbrand.⁹
3. Nederland verbrandt heden ten dage nog steeds een groot deel van het ingezamelde afval, waaronder wegwerpbekertjes. Verbranding wordt binnen een circulaire economie als laatste gewenste optie gezien (na sorteren) omdat het leidt tot grondstoffenverlies, CO₂ uitstoot en andere schadelijke emissies.
4. In 2018 werd 361 kiloton plastic afval vanuit Nederland geëxporteerd, waarvan bijna 100 kiloton naar landen buiten Europa.¹⁰ Er is een groot risico dat dit afval terplaatse leidt tot lokale vervuiling van gronden en rivieren en slechte arbeidsomstandigheden temidden giftige stoffen.



Herbruikbare bekens als duurzaam alternatief

Nederland heeft de ambitie uitgesproken om in 2050 geheel circulair te zijn.¹¹ Het huidige lineaire gebruik van materialen, zoals wegwerpbekers, past niet in die ambitie. Het uitgangspunt van circulariteit is dat materialen zo lang en zo hoogwaardig mogelijk in de keten worden gehouden. Met een drastische reductie van eenmalige verpakkingen gaan we weg van een door fossiele brandstof gedreven lineaire economie én gaan we (plastic)vervuiling tegen. Europa heeft dan ook de verschillende lidstaten, via de in 2019 goedgekeurde Single Use Plastics Directive, opgedragen om de komende jaren een aanzienlijke reductie te realiseren in o.a. het aantal wegwerpbekers.¹²

Is herbruikbaar duurzamer dan wegwerp?

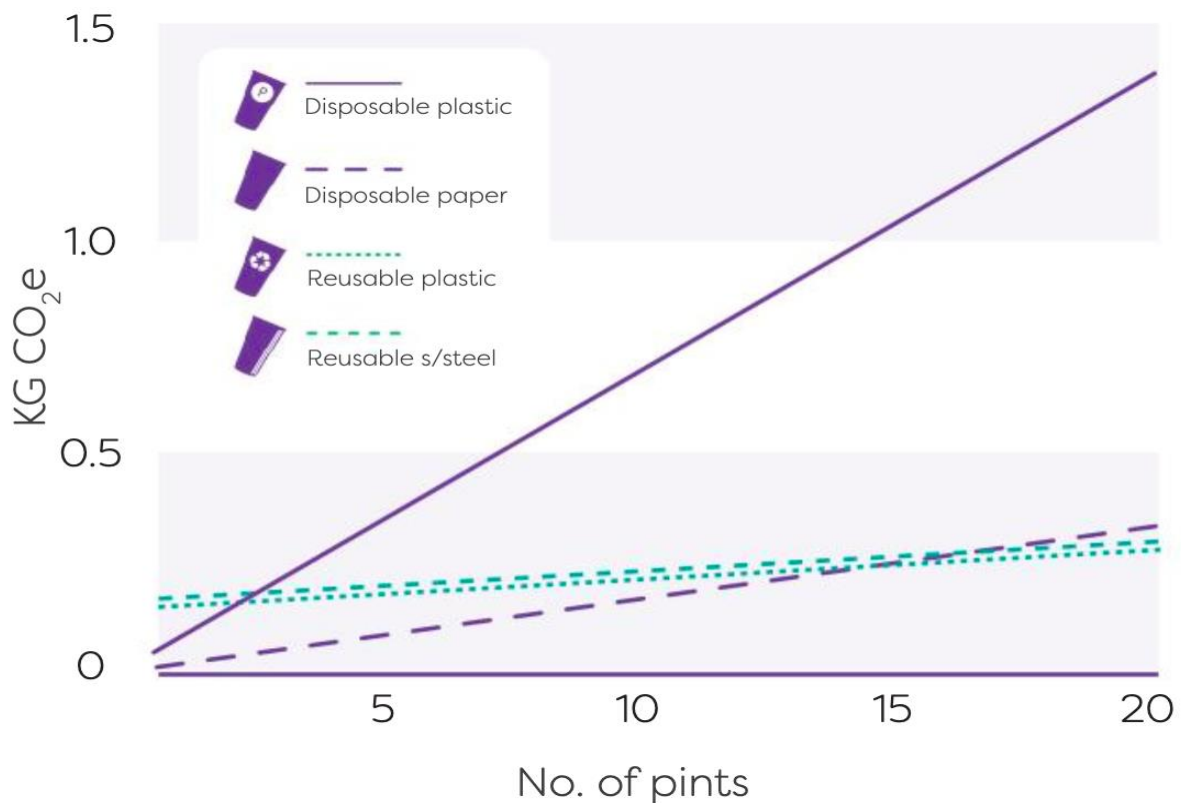
Vergelijk je de Life Cycle Analysis (LCA*) van één wegwerpbeker met één herbruikbare beker, dan brengt de herbruikbare beker het er zeer waarschijnlijk slechter vanaf. Er zijn immers meer grondstoffen, water en energie nodig voor productie, vervoer en schoonmaken van de robuustere herbruikbare beker. Maar wanneer die ene herbruikbare beker steeds vaker opnieuw wordt gebruikt, begint de totale milieu-impact al snel te concurreren met de slechts eenmalig te gebruiken wegwerpbeker.

Er zijn verschillende onderzoeken gedaan naar het *tipping point* waarop een herbruikbare beker een lagere milieu-impact (in CO₂-equivalent) heeft dan een wegwerpbeker (zie kader en figuur op de volgende pagina). Er is geen eenduidig antwoord op deze vraag. Wat het exacte *tipping point* is waarop een herbruikbare beker minder CO₂-eq uitstoot dan een wegwerpbeker, hangt onder meer af van het materiaal, de volumes aan consumpties die worden genuttigd en de efficiëntie van de retourlogistiek (inclusief wassen). Daar komt nog bij dat de negatieve gevolgen wanneer de wegwerpbeker in het zwerfvuil terecht komt, een milieu-impact is die niet in LCA's wordt meegenomen.

Naast de potentiële milieuwinst, kan een systeem met herbruikbare bekens ook andere voordelen opleveren voor bedrijven, zoals het verlagen van kosten, optimalisatie van logistiek, *brand loyalty* bij klanten opbouwen, gebruikerservaringen van klanten verbeteren en interessante data verzamelen.¹³

* De Life Cycle Analysis is een methode om de milieu-impact van een product of productieketen in kaart te brengen, van de winning van grondstoffen, de productie, transport en gebruik tot en met afvalverwerking. De milieu-impact wordt vaak omgerekend naar CO₂-equivalent, om de vergelijking tussen emissies, fasen en producten vergemakkelijken.





Figuur 2. Een voorbeeld van een Life Cycle Analysis (LCA), waar de totale CO₂-equivalent uitstoot van wegwerpbekers en herbruikbare bekens (inclusief wassen en transport) voor een festival wordt vergeleken. Volgens dit onderzoek uit het Verenigd Koninkrijk, zijn de door hen bestudeerde herbruikbare plastic bekens na 2 keer gebruiken al milieuvriendelijker, roestvrijstalen bekens na 16 keer.¹⁵

NA HOEVEEL KEER GEBRUIKEN IS EEN HERBRUIKBARE BEKER MILIEUVRIENDELIJKER DAN EEN WEGWERPBEEKER?

LCA-studie door	Vergeleken materialen	Tipping point
Hope Solutions, VK ^{14,15}	Papieren en plastic wegwerpbekers vs plastic en RVS herbruikbare bekens op een festival	Na 2 tot 16 drankjes
LCA Centre Paardekooper, NL	Wegwerpbeker vs polypropyleen Zero Waste Cup	Na 2 à 3 drankjes
Technical University of Catalonia, ES ¹⁶	Polypropyleen wegwerpbeker vs polypropyleen herbruikbare beker	Na 10 drankjes
CupClub, VK ¹⁷	Papieren en plastic wegwerpbeker vs CupClub systeem	Na 100 drankjes

NB: het grote verschil tussen CupClub en de andere bekens is te verklaren doordat CupClub een *cup-as-a-service* concept is (ophalen, wassen, drogen en opnieuw uitleveren), waarmee het een grotere milieu-impact heeft dan wanneer alleen naar de milieu-impact van de beker wordt gekeken, of naar bekens in een gesloten omgeving zoals een festival.



Weg met de wegwerpbeker?

Een verkenning naar het potentieel om Nederland aan de herbruikbare bekens te krijgen

Systemen voor herbruikbare bekere

De Ellen MacArthur Foundation¹³ onderscheidt in haar Reuse rapport twee type systemen voor herbruikbare bekere: *Refill on-the-go* en *Return on-the-go*. *Refill on-the-go* kennen we ook wel als *Bring Your Own* (BYO). In Nederland is het al jaren bij veel koffietentjes mogelijk om je eigen beker mee te brengen, of ter plekke een herbruikbare beker te kopen. Op steeds meer plekken, bijvoorbeeld bij de Kiosk op stations en bij Starbucks, krijg je met je eigen herbruikbare beker 10 tot 25 cent korting op je aankoop. Het voordeel is dat dit een heel eenvoudig 'systeem' voor het verkooppunt is. Het grootste nadeel is het lage gebruiksgemak voor de klant: deze moet de beker zelf aanschaffen, meenemen, bij zich houden en schoonmaken. Dit zijn drempels die in de weg staan van algemener gebruik van herbruikbare bekere. Er zijn geen officiële cijfers bekend hoeveel drankjes in BYO bekere worden verkocht. In 2019 had NS Kiosk in drie maanden tijd ongeveer 1% van de verkochte drankjes in BYO geschenken.¹⁸

Bij *Return on-the-go* systemen brengen consumenten de beker kort na gebruik terug naar een verkooppunt of *drop-off* locatie (bijvoorbeeld een retour-machine). Dit soort systemen beginnen we langzaam meer te zien in Nederland. In 2019 werden bij Leidens Ontzet festival alleen nog maar herbruikbare bekere gebruikt. Bij 74 horecagelegenheden werd een beker met 1 euro statiegeld uitgegeven, die op elk van die punten weer kon worden ingeleverd. Slechts 1,8% van de bekere werd niet geretourneerd.¹⁹ Ook zijn er steeds meer festivals die gebruik maken van herbruikbare bekere, waaronder Best Kept Secret, De Parade, Into The Great Wide Open, DGTL, Amsterdam Open Air, Welcome To The Village en Mandala.²⁰ *Return on-the-go* systemen zien we nog nagenoeg niet in open omgevingen, zoals koffiezaken, stations en benzinstation, in Nederland.

Overstappen naar herbruikbaar

Er wordt hier en daar geproefd aan herbruikbare bekere systemen, maar anno 2020 zijn in Nederland wegwerpbekere nog altijd de absolute norm. Overstappen naar herbruikbare bekere vraagt vaak een grotere voorinvestering, een nieuwe manier van werken en een andere mindset van ondernemers en consumenten. Tegelijkertijd zijn systemen voor hergebruik onmisbaar binnen een echte circulaire economie. In de volgende hoofdstukken verkennen we wat voor type systemen dit zouden kunnen zijn, en wat de uitdagingen en kansen zijn om deze in Nederland te introduceren.

HERBRUIKBARE BEKERE EN CORONA

Sinds begin 2020 staat de wereld op haar kop door het coronavirus. De pandemie triggert de discussie over hoe veilig hergebruikssystemen zijn, ten tijde van een publieke gezondheidscrisis en daarna. Bij sommige retailers mogen mensen niet meer hun eigen tas of bakje meenemen en sommige verkooppunten van (warme) dranken zijn gestopt met het accepteren van BYO herbruikbare bekere. Werknemers zouden immers een beker kunnen vastpakken waarvan ze niet weten of die het virus draagt. De plasticindustrie volgde met claims dat wegwerpplastics veiliger zijn dan herbruikbare alternatieven.

In juni 2020 publiceerden meer dan 125 wetenschappers, artsen, specialisten in publieke gezondheid en verpakkingen uit meer dan 18 landen een brief waarin ze het statement maken dat herbruikbare verpakkingen even veilig zijn als wegwerpverpakkingen.²¹ Gebaseerd op de huidige kennis concludeerden ze dat herbruikbare systemen veilig kunnen worden gebruikt wanneer basishygiëne in acht wordt genomen. In onder andere het Verenigd Koninkrijk (City to Sea), USA (Upstream) en Ierland (Conscious Cup) zijn milieuorganisaties campagnes begonnen om herbruikbare bekere en maaltijdcontainers terug geaccepteerd te laten worden door horecaondernemingen.

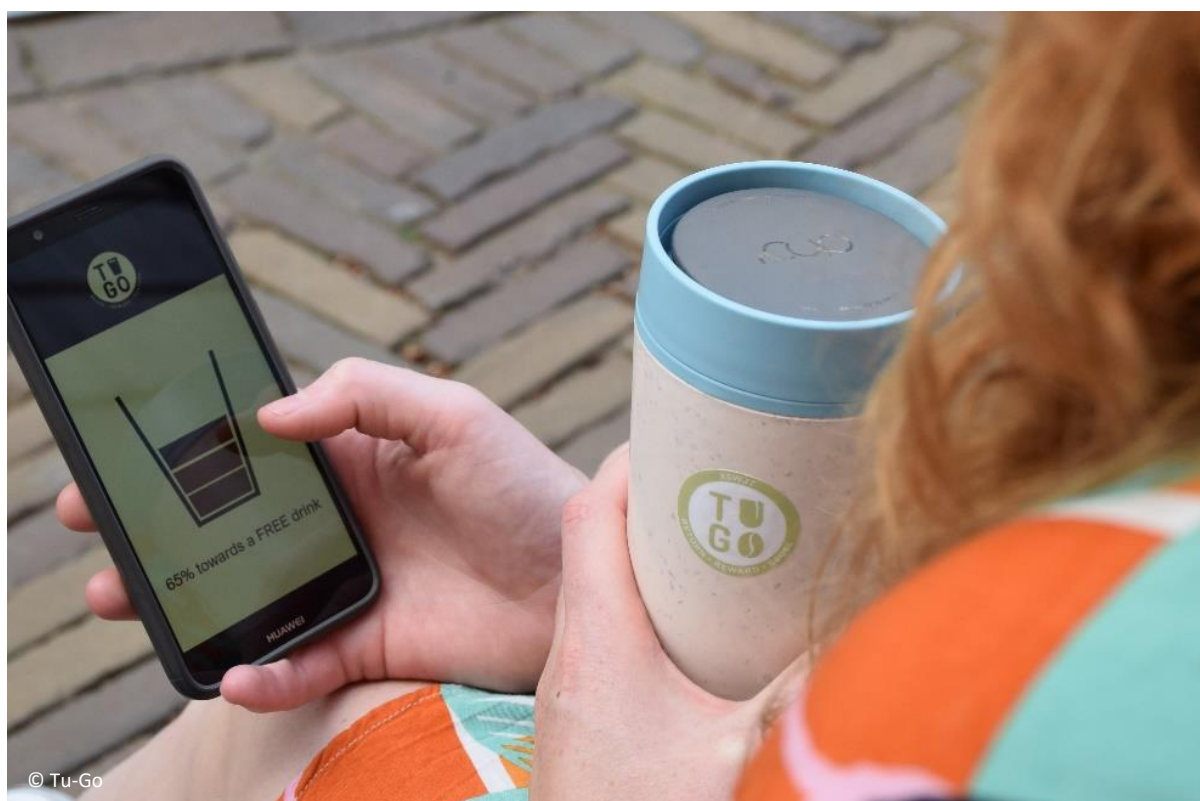


Weg met de wegwerpbeker?

Een verkenning naar het potentieel om Nederland aan de herbruikbare bekere te krijgen

Systemen voor herbruikbare bekens in de praktijk

Het gebruik van herbruikbare bekens voor *out-of-home* consumptie neemt wereldwijd een vlucht. Er bestaan dan ook al verschillende werkende systemen, van eenvoudige beloningssystemen voor *Bring Your Own (BYO)* tot vernuftige cup-sharing systemen met tracking en retourlogistiek. In Nederland kunnen we veel opsteken van buitenlandse initiatieven die succesvolle systemen in de markt hebben gezet, en per situatie of sector nagaan welk systeem meest geschikt is in onze context en cultuur. In dit hoofdstuk lichten we de variëteit aan systemen voor herbruikbare bekens toe en geven we een uitgebreide analyse van vijf ondernemingen die verschillende systemen aanbieden.



Tu-Go biedt verkopers van *on-the-go* dranken een digitaal systeem aan om klanten te belonen voor het meenemen van hun eigen herbruikbare beker, zonder extra kosten voor de verkopers. Een uitgebreide beschrijving van dit systeem staat op pagina 14.



Weg met de wegwerpbekeer?

Een verkenning naar het potentieel om Nederland aan de herbruikbare bekens te krijgen

Systemonderdelen

In onderstaande tabel staan de kenmerkende variabelen uitgewerkt waarmee verschillende systemen te onderscheiden zijn.

Bekers	<p>Wat zijn de kenmerken van de bekers?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Materiaal • Duurzaamheid productie • Levensduur • Reinigbaarheid (hygiëne) • Veiligheid • Gebruiksvriendelijkheid • Ontwerp en formaat • Branding
Ondersteunende middelen	<p>Worden er ondersteunende middelen gebruikt? Bijvoorbeeld:</p> <ul style="list-style-type: none"> • RFID/QR code voor realtime inzicht in beker-gegevens (locatie, inhoud, klant) • Retourmachines • Customer loyalty programma, zoals beloningen sparen (digitaal of m.b.v. stempelkaarten) of up- en cross-sell mogelijkheden • App voor consument en/of verkooppunt
Type omgeving	<p>In wat voor een type omgeving kan het systeem toegepast worden?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gesloten: de beker verlaat in principe de locatie niet (evenementen, recreatieparken, kantoor) • Open: de bekens worden in de publieke ruimte door verschillende ondernemers gedeeld (bijvoorbeeld door verschillende retailers & koffiezaken in stadscentra, stations of benzinstations). Er zijn ook semi-open systemen te onderscheiden, die wel in de publieke ruimte beschikbaar zijn maar waarbij een specifiek systeem bijvoorbeeld wordt aangeboden door één horecaketten met meerdere vestigingen.
Retourlogistiek	<p>Hoe rouleren de bekens? Bijvoorbeeld:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Handmatige inname bij verkooppunten • Retourfaciliteit (bijvoorbeeld een retourmachine) • Reiniging van gebruikte bekens op locatie of elders
Borgstelling & retourincentives	<p>Op welke manier wordt gewaarborgd dat de bekens terug in het systeem komen? Bijvoorbeeld:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Statiegeld vooraf betalen • Borg betaling bij overschrijden inlevertermijn • Beloning bij tijdig inleveren
Businessmodel	<p>Hoe genereert de aanbieder inkomsten? Bijvoorbeeld:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Verkoop van bekens • Verhuur van bekens • Verhuur van ondersteunende middelen, zoals apps, retourmachines, scanners, vaatwassers • <i>Cup-as-a-service</i>: facilitatie van een volledig <i>closed loop system</i> • Inkomsten uit reclame, zoals bekens met merknamen
Fase	<p>In hoeverre is het systeem al aantoonbaar werkend?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pilot: de startende onderneming is het systeem nog aan het testen en ontwikkelen • Startup: de startende onderneming heeft het systeem in de markt gezet en zit in de opbouwende fase • Bedrijf: de onderneming bestaat al enkele jaren en heeft een succesvolle werking van het systeem bewezen



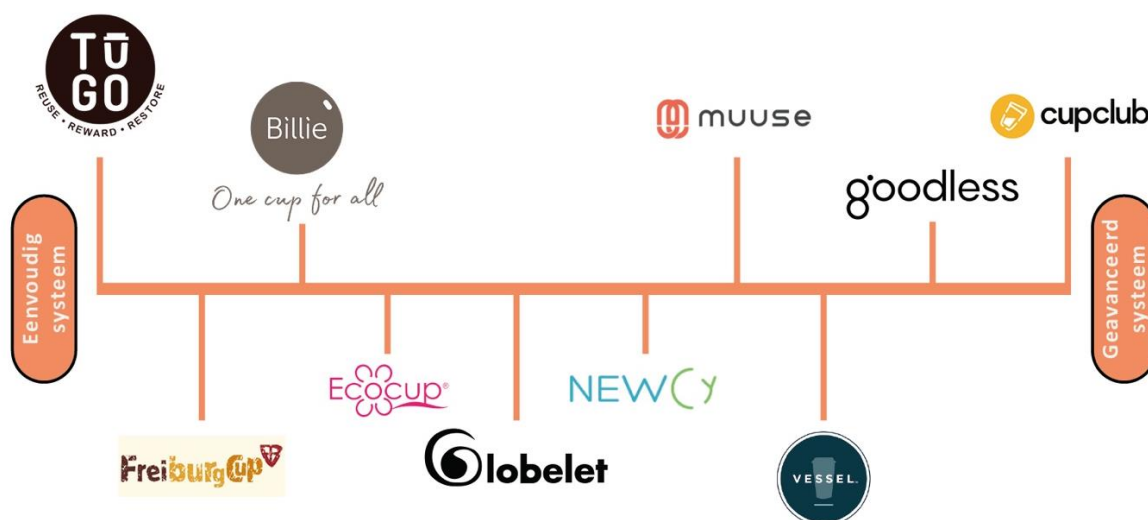
Voorbeelden van systemen voor herbruikbare bekere

Afgezien van alle honderden verkooppunten die korting aanbieden wanneer klanten hun eigen herbruikbare beker meebrengen, bestaan er wereldwijd tientallen aanbieders van systemen voor herbruikbare bekere (zie bijlage 3 voor een overzicht). Deze aanbieders onderscheiden zich van elkaar door een diversiteit aan type bekere, verdienmodellen, technologische complexiteit en volwassenheid van hun systemen.

In onderstaande figuur hebben we tien van deze herbruikbare bekere systemen geplot op een oplopende schaal van eenvoudig tot geavanceerd. Bij eenvoudige systemen verzorgt de onderneming slechts een deel van het systeem, waardoor extra inspanning van consumenten en verkooppunten noodzakelijk is om het systeem te laten werken. Dit betreft bijvoorbeeld aanbieders die puur en alleen herbruikbare bekere verhuren of verkopen. Of partijen die een beloningssysteem voor BYO faciliteren, maar zelf geen bekere verstrekken of logistieke diensten aanbieden.

Ondernemingen met meer geavanceerdere systemen treden op als “ketenregisseur”. Zij ontzorgen consument en verkooppunten volledig bij de levering en consumptie van dranken in herbruikbare bekere. Deze systemen worden ook wel worden *cup-as-a-service* genoemd, omdat zowel de bekere, ondersteunende middelen, een waarborgsysteem alsook de logistieke dienstverlening (incl. wassen) worden aangeboden.

We hebben vijf (aanbieders van) systemen geselecteerd om verder uit te lichten: Tu-Go, Billie Cup, Muuse, Goodless en CupClub. Deze vijf hebben onderscheidende proposities en tezamen beslaan ze de breedte van de type systemen die er voor herbruikbare bekere denkbaar zijn. Via interviews hebben deze ondernemers met ons de werking van hun systeem gedeeld, alsmede waar de uitdagingen zitten en wat hun systeem succesvol maakt.



Figuur 3. In deze figuur zijn tien aanbieders van herbruikbare bekere systemen weergegeven op een schaal van eenvoudige tot geavanceerde systemen. Deze schaal geeft geen waardeoordeel. Voor alle systemen geldt dat het afhankelijk is van de setting en schaal waarin het systeem wordt gebruikt hoe duurzaam, gemaksvriendelijk en betaalbaar ze is. De vijf aanbieders in het bovenste deel van de figuur worden in het volgende hoofdstuk uitgelicht. Een totaaloverzicht van aanbieders en de kenmerken van hun systemen is te vinden in bijlage 3.



Weg met de wegwerpbeke?

Een verkenning naar het potentieel om Nederland aan de herbruikbare bekere te krijgen

Casestudy Tu-Go



<https://tu-go.club>

Tu-Go B.V. is een initiatief van Joshua Whyatt, MSc student Science & Innovation aan de Universiteit Utrecht. Joshua is het initiatief gestart in 2018 en is na een aantal kleinschalige pilots nu klaar om op te schalen samen met *front-running* lanceringspartners die als doel hebben om het gebruik van wegwerpbekers te voorkomen. Tu-Go gelooft dat het BYO-segment naar de toekomst toe blijft groeien en wil met haar systeem consumenten stimuleren om de eigen beker vaker mee te nemen, omdat consumenten een cruciale en beïnvloedbare rol vervullen in de waardeketen. Tu-Go biedt verkopers van on-the-go dranken een digitaal systeem aan om klanten te belonen voor het meenemen van hun eigen herbruikbare beker, zonder extra kosten voor de verkopers.

Bekers	Tu-Go maakt gebruik van bestaande bekers van consumenten of retailers, waardoor het een bring your own (BYO) systeem is.
Ondersteunende middelen	Een app die consumenten in staat stelt om locaties te vinden die meedoen met het Tu-Go systeem en om rewards te verdienen en verzilveren. Verkooppunten gebruiken de app o.a. om een beloningssysteem te faciliteren en voor inzage in de gerealiseerde impact.
Type omgeving	Bruikbaar in open omgevingen zoals cafés en winkelgebieden en gesloten omgevingen zoals universiteiten en kantoren.
Retourlogistiek	Geen. Gebruikers brengen hun eigen beker mee en wassen deze zelf af en worden gestimuleerd om deze mee te nemen naar retailers/cafés.
Borgstelling & retourincentives	Het is een beloningssysteem om BYO bij consumenten te stimuleren. Consumenten verzamelen bij iedere consumptie kortingstegoed. Na een aantal consumpties in hun eigen herbruikbare beker krijgen ze het kortingstegoed inleveren voor een beloning, bijvoorbeeld een gratis kop koffie of thee. Retailers kiezen zelf de hoogte van de korting.
Businessmodel	Deelnemende retailers en koffiezaken betalen aan Tu-Go een bijdrage voor elke klant die Tu-Go gebruikt voor een bestelling met een eigen herbruikbare beker.
Fase	Kleinschalige pilot succesvol uitgevoerd in 2019 in Utrecht. De pilot duurde 6 weken en vond plaats op 2 locaties. In totaal zijn er gedurende de pilot 2.000 wegwerpbekers bespaard, is 91KG CO ₂ -uitstoot gereduceerd en is 23 kg afval voorkomen. Het concept is klaar om op grotere schaal te worden uitgerold.

Naast de typische uitdagingen voor start-ups rondom resources (financiering, medewerkers, promotie, etc) is de grootste uitdaging voor Tu-Go het creëren en behouden van bewustzijn dat hergebruik de oplossing is om wegwerpbekers te besparen. In diverse gesprekken met café-eigenaren is gebleken dat zij denken een duurzame bijdrage te leveren door het gebruik van composteerbare bekers, maar dat is simpelweg niet vergelijkbaar met het effect van hergebruik. Consumenten die hun eigen bekers meenemen reageren positief op het initiatief.

Joshua Whyatt staat in 2020 op de Nederlandse Duurzame Jonge 100 lijst voor zijn werk met Tu-Go en hoopt via dit platform Tu-Go op meer plekken in Nederland te kunnen introduceren.



Weg met de wegwerpbeker?

Een verkenning naar het potentieel om Nederland aan de herbruikbare bekere te krijgen

Casestudy Billie Cup



<http://www.billiecup.be>

Billie Cup is in 2019 gestart door twee Gentse ondernemers met een financiële ondersteuning van Vlaanderen Circulair. Het laagdrempelige herbruikbare bekersisteem is afgeleid van het succesvolle Duitse ReCup. Billie Cup levert herbruikbare bekertjes aan kantines in bedrijven, hogescholen en universiteiten en horeca. Voor iedere beker betaalt de gebruiker te allen tijde 1 euro statiegeld. Wanneer de drank op is, kan de beker worden geretourneerd bij alle deelnemende horecapartners en wordt het statiegeld teruggegeven. Anno juni 2020 bieden ruim 80 horecazaken en kantines, in o.a. Gent, Leuven, Mechelen, Antwerpen en Brussel, de Billie Cup aan.

Bekers	<p>Gemaakt van polypropyleen (PP) in de maten 200 ml, 300 ml en 400 ml. Er is één uniforme deksel, gemaakt van PP, die op alle bekertjes past. Uniform design, soms met skyline van de stad. Geen branding op de bekertjes mogelijk, alleen op de deksels kan eventueel een logo worden gedrukt. Geschikt voor koude en warme dranken. Vaatwasbestendig. De bekertjes worden gemaakt in Duitsland.</p>
Ondersteunende middelen	<p>Geen gebruik gemaakt van specifieke software, zoals apps of QR codes. Kassasystemen van deelnemers moeten geschikt zijn om BTW-vrij statiegeld aan te slaan (zowel bij het uitgeven als terugnemen van de bekertjes). Op de website kan de klant zien welke ondernemers meedoen. Er wordt momenteel verkend of de levering van bekertjes aan deelnemers volledig geautomatiseerd kan worden.</p>
Type omgeving	<p>Wordt gebruikt in open omgevingen (koffiebar, kiosk) en gesloten omgevingen (kantines van kantoren, hogescholen en universiteiten). Voorwaarde voor deelname is dat op de locatie een professionele wasinstallatie aanwezig is.</p>
Retourlogistiek	<p>Een Billie Cup kan door de klant bij iedere deelnemende zaak terug worden gebracht, omdat de bekertjes overal hetzelfde zijn. De klant krijgt dan zijn/haar statiegeld in contanten of als korting terug, of kiest voor een hervulling.</p>
Borgstelling & retourincentives	<p>De klant betaalt 1 euro statiegeld voor een Billie Cup. De herbruikbare deksel wordt los verkocht en kan de klant zelf meenemen voor persoonlijk hergebruik. Doordat de deksel lastiger te wassen is en om de hygiëne voor de volgende gebruiker te waarborgen, kan deze niet terug worden ingeleverd voor statiegeld. Billie Cup kiest er bewust voor om niet te beginnen met een wasservice, omdat dit pas rendabel en duurzaam wordt bij grote volumes.</p>
Businessmodel	<p>Deelnemende horeca en kantoren betalen een kleine service fee om deel te nemen aan het systeem. Op de bekertjes wordt niet verdiend. Het is geen verplichting voor de zaken om <i>full Billie</i> (geen andere bekertjes meer) te gaan, al wordt het wel geadviseerd. ReCup heeft in Duitsland reeds bewezen dat dit systeem een haalbaar businessmodel kan zijn, met meer dan 2.000 deelnemende horecazaken en meer dan 20 werknemers.</p>
Fase	<p>Startup met in België ongeveer 100 aangesloten zaken. Er worden momenteel in Nederland samenwerkingen met Billie Cup verkend in o.a. Wageningen, Amsterdam en Tilburg.</p>



Weg met de wegwerpbeke?

Een verkenning naar het potentieel om Nederland aan de herbruikbare bekertjes te krijgen

Na ruim een jaar Billie Cup in België, valt het op dat 70% van de klanten de beker na de aankoop houdt. Ze gebruiken hem thuis, nemen hem mee naar kantoor om de wegwerpbekers daar te vervangen, of nemen hun eigen Billie Cup telkens mee als ze ergens koffie halen. Wat bijdraagt aan het succes van Billie Cup, is de eenvoud van het systeem. Er komt voor deelnemende zaken weinig anders bij kijken dan het wassen van de bekens en retourneren van het statiegeld. Consumenten kunnen heel laagdrempelig meedoen. Billie Cup is daarnaast zichtbaar in de pers en op social media. Het is een B2B startup, maar ze communiceren veel B2C op een frisse toon om de consument te motiveren voor Billie Cup te kiezen. Billie Cup spreekt vooral een jonge doelgroep aan. Er zijn verkooppunten die afzien van deelname omdat hun publiek niet tot doelgroep behoort (bijvoorbeeld toeristen en 55+).

Eén van de uitdagingen voor Billie Cup is dat voor sommige ondernemingen het retourneren van het statiegeld onhandig is, bijvoorbeeld omdat ze geen cash meer gebruiken terwijl in België retourpinnen nog niet overal mogelijk is. De service fee blijkt, vooral voor kleine ondernemingen, een drempel om deel te nemen. Dit wordt binnenkort aangepast naar een getrappt service fee model, dat ook haalbaar is voor kleinere horecazaken.

Billie Cup merkt de gevolgen van de corona crisis doordat horecazaken nu focus hebben op financieel overleven en geen prioriteit geven aan herbruikbare bekens. Billie Cup heeft nog niet gehoord van ondernemingen of consumenten die zich zorgen maken over de veiligheid van de Billie Cup wat betreft hygiëne.



Weg met de wegwerpbeker?

Een verkenning naar het potentieel om Nederland aan de herbruikbare bekens te krijgen

Casestudy Muuse



<https://www.muuse.io>

Muuse, een speling op multiple use, (voorheen Revolv) is in 2018 opgericht door Brian Reilly. Muuse heeft eigen bekers ontworpen die geschikt zijn voor koude en warme dranken. Daarnaast heeft Muuse een softwaresysteem ontwikkeld waarmee de logistieke keten van een systeem van herbruikbare bekers efficiënt kan worden beheerd.

Muuse heeft haar dienstverlening opgezet in enkele grote steden zoals Hong Kong, Singapore en San Francisco. In samenwerking met Enviu heeft Muuse in Indonesië het lokale merk CupKita op de markt gezet. CupKita wordt momenteel in pilot-vorm getest bij een aantal cafés in Jakarta.

Bekers	Eigen bekers met uniform design. Dubbelzijdig roestvrij staal 304, polypropyleen deksel met silicone rand. Houdt warme dranken (lang) warm en koude dranken koel. Iedere beker bevat een sticker met een unieke QR-code, welke gescand kan worden om uitgifte en terugname van de beker te administreren.
Ondersteunende middelen	App voor consumenten waarmee ze de QR-codes scannen, kunnen zien welke bedrijven in hun omgeving met het Muuse systeem werken en waarin ze informatie krijgen over wanneer ze hun beker weer moeten inleveren. Voor de uitbater van het systeem is er een "administrator" rol in de app, waar vanuit te zien is bij wie de bekers zich bevinden en of de voorraden bij deelnemende verkooppunten nog toereikend zijn.
Type omgeving	Wordt toegepast in open omgevingen (cafés) en gesloten omgevingen (kantoren).
Retourlogistiek	Muuse kent 2 proposities, met ieder een eigen retourlogistiek. Muuse oplossing voor café: Consument download de app en creëert een Muuse-account. Voor gebruik scant de consument de QR code van het verkooppunt én de QR code van de beker. Na gebruik levert de consument de beker in bij een café in het Muuse netwerk, en scant hij/zij ook weer de QR code van de locatie en de beker. Het café wast de beker af en voegt deze toe aan de bestaande voorraad. Muuse corporate oplossing: Consument download de app om een Muuse gebruikersaccount te creëren. De consument scan de QR code van het verkooppunt en de QR code van de beker. De consument levert de beker in op een centrale retourlocatie, waar de QR code van de beker wordt gescand. Op dagelijkse basis wordt de centrale retourlocatie geleegd en worden de bekers gewassen door Muuse.
Borgstelling & retourincentives	Consumenten die een Muuse beker gebruiken gaan ermee akkoord om deze binnen een gestelde termijn in het Muuse netwerk te retourneren. De beker wordt ter plekke schoongemaakt. Bij overschrijding van deze termijn wordt er een bedrag van 10 euro bij de consument in rekening gebracht en wordt deze daarmee eigenaar van de beker.
Business-model	In open omgevingen, bijvoorbeeld in geval van <i>on-the-go</i> consumptie van cafés in de binnenstad, betalen consumenten een klein bedrag per maand voor gebruik van het Muuse systeem, inclusief app en de beker. In gesloten omgevingen zoals kantoren werkt dit in principe hetzelfde. Muuse biedt werkgevers de mogelijkheid aan om het lidmaatschap voor hun werknemers te betalen, om daarmee hergebruik in hun organisatie te stimuleren en de gebruikersadoptie te vergroten. Als cafés of werkgevers behoefte hebben aan extra gemak, dan zorgt Muuse voor een ophaal- en wasservice tegen additionele betaling.
Fase	Bedrijf met systemen in werking in Azië en Verenigde Staten. Ze zijn klaar voor een uitrol in Europa.



Weg met de wegwerpbekeer?

Een verkenning naar het potentieel om Nederland aan de herbruikbare bekers te krijgen

Het is een belangrijke uitdaging voor dit systeem om ervoor te zorgen dat de service handig blijft voor gebruikers. Hoe groter het netwerk van deelnemende verkooppunten, hoe makkelijker voor de consumenten om bekers te lenen en terug in te leveren. Idealiter kan dat bij cafés waar ze al naartoe gaan, of in de buurt van hun werkplek of huis zijn. Naarmate er meer locaties deelnemen, neemt het netwerkeffect toe en biedt Muuse meer waarde aan haar gebruikers.

Het is ook belangrijk dat de transactie van het ontvangen en terugbrengen van de herbruikbare beker soepel verloopt en niet teveel tijd kost. Hoewel het de eerste keer wat moeite kost voor een gebruiker om zich te registreren en te begrijpen hoe het systeem werkt, lijken vaste gebruikers dit onderdeel van de service als gemakkelijk te hebben ervaren, aldus Muuse.

Muuse kiest bewust voor een hoogwaardige beker van roestvrij staal. Consumenten geven aan dat deze hoge kwaliteit beker hen een goede drinkervaring biedt en dat de beker hun drankje langer warm houdt, een veelvoorkomend pijnpunt voor bekers voor eenmalig gebruik.

Het coronavirus heeft nieuwe uitdagingen meegebracht. De meeste van de partner cafés van Muuse bevinden zich in het business district van steden waar nu weinig bezoekers zijn. Muuse zoekt naar nieuwe locaties en heeft stappen ondernomen om ervoor te zorgen dat hun eigen processen de hoogste hygiënenormen te waarborgen zodat gebruikers vertrouwen houden in het gebruik van het systeem.



goodless

<https://www.goodless.be/>

Goodless werd in 2019 gestart door twee Vlaamse ondernemers. Goodless levert een *cup-as-a-service* systeem van herbruikbare bekers aan festivals en evenementen. Goodless wil haar systeem zo gemakkelijk mogelijk maken voor organisator en consument, door slimme systemen en machines te ontwikkelen.

Bekers	<p>Hard plastic cups van polypropyleen (PP), branded of unbranded, en unbranded polycarbonaat (glashelder). In 9 verschillende maten tussen de 60 en 500 ml. Ze zijn geschikt voor koude en warme dranken en zijn vaatwasbestendig.</p> <p>Elke beker bevat een unieke RFID chip. Deze zijn via langdurig klevende lijm bevestigd.</p>
Ondersteunende middelen	<p>Goodless ontwikkelde een Smart Cup® systeem. Drinkjes wordt cashless aan de bar besteld en de betaalpas wordt automatisch gekoppeld aan een persoonlijk account. De SmartCup met drankje wordt op het bijbehorende Smart Matje gezet. Deze koppelt de chip van de SmartCup aan de persoonlijk account van de persoon die bestelt. Het drankje wordt afgerekend, inclusief waarborg van de SmartCup.</p> <p>Wanneer de beker leeg is, kan de SmartCup in de 'SmartBin' worden gedeponereerd of terug worden ingenomen via de SmartMat. Beide systemen herkennen de beker aan de chip en daarmee ook het gekoppelde account. Zonder verdere handelingen, wordt de waarborg teruggestort op de klant's bankrekening. De waarborg van de klant komt zo altijd terug bij de persoon die heeft betaald, ongeacht wie de beker terug inlevert.</p> <p>De SmartMat kan ook detecteren welke drank er in de bekers zit.</p> <p>De SmartMat kan met de meeste kassasystemen worden geïntegreerd. De klant kan er ook voor kiezen gebruik te maken van het Goodless kassasysteem.</p>
Type omgeving	<p>Op dit moment in gebruik in gesloten omgevingen, zoals festivals, stadions en (andere) evenementen. Het systeem zou ook in open omgevingen, zoals bij koffiezaken in de stad, ingezet kunnen worden.</p>
Retourlogistiek	<p>Bekers worden door de klant teruggebracht naar het verkooppunt of een SmartBin. Gehuurde bekers worden altijd door GoodLess gewassen in een professionele, geautomatiseerde wasstraat en gecontroleerd op hygiëne en kwaliteit.</p>
Borgstelling & retourincentives	<p>De organisator kiest zelf of hij een waarborg op de bekers wilt en wat de hoogte wordt. Meestal is het 1 euro. Indien er waarborg wordt aangerekend, dan wordt deze via de SmartMat automatisch verrekend met de klant en terugbetaald bij retour van de lege beker.</p>
Businessmodel	<p>Goodless kent meerdere proposities:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Organisatoren huren de gehele dienst (neutrale bekers, smart systeem en reiniging). 2. Organisatoren huren branded bekers. Het merk dat op de beker staat betaalt dan de huurkosten, de organisator betaalt de waskosten. 3. Er worden branded bekers voor een specifiek evenement gemaakt en ter plekke verkocht. De opbrengst wordt gedeeld tussen Goodless en het evenement. 4. Een partij koopt, branded of unbranded, bekers aan. Indien gewenst, kan na aankoop gebruik worden gemaakt van de afwasservice en opslagmogelijkheden.
Fase	<p>Startup</p>



Weg met de wegwerpbekeer?

Een verkenning naar het potentieel om Nederland aan de herbruikbare bekers te krijgen

Na ruim een jaar *in business* te zijn, zit Goodless begin 2020 in een stroomversnelling. Er zijn bijna een miljoen bekers in stock, er zijn samenwerkingen met diverse merken gestart (drankenproducent, radiozender, jeugdbeweging, loterij) voor branded bekers en er worden positieve gesprekken gevoerd met grote festivals en voetbalclubs. Afnemers zijn positief omdat ze geheel ontlast worden. Ze hoeven geen stock bij te houden, geen personeel in te zetten om lege bekers terug te nemen en statiegeld uit te keren. Daarnaast zijn de risico's op fraude en fouten zijn klein omdat het allemaal geautomatiseerd is. Voor de consumenten is het systeem ook eenvoudig. Ze hoeven geen app te downloaden en kunnen de bekers eenvoudig terugbrengen naar SmartBins in plaats van in de rij voor de bar te staan.

De voornaamste uitdaging voor Goodless op dit moment is het overtuigen van organisatoren om over te stappen op het systeem. Een deel van de festivals en evenementen staat niet open om over een verschuiving van wegwerp naar hergebruik te praten.

Helaas legde de coronacrisis alle evenementen stil. Goodless heeft deze tijd gebruikt om hun diensten door te ontwikkelen. Er zijn 2.0 SmartBins ontwikkeld met een grotere opslagcapaciteit voor bekers. Ook worden nieuwe modules ontwikkeld die ook andere bekers en maaltijdcontainers kunnen accepteren. De technologie kan zo eenvoudig voor andere verpakkingen worden gebruikt. Er wordt ook onderzocht of de waarborg kan worden vastgehouden in de cloud (zoals een reservering op een creditcard), zodat het alleen hoeft te worden betaald als de beker niet wordt teruggebracht.



Weg met de wegwerpbeker?

Een verkenning naar het potentieel om Nederland aan de herbruikbare bekers te krijgen



<https://cupclub.com>

CupClub is in 2015 opgericht door Safia Qureshi in het Verenigd Koninkrijk, als eerste dienst wereldwijd voor *on-the-go* dranken in herbruikbare bekere. CupClub heeft een compleet platform opgezet voor het runnen van een zo efficiënt mogelijke *cup-as-a-service* inclusief bekere, ondersteunende middelen en inleverpunten.

Tegenwoordig stelt CupClub ook derden in staat om met behulp van het CupClub platform zelf een systeem in een stad op te zetten, waarbij het mogelijk is om dit bijvoorbeeld met andere bekere en onder een eigen, lokaal merk te doen. Onderscheidend aan het CupClub systeem is dat het partijen helpt om het systeem zodanig in te richten dat een zo positief mogelijk LCA wordt gehaald. Daarmee zijn ook lokale overheden een belangrijke partner en potentiële klanten van het systeem. Het systeem is ook inzetbaar voor andere herbruikbare verpakkingen zoals maaltijdcontainers.

Bekere	<p>CupClub heeft branded polypropyleen bekere en low-density polyethyleen deksels met een neutrale uitstraling. Alle bekere hebben hetzelfde formaat en zijn geschikt voor zowel koude als warme dranken. Iedere beker bevat een RFID tag die het mogelijk maakt om de locatie van de beker te traceren.</p> <p>CupClub werkt met partners die in een specifiek geografisch gebied o.b.v. een licentie het CupClub systeem ter beschikking mogen stellen. Zij hebben de mogelijkheid om - desgewenst - andere, eigen bekere in dit systeem te gebruiken.</p>
Ondersteunende middelen	<p>Gebruikers downloaden een app om bekere te scannen, inlever- en ophaallocaties te identificeren en om deel te nemen aan beloningsprogramma's.</p> <p>Voor uitbaters van het systeem is er een applicatie voor voorraadbeheer, product tracking, optimaliseren van de inzameling en bezorging.</p>
Type omgeving	<p>Wordt gebruikt in open en gesloten omgevingen: universiteitscampussen, winkelgebieden, kantoren, festivals.</p>
Retourlogistiek	<p>CupClub heeft eigen drop-off punten waar consumenten hun lege bekere in kunnen achterlaten. Klanten kunnen de bekere niet elders terugbrengen (bijvoorbeeld niet handmatig bij het verkooppunt). CupClub reinigt de bekere. CupClub heeft ook expertise om in steden de optimale locaties voor drop-off punten te kiezen.</p>
Borgstelling & retourincentives	<p>Klanten betalen statiegeld voor het gebruik van de bekere. Klanten die hun beker inleveren kunnen ervoor kiezen om daar het bedrag aan statiegeld voor terug te krijgen of hiermee korting te krijgen op een volgend drankje.</p>
Businessmodel	<p>CupClub verhuurt de bekere als een dienst aan verkopers van <i>on-the-go</i> dranken (caterars, retailers / koffiezaken, festivals). Zij betalen CupClub voor de dienst.</p>
Fase	<p>Bedrijf met werkende systemen in Londen en Palo Alto (VS).</p>



De belangrijkste uitdagingen voor een goed werkend businessmodel sinds de oprichting zijn volgens CupClub inmiddels opgelost. Daarbij gaat het in de kern om drie zaken: de business case positief maken met behulp van efficiënte retourlogistiek, optimalisatie van een CupClub netwerk ten behoeve van de meest gunstige LCA, en de corporate propositie om grotere merken met dit systeem te laten werken.

Een algemene uitdaging is dat het een nieuwe supply chain betreft die in de markt moet worden gezet. Op dit moment is het voor CupClub de grootste uitdaging om lokale overheden aan boord te krijgen en te helpen met hun ambities voor de reductie van afval. In principe hebben ze een waardevolle propositie voor lokale overheden, maar ze hebben nog niet de ervaring in het betrekken bij overheden als stakeholder in hun businessmodel.



Conclusie: kant-en-klare systemen voor verschillende contexten

In bovenstaande casestudies zijn vijf verschillende systemen uitgelicht die wereldwijd wegwerpbekers proberen te vervangen door herbruikbare bekens. Allen hebben ze specifieke voor- en nadelen voor verkooppunten en consumenten. De perfecte match tussen systeem, verkooppunt en consument is afhankelijk van de lokale context en hoe verkooppunten de overstap naar herbruikbaar willen en kunnen maken. In de volgende hoofdstukken verkennen we wat nodig is om Nederlandse ondernemers en consumenten over te laten stappen naar systemen met herbruikbare bekens.



Bedrijven over herbruikbare bekere

In het vorige hoofdstuk beschreven we de diversiteit aan mogelijke systemen voor herbruikbare bekere. In Nederland zien we mondjesmaat steeds meer initiatieven voor het vervangen van wegwerpbekere met herbruikbare bekere, voornamelijk door korting bij het meebrengen van je eigen beker (BYO) of door het aanbieden van herbruikbare bekere, al dan niet met een waarborg, in gesloten omgevingen zoals festivals en op kantoren.

We zijn benieuwd onder welke voorwaarden Nederlandse bedrijven bereid zijn om de wegwerpbekere te laten staan en over te stappen naar een systeem met herbruikbare bekere. Om hier inzicht in te krijgen, hebben we een vragenlijst aan bedrijven in ons netwerk uitgezet en spraken we met bedrijven uit vier verschillende sectoren: recreatie, retail, drankenproducent en horeca (zie bijlagen 4 en 7). Op de volgende pagina's volgt een samenvatting van de belangrijkste bevindingen. *

ACHTERGRONDINFORMATIE BEDRIJVENENQUÊTE

Tussen 4 en 18 juni 2020 verspreidden we een vragenlijst onder ruim 300 bedrijven uit verschillende sectoren. Bij 15% hadden we directe contactpersonen, de overige contacteerden we via hun algemene mailadres.

In totaal vulden 38 bedrijven de vragenlijst in, waaronder:

- ☕ 13 kantoren met koffieautomaat;
- ☕ 5 horecagelegenheden;
- ☕ 4 attractieparken;
- ☕ 3 cafés/poppodia en 3 evenementen;
- ☕ 2 gemeenten en 2 cateraars;
- ☕ 2 cateraars;
- ☕ 9 overigen waaronder ziekenhuis, retail rondom vervoershub, kapsalon en drankenproducent.

Bij 34 respondenten worden warme dranken geschonken, bij 27 frisdrank en bij 11 licht alcoholische dranken. 66% van de respondenten schenkt in wegwerpbekere. Hiervan gebruikt 68% kartonnen bekere met een plastic coating. Ook wordt door 56% bekere van plastic (PE, PET of rPET) of PLA (bioplastic) gebruikt. 71% van de respondenten gebruikt herbruikbare bekere, 63% hiervan gebruikt daarnaast ook nog wegwerpbekere. 44% schenkt consumpties die binnenshuis worden genuttigd in herbruikbare bekere en te go in wegwerpbekere. Zie bijlage 7 voor de complete vragenlijst.

* Disclaimer: de uitkomsten van de enquêtes kunnen niet als representatieve weergave van de Nederlandse ondernemer en consument worden gezien. Met beperkte middelen en tijd hebben we deze verkenning uitgevoerd. De resultaten geeft ons op zijn minst waardevolle inzichten in kansen en bezwaren m.b.t. wegwerpbekere en herbruikbare bekere. Deze informatie helpt bij het verder ontwikkelen en testen van mogelijke oplossingen binnen de Nederlandse context.



Weg met de wegwerpbeker?

Een verkenning naar het potentieel om Nederland aan de herbruikbare bekere te krijgen

Wegwerpbekers

Uit zowel de enquête als de interviews maken we op dat vrijwel niemand volledig is overgestapt op herbruikbare bekere. De belangrijkste redenen om wegwerpbekere te blijven gebruiken, is omdat ze **hygiënisch betrouwbaar** zijn, ze niet hoeven te worden **afgewassen** en ze na gebruik gemakkelijk **weg te gooien** zijn in de afvalbak (zie ook figuur 5). Daarnaast is niet iedereen overtuigd van de duurzame meerwaarde van systemen voor herbruikbare bekere.

Als nadeel van wegwerpbekere werd het vaakst genoemd dat ze tot **volle afvalbakken** leiden. Veel respondenten vinden het ook nadelig dat er vaak **geen goede recycling** van de bekere kan worden voorzien en er is veel onduidelijkheid over welke wegwerpbeker de **minste milieu impact** heeft (zie figuur in bijlage 5). Een verminderde drinkbeleving en vervuiling van de omgeving werden ook aangemerkt als nadelen aan wegwerpbekere.

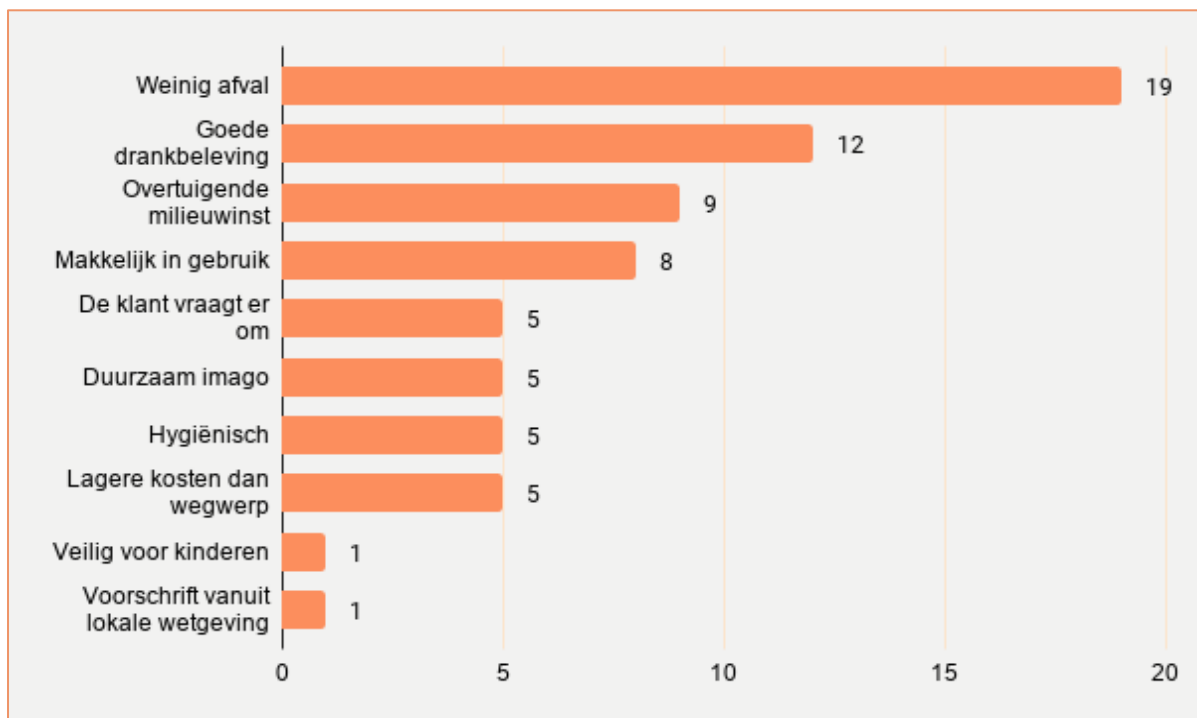


Figuur 5. Deze figuur geeft de reactie weer van 25 respondenten op de vraag wat voor hen de meest belangrijke redenen zijn om wegwerpbekere te gebruiken. Iedere respondent mocht maximaal 3 redenen geven. Er werden in totaal 59 redenen aangevinkt.



Herbruikbare bekerc

Meer dan de helft van de respondenten op de enquête gebruikt in sommige gevallen wél herbruikbare bekerc. Ze hebben herbruikbare bekerc aangeschaft voor consumptie binnenshuis (koffientje, poppodium, festival) of ze accepteren door de klant zelf meegebrachte bekerc. Eén respondent, een festival organisator, maakt al gebruik van een *cup-as-a-service* systeem. Deze partijen hebben voor herbruikbare bekerc gekozen omdat het resulteert in **weinig afval**, een **goede drankbeleving** en **makkelijk in gebruik** is voor personeel. Ook geeft een derde van de respondenten aan dat een belangrijke reden om voor herbruikbare bekerc kiezen de **milieuwinst** is (zie ook figuur 6). De nadelen die worden ervaren aan herbruikbare bekerc, zijn voornamelijk de tijd en moeite die het kost om ze **schoon te houden** en **terug te krijgen**, en het feit dat klanten ze vaak **niet terugbrengen na gebruik** (zie figuur in bijlage 5).

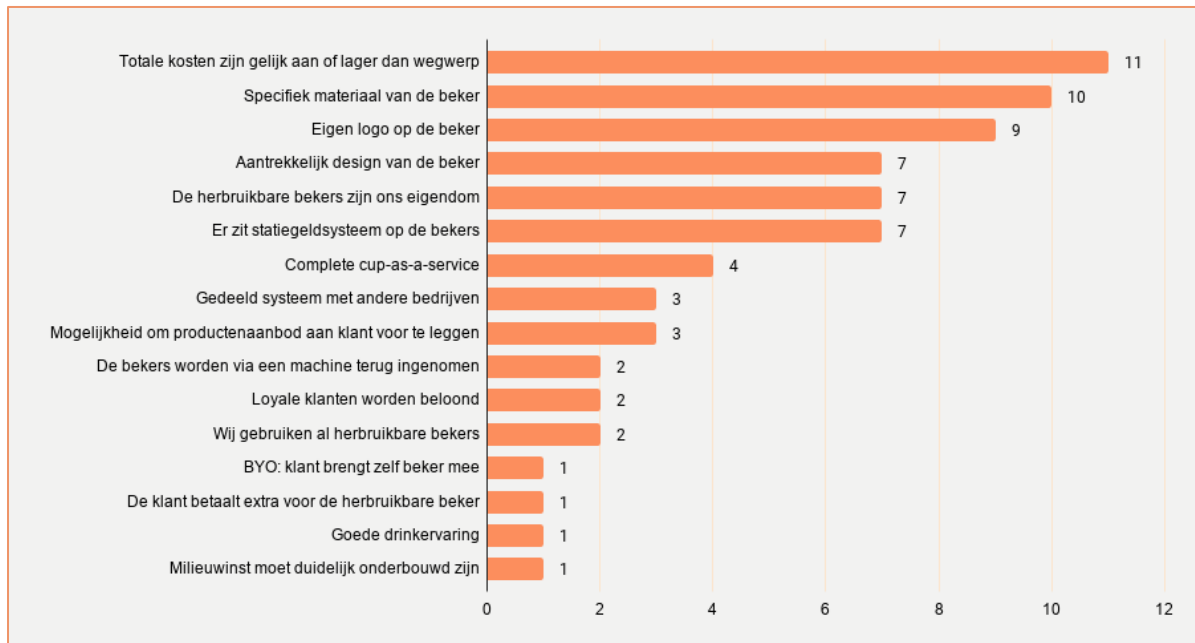


Figuur 6. Deze figuur geeft weer wat voor 27 respondenten de belangrijkste redenen zijn om (deels) voor herbruikbare bekerc te hebben gekozen. Iedere respondent mocht maximaal 3 redenen geven. Er werden in totaal 70 redenen aangevinkt.

We vroegen in de enquête en interviews waarom ondernemers niet geheel overstappen naar een systeem voor herbruikbare bekerc. Het **prioriteit geven aan andere zaken**, het **risico voor het waarborgen van de hygiëne** en een te grote **financiële investering** zijn de meest genoemde bezwaren. Er is ook de nodige terughoudendheid vanwege het behoud van de goede relatie met de klanten. Ondernemers willen hun klanten niet met extra moeite opzadelen, of de beleving van het drankje tenietdoen. Desondanks verwacht tweederde van de respondenten op de enquête wel een positieve tot zeer positieve reactie van klanten als ze geheel zouden overstappen naar herbruikbare bekerc. Onder de streep geven meerdere respondenten aan simpelweg niet te weten waar te beginnen en behoefte te hebben aan meer informatie en voorbeelden van succesvolle herbruikbare systemen.



Als we vragen hoe herbruikbare bekersystemen aantrekkelijk kunnen worden gemaakt, dan staat bovenaan dat de **kosten niet hoger mogen zijn** dan die voor wegwerpbekers en dat er **statiegeld** op de bekers moet komen. Hoe de beker eruitziet (**materiaal, branding en design**) en het **in eigendom hebben** van de bekers speelt ook een belangrijke rol (zie figuur 7).



Figuur 7. Deze figuur geeft weer waar 36 respondenten vinden dat een systeem voor herbruikbare bekers minimaal aan moet voldoen. Iedere respondent mocht maximaal 3 kenmerken kiezen. Er werden in totaal 71 kenmerken aangevinkt.

Conclusie: nieuwsgierige bedrijven

Uitgaande van de reacties op de vragenlijst en de interviews, concluderen we dat bedrijven overwegend positief tegenover systemen voor herbruikbare bekers staan. Er soms nog twijfel geuit over de duurzaamheid en haalbaarheid van herbruikbare systemen. Dit helder onderbouwen is daarom belangrijk voor systemen die de Nederlandse markt willen betreden.

Gezien de grote diversiteit aan context waarin de drank geschonken wordt, van kantoor en festival tot koffietent en station, zijn de belemmeringen en kansen niet overal hetzelfde. Toch lijken de belangrijkste uitdagingen voor iedereen te zitten in gebruiksgemak voor ondernemer én consument, waarborgen van de hygiëne en de benodigde financiële investeringen die nodig zijn om het systeem te starten en draaiende te houden.



Consumenten over herbruikbare bekere

Ondernemers willen hun klanten zo min mogelijk lastigvallen en is dit een belangrijke reden om terughoudend te zijn over het introduceren van een systeem voor herbruikbare bekere. Bij het zoeken naar een gepast systeem voor herbruikbare bekere, is het dan ook waardevol om gedrag, behoeften en verplaatsingen van klanten goed in kaart te hebben. Via een vragenlijst, die door meer dan 400 individuen werd ingevuld, verkennen we hoe consumenten denken over *to-go* dranken in herbruikbare bekere. Hieronder volgt een samenvatting van de reacties.

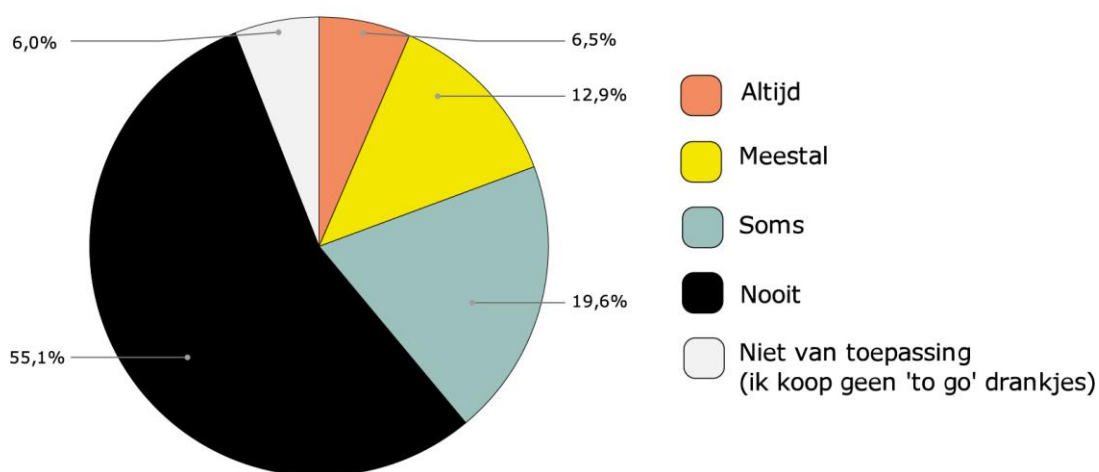
ACHTERGRONDINFORMATIE CONSUMENTENENQUÊTE

We verspreidden tussen 4 en 23 juni 2020 een vragenlijst voor consumenten via social media en in ons eigen netwerk via email. Er reageerden 403 individuen, waarvan 63% vrouw en 36% man. 60% viel in de leeftijdscategorie 25-44. Een derde was 45 of ouder. 41% vond dat ze gemiddeld duurzaam leven, 46% dat ze best wel duurzaam leven. Een minderheid classificeerde zichzelf in de uitersten van het spectrum - als heel duurzaam (7%) en als (bijna) niet duurzaam (6%).

Zie bijlage 8 voor de complete vragenlijst.

Koffie *to-go*

We stelden de consumenten enkele vragen over het halen van een kopje koffie onderweg. 90% van de respondenten haalt wel eens een kopje koffie *to-go*. Minder dan de helft neemt daarvoor wel eens een eigen beker mee. 6,5% neemt altijd een eigen herbruikbare beker mee te nemen voor *to-go* drankjes.

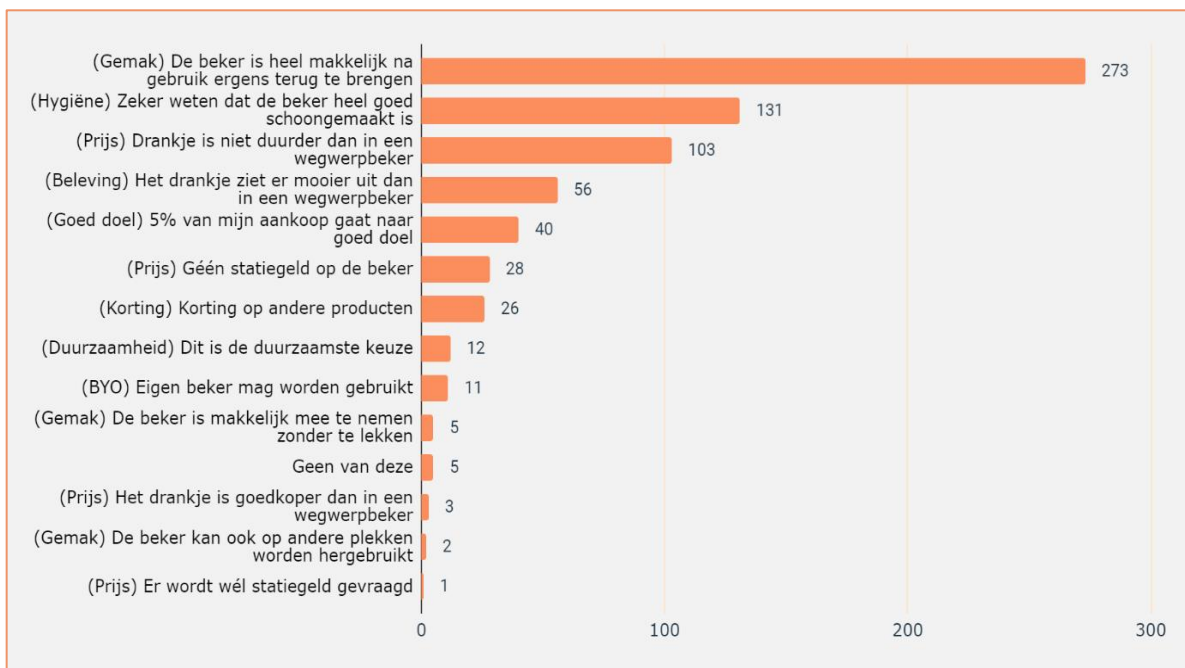


Figuur 8. Reactie van 403 respondenten op de vraag of ze wel eens hun eigen herbruikbare beker meenemen als ze onderweg een drankje 'to go' kopen.



We vroegen aan de respondenten wat ze zouden doen als ze bij hun favoriete koffietentje voor een herbruikbare beker kunnen kiezen. Er zou vooral voor de herbruikbare bekens worden gekozen als deze heel **makkelijk terug in te leveren** is, als de klant zeker weet dat de beker **goed schoon** is en als het drankje **niet duurder** is dan een drankje in een wegwerpbeker (zie figuur 9).

Consumenten geven aan dat een drankje in een herbruikbare beker niet duurder mag zijn dan een drankje in een wegwerpbeker. Ook moet het terugbrengen van de lege beker zo eenvoudig mogelijk zijn: je moet er niet te ver voor om hoeven lopen of rijden of in de rij staan. Het liefst zouden de consumenten dan ook de lege beker terugbrengen bij een inleverautomaat op een makkelijk bereikbare plek waar zij toch al langskomen, bijvoorbeeld een station, winkelcentrum of supermarkt (zie figuur in bijlage 6).

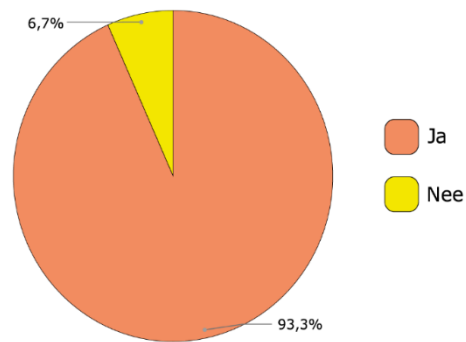


Figuur 9. Reactie van 403 respondenten op de vraag onder welke omstandigheden ze wel voor een herbruikbare beker zouden kiezen. Per persoon mochten maximaal 3 redenen worden opgegeven. Er werden in totaal 696 redenen gegeven.



Festivals en evenementen

Tot slot stelden we twee vragen over herbruikbare bekere op festivals en evenementen. Een opvallend resultaat is dat 93% van de respondenten het een goed idee vindt als op alle festivals en evenementen voortaan alleen nog maar herbruikbare bekere worden gebruikt. Als reden hiervoor worden genoemd dat het beter is voor het **milieu** en dat het tot **minder afval en rommel** leidt. De **hygiëne** waarborgen, twijfels of het echt **duurzamer** is en het **gedoe** om de beker de hele dag bij je moeten houden, zijn voor 7% van de respondenten redenen om dit géén goed idee te vinden. Voor de voorstanders van statiegeld is 1 of 2 euro een goede hoogte van statiegeld op de bekere zijn (zie figuur in bijlage 6).



Figuur 10. 93,3% van 403 respondenten vindt het een goed idee als op alle festivals en evenementen voortaan alleen nog maar herbruikbare bekere worden gebruikt.



Conclusie: bereidwillige consumenten

We concluderen op basis van deze enquête dat de respondenten positief staan tegenover het overstappen naar herbruikbare bekere. Momenteel nemen ze niet heel vaak zelf een herbruikbare beker mee (BYO), maar ze zouden wel open staan om herbruikbare bekere te gebruiken wanneer deze ter plekke worden aangeboden. Het is voor consumenten vooral belangrijk om de lege beker weer eenvoudig te kunnen inleveren. Daarnaast moet het drankje in herbruikbaar niet duurder zijn voor de consument dan een drankje in wegwerpbeker. Een waarborg (statiegeld) op de herbruikbare beker vindt het merendeel van de consumenten wel een goed idee.



Beleidskansen voor meer herbruikbare bekens

Systemen met herbruikbare bekens zijn beschikbaar, bedrijven zijn nieuwsgierig en consumenten zijn bereidwillig: het potentieel voor een overstap naar herbruikbare bekens lijkt in Nederland zeker aanwezig. Dat wil niet zeggen dat een transitie 'weg van de wegwerpbeker' ook vanzelf gaan plaatsvinden. Op weg naar de ambitie van een volledig circulaire Nederlandse economie in 2050, kan de overheid een aanjagende en sturende rol pakken om de transitie van wegwerpbekens naar systemen voor herbruikbare bekens realiteit te maken.

Hieronder lichten we toe die de overheid haar (beleids)instrumenten kan inzetten om meer sturing te geven aan een transitie naar herbruikbare bekens. Ook verwijzen we naar een paar buitenlandse voorbeelden waar de Nederlandse overheid verdere inspiratie uit kan halen.

Single Use Plastics Directive

De Single Use Plastics Directive²² (SUPD) werd in de zomer van 2019 vastgesteld door de Europese Commissie. De komende jaren moeten Europese landen aan de slag om een tiental plastic wegwerpproducten te verbannen, vervangen of verminderen. In vele gevallen is overstappen naar herbruikbaar een reële en gewenste oplossing. De komende tijd wordt de SUPD omgezet in Nederlandse wetgeving. Omdat het een richtlijn (en geen verordening) betreft, heeft Nederland veel mogelijkheden om de implementatie ervan te sturen. Hierin zitten kansen om milieuwinst te boeken en duurzame transitie op gang te helpen. Wat betreft het gebruik van wegwerpbekens en herbruikbare bekens zitten hierin belangrijke kansen en aanknopingspunten voor Nederlands beleid.

Volgens Artikel 4 van de SUP Directive moeten lidstaten komen tot een ambitieuze en aanhoudende consumptievermindering van o.a. plastic takeaway drinkbekens (en ook voedselverpakkingen). In 2026 moet een meetbare kwantitatieve consumptievermindering zijn gerealiseerd ten opzichte van 2022. Ook binnen artikel 5 (Beperking van het in handel brengen), artikel 7 (Markeringsvoorschriften) en artikel 8 (Uitgebreide Producentenverantwoordelijkheid) heeft de Nederlandse overheid de ruimte om haar stempel te drukken op een transitie van wegwerpbekens naar herbruikbare bekens.

Kansrijke beleidsinstrumenten

De Nederlandse overheid kan deze processen sturen door het inzetten van de volgende beleidsinstrumenten:

- Een **bindende kwantitatieve doelstelling** voor consumptievermindering van het aantal (in stuks) plastic take away drinkbekens.
- Een **bindende doelstelling op het aandeel** (in stuks) herbruikbare drinkbekens, om ervoor te zorgen dat wegwerp ook daadwerkelijk vervangen wordt door herbruikbaar.
- **Verplichting** van herbruikbare bekens voor 'on site' consumptie in horeca, op festivals en evenementen.
- **Verbod** op wegwerpbekens bij de complete overheidsadministratie.
- Een **belasting** (zichtbaar bij aankoop) die hoger is op bekens voor eenmalig gebruik dan op herbruikbare alternatieven. Deze taks kan omhoog worden geschroefd wanneer het sturende effect niet wordt behaald.



- **Ecomodulatie** via uitgebreide producentenverantwoordelijkheid, bijvoorbeeld door bijdragen van bedrijven aan het Afvalfonds te verhogen wanneer gebruik wordt gemaakt van wegwerpbekers, en deze bijdrage te verlagen voor herbruikbare bekens.
- **Subsidies** beschikbaar maken voor initiatieven en pilots gerelateerd aan herbruikbare bekens (bijvoorbeeld projecten voor een optimale infrastructuur en testen voor behoud van consumentengemak).
- **Investeren** in innovatieve ondernemingen die hergebruikoplossingen aanbieden.
- **Onderzoek** bevorderen naar de milieu-impact en hygiëne van wegwerp en herbruikbaar.
- Een toegankelijk alternatief systeem van herbruikbare bekens voor de consument **stimuleren**. Bijvoorbeeld door het vastleggen van het recht voor de consument om zijn of haar eigen herbruikbare verpakking mee te nemen naar de winkel, maar ook het zoveel mogelijk wegnemen van zorgen rondom hygiëne (bijvoorbeeld door hier meer onderzoek naar te doen en duidelijke regels op te stellen).
- **Aanmoedigingscampagne** voor herbruikbare bekens richting burgers starten, bijvoorbeeld door BYO te stimuleren of voor herbruikbaar te kiezen wanneer dat kan.

BEDRIJVEN OVER DE SINGLE USE PLASTICS DIRECTIVE

De Single Use Plastics Directive verplicht lidstaten om de komende jaren maatregelen te introduceren voor o.a. minder wegwerpbekens. In de bedrijvenenquête vroegen we wat voor een type maatregel de voorkeur heeft van de 38 ondernemers. De helft geeft de voorkeur voor een verplichting tot herbruikbaar, tenzij er wegwerpbekens zijn die bewezen 100% gerecycled worden. 32% ziet liever een totaalverbod op wegwerpbekens. 8% wil zelf kiezen welke bekens ze gebruiken zonder dat de overheid zich met deze keuze bemoeit. Zie bijlage 5 voor alle resultaten.

Beleidsinspiratie uit het buitenland

In Vlaanderen is het vanaf 2020 op alle publieke evenementen (van school- en buurtfeesten, tot festivals) wettelijk verboden om drank te serveren in wegwerpbekertjes, blikjes of PET-flesjes. Een organisator kan er wel voor kiezen om wegwerp aan te bieden, maar dan moet hij die materialenstroom voor 90 procent (en vanaf 2022 voor 95 procent) opnieuw inzamelen. De bewijslast ligt bij de organisator. Ook zijn per 1 januari 2020 wegwerpbekens en eenmalige drankverpakkingen (blikjes, drankkartons, PET-fles, wegwerpglazen) binnen de overheidsadministratie verboden.²³

In de Franse wet voor Circulaire Economie worden ambitieuze doelstellingen gesteld voor het terugdringen van o.a. wegwerpbekens. In Frankrijk is ook besloten dat tegen 2023 5% en tegen 2027 10% van alle verpakkingen die op de markt worden geplaatst herbruikbaar moet zijn. Vanaf 2023 is er een verplichting op herbruikbare borden, glazen, bestek en verpakkingen voor *on site* consumptie in horeca. Vanaf 2022 koopt de Franse overheid niet langer wegwerpplastics in voor eigen gebruik en voor evenementen.²⁴

Onderzoek uit Schotland toont aan dat een belasting op wegwerpbekens beter werkt dan het geven van kortingen op herbruikbare bekens. Daarom stelt men daar nu een Latte Levy voor: consumenten zullen dan 28 eurocent (25 pence) extra gaan betalen voor warme drank die wordt geschonken in plastic wegwerpbekens.²⁵ In België bestaat overigens al een differentiatie in verpakkingssheffingen op dranken in herbruikbare en niet-herbruikbare verpakkingen.²⁶



Stapt heel Nederland over naar herbruikbare bekere?

Conclusies

Nederland wil in 2050 volledig circulair zijn. Het huidige lineaire gebruik van materialen, zoals wegwerpbekere, past niet in deze ambitie. Het op grote schaal vervangen van wegwerpbekere door herbruikbare bekere voor *out-of-home* consumptie, draagt bij aan een circulaire, duurzame waardeketen.

In Nederland zien we enkele initiatieven opkomen voor het vervangen van wegwerpbekere met herbruikbare bekere, voornamelijk door korting te geven wanneer klanten hun eigen beker meebrengen (BYO) of door (statiegeld)bekere in gesloten omgevingen zoals festivals en op kantoren. Deze oplossingen worden nog relatief kleinschalig ingezet en bedienen vaak een niche. Om het nuttigen van *out-of-home* dranken daadwerkelijk minder milieubelastend te maken, is een grootschalige vervanging van wegwerpbekere naar herbruikbare bekere nodig.

Hiervoor zijn voldoende voorbeelden beschikbaar wereldwijd, die succesvol systemen voor herbruikbare bekere aanbieden. Dit varieert van eenvoudige systemen waarbij alleen bekere worden verhuurd, tot volledige *cup-as-a-service* concepten die een efficiënte retourlogistiek mogelijk maken met behulp van technologie en waarborgsystemen. Alle systemen hebben hun eigen voor- en nadelen voor verkooppunten en consumenten, en een andere business case. De perfecte match tussen systeem, verkooppunt en consument is afhankelijk van de lokale context. De meer geavanceerde systemen hebben een groter potentieel om een grotere groep gebruikers aan te spreken dan de meer eenvoudige systemen waarbij meer anticipatie en moeite van verkooppunten en consumenten wordt verwacht. Allen zouden ze in de Nederlandse context ingezet kunnen worden.

De reden dat Nederlandse ondernemers op dit moment nog steeds kiezen voor wegwerpbekere, heeft vooral te maken met het gemak in gebruik, de lage kosten en de veronderstelde hygiënische voordelen ten opzichte van herbruikbare bekere. Sommigen twijfelen ook aan de milieuvriendelijkheid van herbruikbare bekere systemen ten opzichte van wegwerpbekere. Toch staan bedrijven niet onwelwillend tegenover herbruikbare bekere systemen, al weten ze weten vaak niet goed waar te beginnen.

Voor toepassing op de Nederlandse markt is het belangrijk dat een systeem goed aansluit bij de voorkeuren van ondernemers en consumenten. Voor beide groepen is een goed werkend systeem voor herbruikbare bekere niet alleen duurzamer dan wegwerpbekere, maar ook gebruiksvriendelijk, veilig en betaalbaar. Afhankelijk van het type onderneming is ook de look en feel van de beker belangrijk, terwijl anderen hier juist helemaal geen waarde aan hechten. Oftewel, verschillende type herbruikbare systemen passen bij verschillende type ondernemingen en klanten.

Consumenten lijken erg open voor te staan voor herbruikbare bekere, zolang het ze niets extra's kost en de lege beker gemakkelijk geretourneerd kan worden. Voor festivals, evenementen en andere gesloten omgevingen lijken consumenten helemaal klaar voor een overstap naar herbruikbare bekere met statiegeld.



De corona-crisis heeft forse impact (gehad) op de verkoopcijfers van ondernemingen die *out-of-home* dranken verkopen. Dit maakt het voor sommige ondernemers spannend om in herbruikbare innovaties te investeren. Tegelijkertijd biedt deze situatie nieuwe kansen om zaken anders te gaan doen. Bovendien hebben experts laten weten dat herbruikbaar net zo veilig is als wegwerp.

Consumenten roepen om meer duurzaamheid, bewezen concepten bieden kansen voor bedrijven, het bedrijfsleven is er nieuwsgierig naar en Europese wetgeving stimuleert lidstaten om werk te maken van een transitie van wegwerp naar hergebruik: het momentum voor de transitie naar herbruikbare bekers is nu.

Aanbevelingen

Op basis van dit onderzoek doen we vier aanbevelingen aan de brede groep van stakeholders, in ieder geval de overheid, het bedrijfsleven en kennisinstellingen, die een rol spelen om de transitie van wegwerp naar herbruikbare systemen werkelijkheid te maken.

1. **Kansrijke innovaties testen:** zowel het bedrijfsleven als de overheid kunnen pilots stimuleren om (in eerste instantie) bewezen systemen uit het buitenland te testen op de Nederlandse markt en al doende het volgende te leren:
 - a. hoe sluiten systemen het beste aan bij Nederlandse omstandigheden;
 - b. hoe wordt een brede doelgroep aangesproken;
 - c. in welke mate is technologie nodig voor borging van gebruiksgemak, hygiëne en betaalbaarheid.
2. **Duurzaamheid in kaart brengen:** voer gelijktijdig met deze pilots analyses uit om de duurzaamheid (en voorwaarden voor optimale milieu-impact) van diverse systemen te leren kennen - zodat Nederland uiteindelijk de initiatieven omarmt die het beste milieuwinst behalen en aantoonbaar het duurzaamheidspotentieel wordt behaald als 'heel Nederland aan de herbruikbare bekers gaat'.
3. **Hergebruik beleidsmatig stimuleren:** de overheid moet passende wetgevende instrumenten inzetten om verkopers van *out-of-home* dranken, en consumenten, te stimuleren over te stappen van wegwerpbekers naar (systemen met) herbruikbare bekers. Maak hierbij slim gebruik van het momentum van de SUPD-implementatie op nationaal niveau.
4. **Creëer overtuigend narratief voor ondernemers en consumenten:** zowel overheid als kennisinstellingen kunnen twijfels en terughoudendheid wegnemen met duidelijke en aantrekkelijke informatie over duurzaamheid en gebruiksgemak. Met een (bewezen) overtuigend narratief en de juiste kennis worden zowel bedrijven als consumenten bewogen om over te stappen op herbruikbaar.

Tot slot zien we dat er al veel beweging is in dit domein én er ook nog veel moet gebeuren. Nederland wil graag voorloper in de circulaire economie zijn. Laten we die kans dan ook te grijpen en op dit domein als koploper optrekken in de EU: zet een actief *reuse* platform op voor (organisaties uit) EU-lidstaten, waar vanuit de lessen en successen actief kunnen worden gedeeld om andere landen te helpen de transitie van wegwerpbekers naar herbruikbare bekersystemen succesvol te doorlopen.



Bijlagen

Bijlage 1. Referenties

Alle digitale bronnen werden geraadpleegd tussen 20 mei en 20 juli 202

- ¹ <https://www.nritmedia.nl/kennisbank/42097/flinke-omzetgroei-voor-out-of-home-food-omzet/?topicsid=>
- ² Meer informatie over de COP Herbruikbare Verpakkingen: <https://kidv.nl/community-of-practice/herbruikbare-verpakkingen>
- ³ <https://greenevents.nl/webinar-afvalvrij-bekersysteem/> Een vierdelige webinar-serie over afvalvrije bekersystemen op evenementen. Een initiatief van gemeente Leiden, Centrummanagement Leiden, Provincie Zuid-Holland, Plastic Soup Surfer, Ministerie van Infrastructuur & Waterstaat, NederlandSchoon, Green Events en Plastic Promise, juni 2020.
- ⁴ <https://fsin.nl/actueel/nieuws/491/belang-koffie-out-of-home-groeit>
- ⁵ <https://www.entertainmentbusiness.nl/live/1115-festivals-verwachten-dit-jaar-195-miljoen-bezoekers/>
- ⁶ <https://www.milieucentraal.nl/minder-afval/voorkom-afval/zwerfafval/#:~:text=Geschat%20wordt%20dat%20er%20in,of%20in%20het%20groen%20belandt.>
- ⁷ Dirk Groot (De Zwerfinator) (2016) 1-100-200 #zwerfie-Challenge. Een gedetailleerd onderzoek naar zwerfafval
- ⁸ <https://kenniswijzerzwerfafval.nl/document/kosten-en-omvang-zwerfafval?destination=/bibliotheek%3Fkeywords%3Dkplusv>
- ⁹ <https://demonitor.kro-ncrv.nl/artikelen/het-verhaal-van-ons-composteerbare-koffiekopje-dat-niet-gecomposteerd-wordt>
- ¹⁰ <https://www.cbs.nl/-/media/excel/2019/11/tabel-export-afval.xlsx>
- ¹¹ <https://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/circulaire-economie/nederland-circulair-in-2050>
- ¹² https://rethinkplasticalliance.eu/wp-content/uploads/2019/05/ZWE_Unfolding-the-SUP-directive.pdf
- ¹³ <https://www.ellenmacarthurfoundation.org/assets/downloads/Reuse.pdf>
- ¹⁴ http://www.powerful-thinking.org.uk/site/wp-content/uploads/5ae32a2a8cb7533f8f110742_Reusable-Cups-Factsheet.pdf
- ¹⁵ https://issuu.com/hopesolutionsservices/docs/reusable_cups_figures_1
- ¹⁶ <https://link.springer.com/article/10.1065/lca2007.05.334>
- ¹⁷ <https://cupclub.com/news/sustainability-report>
- ¹⁸ <https://www.treinreiziger.nl/ns-60-000-wegwerpbekeers-bespaart-3-maanden/>
- ¹⁹ <https://kenniswijzerzwerfafval.nl/sites/default/files/1%20Evaluatierapport-invoering-statiegeldbekers-Leidens-Ontzet.pdf>
- ²⁰ https://greenevents.nl/wp-content/uploads/2016/12/Green_Deal_toolkit_NL_171018-1.pdf
- ²¹ https://storage.googleapis.com/planet4-international-stateless/2020/06/9592036c-health-expert-statement_125.pdf
- ²² <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/NL/TXT/PDF/?uri=CELEX:32019L0904&from=EN>
- ²³ <https://www.ovam.be/wetgeving-cateringmateriaal>
- ²⁴ http://www.assemblee-nationale.fr/dyn/15/textes/l15t0385_texte-adopte-provisoire.pdf
- ²⁵ <https://orca.cf.ac.uk/124422/1/rapid-review-charging-disposable-coffee-cups-waste-minimisation-measure-full-report.pdf>
- ²⁶ <https://navigator.emis.vito.be/mijn-navigator?wold=16103>



Bijlage 2. Achtergrondartikelen

Hieronder staat een lijst met een aantal achtergrondartikelen over herbruikbare bekere, voor wie zich verder in de materie wil verdiepen en/of er mee aan de slag wilt gaan.

Algemeen

- [Ellen MacArthur Foundation \(2019\) Reuse - Rethink Packaging](#)
- [P. Megale Coelho, B. Corona, R. Ten Klooster, E. Worrell \(2020\) Sustainability of reusable packaging–Current situation and trend](#)
- [KIDV COP Herbruikbare Verpakkingen \(maart 2020\) Logistiek en administratie](#)
- [KIDV COP Herbruikbare Verpakkingen \(april 2020\) Veiligheid, hygiëne en aansprakelijkheid](#)
- [KIDV COP Herbruikbare Verpakkingen \(mei 2020\) Consumentenedrag](#)

Evenementen

- [Green Events \(2018\) Toolkit Afvalvrije Festivals](#)
- [Werkgroep Leids Glas \(2019\) Evaluatie Leidens Ontzet 2019](#)
- [Nu.nl \(2019\) Uit welke festivalbeker drinken we in de toekomst](#)
- [Plastic Promise \(2020\) Campagne 'Never give up on your cup'](#)
- [OVAM, België \(2020\) Stappenplan Herbruikbare Bekere per type event](#)
- [Deutsche Umwelthilfe \(2017\) 1:0 für Mehrweg! Vergleich der Umweltauswirkungen von Mehrwegbechern und biologisch abbaubaren PLA-Einwegbechern in deutschen Fußballstadien](#)

Biologisch afbreekbare bekere

- [De Monitor \(2020\) 85 miljoen koffiebekere van het Rijk niet gerecycled maar verbrand](#)
- [Bond Beter Leefmilieu \(2008\) Bioplastic PLA geen zegen voor het milieu](#)

Hygiëne

- [Statement van 125 wetenschappers over de veiligheid van hergebruik \(juni 2020\)](#)
- [Contactless Coffee in Reusable Cups – Campagne van City To Sea \(UK, mei 2020\)](#)



Bijlage 3. Overzicht systemen wereldwijd

Deze tabel geeft een (niet uitputtend) overzicht van systemen voor herbruikbare bekers wereldwijd. De kolommen geven de systeemonderdelen weer, corresponderend met de tabel uit het hoofdstuk 'Best practises met herbruikbare bekers', en een aantal typische kenmerken die hieronder vallen. In de cellen wordt aangegeven wat de kenmerken van de systemen zijn zoals ze op het moment van schrijven (juni 2020) in gebruik zijn.

Initiatieven waarbij consumenten hun drankje in hun eigen beker kunnen laten schenken en korting krijgen (bijvoorbeeld bij Kiosk, Costa Clever Cup, Starbucks en Boston Tea Party*), zijn in dit overzicht buiten beschouwing gelaten. Ook hebben we producenten die enkel en alleen herbruikbare bekers verkopen buiten beschouwing gelaten.

LEGENDA

1 = ja, het systeem heeft dit

0 = nee, het systeem heeft dit niet

Type omgeving G = gesloten omgeving (festival, evenement, kantoor)
S = semi open (alleen voor een specifieke keten, stations, ...)
O = open omgeving (stadskern, iedereen kan meedoen)

Betalende partij O = organisator / bedrijf / ondernemer
C = consument

Serviceniveau H = deelnemende onderneming betaalt een huurprijs voor deelname aan het systeem
K = aanbieder verkoopt bekers
CS = Cup-as-a-Service: een volledig ontlastend systeem (hardware, logistiek, reiniging)

Beschikbaar in Afkortingen landen volgens ISO-code**

* <https://nieuws.ns.nl/ns-korting-op-warme-dranken-met-eigen-beker/>, <https://www.costa.co.uk/behind-the-beans/our-planet/recycling>, <https://www.starbucks.co.uk/promo/5pcup>, <https://bostonteatparty.co.uk/>

** <https://www.unidis.nl/wp-content/uploads/2017/05/Iso-codes.pdf>



	Bekers		Ondersteunende middelen		Type omgeving	Retourlogistiek	Borgstelling & retourincentives		Businessmodel		Fase	
	Biedt beker aan	Branded beker mogelijk?	Tracking	Consumenten app	Gesloten/semi/open	Inname-systeem	Waarborg op de beker	Loyaliteitsprogramma	Betalende partij (O/C)	Serviceniveau (H/K/CS)	Pilot/Startup/Bedrijf	Beschikbaar in
AgainAgain	1	0	0	0	O	0	1	0	O	H	Startup	NZ
Billie Cup	1	0	0	0	G/O	0	1	0	O	H	Startup	BE
CupClub	1	1	1	1	G/S/O	1	1	1	O	CS	Bedrijf	UK, US
Cup Concept	1	1	0	0	G	1	1	0	O	H/K/CS	Bedrijf	DE, UK, FR, NL, HUN, CZ
Ecocup	1	1	0	0	G	0	1	0	O	H/K/CS	Bedrijf	BE, CA, CH, ES, FR, UK
Festicup	1	1	0	0	G	0	1	0	O	H/K/CS	Bedrijf	DE, BE, AT, NL
Freiburg Cup	1	0	0	0	O	0	1	0	Gemeente	n.v.t.	Government initiative	Freiburg (DE)
Globelet	1	1	0	0	G	0	1	0	O	H/K	Bedrijf	AU, NZ
Goodless	1	1	1	0	G/O	1	1	0	O	H/K/CS	Startup	BE
Go2Cup	1	1	0	0	G/S/O	1	1	1	O	H/CS	Startup	AU
Meu Copo Eco	1	1	0	0	G	0	1	0	O	H/K	Bedrijf	BR
Muuse	1	0	1	1	G/O	0	1	0	C	CS	Startup	SG, San Francisco, Hong Kong
NewCy	1	1	0	0	G	1	0	0	O	CS	Startup	FR
ReCup	1	0	0	0	G/O	0	1	0	O	H	Bedrijf	DE
Re'kwup	1	0	0	0	G	0	1	0	O	H/K/CS	Startup	BE, FR, AT
Returnr	1	0	0	0	S/O	0	1	0	O	H/K	Startup	AUS
Shrewsbury Cup	1	0	0	0	O	0	1	0	O	H	Startup	Shrewsbury (UK)
Starcups	1	1	0	0	G	0	1	0	O	H/CS	Bedrijf	NL
Tu-Go	0	0	0	1	O	0	0	1	C	CS	Pilot	Utrecht
Vessel	1	0	1	1	G/S/O	1	1	0	O	H	Startup	Berkeley, Boulder (US)



Weg met de wegwerpbeke?

Een verkenning naar het potentieel om Nederland aan de herbruikbare bekere te krijgen

Bijlage 4. Interviews

We spraken met bedrijven uit vier verschillende sectoren om een beeld te krijgen van de kansen en uitdagingen in hun branche om met herbruikbare bekertjes te gaan werken. Met goedkeuring van de geïnterviewden, volgen hieronder de samenvattingen van deze gesprekken.

Recreatie: Efteling

(Michiel van Kempen, assortimentsmanager horeca en verantwoordelijk voor de verduurzaming van disposables)

De Efteling heeft 55 horeca outlets die onder de Efteling B.V. vallen. Daarnaast is er één La Place en wordt in drukke zomers wel eens een externe partij voor aanvullende horeca ingehuurd. Koude dranken worden in PET-flesjes verkocht, warme dranken in kartonnen wegwerpbekertjes en voor binnenshuis consumptie wordt in glas of porselein geschonken. Afval scheiden is lastig in het park. Er is weinig zwerfvuil te vinden.

De Efteling heeft duurzaamheid hoog in het vaandel staan en hier expliciet doelen over opgenomen in haar 2030 visie. Plastic bekertjes voor koude dranken en rietjes worden sinds vorig jaar niet meer in het zicht gezet en alleen op verzoek verstrekt. In samenwerking met Coca-Cola worden petflessen ingezameld via machines. De gasten worden beloond met een unieke snapchat filter.

In de souvenirshops worden herbruikbare bekertjes verkocht en in de winter worden unieke mokken verkocht. Mensen zouden deze bekertjes opnieuw kunnen gebruiken in het park, maar dit gebeurt nagenoeg niet.

Er zijn een aantal factoren die de Efteling tegenhouden om over te stappen op herbruikbaar. De belangrijkste is de beleving van de gast, die een ontspannen dag mag beleven. Daarnaast moet een alternatief voor het huidige systeem commercieel aantrekkelijk zijn en is branding een belangrijke voorwaarde. Ook is er nog weinig kennis aanwezig over wat duurzame mogelijkheden zijn. Ten slotte ontbreekt er kennis over hoe een geschikte balans te vinden tussen duurzaamheid en de commerciële belangen die aansluit op de Efteling haar kernwaarden en visie.

Horeca: verschillende ondernemers in Utrecht

In juni 2020 zijn we in gesprek gegaan met 16 verkooppunten van koffie, thee en andere *on-the-go* dranken in het centrum van Utrecht. Alle ondernemers waren enthousiast over het idee om hun wegwerpbekertjes te vervangen door herbruikbare bekertjes. Ze verschilden over de manier waarop ze dat het liefste zagen gebeuren en hoe haalbaar ze het vinden om dit met een herbruikbaar-bekertjesstelsel te doen. Eén ondernemer wil hergebruik zo eenvoudig mogelijk implementeren; om de reden dat de ondernemer niet de faciliteiten en het personeel heeft om bekertjes in te nemen en te wassen, wordt de voorkeur gegeven aan meer promotie te maken voor BYO. Ook was er één ondernemer die het idee goed vond, maar zelf niet bereid was een stelsel van herbruikbare bekertjes te implementeren aangezien er te veel uitdagingen leken te liggen in de logistiek, branding en kosten. Ook een andere ondernemer zag uitdagingen in de logistiek, branding en kosten, maar was wel geïnteresseerd om het uit te gaan proberen. Twee ondernemers melden zich aan voor deelname aan een pilot met herbruikbare bekertjes in een *Return on-the-go* stelsel, welke in het kader van het Mission Reuse programma wordt opgezet. Twaalf ondernemers denken hier nog over na.



Drankenproducent: Grolsch

(Tom Huijskes, Marketing Operations Manager)

De laatste jaren proeven steeds meer evenementen aan een overstap naar herbruikbare bekertjes. Bij grote festivals zoals Zwarte Cross, zijn herbruikbare bekertjes vanwege de grote volumes aan drankjes financieel en logistiek niet haalbaar gebleken. Op andere, veelal kleinere, evenementen zijn herbruikbare bekertjes wel een succes. Grolsch heeft de afgelopen jaren op verschillende evenementen geëxperimenteerd met herbruikbare bekertjes. Uit deze pilots komen wisselende resultaten. De verliespercentages van niet-gertourneerde herbruikbare bekertjes liepen uiteen van 5 tot 25%. Maar ook de ervaring met het systeem, een buiten of binnenlocatie, een open of gesloten evenement; het zijn allemaal belangrijke factoren voor het succesvol kunnen werken met een beker-systeem.

Evenementorganisatoren zijn over het algemeen terughoudend tegenover het overstappen naar herbruikbare bekertjes, onder meer vanwege de extra kosten, tijd en frauderisico's.

- Het wassen, vervoeren en opslaan van herbruikbare bekertjes is vaak duurder dan bijvoorbeeld een wegwerpbeker van recycled PET (rPET). De evenementenbranche heeft het zwaar te verduren en ondanks dat ze vaak wel herbruikbaar willen, moet elk dubbeltje worden omgedraaid.
- Evenementen werken vaak met vrijwilligers en externe partners achter de bar. Wanneer bekertjes een waarde krijgen, ligt fraude op de loer. Het is moeilijk voor organisatoren om dit in de gaten te houden.
- In meerdere Duitse voetbalstadions werken ze met herbruikbare bekertjes met bijvoorbeeld foto's van het elftal erop. Deze bekertjes hebben een laag retourpercentage, omdat iedereen ze mee naar huis neemt. In Nederland worden herbruikbare bekertjes soms ook verkocht als collectors items. Daardoor moeten er meer herbruikbare bekertjes in omloop worden gebracht, waardoor het een minder duurzaam systeem wordt.

Grolsch is samen met evenementorganisatoren aan het kijken of ze vaker met statiegeld kunnen gaan werken voor wegwerpbekertjes. Zodat men de beker niet wegwerpt, maar kan recyclen. Ze willen het materiaal zo zuiver mogelijk gescheiden verzamelen, zodat het kan worden gerecycled om nieuwe bekertjes van te maken. Bij Awakenings kwam meer dan 90% van de rPET-bekertjes terug toen er 1 euro statiegeld werd gevraagd. Bij Zwarte Cross kon zonder statiegeld en met nascheiding, slechts 18% van de rPET-bekertjes worden gebruikt voor het maken van nieuwe rPET bekertjes.

Wat voor Grolsch duidelijk is, is dat door de grote diversiteit aan type evenementen, niet één bekeroplossing is die voor iedereen perfect is. Hoe ga je bijvoorbeeld om met publieke evenementen waar men geen entree betaald en veel ondernemers samenwerken? Het Leids Ontzet heeft daarin ambitieuze stappen genomen, die tegelijkertijd ook een grote en kostbare uitdaging waren. Voorlopig zal Grolsch in Nederland zowel herbruikbare bekertjes als rPET-bekertjes gaan gebruiken. Waarbij in beide gevallen door het hanteren van een goede borg/statiegeld het materiaalverlies en milieu-impact zo gering mogelijk is.



Retail: HEMA

(Floortje Westerink, Senior Programme Manager Food, en Nienke van der Veen, Technisch Verpakkingsspecialist)

HEMA werkt in de praktijk nog niet met herbruikbare bekens. *On-the-go* koffie wordt bij HEMA filialen geserveerd in papieren take-away wegwerpbekers met een plastic coating. Deze zijn niet goed recyclebaar. HEMA is voor de korte termijn aan het kijken naar inkoop van bekens die beter recyclebaar zijn. Er is de wens op op de langere termijn meer te doen met naar herbruikbaar, maar aangezien HEMA een breed productassortiment heeft moeten er in de verduurzaming van het aanbod wel prioriteiten worden aangebracht. Van het totaal aan *on-the-go* dranken dat Hema verkoopt is koffie en thee een klein deel, er wordt meer frisdrank verkocht en dit wordt geleverd in flesjes.

HEMA geeft klanten die een eigen herbruikbare beker meenemen korting op hun aankoop. Er zijn weinig klanten die hier gebruik van maken. Hier ligt wat HEMA betreft voor de korte termijn nog wel ruimte voor verbetering door beter te communiceren.

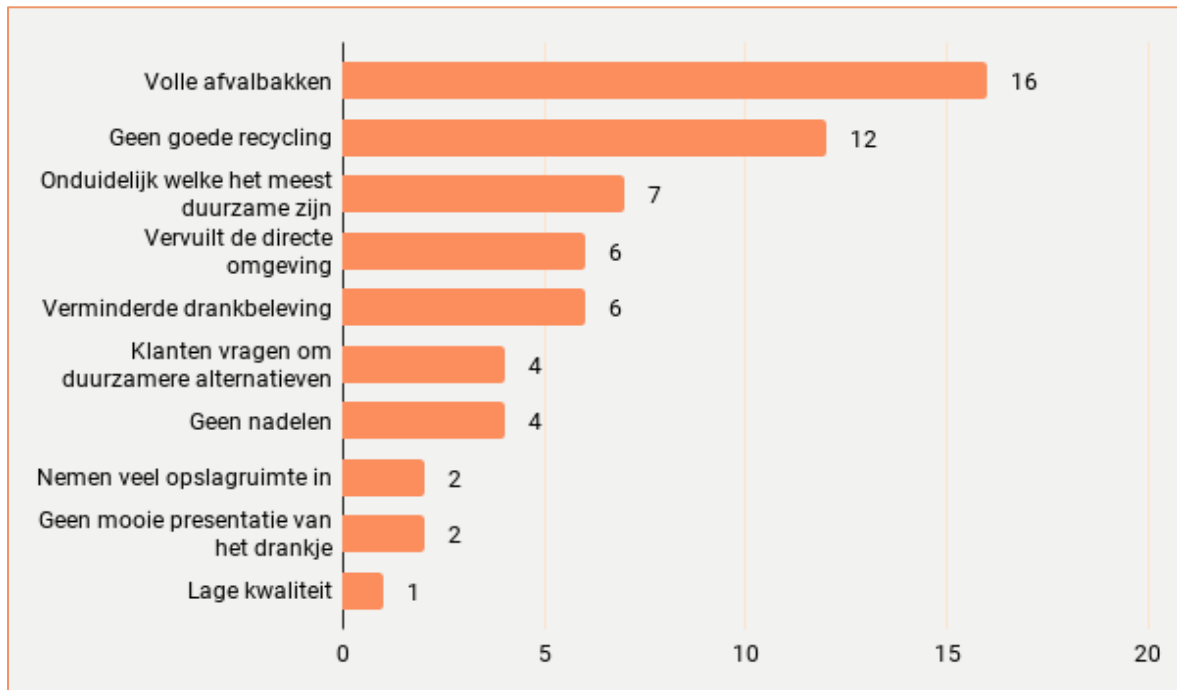
HEMA heeft interesse om op de korte termijn een kansrijk systeem voor cup-sharing vanuit een van haar filialen in de praktijk te testen. Wie weet kunnen goede resultaten in zo'n pilot aan aanjagende werking hebben op de transitie van wegwerp naar herbruikbaar.



Bijlage 5. Resultaten bedrijven

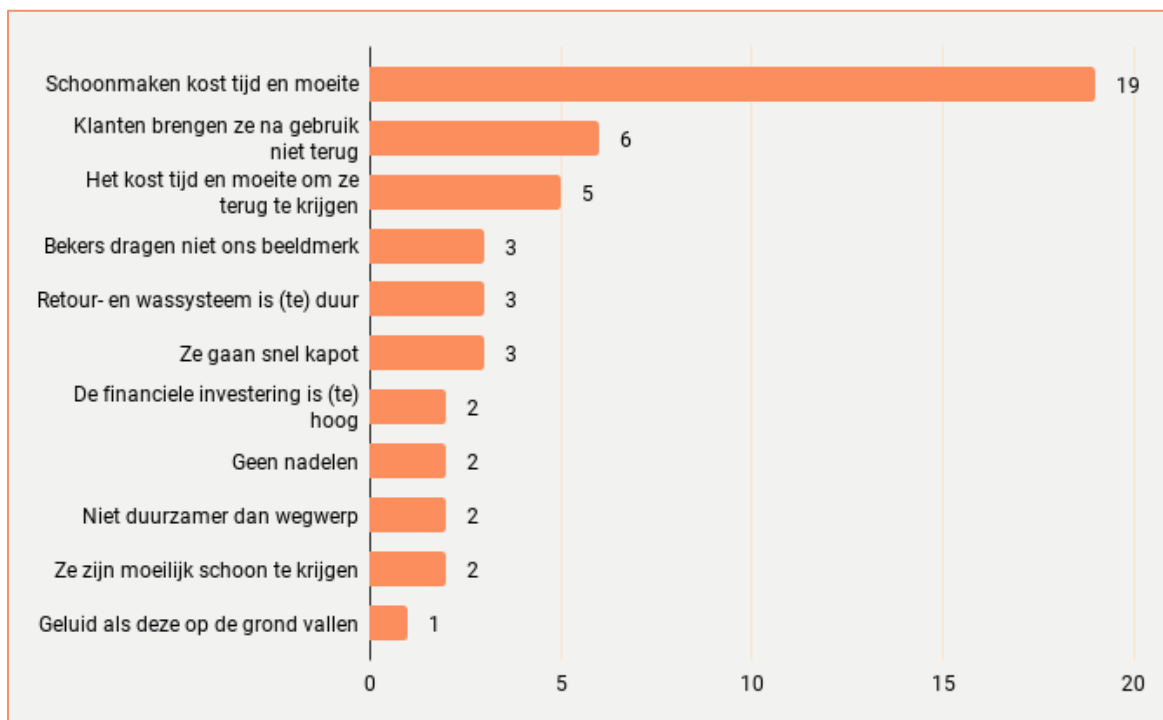
Nadelen van wegwerpbekers

Deze figuur geeft weer wat 25 respondenten de grootste nadelen aan wegwerpbekers ervaren. Iedere respondent mocht maximaal 3 redenen geven. Er werden in totaal 60 redenen aangevinkt.



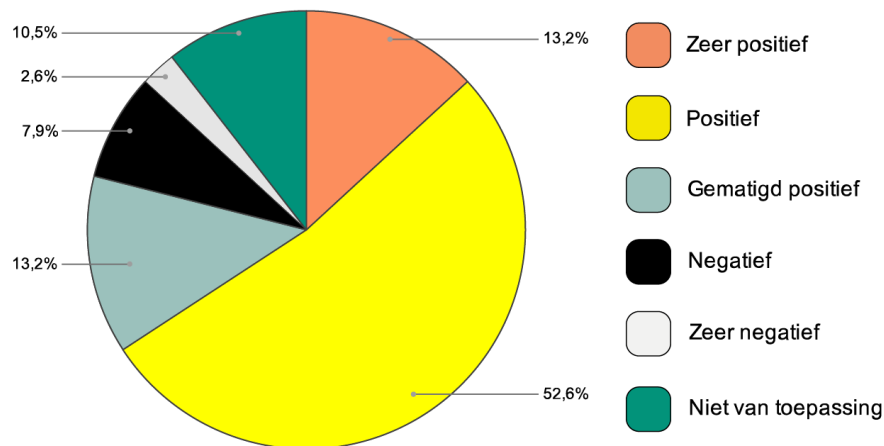
Nadelen van herbruikbare bekertjes

27 respondenten gebruiken momenteel herbruikbare bekertjes, waarvan 18 alleen voor in house consumptie of BYO. Deze figuur geeft weer wat zij als belangrijkste nadelen ervaren hiervan. Iedere respondent mocht maximaal 3 redenen geven. Er werden in totaal 48 redenen aangevinkt.



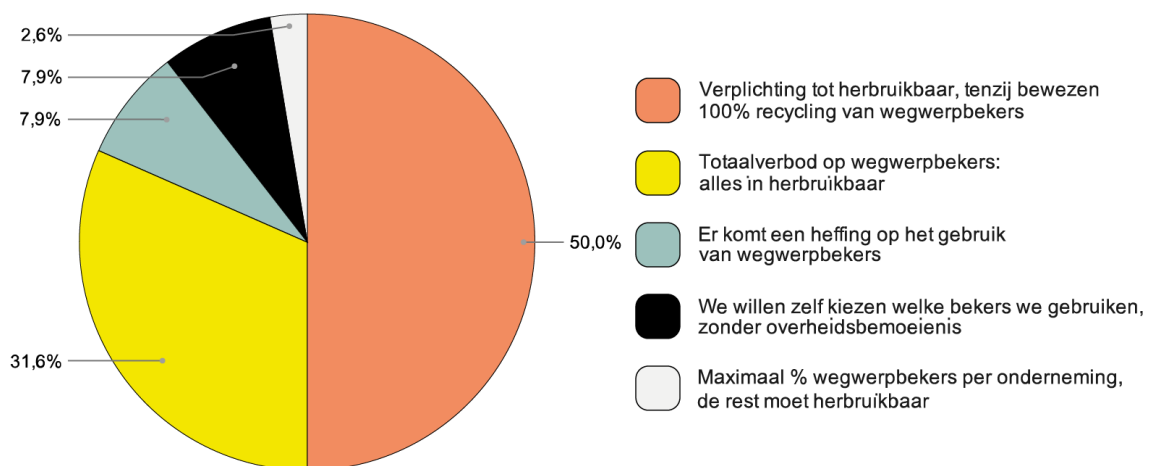
Verwachting reactie klanten

We vroegen hoe de 38 ondernemers verwachten dat klanten zouden reageren, stel dat ze geheel zouden overstappen op herbruikbare bekere. Drie van de vier respondenten die 'niet van toepassing' invulde gebruiken al 100% herbruikbare bekere. De vierde 'niet van toepassing' gaf geen antwoord op deze vraag.



Single Use Plastics Directive

De Europese Single Use Plastic Directive verplicht lidstaten om de komende jaren maatregelen te introduceren voor o.a. minder wegwerpbekere. We vroegen de 38 ondernemers welke potentiële beleidsmaatregel voor bekere hen het meeste aanspreekt.



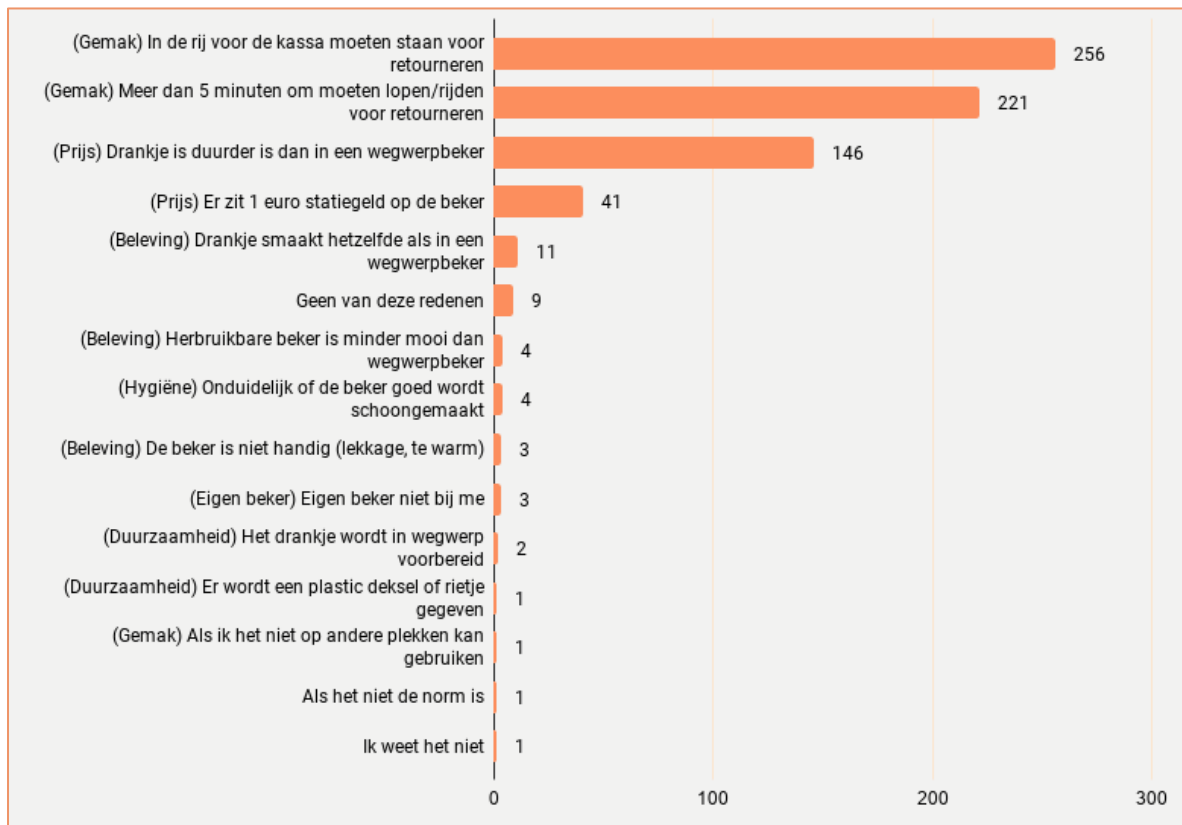
Weg met de wegwerpbeker?

Een verkenning naar het potentieel om Nederland aan de herbruikbare bekere te krijgen

Bijlage 6. Resultaten consumenten

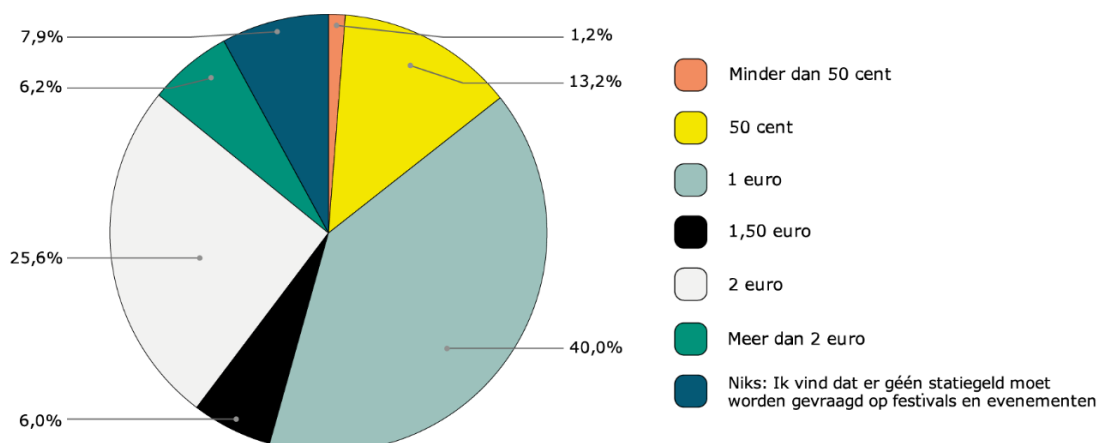
Wanneer zou de consument niet voor een herbruikbare beker kiezen?

Reactie van 403 respondenten op de vraag onder welke omstandigheden ze niet voor een herbruikbare beker zouden kiezen. Per persoon mochten maximaal 3 redenen worden opgegeven. Er werden in totaal 704 redenen gegeven.



Statiegeld

In dit cirkeldiagram wordt de reactie van 403 respondenten weergegeven op de vraag wat ze een goed bedrag voor statiegeld op een herbruikbare festivalbeker vinden. Van degenen die vinden dat er géén statiegeld moet worden gevraagd, is 78% wel voorstander van herbruikbare bekere op festivals. Van de respondenten die geen voorstander zijn van herbruikbare bekere op festivals, vind 74% dat, als er dan toch herbruikbare bekere zijn, hier wel statiegeld voor moet worden gevraagd.



Weg met de wegwerpbeke?

Een verkenning naar het potentieel om Nederland aan de herbruikbare bekere te krijgen

Bijlage 7. Vragenlijst bedrijven

Wegwerpbekers of herbruikbare bekens: waar kiest u voor?

<< Graag deze enquête delen met de duurzaamheidsmanager van uw bedrijf of de persoon verantwoordelijk voor het kopen/implementeren van bekens / verpakkingen / e.d. >>

Het Reuse Programma* onderzoekt, in samenwerking met het Kennisinstituut Duurzaam Verpakken (KIDV), wat de kansen en uitdagingen zijn voor verschillende sectoren om op grotere schaal over te stappen naar herbruikbare bekens voor dranken die 'out-of-home' genuttigd worden (zoals koffie, thee, frisdrank en bier). Hiertoe analyseren we succesvolle en minder succesvolle hergebruiksystemen en vragen we ondernemingen en consumenten naar hun mening en ervaringen.

Wilt u met ons delen wat uw bedrijf motiveert, of tegenhoudt, om voor het verstrekken van dranken compleet over te stappen van wegwerpbekens naar herbruikbare bekens?

>> De vragenlijst kan worden ingevuld tot en met maandag 15 juni 2020

>> Het invullen van de vragenlijst duurt 7,5 tot 10 minuten

>> Uw reactie wordt zorgvuldig en vertrouwelijk behandeld

>> Het is mogelijk om de vragenlijst anoniem in te vullen

Geaggregeerde data en conclusies worden publiekelijk beschikbaar gemaakt en later dit jaar gepresenteerd en besproken tijdens een openbaar evenement, waarvoor u ook wordt uitgenodigd te zijner tijd. Daarnaast worden de inzichten gebruikt bij de selectie, vormgeving en uitrol van innovatieve pilots en projecten, zodat deze goed aansluiten bij de Nederlandse context.

Bedankt voor het delen van uw inzichten!

Vriendelijke groet vanuit het Reuse Programma en het KIDV

* Het Reuse Programma is een gezamenlijk initiatief van Enviu, Recycling Netwerk en Natuur & Milieu. Dit meerjarig programma is in april 2020 gestart en heeft als doel om hergebruik als alternatief voor wegwerp plastic in Nederland een boost te geven. Dit doen we door innovatieve businessmodellen op de Nederlandse markt te introduceren, door beïnvloeding van overheidsbeleid en door het opzetten van consumentencampagnes.



Algemene vragen

Tot welke categorie behoort uw bedrijf, als het gaat om het verstrekken van dranken in bekerc?

Wanneer we spreken over 'bedrijf', bedoelen we ook onderneming, stichting of ander type organisatie

- Restaurant (eetcafé, bistro, restaurant, snackbar, lunchroom, ...)
- Café / club / poppodium
- Hotel / B&B
- Vakantiepark / recreatiepark
- Attractiepark / dierentuin / speeltuin / bioscoop / stadion / evenementenhal / museum
- Sporthal / zwembad
- Festival / evenement
- Supermarkt (met koffieautomaat voor klanten)
- Retail rondom vervoershubs (station, vliegveld)
- Overige retail
- Benzinestation
- Drankenproducent
- (Bedrijfs)cateraar
- Overige sectoren: werkgever met kantoorpersoneel (met koffie in kantoorgebouwen)
- Anders:

Wat is de naam van het bedrijf waar u werkt?

Indien u anoniem wenst te blijven, kunt u deze vraag overslaan.

Wat is uw functie binnen het bedrijf?

Is uw bedrijf aangesloten bij een landelijk of lokaal duurzaamheidsinitiatief?

(meerdere opties mogelijk)

- Nee
- Plastic Pact
- Green Deal Circular Festivals
- Plastic Promise
- Anders:

Welke dranken worden door uw bedrijf verstrekt IN WEGWERP- OF HERBRUIKBARE BEKERS?

(meerdere opties mogelijk)

- Warme dranken (koffie, thee, chocomel, ...)
- Koude dranken (water, frisdrank, ice coffee, smoothie, ...)
- Licht alcoholische dranken (bier, wijn)
- Sterke dranken (likeur, whiskey, cocktails)
- Anders:



Weg met de wegwerpbeker?

Een verkenning naar het potentieel om Nederland aan de herbruikbare bekerc te krijgen

Wegwerpbekers

Eerst stellen we een paar vragen over uw ervaringen met wegwerpbekers. Daarna vragen we of u (ook) herbruikbare bekens gebruikt.

Schenken jullie drinken (ook) in WEGWERPBEEKERS?

- Ja
- Nee --> Ga door naar de vragen over herbruikbare bekens

U biedt (op z'n minst een deel van de) dranken aan in wegwerpbekers. Van welk materiaal zijn de wegwerpbekers gemaakt?

Meerdere opties mogelijk

- Plastic: polystyreen (PS)
- Plastic: Polyethyleentereftalaat (PET)
- Gerecycled plastic: rPET
- Bioplastic: PLA (polymelkzuur)
- Karton met polyetheen (PE) coating
- Karton met polymelkzuur (PLA) coating
- Karton met onbekende kunstof binnenlaag
- Suikerriet met PLA coating
- Bamboe met PLA coating
- Weet ik niet
- Anders:

Wat zijn de drie belangrijkste redenen om wegwerpbekers te gebruiken?

Waar we spreken van 'klant' kan ook 'bezoeker', of voor kantoren 'werknemer', worden gelezen.

- Makkelijk in gebruik voor personeel
- Makkelijk in opslag
- Gemakkelijke verwijdering na gebruik (afvalbak)
- Goedkoop in de aanschaf
- Goed middel voor branding van ons merk
- Hygiënisch betrouwbaar
- Licht gewicht in transport
- Ze hoeven niet afgewassen te worden
- Klanten vragen om wegwerpbekers
- We zijn niet overtuigd van de milieuwinst van herbruikbare bekens
- We hebben geen wasfaciliteit voor herbruikbaar
- Wij kiezen niet zelf voor wegwerpbekers, onze (dranken)leverancier beslist welke bekens worden gebruikt
- Anders:



Wat zijn de drie grootste nadelen die jullie ervaren aan het gebruik van wegwerpbekers? *

- Onhandig in gebruik voor personeel
- Nemen veel opslagruimte in
- Leidt tot volle afvalbakken
- Geen goede recycling van de bekers
- Kwaliteit van de bekers is ondermaats
- Geen mooie presentatie van het drankje
- Verminderde drankbeleving
- Vervuult de directe omgeving
- Klanten vragen om duurzamere alternatieven
- Onduidelijk welke wegwerpbekers de meest duurzame zijn (Biobased? Biologisch afbreekbaar? Karton?)
- We ervaren geen nadelen aan wegwerpbekers
- Anders:

Herbruikbare bekers

Als u al deels of geheel in herbruikbare bekers gebruikt, stellen we u daar graag een paar vragen over. Schenken jullie (ook) drinken in HERBRUIKBARE BEKERS?

- Ja
- Nee

Welk systeem voor herbruikbare bekers gebruikt u?

Meerdere opties mogelijk. Waar we spreken van 'klant' kan voor kantoren 'werknemer' worden gelezen.

- Bring your own: klanten kunnen drank in hun eigen beker laten schenken
- Wij hebben voor 'in house' consumptie herbruikbare bekers (bijv. van porselein/keramiek), voor take away gebruiken we wegwerpbekers
- We hebben herbruikbare bekers aangekocht (voor in house en take away) en wassen deze zelf af
- We huren herbruikbare bekers van een externe partij en wassen deze zelf af
- Cups as a service: we huren bekers van een externe partij, die ook voor de reiniging zorgt
- Anders:



Van welk materiaal zijn de herbruikbare bekers gemaakt?

Meerdere opties mogelijk

- Plastic: polycarbonaat (PC)
- Plastic: polypropyleen (PP)
- Plastic: Tritan (polyester copolymeer)
- Glas
- Roestvrij staal
- Porselein / keramiek
- Bamboe
- Niet van toepassing: Bij ons kunnen klanten alleen met hun eigen herbruikbare beker komen
- Weet ik niet
- Anders:

Wat zijn voor jullie de drie belangrijkste redenen om herbruikbare bekers te gebruiken?

- Makkelijk in gebruik voor ons personeel
- Goede drankbeleving
- Weinig afval
- Lagere kosten dan wegwerp
- Hygiënisch
- De klant vraagt er om
- We bouwen een betere klantrelatie op
- We zijn overtuigd van de milieuwinst van herbruikbare bekers
- Het draagt bij aan een duurzaam imago van ons bedrijf
- Anders:

Wat zijn de drie grootste nadelen die jullie ervaren aan het gebruik van herbruikbare bekers?

- Ze gaan snel kapot
- Klanten brengen ze na gebruik niet terug
- Het kost tijd en moeite om ze terug te krijgen
- Ze zijn moeilijk schoon te krijgen
- Het kost tijd en moeite om ze schoon te maken
- Klanten zijn niet tevreden
- De bekers dragen niet ons eigen beeldmerk
- De financiële investering is (te) hoog
- Het in stand houden van het retour- en wassysteem is (te) duur
- Anders:

Indien u zowel wegwerp als herbruikbaar aan uw klant aanbiedt: wat is volgens u de belangrijkste (vermoede) reden dat klanten NIET voor de herbruikbare optie kiezen?

Indien u zowel wegwerp als herbruikbaar aan uw klant aanbiedt: wat is volgens u de belangrijkste (vermoede) reden dat klanten WEL voor de herbruikbare optie kiezen?



Weg met de wegwerpbeker?

Een verkenning naar het potentieel om Nederland aan de herbruikbare bekers te krijgen

Van wegwerp naar hergebruik

Tot slot volgen nog een paar vragen over wat u zou motiveren om geheel over te stappen naar herbruikbare bekere. Waarom zijn jullie (nog) niet volledig overstapt naar herbruikbare bekere?

Kies maximaal 3 opties.

- Het heeft niet onze prioriteit
- Wij willen of kunnen de financiële investering niet doen
- Te groot risico wat betreft hygiëne
- We denken dat de oplossing bij het gedrag van de klant ligt, niet bij ons
- We hebben niet genoeg mankracht in huis om het te realiseren
- We weten niet waar te beginnen
- Niet van toepassing: Wij gebruiken 100% herbruikbare bekere
- Anders:

Stel: jullie overwegen om geheel over te stappen naar een systeem met herbruikbare bekere.

Waarom MOET een hergebruik-systeem MINIMAAL voldoen?

Kies maximaal 3 opties. Als jullie al 100% herbruikbaar gebruiken, dan is de vraag: wat vinden jullie de belangrijkste systeemvereisten?

- Aantrekkelijk design van de beker
- Eigen logo op de beker
- Specifiek materiaal van de beker (bijvoorbeeld hard plastic, roestvrij staal, bamboe of glas)
- Totale kosten zijn gelijk aan, of lager dan, wegwerpbekere
- De herbruikbare bekere zijn ons eigendom
- De bekere mogen alleen door mijn bedrijf worden gebruikt
- We zitten samen met andere bedrijven in een gedeeld systeem
- We worden geheel ontlast in het aanschaffen en schoonmaken van de bekere door een externe partij
- De klant moet zelf een herbruikbare beker meebrengen
- De klant moet extra betalen voor gebruik van de herbruikbare beker
- Er zit statiegeldsysteem op de bekere
- Het systeem maakt het mogelijk om loyale klanten te belonen
- Het systeem biedt mij de mogelijkheid een aantrekkelijk aanbod van producten aan de klant voor te leggen
- De bekere worden via een machine terug ingenomen
- Anders:

Welke (gemiddelde) reactie verwacht u van uw klanten wanneer u geheel zou overstappen naar herbruikbare bekere?

- Zeer positief
- Positief
- Gematigd positief
- Negatief
- Zeer negatief
- Anders:



Weg met de wegwerpbeker?

Een verkenning naar het potentieel om Nederland aan de herbruikbare bekere te krijgen

De Europese Single Use Plastic Directive verplicht lidstaten om de komende jaren maatregelen te introduceren voor o.a. minder wegwerpbekers. Welke beleidsmaatregel spreekt u het meeste aan?

- Totaalverbod op wegwerpbekers: alle drankjes moeten verplicht in herbruikbare bekens worden geschonken
- Maximaal percentage aan wegwerpbekers per onderneming, de rest moet herbruikbaar zijn
- Verplichting tot herbruikbaar, tenzij gebruik van systeem met wegwerpbekers die bewezen 100% gerecycled worden
- Er komt een heffing op het gebruik van wegwerpbekers.
- We willen zelf kiezen welke bekens we gebruiken, de overheid zou zich hier niet mee moeten bemoeien

Mogen we contact met u opnemen?

Wij starten binnenkort met pilots om innovaties rondom herbruikbare bekens te testen. Daarbij willen we specifiek de belangrijkste uitdagingen aanpakken, zodat er een model ontstaat dat voor u en anderen in Nederland grote voordelen biedt t.o.v. de inzet van wegwerpbekers. Bent u geïnteresseerd om hier meer over te horen?

Ook willen we een aantal respondenten contacteren om een paar aanvullende vragen te stellen.

Mogen we u hiervoor benaderen?

Mogen we contact met u opnemen?

Meerdere opties mogelijk. Indien ja, vergeet niet hieronder uw gegevens achter te laten!

- Ja, voor het stellen van aanvullende vragen
- Ja, mijn organisatie heeft interesse om aan een pilot deel te nemen

- Ja, voor het ontvangen van de uitkomsten van de pilots
- Nee, ik heb geen interesse

Laat hier uw contactgegevens achter (naam, e-mail, telefoonnummer)

We zijn géén commerciële organisaties. Uw gegevens worden enkel en alleen gebruikt om u een aantal aanvullende vragen over herbruikbare bekens te stellen of u op de hoogte te houden van de pilots, afhankelijk van wat u hierboven heeft ingevuld. Uw gegevens worden na afronding van het onderzoek verwijderd uit onze database, ten laatste 31-12-2020.

Als u nog iets kwijt wilt over wegwerpbekers, herbruikbare bekens of deze vragenlijst, dan kunt u dat hier met ons delen.

Hartelijk dank voor het delen van uw inzichten! Vergeet aub niet om op VERZENDEN / SUBMIT te klikken!



Bijlage 8. Vragenlijst consumenten

Wegwerpbekers of herbruikbare bekens: wat kies jij?

Er worden jaarlijks in Nederland miljarden drankjes buitenshuis gedronken in wegwerpbekers. In veel gevallen zijn herbruikbare bekens een duurzamer alternatief.

We horen graag wat jij, als consument, van herbruikbare bekens vindt.

Wat is voor jou belangrijk bij het drinken van je on-the-go drankje?

In deze enquête stellen we je daar 8 vragen over.

Het invullen kost je niet meer dan 5 minuten en is geheel anoniem.

Invullen kan tot en met maandag 15 juni 2020.

Dankjewel voor het delen van je mening!

Groeten namens het Reuse Programma* en het Kennisinstituut Duurzaam Verpakken (KIDV)

P.s. Werk je bij een bedrijf dat out of home drankjes in bekens verkoopt, of op een kantoor waar de koffie in wegwerpbekens wordt geschonken? Dan zijn we ook heel benieuwd naar de visie van jouw bedrijf op dit onderwerp. Hier vind je de bedrijfs-enquête: <https://forms.gle/UPdxYjYNThSUtr7k6>

* Het Reuse Programma is een samenwerking tussen Enviu, Recycling Netwerk en Natuur & Milieu

On-the-go drankjes

Als je onderweg bent koop je vast wel eens een kopje koffie, thee of warme chocomelk. Bijvoorbeeld wanneer je met de trein reist, bij een benzinestation stopt, aan het shoppen bent of op het vliegtuig wacht.

Bijna altijd krijg je dit drankje 'to go' in een wegwerpbeker.

Let op: alle vragen in deze enquête gaan over drankjes die in BEKERS worden geschonken. Dus NIET frisdrank of alcoholische dranken die je in een afgesloten flesje of blikje koopt.

Hoe vaak koop jij onderweg een drankje 'to go'?

- Nooit
- Een paar keer per jaar
- Maximaal 1 keer per maand
- Maximaal 1 keer per week
- Bijna dagelijks



Neem je je eigen herbruikbare beker mee als je onderweg een drankje 'to go' koopt?

- Nooit
- Soms
- Meestal
- Altijd
- Niet van toepassing (ik koop geen 'to go' drankjes)

Stel: je favoriete koffietentje biedt je een herbruikbare beker aan voor jouw 'to go' drankje, welke je na gebruik weer teruggeeft.

Wanneer zou je WEL voor deze herbruikbare beker kiezen?

(Kies maximaal 2 opties die voor jou het belangrijkste zijn)

- (Beleving) Als het drankje lekkerder smaakt dan in een wegwerpbeke
- (Beleving) Als het drankje er mooier uitziet dan in een wegwerpbeke
- (Prijs) Als het drankje niet duurder is dan in een wegwerpbeke
- (Prijs) Als ik er géén statiegeld (waarborg) voor hoef te betalen
- (Korting) Als ik door mijn aankoop korting krijg op andere producten
- (Goed doel) Als 5% van mijn aankoop aan een goed doel wordt gedoneerd
- (Gemak) Als ik de beker heel makkelijk na gebruik ergens kan terugbrengen
- (Hygiëne) Als ik zeker weet dat de beker heel goed schoongemaakt is
- Anders...

Wanneer zou jij NIET voor deze herbruikbare beker kiezen?

(Kies maximaal 2 opties die voor jou het belangrijkste zijn)

- (Beleving) Als het drankje exact hetzelfde smaakt als in een wegwerpbeke
- (Beleving) Als de herbruikbare beker minder mooi is dan de wegwerpbeke
- (Prijs) Als het drankje duurder is dan in een wegwerpbeke
- (Prijs) Als er 1 euro statiegeld (waarborg) voor de beker wordt gevraagd
- (Gemak) Als ik voor het terugbrengen van de beker terug in de rij voor de kassa moet gaan staan
- (Gemak) Als ik meer dan 5 minuten om moet lopen/rijden om de beker ergens terug te brengen
- Anders...

Stel: Je kocht een lekkere cappuccino 'to go' in een herbruikbare beker. Wanneer je drankje op is, gooi je deze beker natuurlijk niet in de prullenbak. Waar breng je de lege beker het liefste terug?

- Dezelfde winkel waar ik m'n drankje kocht
- Andere vestiging van dezelfde winkel (bijv. Kiosk, Starbucks, etc.)
- In een andere winkel (bijv. een ander koffietentje, restaurant of café)
- In een inlever-automaat op een makkelijk bereikbare plek waar ik toch al kom (station, centrum van de stad, supermarkt)
- Anders...



Festivals en evenementen

Nu volgen drie vragen over drankjes die op festivals en evenementen in bekertjes worden verkocht. Dit zijn voornamelijk koude dranken, zoals frisdrank, bier, wijn en cocktails, maar soms ook koffie en thee.

Vind jij het een goed idee als op alle festivals en evenementen voortaan alleen nog maar herbruikbare bekertjes worden gebruikt?

- Ja
- Nee

Waarom vind je dit wel/geen goed idee?

Wat vind jij een goed bedrag voor statiegeld op een herbruikbare festivalbeker? (in euro) (Het statiegeld krijg je terug wanneer je je lege beker terug inlevert aan de bar, bij een inzamelpunt of via een inlevermachine.)

- Meer dan 2 euro
- 2 euro
- 1,50 euro
- 1 euro
- 50 cent
- Minder dan 50 cent
- Niks: Ik vind dat er géén statiegeld moet worden gevraagd op festivals en evenementen

Tot slot...

Hoe duurzaam leef jij?

Helemaal niet duurzaam -- 1 2 3 4 5 -- Heel erg duurzaam

Met welke gender identificeer je je?

- Vrouw
- Man
- Overig
- Geen antwoord

In welke leeftijdscategorie val je?

- Onder de 18
- 19 - 24
- 25 - 34
- 35 - 44
- 45 - 54
- 55 - 64
- Boven de 65
- Geen antwoord

Wil je nog iets kwijt aan ons?

Dankjewel voor het delen van je mening! Vergeet aub niet om op VERZENDEN / SUBMIT te klikken!



Weg met de wegwerpbeker?

Een verkenning naar het potentieel om Nederland aan de herbruikbare bekertjes te krijgen



Weg met de wegwerpbeker?

Een verkenning naar het potentieel om
Nederland aan de herbruikbare bekere te krijgen

Auteurs: Inge Luyten (Recycling Netwerk Benelux) en Stijn Bartelink (Enviu)

Mission Reuse is een programma van

