

Avaalex fysieke Kennismaking Aanbesteding Vormgeving - 11 september 2023

Tijdens de kennismaking is het niet de bedoeling om inhoudelijke vragen te stellen over de aanbesteding, deze vragen kunnen gesteld worden in de Nota van Inlichtingen.

Aan de ene kant gaat het om communicatie over de dienstverlening, aan de andere kant gaat het om het aanzetten tot gedragsverandering. De gemeenten moeten de afvalhoeveelheid terugbrengen. De missie is om ervoor te zorgen dat de inwoners van de gemeenten nog beter hun afval gaan scheiden.

Avaalex heeft zes gemeenten. Daarbij zijn wel verschillen in beleid tussen de gemeenten. Maar ook binnen de gemeenten zijn verschillen. Bijvoorbeeld bij hoogbouwcomplexen, waar plastic, drankverpakkingen niet gescheiden hoeven te worden, er wordt dan gekozen om tot nascheiding over te gaan. Terwijl in andere wijken dit wel netjes in eigen container wordt gescheiden. Dit zijn zaken waarmee vanuit communicatie rekening moet worden gehouden.

Avaalex gaat zich meer richten op meer specifieke communicatie (wijkaanpak – gerichtere communicatie i.p.v. een "schot hagel"). Om meer uit de communicatie te halen zal meer gekeken worden op wijkniveau, omdat de samenstelling van de verschillende wijken binnen de verschillende gemeenten erg uiteenloopt. De problematiek varieert en ook de middelen die daarvoor ingezet worden. Dit is ook nog afhankelijk van het beschikbare budget.

Avaalex heeft een website en een app. Deze worden voornamelijk gebruikt voor het verstrekken van praktische informatie. Het is de bedoeling om inwoners ook te verleiden om het afval scheiden meer (serieus) te nemen en daarbij de website / app te gebruiken voor meer informatie. Maar het blijkt ook dat afval scheiden best lastig is: "wat hoort waarbij".

De focus van de communicatie ligt op de groep die zich al wel enigszins inzet om afval goed te willen scheiden (de willende en kunnende groep). Hoe krijgt Avaalex die groep zover om het hele infopakket tot zich te nemen, zodat ze het scheiden van afval ook goed kunnen doen. Maar er zijn ook bewoners die hun afval maar gewoon dumpen in de eerste container die ze tegen komen. Deze groep is het lastig om mee te krijgen en daar ligt de focus niet primair op.

Vraag 1: Er wordt gezegd dat de website nu vooral informatief wordt gebruikt. Wordt hiermee bedoeld in de richting van praktische afvalvragen, waar moet wat? Want dat is op zich ook al informatief.

Antwoord: Het betreft meer de praktische zaken, zoals de ophaalkalender en voor het maken van ophaalafspraken.

Aanvullend: Dus nog niet m.b.t. het verdiepen in hoe word ik een betere scheider? Er is dus een omslag nodig om daar actiever op de website mee om te gaan? Dat men de website benadert om daar zich te informeren over wat hoort waar?

Antwoord: Hiervoor wordt meer gedacht aan de inzet van campagnes, simpele ezelsbruggetjes: "wat gooi ik waarin". Soms zijn het eenvoudige keuzelijsten die je kunt delen. Maar uiteindelijk is het de bedoeling dat mensen het ook echt gaan doen, de voorkeur gaat uit naar de inwoners via meerdere kanalen (o.a. campagnes) te informeren. De website kan hier onderdeel van zijn, maar wat Avalex betreft geen primair doel.

Vraag 2: De doelgroep bestaat dus uit mensen die al bereid zijn tot bepaald gedrag. Heeft Avalex al gedragsprofielen gedefinieerd in de organisatie, waar de campagnes op moeten worden gericht.

Antwoord: Om het jaar houdt Avalex een klantenonderzoek onder de inwoners. Hierbij wordt een overzicht gehanteerd in percentages van mensen die niet willen scheiden tot de "super scheiders". De uitkomst van de antwoorden op de enquêtes is wel representatief, maar het is niet zo dat wij denken dat 85% het afval zelf scheidt. Anders zouden we wel andere resultaten hebben. Er is een kloof tussen hoe men zichzelf ziet en tussen wat er daadwerkelijk op de juiste wijze wordt gescheiden.

Vraag 3: Zijn er bredere cijfers bekend? Wisselt Avalex ook dingen uit met ander inzamelingsorganisaties uit?

Antwoord: Avalex is onder andere betrokken bij het "Basta! Onderzoek" van de Hogeschool Amsterdam, die ook onderzoek doen. Avalex probeert wel zoveel mogelijk aan te haken bij dit soort organisaties/project om zo meer inzicht te krijgen.

Vraag 4: Leggen de gemeentes bij Avalex de verantwoordelijkheid voor het scheiden van afval of houden zij zich ook bezig met bewustwordingscampagnes rondom duurzaam handelen of circulair denken?

Antwoord: Avalex ziet dit meer als CO-creatie waarbij je ziet dat gemeentes het grootste gedeelte wel bij Avalex leggen. Binnen de gemeentes lopen er best veel (verschillende) onderwerpen en hun capaciteit is daarop gebaseerd. Vaak wordt er dan wel geleund op de expertise en uitwerking vanuit Avalex.

Verdiepingsvraag: Het voelt niet alsof je 6 verschillende communicatiestrategieën hebt lopen?

Antwoord: Nee, we proberen dit wel altijd te bewaken om zoveel mogelijk hetzelfde concept neer te zetten. Maar je ontkomt er niet altijd aan door de beleidskeuzes. Als bijvoorbeeld de ene gemeente een beleid voert van "nascheiding" dan moet je wel een aparte communicatielijns opzetten. En als een andere gemeente ook die keuze maakt, dan proberen we wel dezelfde lijn aan te houden voor deze twee gemeenten. Maar als iemand binnen de gemeente iets specifiek wenst of heeft toegezegd, dan zul je ook daarop in moeten spelen. We proberen de verschillen wel zo beperkt mogelijk te houden.

Vraag 5: Wordt er al gewerkt met bestraffingssystemen door de gemeente? Extra betalen voor deponeren restafval.

Antwoord: Dit is er nog niet maar is wel een beleidskeuze die wordt overwogen. Avalex heeft hierop geen invloed, wel een adviserende rol. De Politiek bepaalt uiteindelijk.

Aanvullende vraag: Ligt hier een rol voor het bureau eventueel om te helpen met de te varen koers?

Antwoord: Nee, de gemeente zal daar beleid op moeten ontwikkelen. Het kan wel zo zijn dat er in de toekomst gecommuniceerd zal moeten worden over zulke onderwerpen.

Vraag 6: Kunnen we ergens informatie vinden over de demografische samenstelling i.v.m. de campagne casus? Bijvoorbeeld verdeling 1 persoonshuishoudens, gezinnen, anderstalige wijken etc.

Antwoord: Avalex haalt dit zelf online op (op wijkniveau) en heeft dergelijke gegevens niet in eigen beheer.

Vraag 7: Ik neem aan dat Avalex in de hele stedelijke omgeving zit rond Rijswijk, maar zitten jullie ook in Honselersdijk, Monster en Naaldwijk?

Antwoord: Westland niet, maar Midden-Delfland wel.

Aanvullende vraag: Is daar ook groot verschil te merken tussen de doelgroepen en Den Haag?

Antwoord: Er is een groot verschil tussen de doelgroepen daar en in bijvoorbeeld Den Haag. In Midden-Delfland zie je meer laagbouw en is er meer sociale controle. De kwaliteit van afval scheiden is hier een stuk beter dan in de stedelijke gebieden. Zo is Wassenaar overgestapt op "nascheiding", dus PMD wat er daar wordt ingezameld. Leidschendam-Voorburg en Rijkswijk zijn vergelijkbaar. En Delft is weer een verhaal apart, omdat dit meer een studentenstad is en dat geeft dus een andere dynamiek; daar wordt ook veel maatwerk geleverd. Het is daar bijvoorbeeld lastiger om ondergrondse containers te plaatsen i.v.m. de grachten en de historische binnenstad en daardoor heel beperkt met grondvoorziening.

Vraag 8: De gemeente kan dus de vraag stellen of Avalex een communicatie wil verzorgen voor de inwoners. Maar werkt Avalex zelf met een communicatieplan of contentstrategie voor bijvoorbeeld gedurende een periode van bijvoorbeeld 1 jaar of 4 jaar?

Antwoord: Dat is wel de gedachte erachter. Er zijn maatwerk projecten, maar intern lopen er bepaalde projecten op gebied van communicatiestrategie. Dus het is niet uitsluitend zo dat de gemeente roept en Avalex draait. Maar er zijn ook veel terugkerende dagen (bijvoorbeeld "CleanUp day") waar content omheen wordt gebouwd. We werken aan duurzaamheid dus haken aan bij actuele onderwerpen zoals de week van verspilling.

Vraag 9: Hebben jullie als Avalex een doelstelling, waar de communicatie aan bij moet dragen?

Antwoord: Jazeker, we hebben de "Avalex koers", deze is terug te vinden op de website. Deze is net vastgesteld en dit is onze strategie waar we naartoe willen werken de komende jaren.

Vraag 10: Wat betekent Avalex?

Antwoord: Dat antwoord moeten we je voor nu verschuldigd blijven. In 2017 is de huisstijl aangepast, maar de naam was er al. Er is ooit gezegd dat het voor "Afval Exit" zou staan, maar dit is niet zeker.

Vraag 11: Hoe is communicatie nu geregeld? Hoe worden campagnes nu opgepakt? Zijn er nu ook al bureaus werkzaam voor Avalax?

Antwoord: Voor deze vraag verwijzen we je graag naar de NVI.

Vraag 12: Kan er iets meer worden verteld over de aannames over waarom mensen bepaald gedrag vertonen. Zijn dit aannames of is dit gebaseerd op onderzoek?

Antwoord: Je ziet dat bij hoogbouw het lastiger is om afval te scheiden i.v.m. de gezamenlijke containers en het gebrek aan toezicht. Bij afvalinzameling met de mini containers is er meer sociale controle en het is de "eigen" container. Dit is niet zozeer een aanname, maar dit zie je landelijk terug in de cijfers. Daarnaast zien we dit ook terug in de afkeurpercentages per vracht bij de eindverwerker. En onze chauffeurs kijken mee wat er in het afval zit als de container wordt geleegd.

Dus naast aannames naar aanleiding van de landelijk gedeelde informatie, hebben we ook daadwerkelijk informatie beschikbaar uit eigen dienstverlening waarop gestuurd wordt. En aan de hand waarvan we kunnen kijken hoe we de kwaliteit van grondstoffen kunnen verbeteren. Hierbij kan het helpen om clusters te maken bij het ophalen. Zodat het ophalen van containers in gebieden waar slecht wordt gescheiden niet wordt gecombineerd met het ophalen van containers in wijken waar goed wordt gescheiden. Zodat we voorkomen dat een hele vracht wordt afgekeurd voor recycling.

We hebben zelf buurtonderzoek gedaan d.m.v. enquêtes in de wijk en dat was reuze interessant. Aannames worden hierbij direct op de proef gesteld. Als we vragen waarom scheid je het afval is het vaak dat men dit doet voor het milieu. Als we vragen hoe het scheiden verloopt, kunnen inwoners wel aangeven hoe glas en papier wordt gescheiden. Maar als we verdiepende vragen gaan stellen zoals waar een lege fles shampoo mag worden geplaatst, blijkt dat men het vaak toch niet weet. Deze enquêtes zelf uitvoeren is goed voor de beeldvorming die beter blijft hangen dan een rapport van een extern bureau dat de enquête heeft uitgevoerd. Er zit ook een middenweg tussen, want we kunnen gewoonweg niet met de capaciteit die we hebben op zo'n grondig niveau elke wijk doorgronden.

Vraag 13: Hebben jullie last van de wisselingen in de totale beeldvorming in alle landen? Zoals dat door gemeente Wassenaar opeens wordt besloten een andere koers te varen, nascheiding i.p.v. scheiding door de inwoners. Dat je dan weer helemaal opnieuw kunt gaan beginnen met de communicatie over afvalscheiding?

Antwoord: Enigszins, zoals over wat in welke bak erbij mag. Maar verder zijn we wel consequent binnen onze gemeenten. Per plaats/wijk zullen de regels niet van elkaar afwijken. We verwijzen ook regelmatig naar de Milieu Centraal. Daar zijn lijsten terug te vinden over wat wel of niet in welke container mag. Er is vooral verwarring, weerstand als er weer een nieuw type container bijkomt. Ook i.v.m. de beschikbare ruimte bij de inwoners in de tuin. Verder denkt men dat het vrij eenvoudig is om achteraf te scheiden, maar dat is natuurlijk niet altijd het geval. Een voorlichtende rol is hier gewenst. Het zorgt ervoor dat er continue werk op de plank blijft.

Vraag 14: Waar wil je de mensen uiteindelijk mee naar toe nemen? Een wereld zonder afval? Of een verbeterde afvalscheiding? Wat is het perspectief op hele lange termijn? Waar moet men zich aan committeren?

Antwoord: De bedoeling is dat in 2050 we een volledig circulaire economie hebben en daarbij de hoeveelheid restafval dus heel klein moet zijn. Dat lukt als je echt alles heel goed scheidt. Als organisatie hebben we als doelstelling binnen 5 jaar de hoeveelheid restafval te halveren en op korte termijn naar 100 kilo per huishouden restafval te gaan. Zodat alles wordt hergebruikt.

Vraag 15: Hoe gaat het als het contract straks loopt? Krijgen wij altijd via Avalex opdrachten of ook rechtstreeks vanuit de gemeenten?

Antwoord: Dergelijk contact verloopt altijd via de afdeling Communicatie van Avalex. Hierbij is Avalex de opdrachtgever. Er zijn ook middelen die niet onderdeel zijn van een campagne. Alles loopt via de afdeling communicatie van Avalex. Het kan wel zo zijn dat er bijvoorbeeld een concept uitwerking van bijvoorbeeld een campagne wordt gepresenteerd aan gemeenten en feedback wordt gegeven.

Vraag 16: Zijn jullie ook de beoordelingscommissie, mag dat worden gevraagd?

Antwoord: Het is niet duidelijk of hier antwoord op mag worden gegeven, vandaar dat we jullie graag verwijzen naar de NVI.

Vraag 17: Wie is er binnen de organisatie de contactpersoon voor het raamcontract op strategisch en tactisch niveau? Is hier ook iemand van een juridisch afdeling bij betrokken?

Antwoord: In principe zijn de proceseigenaren verantwoordelijk voor de overeenkomsten en dit proces wordt bewaakt door een contractmanager (die werkt zelfstandig).

Vraag 18: Met betrekking tot de interne communicatie, zijn er nog interessante dingen te benoemen die hierbij van belang zijn? Je hebt hier bijvoorbeeld het stafkantoor en de mensen lokaal op straat. Kunnen jullie daar wat meer over zeggen?

Antwoord: Communicatie verloopt vaak via de muurkrant, de wagens (boordcomputer), we proberen zoveel mogelijk gebruik te maken van afbeeldingen.

Aanvullend: Maken jullie gebruik van intranet?

Antwoord: We hebben de muurkrant, dit is een beeldscherm op een aantal locaties en dit wordt als primair communicatiemiddel richting onze chauffeurs gebruikt. Snelle relevante communicatie kun je daarin meegeven, waaronder ook het voorstellen van nieuwe collega's. De boordcomputers worden alleen gebruikt voor de dienstmededelingen.

En dan hebben we nog de "Zeepkist sessies"; een ochtend eens in de zoveel tijd geeft de directie een update over wat er speelt. Dit is vaak wel hoog over, maar de leidinggevenden van de afdelingen zorgen ervoor dat het personeel aan kan haken. En er is uiteraard communicatie via de mail (digitale nieuwsbrief) of een rondje werkoverleggen. De doelgroep intern is erg gevarieerd en er wordt naast voorgaande opties ook gebruik gemaakt van interne whatsapp groepjes.