

SAMEN HALEN WE ERUIT WAT ERIN ZIT: AFVAL SCHEIDEN LOONT!

COMMUNICATIE- EN PARTICIPATIE AANPAK “NOTA AFVAL IS GRONDSTOF”

Stadswerken, Inzamelen Markten en Havens, juni 2015

Utrecht werkt aan een duurzame en groene ambitie; die van een circulaire economie. Daarin worden alle grondstoffen volledig gerecycled en komt restafval bijna niet meer voor. Nu lijkt dit toekomstbeeld nog ver weg, maar met de juiste interactie tussen alle Utrechters en gemeente willen we het snel dichterbij halen.

DE BASIS

Het slagen van deze ambitie valt en staat met de bereidheid van de inwoners, bezoekers, studenten en ondernemers om hieraan bij te dragen. We hebben dus een breed maatschappelijk draagvlak nodig voor dit doel en bovendien moeten we ons daarvoor langdurig met elkaar inzetten. Met uitdagende realistisch tussenstappen waarmee we iedereen enthousiast en bij de les houden, komt die ambitieuze stip op de horizon gestaag dichterbij.

De basis is gelegd met **HET NIEUWE INZAMELEN** en **ZAKKEN VAN DE STRAAT**. Utrecht gaat komende vier jaar over op Het Nieuwe Inzamelen en verdwijnen de zakken uit het straatbeeld. Dit nieuwe inzamel-systeem voor huisvuil moet voorkomen dat bruikbaar materiaal in de vuilniszak belandt en wordt verbrand. Door bewoners goede voorzieningen te geven, zoals minicontainers, wordt het gemakkelijker gemaakt om thuis aan de bron alle bruikbare materialen apart te houden, zodat wij het gescheiden kunnen inzamelen. Deze nieuwe inzamelmethode is een belangrijks stap op weg naar minder verspilling van bruikbare materialen.

Deze inzamelwijze is door het stadsbestuur gekozen. Bewoners kunnen meepraten over de mogelijke en voorgestelde locaties van ondergrondse containers. Eventuele aandachtspunten met de minicontainers aan huis kunnen zij ook aangeven. Dan zoeken we gezamenlijk naar een oplossing. Tot nu toe zijn mail en inloopavonden daarvoor de laagdrempelige vormen waarop hierover met bewoners contact is.

DE ROUTE BEPALEN WE SAMEN

Voor het overige deel van de ambitie moeten extra en nieuwe ideeën tot stand komen. Daarom doen we **ONDERZOEK** naar hoe grondstoffen apart van het restafval inzamelen in hoogbouw beter kan, gaan we drankenkartons en blik bij het plastic verzamelen en onderzoeken we de effecten van nascheiding. Maar er is veel meer nodig.

Goede ideeën zijn welkom voor de volgende stap die écht het verschil kan maken. Zonder vormen te kopiëren vragen we, naar voorbeeld van de stadsgesprekken over Utrechtse Energie, bewoners en bedrijven uit de stad hun inbreng van ideeën. Hiermee komen Utrechters bij uitstek aan bod om

MET ELKAAR AMBITIES TE FORMULEREN voor een realistisch route naar de circulaire stad. Dit is participatie bij uitstek en in de voorhoede, waarbij we vooral nieuwsgierig zijn naar **NIEUWE INNOVATIEVE IDEEËN**. Waardevol zijn de ideeën waarvan op voorhand duidelijk is dat zich laten vertalen of direct een positief resultaat laten zien in een hogere bronscheiding (of minder restafval). Dit alles met als motto “van meedenken naar meedoen”.

We zoeken onze doelgroepen dus bewust op, vertellen ons verhaal en luisteren naar wat zij te vertellen hebben. Zo komen we **SAMEN** tot oplossingen die ons doel helpen te realiseren.

We richten ons ook op de **OPINIEMAKERS** in de straat, buurt, wijk en stad, maar ook binnen de bedrijven, corporaties, verenigingen en scholen en universiteiten. Deze opiniemakers kunnen van onschatbare waarde zijn door een voorbeeldfunctie te vervullen. Uit ervaring blijkt dat wanneer deze opiniemakers zich voor een doel willen inzetten, de acceptatie en de bereidheid onder de bewoners om iets te willen doen sneller en gemakkelijker gerealiseerd worden.

CONTOUREN TWEE SPORENBELEID COMMUNICATIE-AANPAK

AFVAL SCHEIDEN LOONT: SAMEN HALEN WE ERUIT WAT ERIN ZIT!

We zetten meerjarige communicatie- en participatietrajecten uit onder **ÉÉN GEZAMENLIJKE PARAPLU**. We richten ons daarbij op het vergroten van de kennis bij de doelgroepen over de waarde, mogelijkheden en toepassingen van nog bruikbare materialen in het afval. Maar we vertellen ook over de **SCHAARSTE VAN GRONDSTOFFEN** en het belang deze terug te winnen uit het afval. Zo is afval niet langer het restproduct van de maatschappij, maar hebben we het over waardevol bruikbaar materiaal dat (na bewerking) weer als grondstof voor nieuwe producten kan worden ingezet. Als gevolg van deze bewustwording willen we een beweging krijgen die leidt naar een permanent scheidingsgedrag. Daarbij zullen we ook telkens benadrukken dat **AFVAL SCHEIDEN LOONT**, dus ook in de portemonnee en dit als prikkel inzetten bij de communicatie en de diverse campagnes.

SPOOR ÉÉN: PROJECT- EN WIJKGERICHT

De campagne-aanpak is op twee sporen gericht. Zo worden Het Nieuwe Inzamelen en het Zakken van de Straat in de loop van 2015 begeleid met **PROJECTCOMMUNICATIE EN EEN WIJKGERICHTE CAMPAGNE-AANPAK** met ludieke acties in het voortraject, evenals tijdens en na de invoering. Het doel is bewustwording, acceptatie en het volop meedoen van bewoners sterk te bevorderen.

We hebben gemerkt dat er een intensiveringsslag in de communicatie nodig is om deze acceptatie bij de betrokken bewoners te vergroten. De intensiveringsslag willen we onder andere als volgt gaan doen.

OPWARMEN

Bij de projecten vielen we als gemeente direct met de deur in huis met een voornemensbrief. Dus koud op het dak van de bewoners. Dit gaan we anders doen. Enige tijd vóórdat Het Nieuwe Inzamelen in de wijk of buurt wordt geïntroduceerd, zoeken we naar **EEN ACTIEVE VORM** om bewoners te bereiken en te betrekken bij het verminderen van de hoeveelheid restafval en het bevorderen van het apart houden van de grondstoffen, door Het Nieuwe Inzamelen in te voeren en alles wat daarmee samen valt. Op die manier

worden bewoners **AL IN HET BEGINSTADIUM** betrokken, kunnen ze meedenken en aan het idee wennen om straks volop en enthousiast mee te doen.

WARM HOUDEN

Ook als de nieuwe vorm van inzamelen in de buurt is ingevoerd blijven we zeker aan het begin de bewoners prikkelen om vooral hun grondstoffen apart te blijven houden. We zetten daarvoor gerichte korte campagnes in, bijvoorbeeld met een wedstrijdelement.

SPOOR TWEE: STADSBREDE CAMPAGNES

Daarnaast moeten tenminste twee stadsbrede campagnes per jaar de aandacht trekken van de inwoners en hun betrokkenheid vergroten om afval meer te willen scheiden. Met name de nieuw te scheiden fracties, zoals blik en drankenkartons, **DE WAARDE VAN DE GRONDSTOFFEN** en het nut van minder restafval worden over het voetlicht gebracht. Maar ook nieuwe initiatieven en ideeën die bij Utrechters leven. Ook hier worden de campagnes vergezeld van opvallende acties waar de inwoners bij betrokken worden. Doel hierbij blijft telkens weer **KENNIS EN BEWUSTWORDING VERGROTEN** en de bereidheid bij de inwoners verder te stimuleren om alle grondstoffen apart te houden en zo min mogelijk restafval te creëren. De meerjarige campagne en de afzonderlijke kortere campagnes worden **PROFESSIONEEL BEGELEID** zodat ze een behoorlijke impact krijgen, net als bij Utrechtse Energie en naar voorbeeld van sterke campagnes zoals de campagnes “100-100-100; 100 dagen afvalvrij” van de Rova en ‘Almere Stad zonder afval’ van de gemeente Almere.

GLOBALE PLANNING

- juli 2015: uitnodiging van (externe) communicatiebureaus voor pitch
- augustus 2015: pitches van (externe) communicatiebureaus
- september–november 2015: selectie en uitwerking beste aanpak
- eind 2015 / begin 2016: start eerste campagne “nieuwe stijl”