



BETERE PRODUCTBENUTTING

EEN OVERZICHT VAN 14 INSPIRERENDE VOORBEELDEN VAN
DELEN EN LENEN, HERGEBRUIK EN REPARATIE



Inhoud

Inleiding	3
DELEN EN LENEN.....	4
LENA the fashion library	5
Bundles: wasabonnementen	7
Peerby.....	9
Gereedschapsbibliotheek	11
Speel-o-theek	14
HERGEBRUIK EN TWEEDEHANDS.....	16
iKringloop	17
Weggeefkast Gelderland.....	19
Weggeefwinkel	21
Little green dress	23
Kringloop op de milieustraat	24
REPARATIE	26
Repair Café Utrecht	27
Reparatienetwerk Wenen.....	29
Whatthefiets.....	31
iFixit	33

Inleiding

In dit document hebben Natuur & Milieu en Milieu Centraal 14 inspirerende voorbeelden gebundeld waarmee lokale overheden, burgers en bedrijven aan de slag kunnen met delen, hergebruik en reparatie. Dit document dient als inspiratiebron en desgewenst als handleiding voor het zelf opzetten van de besproken *best practices*. Deze voorbeelden zijn verzameld in het kader van het programma Product blijft Product. In dit programma werkt Natuur & Milieu samen met het ministerie van I&M en andere coalitiepartners zoals Milieu Centraal, Repair Cafés, NVRD en de G32 Gemeenten aan het verbeteren van productbenutting op lokaal niveau. Er liggen bij gemeenten, burgers en bedrijven op lokaal niveau veel kansen en mogelijkheden om het delen, hergebruik en de reparatie van producten te vergroten. Hiermee worden producten beter benut, wordt restafval verminderd en wordt het gebruik van grondstoffen teruggedrongen. Een lokale aanpak is essentieel, aangezien burgers en bedrijven bij voorkeur lokaal (gemeente of zelfs in de wijk) acteren. Wij hopen dat deze voorbeelden door velen ingezet en benut zullen worden.

Waarom is het beter benutten van producten zo hard nodig?

Gedurende de 20e eeuw is de groeiende wereldbevolking steeds meer producten gaan maken, gebruiken en weggooien. De aarde heeft inmiddels bijna anderhalf jaar nodig om aan te vullen wat we in een jaar gebruiken. In combinatie met een snel groeiende wereldbevolking zorgt dit voor een groeiende druk op de beschikbaarheid van grondstoffen en de noodzaak om het gebruik van grondstoffen per hoofd van de bevolking drastisch omlaag te brengen.

Tegelijkertijd willen we hetzelfde gevoel van welvaart en welzijn behouden. Dat kan door onze systemen anders in te richten. Door te verschuiven van bezit naar het vervullen van behoeftes om welvaart en welzijn te ervaren (een consument wil niet per se een printer; hij wil documenten kunnen printen) en door ons grondstoffsysteem circulair op te zetten, zodat we veel meer halen uit dezelfde grondstoffen. Kortom van lineair (kopen, gebruiken, weggooien) naar circulair (producten en grondstoffen steeds weer gebruiken).

De circulaire economie is een concept waarin groei en welvaart ontkoppeld worden van het gebruiken van grondstoffen en ecosystemen. In een circulaire economie is het concept afval achterhaald. Wat voor de één afval is, kan voor de ander een waardevol product, onderdeel of grondstof zijn. Het is een systeem waarbij ingezet wordt op grondstofarm ontwerpen, delen, hergebruik, onderhouden, reparatie, upgraden en recyclen. Hiermee wordt het traditionele lineaire systeem van 'nemen, maken en weggooien' (take, make, dispose) vervangen. Het gaat over het beter benutten van het product door meerdere gebruikers (delen, doorverkopen of geven) en door de gebruiksduur te verlengen (reparatie en herstel). Het gaat dus om betere productbenutting. Daar is een flinke systeemverandering voor nodig, waarbij bedrijven, consumenten, overheden en NGO's allemaal aan zet zijn. Maar het is zonder twijfel een voorwaarde om binnen de grenzen van de draagkracht van de aarde te kunnen blijven.

DELEN EN LENEN



LENA the fashion library

Plaats:	<i>Amsterdam</i>
Doelgroep:	<i>Consumenten (die zich bezighouden met kleding/mode en/of duurzaamheid)</i>
Doel	<i>Beter benutten van kleding</i>
Looptijd:	<i>Sinds 2014</i>
Budget:	<i>- (eigen investeringen)</i>
Organisatie(s):	<i>LENA, i.s.m. AEG, Filippa K, ZMJ, Nudge, GreenWish, Seepje, Marieke Eyskoot, MVO Nederland, Pukka en ViaHenri</i>
Type actie	<i>Deeleconomie</i>

Wat is het?

Bij LENA the fashion library is het mogelijk om kleding te kopen, maar vooral om kleding te lenen. LENA richt zich op mensen die mooie kleding willen dragen, maar dit niet ten koste van mens en milieu willen laten gaan. De collectie bestaat uit mooie vintagestukken, producten van opkomende ontwerpers, duurzame labels en door de klant ingebrachte stukken. Deze kledingstukken kunnen voor een vast bedrag per maand oneindig worden ingewisseld.

Aanpak

De oprichters van LENA zijn 8 jaar geleden begonnen met het idee van een fashion library. Als eigenaren van een vintageshop waren ze veel bezig met kleding en het hergebruiken hiervan. Het idee van een kledingbibliotheek is ontstaan vanuit de behoefte om de vintagewinkel te vernieuwen. Twee jaar geleden werd het businessplan geschreven en is er een pilot uitgevoerd. Sinds eind 2014 heeft LENA haar deuren geopend. Sindsdien zijn verschillende partners aangesloten bij het concept. Deze partners ondersteunen LENA op verschillende manieren. Sommige partners verzorgen de kleding, andere reinigen de kleding en weer andere vervullen een rol bij de promotie van LENA. Tot voorkort richtte LENA zich vooral op vrouwen van eind 20 tot 40 die veel affiniteit met mode hebben. Na een jaar geopend te zijn, merkten de oprichters dat de doelgroep veel uitgebreider is. Hierop willen zij in de toekomst hun collectie gaan aanpassen. Daarnaast willen zij de manier waarop hun collectie beschikbaar is verder ontwikkelen; bijvoorbeeld door het online beschikbaar maken van de collectie en door het betrekken van andere winkels waar ook delen van de collectie beschikbaar zullen zijn.

Resultaten

LENA richt zich op het hergebruik van kleding. Kleding wordt vaker gebruikt en heeft een langere levensduur. Het maakt consumenten bewust van het feit dat modebewustzijn en duurzaamheid hand in hand kunnen gaan. Daarnaast dwingt het ze om zuinig met het product om te gaan, omdat ze het in dezelfde staat moeten terugbrengen. Lena heeft op dit moment bijna 300 abonnees. De abonnees lenen de kleding en kopen een kledingstuk alleen wanneer het goed bevalt.

Kosten

Om kleding te kunnen lenen bij LENA is een abonnement nodig. Deze abonnementen beginnen vanaf €19,95. De vier ondernemers zijn LENA begonnen met behulp van hun eigen spaargeld. Hiermee hebben ze de collectie aangeschaft, het pand ingericht en zijn andere kosten in het eerste jaar betaald. Ze verdienen nog niet genoeg om het personeel (henzelf) uit te betalen. Het project komt dus op dit moment niet financieel uit. De ondernemers voorspellen dit in de toekomst wel te bereiken. Zij zien een rendabel model. Sinds april zijn ze aan het praten met verschillende investeerders die bij het project passen en voor een nieuwe injectie kunnen zorgen. De investeerders moeten zowel geïnteresseerd zijn in het runnen van een winstgevend bedrijf als in het hebben van een sociaal maatschappelijk impact.

Successen

De oprichters van LENA hebben ervaring met ondernemen. Doordat ze hiervoor al een winkel hadden, waren ze zowel bekend in de modewereld als met het runnen van een dergelijk concept. Hierdoor is van begin af aan veel aandacht besteed aan het onderzoeken van de doelgroep, de collectie en het businessplan. Dit heeft er naar eigen zeggen voor gezorgd dat het aantal abonnees na één jaar al boven verwachting is.

Leerpunten

Een jaar na opening hebben de oprichters een aantal dingen geleerd. Ten eerste merken ze dat bereikbaarheid van de collectie een grote drempel is voor potentiële klanten. LENA is gevestigd in Amsterdam-West en merkt dat haar klanten niet verder dan twaalf minuten willen reizen om er te komen. Om het bereik te vergroten wil LENA de collectie ook online en in andere winkels aanbieden. En ander leerpunt is dat de doelgroep veel groter is dan verwacht: er zijn abonnees van tussen de 16 en 50 jaar. Dit vraagt om een uitgebreidere collectie, die tot dusverre nog niet in voldoende mate aanwezig is.

Kopieerbaarheid / randvoorwaarden

De oprichters denken dat het kopiëren van een fashion library mogelijk is, maar dat het niet moet worden onderschat. Het opstarten van een dergelijk project kost veel tijd en geld en vergt gedegen onderzoek naar de klanten. De belangrijkste regel is dat mensen wel geïnteresseerd kunnen zijn in het idee van de kledingbibliotheek, maar de realiteit laat zien dat mensen niet komen als er geen goede kleding in de winkel hangt. Daarnaast vraagt het natuurlijk om startinvesteringen die op termijn terugverdiend moeten worden.

Meer informatie

Website: <http://www.lena-library.com/>

Contactpersoon: Suzanne Smulders, suzanne@lena-library.com

Projectomschrijving door Natuur & Milieu, januari 2016

Bundles: wasabonnementen

Plaats:	<i>Amsterdam</i>
Doelgroep:	<i>Huishoudens op zoek naar een (vervangende) wasmachine.</i>
Doel:	<i>Aantonen dat gebruik een herbruikbaar kwaliteitsapparaat per wasbeurt voordeliger is dan het gebruik van een wegwerpapparaat.</i>
Looptijd:	<i>2015-2016</i>
Budget:	<i>-</i>
Organisatie(s):	<i>Bundles, Amsterdam Sharing City</i>
Type actie:	<i>Deeleconomie + vermindering E-waste</i>

Wat is het?

Volgens Bundles gooien Nederlanders jaarlijks 600.000 wasmachines weg en groeit dit aantal doordat steeds meer mensen kiezen voor goedkope 'wegwerp' wasmachines. Bundles introduceert een ander concept: huishoudens nemen een wasabonnement en betalen per wasbeurt. Het bedrijf zorgt voor kwalitatief hoogwaardige wasmachines, die zo min mogelijk energie, wasmiddel en water gebruiken per kilogram was. Aan het eind van hun leven zijn de machines voor 100% recyclebaar.

Het bedrijf koppelt de apparaten aan het internet. Via een app betaalt de gebruiker per wasbeurt. Op deze wijze kunnen ook meerdere huishoudens gebruik maken van hetzelfde apparaat. De apparaten worden geleverd en geïnstalleerd door Miele Nederland BV, waarna Bundles de exploitatie en het eigendom overneemt.

Het concept is interessant voor huishoudens die tijdelijk een wasmachine nodig hebben, geen budget hebben om een kwalitatief goede wasmachine te kopen, geen wasmachine meer willen bezitten of ontzorgd willen worden. Ook voor kleine appartementen waar geen plaats is voor een wasmachine, kan een wasmachine delen in een gemeenschappelijke ruimte een uitkomst zijn.

Bundles wil bewijzen dat betalen voor een wasbeurt een beter alternatief is dan het bezit van een wasmachine. Het uiteindelijke doel is dat consumenten in een circulaire economie betalen voor het gebruik van apparaten. De apparaten blijven eigendom van de producent, die verantwoordelijk is voor onderhoud en recycling van de apparaten. Dat leidt tot kwalitatief hoogwaardige apparaten en goede recyclebaarheid van apparaten.

Aanpak

Via online media, verhuurders van woningen, verhuisbedrijven en projectpartners zijn consumenten uitgenodigd een wasabonnement te nemen.

In samenwerking met de gemeente Amsterdam wordt gekeken naar verdere stimulering van deze manier van wassen en het uitbreiden van deelwasmachines op verschillende locaties in de stad. De ambitie is een verdubbeling van het aantal afgesloten abonnementen per maand in Amsterdam. Medefinanciering van het Duurzaamheidsfonds en verzoeken van de gemeente om medewerking aan woningcorporaties moeten dit mogelijk maken.

Opschaling van het aantal abonnementen is van belang om het circulaire model competitiever te maken ten opzichte van het lineaire model (produce-use-dispose).

Resultaten

- In december 2015 hadden 175 huishoudens (63 in regio Amsterdam) een wasabonnement afgesloten. Dit aantal groeit met 30 abonnementen per maand.
- De kwaliteitswasmachines van Bundles wassen tijdens hun leven 2 keer zoveel was als goedkope wasmachines. De apparaten verbruiken ook 25% minder energie en 30% minder wasmiddel. Bovendien is de machine aan het eind van z'n leven voor 100% recyclebaar bij de productie van nieuwe apparaten.
- De klanten blijken in de eerste 6 maanden gemiddeld 15% minder te gaan wassen door betere belading als gevolg van de feedback via de Was-App.

- De abonnees beoordelen de dienstverlening van Bundles met een 9 en geven aan dat het ‘zeer waarschijnlijk’ is dat ze de service aanbevelen aan anderen. Dit laatste is ook terug te zien in de verkopen via bestaande klanten.

Kosten

De kosten en ureninzet voor een gemeente zullen in eerste instantie betrekking hebben op het stimuleren en faciliteren van een pilot. De hoogte daarvan is afhankelijk van de omvang en insteek van de pilot. Ook kunnen gemeenten een bijdrage leveren aan de financiering van de apparaten in hun gemeente.

Via een crowdfunding organisatie financieren particuliere investeerders nu zo’n 330 wasmachines.

Er wordt gesproken met vastgoedontwikkelaars en duurzaamheidsfondsen om te participeren in de financiering van apparaten. Naar verwachting wordt de exploitatie kostendekkend bij 1000 afgesloten abonnementen. De verkoop, ontwikkeling en operationele tekorten worden nu gefinancierd door onder andere de oprichter, Stichting DOEN en Miele.

Succesfactoren

- De tevredenheid van bestaande klanten is opvallend. Via mond tot mond reclame zorgt dat voor nieuw klanten.
- Feedback via de Was-App leidt tot besparingen.

Leerpunten

- Het blijkt dat duurzaamheid geen koopargument is en dat afhankelijkheid van anderen een belangrijke reden is om toch zelf een wasmachine te bezitten.
- Betalen per wasbeurt is nog vrij nieuw en velen zijn nog aarzelend om het te adopteren. Potentiele klanten overzien de gevolgen van een abonnement niet en durven daarom niet in te stappen. Ervaringen van klanten die al een abonnement hebben helpen mensen te overtuigen.
- De prijs per wasbeurt is nog relatief hoog als gevolg van de beperkte schaalgrootte. Naarmate meer abonnementen afgesloten worden, zullen de abonnementskosten dalen.
- In de perceptie van veel consumenten is dit een actie van Miele. Het initiatief kan versterkt worden als het de social proof krijgt van maatschappelijke organisaties.

Kopieerbaarheid / randvoorwaarden

Bundles wasabonnementen is in principe uitvoerbaar in iedere gemeente. Gemeenten kunnen in hun communicatie aandacht geven aan circulaire economie en de mogelijkheid van ‘betalen per wasbeurt’.

Meer informatie

www.bundles.nl

Marcel Peters, marcel.peters@bundles.nl, 06-55790587

Projectbeschrijving door Milieu Centraal, december 2015

Peerby

Plaats:	<i>Amsterdam</i>
Doelgroep:	<i>Jong volwassenen tot gepensioneerden</i>
Doel:	<i>Dagelijks delen van spullen vergemakkelijken</i>
Looptijd:	<i>Sinds 2012</i>
Budget:	<i>Variabel</i>
Organisatie(s):	<i>Peerby en Amsterdam Sharing City</i>
Type actie:	<i>Deeleconomie / spullen lenen</i>

Wat is het?

Peerby is een website en app waarmee je spullen leent of huurt van je burens. Peerby Go is een huurdienst. Hierbij betalen mensen een kleine vergoeding voor het gebruik van spullen en de uitlener levert de spullen af bij de lener. Vaak nog met handige gebruikstips! Na gebruik haalt de uitlener het ook weer op. Peerby Go is een toevoeging op de reeds bestaande Peerby-leendienst en is als eerste beschikbaar in Amsterdam en Utrecht.

Het doel van Peerby is de overgang van een wegwerpeconomie naar een circulaire economie, gebaseerd op het efficiënter gebruik van spullen. Door spullen te delen hoeven minder producten gemaakt te worden. Dat bespaart grondstoffen, energie en geld. Bovendien stimuleert het over en weer lenen van spullen de sociale cohesie in de buurt.

De huurdienst Peerby Go speelt in op drie elementen:

- Lenen lucratiever maken voor degene die uitleent
- Bij mensen die veel lenen en zelf weinig kunnen uitlenen ontstaat soms een gevoel van gêne, wat mensen kan remmen. Het betalen van een kleine vergoeding geeft de lener het gevoel iets terug te kunnen geven voor de dienst.
- Extra service doordat spullen ter plaatse gebracht worden
- In het kader van Amsterdam Sharing City werken ShareNL en de Amsterdam Economic Board samen met tal van deel-economie initiatieven, waaronder Peerby.

Aanpak

Peerby is een 'peer to peer' platform; ontwikkeld voor consument naar consument. In 2012 begon Peerby met een buurtaanpak in Amsterdam. Ze bezochten wijk voor wijk buurt evenementen om de leendienst te promoten onder burgers. In deze wijken ontstond voldoende 'massa' aan Peerby-leden: burens gingen Peerby gebruiken en joegen tegelijkertijd een organische groei aan. Mond tot mond reclame en media aandacht leidde tot de ontwikkeling van Peerby communities in vrijwel alle gemeentes in Nederland.

De introductie van Peerby Go vormt een volgende stap om spullen delen toegankelijk te maken voor een breed publiek. Hiervoor lopen pilots in Amsterdam en Utrecht.

Resultaten

Peerby is actief in Nederland, België en verschillende grote steden in Europa en de Verenigde Staten. Ze hebben zo'n 200.000 leden die vele duizenden oproepen per maand plaatsen.

Peerby brengt vraag en aanbod in de buurt bij elkaar. Zo wordt er beter gebruik gemaakt van overcapaciteit van spullen die anders ongebruikt liggen. Volgens cijfers van Peerby wordt bijvoorbeeld een boormachine tijdens zijn leven gemiddeld maar 13 minuten gebruikt. Alles wat via Peerby geleend of gehuurd wordt, hoeft niet te worden geproduceerd. Uit onderzoek van Excerpt (2015) blijkt dat het delen van een stofzuiger zo'n 8000 megajoules elektriciteit, 22.000 liter water, 400kg CO₂ uitstoot, 560 transportkilometers en 20 kg afval kan besparen.

Kosten

Eventuele kosten zijn afhankelijk van de ambities en grootte van de gemeente. Een gemeente kan via eigen communicatiekanalen en lokale organisaties het gebruik van Peerby stimuleren. Tegen een jaarlijkse fee, afhankelijk van het aantal inwoners per gemeente, kan Peerby een actieve Peerby-community kickstarten en onderhouden, inclusief jaarlijkse impactanalyse.

Succesfactoren

- Peerby maakt het delen van spullen makkelijker.
- Het geeft mensen een goed gevoel als ze iemand kunnen helpen.
- Het bespaart geld.
- Het levert nieuwe contacten tussen mensen op en versterkt zo de samenhang in de buurt.
- Met Peerby Go kunnen mensen een centje bijverdienen.

Leerpunten

- Binnen Peerby was de ervaring dat sommige mensen die veel leenden, maar weinig terug konden doen, gène voelde bij het lenen. Mensen willen zich geen klaploper voelen. De huurvergoeding die mensen bij Peerby Go geven, vermindert dit dilemma.
- Het is van belang om voldoende kritische massa te bereiken. Als genoeg mensen in een wijk of stad deelnemen is er voldoende vraag en aanbod op korte afstand. Dan gaat Peerby het proces zichzelf versterken en echt leven in een wijk.

Kopieerbaarheid / randvoorwaarden

Iedereen in Nederland kan lid worden van Peerby. En iedere gemeente kan een Peerby community stimuleren. Peerby kan op verzoek een campagne voeren om een actieve lokale community op te starten.

Peerby werkt het best als er voldoende leden in de buurt zijn. In dichtbevolkte gebieden is dat relatief makkelijker te bereiken omdat er meer huishoudens zijn en daarmee meer potentieel aanbod aan spullen. Ook in dunbevolkte gebieden werkt het: Mensen moeten alleen iets verder fietsen om je voorwerp op te halen of af te leveren.

Meer informatie

www.peerby.com

Ieteke Schouten, ieteke@peerby.com, 0658907731

Projectbeschrijving door Milieu Centraal, december 2015

Gereedschapsbibliotheek

Plaats:	<i>Wereldwijd</i>
Doelgroep:	<i>Klussers, doe-het-zelvers, mensen met afstand tot de arbeidsmarkt</i>
Doel	<i>Producten beter benutten, producten beschikbaar maken voor minder bedeelden en zelf repareren vergemakkelijken</i>
Looptijd:	<i>Sinds de jaren '70 in VS, recenter in Europa</i>
Budget:	<i>Divers</i>
Organisatievorm:	<i>Stichting/vereniging</i>
Type actie:	<i>Deeleconomie, reparatie en educatie</i>

Wat is het?

Gereedschapsbibliotheeken (Tools Lending Libraries) lenen gereedschappen, klusapparatuur en doe-het-zelf instructiemateriaal uit aan hun leden. Lenende leden hoeven geen dure klusapparatuur aan te kopen, wat leidt tot kostenbesparing, en ze hebben toch de mogelijkheid om zelf reparaties uit te voeren en te klussen. Het gereedschap wordt goed onderhouden door de bibliotheek. Hoewel de meeste gereedschapsbibliotheeken in Noord-Amerika te vinden zijn, komen er wereldwijd steeds meer bij.

Aanpak

Gereedschapsbibliotheeken zijn verschillend georganiseerd:

1. **Gekoppeld aan de openbare bibliotheek.** Een voorbeeld hiervan is de Tool Lending Library (TLL) van de Oakland Public Library. Momenteel heeft de bibliotheek zo'n 5000 stuks uit te lenen gereedschap in haar bezit. Daarnaast zijn er ook instructieboeken en DVDs te lenen en er worden reparatiewerkshops georganiseerd. Het is één van de meest populaire onderdelen van de openbare bibliotheek. Iedereen die ouder dan 18 is, en inwoner in de regio, mag lid worden van de openbare bibliotheek en kan daarmee ook lenen bij TLL. De meeste gereedschappen mogen zeven dagen geleend worden; populaire items maximaal twee dagen. Bij te laat inleveren kan de boete oplopen tot \$20, afhankelijk van het soort item. Het is mogelijk om de leenperiode online te verlengen als het item niet gereserveerd is. Oakland Public Library is gestart met een subsidie. De Berkeley Public Library, ontstaan in 1979, werkt op vergelijkbare wijze en zo'n 40 andere Amerikaanse gereedschapsbibliotheeken hebben een soortgelijke structuur.
2. **Opgezet als losse organisatie.** In Europa staan gereedschapsbibliotheeken meestal los van een openbare bibliotheek. De Edinburgh Tool Library (ETL, opgestart in maart 2015) leent als goed doel zo'n 500 gereedschappen uit. De gereedschappen zijn bijna allemaal afkomstig van donaties. ETL organiseert veel activiteiten voor doelgroepen in moeilijke sociale omstandigheden (bijv. werklozen, re-integrerende en rehabiliterende mensen). De Vlaamse Instrumentheek leent momenteel ruim 110 stuks gereedschap uit aan haar leden. In Nederland is DeDeelkelder in eind 2015 als stichting van start gegaan in Utrecht. De gereedschappen, en ook vele andere spullen (zoals sportattributen, beamer, bbqs, etc) zijn grotendeels ingebracht door de leden.

Bibliotheek	Structuur	Inventaris (stuks)	Leenperiode	Dagen geopend
Oakland TLL (US)	Onderdeel van openbare bibliotheek	5000	3 of 7 dagen	Di, wo, do, vr, za
Berkeley TL (US)	Onderdeel van openbare bibliotheek	3500+	3 of 7 dagen	Di, wo, do, vr, za
DeDeelkelder (NL)	Stichting	70+	Verschilt	Di, do, za
Edinburgh TL (GB)	Goed doel	500+	7 dagen	Za
Instrumentheek (BE)	Vereniging	110+	7 dagen	Ma, wo, za

Kosten

Afhankelijk van de structuur zijn er verschillende kosten voor het individu. In de onderstaande tabel staan de kosten voor de leden van de vijf genoemde initiatieven.

Bibliotheek	Kosten lidmaatschap
Oakland TLL	Gratis lidmaatschap en gratis lenen
Berkeley TLL	Gratis lidmaatschap en gratis lenen
De Deelkelder	5 euro lidmaatschap per maand en soms bijdrage voor het lenen van duurdere spullen
Edinburgh TL	20 pond lidmaatschap per jaar (aanbevolen bedrag) of gereedschapsdonatie
	50 pond organisatielidmaatschap
Instrumentheek	20 euro per jaar of schenking werktuig

In januari 2000 is de gereedschapstak van Oakland Public Library opgezet met behulp van de Community Grant Bank (meerdere gereedschapsbibliotheken in Amerika hebben daarvan gebruik gemaakt). De DeelKelder heeft subsidie aangevraagd bij het Initiatievenfonds. Edinburgh Tool Library maakt geen gebruik van overheidssubsidie vanwege de ingewikkelde eisen die gesteld worden.

Resultaten

De gereedschapsbibliotheken die gekoppeld zijn aan een openbare bibliotheek, hebben een groter bereik en een grotere inventaris dan de andere initiatieven. Berkeley en Oakland TLL zien het als een succesvolle tak van de openbare bibliotheek. ETL is als zelfstandige gereedschapsbibliotheek in een korte periode (zeven maanden) uitgegroeid tot een gereedschapsbibliotheek met meer dan 150 leden. Dat is sneller dan verwacht. Ook de Instrumentheek is in een jaar tijd snel gegroeid. DeDeelkelder is bezig met het opstarten van een gereedschapsbibliotheek in Utrecht.

Gereedschapsbibliotheken leveren een positieve bijdrage op sociaal vlak en op milieugebied. Doordat hetzelfde gereedschap vaker wordt gebruikt, verhogen gereedschapsbibliotheken de productbenutting. De gemiddelde boormachine wordt maar 13 minuten in zijn levensloop gebruikt en wordt de rest van de tijd niet gebruikt. Op sociaal vlak dragen gereedschapsbibliotheken bijvoorbeeld bij door het verbinden van mensen, door mogelijkheden te bieden tot opbouw van de eigen leefomgeving en door re-integratietrajecten aan te bieden voor mensen met afstand tot de arbeidsmarkt.

Succesfactoren

De koppeling aan openbare bibliotheken lijkt een succesfactor voor het opzetten van de gereedschapsbibliotheken. De openingstijden zijn ruim; de inventaris is uitgebreid en het aantal leningen is hoog (ten opzichte van de zelfstandige bibliotheken). Omgekeerd geeft de gereedschap uitleen ook een positieve impuls aan het bereik van de openbare bibliotheek.

Samenwerken met andere (maatschappelijke) organisaties kan helpen de organisatie sneller op te zetten en een groter bereik te creëren. Daarnaast helpt een startfinanciering bij het opzetten (verschillende bibliotheken schrijven verschillende fondsen aan). Voor de zelfstandig bibliotheken (ETL en Instrumentheek) is het niet moeilijk om aan gereedschap te komen, omdat veel mensen en organisaties bereid zijn gereedschap te doneren. DeDeelkelder maakt gebruik van Shareable. Dit is een online platform dat veel tips geeft en kennis deelt over het opzetten van dergelijke initiatieven.

Leerpunten

Lokaal vooronderzoek helpt om te achterhalen of het initiatief past bij de omgeving, en eventuele aanvullende (sociale) diensten kunnen daarbij worden aangepast. Financiering (voor zelfstandige bibliotheken) uit fondsen vanuit bedrijven is vaak aantrekkelijker omdat er vanuit overheidsfondsen meer verantwoording en administratie wordt gevraagd. Bestaande structuren zijn vaak nog niet ingericht op deel-initiatieven. DeDeelkelder geeft aan dat het lastig is om een verzekering af te sluiten, en verwacht ook belemmeringen vanuit de belastingdienst. DeDeelkelder noemt ook dat het voor leden wennen is om afstand te doen van bezit (van de ingebrachte gereedschappen). Het in het in bezit laten houden is een mogelijke oplossing, maar dat is verzekeringstechnisch uitdagender.

Kopieerbaarheid / randvoorwaarden

Een gereedschapsbibliotheek is goed te kopiëren. DeDeelkelder geeft aan dat het van belang is voldoende leden te hebben en een geschikte, toegankelijke ruimte te hebben om spullen op te slaan en uit te lenen, en waar ook workshops en instructies kunnen worden gegeven. In de VS is het een zeer succesvol onderdeel van de openbare bibliotheek en het kan een nuttige aanvulling zijn op de huidige functie ervan. Belangrijke aspecten zijn:

- Een fysieke ruimte voor opslag en onderhoud van gereedschappen en om workshops te geven.
- Als zelfstandige organisatie zijn enthousiaste initiatiefnemers en vrijwilligers nodig.
- Kennis bij het bibliotheekpersoneel en/of vrijwilligers over gereedschap en klussen.
- Startkapitaal voor inkoop/reparatie gereedschappen en financiering voor incidentele kosten.

Meer informatie

https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_tool-lending_libraries

<http://oaklandlibrary.org/locations/tool-lending-library>

<https://www.berkeleypubliclibrary.org/locations/tool-lending-library/tool-lending-library-brief-history>

<http://edinburghtoollibrary.org.uk/>

<http://instrumentheek.be/>

<http://www.dedeelkelder.nl/>

Projectomschrijving door Natuur & Milieu, december 2015

Speel-o-theek

Plaats:	<i>Verspreid door heel Nederland</i>
Doelgroep:	<i>Kinderen</i>
Doel:	<i>Op een betaalbare wijze een gevarieerd aanbod speelgoed voor kinderen bieden</i>
Looptijd:	<i>Sinds 2003</i>
Budget:	<i>Onbekend</i>
Organisatie(s):	<i>Speel-o-theek</i>
Type actie:	<i>Lenen en delen</i>

Wat is het?

De speel-o-theek is een uitleengelegenheid voor speelgoed en spellen. Het initiatief richt zich vooral op kinderen, die er tegen een vergoeding speelgoed of spellen kunnen lenen.

Aanpak

Speel-o-theken in Nederland zijn gevestigd op allerlei locaties: in buurthuizen, bibliotheken, Centra voor Jeugd en Gezin, Integrale Kind Centra, scholen of instellingen voor mensen met een beperking. De organisatievorm van speel-o-theken verschilt daardoor. Alle speel-o-theken hebben te maken met het zoeken en binden van leden en het organiseren van activiteiten om hun speel-o-theek bekendheid te geven. Er zijn twee vormen van organisatie bekend:

- Volledig zelfstandig operende speel-o-theken. Deze vormen een bestuur, zoeken fondsen voor een startkapitaal, vinden onderdak en vrijwilligers voor de uitvoering. Deze speel-o-theken runnen hun speel-o-theek als een bedrijf met een bestuurlijke organisatie naast het uitvoerende werk.
- Speel-o-theken die werken vanuit een koepelorganisatie. Dan zijn de speel-o-theekmedewerkers vooral bezig met het uitvoerende werk: onder andere het assortiment op orde houden, het uitleensysteem en leden te woord staan.

Resultaten

Speel-o-theken dragen bij aan het optimaler benutten van speelgoed. Mensen gaan daarnaast zuiniger om met de producten, omdat ze deze in dezelfde staat moet terug brengen. Het klantenbestand van speel-o-theken varieert per speel-o-theek. Sommige hebben 30 tot 40 leden, en andere hebben 400 leden. Het gemiddelde ligt rond de 80 leden. De meeste speel-o-theken hanteren gezinsabonnementen waarbij de leners per keer 2, 3 of 4 stuks speelgoed kunnen lenen.

De belangrijkste reden om een speel-o-theek te bezoeken is om te kunnen variëren in het speelgoed dat er voor de kinderen thuis beschikbaar is en het uitproberen van verschillende soorten speelgoed. Het feit dat er dan niet steeds iets nieuws aangeschaft hoeft te worden, speelt een minder belangrijke rol.

Kosten

Speel-o-theken zijn oorspronkelijk vrijwel allemaal financieel gesteund door overheidssubsidies. Hetzij rechtstreeks, hetzij indirect door onderdak te vinden onder een koepelorganisatie zoals Welzijn of Brede School. Deze subsidiestromen zijn de laatste jaren sterk verminderd. Verschillende speel-o-theken passen hun bedrijfsvoering daarop aan door meer in de publiciteit te treden, acties te organiseren, hun contributie te verhogen of te verhuizen naar goedkopere locaties. Andere speel-o-theken weten bij de lokale overheden hun meerwaarde zó aan te tonen dat ze tot op heden hun subsidie behouden. Nog weer andere speel-o-theken zoeken nieuwe samenwerkingsvormen door bijvoorbeeld onder de vlag van een Kinderopvangorganisatie te gaan varen.

Successen

Speel-o-theken zien hun succes erin dat ze ouders op een goedkope manier speelgoed verschaffen, dat het speelgoed eerst kan worden uitgeprobeerd en dat er voor kinderen gevarieerd speelgoed beschikbaar is.

Leerpunten

- Speel-o-theken die in de laatste jaren zijn opgeheven, hebben Marktplaats wel eens genoemd als concurrent. Kunnen omgaan met deze concurrentie en de meerwaarde van een speel-o-theek communiceren is dus essentieel.
- Vrijwilligers zijn heel belangrijk in de speel-o-theek. Deze moeten gemotiveerd zijn en het bedrijf kunnen laten groeien door leden te binden. Belangrijke onderdelen hiervan zijn: het vriendelijk ontvangen van de leden, hun van goede informatie voorzien, de administratie van de uitleen vlot afhandelen, leden regelmatig op de hoogte te brengen van nieuw aangeschaft speelgoed via facebook of nieuwsbrief, etc.
- Het is belangrijk om op een goed bereikbare locatie te zitten en om een gedegen, fris en actueel assortiment van goede kwaliteit en grote variatie te hebben.

Kopieerbaarheid / randvoorwaarden

Aangezien er al 150 speel-o-theken in Nederland zijn, blijkt het project goed kopieerbaar. De laatste jaren zijn er, wegens het gebrek aan startkapitaal, niet veel nieuwe speel-o-theken ontstaan. De initiatiefnemer moet goed voor ogen hebben welke doelgroepen moeten worden bereikt en wat de doelstelling is. Met alleen het uitlenen van speelmateriaal komen veel speel-o-theken er niet meer. Speel-o-theken die naast het uitlenen ook verschillende kind- en spelgerichte activiteiten organiseren maken meer kans. Een voorbeeld daarvan is SOT Kom Erbij in Alphen a.d. Rijn.

Meer informatie

<http://www.speel-o-theken.nl/>

Annelies Kooij - secretariaat@speel-o-theken.nl

Projectomschrijving door Natuur & Milieu, december 2015

HERGEBRUIK EN TWEEDEHANDS



iKringloop

Plaats:	<i>Amsterdam</i>
Doelgroep:	<i>Inwoners</i>
Doel:	<i>Hergebruik gemakkelijker maken dan recyclen of weggooien</i>
Looptijd:	<i>sinds 2013</i>
Budget:	<i>geen</i>
Organisatie(s):	<i>iKringloop</i>
Type actie:	<i>Doorgeven van gratis spullen</i>

Wat is het?

Dagelijks worden in Amsterdam veel goede spullen als grof vuil aan de straat gezet. iKringloop is een app waarmee mensen overbodige spullen en huisraad kunnen doorgeven aan geïnteresseerden in de buurt en kringloopwinkels. In drie stappen kunnen mensen spullen delen door een foto te nemen, de categorie en conditie aan te geven en deze zichtbaar te maken voor anderen. Geïnteresseerden kunnen een afspraak maken om de spullen thuis op te halen. Als er geen interesse is voor de spullen, kunnen mensen deze als grofvuil aanmelden bij de reinigingsdienst van de gemeente. Gemeenten kunnen de app zo gebruiken als een extra kanaal om grofvuil aan te melden, te communiceren over afvalscheiding en hergebruik te stimuleren.

Aanpak

Initiatiefnemer van iKringloop, Thomas Adelaar heeft contact opgenomen met de Gemeente Amsterdam. Daaruit ontstond een samenwerking, waarbij de gemeente het initiatief ondersteunde. De gemeente dacht mee en verzorgde de promotie van de app met advertenties en berichten in de stadsbladen, social media, posters en billboards op de vuilniswagens. De gemeente betrok de kringloopbedrijven in Amsterdam bij de samenwerking. De app speelde in op aanvullende wensen van de gemeente en anderen. Zo toont de app nu alle locaties van afvalbrengpunten/milieustraten, kringloopbedrijven en kledinginzamelbakken in Amsterdam.

iKringloop is nu de officiële grofvuilapp voor Amsterdam. iKringloop beperkt zich niet alleen tot Amsterdam, maar is actief in heel Nederland.

Resultaten

De app verlengt de gebruiksduur van producten. Dat bespaart energie en grondstoffen. Daarnaast draagt de app ook bij aan een grotere sociale cohesie in de buurt, omdat men elkaar bij het uitwisselen van spullen kan leren kennen.

Door de promotiecampagne groeide het aantal gebruikers fors. Advertenties in het stadblad veroorzaakten een duidelijk stijging in aantal deelnemers, aangeboden spullen en succesvolle transacties. Naarmate het aantal gebruikers steeg, steeg ook de conversie; de verhouding tussen het aantal aangeboden spullen en het aantal succesvolle transacties. Dat komt omdat gebruikers steeds meer gratis spullen in hun directe nabijheid geplaatst zien, waardoor meer aangeboden spullen snel een nieuwe eigenaar vinden.

In dezelfde periode kreeg iKringloop ook publiciteit in landelijke media. Hierdoor nam ook het aantal gebruikers in andere steden toe. De app werd in 2015 maandelijks door gemiddeld 900 nieuwe gebruikers gedownloads. iKringloop ontving diverse awards, waaronder de eerste prijs voor Apps for Europe Business Lounge 2013 en de Meest Verantwoorde App 2014.

Kosten

De iKringloop app is in principe een gratis app. Het gebruik van iKringloop leidt er toe dat er minder afval opgehaald hoeft te worden en bespaart dus kosten. Eventuele kosten voor de gemeente bestaan uit kosten voor communicatie en PR van dit initiatief.

Succesfactoren

- iKringloop maakt het hergebruik van overvloedige spullen en het aanbieden van grofvuil makkelijker.

- Het geeft mensen een goed gevoel als ze iemand blij kunnen maken met iets dat ze willen weggooien of iets goeds doen voor het milieu.
- Het bespaart geld en helpt mensen met een kleine portemonnee.
- Nabijheid en snelheid is de sleutel tot versnellen van het proces van plaatsen en ophalen. iKringloop werkt lokaal. Dat versterkt het aantal transacties en de sociale samenhang in de wijk. iKringloop gebruikers die gratis items komen ophalen brengen vaak kleine geschenken mee als waardering, zoals chocolade, bloemen en zelfs parfums.

Leerpunten

- In de app is de afstand beperkt tot waar mensen aangeboden spullen kunnen zien. Dat werkte remmend voor zowel zoekers als aanbieders. In januari 2016 zal deze geografische beperking worden opgeheven.
- Hoe groter de dichtheid van gebruikers, hoe meer aangeboden producten daadwerkelijk van eigenaar wisselden. Een goede communicatieve ondersteuning vanuit de gemeente helpt enorm om snel een hoge dichtheid van gebruikers te bereiken. Hoe meer deelnemers in een gemeente, hoe beter het concept werkt.

Kopieerbaarheid / randvoorwaarden

De iKringloop app is beschikbaar in geheel Nederland en België. Gemeenten kunnen iKringloop integreren in de communicatie over afval richting hun inwoners.

Meer informatie

<http://www.ikringloop.com>

Thomas Adelaar, thomas@adelaar.com, 06-24893251

Projectbeschrijving door Milieu Centraal, december 2015

Weggeefkast Gelderland

Plaats:	<i>Gemeenten in Gelderland</i>
Doelgroep:	<i>Inwoners</i>
Doel:	<i>Hergebruik van spullen</i>
Looptijd:	<i>Augustus 2015 – maart 2016 (voorlopig)</i>
Budget:	<i>Afhankelijk van opzet</i>
Organisatie(s):	<i>Omroep Gelderland</i>
Type actie:	<i>Ruilen / hergebruik</i>

Wat is het?

De weggeefkast is een initiatief van het programma ‘Gelderland Helpt’ van Omroep Gelderland. In de kasten kunnen mensen voorwerpen leggen die nog een tweede leven verdienen, zoals een beeldje, een speelgoedauto, een wekkerradio of een mooi fotolijstje. Alle spullen die in de kast passen mogen erin, mits ze compleet en niet kapot zijn. Wie iets interessants in de weggeefkast ziet staan, mag dat meenemen. Ook mogen er diensten aangeboden of gevraagd worden. Bijvoorbeeld iemand die ramen komt lappen, of iemand die een maatje zoekt om de zondagmiddag mee door te brengen.

Het doel is om in alle gemeenten in de provincie Gelderland (54) tenminste 1 Weggeefkast te plaatsen. Ze worden geplaatst in onder andere bibliotheken, dorpshuizen en culturele centra.

De Weggeefkast is een onderdeel van het programma Gelderland Helpt, dat als doel heeft om Gelderlanders met elkaar te verbinden. Het programma heeft dagelijks uitzendingen op Radio Gelderland en op zondag op TV Gelderland. Er is een website die veel interactiemogelijkheden biedt.

Aanpak

In augustus 2015 is de redactie van ‘Gelderland Helpt’ op zoek gegaan naar geschikte locaties voor Weggeefkasten. Buitenlocaties bleken niet praktisch, daarom is gezocht naar binnenruimtes in openbare gebouwen waar veel mensen komen en waar een vorm van toezicht is. De redactie benaderde bibliotheken, dorpshuizen en culturele centra, die over het algemeen enthousiast reageerden. In de tweede fase vroeg de redactie aan mensen om zelf met ideeën voor locaties te komen. Daarop reageerden veel mensen met tips. Ook locaties zelf reageerden dat ze graag een weggeefkast wilden hebben.

Voor de weggeefkasten zijn kasten ingekocht van 60 cm breed en 180 cm hoog. Die nemen niet zoveel ruimte in. Daardoor is er op de meeste locaties makkelijk een plek voor te vinden. De kasten werden bestickerd als ‘Gelderland Helpt Weggeefkast’. Op iedere kast kwamen ook de spelregels te hangen.

Het transport van Weggeefkasten naar bibliotheken verzorgde de Rijnbrink Groep. Zij ondersteunen bibliotheken met onder andere logistieke diensten en hun vrachtwagens konden de kasten meenemen. Op andere locaties verzorgde Gelderland Helpt zelf het transport van de kasten. Een medewerker van Gelderland Helpt zorgde voor een goede plaatsing van de kast op de locatie.

Het programma Gelderland Helpt besteedde regelmatig aandacht aan de plaatsing van nieuwe Weggeefkasten in de uitzendingen en op de website.

‘Kinderzwerfboek’ benaderde de redactie met de vraag of de Weggeefkasten ook konden dienen als doorgeefstation voor Kinderzwerfboeken. Dat zijn kinderboeken met een zwerfsticker op de kaft, die kinderen aan elkaar kunnen doorgeven. Sindsdien staan in een deel van de Weggeefkasten ook Kinderzwerfboeken.

Resultaten

De redactie ervaart veel enthousiasme. De kast zorgt voor extra aanloop, zorgt voor verbinding en zorgt voor een fijn gevoel en een lach. Op 1 december 2015 stonden er al 75 Weggeefkasten verspreid door de provincie. In elke

gemeente staat minimaal 1 kast. Veel locaties boden zichzelf aan, waaronder een kinderboerderij, woon-zorgcomplex en kantine van de Radboud Universiteit. Mensen die een nieuwe locatie aandragen, werpen zich ook op als beheerder voor de Weggeefkast. De variatie in de kasten is groot. Dagelijks veranderen de spulletjes, zodat het steeds weer een verrassing is wat je aan zal treffen of wie je kan ontmoeten via de Weggeefkast. Sommige kasten hangen vol met bedankbriefjes van mensen die blij zijn met iets wat ze in de kast gevonden hebben.

Kosten

Het is lastig een kostenindicatie te geven, aangezien de Weggeefkasten onderdeel zijn van het maken het journalistieke programma Gelderland Helpt. De kosten en uren zitten in de normale programmakosten. De kosten hangen uiteraard ook af van het aantal geplaatste kasten. De kosten bestaan uit: uren voor het zoeken van geschikte locaties, aanschaf kasten en transport, plaatsing en inrichting op locatie, beheer van de kasten (meestal door vrijwilligers of locatiehouder), communicatie en PR

Succesfactoren

- De betrokkenheid van omroep Gelderland om bekendheid te geven aan dit initiatief en om kasten, spullen en ideeën voor locaties te verzamelen. Ook de motivatie voor gemeenten en buurtlocaties om mee te doen is hierdoor groot.
- De kasten staan op plekken waar veel mensen komen, waardoor ze hun functie goed kunnen vervullen. Ook zorgen ze voor extra aanloop van mensen die normaal niet naar binnen komen. De locatie bereikt zo een nieuw doelgroep
- Het is laagdrempelig, er zijn geen kosten voor mensen aan verbonden
- Weggeefkasten versterken de sociale betrokkenheid en samenhang ter plaatse.

Leerpunten

- Mensen blijken makkelijk spullen in de kast te zetten. Maar mensen blijken enige schroom te hebben om iets leuks uit de kast te pakken, als ze niets terug kunnen doen. Het werkt goed als iemand ze plekke aanmoedigt om dingen mee te nemen. Ook de teksten op stickers kunnen hier extra aandacht aan geven. De bedankbriefjes op de kast voorzien ook in het 'teruggeven' van een stukje dankbaarheid.
- Een deel van de bibliotheken had liever geen Kinderzwerfboeken in hun Weggeefkast, omdat dit concurreert met hun eigen aanbod. Per locatie is besloten of de Weggeefkast ook Kinderzwerfboeken bevat.

Kopieerbaarheid / randvoorwaarden

Het idee voor weggeefkasten is eenvoudig over te nemen door andere gemeenten. Samenwerking met lokale media of buurtorganisaties helpt om voldoende bekendheid aan het initiatief te geven en mensen op te roepen kasten of spullen te doneren. Noodzakelijke ingrediënten voor dit project zijn:

- Kast
- Geschikte locaties
- Vervoer om de kasten op hun plek te krijgen
- Iemand die de kast beheert
- Publiciteit om bekendheid te geven aan het initiatief

Meer informatie

<http://www.gelderlandhelpt.nl/weggeefkasten>

<http://www.omroepgelderland.nl/nieuws/2098178/Iets-weg-te-geven-Breng-het-naar-de-weggeefkast-van-Gelderland-Helpt>

<http://kinderzwerfboek.nl/>

Renate Koning, Omroep Gelderland, rkoning@gld.nl, 026-3713718

Projectbeschrijving door Milieu Centraal, december 2015

Weggeefwinkel

Plaats:	<i>Verspreid door heel Nederland (geïnterviewde in Utrecht)</i>
Doelgroep:	<i>Alle consumenten</i>
Doel:	<i>Producten een langer leven geven door hergebruik</i>
Looptijd:	<i>Sinds 2004</i>
Budget:	<i>Bestaat uit donaties, fondsen, bijdrage van vrijwilligers</i>
Organisatie(s):	<i>weggeefwinkels</i>
Type actie:	<i>Hergebruik, tweedehands / gratis spullen doorgeven</i>

Wat is het?

De weggeefwinkel is een winkel waar de producten gratis verkrijgbaar zijn. Belangrijk is dat iedereen welkom is in een weggeefwinkel. De organisatie wil een plek bieden waar het niet draait om geld en wil een alternatief bieden voor de wegwerpeconomie.

Aanpak

Weggeefwinkels worden gerund door vrijwilligers. De gebruikte ruimte is vaak een gekraakt pand om de vaste kosten zo laag mogelijk te houden. Ook wijk- en zorgcentra en repair cafés kunnen geschikt zijn om een samenwerking aan te gaan en zo een goedkope locatie te vinden. De spullen die worden weggegeven worden allemaal gedoneerd. Algemene kennis over weggeefwinkels staat gebundeld op één algemene site (<http://weggeefwinkels.nl/>) om uitbreiding van het initiatief te stimuleren. Zowel informatie over het opstarten van een weggeefwinkel als recente adressen van de winkels zijn hier te vinden. Veel van de weggeefwinkels hebben ook een eigen site of facebook waarop het concept uitgelegd wordt en waarop verdere promotie van evenementen plaatsvindt. Door middel van flyers, posters en persberichten groeit de bekendheid van de weggeefwinkel (met name een artikel in een huis-aan-huisblad werkt goed als promotie).

Resultaten

Door de weggeefwinkel wordt de levensduur van producten verlengd. Hoeveel producten er worden binnengebracht of opgehaald varieert in de tijd en is van veel externe factoren afhankelijk (bijv. vakantieperiode). Gemiddeld komen er 20 klanten langs op een doordeweekse dag in Utrecht. Wanneer de locatie meer in het centrum van de stad ligt, komen er meer klanten.

Kosten

De weggeefwinkel is niet afhankelijk van subsidies. Op de algemene website van weggeefwinkels wordt benadrukt dat het belangrijk is om hier niet afhankelijk van te zijn. Dit om het onafhankelijke karakter van de weggeefwinkel te behouden. De organisatie probeert de kosten zo laag mogelijk te houden door kraak- of leenpanden te gebruiken. De grootste kostenposten van weggeefwinkels zijn stroom en water, maar ook incidentele kosten voor drukwerk/flyers en kleine structurele kosten (koffie/thee, schoonmaakmiddelen).

Financiering: In de Utrechtse weggeefwinkel wordt stroom en water door de vrijwilligers betaald. Kleine kosten proberen ze uit donaties te betalen (in de winkel zelf wordt daar niet om gevraagd, maar in de koffiehoeke staat een donatiepot). Incidentele kosten worden soms in natura betaald door klanten. Tot slot wordt er soms een oproep op Facebook gedaan of doen ze een fondsaanvraag bij diverse groepen voor incidentele kosten.

Successen

Volgens de Utrechtse weggeefwinkel ligt de kracht van de winkels erin dat er veel sympathie is en dat iedereen gelijk wordt behandeld. Hierdoor is de klantenkring heel divers. In Utrecht wordt geen maximum gesteld aan spullen die meegenomen mogen worden (iets wat sommige andere weggeefwinkels wel doen), wat zorgt voor een ontspannen sfeer.

De kracht van weggeefwinkels ligt daarnaast in het sociale aspect. Bezoekers komen voor gezelschap naar een weggeefwinkel; het gaat vooral mensen die eenzaam zijn en/of mensen met weinig middelen. Ook helpt het mensen die niet of nauwelijks online zijn en dus geen gebruik kunnen maken van Marktplaats of de weggeefgroepen op Facebook.

Leerpunten

Het is belangrijk dat vrijwilligers een 'leven en laten leven'-houding hebben of ontwikkelen. Anders ontstaat snel spanning rondom klanten die heel veel meenemen, kapotte spullen die worden ingeleverd, medevrijwilligers die spullen op de verkeerde plek zetten, enz.

Er is een aparte ruimte nodig om de spullen die binnenkomen neer te zetten en uit te zoeken, voordat deze in de winkel terechtkomen. De aanwezigheid van een tas met ongesorteerde spullen kan leiden tot graaigedrag en een rommelige winkel.

Tot slot worden nieuwe producten nu vaak gefaseerd in de winkel gezet, zodat meerdere mensen de kans hebben iets mee te nemen (wanneer er bijvoorbeeld een doos vol cd's ineens in de winkel wordt gezet, is er een kans dat één klant alles meeneemt).

Kopieerbaarheid / randvoorwaarden

Weggeefwinkels zijn goed kopieerbaar. Algemene kennis over weggeefwinkels staat gebundeld op één algemene site (<http://weggeefwinkels.nl/>) om uitbreiding van het initiatief te stimuleren. Hier is onder andere een plan van aanpak te vinden voor het beginnen van een weggeefwinkel. Om een Weggeefwinkel op te richten zijn de volgende zaken van belang:

- Vrijwilligers die de Weggeefwinkel initiëren en beheren.
- Een geschikte, goedkope of gratis locatie.
- Goede communicatie, met name in lokale media, evt gekoppeld aan gemeentelijke pas voor lage inkomens.
- Een klein financiering om initiële kosten te dekken (zonder voorwaarden of administratieve lasten).

Meer informatie

Algemene site: <http://weggeefwinkels.nl/>

Utrechtse weggeefwinkel: <http://www.weggeefwinkelutrecht.nl>, weggeefwinkel@puscii.nl

Contactpersoon: Wendie Verberne

Projectomschrijving door Natuur & Milieu, januari 2016

Little green dress

Plaats:	<i>Op locatie</i>
Doelgroep:	<i>Consumenten die vaak kleding kopen</i>
Doel:	<i>Kleding vaker gebruiken door het te leen aan te bieden (evt. bijzondere merkkleding)</i>
Looptijd:	<i>Sinds 2009</i>
Budget:	<i>-</i>
Organisatie(s):	<i>Little green dress</i>
Type actie:	<i>Ruilen / tweedehands, hergebruik</i>

Wat is het?

Little green dress kan worden ingehuurd om kledingruildagen te organiseren. Tijdens deze dagen brengen de deelnemers kleding mee die ze zelf niet meer willen. Al de meegebrachte kleding wordt uitgestald en opgehangen, en daarna kunnen de deelnemers kledingstukken passen. Wanneer iets bevalt, dan mag het kledingstuk mee naar huis genomen worden. Mochten er meer deelnemers geïnteresseerd zijn in een bepaald kledingstuk, dan wordt er geloot. Er worden 4 á 5 feestjes per jaar gegeven, met plek voor 50 vrouwen. Kledingruils worden georganiseerd op festivals, feesten en evenementen.

Aanpak

Little green dress werd eind 2009 opgericht door Maartje Maas. De inspiratie kwam nadat ze met vriendinnen een kledingruilfeestje had gehad. Sindsdien is het initiatief uitgegroeid tot de grootste kledingruilorganisator van Nederland. De organisatie is actief op o.a. facebook en twitter. Met enige regelmaat is de organisatie in de media (2 á 3 keer per jaar), al is dat in 2015 niet het geval geweest.

Resultaten

Bij Little green dress worden er jaarlijks 1000 kledingstukken geruild. In de communicatie ligt de nadruk vooral op gezelligheid, het geven van een feestje en het goedkoop 'aanschaffen' van nieuwe kleding. Duurzaam gedrag is niet de belangrijkste reden om naar een kledingruilfeestje te gaan, maar het is wel een gevolg van de kledingruil. Ondanks het feit dat de nadruk niet op duurzaamheid ligt, wordt hergebruik met dit initiatief wel gestimuleerd. Op de website van Little green dress wordt wel aandacht besteed aan duurzaamheid.

Kosten

De kosten om Little Green Dress in te huren voor een evenement van 3 uur voor 30 tot 40 deelnemers zijn zo'n €400-500.

Successen

Little green dress maakt van hergebruiken een feestje. Tijdens de ruils zijn er zijn hapjes, taart en gaat het om gezelligheid. Zo worden er positieve gevoelens aan hergebruik gekoppeld en wordt duurzaam gedrag impliciet gestimuleerd. Daarnaast voegt Little green dress een financiële prikkel toe aan hergebruik, doordat je gratis nieuwe kleren krijgt in ruil voor kleren die voor jou geen waarde meer hebben.

Leerpunten

Onbekend

Kopieerbaarheid / randvoorwaarden

Het project is zeer goed kopieerbaar omdat het gaat om een kant-en-klaarconcept dat overal in te zetten is.

Meer informatie

<http://littlegreendress.nl/>

Projectomschrijving door Natuur & Milieu, december 2015

Kringloop op de milieustraat

Plaats:	<i>Verschillende locaties</i>
Doelgroep:	<i>Bezoekers van de milieustraat (en kringloopwinkels)</i>
Doel:	<i>Verminderen van de hoeveelheid restafval, beter scheiden van recyclebaar afval, aandeel hergebruik/tweedehands verhogen</i>
Looptijd:	<i>Sinds 2008 (Rijssen)</i>
Budget:	<i>Uurvergoeding gemeente aan kringloop</i>
Organisatie(s):	<i>Gemeenten en kringloopbedrijven</i>
Type actie:	<i>Inname herbruikbare spullen, verkoop tweedehands artikelen, scheiden recyclebaar afval</i>

Wat is het?

Uit ervaring van kringloopbedrijven is gebleken dat een aanzienlijk deel van de goederen die op een milieustraat wordt aangeboden nog geschikt is voor hergebruik. Op milieustraten in Nederland kan (meer) gebruik worden gemaakt van de mogelijkheden tot hergebruik, bijvoorbeeld door de aanwezigheid van (medewerkers van) een kringloopbedrijf. Er zijn verschillende voorbeelden van samenwerking tussen milieustraat en kringloopbedrijf. Hierdoor krijgen meer materialen en apparaten een nieuw leven en vermindert de hoeveelheid restafval/grof vuil.

Aanpak

Er zijn verschillende vormen van samenwerking tussen milieustraat en kringloopbedrijf. Deze worden hier kort toegelicht, beginnend bij de meest intensieve vormen van samenwerking.

De milieustraat wordt beheerd door kringloopbedrijf

Medewerkers van het kringloopbedrijf zijn zowel verantwoordelijk voor het beheer van het afvalbrengpunt als de inname van herbruikbare goederen. De kringloopmedewerkers beheren de milieustraat en zijn er permanent aanwezig. De kringloop verkoopt de herbruikbare spullen; de onverkoopbare spullen worden zoveel mogelijk gesorteerd in recyclebare fracties. Komt voor in: gemeente Rijssen.

De milieustraat en het kringloopbedrijf zijn fysiek aan elkaar gekoppeld

Aan de 'achterkant' van de kringloop bevindt zich de milieustraat. Herbruikbare spullen worden via de voorkant van het kringloopbedrijf (de winkel) verkocht. De goederen die onverkoopbaar zijn, worden vervolgens zoveel mogelijk in recyclebare fracties gesorteerd en aangeboden aan de milieustraat. De milieustraat wordt nog wel beheerd door de gemeente, al zijn er ook permanent medewerkers van de kringloopwinkel aanwezig. Komt voor in: o.a. gemeente Oldenzaal.

Een kleine dependance van de kringloop op de milieustraat gevestigd

Hier vinden soms sorteer- en reparatiewerkzaamheden plaats. De herbruikbare goederen worden vervolgens op een andere locatie verkocht. Komt voor in: o.a. gemeente Alphen aan de Rijn (Ecopark de Limes) en gemeente Beverwijk.

Een opslagruimte op de milieustraat waar inwoners herbruikbaar huisraad kunnen neerzetten

In deze vorm van samenwerking zijn er al dan niet medewerkers van het kringloopbedrijf aanwezig op de milieustraat. Het kan ook zo zijn dat gemeentemedewerkers getraind zijn in het herkennen van herbruikbare goederen. Kringloopmedewerkers en/of gemeentemedewerkers houden toezicht op de opslagruimte. Het afgeven van spullen aan de opslagruimte is gratis, in tegenstelling tot het storten van spullen op de rest van de milieustraat. Komt voor in: gemeente Emmeloord, gemeente Best

Medewerkers van de milieustraat leggen herbruikbaar huisraad apart

De herbruikbare spullen worden regelmatig opgehaald door kringloopmedewerkers. Het kringloopbedrijf kan een training in het herkennen van herbruikbaar huisraad (laten) geven aan medewerkers van de milieustraat. In de volgende alinea's wordt met name ingegaan op de case van Rijssen, waarbij de milieustraat wordt beheerd door het kringloopbedrijf.

Resultaten

- Door hergebruik daalt de hoeveelheid restafval en daarmee de verwerkingskosten voor de gemeente. In Rijssen is de afvalheffing voor inwoners in de afgelopen jaren al tweemaal verlaagd, terwijl die in andere gemeentes juist omhoog gaat. Dit is onder andere te danken aan het verhoogde hergebruik en sortering op het afvalbrengpunt in Rijssen.
- Medewerkers van een kringloopbedrijf hebben vaak goed zicht op welke spullen nog goed verkoopbaar zijn. Ook weten ze welke spullen met een kleine opknapbeurt weer geschikt zijn voor de verkoop. Door een samenwerking tussen kringloop en milieustraat krijgen meer spullen een nieuw leven. Dit geeft aanzienlijke milieuwinst van gemiddeld 1 ton CO₂ per ton hergebruikte spullen.
- Bezoekers associëren de milieustraat nu vaak nog onvoldoende met hergebruik. Door de aanwezigheid van kringloopmedewerkers op de milieustraat wordt dit bewustzijn bij burgers vergroot.

Kosten

In Rijssen dekt de gemeente de kosten van de kringloopmedewerkers die op de milieustraat aanwezig zijn. De opbrengsten van de gescheiden fracties papier, ijzer, wit- en bruingoed zijn voor de kringloopwinkel.

Succesfactoren

- De verstandhouding en samenwerking tussen gemeente en kringloop moet goed zijn. Wanneer kringloopmedewerkers taken van de gemeente over gaan nemen, kan dat leiden tot wrijving. Om de samenwerking tot een succes te maken, moeten relaties dus goed zijn.
- Wanneer de selectie van materialen (wel/niet herbruikbaar) pas plaatsvindt na levering van de materialen, is het succes minder groot. Het risico is dan dat goederen al in (gescheiden) afvalcontainers beland zijn. Vanuit milieuoogpunt is het dus waardevol als de kringloop zich aan het begin van de milieustraat bevindt. Het milieueffect wordt nog vergroot als defecte spullen worden gerepareerd. Dit gebeurt al in Rijssen door medewerkers van het kringloopbedrijf. Samenwerking met een Repair Café is ook een mogelijkheid (zie ook best practice Repair Café Utrecht).
- Door voor de kringloop een financiële prikkel in te bouwen (opbrengsten papier, ijzer, wit- en bruingoed zijn voor hen) wordt goed scheiden van afval gestimuleerd. Uit een container vol 'puin' die een burger niet wil scheiden, kan nog een hoop waardevols tevoorschijn komen.

Leerpunten

- Er is voldoende toezicht nodig op de milieustraat. Dit omdat het bewustzijn van de mogelijkheden tot hergebruik niet altijd aanwezig is bij bezoekers van de milieustraat. Aanwezigheid van kringloopmedewerkers kan dit bewustzijn vergroten.
- De kringloop moet voldoende zichtbaar zijn op de milieustraat. Wanneer de kringloop over het hoofd wordt gezien, is het succes ervan aanzienlijk minder groot.

Kopieerbaarheid / randvoorwaarden

De kringloop op de milieustraat is een goed kopieerbaar initiatief. Veel gemeenten passen het al in diverse vormen toe. Het feit dat de afvalstoffenheffing omlaag kan gaan, is er een financiële prikkel voor gemeenten om dit project aan te pakken. De maatregel is het meest succesvol als aan de volgende voorwaarden wordt voldaan:

- Genoeg ruimte op de milieustraat.
- Goed zichtbaar inzamelpunt 'vooraan' op de milieustraat, zodat burgers dat als eerste tegenkomen.
- Er zijn mensen van de kringloop of getrainde gemeentemedewerkers aanwezig om toezicht te houden.
- Financiële prikkel voor kringloopmedewerkers voor het goed scheiden van recyclebaar afval.
- Goede verstandhouding tussen gemeente en kringloop.

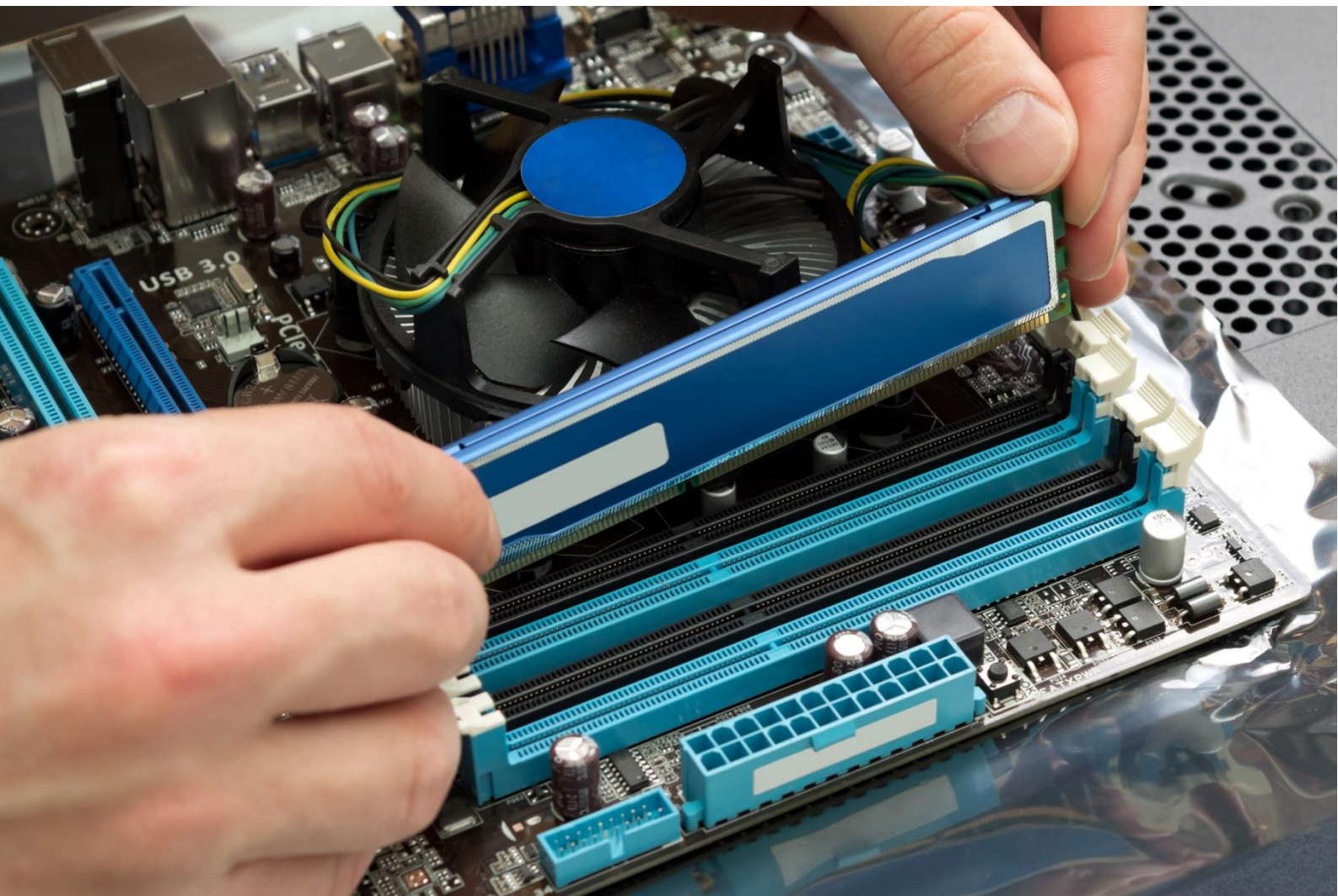
Meer informatie

Ronald van den Heerik, projectmedewerker BKN: r.vdheerik@bkned.nl

Johan Koppelman, directeur Kringloop 't Roondgaank: info@kringlooprijssen.nl

Projectbeschrijving door Natuur & Milieu, november 2015

REPARATIE



Repair Café Utrecht

Plaats:	<i>Utrecht</i>
Doelgroep:	<i>Inwoners van Utrecht</i>
Doel:	<i>Producten een langer leven geven door reparatie en mensen leren om zelf producten te repareren</i>
Looptijd:	<i>Vanaf 2011</i>
Budget:	<i>5750 euro + kosteloos ruimte beschikbaar stellen</i>
Organisatie(s):	<i>Repair Café Utrecht</i>
Type actie:	<i>Reparatie producten en educatie</i>

Wat is het?

In een Repair Café kunnen mensen kapotte spullen (laten) repareren. Bijvoorbeeld elektrische en mechanische apparaten, elektronica, speelgoed, kleding, kleine meubelstukken, fietsen, ... In Utrecht zijn er op 10 verschillende locaties 1 a 2 keer per maand Repair Cafés, meestal in buurthuizen. Deskundige vrijwilligers helpen bij de reparatie. Voor allerlei soorten reparaties is gereedschap beschikbaar in het Repair Café. De dienstverlening is gratis, mensen kunnen een vrijwillige bijdrage geven.

Een Repair Café geeft producten een langer leven. Dat scheelt afval en is goed voor de portemonnee. Een Repair Café heeft ook een educatieve functie: het leert mensen hoe ze zelf iets kunnen repareren. Daarnaast heeft het ook een sociale, bindende functie in de wijk.

Een Repair Café vormt geen concurrentie voor professionele reparateurs. Repair Cafés willen repareren juist weer onder de aandacht brengen. In het Repair Café leren mensen dat er alternatieven zijn voor weggooien en dat repareren vaak een heel goede optie is. Regelmatig worden bezoekers doorverwezen naar professionele reparateurs als de klus te ingewikkeld of te tijdrovend is.

Aanpak

Eind 2011 startte het eerste Repair Café in Utrecht, op initiatief van een aantal inwoners en met subsidie van de gemeente. Er ontstond al snel veel aanloop van mensen met spullen om te repareren. Het werd zo druk dat de wachttijden opliepen tot 2 uur. Er was behoefte aan meerdere locaties voor repair cafes. Repair Café Utrecht had de ambitie om in elke wijk een eigen Repair Café op te richten. Hiervoor waren geschikte locaties nodig, coördinatoren en deskundige reparateurs. Veelal meldden initiatiefnemers zich bij het oudste Repair Café, dat ondersteuning bood bij de start. De start van een Repair Café vereist een beperkte investering voor gereedschap, materiaal en communicatiemiddelen. In 2012 won Repair Café Utrecht de Vrijwilligersprijs van de stad Utrecht. En in 2014 stelde de gemeente Utrecht een startsubsidie beschikbaar. Met deze gelden konden de nieuwe Repair Cafés worden opgericht.

Communicatie: Repair Café Utrecht verzorgt zelf de publiciteit. Een eigen PR medewerker zorgt regelmatig voor berichten in het stadsblad en wijkkranten. Daarnaast zorgt mond tot mond reclame voor veel aanloop van mensen.

Resultaten

In Utrecht zijn er nu op tien verschillende locaties 1 a 2 keer per maand Repair Cafés. Op een gemiddelde bijeenkomst komen er 30-35 klanten met 1 of 2 te repareren objecten. Tijdens een Repair Café vinden zo'n 40-45 reparaties plaats, waarbij ongeveer 80 procent van de spullen succesvol gerepareerd wordt. Een deel van de mensen leert om zelf producten te repareren. Het geeft mensen een extra stuk voldoening als ze iets zelf gerepareerd hebben. Dat vergroot de kans dat mensen thuis zelf ook spullen gaan repareren.

Kosten

Voor het opstarten van een Repair Café is een investering nodig in gereedschap en materiaal. Daarna blijken Repair Cafés in Utrecht zichzelf te kunnen bedruipen uit de inkomsten van vrijwillige donaties die mensen na een reparatie kunnen doen. Aan de Vrijwilligersprijs uit 2012 was een bedrag verbonden van € 1500. De startsubsidie van de gemeente Utrecht bedroeg in totaal 5750 euro (1000 euro per nieuw gestart Repair Café en een doelsubsidie voor

extra communicatie). De meeste Repair Cafés vinden plaats in buurthuizen. De Repair Cafés vallen onder een regeling waarbij ze geen huur hoeven te betalen voor de buurthuizen.

Succesfactoren

Laagdrempeligheid en dicht bij mensen in de buurt zitten maakt Repair Café Utrecht succesvol. Het onder deskundige begeleiding zelf spullen repareren motiveert mensen. Mensen voelen zich trots als ze zelf iets hebben kunnen repareren. Ook de vrijwilligers hebben voldoening van hun werk. Bovendien draagt het bij aan binding in de buurt.

Leerpunten

- De Repair Cafés hebben geen plek in de afvalinformatie van de gemeente Utrecht. Vermelding in gemeente folders, gemeentepagina's in lokale bladen, op de afvalpagina's van de gemeentelijke website en de Afvalwijzer app zal de bekendheid van Repair Cafés en het gebruik ervan vergroten.
- Repair Café Utrecht wil graag iedere zaterdag met een 'Repair-tafel' op het afvalbrengstation van de gemeente staan. Op deze manier kun je veel mensen bereiken en apparaten redden voor ze in het afval belanden. Regels bemoeilijken de uitvoering van dit idee. Een gemeente mag grofvuil niet hergebruiken zonder toestemming van de 'eigenaar'. De gemeente Capelle aan den IJssel heeft hiervoor een oplossing gevonden: door een speciale Repair Café-container te plaatsen, kan een eigenaar zijn kapotte apparaat vrijwillig afstaan aan het Repair Café.

Kopieerbaarheid / randvoorwaarden

Het concept 'Repair Café' is gemakkelijk kopieerbaar. Een landelijke Stichting Repair Café ondersteunt de lokale Repair Cafés, bijvoorbeeld met een startpakket met handboek, logo's en posters en vermelding op de website. Om een Repair Café op te richten zijn drie zaken van belang:

- Vrijwilligers die het Repair Café initiëren
- Een geschikte locatie
- Een klein startkapitaal om gereedschap en materialen te kopen

Meer informatie

Stichting Repair cafe: <http://repaircafe.org/>

Nieske Kalkman, info@repaircafe.org, 020-2232586 / 06-20990392

Repair Cafe Utrecht: <http://rcu001.repaircafe-utrecht.nl/>

Martijn Leusink, repaircafeutrecht@gmail.com

Capelle aan den IJssel – Repair Café op afvalbrengstation:

<http://repaircafe.org/repair-cafe-container-in-de-milieustraat/>

Projectbeschrijving door Milieu Centraal, november 2015

Reparatienetwerk Wenen

Plaats:	<i>Wenen, Oostenrijk</i>
Doelgroep:	<i>Alle consumenten</i>
Doel:	<i>Verlengen van de levensduur van producten door uitgebreide reparatiemogelijkheden aan te bieden</i>
Looptijd:	<i>Sinds 2000</i>
Budget:	<i>Jaarlijkse gemeentelijke subsidie en ongeveer €5000 inkomsten uit lidmaatschap</i>
Organisatie(s):	<i>69 reparatiebedrijven en centrale organisatie</i>
Type actie:	<i>Voornamelijk reparatie, ook verkoop tweedehands.</i>

Wat is het?

Repair network Vienna is een platform dat consumenten verbindt met reparatiebedrijven in de regio voor allerlei soorten apparaten en gebruiksvoorwerpen. Denk aan elektronische apparaten, huishoudelijke apparaten, (tuin)gereedschap, fietsen, verwarming, sanitair, interieur, muziekinstrumenten en meer. Communicatie vindt plaats door middel van een website, een brochure (die jaarlijks wordt vernieuwd), een telefonische 'hotline' en zichtbaarheid in de (social) media. Het ontzorgt de consument door de zoektocht naar goede en betrouwbare reparatie op zich te nemen. Daarnaast wordt de consument beschermd, omdat er een maximumbedrag voor onderzoekskosten gehanteerd wordt. Er wordt er een transportservice tegen gunstig tarief aangeboden, wat drempels kan wegnemen bij het repareren van zware of grote apparaten. Er is een deskundige adviesraad die assisteert bij het toevoegen van nieuwe bedrijven aan het netwerk. Alleen bedrijven die reparatie als hoofdtak van de dienstverlening hebben, kunnen onderdeel worden van het reparatienetwerk. Zo wordt voorkomen dat er een belang is om het aanschaffen van een nieuw apparaat aan te raden. Soms verkopen deelnemende bedrijven ook tweedehands artikelen.

Aanpak

Het Repair Network Vienna is het initiatief van Sepp Eisenriegler, medewerker van een reparatiebedrijf. De consument in Wenen is altijd al gericht geweest op reparatie en hergebruik. De vraag naar de diensten van het reparatiebedrijf van Eisenriegler werd eind jaren '90 zo groot en de aanvragen zo divers, dat Eisenriegler besloot om op zoek te gaan naar partners. Daarmee zette hij een groter netwerk op, om zo aan de vraag en diversiteit te kunnen voldoen. Hij vulde en vergrootte daarmee de bijna lege niche in de markt: voor 1999 waren de enige reparatiemogelijkheden die van de producent. Die had er belang bij de consument aan te raden een nieuw product aan te schaffen.

Resultaten

Het reparatienetwerk omvat 69 commerciële reparateurs (dd. 2014) die 50.000 reparaties op jaarbasis uitvoeren, en daarmee zo'n 600 ton afval besparen. Omdat er minder nieuwe producten gemaakt worden, worden er ook grondstoffen bespaard bij de productie – deze besparingen zijn helaas niet kwantificeerbaar. Per jaar worden meer dan 7000 vragen telefonisch behandeld. Wenen is één van de grote steden in West-Europa (≥ 1 miljoen inwoners) met de meeste reparatiemogelijkheden per inwoner.

Er is door dit initiatief niet zozeer sprake geweest van een gedragsverandering (de bereidheid om te repareren is er altijd al geweest), als wel het realiseren van een mogelijkheid om dit gedrag daadwerkelijk succesvol in de praktijk te brengen.

Door dit project is er milieuwinst geboekt en is er werkgelegenheid gecreëerd. Er wordt weliswaar geen of weinig winst gemaakt door de deelnemende bedrijven, maar er wordt over het algemeen wel quitte gedraaid.

Kosten

Leden van het reparatienetwerk betalen jaarlijks een klein bedrag (€75 voor een éénmansbedrijf). Daarnaast is er een structurele gemeentelijke subsidie die de rest van de kosten dekt (adviesraad en PR; 600-700 uur, ongeveer 1 fte). Voor de telefonische hotline is er een aparte gemeentelijke subsidie. De ledenbijdrage en de subsidies samen zijn kostendekkend.

Successen

Een grote factor in het succes van dit initiatief is de centrale organisatie en communicatie. Op deze manier is er voor burgers een duidelijk aanspreekpunt. De hiermee gepaard gaande terugkerende media-aandacht zorgt voor blijvende naamsbekendheid. Ook het subsidiebudget is belangrijk voor het succes van het reparatienetwerk.

Leerpunten

Consumenten schrikken soms van de hoogte van de prijs van reparatie. Dit wordt veroorzaakt door de lage prijs van nieuwe producten, waarin niet alle milieukosten en sociale kosten gereflecteerd worden. Daarnaast is de belasting op arbeid hoog. Deze twee aspecten zorgen ervoor dat de prijs van reparatie relatief hoog is ten opzichte van het kopen van een nieuw product.

Kopieerbaarheid / randvoorwaarden

Een voorwaarde voor het succesvol maken van een dergelijk project is het bestaan en de omvang van reparatiebedrijven. Dit netwerk bundelt en communiceert over bestaande initiatieven. Hoe groter het bestaande aanbod in reparatie, hoe meer kans op succes.

Daarnaast is het belangrijk dat er voldoende media-aandacht voor een dergelijk initiatief is om zichtbaarheid en bekendheid bij de burger te realiseren. Dit omdat reparatiebedrijven zelf vaak erg klein zijn en geen capaciteit, kennis en/of middelen hebben voor PR. De communicatie moet dus centraal georganiseerd worden. Om duidelijkheid te creëren bij de consument is het hebben van één centrale website/telefoonnummer zeer aan te raden. Er zijn minder succesvolle voorbeelden van reparatienetwerken in Oostenrijk, die te wijten zijn aan het ontbreken van (budget voor) centrale PR.

Meer informatie

<http://www.reparaturnetzwk.at>

Contactpersoon: Sepp Eisenriegler, sepp.eisenriegler@rusz.at

Projectbeschrijving door Natuur & Milieu, oktober 2015

Whatthefiets

Plaats:	<i>Utrecht</i>
Doelgroep:	<i>De fietsende consument</i>
Doel:	<i>Consumenten leren om hun fiets zelf te repareren</i>
Looptijd:	<i>Sinds 2011</i>
Budget:	<i>Onbekend (huisvesting wordt betaald door Universiteit Utrecht, organisatie wordt gerund door vrijwilligers).</i>
Organisatie(s):	<i>Whatthefiets</i>
Type actie / categorie:	<i>Reparatie, educatie</i>

Wat is het?

Whatthefiets is een non-profitorganisatie die op vrijwillige basis gerund wordt door studenten. De vrijwilligers leren mensen hoe ze hun fiets kunnen repareren. Er is een werkplaats die bezocht kan worden voor advies en hulp bij reparaties, maar ook voor het gebruik van gereedschap. De reparaties worden niet door Whatthefiets gedaan; in plaats daarvan is er kennisdeling, zodat klanten kunnen leren repareren. Er worden ook tweedehands fietsen verkocht.

Aanpak

Whatthefiets is uitgevoerd met behulp van Sociaal Ondernemerschap (SOON) die het initiatief voorzag van advies en de nodige contacten voor het opstarten van Whatthefiets. Het initiatief wordt ook gesteund door verschillende studentenorganisaties. De organisatie is gesitueerd op de Uithof in Utrecht. Het pand is van de Universiteit en mag gratis door Whatthefiets gebruikt worden. Wegens het succes van het project hebben de oprichters gezocht naar een nieuw pand in het centrum. Dit bleek echter te duur te zijn.

Resultaten

Doordat Whatthefiets advies geeft en kennis verschaft over het repareren van fietsen hoopt de organisatie een duurzame gedragsverandering te bewerkstelligen. Op deze manier worden mensen geholpen om zelf te repareren en kunnen ze het een volgende keer hopelijk geheel zelfstandig. Er komen ongeveer 20 mensen per dag naar de werkplaats.

Kosten

Whatthefiets is een stichting en maakt dus geen winst. De mensen die in de werkplaats staan zijn vrijwilligers. Veel van het gereedschap komt van donaties; ook oude fietsen en fietsonderdelen worden gedoneerd. Een klant kan gebruik maken van de werkplaats en het gereedschap voor €3 tot €5, afhankelijk van hoe lang het gebruikt wordt. Ook worden er workshops gegeven die €5 kosten. De organisatie heeft genoeg cashflow om uit de kosten te komen. Belangrijk hiervoor is dat ze geen personeelskosten hebben (allemaal vrijwilligers) en geen huur of elektriciteit (ze zitten in het pand van de universiteit en hoeven hier niet voor te betalen). Wanneer ze geen pand hadden kunnen krijgen van de universiteit, zou dit veruit de hoogste kostenpost zijn. Nu is het gereedschap de hoogste kostenpost.

Successen

Doordat vrijwilligers uitleg en hulp te geven bij reparatie, in plaats van de reparatie voor de consument uit te voeren, kunnen consumenten in de toekomst zelf repareren. De gedragsverandering (zelf repareren) is daardoor duurzaam, omdat het om invloed voor langere tijd gaat. Daarnaast is Whatthefiets succesvol door de hoge inzet van de medewerkers. Deze medewerkers maken vrijwillig een succes van de organisatie; deze inzet is essentieel om een dergelijk project te laten slagen. Ook moeten steeds nieuwe vrijwillige medewerkers aangetrokken worden om het initiatief draaiende te houden.

Leerpunten

De organisatie heeft veel geleerd tijdens het opzetten en draaiende houden van het project. Vooral de professionalisering van het project bleek essentieel. Het begrijpen van belastingzaken, het verkrijgen van juridische ondersteuning, het verkrijgen van hulp bij de boekhouding, voor het betrokken houden van vrijwilligers en bij de

marketing, waren dingen die de organisatie gedurende het realiseren van het project heeft geleerd. Dit hebben ze zelf moeten leren en hulp hebben ze op eigen kosten later ingeschakeld.

Kopieerbaarheid / randvoorwaarden

De organisatie van Whatthefiets denkt dat het project goed kopieerbaar is. Mensen komen naar de werkplaats om twee redenen. Allereerst omdat het een goedkoper is dan het laten repareren van je fiets en daarnaast omdat het idee achter het project hen aanspreekt. Vooral het achterliggende idee (leren repareren) zorgt ervoor dat de consument terug blijft komen. Studenten kunnen zich goed vinden in beide ideeën (lage prijs en leren repareren), omdat zij vaak de tijd hebben om nieuwe dingen te leren en niet het geld om dergelijke reparaties uit te besteden. Toch ziet de organisatie van Whatthefiets de student niet als voorwaarde voor het slagen van het project. Een dergelijk project kan zich ook richten op andere mensen die minder te besteden hebben of dingen graag willen leren zelf te doen.

Whatthefiets wordt op dit moment georganiseerd door studenten en ook voornamelijk gebruikt door studenten. De organisatie denkt echter dat vrijwilligers die geen student zijn, het project net zo succesvol zouden kunnen maken. Vrijwilligers moeten enthousiast en gedreven zijn en genoeg tijd hebben. Wanneer de vrijwilligers aan deze voorwaarde voldoen is het niet belangrijk of ze student zijn.

De organisatie ziet de kosten niet als grootste probleem bij het kopiëren van het project. Zij denken dat wanneer je de klanten goed betrokken houdt bij het project, het project op verschillende plekken kan slagen. Het is belangrijk om na te denken over culturele verschillen van de klant per plek en eerst goed onderzoek te doen naar de doelgroep.

Om eenzelfde initiatief elders op te zetten, zijn dus in elk geval de volgende zaken van belang:

- Vrijwilligers die de organisatie runnen.
- Een geschikte/goedkope locatie.
- Een klein startkapitaal om gereedschap aan te schaffen.

De organisatie van Whatthefiets wil graag helpen om vergelijkbare projecten op andere plekken te verwezenlijken. Ze zijn bereid documenten en kennis te delen om dit te stimuleren.

Meer informatie

<http://www.whatthefiets.org/>

Contactpersoon: Leila 06-44007224

Projectomschrijving door Natuur & Milieu, december 2015

iFixit

Plaats:	<i>Online</i>
Doelgroep:	<i>Alle consumenten</i>
Doel:	<i>Het bevorderen van zelf repareren en bewustwording van reparabiliteit</i>
Looptijd:	<i>Sinds 2003</i>
Budget:	<i>Onbekend</i>
Organisatie(s):	<i>iFixit</i>
Type actie	<i>Reparatie, educatie</i>

Wat is het?

iFixit is een online reparatieplatform met twee belangrijke doelen. Het meest belangrijke doel is het publiceren van reparatiehandleidingen om het repareren van producten te vergemakkelijken. Deze handleidingen worden aangeboden op www.iFixit.com. Iedereen kan een handleiding online zetten of aanpassen. Er worden ook specialistisch reparatiegereedschap en onderdelen te koop aangeboden. Naast het geven van reparatie-instructies richt iFixit zich ook op het informeren van consumenten over het belang van reparatie. Op www.iFixit.org pleit de organisatie voor reparatie en geeft inzicht in hoe reparatie wordt bemoeilijkt of juist gestimuleerd. iFixit richt zich volgens hun eigen zeggen op 'iedereen'. De organisatie probeert het repareren van producten voor iedereen toegankelijk te maken, dus ook voor mensen zonder technische achtergrond of ervaring. De handleidingen zijn zorgvuldig stapsgewijs opgebouwd, waardoor ze gemakkelijk te begrijpen zijn. Hiermee wordt de drempel voor het repareren van producten verlaagd. iFixit organiseert in principe zelf geen workshops de informatie wordt enkel online aangeboden. Daar hoort wel een discussieforum bij, waarop mensen vragen kunnen stellen, bijvoorbeeld als een reparatie met de beschikbare informatie niet goed lukt.

Aanpak

iFixit is begonnen met de site vanuit de eigen behoefte aan reparatiehandleidingen (die niet online beschikbaar waren). De initiatiefnemers plaatsten een instructiehandleiding voor een reparatie online nadat een zoektocht naar een dergelijke handleiding geen resultaat had gehad. Op deze reparatiehandleiding ontvingen de initiatiefnemers zoveel positieve reacties dat zij het hebben uitgebreid tot wat nu bekend staat als iFixit.

Resultaten

Op de site staan nu 17.307 handleidingen online voor 4753 verschillende apparaten. Daarnaast is er ook een zogenoemde 'pledge', waarbij een websitebezoeker kan aangeven hoeveel producten hij of zij dat jaar gaat repareren. 22.238 mensen uit voornamelijk Europa en Noord-Amerika hebben deze pledge ingevuld.

Kosten: zijn onbekend.

Successen

Eén van de sterke punten van iFixit is het feit dat iedereen handleidingen op iFixit kan zetten en veranderen. Hierdoor wordt de kennis van velen bij elkaar gebracht en ontstaat een uitgebreid kennis platform. Het bereik van iFixit wordt vergroot doordat de handleidingen gratis online beschikbaar zijn en zo geschreven worden dat iedereen, met of zonder technische achtergrond, deze kan begrijpen.

Leerpunten, kopieerbaarheid en randvoorwaarden

De kracht van dit initiatief ligt in het samenbrengen en ontsluiten van een grote hoeveelheid kennis. Het is dus niet wenselijk om het project te kopiëren. Wel kan de informatie ingezet worden bij het organiseren van workshops over reparatie, bijvoorbeeld in de bibliotheek (zie ook best practice Gereedschapbibliotheek) of in combinatie met Repair Cafés (zie best practice Repair Café Utrecht). Daarnaast zullen het verspreiden van het bestaan van dit initiatief en de beschikbare informatie reparatie kunnen vergroten.

Meer informatie

<https://nl.ifixit.com/Info>

Projectbeschrijving door Natuur & Milieu, november 2015