

Communicatie en diftar

Praktische tips bij de introductie van een diftarsysteem



VANG

HUISHOUDELIJK AFVAL



In het kader van VANG-HHA,
in opdracht van NVRD

Opgesteld door MRStratego



Inhoudsopgave

1. Inleiding
 2. Zo ben je als communicatieadviseur een goede gesprekspartner
 3. Van beleidsplan naar communicatiestrategie naar uitvoering
 4. Doelgroepen
 5. Communicatiemiddelen
- Bijlage met praktijkvoorbeelden

1. Inleiding

Communicatie heeft in beleidsplannen terecht een prominente rol. Een diftarsysteem is een behoorlijk complex onderwerp. Invoering van diftar betekent een veranderproces. Het heeft maatschappelijke impact en krijgt veel (media)aandacht. En bij de introductie moet er vaak met uiteenlopende stakeholders, met beperkte communicatiecapaciteit en onder tijdsdruk informatie en voorlichting worden gegeven. Bovendien heb je ook nog rekening te houden met onvoorziene omstandigheden rond de invoeringspraktijk.

Met de verzameling voorliggende tips en voorbeelden – opgehaald bij ervaringsdeskundigen – helpen we je om introductie van diftar goed voor te bereiden en zo soepel mogelijk te laten verlopen. We gaan in op de voorbereiding, de inhoud.

Dit document is in eerste instantie opgesteld voor communicatieadviseurs. Maar ook beleidsadviseurs kunnen er hun voordeel mee doen. Zij (moeten) weten waar weerstanden kunnen zitten, en hoe daar vanaf het begin mee omgegaan kan worden. De beste start is daarom als de communicatieadviseur bij aanvang bij het beleidsproces wordt betrokken, zodat hij of zij weet waarom bepaalde keuzes zijn gemaakt en die kan verwerken in de communicatiestrategie.

Leeswijzer

- Hoofdstuk 1 en 2: suggesties hoe je je kunt voorbereiden op communicatie die soepele introductie van een diftarsysteem ondersteunt: wat kun je doen en waar moet je op letten?
- Hoofdstuk 3: aan de hand van de inhoud rond diftar bespreken we waar je op basis van ervaringen uit de invoeringspraktijk in je communicatiestrategie en uitvoering rekening mee kunt houden.
- Hoofdstuk 4: kernboodschappen en acties vertaald naar diverse in- en externe doelgroepen.
- Hoofdstuk 5: effectieve communicatiemiddelen en timing.
- Bijlage met praktijkvoorbeelden: per deel gerubriceerd.

Zo heb je in het kort de belangrijkste zaken op een rij en kun je tips vinden ter overdenking en verdieping van je strategie en actieplan.

Veel succes!

2. Zo ben je als communicatieadviseur een goede gesprekspartner

Kennis van de inhoud maakt je een (extra) waardevolle gesprekspartner voor beleidsadviseurs/ projectleiders en bestuur, en uiteraard voor inwoners: de hoofdrolspelers. En deze kennis versterkt je positie en rol als degene die het communicatieproces vorm en inhoud geeft. Lees je daarom goed in in het afval/grondstoffen beleidsplan, voor je begrip en beeldvorming.

Zet als voorbereiding belangrijke pijlers voor je communicatie-onderwerpen op een rij. Formuleer daartoe een antwoord op deze basisvragen:

- Waarom heeft de gemeente besloten om diftar in te voeren? Wat is de noodzaak en wat wil zij bereiken?
- Wat bedoelt de gemeente met diftar, wat houdt het tariefsysteem in dit geval in?
- Hoe werkt diftar?
- Hoe zit de tariefopbouw in elkaar? Wat krijgt een huishouden voor welk tariefdeel?
- Hoe gaat het systeem van afrekenen van aanbod van restafval in zijn werk?

Tips

1.

NVRD Talk 'Kostenplaatje van Afval naar grondstof', Jan Willem van Dalen (12 november 2020).

Geeft je in een notendop de theorie over de afvalstoffenheffing en diftar: uitleg van de diftar paradox, en: "diftar levert geen geld op, het is wel een goed middel om mensen meer afval te laten scheiden. Ervaring in Apeldoorn, met al jaren diftar: een inwoner die heel goed zijn afval scheidt en geen restafval meer heeft, bespaart maximaal 30 euro op zijn afvalstoffenheffing."

<https://www.nvrd.nl/nvrdtalks>

2.

Rapport IPR Normag in opdracht van RWS 'Diftar als beleidsinstrument bij huishoudelijk afvalbeheer'. De samenvatting geeft meteen een goed beeld:

- Wat is diftar?
- Redenen waarom gemeenten voor diftar als (gedrag-beïnvloedend) beleidsinstrument kiezen.
- Ontkracht mythes, en onderbouw dit: zwerfafval, dumpingen/bijplaatsingen, restafval bij grondstoffen (= lagere kwaliteit grondstoffen).
- Politieke context van diftar: inzicht in argumenten tegen invoering diftar, t.b.v. je uitleg van issues.

Hier de link naar de bijlagen: <https://www.vang-hha.nl/nieuws-achtergronden/2021/bijlagen-vang-rapporten/>

3.

Omschrijving van afvalstoffenheffing

Alle huishoudens moeten afvalstoffenheffing betalen. Met deze inkomsten kan de gemeente uw huisvuil ophalen, afvoeren en verwerken. Het maakt niet uit of u daadwerkelijk gebruik maakt van deze dienst; u bent afvalstoffenheffing verschuldigd vanaf het moment dat u een woning in gebruik neemt. De kosten voor afvalstoffenheffing bestaan in het geval van gedifferentieerde tarieven (diftar) uit een vast deel en een variabel deel. Het vaste deel betaalt ieder huishouden. Het variabele deel is afhankelijk van het aantal keren dat u restafval aanbiedt of afval in de ondergrondse container heeft geworpen in het afgelopen jaar.

<https://www.tribuut.nl/gemeentebelastingen/afvalstoffenheffing/algemeen>

3. Van beleidsplan naar communicatiestrategie naar uitvoering

Doel, ambitie, visie en missie van het beleidsplan zijn of worden in algemene zin vertaald naar het communicatiedoel. Vragen die hierbij beantwoord moeten worden, zijn:

- Hoe draagt communicatie bij aan het realiseren van de beleidsdoelstellingen, wat is concreet de plek die communicatie inneemt als flankerend, ondersteunend instrument?
- Hoe verhoudt de gemeente zich t.o.v. de belangrijkste doelgroepen?
- Wat wordt van inwoners gevraagd om 'meer hergebruik, minder afval' te bereiken?
- Wat hebben inwoners nodig om de gestelde doelen te realiseren?

Deze vertaalslag maakt onderdeel uit van het hoofdstuk communicatie in het grondstoffen beleidsplan. Hieronder eerst aandacht voor 'communicatie van een veranderproces' met een aantal algemene én een aantal diftar-specifieke tips. Vervolgens aandacht voor 'communicatiestrategie'. Dit onderdeel eindigt met 'uitleg voor verschillende niveaus van beleving'.

Communicatie van een veranderproces

Een verandering doorvoeren – in dit geval van afvalinzamelsysteem – heeft impact op de samenleving. Het kan ertoe leiden dat veel mensen pas op het onderwerp gaan letten als er een verandering wordt aangekondigd. Het kan gebeuren dat de aankondiging de trigger is om vragen te stellen en kritiek te hebben; en inwoners zich dus gaan uiten. Communicatie is een belangrijk instrument om een veranderproces zo soepel mogelijk te helpen doorlopen.

Eén ding is zeker: er komt weerstand tegen de verandering. Dus: geen paniek! Algemeen advies is, wees duidelijk, transparant en eerlijk in je communicatieboodschappen.

Tips

1.

Algemeen, literatuur over communicatie van veranderprocessen:

- Hans Vermaak, 'Iedereen verandert, nu wij nog', Vakmedianet, ISBN 978 94 6276 216 9.
- Ben Tiggelaar, 'De Ladder, waarom veranderen zo moeilijk is én... welke 3 stappen wel werken', ISBN 978-90-79445-89-9.

2.

Veel voorkomende en regelmatig terugkerende issues met betrekking tot weerstand, vanuit de politiek en/of inwoners (of algemeen, via landelijke media), zijn:

- Inzameling luiers: ongelijke gezinssituaties en vermeende onrechtvaardigheid van kosten. Het antwoord kan zijn: gescheiden inzameling kan voorlopig niet omdat er nog te weinig verwerkingscapaciteit bestaat. Luiers zijn tot die tijd restafval en daarvoor moet worden betaald via het variabele tarief. Alternatief: wasbare luiers. Communicatie kan 'meeleven' met inwoners dat luiers een fikse restafvalcomponent kunnen zijn en uitleggen dat er vooralsnog geen scheidingsoptie is.
- Nascheiden pmd: discussies over dit onderwerp blijven actueel ("ze gooien alles toch weer bij elkaar", "export naar derdewereldlanden"). Keuze voor diftar is keuze voor een systeem van afval/grondstoffen inzamelen, niet beperkt tot pmd. Het is niet uit te leggen dat diftar het scheiden door inwoners van papier en gft stimuleert (uit resultaten blijkt dat dankzij diftar veel extra wordt gescheiden) maar pmd bij het restafval mag. Naar de inwoners toe is dit een dubbele boodschap, waar je je bewust van moet zijn en waar je rekening mee kunt houden in de communicatie. Diftar en nascheiden gaan dus vaak niet samen. Daarnaast levert nascheiden van pmd (nog) kwaliteitsverlies op.
- Discussies over nascheiding uiten zich ook in vragen en ergernis over wat wel en niet bij het pmd mag, met de chipszak (vs. andere flexibele laminaatverpakkingen) als icoon daarvan. Veel

mensen horen en lezen verschillende informatie en instructies, onduidelijkheid en verschillen leiden tot irritatie. Blijf de scheidingsregels regelmatig vertellen en uitleggen: borg dit in je communicatiekalender. Chipszak: wordt niet gerecycled maar als restafval verbrand (plastic met metaallaagje). Hoort dus niet bij het pmd maar omdat het een verpakking is, mag de chipszak wél bij het pmd om het voor de burger gemakkelijk en logisch te maken. Bij de pmd-scheidingsinstallatie worden chipszakken uitgesorteerd en afgevoerd voor verbranding samen met het restafval. Zie <https://www.afvalscheidingswijzer.nl/producten/plastic-verpakking-met-metaallaagje/?q=chipszak> . Je kunt een vraag hierover ook voorleggen aan het Kennisinstituut Duurzaam Verpakken (KIDV).

Communicatiestrategie

Maak een lijst van onderwerpen waarover informatie en uitleg gegeven gaat worden, formuleer daar kernboodschappen bij. Voeg daaraan toe welke onderwerpen wanneer verteld gaan worden. Niet alles tegelijk, logische volgorde.

Elementen voor de uitleg van diftar:

- Waar leg je de focus op, de financiële prikkel of milieu/duurzaamheid? Service op grondstoffen-inzameling? Bespreek heel zorgvuldig wat de invloed is van variabel vs. vast tarief, mede in relatie met voor zover in te schatten toekomstige ontwikkelingen die niet met de bedrijfsvoering rond afvalinzameling te maken hebben (bijv. aanbestedingen, rijksbelastingen, ontwikkelingen in marktprijzen van grondstoffen). In geval van samenwerkingsverbanden van gemeenten kunnen er ook verschillen zijn in (toerekening van) kosten van het afvalbeleid, zoals in mate van kwijschelding van afvalstoffenheffing, kosten van handhaving, e.d.
- Benoem de voordelen van het diftarsysteem door behalve financiële motieven ook die van milieuwinst te bespreken. Let goed op zorgvuldige formulering waar het gaat om 'geldbesparing door diftar'. Het is vooraf lastig in te schatten of goed scheiden leidt tot een lagere afvalstoffenheffing. Toename van kosten kan ertoe leiden dat de begroting van vóór diftar niet is te vergelijken met die van jaren erna. En ook na invoering van diftar de afvalstoffenheffing stijgt als gevolg van hogere kosten. Behoud dus speelruimte in je communicatieboodschappen.
- Vertaal de nulmeting van het afvalaanbod naar uitleg van 'wat, als we niets doen?'
- Let op de 'diftar-paradox': als mensen beter scheiden en minder restafval aanbieden dan geraamd (restafval kan halveren!), is er minder opbrengst van het variabele tarief en ontstaat mogelijk een tekort in de opbrengst van de afvalstoffenheffingen als vaste kosten worden opgenomen in het variabele tarief. Dit leidt waarschijnlijk tot een verhoging van de heffing het jaar erna, wat mensen zouden kunnen opvatten als 'straf' voor goed afval scheiden. Dit is niet goed uit te leggen, leidt tot frustratie en daardoor fikse afname van draagvlak om afval te scheiden. Ervaringscijfers van andere gemeenten kunnen helpen om een goede inschatting te maken van hoeveel aanbiedingen restafval de gemeente verwacht.
- Als inwoners heel goed gaan scheiden door diftar, volgens monitoring vanuit een nulmeting (hoe vaak biedt men gemiddeld de restafvalcontainer aan), dan ontwikkelt de tariefopbouw zich minder in de richting van 'de vervuiler betaalt' naar meer 'je betaalt voor het gebruik van het systeem': een groter aandeel vast en kleiner aandeel variabel tarief. Hier kun je bij de introductie van diftar rekening mee houden, door meteen al goed uit te leggen wat men krijgt voor de afvalstoffenheffing die men betaalt. Bijv.: we halen x keer per jaar uw grondstoffen a/b/c aan huis op, we legen y keer per jaar uw ondergrondse containers voor restafval, u kunt uw grofvuil naar de milieustraat brengen (al dan niet x keer gratis), ...
- Houd rekening met het optreden van onvoorziene ontwikkelingen. Bijvoorbeeld overvolle grondstoffencontainers vanwege 'te' succesvol scheiden. Dit behoeft ook uitleg.
- Leg uit en breng in beeld hoe de registratie van het afval verloopt en wordt verwerkt naar de afvalstoffenheffing (het container managementsysteem). NB. Privacy, containers zijn aan een adres/woning gekoppeld, niet aan een persoon.

- Leg ook uit wat diftar *niet* is. Diftar is geen systeem waarmee inwoners worden gestraft voor afval produceren. Het is een financieel systeem om inwoners te stimuleren om afval goed te scheiden.

Overige relevante onderwerpen:

- Diftar en grof huishoudelijk afval (aan huis ophalen, naar de milieustraat brengen).
- Diftar en de milieustraat: uitleg van gratis vs. betaald afvalstromen wegbrengen in relatie met preventie van een lek via de milieustraat. Betaalde stromen, bijv. grof huishoudelijk afval en bouw- en slooafval.
- Als handhaving wordt ingezet: inwoners berichten dat dit gaat gebeuren, en waarom. En aangeven waar vooral op gecontroleerd gaat worden. Zorg dat bekend is op welke plekken handhaving nodig is en waarom. NB: Afvaldump is opzettelijk gedrag, het naast wijkcontainers plaatsen van (grof huishoudelijk) afval zou zonder intentie van afvaldump kunnen plaatsvinden, omdat iemand niet weet dat dit niet mag.

Een kernboodschap kan zijn dat diftar goed afval scheiden beloont, verwoord op het niveau van een huishouden en/of op dat van de gemeente dus alle inwoners tezamen. Dit veronderstelt uitleg van kosten en opbrengsten van de afvalinzameling die binnen en buiten de invloedssfeer van de gemeente en inwoners liggen. NB: niet elke 'grondstof' levert geld op, marktprijzen fluctueren.

Het doel uitleggen is het uitleggen van wat de gemeente(n) wil(len) bereiken (waar staat/staan zij voor), van daaruit wil je met inwoners samenwerken dus een relatie opbouwen. Dit veronderstelt dat de gemeente snel en slagvaardig reageert op veranderingen, opmerkingen, e.d.: een element van je communicatiestrategie.

Tips

1.

Betrek inwoners en inwonersgroepen die in het voortraject van de beleidsvorming betrokken zijn geweest (en hun evt. communicatieplatforms), neem hen mee in het waarom van invoering van diftar:

- Bewonersbijeenkomsten en/of inloopavonden voor bewoners.
- Inwonersenquête.
- Wijkraden.
- Thema-inwonersgroepen (bijv. duurzame wijk/buurt, wijk- en buurtraden, zwerfafvalambassadeurs).

2.

Geef feedback: maak inzichtelijk wat de gemeente doet met wensen, behoeften, ideeën van inwoners die uit participatiebijeenkomsten zijn gekomen (zoals een bewonersenquête). Laat zien dat er aandacht is voor (de input van) inwoners, dat er naar inwoners wordt geluisterd, zaken worden overgenomen, leg redenen uit waarom ideeën niet zijn overgenomen.

En: leg uit dat en hoe (= de inspanning) een issue wordt aangepakt, wat de resultaten daarvan zijn, vertel dat "we er nog niet zijn": we zien het issue, we weten het, en we zijn bezig met ...: zo verhef je evt. kwetsbaarheid tot sterkte.

3.

Koppel resultaten periodiek terug: wat gaat goed, wat nog niet (en wat wordt eraan gedaan)? Wat is bereikt: kilo's minder restafval, kilo's meer grondstoffen.

[Uitleg op verschillende niveaus van beleving](#)

Verwoord de informatie en boodschappen zowel in het algemeen als op het niveau van een huishouden/inwoner. Ook: wat ziet en voelt een inwoner heel praktisch gezien op 'straatniveau' van diftar (de uitvoering in de praktijk, de manier van afvalinzameling; bijv.: diftar = meer minicontainers = ruimtebeslag: hoe zien opstelplekken van containers eruit, gaat dat ten koste van parkeerplaatsen, e.d.)? Hoe noemt de gemeente het diftarsysteem?

Tips

1.

Verandering van afvalinzamelsysteem: de meeste mensen gaan goed mee in de verandering, hier geldt de '80-20' regel. Denk na over hoe je de minderheid ('20') aanspreekt. Het advies is: positief. Gedragsverandering heeft tijd nodig.

2.

Maak een lijstje van onderwerpen die je wilt behandelen. Dit zijn onderwerpen en issues/problemen, die:

- in B&W en/of de Raad ter sprake zijn geweest in de vergaderingen rond het nieuwe beleid;
- in de (lokale/regionale maar ook landelijke) media zijn of worden besproken en bediscussieerd;
- in bijeenkomsten, enquête en andere participatie met inwoners naar voren zijn gekomen.

Iedereen kijkt en oordeelt vanuit het eigen perspectief. Denk erover na hoe je jouw positie, informatie en standpunt als gemeente kunt framen, in de context zetten.

3.

Maak een Q&A van feiten en mythen rond diftar. Met onderwerpen zoals 'leidt tot afval dumpen' bij wijkcontainers, in grondstof-bakken, bij openbare prullenbakken, 'in de natuur', naar een diftarloze buurgemeente, naar het werk, e.d.: voor feiten, zie 'Onderzoek Diftar, de feiten op een rij' (VANG-HHA).

Organiseer een oefensessie samen met de verantwoordelijke wethouder, waarin de voorlichting over en uitleg van diftar wordt doorgenomen aan de hand van de Q&A.

4.

Ga in gesprek met inwoners (-groepen) over onderwerpen waarover veel weerstand, emotie, e.d. is ontstaan, en met inwoners (-groepen) die fel tegenstander van diftar zijn (geweest). Zijn de feiten juist, is de weerstand op te lossen?

Heb oog voor problemen die mensen ervaren, onderken en benoem ze. Bijplaatsingen en andere negatieve afval-issues spelen bij diftar en niet-diftar, maar iemand kan er ineens problemen mee hebben.

5.

Leg duidelijk uit hoe het financiële plaatje eruit komt te zien: de registratie van het aanbieden van restafval, en daarna hoe de afrekening in zijn werk gaat. Wat zijn de tarieven (vast en variabel)? Leg uit dat de invloed van inwoner/huishouden zit bij het variabele deel, dus hoe vaak of hoeveel restafval men aanbiedt. Wanneer vindt de afrekening plaats? Leg uit dat inwoners hun aantal aanbiedingen van restafval kunnen inzien en waar en hoe men dat kan doen.

6.

Maak een paar eenvoudige rekenvoorbeelden, waaruit blijkt dat diftar milieu- en kostenvoordelen biedt, op (standaard) huishouden-niveau. Geef aan wat een huishouden krijgt voor het vaste deel van de afvalstoffenheffing. Herkenbaar en begrijpelijk voor inwoners. En met kernboodschap dat die

voordelen goed haalbaar zijn, zonder veel 'gedoe' voor huishoudens, omdat inwoners hun afval/grondstoffen op genoeg momenten kwijt kunnen (service). (Mits zij afval goed scheiden.)

7.

Bereid feedback voor over issues, acties en resultaten.

8.

Beelden versus feiten: zorg voor een nulmeting in beeld (foto's): hoe ziet de buitenruimte er normaal uit op een ophaaldag (van bijvoorbeeld zakken pmd), voordat diftar is ingevoerd? Met deze beeldkwaliteit kun je een vergelijking maken met een ophaaldag na invoering van diftar, en eventuele mythen weerleggen met feiten: wat is de werkelijkheid, en is de beeldkwaliteit slechter geworden of niet?

Maak ook een overzicht van de huidige (pre-diftar) prestaties van de gemeente: hoe ziet de inhoud van de restafvalcontainer er nu uit, wat zijn de huidige scheidingspercentages van grondstoffen? Hoeveel afval en grondstoffen zijn er in de gemeente, per huishouden gemiddeld? Breng dit in beeld, want dan is het meteen duidelijk, met impact (van je niet realiseren hoeveel plastic, gft je hebt naar bewustwording, en dan zie je meteen waar je scheidingswinst kan zitten en in de loop der tijd dankzij diftar zit). Informatiebron: sorteeranalyses (uitgevoerd in het beleidsproces).

Breng de hotspots in beeld (dit is waarschijnlijk ter voorbereiding van het beleidsproces gedaan): wat zijn probleemlocaties, waar wordt vaak afval bijgeplaatst? Welk gedrag zorgt voor problemen? Wat is de oorzaak van dit probleemgedrag? Alleen met een probleemanalyse kun je gerichte interventies doen.

<https://www.vang-hha.nl/communicatie/communicatietool/> en voorbeeld 'Rapportage VANG Schiedam'.

9.

Timing: moet je alles (nu) uitleggen? Behoud speelruimte om zaken toe te lichten als en/of op het moment dat de situatie daarom vraagt.

Let ook goed op je timing wanneer je informatie naar buiten brengt. Diftar kan al snel goede resultaten opleveren (minder restafval, meer grondstoffen), dat wil de gemeente wellicht graag vertellen. Maar het kan zijn dat er bijvoorbeeld opstartproblemen bij de inzameling zijn die berichtgeving over positieve resultaten kunnen overschaduwen.

4. Doelgroepen

Interne doelgroepen

Eigen afdelingen

Benader en betrek personen van afdelingen die bij communicatie over diftar betrokken (kunnen) zijn:

- Beheer openbare ruimte / Wijkbeheer
- Administratie en Financiën
- Sociaal domein, integrale aanpak rond leefbaarheid/veiligheid wijken en buurten
- Klantcontactcentrum (KCC)
- Afvalcoach
- Chauffeurs van inzamelauto's (die tijdens het inzamelwerk in contact kunnen zijn met inwoners en de 'oren en ogen' in de wijk zijn)
- BOA's.

Gemeenteraad

Informeel de woordvoerders van de partijen en neem hen mee in aspecten van diftar. Ga regelmatig informeel (niet-politiek) met hen in gesprek, deel en herhaal de feiten, bespreek de mythen & fabels. Informeer en neem hen mee in het proces en de ontwikkelingen. Zo zorg je ervoor dat van tevoren, voordat diftar wordt ingevoerd, kennis is gedeeld en toegelicht.

Klantcontactcentrum

De medewerkers van de gemeente die inwoners te woord staan en vragen beantwoorden, zoals de mensen van het KCC.

- Breng hen op de hoogte dat diftar wordt ingevoerd, verzorg een briefing voor en met hen.
- Maak een Q&A over 'hoe werkt diftar': wat is het, waarom wordt het ingevoerd, wat levert het op, hoe kun je je afval goed scheiden, waar vind je informatie over scheidingsregels, e.d.

Externe doelgroepen

Inwoners

De belangrijkste (groepen van) inwoners die te maken krijgen met diftar zijn:

- Een- en meerpersoonshuishoudens, grote gezinnen (met kleine kinderen), mensen die moeite hebben met lezen en schrijven, ouderen, minima (kwijscheldingsgerechtigden), inwoners met medisch afval, nieuwe inwoners.
- Bewoners in hoogbouw (gfe), en woningcorporaties en vve's.
- Inwoners die duurzaamheid omarmen.
- Inwoners die dat niet doen: die weerstand hebben tegen betalen per keer dat je je container aanbiedt, maar ook die het niet uitmaakt als ze moeten betalen dus 'gewoon' elke 2 weken de restafvalcontainer aanbieden (en dus hun afval niet scheiden).
- Contactpersonen in netwerken van inwonergroepen, zoals van wijk- en dorpsraden.
- Kerkgemeenschappen.
- Personen/huishoudens die om specifieke redenen meer afval dan gemiddeld produceren en dit niet kunnen verminderen?

De media

Misschien niet echt een doelgroep maar een communicatiekanaal naar doelgroepen, maar ook wellicht toonzettend en opiniërend: om die reden hier als doelgroep opgenomen. Breng in kaart en ga in gesprek met journalisten die (negatief) kritisch berichten en oordelen over aspecten van diftar. De kans bestaat dat je het negatief-kritische beeld kunt bijstellen.

5. Communicatiemiddelen

Hier vind je diverse middelen, die in de invoeringspraktijk effectief zijn gebleken.

Persbericht

Verstuur een eigen persbericht van de gemeente. Dat is je basis, niet uitingen van de pers zelf, met het risico van onvolledige en/of onjuiste informatievoorziening voor inwoners.

Huis-aan-huis nieuwsbrief

Bij introductie, met alle info op een rij, de vindplaats (landingspagina!) en aanspreekpunt voor vragen (afvalcoach, KCC). Wellicht meer dan één huis-aan-huisbrief.

Bepaal en communiceer één informatie e-mailadres, bijvoorbeeld afvalcoach@... Als er een afvalcoach is, kun je hem/haar daadwerkelijk gezicht geven? Dat maakt contact menselijk en echt, en effectief.

Website

Richt een speciale pagina in over het nieuwe systeem: alles op één plek bijeen, overzichtelijk en goed te beheren. Maak deze 'landingspagina' bekend en vindbaar bij de doelgroepen, door steeds daarnaar te verwijzen. Berichten op social media verwijzen voor meer informatie naar deze pagina.

Bericht in huis-aan-huiskranten

Tekst en uitleg, en stopperadvertenties (bijvoorbeeld met feiten/weetjes over grondstoffen scheiden).

Bewoners- of inloopavond

Plan er een paar. Een gemeente met 13.000 inwoners vertelde er 4 te hebben gehouden, een gemeente met 37.000 inwoners gaf aan 20 informatieavonden te hebben georganiseerd in dorpen en wijken, over de werking van diftar en nut & noodzaak van afval scheiden.

Bewonersavond of inloopavond, welke kies je? Inloopavonden zijn mogelijk interactiever, je laat er zien hoe diftar werkt, bijv. de chip in de minicontainer. En je bereikt misschien meer mensen dan bij 'statischer' avonden waar de gemeente informatie geeft aan een groep aanwezigen. Kies je voor inloop, leg dan vooraf uit wat dit betekent, wat je op die avond(en) doet en biedt.

Tips

1.

Zorg dat je in de bijeenkomst alle, ook heel praktische, info beschikbaar hebt. Zoals plattegronden met daarop de opstelplaatsen voor de containers ingetekend (NB. met welk soort inzamelvoertuig worden de containers geleegd, zij- of achterlader, kam/grabber), alle formaten containers: zo kun je concreet zijn en alle aanwezigen persoonlijk te woord staan. Betrek ook de verantwoordelijke wethouder.

Scheidingsregels: wat hoort waar?

Het vertellen, uitleggen en heel gemakkelijk vindbaar maken van de scheidingsregels is belangrijk voor het helpen van inwoners bij afval scheiden (service, gemak, eenvoudig) en een goede kwaliteit van de grondstoffen (milieu).

Het is een trend om scheidingsregels zo eenvoudig en begrijpelijk mogelijk te maken. De communicatie daarover is steeds meer gericht op het voorkomen dat echte stoffen (restafval) bij een grondstof terecht komen. In je communicatieboodschappen (inhoud en toonzetting) kun je dit uitdragen.

Scheidingsregels vertellen en uitleggen is nogal instructief van aard: dit mag wel/niet, dit moet wel/niet. Hetzelfde geldt voor aanbiedregels: zet je container wel/niet met de klep naar voren aan straat, 50 cm van de stoeprand, niet zwaarder dan x kg, enz. Denk erover na hoe je hierover iets luchtiger, niet-betuttelend kunt communiceren.

Wat ook helpt om mensen te motiveren om grondstoffen te scheiden is uitleg geven wat er met de grondstof gebeurt nadat je die in de juiste container hebt gescheiden (het principe van wederkerigheid). Dit is ook informatie waar veel inwoners om vragen, blijkt uit de praktijk. Met filmpjes, animaties en infographics bereik je ook doelgroepen die moeite hebben met lezen en schrijven. Informatie en boodschappen worden dan voorgelezen en gevisualiseerd.

Facebook en andere social media

Benut social-mediakanalen van wijkraden, bewonersgroepen en andere vertegenwoordigers in de gemeente. Zo kun je gebruik maken van communicatiedistributiekkanalen heel dicht bij inwoners. Geef de beheerder van social media goede support waar het gaat om het beantwoorden van en reageren op reacties over het nieuwe beleid, systeem, e.d.

Afvalcoach

Een belangrijk en laagdrempelig aanspreekpunt en correspondentieadres. Geef hem/haar daarom een gezicht, maak de coach zichtbaar en vindbaar.

Tips

1.

Via de afvalcoach (of ander aanspreekpunt) kun je de dienstverlening en service (af en toe) extra profileren: antwoorden op vragen kun je van tevoren voorbereiden, en dan vragenstellers 's avonds terugbellen: zo benadruk je het persoonlijke contact, en laat je je inspanningen duidelijk zien: de gemeente is ook 's avonds voor u aan het werk.

2.

Bedenk van tevoren hoe je een te lange mailwisseling met een inwoner in goede banen leidt. Persoonlijk contact is servicegericht maar kan ook tijdrovend zijn.

Fysiek aanwezig, waar dat kan: "We komen naar u toe"

- Stand op de weekmarkt en themamarkten (duurzaamheid) en op gemeentelijke evenementen.
- Stand bij een introductiebijeenkomst voor nieuwe inwoners van de gemeente.
- Stand in het gemeentehuis.
- 'Diftar-tourbus' in de wijk.

Klantcontactcentrum

Organiseer een briefing over diftar, waarin diverse onderwerpen en vragen worden doorgesproken die bij inwoners kunnen leven. De Q&A biedt hiervoor een houvast.

Tips

1.

Zorg voor voldoende (veel) capaciteit om ook na de systeemwijziging vragen te kunnen blijven beantwoorden. De ervaring leert dat de meeste vragen in het eerste half jaar na invoering worden gesteld en daarna in hoeveelheid afnemen.

2.

Vraag de collega's van het KCC om in het eerste jaar de meest gestelde vragen te verzamelen en publiceer die met antwoord op de landingspagina van de website. Maak van de Q&A een dynamisch ontwikkeldocument.

De afval app

Check de scheidingswijzer en zorg dat deze tiptop in orde is.

Privacy

Het zorgvuldig omgaan met beeldmateriaal in communicatie-uitingen, waaronder het in contact zijn met inwoners, speelt uiteraard een belangrijke rol.

Tips

1.

Maak van tevoren afspraken over het eventueel maken van opnames tijdens een gesprek tussen een vertegenwoordiger van de gemeente met een inwoner.

2.

Inwoners in beeld: niet elke inwoner kan overzien wat eventuele gevolgen zijn als hij/zij op een foto of video staat, die wordt gepubliceerd door de gemeente. De foto of video kan allerlei reacties oproepen, zeker waar het een gevoelig onderwerp betreft. Een (beter) alternatief is het gebruik maken van acteurs.

3.

Registratie met pasjessysteem: voorbeeld uitleg uit 'Antwoorden op veel gestelde vragen' Reinigingsdienst Waardlanden.

<https://www.waardlanden.nl/particulieren/over-waardlanden/nieuw-grondstoffenbeleid>

Bijlage Praktijkvoorbeelden

Voorbeelden 'Van beleidsplan naar communicatiestrategie naar uitvoering'

Gemeente Apeldoorn

Als afrekeningen via het belastingkantoor verlopen, dan geeft dit kantoor ook uitleg over de heffing. "Ook de afvalstoffenheffing is verhoogd. We begrijpen dat dit vragen oproept. We zijn immers flink afval aan het scheiden met elkaar en boeken hier goede resultaten mee. Het voelt voor velen daarom tegenstrijdig dat de heffingen juist omhóóg gaan. De belangrijkste redenen voor deze verhoging zijn: het verwerken en inzamelen van afval is duurder geworden, als gemeente moeten we meer belasting betalen aan het Rijk, we kunnen geen korting meer geven op de eindafrekening, iets dat we voorgaande jaren wél deden.

Belangrijk om te weten: het tarief is opgedeeld in een vast (voor iedereen gelijk) en variabel tarief. Dit variabele tarief houdt u lager als u goed uw afval scheidt."

<https://youtu.be/iZAKXvVt4go>

Gemeente Enschede en Twente Milieu

- Uitleg van de tarieven <https://www.twentemilieu.nl/enschede/afval/tarieven>
- Powerpoint presentatie 15-11-2018 'diftar, wat ging anders dan verwacht?' (<https://www.vang-hha.nl/nieuws-achtergronden/2021/bijlagen-vang-rapporten/>)
- Filmpje met uitleg van diftar: <https://www.enschede.nl/afval-milieu-duurzaamheid/afval/waarom-afval-scheiden>

Cyclus NV, themapagina in lokale kranten (december 2019)

"De afvalstoffenheffing is geen belasting, maar een doorrekening van de kosten die de gemeente maakt om uw afval in te zamelen en te verwerken. De gemeente mag alleen maar afval-gerelateerde kosten doorrekenen en de heffing, we doen ons best om de kosten zo laag mogelijk te houden. Toch stijgen de kosten in 2020 sterk. De heffing wordt:

< Een- en meerpersoons huishoudens ... >

< Inworp ondergronds ... >

< Soorten minicontainer ... >

Hier zijn de volgende redenen voor:

- De landelijke overheid heeft de belasting op het verbranden van restafval sterk verhoogd;
- Door inflatie, stijgende lonen en stijgende brandstofkosten nemen de kosten van inzameling en verwerking toe;
- In gft, pmd, glas en papier zit steeds meer vervuiling. Het kost steeds meer om deze vervuiling eruit te halen. Het komt steeds vaker voor dat meer dan 10% van het papier uit restafval bestaat of meer dan 5% van het gft restafval is. Dan worden deze vrachten afgekeurd en als restafval verbrand. Deze kosten moeten wij doorberekenen.

Als inwoner kunt u weinig doen aan de stijgende belasting en de inflatie. Waar uw wel iets aan kunt doen is uw afval goed scheiden, maar vooral ook om uw gft, papier etc. schoon aan te bieden. Gft zonder plastic, pmd zonder restafval, schoon en droog papier, schoon textiel... Uw hulp is onmisbaar!"

Gemeente Zwolle: 'Zwols belonen'

Ieder huishouden betaalt afvalstoffenheffing. Dat bedrag bestaat uit een vast deel en een variabel deel. Wie minder vaak restafval aanbiedt dan de norm, krijgt (een deel van) die variabele kosten terug. Wie vaker restafval aanbiedt, moet mogelijk bijbetalen.

Vanaf 1 januari 2022 gaat de gemeente het Zwols belonen invoeren, een prijsprikkel op het scheiden van afval. Het idee van Zwols belonen is dat inwoners die hun grondstoffen goed scheiden en minder restafval aanbieden worden beloond. Inwoners die veel restafval aanbieden, gaan bijbetalen. Hiermee wil de gemeente Zwollenaren aansporen hun afval beter te scheiden en de hoeveelheid restafval verminderen. Dit is ook nodig om te kosten van onze afvalinzameling en –verwerking beheersbaar te houden. Natuurlijk wordt er bij het invoeren van Zwols belonen rekening gehouden met mensen met een kleine portemonnee of huishoudens die bovengemiddeld veel restafval hebben door het gebruik van luiers of incontinentiemateriaal.

<https://www.zwolle.nl/fag/zwols-belonen>

Gemeente Goes

Landingspagina website met campagne ‘Afval scheiden: dat doe je goed!’, o.m. uitleg en animatiefilm ‘minder afval, minder kosten’. Ook: medische regeling diftar.

<https://www.goes.nl/afvalinzameling/>

ROVA

Infographic ‘Hoe werkt Diftar?’ Onder meer: in het deel ‘Diftar in vogelvlucht’ is in beeld gebracht hoe de registratie en verwerking werkt als je je restafvalcontainer aan de weg zet om te legen.

<https://www.vang-hha.nl/nieuws-achtergronden/2021/bijlagen-vang-rapporten/>

Gemeente Kaag en Braassem (inzamelaar Cyclus NV): ‘Afval Anders’

“Afval Anders gaat over het beter inzamelen van grondstoffen. Door het goed scheiden van afval krijgen inwoners invloed op de hoogte van hun afvalstoffenheffing. Wie minder vaak restafval aanbiedt, betaalt minder afvalstoffenheffing dan iemand die vaak restafval aanbiedt. De afvalstoffenheffing bestaat uit een vast tarief en een variabel tarief. Het vaste tarief betaalt u altijd. Deze kosten zijn voor de inzameling en verwerking van de gescheiden afvalstromen, zoals gft, PMD en glas. Het variabele tarief is afhankelijk van het aantal keren dat u uw restafval aanbiedt. U betaalt deze heffing via de aanslag gemeentelijke belastingen. Elk jaar stelt de gemeenteraad de tarieven voor de afvalstoffenheffing opnieuw vast.”

https://www.kaagenbraassem.nl/Inwoners_en_ondernemers/Afval_natuur_en_milieu/Afval/Afval_scheiden

Reinigingsdienst Waardlanden: pasjessysteem en privacy

Over pasjessysteem en privacy in Q&A nieuw grondstoffenbeleid: “Om het gebruik van ondergrondse containers te kunnen beheersen, wordt gebruikgemaakt van adres-gebonden afvalpassen. De registratie daarvan is een verwerking van persoonsgegevens zoals geregeld in de privacywetgeving. Het voorkomen van een wildgroei aan passen (bijvoorbeeld door alleen een nieuwe pas uit te geven als de oude pas is geblokkeerd) of misbruik van de ondergrondse wijkcontainers (door bedrijven of personen uit andere gemeenten) vormen gerechtvaardigde doeleinden voor de registratie van de adresgebonden afvalpassen en passen binnen de publiekrechtelijke taak van de gemeente om afval (gescheiden) in te zamelen. Dit is door de Autoriteit Persoonsgegevens (AP) bepaald inzake de Arnhemse ‘afvalpas kwestie’. Deze of soortgelijke doelen moeten daarvoor wel zijn vastgelegd en gecommuniceerd, en er moet voldaan zijn aan een aantal beginselen en uitgangspunten. Zo dienen persoonsgegevens rechtmatig, behoorlijk en transparant worden verwerkt.”

<https://www.waardlanden.nl/particulieren/over-waardlanden/nieuw-grondstoffenbeleid>

Ad 4. Doelgroepen

Is de informatievoorziening duidelijk en voor iedereen begrijpelijk?

Of je duidelijk en aansprekend communiceert, kun je vooraf testen bij mensen die verder van het onderwerp af staan en/of met vertegenwoordigers van de bewoners die je wilt bereiken.

Voor inwoners die moeite hebben met lezen en schrijven: doe je bewonersbrief door de Brievenwasserette: <https://www.bibliotheeknetwerk.nl/interview/brievenwasserette-helpt-organisaties-betere-brieven-te-schrijven>

Inwoners met medisch afval

- https://www.arnhem.nl/Inwoners/wonen_en_milieu/afval/Vrijstellingsregeling_medisch_afval/Vraag_en_antwoord
- https://www.kaagenbraassem.nl/Inwoners_en_ondernemers/Afval_natuur_en_milieu/Afval/Afval_scheiden
- https://www.goes.nl/afvalinzameling/medische-regeling_45671/

Bewoners in hoogbouw

Betrek hen vanaf het begin bij vraagstukken en oplossingen voor ‘meer grondstoffen scheiden, minder restafval’. Dit kan behalve rechtstreeks ook via intermediaire organisaties, zoals woningcorporaties, vve’s en bewonerscomités. Extra hulp bij scheiden kan bestaan uit: keukenemmertje gfe, extra ondergrondse containers dicht bij de entree(s), minicontainers voor glas en papier op verdiepingen bij de liften, e.d.

Uitleg gft-inzameling hoogbouw: keuze van containerlocaties, hoe kun je gfe scheiden, Q&A: <https://www.enschede.nl/afval-milieu-duurzaamheid/afval/gfe-verzamelcontainers-bij-hoogbouwlocaties>

Benut platforms voor bewoners

- Voorbeeld wat betreft duurzaamheidsonderwerpen: <https://www.natuurlijkvijfheerenlanden.nl/>
- Voorbeeld van een gezamenlijkheid: Facebook ‘Hart Voor De Hoeken’, Capelle aan den IJssel

Ad 5. Communicatiemiddelen

Scheidingsregels: wat hoort waar?

Het vertellen, uitleggen en heel gemakkelijk vindbaar maken van de scheidingsregels is belangrijk voor het helpen van inwoners bij afval scheiden (service, gemak, eenvoudig) en een goede kwaliteit van de grondstoffen (milieu). Kant-en-klare informatie die je kunt gebruiken, vind je hier:

- Pmd: <https://www.recycleklaar.nl/gemeenten/>
- Gft(e): nieuwe, uniforme scheidingswijzer met uitleg waarom iets wel/niet bij het gft mag: <https://www.vang-hha.nl/afvalscheiding/wel-niet-lijst/>
- Papier/karton: <https://prn.nl/veelgestelde-vragen/#Wat-mag-er-in-de-oudpapierbak-Scheidingswijzer>
- Verpakkingsglas: <https://www.duurzaamglas.nl/informatie/scheidingstips/>
- Textiel: <https://www.milieucentraal.nl/minder-afval/afval-scheiden/kleding-textiel-en-schoenen/>

Vertel gemakkelijke handelingen i.p.v. instructieve regels

- <https://www.recycleklaar.nl/gemeenten/>

Rd4 Facebook-campagne ‘Slim bezig’

Korte tips, met uitleg, aan de hand van de vraag “Hoe doe jij dat?”.

‘100 – 100 – 100’ project

Via online-media kun je stimuleren dat inwoners met elkaar in gesprek gaan over scheidingsregels (wat hoort waar, tips voor kringloop/hergebruik van oude spullen en materialen), in plaats van het instructieve karakter van communicatie met de gemeente als afzender. Door het 'leuker' te maken en 'afval scheiden doen we samen' te promoten, bouw je aan intrinsieke motivatie van het sluiten van kringlopen en verminderen van (rest)afval.

Een voorbeeld is het '100-100-100' project met inwoners: 100 inwoners, 100 dagen, 100% afvalvrij: bewustwording dat je afval al kunt verminderen door slim inkopen. Tips werden gedeeld door de organisatie op een forum en deelnemers wogen wekelijks hun afval en deelden onderling ook tips. Na 100 dagen werd een winnaar bekend gemaakt.

Bijvoorbeeld in Goes: https://www.goes.nl/afvalinzameling/afvaluitdaging-100-100-100_45326/

Wat gebeurt er met de grondstoffen?

Voeg aan de scheidingsregels een filmpje toe over wat er met het papier, pmd, verpakkingsglas, e.d. gebeurt nadat het thuis is gescheiden. Op de websites van de vertegenwoordigende organisaties vind je informatie en voorbeelden over de kringlopen van (verpakkings-)materialen.

- Papier en karton: www.papiercirculair.nl, www.papierenkarton.nl, www.prn.nl
- Pmd: www.nedvang.nl
- Drankenkartons: www.hedra.nl
- Verpakkingsglas: www.duurzaamglas.nl

Bronnen en contactgegevens

Interviews met beleids- en communicatieadviseurs:

Mirian Kock, gemeente Enschede, m.a.t.kock@enschede.nl

Monique de Jong, ROVA, mdjong@rova.nl

Tineke Nagel-Nijkamp, gemeente Leusden, t.nagel-nijkamp@leusden.nl

Corinne Ockhuijsen, gemeente Woudenberg, c.ockhuijsen@woudenberg.nl

Frans van der Have, gemeente Nieuwkoop, f.vanderhave@nieuwkoop.nl

Hans Rijzenga, gemeente Gouda, hans.rijzenga@gouda.nl

Bram van Roon, Rd4, bram.vanroon@rd4.nl

Miranda van Mackelenbergh-van Oosten, gemeente Goes, m.van.mackelenbergh@goes.nl

Veel dank dat jullie je kennis en ervaringen hebben gedeeld!

NVRD Talk over de afvalstoffenheffing en diftar: <https://www.nvrd.nl/nvrdtalks> (Jan Willem van Dalen, Cyclus Management)

Handreiking Diftar, Afval scheiden loont; uitgave van NVRD in het kader van VANG-HHA

Onderzoek diftar, de feiten op een rij, Rapport IPR Normag in opdracht van RWS, 27 januari 2021

VANG-support: communicatie en diftar, gedragsinterventies en andere praktijkcases:

<https://www.vang-hha.nl/nieuws-achtergronden/2021/opbrengst-4-jaar-vang-support/>

Algemene informatie voor een communicatiestrategie over afval scheiden:

- Communicatie tool afval scheiden, VANG-HHA: stappenplan en interventies, en voorbeelden.
- Talking rubbish, (klets)verhalen over afvalscheiding, Rijkswaterstaat (en de afvalmythes kaarten), 2018.
- Inspiratiegids communicatie afvalscheiding burgers, Rijkswaterstaat, 9 december 2016.

- Invloed op afvalscheidingsgedrag in de hoogbouw, 12 veelbelovende instrumenten, VANG-HHA, oktober 2017.
- Informatie op websites en social media van gemeenten en samenwerkingsverbanden.

Disclaimer

Het kan zijn een link naar een webpagina niet meer werkt. Zoek in dat geval zelf even verder, of vraag de communicatieadviseur of sitebeheerder om je te helpen aan de informatie die op de pagina stond.