

ENJOY YOUR DRINK!

PICK A

KEEPER

Koninklijke Horeca Nederland bindt de strijd aan tegen wegwerpplastic. Uw gemeente helpt ons toch ook?



IN DIT DOCUMENT

- 02** HET PROBLEEM
- 04** DE PRAKTIJK
- 05** DE CAMPAGNE
- 06** WAT VRAGEN WE AAN U?
- 07** DE BIJDRAGE
- 08** DE TOOLKIT
- 09** GEMEENTEN & TOON
- 10** CONTACT



PICKAKEEPER.
UITBUNDIG.AGENCY
SCAN OF GA NAAR

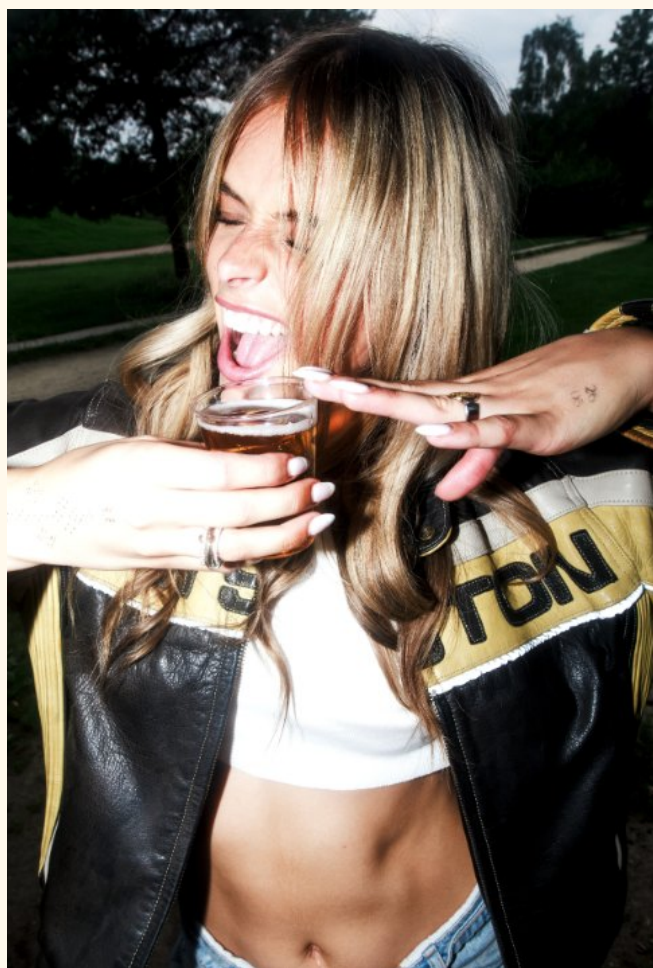
SAMEN NAAR EVENEMENTEN ZONDER WEGWERPPLASTIC

Het is een bekend beeld: na de kermis, festival, evenement, carnaval of een stranddag ligt de grond bezaaid met plastic bekertjes en verpakkingen. Heel veel werk om het plastic op te ruimen, veel kosten en slecht voor het milieu. Plastic bevat aardolie, dus een fossiele brandstof. Plastic dat op de grond belandt, verteert nooit, kan tot honderden jaren in de natuur blijven en valt uiteen in microplastics. Deze komen via het grondwater uiteindelijk in de rivieren en zee terecht en daarna vaak ook in de voedselketen.

Tot de start van de aanpak van Single Use Plastics werden zo'n 7 miljard wegwerpbekers, borden, bestek en andere producten per jaar gebruikt. Iedereen is het dan ook eens met de Europese regelgeving, die wegwerpplastic, ook wel Single Use Plastics genoemd, verbiedt. Inmiddels mogen we constateren dat de horecaondernemers en organisatoren van evenementen, festivals en buitenevenementen gemotiveerd en actief inzetten op het terugdringen van Single Use Plastics. Maar we kunnen het niet alleen en dus roepen we de steun in van de gebiedsbeheerders zoals uw gemeente.

7 mrd

wegwerpbekers, borden, bestek en andere
producten per jaar — tot de start van de SUP-
aanpak





hou'm
vast

**PAK EEN
BLIJVERTJE,
GEEN WEGWERP-
PLASTIC MEER.**

03 · CAMPAGNEBEELD
ENJOY YOUR DRINK!

HELP ONS DRAAGVLAK BIJ ONZE GASTEN TE REALISEREN

Horeca-exploitanten en organisatoren van festivals hebben al grote stappen gezet. Inmiddels werken steeds meer partijen met soft cups of hard cups en wordt het gebruik van pitchers gepromoot. In de praktijk lopen deze ondernemers echter tegen tal van uitdagingen aan die vooral samengevat kunnen worden als draagvlak bij de gasten realiseren. Immers, met alleen het uitdelen van soft cups ben je er niet. De cups dienen ook schoon genoeg aangeleverd te worden voor recycling, dus niet op de grond gegooit en zonder peuken en ander viezigheid.

Vaak wordt dan ook een statiegeldregeling opgetuigd, wat weer tot weerstand leidt. Of er wordt gekozen voor zogenaamde 'hard cups' waardoor extra personeel nodig is om de cups op juiste en hygiënische wijze te reinigen. Hard cups zijn daarnaast best duur, ook als ze gehuurd worden. En dan is er nog het aspect 'recycling'. Ook hiermee zijn (hoge) kosten gemoeid, los van de praktische uitdagingen om de gebruikte soft cups op de juiste wijze aan te bieden. De kosten voor de omslag naar soft cups of hard cups komt volledig ten laste van de ondernemers.

“WAAROM IS DIT NODIG, WAAROM MOET IK STATIEGELD BETALEN?”

Maar vooral lopen ondernemers dus tegen weerstand bij hun gasten aan: 'waarom is dit nodig, waarom moet ik statiegeld betalen, etc.'. Uiteindelijk is het de wet die de ondernemers uitvoeren.

Onze ondernemers hoeven er niet alleen voor te staan. Reden waarom Koninklijke Horeca Nederland een beroep doet op de gebiedsbeheerders, zoals uw gemeente, om onze ondernemers een handje te helpen.

DE UITDAGINGEN OP EEN RIJ

- 01 Soft cups moeten schoon terugkomen**
Voor recycling moeten de cups schoon worden aangeleverd, dus niet op de grond en zonder peuken en ander vuil.
- 02 Statiegeld geeft weerstand**
Een statiegeldregeling helpt de cups terug te krijgen, maar gasten vragen zich af waarom ze moeten betalen.
- 03 Hard cups kosten personeel en geld**
Hard cups vragen extra personeel om ze hygiënisch te reinigen en zijn prijzig, ook als ze gehuurd worden.
- 04 Recycling is kostbaar**
Aan recycling zijn hoge kosten verbonden. Alle kosten komen bij de ondernemer terecht.

CAMPAGNE “ENJOY YOUR DRINK. PICK A KEEPER” ZORGT VOOR DRAAGVLAK ONDER GASTEN

Draagvlak onder de gasten is dus nodig om de horeca-exploitant en organisator van evenementen, festivals etc. in staat te stellen om de Single Use Plastic-regelgeving zo goed en efficiënt mogelijk uit te voeren. Daarom start KHN de campagne:

DE CAMPAGNE

“ENJOY YOUR DRINK. PICK A KEEPER.”

Pak een blijvertje, geen wegwerpplastic meer.

Een campagne die de horeca en organisatoren van evenementen en festivals een hart onder de riem steekt: 'je staat er niet alleen voor'. En die tegelijkertijd draagvlak bij de gasten van die evenementen realiseert en dus aanspoort om mee te werken.



01

HART ONDER DE RIEM
VOOR HORECA &
ORGANISATOREN

02

DRAAGVLAK BIJ DE
GASTEN VAN
EVENEMENTEN

03

AANSPOREN OM MEE TE
WERKEN

WAT VRAGEN WE AAN U? KHN ORGANISEERT, GEMEENTE EN GEBIEDSBEHEERDERS FACILITEREN

KHN organiseert de campagne. Hiervoor wordt samengewerkt met een ervaren communicatiegroep en creatief bureau dat al vele jaren campagnes gericht op duurzaamheid ontwikkelt voor gemeenten, provincies, semi-overheden, ngo's en private organisaties.

De basiscampagne wordt door middel van een zogenaamde 'toolkit' online beschikbaar gesteld aan iedere partij die een vergunning aanvraagt voor een (buiten)evenement waarbij sprake is van het verplicht gebruiken van een duurzaam alternatief voor wegwerpplastic. Het is dus KHN die voor de campagne zorgt, het is de gemeente of andere gebiedsbeheerder die de toolkit beschikbaar stelt aan de aanvrager van de vergunning.

Een online 'toolkit' is een digitale map met diverse onderdelen van de campagne die de ondernemer zelf kan gebruiken. Het betreft zowel online als offline communicatiemiddelen. Hierdoor kan de ondernemer de gasten zowel vóór het buitenevenement informeren als ter plekke. Zo laat u als gemeente zien dat de horeca en organisatoren van evenementen er niet alleen voor staan. Zonder dat u er echt werk aan heeft.

Uiteraard hebben we als KHN ons ook de vraag gesteld of wij de 'toolkit' kunnen versturen. Wij beschikken echter uitsluitend over de gegevens van onze eigen leden, dus horecaondernemers. Organisatoren van festivals, evenementen, optochten etc. vallen buiten onze bestanden. Door de 'toolkit' tegelijkertijd met de vergunning toe te zenden, worden alle partijen bereikt en profileert u zich als gemeente of gebiedsbeheerder bovendien als ondersteunende partij. Zoals we aangaven: "je staat er niet alleen voor".

Natuurlijk zijn er additioneel mogelijkheden om als gemeente in te haken op deze campagne via de eigen media. Zie hiervoor verder in dit document.

"JE STAAT ER NIET ALLEEN VOOR."

KHN ORGANISEERT
U FACILITEERT

KHN ORGANISEERT

- Ontwikkelt de campagne met een ervaren communicatiegroep en creatief bureau
- Levert de complete online toolkit: posters, bewegend beeld, huisstijl, persbericht, QR-landingspagina en instructie
- Is aanspreekpunt voor vragen, maatwerk en extra middelen

U FACILITEERT

- Stuurt de toolkit mee met elke vergunning voor een (buiten)evenement waar een duurzaam alternatief verplicht is
- Zet de middelen desgewenst in op de eigen website en social media
- Draagt een kleine bijdrage uit de SUP-vergoeding, naar omvang van de gemeente

KLEINE FINANCIËLE BIJDRAGE UIT DE SUP-VERGOEDING

Over de jaren 2023 en 2024 heeft u in oktober 2025 de zogenaamde SUP-vergoeding ontvangen: een vergoeding per inwoner om uw organisatie te ondersteunen bij de aanpak van Single Use Plastics. Komend najaar ontvangt u de vergoeding over 2025 die van vergelijkbare omvang zal zijn.

Om gebruik te kunnen maken van de basis 'toolkit' vragen we de deelnemende gemeenten om een kleine bijdrage, uitsluitend bedoeld als tegemoetkoming in de kosten van de ontwikkeling van de campagne. Omdat de rechten van modellen mede bepaald worden door de omvang van gebruik, hebben we een staffel ingebouwd naar omvang van de gemeente of gebiedsbeheerder.

BIJDRAGE PER CLUSTER GEBIEDSBEHEERDER / GEMEENTE

BEDRAGEN EXCL. BTW

Gemeente/gebiedsbeheerder tot 15.000 inwoners	€ 1.000
Van 15.000 tot 25.000 inwoners	€ 1.500
Van 25.000 tot 50.000 inwoners	€ 2.500
Van 50.000 tot 100.000 inwoners	€ 5.000
Van 100.000 tot 250.000 inwoners	€ 7.500
Meer dan 250.000 inwoners	€ 10.000

MAATWERK

Wilt u meer dan de basistoolkit, zoals video's, een outdoorcampagne, advertenties, een eigen social-mediacampagne, extra fotografie of een perscampagne? Dan maken we graag een aanvullend maatwerkplan.

WAT KRIJGT U VOOR DIT BEDRAG?



Als gemeente wordt u totaal ontzorgd. U ontvangt een online ‘toolkit’ die aan de aanvrager van de vergunning verstrekt wordt. Daarnaast kunnen de informatie en creatieve uitingen ook op uw eigen website en social media gebruikt worden. De toolkit zal bestaan uit een 360°-aanpak:

-
- 01** Een serie posters (fotografie) met als doel duurzame en herbruikbare materialen populair te maken
 - 02** Poster met statiegeld-aankondiging (fotografie)
 - 03** Een bewegende versie van deze creatieve uitingen: als bumper bij ontvangst van het digitale toegangsbewijs, in stories en posts op de social media van de ondernemers, op de website van de ondernemer en in promotie-items. Zelfde modellen, met variaties voor soft cups, hard cups en statiegeld
 - 04** Een huisstijl / visuele identiteit
 - 05** Een basispersbericht dat de horecaeigenaar naar de lokale media kan sturen en een bericht voor zijn website
 - 06** Een QR-code die gasten kunnen scannen, waarmee ze naar de landingspagina op de website van de ondernemer geleid worden met informatie over hoe, wat en waarom
 - 07** Een instructieblad en begeleidende pagina: hoe gebruikt u de toolkit
-

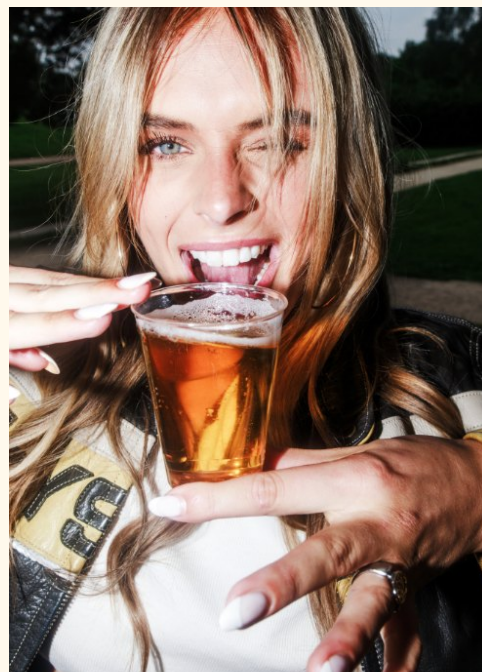
GEMEENTEN

Gemeenten kunnen de toolkit met communicatiemiddelen uiteraard ook zelf gebruiken, zodat deze ook op de eigen social media en website geplaatst kunnen worden, inclusief foto's en stories.

Nog te bespreken: in hoeverre gemeenten een pagina op hun eigen website willen plaatsen met meer informatie. Persbericht voor gemeentemediamedia en gemeentenieuws beschikbaar.

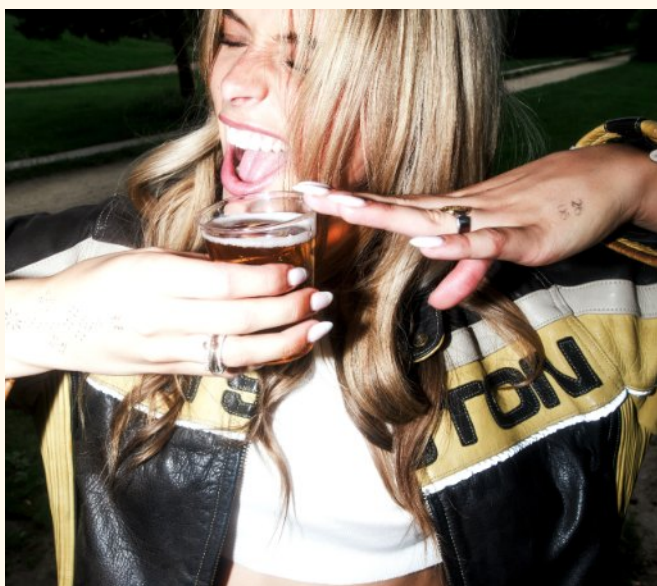
MEER ONDERDELEN EN/OF MAATWERK?

Natuurlijk kan er meer. Wilt u als gemeente specifieke extra's zoals video's, outdoorcampagne, advertenties, een grote eigen social-mediacampagne, extra fotografie, een perscampagne? Uiteraard maken we daarvoor dan graag een aanvullend maatwerkplan.



tone-of-voice • enjoy your drink. pick a keeper

Het is een horecacampagne gericht op bezoekers van evenementen, festivals, kermissen, carnaval etc. Vrolijk, enthousiast, feestelijk, aansluitend bij de sfeer, maar tevens informerend en appellerend aan verantwoordelijkheid en medewerking van gasten. De uitwerking zal eigentijds zijn, dus herkenbaar voor de huidige (TikTok-)doelgroep.



KHN werkt samen met de communicatiegroep Duurzamer Holland en Uitbundig Creative Agency. Wilt u direct de toolkit bestellen, eerst meer informatie, maatwerk of heeft u andere vragen? Neem dan contact op via hallo@uitbundig.agency of bel met Hanneke Cornelisse op 06 51 66 45 68.

SAMEN BINDEN WE DE STRIJD AAN TEGEN WEGWERPPLASTIC!

U doet toch ook mee?



SCAN OF GA NAAR

pickakeeper.uitbundig.agency

hallo@uitbundig.agency • Hanneke Cornelisse 06 51 66 45 68

Koninklijke Horeca Nederland

**u doet
toch ook
mee?**

MET VRIENDELIJKE GROET,

Koninklijke Horeca Nederland

i.s.m. communicatiegroep Duurzamer Holland • Uitbundig Creative Agency

ENJOY YOUR DRINK! • PICK A KEEPER • 10

