



**Kansrijke interventies
terugdringen
kunststofproducten
voor eenmalig gebruik**



CE Delft

Committed to the Environment

Kansrijke interventies terugdringen kunststofproducten voor eenmalig gebruik

Dit rapport is geschreven door:
Amanda Bachaus, Martijn Blom, Ellen Schep

Delft, CE Delft, oktober 2019

Publicatienummer: 19.190317.137

Dranken / Kunststoffen / Mono-verpakking / Reductie / Maatregelen

Opdrachtgever: Ministerie van Infrastructuur en Waterstaat
Uw kenmerk: 5200000691/9

Alle openbare publicaties van CE Delft zijn verkrijgbaar via www.ce.nl

Meer informatie over de studie is te verkrijgen bij de projectleider [Martijn Blom](#) (CE Delft)

© copyright, CE Delft, Delft

CE Delft

Committed to the Environment

CE Delft draagt met onafhankelijk onderzoek en advies bij aan een duurzame samenleving. Wij zijn toonaangevend op het gebied van energie, transport en grondstoffen. Met onze kennis van techniek, beleid en economie helpen we overheden, NGO's en bedrijven structurele veranderingen te realiseren. Al 40 jaar werken betrokken en kundige medewerkers bij CE Delft om dit waar te maken.

Inhoud

	Samenvatting	3
1	Introductie	5
	1.1 Aanleiding	5
	1.2 Vragen	6
	1.3 Leeswijzer	6
2	Inventarisatie plasticstromen	7
	2.1 Inleiding	7
	2.2 Plastic verpakkingen in Nederland	7
	2.3 Kunststofproducten die vallen onder Artikel 4 inzake consumptievermindering van de SUP-richtlijn	8
	2.4 Tenslotte	10
3	Inventarisatie beleidsmaatregelen	11
	3.1 Inleiding	11
	3.2 Overzicht kansrijke maatregelen	11
	3.3 Tenslotte	14
4	Conclusie	15
	4.1 Inventarisatie verpakkingen	15
	4.2 Inventarisatie beleidsmaatregelen	15
	Bibliografie	17
A	Factsheets	19
	A.1 Latte Levy: korting eigen beker	19
	A.2 Latte Levy: heffing wegwerpbeker	20
	A.3 Latte Levy-vergelijking	21
	A.4 FreiburgCup	22
	A.5 reCIRCLE	23
	A.6 Plasticvrije zone	24
	A.7 Uitfasering	25
	A.8 Reductiedoelstelling	26
	A.9 Informatievoorziening	27
	A.10 Verbod	28
B	Longlist beleidsinterventies	30



Samenvatting

Aanleiding en doel

De Europese Unie heeft de richtlijn ‘Single Use Plastics’ (SUP-richtlijn) opgesteld en de Nederlandse overheid heeft tot 2021 om deze richtlijn te implementeren. Onderdeel van deze richtlijn is Artikel 4 gericht op het verminderen van de consumptie van kunststofproducten voor eenmalig gebruik. Het gaat hierbij grofweg om drinkbekers, inclusief doppen en deksels, en voedselverpakkingen voor maaltijden voor directe consumptie.

Voor dit artikel wil het ministerie van Infrastructuur en Waterstaat (IenW) in kaart gebracht hebben welke kennis met betrekking tot kunststofgebruik en beleidsmaatregelen in binnen- en buitenland voorhanden is.

Plasticstromen in Nederland

De kennis rondom het gebruik van specifieke typen verpakkingen, zoals drinkbekers en voedselverpakkingen is beperkt. Wel is er veel kennis beschikbaar over plasticstromen en aantallen verpakkingen in het algemeen en koffiebekers in het bijzonder. Jaarlijks worden in Nederland zo’n minstens 26 miljard verpakkingen voor eenmalig gebruik en 3 miljard koffiebekers weggegooid. Belangrijke doelgroepen voor het gebruik van koffiebekers en voedselverpakkingen in de kantoor-, winkel- en dienstensector zijn de overheid (kantoren), horeca (inclusief bedrijfsrestaurants), de vervoerssector en de zorg.

Kansrijke beleidsinterventies







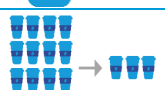


In deze studie zijn ruim 30 beleidsinterventies in binnen- en buitenland geïnventariseerd om het gebruik van wegwerpplastic te reduceren. Deze kunnen zowel door overheid als het bedrijfsleven worden geïmplementeerd. Van deze interventies zijn negen maatregelen nader onderzocht en kwalitatief en indicatief beoordeeld op effecten, juridische uitvoerbaarheid en financiële consequenties. Tabel 1 vat de resultaten samen. Bij interventies voor het bedrijfsleven betreft het met name interventies voor de verkopers en minder voor producenten. Een deel van de negen maatregelen heeft zich reeds bewezen in het buitenland. Maatregelen geïntroduceerd door private partijen zijn interessant om ervaring op te doen en de consument tot een ander gedrag te bewegen. Nadeel is dat het bereik van deze maatregelen beperkt is, omdat ze maar over klein deel van de totale plasticverpakkingenmarkt gaan. Opschaling door middel van overheidsinterventies is daardoor (op termijn) wenselijk om plasticgebruik substantieel richting nul te brengen.

Een interessante optie voor eenmalig bekers is om hiervoor een verbod op gratis verstrekking in te voeren net als eerder voor draagtassen is ingevoerd. Een minimumprijs van bijvoorbeeld 15 eurocent die zichtbaar moet zijn voor de consument is een interessante beleidsmaatregel. Een verbreding naar andere typen verpakkingen is mogelijk, maar hier is nog geen ervaring mee opgedaan. Wel kan het dat hygiëne-eisen hierbij een belangrijkere rol spelen, bijvoorbeeld dat maaltijdbakken goed schoon moeten zijn. Ook kan het moeilijker zijn om bestaande routines te veranderen.



Een alternatief is een statiegeldregeling voor verpakkingen. Ook experimenten met plastic-vrije zones bijvoorbeeld op stranden of stations zijn interessant om ervaring op te doen met alternatieven voor wegwerpplastic en kunnen consumenten hieraan wennen. De overheid kan het faciliteren hiervan ondersteunen.

Tabel 1 - Beoordeling kansrijke maatregelen

	Maatregel	Overheid of bedrijfsleven	Bereik	Effect	Juridische uitvoerbaarheid	Financieel*
	Latte Levy: korting	B	Koffiebekers	+	-	C: 0/+ B: -
	Latte Levy: heffing	O/B	Koffiebekers	++	+	C: 0/- B: -/+ O: 0/+
	FreiburgCup: herbruikbare beker met statiegeld	B	Koffiebekers	+	n.v.t.	C: 0 B: -
	reCIRCLE: herbruikbare maaltijdbox met statiegeld	B	Maaltijdboxen	+	n.v.t.	C: 0 B: -
	Plasticvrije zone	B	Wegwerpplastic	++	n.v.t./-	C: 0/- B:-
	Uitfasering	B	Wegwerpplastic	++	+	C: 0/- B: 0/-
	Reductiedoelstelling	O	Wegwerpplastic	0/++	+	C: 0/- B: 0/-
	Informatievoorziening	O	Koffiebekers	0/+	+	C: 0; B: 0/-
	Verbod	O	Wegwerpplastic	+++	+/-	C: 0/- B: 0/-

O = overheid; B = bedrijfsleven; C = consument; + = positief effect/juridisch uitvoerbaar; - = negatief effect/juridisch moeilijk uitvoerbaar; 0 = neutraal

1 Introductie

1.1 Aanleiding

De Europese Unie heeft de richtlijn ‘Single Use Plastics’ (SUP-richtlijn) opgesteld en de Nederlandse overheid heeft tot 2021 om deze richtlijn te implementeren. Onderdeel van deze richtlijn is Artikel 4 (zie tekstbox) gericht op het verminderen van de consumptie van kunststofproducten voor eenmalig gebruik. Het gaat hierbij grofweg om drinkbekers en voedselverpakkingen voor maaltijden voor directe consumptie. Voor dit artikel wil het ministerie van Infrastructuur en Waterstaat (IenW) in kaart gebracht hebben welke kennis met betrekking tot kunststofgebruik en beleidsmaatregelen in binnen- en buitenland voorhanden is.

Deze kennis zal later in het jaar gebruikt worden in een stakeholderconsultatie rond de Nederlandse invulling van Artikel 4.

Artikel 4: Consumptievermindering

De lidstaten treffen de maatregelen die nodig zijn om tot een ambitieuze en aanhoudende consumptievermindering te komen van de in deel A van de bijlage opgenomen kunststofproducten voor eenmalig gebruik, in overeenstemming met de algemene doelstellingen van het afvalbeleid van de Unie, met name afvalpreventie, die de trend van toenemende consumptie in aanzienlijke mate moet ombuigen. Met deze maatregelen wordt op het grondgebied van de lidstaat in 2026 een meetbare kwantitatieve consumptievermindering ten opzichte van 2022 bereikt van de in deel A van de bijlage opgenomen kunststofproducten voor eenmalig gebruik.

De lidstaten stellen uiterlijk op 3 juli 2021 een overzicht op van de maatregelen die zij krachtens de eerste alinea hebben genomen, brengen dat ter kennis van de Commissie en maken dat openbaar. ...

De maatregelen kunnen de vorm aannemen van **nationale doelstellingen voor consumptievermindering**, maatregelen om ervoor te zorgen dat de eindconsument bij **verkooppunten herbruikbare alternatieven** voor de in deel A van de bijlage opgenomen kunststofproducten voor eenmalig gebruik vindt, economische maatregelen zoals ervoor zorgen dat verkooppunten **kunststofproducten voor eenmalig gebruik niet gratis aan de eindconsument aanbieden**, of **overeenkomsten**

Bijlage: DEEL A

Kunststofproducten voor eenmalig gebruik die vallen onder Artikel 4 inzake consumptievermindering:

- drinkbekers, doppen en deksels inbegrepen;
- voedselverpakkingen, dat wil zeggen containers zoals dozen, met of zonder deksel, voor voedingsmiddelen die:
 - bestemd zijn voor onmiddellijke consumptie, ter plaatse of om mee te nemen;
 - typisch vanuit de container worden geconsumeerd, en gereed zijn voor consumptie zonder verdere bereiding zoals bakken, koken of verwarmen;
 - inclusief verpakkingen voor fastfood of andere maaltijden die gereed zijn voor onmiddellijke consumptie;
 - met uitzondering van drankverpakkingen, borden, zakjes en wikkels die voedingsmiddelen bevatten.

1.2 Vragen

Doel van deze studie is om meer inzicht te krijgen in kansrijke beleidsmaatregelen rondom consumptievermindering van wegwerpplastic, maatregelen die de omvang van het gebruik van plastic in het geheel verminderen en in de omvang van het plasticverbruik zelf.

Dit onderzoek bestaat uit een hoofdvraag en een subvraag. De hoofdvraag luidt:

- Welke interventies zijn kansrijk om het aantal kunststofproducten voor eenmalig gebruik terug te dringen?

Dit onderzoek richt zich op kansrijke interventies in Nederland en in het buitenland in de gehele keten (producent, verkoper, consument). Hierbij wordt zowel naar maatregelen van bedrijven als overheden gekeken.

De subvraag bestaat uit een aantal vragen rondom het gebruik van plastic verpakkingen, zoals aangegeven in Annex A van de SUP-richtlijn:

- Welke verpakkingen komen veel vrij in Nederland?
- Op welke plekken komen deze verpakkingen vrij?
- Wie gebruiken veel kunststofproducten voor eenmalig gebruik in Nederland?
- Wie maakt de verpakkingen?

Om deze vragen te beantwoorden is gebruik gemaakt van literatuuronderzoek, aangevuld met contacten (telefonisch/e-mail) met experts.

1.3 Leeswijzer

In Hoofdstuk 2 geven wij een overzicht van het gebruik van plastic verpakkingen in Nederland. In Hoofdstuk 3 presenteren wij de negen meest interessante geïnventariseerde beleidsmaatregelen. Hoofdstuk 4 geeft een conclusie.

In Bijlage A zijn van negen beleidsmaatregelen een beleidsfiche opgenomen en in Bijlage B staat een longlist met beleidsinterventies.

2 Inventarisatie plasticstromen

2.1 Inleiding

In dit hoofdstuk geven we een beeld van de omvang van ‘eenmalig plastic’-stromen in Nederland. Een groot deel van dit ‘eenmalig plastic’ belandt in de afvalbak en een ander deel wordt zwerfafval. Doel is een beeld te geven van het mogelijk ‘bereik’ van kansrijke interventies gericht op een bepaald marktsegment. Deze zullen in het volgende hoofdstuk aan bod komen. Ook is het doel om te laten zien welke informatie over plasticstromen goed beschikbaar is en welke informatie nog ontbreekt en gaan we kort in op de producenten van verpakkingen in Nederland.

2.2 Plastic verpakkingen in Nederland

In 2017 werd in Nederland bijna 1.900 kiloton aan plastic op de markt gebracht. Van deze 1.900 kiloton werd ongeveer 530 kiloton (28%) gebruikt voor verpakkingen. Deze 530 kiloton bestond voor 95% uit volledig plastic verpakkingen en voor 5% uit samengestelde plastic verpakkingen, zoals drankkartons en chipszakken. Tussen 2013 en 2017 nam het gebruik van (volledig) plastic verpakkingen toe met 10%. Van de verpakkingen wordt iets minder dan de helft gerecycled; de rest wordt verbrand met energierugwinning (CE Delft, 2019). Voor producten die buitenshuis gebruikt worden, is het aandeel recycling waarschijnlijk lager.

Volgens de ING gebruikte Europeanen in 2018 gemiddeld 1.500 plastic voedselverpakkingen per persoon, ofwel ongeveer vier per dag. In Nederland zou dit neerkomen op een jaarlijks gebruik van in totaal 26 miljard voedselverpakkingen. Dit is mogelijk een onderschatting, omdat Nederlanders welvarender zijn dan de gemiddelde Europeaan (ING Economisch Bureau, 2019).

Meest gebruikte verpakkingen

SGS Search heeft in opdracht van Rijkswaterstaat voor het programma VANG Buitenshuis een kwalitatieve inventarisatie gedaan van de tien meest gebruikte wegwerpproducten in de kantoor-, winkel en dienstensector (SGS Search, 2019). Hieronder vallen onder meer horeca, zorginstellingen en cultuurinstellingen. Er is gekozen voor deze sector, omdat het restafval uit deze sectoren vergelijkbaar is met huishoudelijk afval.

De inventarisatie resulteerde in de volgende top tien:

Top tien meest gebruikte wegwerpproducten:

1. Papieren handdoekjes.
2. Koffiebekers (polystyreen).
3. Koffiebekers (karton met polyethyleen coating).
4. Bakjes (polystyreen).
5. Bier of fris glazen.
6. Koffiebekers (zonder coating).
7. Handschoenen.
8. Bakjes (karton).
9. Borden (polystyreen).
10. Papierrollen.

Bron: (SGS Search, 2019).

Koffiebekers en bakjes van plastic (bijvoorbeeld patatbakjes) vallen onder Artikel 4 inzake consumptievermindering van de SUP-richtlijn. Er is in deze studie niet berekend hoeveel wegwerpproducten in deze categorieën jaarlijks worden gebruikt. Ook voor overige sectoren is zo'n schatting niet bekend.

2.3 Kunststofproducten die vallen onder Artikel 4 inzake consumptievermindering van de SUP-richtlijn

Op een lager detailniveau is weinig informatie bekend over het aantal op de markt gebrachte verpakkingen. Er zijn wel onderzoeksbureaus die onderzoek doen naar de verkoop van bepaalde typen producten, maar dit onderzoek is niet publiek beschikbaar. Wel valt uit het onderzoek van SGS Search (2019) af te leiden welke groepen het meest gebruik maken van plastic of gecoate bekere en bakjes. Over koffiebekers is de meeste publiek beschikbare informatie bekend.

Doelgroepen

SGS Search (2019) heeft onderzocht welke sectoren met name wegwerpproducten gebruiken. De meeste wegwerpproducten worden gebruikt bij de overheid (kantoren); kinderdagverblijven; horeca (catering voor bedrijven (kantoren buiten de overheid) en scholen, en take away/fastfood) en zorginstellingen, zoals verpleeghuizen. Welke artikelen in de sectoren het meest gebruikt worden, verschilt per sector. Bij kinderdagverblijven en verpleeghuizen gaat het met name om incontinentiematerialen, bij andere sectoren betreft dit voedselverpakkingen.

In Tabel 1 is gearceerd in welke sectoren wordt aangegeven dat veel gebruik wordt gemaakt van bekere en bakjes. Het zijn resultaten op basis van interviews en een enquête. De resultaten zijn niet kwantitatief, dus niet onderling vergelijkbaar. Volgens experts worden PS, PE, PET, PP en karton met een coating naar schatting het meest gebruikt en is het aandeel PLA verwaarloosbaar. Uit Tabel 1 blijkt dat in de enquête van SGS Search veel is aangegeven dat er veel gebruik wordt gemaakt van papieren bekere zonder coating. Leveranciers geven echter aan dat dit type beker in de praktijk niet wordt verkocht, omdat ze lekken.

Tabel 2 - Meest gebruikte artikelen per sector

	Koffiebekers				Drinkbeker		Bier of fris beker		Bakje	
	Kunststof		Karton		Kunststof	Karton	Kunststof	Papier	Kunststof	
	PS	PE	PLA	Geen ¹	PP	PE	PP	PLA	Geen ¹	PS
Overheid (kantoorgebruik)										
Kinderdagverblijven										
Musea, poppodia, theaters										
Pretparken, festivals										
Openbaar vervoer										
Vliegverkeer										
Schepen										
Winkels										
Catering voor bedrijven										
Catering voor scholen										
Take away/fastfood										
Ziekenhuizen										
Tankstations										

Bron: (SGS Search, 2019).

PS: polystyreen; PE: polyethyleen; PLA: poly lactic acid (bio); geen: geen coating; PP: polypropyleen; dikgedrukt hotspot.

1) Op basis van enquête. Leveranciers geven aan dat dit type beker niet wordt verkocht.

Belangrijke doelgroepen voor kunststof bekertjes en bakjes en kartonnen bekertjes met een coating zijn de overheid, horeca/catering (inclusief scholen, bedrijven en evenementen), in de vervoerssector (treinreizigers, vliegverkeer), winkels en de zorgsector (ziekenhuizen, kinderdagverblijven). Opvallend is dat alleen bij de overheid en in winkels veel gebruik gemaakt wordt van kunststof bekertjes.

Drie miljard koffiebekers

Van koffiebekers is een aantal kwantitatieve gegevens beschikbaar. Jaarlijks worden zo'n 3 miljard koffiebekers weggegooid in Nederland (bijvoorbeeld Partij voor de Dieren, 2018)¹. Op treinstations worden jaarlijks zo'n 30 miljoen warme dranken verkocht, grotendeels in wegwerpbekers (Nederlandse Spoorwegen, 2018). Ruim een derde consumeert een op het station gekochte consumptie op het station, ruim een derde in de trein, 18% in een eet- of drinkgelegenheid op het station en de rest op een later moment (ABN Amro, 2017). Op tankstations werden naar eigen schatting in 2016 zo'n 39 miljoen warme dranken in wegwerpbekers verkocht (gebaseerd op (HBD en BETA, 2008) en (ABN Amro, 2017)). Dit betreft dus in totaal ruim 2% van de bekertjes. Uit de inventarisatie van SGS blijkt dat dit vooral kartonnen bekertjes zonder coating zijn. Waarschijnlijk wordt een groot deel van de overige bekertjes gebruikt in automaten voor warme dranken, bijvoorbeeld bij bedrijven, op scholen of in ziekenhuizen. In de inventarisatie van (SGS Search, 2019) wordt aangegeven dat er een opmars van kartonnen bekertjes is te constateren.

¹ Hierbij wordt geen onderscheid gemaakt naar materiaal. De meeste bekertjes worden gemaakt van plastic of karton, vaak met een plastic coating. Als een bekertje gemiddeld 4 gram weegt gaat het om ongeveer 12 kton aan verpakkingsafval.



Dit geldt in het bijzonder voor locaties waar representativiteit een rol speelt (zoals kantoren). Hier is het gemeengoed dat de plastic beker wordt vervangen door een kartonnen beker.

In 1990 werd het aantal koffiebekertjes geschat op zo'n 3,2 miljard: ruim 2 miljard automaatbekers, 1 miljard drinkbekers voor huishoudelijke gebruik en 60 miljoen kartonnen bekers met plastic coating aan de binnenkant (NRC, 1990).

Overige verpakkingen

Van overige verpakkingen is beperkt informatie beschikbaar. Zo is er bekend dat er in 2019 ruim 37 miljoen maaltijdsalades bij supermarkten zijn verkocht. In 2015 waren dit er nog ruim 29 miljoen (Marketingtribune, 2019). Ook de markt voor afhaal- en bezorgmaaltijden is een groeiemarkt met 3% groei in 2016. Er werden naar schatting jaarlijks zo'n 876 miljoen porties afgehaald (64%) en bezorgd (36%). Relatief veel jongeren en mannen maken hier gebruik van. Hoe de maaltijden verpakt zijn, zal per maaltijd verschillen. Zo bedraagt 8% van de maaltijden pizza's, deze worden doorgaans in een kartonnen doos verpakt (ABN Amro, 2016).

2.4 Productie van verpakkingen

De markt van plastic verpakkingen is zeer internationaal. Veel verpakkingen worden geïmporteerd. In Nederland is een aantal producenten actief die bekers en/of voedselverpakkingen maken, te weten in ieder geval (persoonlijke communicatie NRK Verpakkingen en online research):

- RPC, produceert voedselverpakkingen in Nederland en bekers in het buitenland;
- Hordijk, ontwerpt en produceert voedselverpakkingen in Nederland;
- Bliston, produceert voedselverpakkingen in Nederland;
- Nedupack, ontwerpt en produceert voedselverpakkingen in Nederland.

Volgens SGS (2019) is de markt van wegwerpproducten zeer diffuus. Er bestaat geen overzicht via welke route de artikelen bij gebruikers terechtkomen (via groothandels, rechtstreeks van producenten of via binnen- en buitenlandse aanbieders op het internet). Sommige producenten hebben hun eigen verkoopkanaal of leverancier. Zo is Compax in Nederland leverancier van de verpakkingen van het Duitse Papstar.

De Paardekooper groep is een belangrijke speler die met meerdere bedrijven en merken in de gehele keten actief is.

2.5 Tenslotte

De kennis over gebruik van plastic verpakkingen is beperkt. Er zijn geen allesomvattende kwantitatieve onderzoeken naar type verpakking, verkooppunt en doelgroep openbaar beschikbaar. Er bestaat een schatting van het totaal aantal gebruikte verpakkingen in Nederland. Ook is kwalitatief bekend welke doelgroepen met name gebruik maken van bekers en bakjes. Over koffiebekers en maaltijdbezorging is een aantal schattingen beschikbaar. Voor een vollediger overzicht is nader onderzoek gewenst.

3 Inventarisatie beleidsmaatregelen

3.1 Inleiding

De inventarisatie van interventies om eenmalig plastic te beperken heeft een longlist van zo'n 30 maatregelen opgeleverd, die in overleg met de opdrachtgever is teruggebracht tot negen potentieel kansrijke interventies voor Nederland. Deze interventies zijn op basis van beschikbare informatie en telefonische interviews beoordeeld op gedragseffecten (reductie van wegwerpplastic), juridische uitvoerbaarheid en financiële gevolgen (voor consumenten, aanbieders en overheid). In dit hoofdstuk gaan we in op de resultaten. In Bijlage A is per beleidsmaatregel een factsheet opgenomen.

3.2 Overzicht kansrijke maatregelen

De maatregelen die in Bijlage A zijn beschreven laten een scala van mogelijke interventies zien die worden ingezet om de verkoop en het gebruik van eenmalige plastic verpakkingen terug te dringen. Het betreft zowel interventies die door overheden worden ingezet als vrijwillige interventies vanuit het bedrijfsleven. De vrijwillige interventies worden ingezet, omdat zij het MVO-imago van het bedrijf in kwestie versterken of omdat bedrijven (in de EU) zich voorbereiden op het verbod voor het gebruik van eenmalig plastic vanaf 2021, zoals plastic bestek, rietjes, borden en verpakkingen van geëxpandeerd polystyreen (Deel B van de bijlage van de SUP-richtlijn).










De interventies variëren van financiële prikkels (zowel kortingen als heffingen) tot vrijwillige afspraken vanuit gemeenten met horeca en maaltijdverkopers, vrijwillige plasticvrije zones, informatievoorziening aan de consument tot en met een verbod op de *verkoop* van eenmalig plastic in horecagelegenheden. De Latte Levy is een voorbeeld van een heffing van bijvoorbeeld 25 eurocent op wegwerpbekers, bedoeld om het gebruik van wegwerpplastic te verminderen. Daarbij kan ook gedacht worden aan een korting die de consument juist moet verleiden om herbruikbare bekertjes mee te nemen. Voorbeelden in de vorm van statiegeld zijn te vinden in Freiburg (Freiburg Cup) en Zwitserland/Stuttgart (reCIRCLE). Hier worden respectievelijk een koffiebeker en maaltijdbox met statiegeld gebruikt, deze kunnen worden hergebruikt of worden ingeleverd. Verplichtende maatregelen zijn onder meer te vinden in de vorm van een verbod op de verkoop van plastic bekertjes in horecagelegenheden in Zuid-Korea. Tenslotte kan gedacht worden aan plasticvrije zones, die door middel van afspraken met vastgoedeigenaren of -huurders op bepaalde locaties (zoals strandlocaties of stations) kunnen worden geëffectueerd. Bedrijven spreken af geen wegwerpplastic meer te gebruiken voor on-the-go-consumpties. Dit is een voorbeeld uit Australië (plasticvrij strand) en Scheveningen (plasticvrij terras). De in beeld gebrachte maatregelen zijn zowel geïntroduceerd door private partijen als door de overheid.

Voor bijna alle maatregelen geldt dat ze betrekking hebben op de relatie tussen de verkoper en de consument. Informatievoorziening op bekertjes is een maatregel die de producent van wegwerpartikelen zal moeten uitvoeren. Ook een verpakkingenbelasting (zie longlist) is direct op de producent van toepassing. Bij alle maatregelen worden producenten uiteindelijk wel geraakt, doordat de vraag naar hun product afneemt.

In Tabel 3 hebben we de kansrijke maatregelen op een rij gezet en een samenvatting gegeven met betrekking tot de beoordeling ervan. Niet alle maatregelen zijn al ingevoerd. De Latte Levy werd beoogd als overheidsmaatregel te worden ingevoerd in het VK, maar uiteindelijk heeft men daarvan afgezien. De reden hiervoor is dat ervoor gekozen is om beleid meer te richten op de circulaire economie en het recyclesysteem, aangezien alle koffiebekers die gemaakt worden in het Verenigd Koninkrijk recyclebaar zijn. Wanneer beoogd wordt eenmalige verpakkingen in het zwerfafval te reduceren, kan deze maatregel daar wel aan bijdragen.

Bij de Tabel 3 hoort tenslotte de kanttekening dat wij de beoordeling indicatief hebben uitgevoerd en er niet een eenduidig beoordelingskader is gehanteerd voor vergelijking van de effecten.

Tabel 3 - Beoordeling kansrijke maatregelen

	Maatregel	Overheid of bedrijfsleven	Bereik	Effect	Juridische uitvoerbaarheid	Financieel*
	Latte Levy: korting	B	Koffiebekers	+	-	C: 0/+ B: -
	Latte Levy: heffing	O/B	Koffiebekers	++	+	C: 0/- B: -/+ O: 0/+
	FreiburgCup: herbruikbare beker met statiegeld	B	Koffiebekers	+	n.v.t.	C: 0 B: -
	reCIRCLE: herbruikbare maaltijdbox met statiegeld	B	Maaltijdboxen	+	n.v.t.	C: 0 B: -
	Plasticvrije zone	B	Wegwerpplastic	++	n.v.t./-	C: 0/- B:-
	Uitfasering	B	Wegwerpplastic	++	+	C: 0/- B: 0/-
	Reductiedoelstelling	O	Wegwerpplastic	0/++	+	C: 0/- B: 0/-
	Informatievoorziening	O	Koffiebekers	0/+	+	C: 0; B: 0/-
	Verbod	O	Wegwerpplastic	+++	+/-	C: 0/- B: 0/-

C = consument; B = bedrijfsleven; O = overheid.

O = overheid; B = bedrijfsleven; C = consument; + = positief effect/juridisch uitvoerbaar; - = negatief.

Uit de inventarisatie volgt een aantal constatering:

- We zien in het algemeen dat vrijwillige maatregelen vanuit bedrijfsleven op zich hebben aangetoond te werken (regulerend), maar dat het vaak om een beperkt aantal bedrijven (plasticvrije zone) gaat, of voor koploperbedrijven geldt (uitfasering: Ikea). Hierdoor kan gesteld worden dat het bereik van de maatregel nog beperkt is en bovendien vaak maar een deel van het on-the-go-segment betreft (reCIRCLE: afhaalmaaltijden; FreiburgCup: koffiebekers).
- Wel kan geconstateerd worden dat deze initiatieven maximaal inspelen op consumentendraagvlak, vaak ook door de communicatieve waarde te benadrukken. Aansluiten bij deze initiatieven kan dit draagvlak onder aanbieders en consumenten verder vergroten.
- Uit het voorbeeld van reCIRCLE blijkt ook dat het lastig is gewoontegedrag in het maaltijdensegment te veranderen. Anders dan bijvoorbeeld bij de tasjesproblematiek kost het meenemen en retourneren van een maaltijdbox meer tijd en voorbereiding, en vergt het dus aanpassing van een bestaande gewoonte.
- Financiële prikkels hebben een duidelijk effect op gedrag, zo is een toename geconstateerd in herbruikbare bekers. Ervaringen (Latte Levy) laten hierbij zien dat het effect van heffingen groter is dan van kortingen. In de UK wordt er gerefereerd aan hoe de heffing op plastic tasjes het gebruik ervan met ruim 80% heeft doen afnemen, in Nederland ligt dit rond de 70%. Wel is in Nederland het aantal gratis papieren tassen vooral in modekanaal sterk toegenomen, waardoor netto het milieuvoordeel deels teniet is gedaan (CE Delft, 2016).
- Kansrijk voor Nederland is ook dat opschaling van vrijwillige heffingen (zoals Starbucks in VK) kan bijdragen aan een verdere beperking. De overheid kan in een later stadium een verbod instellen op het gratis verstrekken van eenmalige cups (met een minimumprijs van bijvoorbeeld 15 cent), zoals dat met plastic tasjes is gebeurd in 2016.
- Een andere kanttekening is dat de ervaring met heffings- en kortingsmaatregelen alleen zijn opgedaan voor het koffiesegment, en dat het voor maaltijden nog maar de vraag is of dit gaat werken, omdat hier nu eenmaal minder alternatieven beschikbaar zijn, hygiëne een rol speelt en consumentengedrag vermoedelijk lastig is te veranderen vanwege de noodzaak tot retourneren (denk aan bezorgmaaltijden).
- De opbrengsten van de heffing die Starbucks heeft ingesteld worden gebruikt om het aandeel koffiebekers van Starbucks dat gerecycled wordt te verhogen. Op deze wijze worden de bekers, zij het gerecycled, toch vaker gebruikt. Door recycling wordt minder afval verbrand, maar het leidt niet tot een verdere consumptievermindering bovenop de heffing.
- Met de informatieve instrumenten (plasticvrije zone, sturende verpakkingslabels) is nog minder ervaring opgedaan en kunnen nog geen harde conclusies getrokken worden. Wij verwachten wel dat een plasticvrije zone (bijvoorbeeld op stations) potentieel interessant kan zijn vanwege de hoge communicatieve waarde en 'herhaalbaarheid' naar andere gebieden. Hierdoor kunnen relatief veel potentiële consumenten in aanraking komen met alternatieven en levert de maatregel in potentie een grote bijdrage aan bewustwording en draagvlak voor beperking van wegwerpplastic. Zeker als het om de openbare ruimte gaat is de juridische haalbaarheid van afdwingbare plasticvrije zones zeer lastig.
De overheid kan afspraken met het bedrijfsleven of NS Stations (retail) maken om deze zones in Nederland versneld van de grond te krijgen. Tevens kan gedacht worden aan de concessie/aanbesteding van catering in overheidsgebouwen en tankstations (concessie onder voorwaarde van plasticvrije zone). Als onderdeel van een breder pakket maatregelen lijkt dit wel potentieel interessant te zijn.



- Een totaalverbod of reductiedoelstelling kan een groot effect sorteren, omdat het bereik groot is. Voorwaarde voor succes hierbij is wel dat voldoende betaalbare alternatieven aanwezig zijn of dat de tijd genomen wordt om deze te ontwikkelen. Ook is handhaving een belangrijke randvoorwaarde. Hiernaast kan invoering juridisch ingewikkeld zijn waardoor het beter in EU-verband te organiseren is. Ervaringen met bijvoorbeeld plasticvrije zones kunnen hiervoor belangrijke eerste stappen zijn. Bij een reductiedoelstelling hangt het effect wel samen met de hoogte van de doelstelling.
- Financiële gevolgen zullen vooral samenhangen met de kosten van alternatieven en in hoeverre deze worden doorberekend aan consument. Hiernaast zijn er bij een aantal maatregelen kosten nodig voor bijvoorbeeld invoering, bewustwording en marketing. Bij heffingen en kortingen vindt een daadwerkelijke verschuiving van kosten van de ene naar de andere partij plaats, bijvoorbeeld bij korting van de aanbieder naar de consument (als hij een eigen beker meeneemt).

3.3 Tenslotte

Er zijn diverse kansrijke interventies om eenmalig plastic te beperken. Een deel daarvan heeft zich reeds bewezen in het buitenland. Maatregelen geïntroduceerd door private partijen zijn interessant om ervaring op te doen en de consument tot een ander gedrag te bewegen. Nadeel is dat het bereik van deze maatregelen beperkt is en maar over een klein deel van de totale plasticverpakkingenmarkt gaat. Opschaling door middel van overheidsinterventies is daardoor (op termijn) wenselijk om plasticgebruik substantieel richting nul te brengen.

4 Conclusie

In Artikel 4 van de Single Use Plastics-richtlijn van de EU is opgenomen dat EU-lidstaten maatregelen treffen om tot een ambitieuze consumptievermindering te komen van drinkbekers, doppen en deksels en voedselverpakkingen voor onmiddellijke consumptie, vanuit de verpakking, zonder verdere bereiding.

4.1 Inventarisatie verpakkingen

Uit een eerste inventarisatie blijkt dat Nederlanders jaarlijks zo'n 26 miljard voedselverpakkingen gebruiken en naar schatting worden er zo'n 3 miljard koffiebekers weggegooid. Hiervan worden er ruim 2% op stations en tankstations verkocht. Een groot deel van de overige bekers wordt vermoedelijk gebruikt in automaten, bijvoorbeeld bij kantoren en in de horeca/catering. Van het gebruik van wegwerpverpakkingen voor takeaway-voedsel is de beschikbare data beperkt. Jaarlijks worden bijna 1 miljard bezorg- en afhaalmaaltijden geconsumeerd, met name door jongeren en mannen. Dit is een belangrijke groeiemarkt.

Verdere publieke informatie over het gebruik van verpakkingen is beperkt. Om tot een sluitend inzicht te komen is verder onderzoek, bijvoorbeeld marktonderzoek, gewenst.

4.2 Inventarisatie beleidsmaatregelen

In diverse landen, inclusief Nederland, worden al maatregelen getroffen om het gebruik van wegwerpplastic te reduceren. Kansrijke maatregelen worden zowel door bedrijven als overheden getroffen.

Een aantal bedrijven heeft maatregelen genomen of initiatieven opgezet om het gebruik van wegwerpplastic te reduceren. Uit de inventarisatie blijkt dat een korting op het gebruik van herbruikbare bekers, of een heffing op het gebruik van wegwerpbekers, leidt tot een reductie in het gebruik van wegwerpbekers, waarbij de effecten bij een heffing groter zijn. De overheid kan dit type initiatieven stimuleren, bijvoorbeeld door het maken van vrijwillige afspraken. Dit kunnen afspraken zijn tussen bedrijven onderling (bijvoorbeeld samenwerkingsverband) of afspraken tussen bedrijven en de overheid (convenant).

Op termijn kan een verbod op het gratis verstrekken van wegwerpkoffiebekers interessant zijn, zoals ook gebeurd is bij wegwerptasjes. Een minimumprijs van bijvoorbeeld 15 eurocent, die zichtbaar moet zijn voor de consument, is een interessante beleidsmaatregel. Als alternatief kan een statiegeldbedrag op een beker worden verplicht. Er wordt een heffing van 50 eurocent of een euro geheven op een duurzame beker die weer terug gegeven wordt bij inleveren. Deze optie kan ook als aanvulling op het 'gratis beker'-verbod worden gehanteerd. Voor statiegeld-bekers geldt dan geen heffing.

Een verbreding naar andere typen verpakkingen is mogelijk, maar hier is nog geen ervaring mee opgedaan. Wel kan het dat hygiëne-eisen hierbij een belangrijkere rol spelen en dat het moeilijker is om bestaande routines te veranderen.

In Australië en Scheveningen wordt succesvol geëxperimenteerd met plasticvrije zones. Uit ervaring blijkt dat het draagvlak groot is. Middels deze plasticvrije zones kan ervaring worden opgedaan met het gebruik van alternatieven en kunnen consumenten wennen aan het minder gebruiken van plastic. Deze initiatieven kunnen lokaal worden georganiseerd, maar de overheid kan zorgen voor een versnelling door bijvoorbeeld procesbegeleiding of het wegnemen van barrières.

Het effect van de maatregel zal afhangen van het vrijwillig of verplichtend karakter en het bereik van de maatregel. In hoeverre consumenten bij vrijwillige maatregelen zoals maaltijdboxen of kortingen daadwerkelijk hun gedrag zullen aanpassen, zal afhangen van de tijd en moeite die het kost en de beloning of straf die ertegenover staat.

Bibliografie

ABN Amro, 2016. *Maaltijdbezorging: een groeimarkt vol kansen*. [Online]
Available at: <https://insights.abnamro.nl/2016/04/maaltijdbezorging-een-groeimarkt-vol-kansen/>
[Geopend 10 Oktober 2019].

ABN Amro, 2017. *Consumptie op kantoor en onderweg : een groeimarkt voor voedingsmiddelenfabrikanten*. [Online]
Available at: <https://insights.abnamro.nl/download/109617/>
[Geopend 2018].

CE Delft, 2016. *Alle tassen beprizen*, Delft : CE Delft.

CE Delft, 2019. *Plasticgebruik en verwerking van plastic afval in Nederland*, Delft: CE Delft.

HBD en BETA, 2008. *Consumentenonderzoek Tankshops 2008*, Den Haag: Hoofdbedrijfschap Detailhandel.

House of Commons Environmental Audit Committee, 2017. *Disposable Packaging: Coffee Cups : Second Report of Session 2017-19*. [Online]
Available at:
<https://publications.parliament.uk/pa/cm201719/cmselect/cmenvaud/657/657.pdf>
[Geopend 2019].

Hubbub, 2018. *Disposable Cup Charge Report*, London: Hubbub.

ING Economisch Bureau, 2019. *Plastic Verpakkingen in de voedingssector*, Amsterdam: ING Economisch Bureau.

Marketingtribune, 2019. *Aldi en Lidl gewild voor maaltijdsalades*. [Online]
Available at: <https://www.marketingtribune.nl/food-en-retail/nieuws/2019/06/aldi-en-lidl-gewild-voor-maaltijdsalades/index.xml>
[Geopend 9 september 2019].

Nederlandse Spoorwegen, 2018. *Reiziger loopt warm voor korting : 60.000 dranken in eigen bekens*. [Online]
Available at: <https://nieuws.ns.nl/reiziger-loopt-warm-voor-korting-60000-warme-dranken-in-eigen-bekens/>
[Geopend 9 september 2019].

NRC, 1990. *Ruim drie miljard plastic koffiebekertjes dragen bij aan milieuverval*. [Online]
Available at: <https://www.nrc.nl/nieuws/1990/08/27/ruim-drie-miljard-plastic-koffiebekertjes-dragen-bij-6939099-a508366>
[Geopend 9 september 2019].

Partij voor de Dieren, 2018. *Weg met wegwerpbekers*. [Online]
Available at: <https://www.partijvoordedieren.nl/nieuws/weg-met-wegwerpbekers>
[Geopend 10 september 2019].




Rabobank, 2017. *Voedsel mooi verpakt*. [Online]
Available at: https://www.rabobank.nl/images/voedsel-mooi-verpakt_29908679.pdf
[Geopend 2019].

SGS Search, 2019. *Inventarisatie wegwerpproducten*, Heeswijk: SGS Search.



A Factsheets

A.1 Latte Levy: korting eigen beker

Korte omschrijving maatregel	
Wanneer de consument zijn eigen beker meeneemt naar een koffiezaak krijg hij/zij korting op de aankoop.	
(Waar) is de maatregel al toegepast?	
De Nederlandse Spoorwegen (NS) heeft in oktober 2018 ingevoerd dat wanneer je een eigen beker meeneemt je 25 eurocent korting krijgt op je aankoop. Ook bij HEMA, Kiosk en AH To Go krijg je 25 eurocent korting. Verder is deze maatregel toegepast bij bedrijven in het Verenigd Koninkrijk, zoals Starbucks en Costa, en zal deze maatregel in januari 2020 worden ingevoerd in de gehele stad Berkeley (Californië, Verenigde Staten).	
Effecten of verwachte effecten	
De NS heeft vastgesteld dat er jaarlijks meer dan 30 miljoen warme dranken worden verkocht op de stations. Het grootste gedeelte wordt geschonken in wegwerpbekers. In december 2018 werd duidelijk dat er, na een periode van drie maanden, 60.000 warme dranken in eigen bekens van reizigers waren geserveerd. Dit gaat om een jaarlijks aandeel van 1%. Geconcludeerd kan worden dat het redelijk aannemelijk is dat de korting een rol heeft gespeeld bij de toename van eigen cups. Veel mensen zijn echter nog niet bekend met het bestaan van de regeling.	
Juridische uitvoerbaarheid	
Deze beleidsinterventie wordt al door meerdere bedrijven in zowel Nederland als in het buitenland uitgevoerd. Dit leidt tot de conclusie dat de juridische uitvoerbaarheid voor een individueel bedrijf geen probleem vormt. De juridische uitvoerbaarheid voor de overheid is een stuk lastiger. De reden hiervoor is dat het erg moeilijk is om bedrijven een verplichte korting op te leggen. Aanbieders van producten en diensten bepalen namelijk zelf hun prijzen en de overheid mag zich alleen bemoeien met de prijsbepaling (illegale prijsafspraken). De korting kan dus niet worden afgedwongen en daardoor is het erg lastig om deze maatregel te verplichten.	
Financiële gevolgen	
De heffing zal zorgen voor een reductie van het aantal wegwerpkoffiebekers. Dit zal ertoe leiden dat bedrijven minder geld hoeven te investeren in de inkoop van wegwerpbekers. Echter, door de toename van eigen bekens zal de omzet dalen, aangezien de verkoopprijs dan met 25 eurocent per consumptie daalt. De daling van de verkoopprijs zal meer effect hebben dan de kostendaling van de wegwerpbekers. Met andere woorden de maatregel zal een beperking van de marge van koffieaanbieders met zich mee brengen. Het is onduidelijk in welke mate dit ook geldt voor andere markten, zoals kantoor en tankstations. Indien de beperking van de verkoopmarge grote impact heeft, kan het wellicht worden doorgerekend aan de consument door middel van een hogere verkoopprijs. Indien dit niet het geval is, zal de consument weinig financiële gevolgen hebben van deze maatregel. Zij kopen eenmalig een herbruikbare koffiebeker en hebben daarna telkens een financieel voordeel of kopen geen eigen beker en dan is er uiteindelijk geen verschil met de huidige situatie.	
Draagvlak	
Het draagvlak binnen de deelnemende bedrijven is hoog. NS is in 2018 met deze maatregel begonnen en sindsdien zijn er bedrijven in Nederland gevolgd. Ook bedrijven in andere landen, zoals het Verenigd Koninkrijk, werken met een korting. Daarnaast is er ook draagvlak onder de consumenten. Deze maatregel speelt in op menselijke keuzeprocessen en motiveert mensen om hun eigen beker mee te nemen. Onderzoek van Paper Cup Alliance heeft uitgewezen dat 5,7% van de consumenten zal switchen naar een eigen beker. Echter, Starbucks (VK) heeft geconcludeerd dat een korting niet het gewenste effect heeft geleverd en is uiteindelijk, naast de korting, ook begonnen met een heffing (zie Bijlage A.2).	

Bronnen
<ul style="list-style-type: none"> - Reiziger loopt warm voor korting: 60.000 warme dranken in eigen bekens - Berkeley imposes city-wide disposable cup fee - Starbucks: Recycling and Reducing Waste - Bij De HEMA Nu Ook 25 cent korting op je warme dranken als je je eigen beker meeneemt - Starbucks says use of reusable cups rose by 150% after Latte Levy trial

A.2 Latte Levy: heffing wegwerpbeker

Korte omschrijving maatregel
<p>Indien een consument vraagt om een wegwerpbeker bij aankoop van een kop koffie wordt een heffing gerekend, bekend onder de naam 'Latte Levy'. Wanneer een consument zelf een beker meeneemt hoeft deze heffing niet betaald te worden.</p> 
(Waar) is de maatregel al toegepast?
<p>Deze maatregel wordt toegepast door Starbucks in 35 winkels in Londen, waar ze vijf penny extra rekenen bij het gebruik van een papieren beker. In deze winkels krijgen consumenten al een korting bij een eigen beker. De opbrengst van deze heffing doneert Starbucks aan het bedrijf Hubbub. Hubbub is een goed doel dat zich richt op de aanpak van plastic vervuiling en circulaire economie. De regering van het Verenigd Koninkrijk had ook de intentie om een heffing van 25 penny in te voeren bij het gebruik van een wegwerpbeker. Ondanks het feit dat er niet veel verzet tegen deze maatregel was, is het toch niet doorgevoerd. De reden hiervoor is dat ervoor gekozen is om beleid meer te richten op de circulaire economie en het recyclesysteem, aangezien alle koffiebekers die gemaakt worden in het Verenigd Koninkrijk recyclebaar zijn.</p>
Effecten of verwachte effecten
<p>Bij Starbucks in het Verenigd Koninkrijk is het aantal consumenten dat zijn eigen koffiebeker meeneemt bij de 35 testlocaties toegenomen van 2,2% vóór invoering van de maatregel tot 5,8% ná invoering van de maatregel. Bij Starbucks winkels buiten de test nam het toe naar 3,3%. Met name 's morgens en in buurtwinkels, en winkels nabij kantoren, nam het gebruik van eigen bekens toe. Hieruit valt op te maken dat effecten het grootst zijn wanneer consumenten op vaste plaatsen en tijdstippen hun koffie drinken. Ook viel op dat het effect groter was als de maatregel gecombineerd werd met reclamecampagnes zoals rond Earth Day, dit verklaart ook de toename van eigen bekens buiten testlocaties.</p> <p>Ook is er een proef geweest bij het Britse parlamentsgebouw en hier heeft de beleidsmaatregel gezorgd voor een afvalafname van bijna 75%. Eunomia Research and Consulting heeft geconcludeerd dat een landelijke heffing van 25 penny zou leiden tot een afname van 30%.</p>
Juridische uitvoerbaarheid
<p>Invoer van een heffing op een wegwerpbeker is vergelijkbaar met een heffing op een plastic tasje. Dit is in Nederland ingevoerd als een verbod op het gratis verstrekken van plastic tassen (met enkele uitzonderingen), gekoppeld aan een richtprijs van 25 eurocent indien consumenten toch een tas willen. Zowel de voorgenomen invoering in het VK als de invoering van het verbod op gratis plastic tassen in Nederland hebben als doel om afval te verminderen en consumenten te stimuleren om voor duurzamere alternatieven te kiezen. Aangezien deze twee maatregelen vergelijkbaar zijn, zal de juridische uitvoerbaarheid dat ook zijn. Dit biedt goede juridische aanknopingspunten in Nederland, ondanks dat het niet is doorgevoerd in het Verenigd Koninkrijk.</p>
Financiële gevolgen
<p>Er is een verschil tussen de private maatregel (zoals Starbucks) of een maatregel vanuit de overheid. In de situatie van de private maatregel kan een lagere afzet leiden tot een lagere omzet voor het bedrijf. Dit kan eventueel worden doorgerekend aan de consument. Indien de maatregel vanuit de overheid wordt geïnitieerd zal een deel van de implementatiekosten bij de overheid terechtkomen. Waar de opbrengsten uit bekeerverkoop terechtkomen, zal afhangen van de gekozen vorm. Bij de tasjesmaatregel is dit de verkoper, maar de overheid kan de maatregel ook als belasting inrichten. Deze beleidsmaatregel heeft ook financiële gevolgen voor de consument, aangezien zij meer moeten gaan betalen voor hetzelfde product. De invoering van de publieke</p>

maatregel heeft precies dezelfde financiële gevolgen als de private invoering voor de consument. Het bereik van de publieke maatregel is echter wel vele malen groter.

Draagvlak

Deze heffing biedt niet meteen een concreet alternatief. Het is namelijk (nog) niet overal mogelijk om in een café of restaurant een herbruikbare koffiebeker te kopen, wel bieden steeds meer bedrijven dit aan. Een gedragsverandering als het meenemen van je eigen koffiebeker - hoe eenvoudig ook - vereist enige aanpassingstijd voordat consumenten hier gewend aan zijn. Op termijn worden de consumenten dan wel gemotiveerd om na te denken over hun keuzeprocessen, waardoor de persoonlijke motivatie en betrokkenheid wordt vergroot. Indien een consument besluit om niet mee te doen, zullen er extra kosten in rekening worden gebracht. Deze extra kosten zijn een stimulans om te kiezen voor het alternatief. De heffing heeft geleid tot een toename van het aantal consumenten bij de Starbucks in het Verenigd Koninkrijk dat kiest voor de duurzame optie.

Bronnen

- [MPs' 25p 'Latte Levy' proves successful as disposable waste in Westminster plummets | TotalPolitics.com](#)
- [Latte Levy: Government's failure to back 25p charge on throwaway coffee cups condemned by MPs and charities](#)
- [Latte Levy risks UK jobs and £819m blow to the economy](#)
- [Starbucks' 5p cups fund recycling across UK with environmental charity Hubbub](#)
- [Hubbub \(2018\)](#)

A.3 Latte Levy-vergelijking

Beide maatregelen (korting en een heffing) kunnen vrijwillig door bedrijven worden ingezet. Voor de overheid is het wel mogelijk om een heffing in te voeren (vergelijkbaar met een heffing in de vorm van een verbod op verstrekken van gratis plastic tasje), maar een korting afdwingen bij bedrijven gaat moeilijker, aangezien de overheid zich niet mag bemoeien met prijsbepalingen. Dit zorgt ervoor dat de juridische uitvoering bij een heffing stuk makkelijker is dan bij een korting. De implementatie en kosten van toezicht komen terecht bij de overheid.

In beide gevallen zal er sprake zijn van financiële gevolgen van bedrijven, in de vorm van derving van omzet. Er is een mogelijkheid dat, in beide situaties, er sprake is van een afname van de verkoop van koffie-to-go. De Paper Cup Alliance schat bij een heffing een afname van 8%. De afname bij een korting wordt geschat op 1-2%.

Onderzoek in het Verenigd Koninkrijk van Paper Cup Alliance heeft uitgewezen dat een landelijke heffing op het gebruik van wegwerpbekers ervoor zorgt dat 5,7% van de consumenten zijn eigen beker mee zal nemen. De exacte groei van het gebruik van eigen bekertjes bij een korting is niet duidelijk. Een pilot in Londen heeft uitgewezen dat een heffing bij het gebruiken van een niet herbruikbare beker bij Starbucks effectiever is dan het geven dan een korting.


Ook in de wetenschap wordt onderzocht of een heffing of een korting meer effect heeft. De theorie is dat mensen bij een 'verlies' een twee keer zo sterk negatief gevoel krijgen dan het positieve gevoel bij een 'winst'. Dit betekent dat consumenten hun gedrag eerder bij een heffing zullen veranderen dan bij een korting. Cardiff University heeft in 2016 een test met zowel een korting als een heffing uitgevoerd bij twaalf Britse bedrijven en universiteitscafés. Hieruit bleek dat een korting van 25 pence nauwelijks effect sorteerde, terwijl een heffing leidde tot een toename van eigenbekergebruik met 3,4%-punt. Ook nudging speelt een rol. Als mensen een gratis beker als standaard zien, zullen zij hier eerder voor kiezen. Als betalen voor de beker de standaard is, zullen zij eerder voor een eigen beker kiezen.



Bronnen:

- [The behavioral economics that explain why we need a tax on disposable coffee cups](#)
- [Curbing coffee cup usage](#)

A.4 FreiburgCup

Korte omschrijving maatregel	
De FreiburgCup is voor één euro borg verkrijgbaar wanneer je een koffie-to-go koopt. De borg krijg je terug wanneer je deze beker weer inlevert in één van de deelnemende winkels (bijvoorbeeld cafés, bakkerijen, cafetaria's...). Na inlevering worden de bekers omgespoeld en weer hergebruikt. Het gebruik van de FreiburgCup is vrijwillig.	
(Waar) is de maatregel al toegepast?	
Deze maatregel is toegepast in Freiburg (Duitsland). Deze stad staat bekend als de groenste stad van Duitsland. Freiburg heeft een recyclingpercentage van 70% en heeft beduidend minder afval dan het Duits gemiddelde. In deze stad waren ook de wegwerpbekers een probleem, onder andere omdat ze niet recyclebaar zijn en er veel bekers per dag gebruikt worden. In 2016 besloot de burgemeester van Freiburg dat dit probleem moest worden opgelost en ging samenwerken met ASF, het bedrijf dat verantwoordelijk is voor afvalbeheer en stadsreiniging.	
Effecten of verwachte effecten	
Jaarlijks werden er ongeveer 12 miljoen niet-herbruikbare koffie-to-go-bekers gebruikt in Freiburg. Het FreiburgCup-project is in november 2016 van start gegaan met als doel om het gebruik van niet-herbruikbare koffiebekers in de stad te verminderen. In de periode 2016 tot 2018 heeft ASF 26.000 bekers geleverd. Ongeveer 15% van de FreiburgCups wordt niet ingeleverd, maar vaak meegenomen door toeristen als souvenir. In 2018 waren er ongeveer 20.000 bekers in omloop. Het effect is naar verwachting een vermindering van de niet-recyclebare bekers in de stad, maar de omvang van deze daling is niet vastgesteld.	
Juridische uitvoerbaarheid	
Deelname aan dit project is op dit moment nog volledig vrijwillig, voor zowel de bedrijven als de consumenten. Het is mogelijk om deze maatregel te verplichten bij de aankoop van een kop koffie. Mensen moeten dan bijvoorbeeld één euro extra betalen bij de aankoop en krijgen dit bedrag weer terug bij inlevering. Dit kan vergeleken worden met statiegeld op flessen. Statiegeld is juridisch uitvoerbaar en kan daarom ook een belangrijke rol spelen in het juridisch uitvoeren van deze beleidsmaatregel.	
Financiële gevolgen	
De financiële gevolgen zijn volledig voor ASF. Zij geven de bekers gratis aan de deelnemende cafés en winkels. Ook delen ze posters en stickers uit om dit project te promoten. Het inleveren en uitgeven van de bekers is in balans, daarom hoeft ASF-bedrijven geen financiële compensatie te geven om de vergoeding bij inlevering te kunnen dekken. De kosten voor afvalverwerking van ASF zullen dalen, aangezien er minder afvalverwerking plaats zal vinden. Verder hebben de deelnemende bedrijven minder kosten, aangezien de 'verkoop' van wegwerpbekers zal verminderen. Voor de consument zijn er in principe geen kosten, behalve als ze de beker niet inleveren.	
Draagvlak	
Het draagvlak onder de deelnemende bedrijven in Freiburg is groot. Het project begon met vijftien deelnemende winkels en is inmiddels uitgegroeid tot 105 locaties. Dit is ongeveer 60-70% van de lokale horecagelegenheden. Dat deze beleidsinterventie voor een alternatief voor een niet-recyclebare koffiebeker zorgt, heeft zeker bijgedragen aan het draagvlak. Het is echter niet duidelijk wat de daadwerkelijke reductie van niet-recyclebare koffiebekers is geweest, aangezien dit niet is bijgehouden. Dit maakt het lastig om het draagvlak van consumenten in te schatten. Wanneer er geen draagvlak is onder de consumenten, zullen zij geen moeite doen om de beker weer in te leveren. Wel kan worden geconcludeerd dat de FreiburgCup onder de consumenten niet de eerste keuze is wanneer zij een koffie-to-go kopen. Het kopen van een niet-recyclebare koffiebeker is voor veel consumenten een gewoonte geworden. Omdat de indruk is dat de meeste consumenten nog steeds eenmalige cups gebruiken, is het aanbieden van een herbruikbare beker niet voldoende om deze gewoonte grootschalig te veranderen. Het is daarom belangrijk om sociaal draagvlak te creëren.	

Bronnen
- Homepage FreiburgCup
- Meet the FreiburgCup: paving the way for zero waste coffee to go
- Innovation in politics showroom : The "FreiburCup"
- The story of FreiburgCup: How a city is ditching disposable coffee cups

A.5 reCIRCLE

Korte omschrijving maatregel
<p>reCIRCLE is een hergebruikstelsel voor afhaalverpakkingen. De consument neemt, bij een takeaway-maaltijd, een herbruikbare reCIRCLE-box mee. Deze box kost 10 Zwitserse frank (9 euro). Na gebruik kan de box weer worden afgegeven bij één van de deelnemende partners. Na inleveren krijg je of een nieuwe box of het geld terug. De klant kan de box echter ook zelf weer opnieuw gebruiken. Dit is een vrijwillige maatregel, zowel de consument als het bedrijf bepaalt zelf of die mee doet of niet.</p> 
(Waar) is de maatregel al toegepast?
<p>Ondernemer Jeannette Morath is in 2016 begonnen met reCIRCLE in Bern, Zwitserland. Het idee is inmiddels opgepakt door meer steden in Zwitserland en ook Stuttgart (Duitsland) is begonnen met reCIRCLE. In 2018 waren er in totaal 70.000 boxen in omloop en doen 412 restaurants in Zwitserland en Stuttgart mee. Hoewel het in Zwitserland voor de consument mogelijk is om zelf de box af te wassen en weer te hergebruiken, is in Duitsland regel dat het restaurant de box afwast. Hierdoor is het voor consumenten in Duitsland niet mogelijk om hun box meerdere keren te gebruiken en moeten ze de box iedere keer dus weer inleveren.</p>
Effecten of verwachte effecten
<p>Het verwachte effect is een afname van het gebruik van niet-recyclebare verpakkingen in takeaway-restaurants. Er zijn 70.000 boxen in omloop en 412 restaurants doen mee. Het is lastig in te schatten hoeveel procent van alle bedrijven meedoen. De boxen hebben geleid tot een besparing van 5 miljoen wegwerpverpakkingen (in Zwitserland en Stuttgart). Toch is dit nog niet het gewenste resultaat, aangezien er de hoop was dat het effect groter zou zijn. De reden hiervoor is dat de gewoontes van consumenten, zeker als deze op gemak gebaseerd zijn, moeilijk te veranderen zijn.</p>
Juridische uitvoerbaarheid
<p>Aangezien deze beleidsmaatregel al (vrijwillig) wordt toegepast in zowel Zwitserland als Duitsland is het aanmerkelijk dat deze maatregel ook in Nederland kan worden doorgevoerd. Wel hangt het bereik en de participatie af van de specifieke invoering van de regelgeving. In Duitsland is de participatie lager, omdat de consument daar de box niet zelf mag afwassen, iets wat in Zwitserland wel het geval is. De overheid kan juridisch afdwingen dat alle restaurants herbruikbare boxen moeten gebruiken, dit is vergelijkbaar met het verbod op wegwerpplastic van de Europese Unie (zie A7: juridische uitvoerbaarheid). In Nederland is het hoogstwaarschijnlijk wel mogelijk dat de consument zijn eigen box mag afwassen. In de hygiëncode voor horeca staat dat bedrijven alleen moeten beoordelen of de verpakking schoon en heel is.</p>
Financiële gevolgen
<p>Een restaurant kan zich aansluiten bij reCIRCLE en begint met een proefperiode van drie maanden. Deze proefperiode is er om het systeem te testen en te kijken of er draagvlak is bij de consument. Een restaurant moet 150 frank betalen om mee te mogen doen, in ruil krijgt het restaurant 20 boxen en communicatiemiddelen om consumenten te informeren. Het gebruik van deze boxen zorgt ervoor dat het restaurant minder kosten heeft aan niet-recyclebare verpakkingen. De consument betaalt borg en heeft daarnaast in principe geen kosten. Er zijn dus geen grote financiële gevolgen bij de consument en producent. De kosten voor de productie van de box zijn volledig voor reCIRCLE. reCIRCLE wordt door private organisaties financieel ondersteund.</p>
Draagvlak
<p>reCIRCLE kan leiden tot kostenbesparing voor bedrijven, aangezien het zorgt voor een afname van het gebruik van maaltijdverpakkingen. Dankzij de kostenbesparing is het draagvlak bij restaurants groot. Daarnaast speelt concurrentie ook een grote rol. Duurzaamheid wordt steeds belangrijker in het dagelijks leven van een steeds groter wordende groep, en deelname aan het reCIRCLE-project zorgt ervoor dat een restaurant zich kan onderscheiden van de rest. Echter, bedrijven gaan sneller meedoen als hun concurrenten zich ook hebben aangemeld.</p>

Hierdoor komt hun concurrentiepositie niet in gevaar. Ondanks het feit dat er veel restaurants meedoen, blijven deze bedrijven ook niet-recyclebare verpakkingen aanbieden. De reden hiervoor is dat ze bang zijn om klanten te verliezen wanneer ze hen verplichten om een box aan te schaffen.

De meeste consumenten zijn gewend geraakt aan een afhaalmaaltijd met plastic verpakking en zullen dit niet zo snel veranderen. Het draagvlak is relatief laag en daardoor zullen veel consumenten geen moeite doen om de box te kopen of weer in te leveren. Hiermee komt het principe van reCIRCLE niet tot zijn recht. De participatiebereidheid is lager in Duitsland dan in Zwitserland, aangezien in Duitsland de consument niet zijn eigen box mag afwassen. Dit verlaagt het gemak en comfort voor de consument. Ook kost het meer tijd voor de ondernemer, aangezien hij bij gebruik eerst de box (opnieuw) moeten afwassen.

Bronnen

- [Herbruikbare afhaalverpakkingen : Coöp en reCIRCLE starten pilotproject in Basel](#)
- [reCIRCLE homepage](#)
- [The story of reCIRCLE : zero waste consumption & production](#)

A.6 Plasticvrije zone

Korte omschrijving maatregel

In een plasticvrije zone is in een afgebakend gebied de verkoop van consumpties in wegwerpplastic niet toegestaan bij horecalocaties. Onder wegwerpplastic wordt verstaan: rietjes, koffiebekers, deksels, drinkbekers, maaltijdenverpakkingen en bestek. Doel van de plasticvrije zones is om te laten zien dat complete uitfasering van wegwerpplastic mogelijk is.



(Waar) is de maatregel al toegepast?

Er lopen trajecten in zes Australische gebieden, en meer locaties overwegen het. In Noosa, een kustplaats in Zuid-Australië, loopt het traject het langst, namelijk sinds februari 2018. In Noosa ondersteunt de gemeente het traject dat wordt begeleid door Boomerang Alliance.

De deelstaatregering van Zuid-Australië heeft uitgevraagd welke gebieden nog meer mee willen doen als plasticvrije zone en deelnemen aan het stakeholderproces. Dit heeft geleid tot tien aanvragen voor een plasticvrije zone en voor 25 deelnemers aan het stakeholderproces. Pilots betreffen een grote markthal, winkelcentrum, winkelstraat en 21 surfclubs. Trajectbegeleiding wordt gefinancierd door de overheid. Er wordt naar gestreefd dat de zones zichzelf draaiend kunnen houden.

In Scheveningen doen elf strandpaviljoens vanaf 1 mei 2019 hun Single Use Plastics in de ban.

Effecten of verwachte effecten

Het traject in Noosa loopt sinds februari 2018. Hier doen 189 bedrijven en 18 evenementen aan mee. 47 bedrijven hebben al hun plastic vermeden of vervangen en zijn 'Plastic Free Champion' geworden. Met name het gebruik van plastic wegwerpprietjes en drinkbekers is sterk verminderd. Er wordt gestreefd naar zoveel mogelijk gebruik van herbruikbare alternatieven (aardewerk mokken, metalen bestek). Bij meeneemmaaltijden wordt gebruik gemaakt van composteerbare alternatieven.

Juridische uitvoerbaarheid

In Australië is er voor gekozen om op basis van vrijwilligheid plasticvrije zones aan te wijzen. Hier zit dus geen verplichting achter. Het gaat om een verbod bij horecagelegenheden. Het afdwingen vanuit een overheid van plasticvrije zones in de openbare ruimte van bepaalde gebieden zal lastiger worden. Het beheer van de openbare ruimte valt onder de verantwoordelijkheid van de gemeente. Waarschijnlijk kan een gemeente een plasticvrije zone niet afdwingen via een Algemene Plaatselijke Verordening, omdat het gebruik van plastic niet samenhangt met openbare orde of veiligheid. Omwille van de veiligheid is juist op sommige plaatsen alleen kunststof drinkgerei toegestaan. Ook zou het in strijd kunnen zijn met de gemeentewet, indien het een te grote inperking van het vrije verkeer van goederen oplevert.

Financiële gevolgen

Ondernemers moeten zoeken naar alternatieven. Voor composteerbare alternatieven geldt dat zij nu nog duurder zijn, maar dat de kosten dalen. Met name rietjes zijn duurder; hiervan is in Noosa het gebruik met 80% gereduceerd, omdat ze alleen nog op verzoek gegeven worden. Volgens Boomerang Alliance is het effect op de prijzen beperkt, en gaat het hooguit om \$ 0,02 op een kop koffie van \$ 4.

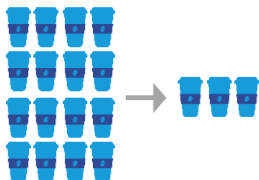

Draagvlak
Draagvlak bij ondernemers zal sterk afhangen van de beschikbaarheid van alternatieven die niet al te veel geld kosten. Ook de reactie van consumenten is een belangrijke succesfactor. Als deze de plasticvrije zones hoog waarderen, kan dit tot een versnelde uitrol leiden. Als zij de zones gaan mijden, zal dit zeer negatief werken. In Noosa zijn consumenten enthousiast en gebruiken deelnemers hun deelname in hun promotie. Door het werken met zones kunnen ondernemers in een bepaald gebied elkaar inspireren om mee te doen. Draagvlak van consumenten zal afhangen van de prijs en het gemak van alternatieven. Zo is er veel draagvlak om geen rietje te gebruiken als deze niet meer standaard wordt aangeboden. Een papieren rietje is vaak minder prettig en duurder.
Bronnen
<ul style="list-style-type: none"> - Government of South Australia : Plastic Free Precincts - Gemeente Veldhoven : Uitvoeringsbesluit ex artikel 2:36 Apv (kunststof drinkgerei) - VNG : Hoe kan de gemeente in de APV een verbod op roken in of rond openbare gebieden (bijv. speeltuinen en schoolpleinen en in een zone rond openbare gebouwen) regelen? - Boomerang alliance : persoonlijke communicatie met Toby Hutcheon

A.7 Uutfasering

Korte omschrijving maatregel	
Uitfaseren van wegwerpverpakkingen vanuit bedrijven houdt in dat de verkoop en productie van producten zal worden gestopt en waar mogelijk vervangen worden door andere producten.	
(Waar) is de maatregel al toegepast?	
Meubelgigant IKEA wil per 2020 af van alle plastic wegwerpproducten, zowel producten in de warenhuizen als de restaurants. Al het plastic dat gebruikt wordt, zal vervangen worden door plastic dat is gemaakt op basis van gerecyclede en/of hernieuwbare materialen. Supermarktketen JUMBO gaat ook stoppen met plastic verpakkingen bij groenten, Bol.com gaat 3.5 miljoen producten in een recyclebare zak versturen in plaats van een kartonnen doos. Hiermee gaan deze bedrijven verder dan het Europese verbod op wegwerpplastic dat per 2021 moet ingaan. Ook Canada wil alle plastic wegwerpproducten per 2021 vervangen. Websupermarkt Picnic is per september 2019 al gestopt met de verkoop van wegwerpplastic dat binnen het verbod van 2021 valt. Zij willen als alternatief een volledig assortiment van bestek en bordjes van bagasse (stengels van suikerriet), papier en CPLA aanbieden.	
Effecten of verwachte effecten	
Het (te verwachten) effect is in alle gevallen een afname van plastic afval en een toename van het gebruik van duurzame alternatieven. Het, vanaf 2021, Europees verbod op plastic wegwerpbestek, wattenstaafjes, rietjes en roerstaafjes zal leiden tot 100% duurzame verpakkingsmaterialen. Dit zal leiden tot hoge investeringskosten voor bedrijven en een omschakeling binnen de productieketen. IKEA wil het uitfaseren nog breder trekken en focust zich daarom op alle plastic wegwerpproducten. Er is nog niet voor alle verpakkingen op dit moment een geschikt alternatief, toch is IKEA in gesprek met leveranciers en overtuigd dat het gaat lukken.	
Juridische uitvoerbaarheid	
Het Europees Parlement heeft begin 2019 een verbod per 2021 ingesteld op wegwerpplastic. Dit houdt in dat plastic wegwerpbestek, wattenstaafjes, rietjes en roerstaafjes vanaf 2021 verboden zijn. Aangezien het verbod is ingesteld op Europees niveau, is Nederland verplicht om dit verbod te handhaven en mee te nemen in de Nederlandse wetgeving. De deelnemende bedrijven bereiden zich met deze maatregelen voor op wetgeving om wegwerpplastic per 2021 te verbieden. Een verdergaande uutfasering, zoals IKEA ambieert, is tot nu toe vrijwillig. De Nederlandse overheid of Europa kan ervoor kiezen om het verbod te verbreden.	
Financiële gevolgen	
De financiële gevolgen zullen vooral voor rekening van de ondernemers komen, die (duurdere) alternatieven moeten organiseren. Mogelijk rekenen zij dit door aan consumenten. Dit kan tot gevolg hebben dat de prijzen voor bepaalde producten hoger worden.	


Draagvlak
Consumenten worden gestimuleerd om hun gewoontegedrag aan te passen. Indien er geen beschikbare alternatieven zijn voor de verpakkingen zal het draagvlak onder de consumenten en ondernemers laag zijn. Daarnaast is het van belang dat de alternatieven niet te veel geld kosten (in vergelijking met het huidige) en er weinig tot geen verschil zit in het comfort en gemak dat mensen ervaren bij de wegwerpverpakkingen. Picnic geeft aan dat veel klanten hebben gevraagd om te stoppen met de verkoop van wegwerpplastic, draagvlak is dus waarschijnlijk groot.
Bronnen
<ul style="list-style-type: none"> - IKEA wil af van plastic bekertjes, rietjes en zakjes - Canada to ban single-use plastics as early as 2021 - Blog: Uitdagende tijden voor verpakking - IKEA stopt met wegwerpplastic en wil 'klimaatpositief' worden - Europees Parlement verbiedt wegwerpplastic vanaf 2021 - Wat doet IKEA op het gebied van duurzaamheid? - Picnic stopt met verkoop wegwerpplastic

A.8 Reductiedoelstelling

Korte omschrijving maatregel	
Een reductiedoelstelling houdt in dat er een nationaal maximaal consumptieniveau voor het gebruik van wegwerpbekers wordt ingesteld. Het doel is om het gebruik van wegwerpbekers te reduceren. Het consumptieniveau zal, om effect te generen, daarom ook lager moeten zijn dan het huidige consumptieniveau van wegwerpbekers. Het is dan zowel aan de ondernemers als de consumenten om op zoek te gaan naar alternatieven om uiteindelijk de reductiedoelstelling te behalen.	
(Waar) is de maatregel al toegepast?	
Deze maatregel is nog nergens toegepast, wel wordt het meegenomen als aanbeveling in Schotland. Het is aanbevolen in een pakket met in totaal zes maatregelen. Dit pakket is opgebouwd volgens de 'afvalhiërarchie', zie het volgende figuur.	
	
De andere maatregelen zijn:	
<ul style="list-style-type: none"> — gebruik maken van 'social marketing' om ervoor te zorgen dat niet-duurzame consumptie sociaal onaanvaardbaar wordt; — een heffing op het gebruik van een wegwerpbeker (Latte Levy); — een verbod op de verkoop van niet-recyclebare bekertjes in 2021; — het instellen van herbruikbare-bekerverhuurprogramma's; — duidelijkere informatievoorziening en innovatie in bekerontwerp om recycling te bevorderen. 	

Effecten of verwachte effecten
<p>De reductie zal zorgen voor meer investeringen in de transitie naar een circulaire economie. Op dit moment worden er jaarlijks 200 miljoen wegwerpbekers gebruikt in Schotland en dit zal, wanneer er geen beleidsinterventie wordt toegepast, stijgen tot 310 miljoen in 2025. Het doel van deze beleidsinterventie is dat er meer wordt gefocust op duurzaamheid, recycling en herbruikbare producten om het gebruik van niet-herbruikbare producten te voorkomen.</p> <p>De exacte effecten van deze beleidsinterventie zijn nog niet in kaart gebracht, aangezien er eerst nog verder onderzoek gedaan moet worden naar de precieze hoogte van de reductiedoelstelling. De doelstelling moet namelijk ambitieus zijn, maar ook volgens het SMART-principe worden opgesteld. Het SMART-principe houdt in dat de doelstelling specifiek, meetbaar, haalbaar, realistisch en tijdgebonden is. Het is echter wel zo dat er een pakket aan maatregelen is opgesteld om de reductie van wegwerpafval te realiseren. Al deze interventies hangen met elkaar samen en bereiken samen de grootste resultaten. Het is daarom niet specifiek duidelijk wat de effecten van één bepaalde maatregel zal zijn. Samen moet het in ieder geval zorgen voor een 100% afname van het gebruik van wegwerpbekers.</p>
Juridische uitvoerbaarheid
<p>De overheid kan het afdwingen, maar daar is wel een duidelijk en gestructureerde wetgeving voor nodig. Er moet gebruik worden gemaakt van proportionele, gerichte wetgeving en regelgevingskaders om deze veranderingen te stimuleren. Ook kunnen al bestaande kaders (zoals de inkoop- en prestatiekader) worden gebruikt om het belang van afvalpreventie en duurzame consumptie te stimuleren.</p>
Financiële gevolgen
<p>De kosten voor de overheid zijn voornamelijk de verdere onderzoeken naar de hoogte van de reductiedoelstelling, mogelijke effecten en de organisatie van de wetgeving. Ook is het mogelijk dat de overheid een pilot wil starten, waarvan de kosten dan ook voor haar rekening zijn. Er zijn ook financiële gevolgen voor de ondernemers, aangezien zij hun producten zullen moeten aanpassen en op zoek moeten gaan naar alternatieven. Deze kosten worden mogelijk doorberekend aan de consument.</p>
Draagvlak
<p>De doelstelling geeft alleen een reductie aan, maar biedt geen alternatief voor de verpakkingen en bekercapaciteit. Het draagvlak van zowel de ondernemers als de consumenten hangt af van het aanbod van alternatieve verpakkingen. Het draagvlak zal waarschijnlijk groter worden wanneer deze maatregel wordt toegepast in combinatie met een andere maatregel, zoals bijvoorbeeld het instellen van herbruikbare bekerverhuurprogramma's.</p>
Bronnen
<ul style="list-style-type: none"> - Scottish panel recommends 20-25 pence 'Latte Levy' - Single-use disposable cups: EPECOM recommendations

A.9 Informatievoorziening

Korte omschrijving maatregel	
<p>Informatievoorziening op verpakkingen biedt informatie aan de consument, zodat zij een goed geïnformeerde beslissing kunnen nemen over hun koffiebeker en verpakkingen. Enkele voorbeelden van teksten zijn: "Heb je deze koffiebeker echt nodig?" of "Deze verpakking is niet duurzaam." Dit laat de consument nadenken over de keuzemogelijkheden en motiveert om voor duurzamere opties te kiezen.</p>	
(Waar) is de maatregel al toegepast?	
<p>Deze maatregel is nog niet toegepast. Wel is het te vergelijken met de preventie- en informatievoorziening op sigarettenverpakkingen. De tabaksproductenrichtlijn draagt bij aan de preventie van tabaksverslaving en een eerlijke informatievoorziening voor consumenten.</p>	

Effecten of verwachte effecten
<p>Het te verwachten effect is dat mensen meer gaan nadenken over hun aankopen en hoe ze duurzamer kunnen leven. De teksten op de verpakking kunnen motiveren om een duurzamer verpakking te kiezen. Hierdoor zal het gebruik van wegwerpbekers en niet-recyclebare verpakkingen worden teruggedrongen. Hiervoor zal er echter wel een alternatief nodig zijn, zoals een herbruikbare of recyclebare verpakking met een vergelijkbare prijs en comfort.</p> <p>De beleidsmaatregelen die zijn genomen om het gebruik van tabak te verminderen zijn onvoldoende geweest om het aantal rokers te verlagen. Hier speelt echter het verslavingsaspect ook een grote rol. Het is daarom nog onduidelijk of informatievoorziening op de verpakkingen voldoende effect sorteert. Hier zal nog verder onderzoek naar gedaan moeten worden.</p>
Juridische uitvoerbaarheid
<p>Deze beleidsmaatregel komt overeen met de verplichte informatievoorziening op de tabaksproducten. De Europese Unie kent een richtlijn over tabaksproducten, met onder andere bindende voorschriften omtrent de presentatie. Deze richtlijn draagt bij aan preventie en een eerlijke informatievoorziening voor consumenten. Lidstaten van de EU zijn verplicht om deze richtlijn te implementeren in hun nationale wetgeving. Het doel van de informatievoorziening op verpakkingen en wegwerpbekers is ook preventie. Het is daarom erg aannemelijk dat deze maatregel juridisch uitvoerbaar is, zowel op EU- als nationaal niveau, aangezien er al iets soortgelijks bestaat.</p>
Financiële gevolgen
<p>De financiële gevolgen komen voornamelijk te liggen bij de bedrijven. Zij moeten aanpassingen maken op hun verpakkingen. Voor de consument en overheid verandert er vrijwel niets. Indien de kosten voor de bedrijven oplopen kan dit als gevolg hebben dat dit wordt doorberekend aan de consument. De overheid zal moeten investeren in het maken van een gestructureerd beleid, handhaving en een duidelijk overzicht/richtlijn voor de informatievoorziening.</p>
Draagvlak
<p>Het draagvlak onder bedrijven zal erg laag zijn. De reden hiervoor is dat bedrijven hun product zo positief mogelijk willen neerzetten om een zo groot mogelijk klantenbestand te bereiken. De informatievoorziening en preventieteksten staan dit in de weg. De consument zal zich echter alleen iets aantrekken van deze interventie wanneer er ook een alternatief mogelijk is.</p>
Bronnen
<ul style="list-style-type: none"> - Trimbos : Herziening van de tabaksproductenrichtlijn van de Europese Unie (EU) - Rokeninfo : EU-richtlijn tabaksproducten

A.10 Verbod

Korte omschrijving maatregel
<p>De overheid creëert een richtlijn voor een verbod op het gebruik van wegwerpplastic.</p>

(Waar) is de maatregel al toegepast?
<p>Sinds augustus 2018 is het verbod op wegwerpplastic in cafés ingesteld in Zuid-Korea. In Zuid-Korea was het gebruikelijk om ook uit een plastic beker te drinken wanneer men bij een restaurant of café binnen zat. De maatregel is nu zo toegepast dat een koffie-to-go wel nog in een plastic beker mag, maar wanneer men binnen zit wordt dit geschonken in een beker van keramiek. Aanleiding voor invoering was het Chinese importverbod voor afval. Voorheen werd het afval geëxporteerd naar China. Sinds China weigert buitenlands afval te importeren en te verwerken moest het recyclingprogramma van Zuid-Korea worden herzien. Veel recycling-bedrijven in Zuid-Korea zelf weigerden afval van plastic tasjes en bekertjes te recyclen, omdat dit zorgt voor hoge proceskosten. Hierdoor kon niet al het afval meer worden gerecycled.</p> <p>Ook andere landen, zoals Frankrijk, ambiëren een totaalverbod op wegwerpplastic. In Aruba is sinds 2019 een verbod op een aantal plastic producten van kracht.</p>

<p>Effecten of verwachte effecten</p> <p>Het effect van een verbod is groot. Als het goed gehandhaafd wordt, kan dit tot een totale uitfasering van een grote groep wegwerpproducten leiden. Bedrijven die veel wegwerpbekers gebruiken kunnen in Zuid-Korea een boete krijgen tot 1.780 dollar. Deze boete zorgt ervoor dat veel bedrijven zich gaan oriënteren en gaan investeren in duurzame alternatieve opties. Ook worden de recyclingbedrijven financieel gesteund door de overheid, zodat ze de kosten van het recyclen van plastic op zich kunnen en willen nemen. Daarnaast zal de hoeveelheid afval dalen, wat zal leiden tot minder kosten. Hierdoor zullen recyclingbedrijven het afval niet meer weigeren, aangezien de proceskosten een stuk lager zullen uitvallen. Het doel is om het plastic afval te verminderen met 50% in tien jaar tijd. Deze maatregel heeft wel tot spanningen geleid bij sommige horecabedrijven. Veel mensen zeggen dat ze hun koffie mee willen nemen, zodat ze het alsnog in plastic beker krijgen, en gaan vervolgens binnen zitten. Dit kan soms leiden tot vervelende situaties wanneer het personeel ze verzoekt weg te gaan.</p>
<p>Juridische uitvoerbaarheid</p> <p>Deze wetgeving is ingevoerd in Zuid-Korea, dus de kans is groot dat dit verbod juridisch uitvoerbaar is in andere landen. Wel is het belangrijk dat er duidelijke richtlijnen worden vastgesteld en er genoeg tijd is om deze maatregel te implementeren. Dit was in Zuid-Korea niet het geval, wat leidde tot veel verzet van de ondernemers. Wetgeving voor een totaalverbod kan juridisch ingewikkeld zijn.</p>
<p>Financiële gevolgen</p> <p>De kosten voor de recyclingbedrijven zullen dalen, aangezien de hoeveelheid plastic afval aanzienlijk zal verminderen. Ook biedt de overheid een financiële compensatie (1,5 miljoen dollar) aan voor de recyclingbedrijven om ze te stimuleren het afval niet meer te weigeren. De kosten zullen oplopen voor de ondernemers, omdat ze naast plastic bekertjes nu ook mokken of herbruikbare bekertjes moeten inkopen.</p>
<p>Draagvlak</p> <p>Het draagvlak onder de bedrijven is heel laag. Veel ondernemers in Zuid-Korea vinden dat de overheid consumenten moeten straffen voor het gebruik van plastic en niet de bedrijven zelf. Daarnaast is deze wetgeving abrupt ingevoerd, waardoor er geen tijd was om zich goed voor te bereiden. Het draagvlak zou wellicht hoger zijn geweest als er meer tijd en richtlijnen waren ingesteld. Het draagvlak onder de consumenten is een stuk hoger. Meer dan 80% is het eens met dit voorstel.</p>
<p>Bronnen</p> <ul style="list-style-type: none"> - South Korea bans disposable coffee cups, plastic bags - After plastic-cup ban in cafes, some Koreans are 'fed up' with the new rule - South Korea bans single-use plastic bags



B Longlist beleidsinterventies

Land	Overheid/ bedrijf	Categorie	Maatregel	Artikelen	Effect	Bron	Shortlist
Nederland	Bedrijf	Korting/ belasting	25 eurocent korting op warme drank als je je eigen mok meeneemt bij stationswinkels.	Bekers voor warme dranken.	1% minder verkoop wegwerpbekers na drie maanden.	Reiziger loopt warm voor korting: 60.000 warme dranken in eigen bekens	Ja
VK	Bedrijf	Korting/ belasting	Costa: 25 pence korting bij eigen mok; verkoop herbruikbare beker voor 3 pond (ook andere doen dit tot max. 50 pence).	Bekers voor warme dranken.		Which coffee shops will offer you 50pc discount for reusing your cup?	Ja
VK	Bedrijf	Korting/ belasting	Starbucks: 25 pence korting bij eigen mok; 5 pence extra bij papieren beker; herbruikbare beker voor 1 pond.	Bekers voor warme dranken.	Inmiddels 5,8% eigen bekens bij heffing.	Which coffee shops will offer you 50pc discount for reusing your cup? Starbucks says use of reusable cups rose by 150% after Latte Levy trial	Ja
Zwitserland, Stuttgart	Bedrijf	Herbruikbare alternatieven	reCIRCLE, herbruikbare afhaalverpakkingen, in horeca, met borg.	Plastic maaltijdboxen én koffiebekers.	Al 5 miljoen wegwerpverpakkingen bespaard; 20.000 verpakkingen per dag.	reCIRCLE homepage Coöp en reCIRCLE starten pilotproject in Basel : Herbruikbare afhaalverpakkingen	Ja

Land	Overheid/ bedrijf	Categorie	Maatregel	Artikelen	Effect	Bron	Shortlist
VK	Overheid	Korting/ belasting	Latte Levy - 25 pence Levy bij gebruik wegwerpbeker - niet ingevoerd.	Wegwerpbekers	Paper cup alliance: – 5,7% switcht naar eigen beker; – 8% koopt niets; 11.000 banen verloren, 819 miljoen kosten, Eunomia 30% minder bekers.	Paper Cup Alliance; Written evidence submitted by Eunomia Research and Consulting Ltd Prevention measures could reduce coffee cup waste by 300m per year, says study	Ja
Australië (Zuid- Australië)	Overheid, samen met bedrijfsleven	Verbod	Verbod in aangewezen gebieden. Onderdeel van groter plan om SUP helemaal uit te bannen. Voor koffiebekers en verpakkingen wordt nog onderzocht wanneer ze worden uitgefaseerd.	Onder andere bekers, rietjes, plastic zakjes.		South Australia's first plastic-free precincts announced	Ja
Duitsland (Freiburg)	Overheid, samen met bedrijfsleven	Herbruikbare alternatieven	FreiburgCup met statiegeld.	Koffiebekers	105 deelnemende partijen, 26.000 cups verkocht, 15% niet terug.	Zero Waste Europe	Ja
Nederland (Ikea)	Bedrijf	Herbruikbare alternatieven	Geen single use plastic meer in 2020, uitfaseren en vervangen door alternatieven.	SUP	Nog niet ingevoerd	Canada to ban single-use plastics as early as 2021	Ja
Zuid-Korea	Overheid	Verbod	Verbod wegwerpplastic	Onder andere bekers en flesjes		SGS Search (2019).	Ja
Schotland	Overheid	Reductie- doelstelling	Nationaal koffie- bekerreductietarget, onderdeel van meerdere aanbevelingen.	Koffiebekers	Voorstel	Scottish panel recommends 20-25 pence 'Latte Levy'	Ja

Land	Overheid/ bedrijf	Categorie	Maatregel	Artikelen	Effect	Bron	Shortlist
Nergens	Overheid	Informatie	Informatie op verpakking, heb je echt een verpakking nodig?	Verpakking	Nog nergens.		Ja
Letland	Overheid	Belasting	Tableware tax, gedifferentieerd naar materiaal. Per kg tableware.	Packaging and disposable tableware.	Leverd per jaar ongeveer 1 miljoen EU op.	Database on Policy Instruments for the Environment : Pine database portal	Nee
Frankrijk	Overheid	Verbod	Verbod vanaf 2020; vanaf 2019 hogere belasting plastic zonder gerecyclede content; hogere landfill tax; 2025 al het plastic gerecycled.	Plastic bekens, glazen, borden, bestek.	Nog niet ingevoerd, is het juridisch haalbaar?	MEPs Reject National Bans on Packaging SGS Search (2019).	Nee
VK	Overheid	Korting/ belasting	Latte Levy - 25 pence Levy bij gebruik wegwerpbeker bij overheid zelf.	Wegwerpbekers	75% minder wegwerpbekers, wel meer verkoop dranken.	MPs' 25p 'Latte Levy' proves successful as disposable waste in Westminster plummets	Nee
VK	Bedrijf	Korting/ belasting	Caffe Nero: Dubbele stempels bij je eigen beker (bij 9 stempels krijg je een gratis drankje).	Bekers voor warme dranken.		Which coffee shops will offer you 50pc discount for reusing your cup?	Nee
Nederland	Bedrijf	Herbruikbare alternatieven	Cupholder, zodat herbruikbare beker aantrekkelijker wordt, Heineken.	Beker	?, doel om binnen 3 jaar 50% van bekens op festivals te vervangen of hoogwaardig te recyclen.	Heineken pakt plastic beker berg aan tijdens festivals	Nee
Nederland	Bedrijf	Convenant	Plastic promise; minder eenmalig plastic op events.	Plastic wegwerpartikelen.	?	Homepage Plastic Promise landelijk platform	Nee

Land	Overheid/ bedrijf	Categorie	Maatregel	Artikelen	Effect	Bron	Shortlist
US (Maine)	Overheid	Verbod	Verbod op styrofoam food containers vanaf 2021.	Food containers styrofoam.			Nee
Duitsland (Tübingen)	Overheid	Korting/ belasting	Belasting, betaald door verkooppunten.	Koffiebekers, pizzaboxen, wokbekers, etc.	Nog niet ingevoerd.	Städte wollen ihre Müllberge schrumpfen	Nee
Canada	Overheid	Verbod	Verbod vanaf 2021	Nog niet bekend.	Nog niet ingevoerd.	Canada to ban single-use plastics as early as 2021	Nee
Nederland	Bedrijf	Recycling	Heineken: Geen gekleurde inkt bekertjes op festivals, dus betere recycling.	Beker	?	Heineken pakt plastic beker berg aan tijdens festivals	Nee
Duitsland	Overheid	Korting/ belasting	Producenten belastingen die wegwerproducten produceren voor eenmalig gebruik, gebruikt voor het onderhouden en reinigen van straten en parken.	Wegwerproducten voor eenmalig gebruik (koffiebekers, sigaretten).	In te voeren in 2021.	Duitsland wil bedrijven belastingen die wegwerproducten produceren https://www.topics.nl/duitsland-wil-bedrijven-belastingen-die-wegwerproducten-produceren-	Nee
Maleisië	Overheid	Verbod	Verbod vanaf 2030; introductie van alternatieven in 2022.	Wegwerplastic		SGS Search (2019).	Nee
Taiwan	Overheid	Verbod	Heffing van 2025; verbod vanaf 2030.	Rietjes, tasjes, borden, bestek, bekertjes.		SGS Search (2019).	Nee

Land	Overheid/ bedrijf	Categorie	Maatregel	Artikelen	Effect	Bron	Shortlist
India (o.a. Maharashtra)	Overheid	Verbod	Verbod op het produceren, verkopen en gebruiken van wegwerp plastic.	Tasjes, borden, bestek, kleine flessen.	Vanwege protest alleen gericht op tasjes, borden, styrofoam voedselcontainers. Volgens National Geographic 40% minder plasticafval.	SGS Search (2019). Plastic bans spread in India. Winners and losers aren't who you'd expect.	Nee
Aruba	Overheid	Verbod	Vanaf 2019, totale ban in 2020.	Cups, rietjes, styrofoam boxes.		Aruba bans all single-use plastic to maintain its environmental lead Aruba bans all single-use plastic to maintain its environmental lead	Nee
België	Overheid	Belasting	Packaging tax, belasting op dranken-verpakkingen.	Dranken-verpakkingen		Database on Policy Instruments for the Environment : Pine database	Nee
VK	Overheid	Verbod	Verbod als 100% recyclingdoel niet gehaald wordt.	Koffiebekers	Voorstel	The behavioral economics that explain why we need a tax on disposable coffee cups	Nee
Duitsland	Bedrijf	Statiegeld	Recup, beker waar je € 1 voor betaalt en bij alle deelnemende partijen weer kunt inleveren.	Bekers voor warme dranken.		Recup : Lust auf Kaffee, so geht's	Nee, zie FreiburgCup
België (Brussel)	Bedrijf	Herbruikbare alternatieven.	Herbruikbare box voor afhaalmaaltijden.	Maaltijdboxen		Tiffin : la boîte à repas zéro déchets en inox	Nee, zie reCIRCLE