

Totaalaanpak Statiegeld

27 november 2025



Inhoudsopgave

Management samenvatting

- 1. Uitbetalende innamepunten (draagt bij aan per capita dichtheid)**
 - a. 5.400 extra uitbetalende innamepunten t.o.v. begin 2023
 - b. Meer Retourshops: van 17 naar minimaal 60 locaties
 - c. Innamepunten in openbare ruimte en piek inzamelen
 - d. Samenwerkingsprogramma's (ambassadeurs) met minimaal 15 food & retailpartijen
 - e. Verkorting van de responsetijd van 16 uur naar 8 uur d.m.v. Rapid Response Teams, en een beschikbaarheidsfunctie in de Verpact-consumentenapp
 - f. Versoepelde inname voor beschadigde verpakkingen
- 2. Niet-uitbetalende innamepunten (draagt bij aan per capita dichtheid)**
 - a. + 5.000 donatiepunten
 - b. Substantieel meer donatiepunten bij piek-evenementen
- 3. Gebiedsgerichte aanpak rondom zwerfafval (in samenwerking met gemeenten)**
 - a. Identificatie van hotspots inclusief opruimen van zwerfafval, beheer en lediging openbare prullenbakken
 - b. Doorontwikkeling van donatieoplossingen in de publieke ruimte
- 4. Publiekscampagne**
 - a. Consumentenactivaties met beloningsmechanisme
 - b. Jongerencampagne met behulp van influencers en gaming
 - c. Lespakketten plus op iedere school een donatiebak
 - d. Actieve publieke communicatie over voortgang
- 5. Zichtbaarheid en Consumenten app**
 - a. Hogere zichtbaarheid in media
 - b. Consumenten app
- 6. Scope - Zuivel en Sappen**
 - a. PvA voor verpakkingen nu nog buiten scope – Q1 2026
- 7. Inzicht, monitoren & bijsturen**
 - a. Verwachte resultaten van de maatregelen 'Moving the needle'
 - b. Monitoring en consumentenonderzoek om snel te kunnen opschakelen
- 8. Rapportage systematiek totaalaanpak**
 - a. Extra inzicht over voortgang en financiën
- 9. Resultaatafspraken Verpact en afhankelijkheden derden**
- 10. Beknopt overzicht van de ambitie en belofte van Verpact**

Management samenvatting

Statiegeld helpt ons om verpakkingen te recyclen. Door ze terug te halen, houden we materialen in de kringloop, verminderen we vervuiling en zwerfafval, en hoeft er minder nieuw plastic en metaal te worden gemaakt. Hoe hoger de inzameling, hoe schoner de omgeving en hoe slimmer we met grondstoffen omgaan.

De afgelopen periode is door veel partijen met volle inzet gewerkt aan de verdere versterking van het statiegeldsysteem in Nederland. Vanuit Verpact en in nauwe samenwerking met gemeenten, retailpartners en uitvoerende partijen zijn concrete stappen gezet om de infrastructuur te vergroten, de toegankelijkheid voor consumenten te verbeteren en zwerfafval zichtbaar terug te dringen.

Daarmee wordt uitvoering gegeven aan de gezamenlijke ambitie, en de wettelijke verplichting van Verpact, om de doelstelling van 90% inzameling van plastic flessen en blikjes zo snel mogelijk te behalen, en om het statiegeldsysteem daarmee te verankeren als belangrijk onderdeel van de circulaire economie.

Toch is dat niet genoeg en zijn extra inspanningen nodig. Bij recycling en het hergebruik van glas, papier/karton en plastic behoren we al tot de koplopers van Europa. Verpact heeft de ambitie om zo snel mogelijk ook voor statiegeld minimaal aan de wettelijke normen te voldoen.

Verpact, Statiegeld Nederland, de gezamenlijke supermarkten en producenten staan pal achter de 90%-doelstelling. Met deze Totaalaanpak Statiegeld stellen wij een reeks aan maatregelen en initiatieven voor om dit te verwezenlijken.

De belangrijkste en bewezen effectieve maatregel is het verbeteren, uitbreiden en diversifiëren van innamepunten, zodat de verdichting per inwoner en kwaliteit verder toenemen. Uit recent consumentenonderzoek blijkt dat dit, met speciale aandacht voor de binnensteden, de meest effectieve knop is om aan te draaien.

We zien reeds een afname van meer dan 80% aan blikjes en 75% aan flesjes in het zwerfafval. Maar we blijven ons richten op het terugdringen van zwerfafval, met gerichte aanpak op plekken met de meeste overlast en snelle inzet bij vervuiling en volle afvalbakken. In combinatie met gerichte publiekscampagnes geven we zo een nieuwe impuls aan mensen die net dat extra duwtje nodig hebben om hun PET-flesjes en blikjes in te leveren. Zo zetten we maximaal in op het vergroten van consumentengemak.

Tegelijkertijd maken we heldere afspraken over inzicht, voortgang en bijsturing, zodat we het systeem voortdurend kunnen verbeteren en de tekortkomingen in het systeem kunnen adresseren.

Verpact committeert zich volledig aan de acties en termijnen die in dit plan staan en die binnen haar macht liggen om te realiseren. Tegelijk benoemen we de risico's waar we samen alert op moeten zijn, en waar we overheid en andere partijen hard bij nodig hebben. Zo is het essentieel om zo snel mogelijk naar de 90% te komen en daar te blijven, de innameplicht voor verkooppunten, die statiegeld flesjes en blikjes verkopen. Dit is overeenkomstig de ons omringende landen en wordt ook door vele partijen, waaronder NGO's, gevraagd.

Met deze Totaalaanpak committeert Verpact zich aan een set aan initiatieven en termijnen, waarbij we voor eind 2026 vasthouden aan de eerdergenoemde 5.400 extra innamepunten en waarbij we daarnaast een totaalpakket aan extra maatregelen inzetten om te versnellen.

Het is een geïntegreerd overzicht waarin alle plannen en nieuwe initiatieven, zoals onder andere de 'hotspot-aanpak', een app voor consumenten, en de zogenaamde Rapid Response Teams (RRT's) voor storingen, samen worden gebracht in één totaalaanpak. Dit zijn allemaal nieuwe activiteiten, waarbij we van sommigen al hebben kunnen laten zien dat het goed werkt en waar duidelijk effect is te zien, onder meer in de uitbreiding van bulkinnamepunten, Retourshops en samenwerking met gemeenten. Dit alles met als doel om de 90% zo snel mogelijk te halen.

Met deze geïntegreerde totaalaanpak zetten we alles op alles voor verdere verbetering van het statiegeldsysteem op die punten waar het systeem het nodig heeft.

Dit is de route die ons het snelste naar de 90% brengt, waarbij onze inzet erop gericht is om de eindstreep te halen met een robuust en stabiel systeem. Een systeem dat snel kan inspelen op verstoringen en haperingen, en dat voortdurend verbetert waar dat nodig is. Niet piepend en krakend, maar sterk, toekomstbestendig en in staat om bij te schakelen waar de inzameling juist goed en soepel loopt. Kortom: een statiegeldsysteem dat duurzaam werkt voor iedereen.

- **We verhogen de dichtheid van uitbetalende innamepunten** van 1 punt (*Reverse Vending Machine* (RVM) of handmatig uitbetalend innamepunt) per 3.500 inwoners, naar minimaal 1 per 1.800 inwoners (vóór eind 2026). **Tegelijk pakken we zwerfafval (bijvoorbeeld door opengebroken prullenbakken) rondom hotspots aan** en nemen we drempels en negatieve effecten van de innamesystematiek weg — in nauwe samenwerking met gemeenten — zodat frustratie afneemt en inlevergedrag toeneemt. Dat realiseren we door:
 - a. Een verdubbeling van het aantal **statiegeld uitkerende innamepunten**: van 5.100 (4.500 RVM's en 600 handmatig uitbetalende innamepunten) voor 1 januari 2023, naar 10.500 eind 2026, waarbij een bulk-RVM gezien de innamecapaciteit telt als drie innamepunten. Dit is in lijn met de door ILT opgelegde last onder dwangsom van 12 juli 2024.
 - b. Een meer dan **verdrievoudiging van het aantal succesvolle Retourshops**: van 17 nu naar 60 eind 2026, met een ambitie om door te groeien naar 80 wanneer de verwachte stijging in inzameling in de praktijk wordt bevestigd.
 - c. Voor eind 2026 plaatsing van **10 kiosken, mooi aangeklede bulk-RVM's op drukke plekken in de publieke ruimte** in de grote steden, met de ambitie om door te groeien naar 20.
 - d. **Actieve innamepunten en teams** op grote en middelgrote evenementen en festivals: dat doen we op 150 evenementen in 2026, met de ambitie om door te groeien naar 200. Dit zullen we na 2026 blijvend inzetten.
 - e. Meer **donatiepunten** bij verenigingen, scholen en drukke stedelijke locaties: 5.000 nieuwe donatiepunten eind 2026, met de ambitie om voor eind 2026 door te groeien naar 7.500. Hiermee breiden we de infrastructuur voor inname in het 'out-of-home' segment significant uit. Een RVM loont hier niet altijd, maar op deze plekken is het wel belangrijk dat er maatregelen tegen zwerfafval genomen worden en bewustwording voor de consument wordt gecreëerd.
 - f. Een zogenaamde '**hotspot-aanpak**' waarbij we in samenwerking met de vier grote steden een maatwerkaanpak opstellen op basis van de grootste lokale problemen. We bepalen samen de hotspots en zetten daar de juiste mix van oplossingen in. In korte sprints testen en verbeteren we continu.
 - g. Een **Statiegeld Ambassadeursprogramma** waarbij we samen met onze achterban van producenten en supermarktformules nieuwe samenwerkingen sluiten met grote landelijke en regionale retailketens, bestaande uit convenanten met concrete acties en doelen om het aantal RVM's in het retailsegment uit te breiden. We bouwen voort op bestaande partnerships met onder andere bouwmarkten, groothandels en cateraars. Eind 2026 moeten 15 retail- en foodketens zijn aangesloten, met de ambitie om door te groeien naar 17. Met een verdere uitbreiding in de jaren daarna waarbij een innameplicht deze maatregel in de toekomst natuurlijk overbodig maakt.
- We verbeteren de service richting de consument door problemen sneller op te lossen via o.a. Rapid Response Teams (RRT's), betere handling van beschadigde verpakkingen en een gebruiksvriendelijke Statiegeld Nederland app.

- a. We starten met de inrichting van **RRT's**, met als concrete commitment om **voor de zomer RRT's voor de grootste RVM-leverancier operationeel te hebben in de G4** (verwijzend naar de vier grote steden Amsterdam, Rotterdam, Den Haag en Utrecht). Het doel hiervan is de gemiddelde reactietijd te halveren, van ruim 16 uur naar uiteindelijk 8 uur eind 2026. Op basis van de resultaten verkorten we de reactietijd verder en breiden we deze aanpak — inclusief duidelijke KPI's — gefaseerd uit naar alle RVM-leveranciers en andere gemeenten.
 - b. **Niet geaccepteerde en/of beschadigde verpakkingen**: per eind Q1 2026 worden de instellingen van 80% van het machinepark verruimd zodat meer beschadigde verpakkingen worden geaccepteerd, hierdoor worden naar verwachting 0,5% – 0,7% extra verpakkingen ingezameld
 - c. Een **Verpact consumentenapp** wordt ontwikkeld met functies als een zoekfunctie voor innamepunten, digitale portemonnee, gamification-elementen, en communicatie en ondersteuning. De functies die relevant zijn voor statiegeld worden geprioriteerd en als eerste ontwikkeld. De eerste resultaten van het onderzoek naar deze app, gericht op consumentenbehoeften, essentiële functionaliteiten, technische haalbaarheid en het prototype, worden verwacht in Q2 2026.
- We stimuleren inlevergedrag door extra impulsen aan de consument.
 - a. Verpact gaat werken aan vier initiatieven waarmee we toewerken naar de uitrol van een landelijk consumenten beloningsmechanisme op alle RVM's. In Q2 2026, voorafgaand aan de inleverpiek in de zomer, wordt in samenwerking met onze betalingspartner gestart met **beloningsacties bij alle uitkerende innamepunten** onder beheer van Verpact en vanaf Q3 2026 gaan we dat doen in samenwerking met een bestaande kansspelvergunninghouder, binnen de juridische mogelijkheden. Hierbij wordt het principe van beloning gekoppeld aan het inleveren van statiegeldverpakkingen. Ook werkt Verpact aan het opzetten van een promotioneel kansspel in supermarkten met een geplande go-live eind Q3 2026, afhankelijk van de participatie van supermarktformules en producenten.
 - b. Parallel daaraan ontwikkelt Verpact een **geavanceerd landelijk beloningsmechanisme voor alle innamepunten (inclusief supermarkten)**, met oog voor alle wettelijke vereisten, met een geplande go-live in Q1 2027. In aanloop daarnaartoe werkt Verpact onder andere aan het opzetten van het beloningsmechanisme, het beschikken over de juiste vergunning, en het lanceren van de consumentenapp, zodat de uiteindelijke nationale consumentenactivatie echt impact maakt: verrassende beloningen en slimme incentives die jongeren en volwassenen structureel blijven motiveren om in te leveren. De impact hiervan moet nog worden onderzocht, maar op basis van eerste inschattingen die mogelijk zijn binnen deze termijn, schatten wij de impact op 1 a 2 % naar de 90% doelstelling, onder de voorwaarde dat het fundament van de infrastructuur van inleverpunten staat.
 - c. Vanaf Q4 2025 maken we de stap van landelijke zichtbaarheid naar **hyperlokale communicatie**. Via social media informeren we consumenten gericht over nieuwe inleverlocaties in hun buurt en brengen we de uitbreiding van bulkpunten onder de aandacht — met als kernboodschap dat er wekelijks nieuwe bulkmachines bijkomen.
 - d. We zetten in 2026 volledig in op een **gerichte jongerencampagne**: we bereiken 95% van de doelgroep via minimaal drie kanalen en activeren hen met een centrale boodschap, ondersteund door content die aansluit bij hun leefwereld, zoals gaming en influencer-marketing. Het doel is om sociale normen te versterken en inleveren aantrekkelijk en belonend te maken, zodat jongeren structureel vaker gaan inleveren.
 - e. We breiden in 2026 het aantal **lesprogramma's circulaire economie uit van alleen basisscholen naar ook middelbare scholen**. Zo versterken we educatie en bewustwording bij de statiegeld- en inzamelconsument van morgen. In 2026 worden er 750 lesprogramma's circulaire economie uitgerold, met de ambitie om door te groeien naar 1.000.

- Dit alles vullen we aan met maatregelen die het inzicht in inspanningen, resultaat en voortgang vergroten:
 - a. **2x per jaar** komen we met publieke rapportages met inzamelcijfers en financiële onderbouwing — begin maart de voorlopige resultaten en eind augustus de definitieve cijfers. Dit geeft alle stakeholders structureel inzicht in onze voortgang en financiën.
 - b. **4x per jaar** herijken we de infrastructuur op effectiviteit en delen we de voortgang van de totaalaanpak met het ministerie van IenW, inclusief uitgevoerde acties en behaalde effecten. Dit leidt tot gerichte bijsturing van de infrastructuurmix om zo snel mogelijk de 90% doelstelling te behalen.
 - c. De infrastructuur wordt continu verbeterd volgens het 'build-measure-learn'-principe. Deze **datagedreven sturing** heeft al geleid tot uitbreiding van (bulk) innamepunten en Retourshops, en tot een hogere effectiviteit. De inschatting is dat dit al tot een 5,9% hogere effectiviteit heeft geleid in vergelijking met uitvoering van het originele Plan van Aanpak. Vanaf 2026 vindt de herijking elk kwartaal plaats om sneller te kunnen bijsturen op trends en regionale verschillen.
 - d. **Voor het behalen van de inzamelnorm voor zuivel en sappen ontwikkelen we in Q1 2026 een plan.** We leveren hierbij een objectief rapport op met scenario's om ook voor deze categorieën de inzamelnorm te behalen.

Tegelijkertijd is het belangrijk om te benadrukken dat het succes van deze totaalaanpak ook afhankelijk is van de medewerking van anderen, zoals (lokale) overheden, derden in de private sector, vervoersmaatschappijen, verenigingen en grote verkooppunten die zelf niet innemen. Voor het behalen van de 90%-doelstelling is een innameplicht cruciaal. Verpact heeft verantwoordelijkheid voor het behalen van de wettelijke doelstelling en voor de aanvullende maatregelen die we binnen onze invloedssfeer kunnen nemen. Voor aanvullende maatregelen die buiten onze directe beïnvloedingssfeer liggen, kunnen wij vanzelfsprekend geen resultaatsverplichting dragen. Voor de maatregelen die wij zelf aanbieden en uitvoeren, nemen wij uiteraard wél volledige verantwoordelijkheid.

Uitwerking Totaalaanpak

Verpact committeert zich richting het ministerie aan de uitvoering van onderstaande acties binnen de voorgestelde termijnen, als onderdeel van een integrale aanpak ter verbetering van het statiegeldsysteem en het structureel oplossen van de geconstateerde tekortkomingen, met het doel zo snel mogelijk de 90%-doelstelling te behalen.

1. Uitbetalende innamepunten (draagt bij aan per capita dichtheid)

a) 5.400 extra uitbetalende innamepunten t.o.v. begin 2023, wat resulteert in 10.500 uitbetalende inleverpunten eind 2026

Verpact committeerde zich eerder al aan 5.400 bij te plaatsen uitbetalende innamepunten voor eind 2026 (ten opzichte van 1 januari 2023), om de infrastructuur te versterken en een belangrijke bottleneck voor het behalen van de 90%-doelstelling weg te nemen.

De 5.400 bij te plaatsen innamepunten, die eerder al waren toegezegd, omvatten een mix van handmatige innamepunten, verschillende type single-feed RVM's en bulk RVM's, waarbij een bulk RVM gezien de innamecapaciteit geldt als drie innamepunten conform de door ILT opgelegde last onder dwangsom van 12 juli 2024.

Verpact draagt daarnaast zorg voor de fijnmazigheid van het netwerk, met aandacht voor zowel hotspots die door gemeenten zijn aangedragen als voor locaties die Verpact zelf identificeert op basis van innamevolumes en consumptiepatronen (bijvoorbeeld per postcodegebied).

Binnen de vier grote steden, Amsterdam, Rotterdam, Utrecht en Den Haag (de G4), richt Verpact zich op geïdentificeerde hotspots, om daar bulk-RVM's te plaatsen waar het potentiële innamevolume het grootst is. Op basis van opgedane ervaringen en ontwikkelingen in de innamevolumes wordt het netwerk continu verfijnd en verder fijnmazig ingericht. Uiterlijk eind 2026 heeft Verpact in de G4 een dekkend en optimaal afgestemd netwerk van innamepunten gerealiseerd.

Op deze manier wordt de uitrol van innamepunten doelgericht afgestemd op drukbezochte locaties en stadscentra, met als doel het consumentengemak te vergroten en het aantal flessen en blikjes in afvalbakken te verminderen. De aanpak per stad is daarmee maatwerk.

Statiegeld Nederland als uitvoerder van Verpact heeft een vergoedingsstructuur ontwikkeld waarmee innamepunten zoveel mogelijk worden ontzorgd. Via deze dienstverlening neemt Statiegeld Nederland diverse verantwoordelijkheden over, zoals de aanschaf van een RVM, het afsluiten en beheren van een Tikkie-account en een vergoeding van die de daadwerkelijke kosten reflecteert die samenhangen met onder andere schoonmaak, ruimtegebruik, het vervangen van inzamelzakken en het elektriciteitsverbruik. Daarnaast ontvangen innamepunten op basis van het ingenomen volume een zogenaamde 'handlingfee', een flexibele of vaste vergoeding gebaseerd op het innamevolume van het innamepunt, wat een aantrekkelijk compensatiemodel creëert.

Deze aanpak heeft twee belangrijke effecten. Ten eerste vergroot zij de aantrekkingskracht om een innamepunt te faciliteren. Het systeem is eenvoudig en voorspelbaar: elke ingenomen verpakking levert een gegarandeerde vergoeding op, waardoor het compensatiemodel helder en laagdrempelig is voor ondernemers. Bovendien vormt het een directe inkomstenbron, aangezien elke extra ingenomen verpakking direct bijdraagt aan de omzet. Ten tweede stimuleert deze structuur innamepunten om het volume te verhogen. Meer volume betekent immers meer inkomsten. Dit motiveert ondernemers om actief te investeren in groei, bijvoorbeeld door eigen marketingcampagnes te voeren om klanten te trekken, het beheer en de service te optimaliseren om herhaalbezoeken te bevorderen, en samenwerkingen aan te gaan met lokale winkels, horeca of evenementen om extra verpakkingen binnen te halen.

Van 5.100 naar 10.500 uitbetalende innamepunten: verdubbeling in 2026

Bij de start van het Plan van Aanpak op 1 januari 2023 waren circa 5.100 uitbetalende innamepunten operationeel, wat overeenkwam met een gemiddelde dichtheid van één punt per 3.500 inwoners. In LoD 2024 wordt uitgegaan van 4.100 - 4.140 uitbetalende innamepunten. Dit was gebaseerd op te defensieve inschattingen van het aantal RVM's en handmatig uitbetalende inleverpunten. Op basis van de informatie uit de Lokatiewijzer weten we dat we eind 2023 geen 4.140, maar 5.100 uitbetalende innamepunten hadden.

Sindsdien is verdere uitbreiding gerealiseerd: per Q3 2025 zijn er circa 2.500 aanvullende uitbetalende innamepunten bijgeplaatst, waarmee de totale dichtheid is toegenomen tot één innamepunt per circa 2.300 inwoners.

Met de huidige plannen committeerden we ons al eerder aan 5.400 extra uitbetalende innamepunten ten op zichte van begin 2023, waarbij een bulk-RVM gezien de innamecapaciteit telt als drie innamepunten. Dat is in lijn met de door ILT opgelegde last onder dwangsom van 12 juli 2024. Hiermee hebben we eind 2026 minimaal 10.500 uitbetalende innamepunten, met een beoogde dichtheid van onder de één innamepunt (RVM of handmatig uitbetalend innamepunt) per 1.800 inwoners. Als onderdeel van deze 10.500 uitbetalende innamepunten, heeft Verpact de ambitie om 300 bulk-RVM's (inclusief bulk-RVM in Retourshops) te realiseren voor eind 2026. Dit zijn er 200 extra ten opzichte van de 100 'centrale innamehubs' uit het eerste Plan van Aanpak.

Dankzij de 'build-measure-learn'-werkwijze (zoals wordt toegelicht in initiatief 7b) zijn wij ervan overtuigd dat deze doelstelling haalbaar is. De hiervoor benodigde investeringen in infrastructuur bedragen in 2026 naar verwachting circa €57 miljoen.

b) Uitbreiden van het netwerk aan Retourshops: groeien naar 60 locaties, met een ambitie om op te schalen naar 80 locaties

Dit betreft een verdieping van punt 1a. De Retourshops zijn in pandige (bulk) RVM's - of in eigen beheer (Statiegeld Nederland Retourshop) – of in beheer van strategische partners (Partner Retourshops) en waarbij inleveren van statiegeld een van kernactiviteiten is en in beginsel is voorzien van een terugbetaling via een contant geld functionaliteit.

In lijn met de groei-doelstellingen wordt momenteel de Retourshop-infrastructuur van Verpact stapsgewijs uitgebreid, zowel via Statiegeld Nederland Retourshops als Partner Retourshops. Eind Q3 2025 zijn 12 bulk-RVM's gerealiseerd in samenwerking met onder meer Droppie en andere partners. Bij Droppie-locaties kunnen consumenten naast statiegeldverpakkingen ook andere materialen, zoals textiel, e-waste en plastic verpakkingen inleveren en uitbetaald krijgen via de Droppie-app. Deze gecombineerde bulk innamepunten dragen bij aan het vergroten van het gemak voor de consument en aan de zichtbaarheid van het statiegeldsysteem in de stedelijke omgeving.

Eind Q3 2025 zijn 5 Statiegeld Nederland Retourshops gerealiseerd binnen de G4: 3 in Amsterdam, 1 in Utrecht, 1 in Rotterdam. De ontwikkeling van een Retourshop is een omvangrijk traject dat neerkomt op het uitrollen van een volledig retailconcept. Dit omvat onder andere het inhuren en verbouwen van winkelpanden, evenals het werven en inzetten van personeel, wat in de huidige markt een uitdagende en complexe operatie is. Retourshops bevinden zich in de stadscentra, met als doel verlichting van de nabijgelegen supermarkten. We zien dat de supermarkten in de stad, binnen een straal van 2 kilometer om de bulkautomaten heen, circa 20% minder innemen als gevolg van de Retourshop. Een grote supermarkt op de Dam in Amsterdam heeft zelfs circa 30% minder inname doordat er een Retourshop aan de Nieuwezijds Voorburgwal zit.

De openingstijden van Retourshops in de stadscentra moeten tenminste van 08:00 tot 20:00 zijn en naast Tikkie ook cash-uitbetaling aanbieden. Ervaring leert dat voor personen met grote hoeveelheden statiegeld cash een belangrijke factor is om naar de Retourshop te gaan in plaats van naar de supermarkt. Dit zorgt ervoor dat de impact op de supermarkt en het winkellende publiek zo minimaal mogelijk is. Zoals boven beschreven, zien wij een verlichting in de supermarkt, die bij grootschalige uitrol naar verwachting ook leidt tot kortere wachtrijen in de supermarkt en

verminderde overlast. Gezien de grote verschuiving en hoge volumes die de Retourshop laten zien, nemen wij het initiatief het aantal Retourshops voor eind 2026 versneld te verhogen.

Groeispurt Retourshopnetwerk: groeien naar 60 Retourshops, met een ambitie om op te schalen naar 80 locaties

Op basis van de positieve resultaten en hoge gebruiksintensiteit van de reeds geopende Retourshops in eigen beheer, heeft Verpact besloten het aantal Retourshops in eigen beheer verder te verhogen: van 5 in Q3 2025 naar 40 Retourshops per 31 december 2026.

Het aantal Partner Retourshops groeit van 12 -merendeel Droppie, maar ook andere partners- in Q3 2025 naar 20 eind 2026, met de duidelijke ambitie om dit aantal verder te verdubbelen naar 40, mits de strategische partners hiermee akkoord gaan.

Verpact blijft de effectiviteit ten behoeve van de inzameling en het beperken van de druk en overlast in de stedelijke omgeving monitoren. De hiervoor benodigde investeringen in Retourshops bedragen in 2026, bovenop de hierboven genoemde €57 miljoen, naar verwachting €25 miljoen.

c) Innamepunten in openbare ruimte en piek inzamelen

Dit betreft een verdieping van punt 1a. Om de bereikbaarheid van het statiegeldsysteem verder te vergroten, heeft Verpact fors geïnvesteerd in innamepunten buiten het traditionele retailkanaal. Inmiddels staan er 77 bulk RVM's in de openbare ruimte, onder meer bij groothandels, autowasserettes en sportclubs. Deze locaties nemen circa 70% van het volume buiten supermarkten voor hun rekening en vervullen een regionale hub functie voor consumenten en ondernemers. Een goed voorbeeld hiervan is de samenwerking met de gemeente Enschede, waar gezamenlijk drie locaties voor bulk-RVM's zijn vastgesteld. De bulk-RVM's staan door heel Nederland op locaties zoals groothandels, bouwmarkten en tuincentra, milieustraten en andere plaatsen die voor lokale mkb'ers goed bereikbaar zijn. De Retourshops zijn met name in stadcentra gelokaliseerd.

Parallel hieraan loopt een pilot met verplaatsbare RVM's op dagmarkten, waaronder de Nieuwmarkt en de Ten Katemarkt in Amsterdam. Deze mobiele RVM's worden dagelijks geplaatst en opgeslagen om statiegeldinzameling dichterbij de consument te brengen.

Van pilot naar landelijk netwerk in de openbare ruimte

Voor 2026 ligt de focus op intensievere samenwerking met gemeenten bij het bepalen van locaties in de openbare ruimte. Concreet streeft Verpact naar de plaatsing van 10 kiosken met bulk-RVM's in de openbare ruimte op hotspots voor zwerfafval waar ter plaatse wordt geconsumeerd, zoals parken. Een kiosk is geen Retourshop, maar een mooi aangeklede bulk-RVM op een drukke plek in de publieke ruimte, zoals de bulk-RVM in Enschede op het Stationsplein. Verpact heeft de ambitie om dit verder op te schalen richting 20 kiosken met bulk-RVM's in de openbare ruimte op hotspots in de grote steden, mits de gemeenten dit toelaten.

Van afwezigheid van infrastructuur tijdens piek-evenementen naar aanwezigheid op 78 evenementen in 2025, naar verdubbeling inzet flexibele schil (150 evenementen) in 2026

Ook de inzet van de flexibele schil voor piek-evenementen wordt fors uitgebreid in 2026. In 2025 investeerde Verpact €2,3 miljoen in deze infrastructuur, waarmee 78 evenementen werden uitgerust met uitbetalende automaten, waaronder carnaval, 750 jaar Amsterdam, de Nijmeegse Vierdaagsefeesten en festivals als Pinkpop, Lowlands en Paaspop. In 2026 groeit deze inzet naar minimaal 150 evenementen – 40 open en 110 (semi-)besloten – met als ambitie om 200 evenementen te bedienen, inclusief mobiele cash-oplossingen. Hiermee dekken we 80% van het consumptievolume van (semi-)besloten festivals af. Zichtbaarheid op evenementen draagt tevens bij aan het vergroten van het consumentenbewustzijn. Deze inzet vraagt een investering van circa €3 miljoen voor infrastructuur, vergoedingen en operationele ondersteuning.

De groei wordt gerealiseerd via strategische samenwerkingen met festivalorganisatoren, afvalbedrijven en drankproducenten. Door kennis, logistiek en communicatie te bundelen ontstaat een geïntegreerde aanpak die leidt tot hogere innamepercentages en een schonere

evenementenomgeving. Zo werd bij Lowlands 2025 al circa 40% van de 1,4 miljoen verpakkingen ingezameld. In 2026 worden ook aanlooproutes en festivalterreinen voorzien van innamepunten.

De flexibele schil omvat bulk-RVM's, single-feed RVM's en donatie-infrastructuur, en wordt strategisch ingezet op bovengenoemde open evenementen. Voor (semi-)besloten evenementen hanteert Verpact een segmentatiemodel met drie categorieën: key accounts, middelgrote accounts, en kleine accounts. Per segment worden gerichte proposities toegepast, afgestemd op relevante contactmomenten zoals frontstage en backstage, aanlooproutes, campings en nascheiding. Voor ieder contactmoment bestaat een menukaart aan relevante en werkende oplossingen, zoals het uitdelen van statiegeldzakken op campings, de aanwezigheid van schoonmaak teams, en het plaatsen van donatiebakken. Op grotere evenementen worden ook mobiele bulk-RVM's en single-feed RVM's gepositioneerd. Daarbij wordt maatwerk geboden bij grote festivals en een meer gestandaardiseerde aanpak bij middelgrote evenementen.

d) Samenwerkingsprogramma's (ambassadeurs) met minimaal 15 food & retailpartijen

Verpact zet in op de landelijke uitbreiding van innamepunten door convenanten te sluiten met grote retail- en (non-)foodketens (concreet betekent het grotere retail ketens bereid te vinden om hun verantwoordelijkheid te nemen en zich aan te laten sluiten als innamepunten). Momenteel heeft Verpact 12 convenanten gesloten (met 45 pilot locaties), en daar komen dus drie landelijke ketens extra bij, uiterlijk in Q4 2026, met de ambitie om dit uit te breiden naar vijf, ondersteund door concrete acties die zorgen voor een bredere aanwezigheid van innamepunten op retaillocaties.

Het doel van deze convenanten is om ketens te laten bijdragen aan het plaatsen van innamepunten in hun filialen, het communiceren van retourmogelijkheden naar klanten, en het monitoren en rapporteren van ingezamelde volumes. De innamepunten worden strategisch geplaatst op locaties die logisch aansluiten op de klantreis, zodat het voor consumenten eenvoudig en vanzelfsprekend is producten terug te brengen. Zo ontstaat in alle aangesloten filialen een consistente en herkenbare innamemogelijkheid, wat gemak en duidelijkheid biedt.

Om dit te realiseren selecteert Verpact geschikte landelijke ketens en voert onderhandelingsgesprekken met interessante proposities om landelijke ketens over de streep te trekken. Vervolgens worden pilotprojecten uitgevoerd om de werkbaarheid te testen, waarna succesvolle pilots op landelijke schaal worden uitgerold. Voor het uitbreiden van deze convenanten naar minimaal 15 food & retailpartijen zal Verpact een investering van circa €1 miljoen doen.

e) Verkorting van de responsetijd van 16 uur naar 8 uur d.m.v. Rapid Response Teams, en een beschikbaarheidsfunctie in de Verpact-consumentenapp

Om de betrouwbaarheid van het innameproces te waarborgen, hanteert Verpact in de contracten met RVM-leveranciers afspraken rondom een maximale reactietijd en een hersteltijd. De huidige gemiddelde reactietijd (van melding van een verstoring tot mogelijk ter plaatse zijn) bij een grote RVM-leverancier bedraagt 16,4 uur.

Verpact is in gesprek met verschillende RVM-leveranciers en andere dienstverleners om deze reactietijd terug te brengen naar 8 uur. Verpact maakt de concrete commitment om voor de zomer 2026 RRT's van de grootste RVM-leverancier operationeel te hebben in de G4. Verder heeft Verpact de ambitie om de reactietijd verder te verkorten en deze aanpak, inclusief KPI's, uit te breiden naar alle RVM-leveranciers en meerdere gemeenten. De RRT's worden ingericht met preventieve en voorspellende functies, gekoppeld aan een signaleringssysteem. Concreet betekent dit meer onderhoudsuren (door 'field teams') per machine.

Feedback vanuit RVM-leveranciers laat zien dat we rekening moeten houden met een ingroeiperiode van 6-12 maanden na overeenstemming. De huidige schaarste op de arbeidsmarkt voor technisch personeel, is daarbij sterk bepalend voor de uiteindelijke doorlooptijd. De 'field teams' worden gestationeerd in grote steden en ondersteund door 'aftercare teams' die op basis van data gerichte

bijscholing geven aan beheerders. Daarnaast worden onderdelenhubs ingericht om responstijden te verkorten.

Omdat circa 50% van de storingen op dit moment voortkomt uit onvoldoende of onjuiste schoonmaak, gaan we in 2026 de protocollen in samenwerking met de RVM-leveranciers en innamepunten landelijk aanscherpen en vereenvoudigen, met duidelijke richtlijnen voor uptime, reinigingsfrequentie en afvalvoorzieningen. Dit draagt bij aan het goed laten functioneren van de bestaande infrastructuur.

Tijdens 2025 zijn samen met leveranciers RRT's getest bij zeven grote evenementen (carnaval, Koningsdag, de Nijmeegse Vierdaagse - inclusief de Vierdaagsefeesten- en Pride). Deze mobiele monteurs verlaagden de impact van storingen aanzienlijk. De resultaten worden gebruikt om onderhoudscapaciteit verder te versterken, vooral buiten het retailkanaal.

Tot slot committeert Verpact zich aan de ontwikkeling van een consumentenapp, met mogelijke functies zoals het tonen van de locatie en beschikbaarheid van RVM's en het melden van storingen. Zie paragraaf 5b voor meer informatie omtrent de beoogde Verpact-consumentenapp.

Van 16 uur naar 8 uur reactietijd en uitbreiding 'rapid response' dekking, en een beschikbaarheids-functie in de Verpact-consumentenapp

Verpact streeft ernaar om de gemiddelde reactietijd voor het oplossen van storingen te verkorten van gemiddeld 16 uur in 2025 naar 8 uur eind 2026, én om downtime structureel te verminderen door preventieve maatregelen en landelijke dekking van RRT's.

De inzet van RRT's tijdens open evenementen, piekmomenten van consumptie zoals carnaval, wordt uitgebreid van zeven evenementen in 2025 naar landelijke dekking in 2026. De additionele investering in serviceverbetering en operationele ondersteuning bedraagt in 2026 naar verwachting €10 miljoen.

f) Versoepelde inname voor beschadigde verpakkingen

Verpact heeft onderzoek uitgevoerd naar de inname van beschadigde verpakkingen. Dit onderzoek resulteerde in een succesvolle verruiming van bepaalde RVM-parameters, zonder dat daarbij een toename van fraude werd vastgesteld. Hierdoor is het aantal geaccepteerde verpakkingen aanzienlijk uitgebreid. Verpact committeert zich eraan om deze verruimde parameters bij 80% van het machinepark uit te rollen per eind Q1 2026, waarmee, op basis van de gedane onderzoeken, tussen de 0.5% – 0.7% extra ingezamelde statiegeld verpakkingen per jaar worden verwacht.

2. Niet-uitbetalende innamepunten (draagt bij aan per capita dichtheid)

a) +5.000 Donatiepunten

Eind 2024 zijn in Nederland circa 22.000 al vrijwillige donatie-innamepunten gerealiseerd hetgeen bovenop de eerdergenoemde 5.400 punten komt, wat neerkomt op gemiddeld één punt per 820 inwoners. Voor 2025 en 2026 heeft Verpact zich gecommitteerd om minimaal 5.000 extra donatie-innamepunten te plaatsen bij onder meer (sport)verenigingen, maatschappelijke instellingen, kantoren, winkelstraten, evenementen en private locaties zoals pretparken (zie ook paragraaf 3a), met de ambitie dit aantal verder uit te breiden tot 7.500. De betrokken organisaties doneren het ingezamelde statiegeld aan lokale of landelijke goede doelen.

De verwachting is dat de verdere groei van het aantal donatiebakken succesvol zal verlopen, ondanks het vrijwillige karakter van deelname. Deze inschatting is gebaseerd op de succesvolle uitrol van de bestaande 22.000 punten, die getuigt van brede acceptatie en positieve respons vanuit de praktijk. Sinds de start van het Plan van Aanpak hebben 22.000 donatiepunten zichzelf vrijwillig aangemeld als gevolg van marketing- en communicatie-inspanningen van Verpact. Daarnaast zijn er ook landelijke

en lokale initiatieven, die een groot aantal donatiepunten uitrollen zonder dat Verpact dit actief faciliteert.

Donatiebakken onderscheiden zich door hun laagdrempelige en efficiënte opzet als het gaat om ruimte. De plaatsing vergt minimale inspanning, terwijl ze tegelijkertijd maatschappelijke meerwaarde creëren. De opbrengsten komen ten goede aan goede doelen of, in het geval van sportverenigingen en vergelijkbare organisaties, aan de eigen activiteiten. Dit zorgt voor een directe stimulans tot deelname en versterkt de lokale betrokkenheid. In vergelijking met RVM's, die meer ruimte en technische complexiteit vereisen, bieden donatiebakken een praktisch en sympathiek alternatief. De combinatie van eenvoud, maatschappelijke impact en vrijwillige betrokkenheid verklaart waarom de implementatie soepel verloopt en naar verwachting ook in de komende jaren succesvol zal blijven. De donatie-infrastructuur draagt met name bij aan de bewustwording van de consument.

Van 22.000 vrijwillige donatie-innamepunten naar verdere groei: versterking van lokale betrokkenheid
Het concrete doel voor 2026 is om de 22.000 donatie-innamepunten uit te breiden met 5.000 donatievoorzieningen, met een ambitie tot 7.500, wat het totaal naar 29.500 zou brengen. Dit komt overeen met een dichtheid van één donatie-innamepunt per 600 tot 660 inwoners. Deze uitbreiding vraagt voor 2026 een investering van circa €6 miljoen.

b) Substantieel meer donatiepunten bij piek-evenementen

In punt 1c. is uitbetalende infrastructuur binnen de zogenaamde flexibele schil voor open en besloten evenementen toegelicht. Naast infrastructuur voor uitbetaling zijn er verschillende andere donatie-oplossingen binnen de flexibele schil.

Uit analyse van impactevaluaties binnen evenementen blijkt dat gemak een belangrijkere prikkel is voor inlevergedrag dan directe terugbetaling van statiegeld. Deze inzichten zijn vertaald naar concrete inzet: per evenement worden donatiebakken en 'clean teams' op flexibele wijze geschaald naar de grootte van het evenement en de indeling van het terrein. Bij grote evenementen zoals carnaval en Koningsdag zijn zowel statiegeldpleinen ingericht met een combinatie van RVM's en donatiecontainers, als losse inzamel punten verspreid over het evenemententerrein. Tijdens carnaval zijn daarnaast pilots uitgevoerd met platte karren aan het einde van optochten, waarop bezoekers statiegeldverpakkingen konden inleveren. Zo wordt bij ieder evenement gezocht naar de meest passende oplossing voor het specifieke terrein en de looplijnen.

3. Gebiedsgerichte aanpak rondom zwerfafval

a) Identificatie van hotspots inclusief opruimen van zwerfafval, beheer en lediging openbare prullenbakken

Ondanks dat over het geheel van Nederland de flessen en blikjes in het zwerfafval met meer dan 75% respectievelijk 80% is afgenomen, zien we helaas dat in een aantal binnensteden de zwerfafvalproblematiek intolerabel is. Deze hotspots, die zich met name concentreren in de binnensteden, moeten worden aangepakt. Verpact werkt vanaf eind 2025 samen met gemeenten, met een eerste focus op de G4, aan een integrale aanpak om zwerfafval rondom opengebroken prullenbakken te verminderen. Daarbij sluit Verpact aan bij de bestaande gemeentelijke verantwoordelijkheid, kennis en regie; Verpact faciliteert een breed scala aan maatregelen, de gemeente bepaalt welke maatregelen uiteindelijk worden genomen. Het project richt zich op het identificeren van hotspots (minimaal 10 hotspots voor de G4, minimaal 5 hotspots voor de G20) in de gemeenten en het gezamenlijk bepalen van de meest geschikte oplossingen per locatie.

Uit onderzoeken (IPR Normag – Minder flesjes en blikjes, 2025; Avengers, 2024) blijkt dat 16-20% van de afvalbakken in grote steden open of defect is, en dat bij hotspots in grote steden het percentage zwerfafval rondom de bak kan oplopen tot 80%. De gezamenlijke ambitie is om deze percentages significant te verlagen.

In een co-creatieproces ondersteunt en faciliteert Verpact gemeenten bij het selecteren van passende statiegeldoplossingen. Daarbij kan worden gekozen uit een breed scala aan oplossingen die Verpact kan leveren en faciliteren, waaronder Retourshops, bulklocaties, RVM's, handmatig uitbetalende punten, donatiebakken of -ringen en samenwerkingen met andere inzamelsystemen zoals Droppie of online bezorgdiensten, waar naast statiegeld ook andere afvalstromen kunnen worden ingeleverd. De keuze voor het specifieke maatwerk doen we altijd in samenwerking met de gemeente. Verpact brengt hierbij expertise en middelen in, terwijl gemeenten hun gebiedskennis, beleidskaders en operationele verantwoordelijkheid inzetten.

De onderstaande tabel toont de verantwoordelijkheden van Verpact en gemeenten bij de invulling van hotspotlocaties, afgestemd op de lokale situatie

Verpact	Gemeente
- Is kennispartner voor de gemeenten - Financiert de implementatie van de benodigde statiegeldoplossingen. Dit kan onder meer bestaan uit: - o Een attractief compensatiemodel - o De aanschaf en het onderhoud van donatiebakken/-ringen - o De aanschaf van bulkmachines, kiosken etc. - o De huur en voorbereiding van panden voor Retourshops (inclusief eventuele verbouwingen) - o Vergunningaanvragen - o Logistiek voor het ophalen en aanleveren van statiegeldzakken - o Communicatie-uitingen zoals campagnes, openingsacties en signing	- Verlenen van vergunningen - Werkzaamheden na implementatie zoals het repareren van openbare afvalbakken, extra ledigingen of handhaving in de publieke ruimte vallen buiten de scope en blijven een gemeentelijke verantwoordelijkheid - Leveren van relevante data - Nemen deel aan co-creatiesessies

Tabel 1: Verantwoordelijkheden Verpact en gemeenten

Met deze gezamenlijke, datagedreven aanpak ontstaat per gemeente een optimale methode om zwerfafval in stedelijke hotspots structureel terug te dringen. Samen bepalen gemeenten en Verpact de doelen en monitoren zij de impact via een aantal meetpunten, zoals het aantal opengebroken prullenbakken en het aantal meldingen van overlast wegens zwerfafval. De eerste fase start als pilot; bij bewezen succes worden de oplossingen structureel doorgezet en blijven machines en voorzieningen staan.

De procentuele doelen per hotspot in de G4 worden in Q4 2025-Q1 2026 vastgesteld, inclusief koppeling naar een langere periode in overeenstemming met de betreffende gemeenten. De ervaringen in de G4 kunnen vervolgens als draaiboek worden doorontwikkeld voor de G20 steden. In de gehele aanpak rondom zwerfafval (3a en 3b) investeert Verpact €3 miljoen (exclusief kosten infrastructuur).

Van diverse stedelijke initiatieven naar gezamenlijke hotspotstrategie

In nauwe samenwerking met grote gemeenten werkt Verpact aan een datagedreven, gezamenlijke aanpak om zwerfafval en defecte afvalbakken terug te dringen. Het doel is om de overlast per hotspot gezamenlijk te verlagen in 2026 en de succesvolle G4-aanpak (als blauwdruk) door te ontwikkelen voor de G20-steden.

b) Doorontwikkeling donatie infrastructuur in de publieke ruimte

Sinds het tweede kwartaal van 2025 werkt Verpact met 51 gemeenten samen aan een maatwerkbenadering onder de noemer 'Statiegeld op Straat' die aansluit bij de lokale context, met als doel het terugdringen van zwerfafval in de publieke ruimte. De gemeente Amsterdam vervult

hierin een voortrekkersrol, gevolgd door steden als Rotterdam, Zwolle, Leiden en Haarlem. Inmiddels zijn er ruim 1.200 statiegeldbakken en -ringen geplaatst. In het algemeen kan gesteld worden dat deze initiatieven succesvol zijn echter de rol van gemeenten in de vorm van beheer zijn essentieel.

Verpact neemt haar verantwoordelijkheid in de doorontwikkeling van donatieoplossingen in de publieke ruimte, met als doel om zo veel mogelijk donatieoplossingen bij of rondom de prullenbak. Daarnaast verzorgt Verpact de aanschaf van de donatie-infrastructuur. Waarbij Verpact de levering aan gemeenten of organisaties verzorgt, evenals de communicatie rondom deze oplossingen. De locaties/gemeenten blijven verantwoordelijk voor de plaatsing, het beheer en de schoonmaak van de infrastructuur. De onderstaande tabel geeft deze verantwoordelijkheden weer.

Verpact	Gemeente
- Doorontwikkeling van de donatieoplossingen - Financiering van de donatie-infrastructuur, waarbij Verpact de levering aan gemeenten of organisaties verzorgt - Communicatie-uitingen zoals campagnes, openingsacties en signing	- Verantwoordelijk voor het plaatsen en/of vervangen van de donatie- infrastructuur in de publieke ruimte - Het beheer en de schoonmaak van de infrastructuur in de openbare ruimte

Tabel 2: Verantwoordelijkheden Verpact en gemeenten donatieoplossingen

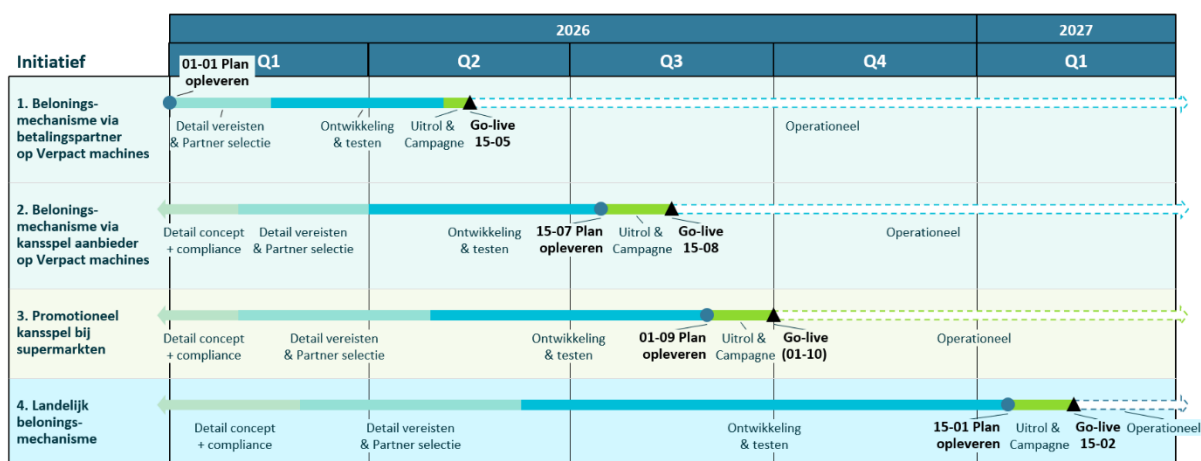
Doorontwikkeling naar maatwerk-donatieoplossingen in de publieke ruimte

We ontwikkelen de donatieoplossingen verder op basis van consumentenonderzoek en het gezamenlijke traject met de gemeente.

4. Publiekscampagne en beloningsmiddelen

a) Consumentenactivaties met beloningsmechanisme

Verpact gaat werken aan vier initiatieven die toewerken naar de uitrol van een landelijk consumenten beloningsmechanisme op alle RVM's. Uitgangspunt hierbij is om zo snel als mogelijk een feilloos systeem neer te zetten dat altijd compliant is met wet- en regelgeving. Hieronder een schematische weergave van onze initiatieven en indicatieve tijdslijnen.



Tabel 3A: Initiatieven en indicatieve tijdslijnen consumenten beloningsmechanisme

Scope	Aantal machines (indicatief per go-live)	Randvoorwaarden
Machines in Verpact Beheer	• 150 Bulk locaties regulier • 20 SNL Retourshops • 900 RVM's • 19+ Event machines	• Compliance met juridische en fiscale wet- en regelgeving
Machines in Verpact Beheer	• 220 Bulk locaties regulier • 30 SNL Retourshops • 1.000 RVM's • 19+ Event machines	• Compliance met juridische en fiscale wet- en regelgeving kansspel, inclusief vergunning
Machines in supermarkten / loyaliteitsprogramma's	• Afhankelijke van welke formule participeert (potentie 5.900+ RVM's)	• Medewerking supermarktketens • Operationele haalbaarheid en medewerking samenwerkingspartner(s) en RVM-leveranciers • Juridische en fiscale kaders promotioneel kansspel, en mogelijke vergunning kansspel
Totale Infrastructuur	• 270 Bulk locaties regulier • 60 SNL/Partner Retourshops • 1.160 RVM's OOH • 5.900+ RVM's supermarkten • 50 Bulk in supermarkt	• Operationele haalbaarheid, medewerking RVM-leveranciers, partner(s) en innamelocaties • Juridische en fiscale kaders promotioneel kansspel, inclusief vergunning • Ontwikkeling Verpact app en IT vereisten

Tabel 3B: Toelichting op initiatieven consumenten beloningsmechanisme

Met initiatief 1 wordt een beloningsmechanisme uitgerold via de betalingspartner, wordt het principe van extra beloning nadrukkelijk aan het daadwerkelijk inleveren van statiegeldverpakkingen gekoppeld, en wordt een spelelement geïntroduceerd. De exacte invulling van het beloningsmechanisme wordt de komende weken verder uitgewerkt. De go-live van de pilot wordt verwacht in Q2 2026, voorafgaand aan de jaarlijkse zomerpiek in inleveringen. Dit initiatief kan langere tijd actief zijn doch beperkt in tijd maar met maximaal 20 trekkingen per jaar kunnen we hiermee een langere periode bestrijken.

Initiatief 2 betreft een beloningsmechanisme via een bestaande kansspelvergunninghouder. Het beoogde concept combineert kans op prijzen met de mogelijkheid om goede doelen te steunen door statiegeldblikjes en -flessen in te leveren. Hierbij onderzoekt Verpact of dit beloningsmechanisme op korte termijn met een kansspelaanbieder kan worden opgezet die beschikt over de juiste vergunning, om tijdslijnen kort te houden en om compliance met juridische en fiscale wet- en regelgeving te waarborgen. Vanwege de grote impact op de reputatie van het statiegeldsysteem en de vereiste naleving van alle juridische, fiscale en technische voorwaarden is een grondige due diligence noodzakelijk, tijdens selectie van de kansspelaanbieders. Zo waarborgen wij dat we uitsluitend samenwerken met een betrouwbare, ervaren en volledig gekwalificeerde partij voor een langjarig partnerschap. De geplande go-live is in Q3 2026.

Bij initiatieven 1 en 2 richt Verpact zich dus uitsluitend op RVM's buiten de supermarkt die door Verpact worden beheerd, inclusief alle bulk-RVM's, Statiegeld Nederland Retourshop en evenementen. Hiermee bereiken we vooral jongeren, de doelgroep waar ook het meeste verbeterpotentieel zit.

Initiatief 3 betreft het opzetten van promotionele kansspelen bij supermarkten en producenten. Hierbij maken we gebruik van hun kennis op het gebied van promotionele acties en de mogelijkheden hierin voor Verpact. Hierbij moeten we in ogenschouw nemen dat participatie van supermarktformules en producenten afhangt van eventuele geloofsovertuigingen en risico's die zij zien zoals kansspelverslaving. Geplande go-live eind Q3 2026.

Belangrijke aandachtspunten uit de eerste drie initiatieven:

- Neveneffecten zoals wachtrijen: we verwachten geen grote belemmeringen, maar monitoren dit expliciet in de pilot.
- Fraude- en securityrisico's: die worden meegenomen in ontwerp en testfase.
- IT-interfaces en consumentenervaring: de pilot helpt bepalen hoe consumenten eenvoudig kunnen deelnemen (bijvoorbeeld via QR-code of extra bon).

Initiatief 4 is de doorontwikkeling naar een geavanceerd landelijk beloningsmechanisme op alle RVM's waarin we de bovenstaande aandachtspunten meenemen. Ook hiervoor lopen gesprekken met zowel nieuwe als grote bekende aanbieders die aangeven te beschikken over de juiste vergunningen en expertise om het optimale beloningsmechanisme vast te stellen. Een professionele consumentenapp van Verpact is cruciaal voor dit initiatief, vergelijkbaar met apps van banken, grote

webshops of supermarkten. Gezien de complexiteit en afhankelijkheden (juridische en fiscale kaders, scholing van innamepunten, app-ontwikkeling) is de verwachte go-live (op basis van de informatie die op dit moment voorhanden is) voor dit landelijke mechanisme Q1 2027.

Waarom verwachten we succes? Ervaringen uit vergelijkbare initiatieven uit het buitenland en promotionele acties vanuit supermarkten en producenten tonen aan dat spelelementen met kans op beloning consumentenbewustzijn en gedrag positief beïnvloeden. Uit recent consumentenonderzoek blijkt overigens dat vooral mensen die al regelmatig inleveren gevoelig zijn voor dit soort beloningsmechanismen. We verwachten hiermee een toevoeging van 1 à 2% naar de 90% doelstelling te behalen, onder de voorwaarde dat het fundament van de infrastructuur van inleverpunten staat.

Bij consumenten die minder consequent inleveren (met name bij plastic flesjes) zien we wel enige extra gevoeligheid, maar geen doorbraak op zichzelf. Dat maakt dit een kansrijke bouwsteen van de totaalaanpak, maar geen wondermiddel. Deze inzichten nemen we mee in de verdere ontwikkeling van het beloningssysteem, zodat we de prikkel zo gericht mogelijk kunnen inzetten en maximaal kunnen leren van de pilots.

Waarom moeten we dit zo zorgvuldig doen? We begeven ons in een markt die zich ook kenmerkt door partijen die de grenzen op zoeken van regelgeving. Er kan geen sprake zijn dat Verpact zich hiermee inlaat. In aanvulling daarop: voor initiatieven 1 en 3 geldt een beloningsmechanisme waarvoor geen vergunning nodig is (het gaat hier om een zogenaamd 'promotioneel kansspel'). De juridische voorwaarden waaraan op grond van de kansspelregelgeving moet worden voldaan zijn daarmee relatief licht zijn. In Nederland is het verder niet toegestaan om een loterij te organiseren of te faciliteren zonder vergunning (artikel 1 van de Wet op de kansspelen). De Kansspelautoriteit (KSA) heeft een gedragscode vastgesteld met daarin de voorwaarden waaraan een promotioneel kansspel moet voldoen. Een van die voorwaarden is dat de totale economische waarde van de beschikbaar gestelde prijzen of premies maximaal € 100.000 per jaar per product bedraagt.

Verpact zou bij de KSA moeten verifiëren of statiegeldflesjes en statiegeldflessen separate producten zijn, of dat deze als één categorie moeten worden gezien. Verder moeten er spelvoorwaarden worden opgesteld die voldoen aan de vereisten uit de gedragscode. Dit moet zorgvuldig en in afstemming met de KSA gebeuren: bij het *niet* voldoen aan de gedragscode van de KSA is Verpact namelijk niet compliant met de Wet op de kansspelen. Afhankelijk van de precieze vormgeving van het spel, moet daarnaast ook naar andere regelgeving worden gekeken, zoals bijvoorbeeld de AVG.

Initiatieven 2 en 4 betreffen mogelijk het organiseren van een loterij die verder gaat dan een 'promotioneel kansspel', waarvoor een kansspelvergunning nodig. Gelet op de huidige opzet van het Nederlandse kansspelstelsel, waarbij alleen voor goededoelenloterijen aan meer dan één partij een vergunning kan worden verleend, betekent dit dat een beloningsmechanisme de vorm zou moeten krijgen van een goededoelenloterij. Om de tijdslijnen zo veel mogelijk te verkorten, en gebruik te kunnen maken van bestaande expertise, ligt het daarnaast voor de hand om dit mechanisme onder te brengen bij een bestaande vergunning van een derde partij.

Verpact is momenteel in gesprek met een aantal ervaren partijen in deze sector die een dergelijke vergunning hebben. Naast hun bereidheid om samen te werken met Verpact moet worden beoordeeld of een wijziging van de bestaande vergunning van die partij nodig is. Het beloningsmechanisme moet namelijk wel passen binnen de geldende vergunningsvoorschriften. Een wijziging van de vergunningsvoorschriften moet worden aangevraagd bij de KSA. Daarnaast zullen de voorgenomen activiteiten in ieder geval moeten worden gemeld bij de KSA, die dit vervolgens kan toetsen.

Het is daarbij ook van belang dat zorgvuldig wordt gezien hoe het beloningsmechanisme en de precieze vormgeving daarvan past binnen het wettelijk kader van de Wet op de kansspelen en de kaders die de KSA zelf heeft gesteld. Om een paar voorbeelden te noemen: het mechanisme moet zo worden ingeregeld dat het aantal trekkingen per jaar gemaximeerd is tot de door de KSA vastgestelde maximum van 69, en het mag niet aanzetten tot kansspelverslaving. Voor deze route geldt dus opnieuw dat nauwe afstemming met de KSA is vereist. Daarnaast kan het zijn dat er, als bij

de prijsbepaling een nieuw mechanisch, elektrisch of elektronisch proces worden gebezigd, de methode vooraf moet worden goedgekeurd door een onafhankelijke deskundige of keuringsinstelling (zie ook artikel 4 van het Kansspelenbesluit). Verder zal ook bij dit beloningsmechanisme moeten worden gekeken naar andere regelgeving, zoals de AVG, en moeten de spelvoorwaarden worden opgesteld of aangepast.

De voortgang van de hierboven genoemde initiatieven wordt nauwgezet gevolgd en periodiek gerapporteerd. Zie ook hoofdstuk 7. Inzicht, monitoren & bijsturen.

b) Jongerencampagne met behulp van influencers en gaming

De campagneaanpak voor 2026 richt zich sterk op gedragsverandering bij jongeren (18-34 jaar), met een nadruk op de inzet van influencers en gaming. Deze doelgroep vormt momenteel het grootste lek in het statiegeldsysteem. De campagne stimuleert gewenst inlevergedrag, verlaagt drempels en creëert trots op deelname aan een circulair systeem.

Verpact streeft ernaar om eind 2026 95% van de Nederlanders via minimaal drie kanalen te hebben bereikt, met één centrale boodschap en een gerichte aanpak per doelgroep. Voor jongeren van 13-17 jaar ligt de focus op social media, gaming en een educatief lespakket. Zie 1c voor verduidelijking op het bereiken van jongeren van 13-17 jaar. Jongeren van 18-34 jaar worden bereikt via social media, gaming en gerichte content rondom voor hen relevante thema's, verspreid via onderwijsinstellingen, sportverenigingen, evenementen en festivals. Voor de doelgroep van 35 jaar en ouder wordt ingezet op 'branded content' en op middelen die goed gedrag behouden en belonen.

Daarnaast wordt een PR-campagne opgezet rond statiegeld on-the-go om het weggooien van verpakkingen buitenshuis te verminderen. Inleverlocaties krijgen meer zichtbaarheid in het straatbeeld via een marketingcommunicatiepakket, en slecht presterende innamepunten worden ondersteund met gerichte marketinginspanningen.

Voor deze campagneaanpak en alle andere marketing- en communicatie-initiatieven (4a tot en met 4d, en 5b) is voor 2026 een budget van €9 miljoen in totaal gereserveerd. Campagnes, zowel landelijk als regionaal, blijven van groot belang. Verpact monitort voortdurend de effectiviteit van de campagnes en stuurt de inzet van middelen bij waar dit tot beter resultaat leidt.

Gericht jongerenbereik via gaming en social media

We gaan van een algemene benadering van jongeren, naar een gerichte, op gaming en influencer-marketing gebaseerde impuls campagne in 2026 die gedragsverandering stimuleert en deelname aan een circulair systeem aantrekkelijk maakt.

c) Lespakketten plus op iedere school minimaal één donatiebak

Onderdeel van de gerichte aanpak op jongeren van 13-17 jaar is een lesprogramma circulaire economie op basisscholen, uitgebreid met klas 1 en 2 van de middelbare school. Het lesprogramma richt zich met name op basisscholen en middelbare scholen; MBO-, HBO- en WO-studenten worden bereikt via de bredere jongerencampagnes. Verpact zal dit lesprogramma in januari 2026 af hebben, en committeert zich aan een uitrol bij minimaal 750 scholen, en streeft ernaar op dit op 1.000 scholen te realiseren. Daarnaast wordt op ieder van de deelnemende scholen één of meerdere donatiebakken aangeboden om de bewustwording verder te stimuleren. Dit is onderdeel van het beschreven totaalpakket van circa 5.000 tot 7.500 bij te plaatsen donatiepunten voor eind 2026. De kosten zijn onderdeel van alle marketing- en communicatie-initiatieven (4a tot en met 4d, en 5c) is voor 2026 een budget van €9 miljoen in totaal gereserveerd.

Bewustwording onder jongeren door landelijk lesprogramma circulaire economie

Met de ontwikkeling van een lesprogramma voor jongeren van 13-17 jaar stimuleert Verpact bewustwording en gedragsverandering op meer dan 1.000 scholen vanaf 2026, ondersteund door donatiebakken die circulair denken tastbaar maken.

d) Actieve publieke communicatie over voortgang

In 2025 zijn vrijwel alle nieuwe innamepuntlocaties zoals bulk-RVM's, Retourshops en store-in-store concepten officieel geopend, vaak met aandacht van lokale en landelijke pers en in aanwezigheid van een wethouder, ondersteund door een PR-bureau. Onze zichtbaarheid tijdens piekmomenten – zoals SAIL, Koningsdag en carnaval – was groot, en ook bij kleinere evenementen zoals Leids Ontzet en de Nijmeegse Vierdaagsefeesten werkten we succesvol samen met gemeenten en lokale partners.

Vanuit deze landelijke zichtbaarheid zetten we vanaf Q4 2025 de stap naar hyperlokale communicatie. Dit doen we vanaf Q4 2025 en wordt ook de focus voor heel 2026. Via social media informeren we consumenten gericht over nieuwe inleverlocaties in hun directe omgeving. Daarnaast lanceren we de campagne, waarin we de uitbreiding van bulk-inleverlocaties in Nederland onder de aandacht brengen. De kernboodschap is dat er wekelijks nieuwe bulkmachines worden geplaatst. Consumenten worden opgeroepen om vooraf te controleren waar het dichtstbijzijnde nieuwe inleverpunt zich bevindt: in eerste instantie via de website, en zodra de app beschikbaar is ook via de app. Deze campagne omvat social advertising met focus op inlevergedrag, een uitlegconcept in de stijl van NOS explainer-video's, en feestelijke PR-momenten bij mijlpalen zoals de opening van de 100ste, 200ste en 300ste bulk-inlevermachine.

Landelijk zichtbaar én lokaal relevant

We combineren brede landelijke zichtbaarheid met gerichte, hyperlokale communicatie die aansluit bij specifieke locaties en hun voortgang.

5. Zichtbaarheid en Consumentenapp

a) Hogere zichtbaarheid in media

We streven naar het vergroten van onze zichtbaarheid in de (lokale en regionale) media door actief aandacht te vragen voor onze maatregelen, behaalde mijlpalen en de transparante inzet van middelen. Door open te communiceren over de voortgang in inzamelingpercentage, bijgeplaatste innamepunten en gedrag, mede gebaseerd op (consumenten)onderzoeken en geldstromen, voorkomen we misverstanden en versterken we het vertrouwen van het publiek. Met gerichte berichtgeving in 2026 zorgen we ervoor dat onze inspanningen en resultaten breed worden gedeeld en herkend. De kosten van deze maatregel is onderdeel van alle marketing- en communicatie-initiatieven (4a tot en met 4d, en 5c).

b) Consumentenapp

Tot slot start Verpact met het ontwikkelen van een consumentenapp die het statiegeldsysteem toegankelijker en interactiever maakt. Deze app zou verschillende functies kunnen combineren, zoals een beloningsmechanisme voor teruggebrachte statiegeldverpakkingen, een locatiewijzer met, voor zover mogelijk, real-time informatie over de beschikbaarheid en status van innamepunten (dit betreft een doorontwikkeling van de huidige locatiewijzer), en de mogelijkheid voor consumenten om storingen te melden. Daarnaast wordt gekeken naar de inzet van gamification-elementen zoals een online scorebord om duurzaam gedrag te stimuleren en herhaald inlevergedrag van statiegeldverpakkingen te belonen.

Van validatie naar lancering: stappenplan voor een succesvolle consumentenapp.

De ontwikkeling van de Verpact consumentenapp verloopt in verschillende fasen.

Fase app ontwikkeling	2026				2027	Omschrijving
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	
1. Conceptvalidatie	▲					- Afnemen gebruikersinterviews - In kaart brengen behoeften en essentiële functionaliteiten - Ontwikkelen prototype en uitvoeren gebruikerstesten - Uitvoeren technische haalbaarheidsanalyse - Definitie KPI's en succescriteria
2. Snel testen & bouw fase		▲ Go live MVP 1-3 functionaliteiten				- Detailleren <i>user stories</i> en technische designs - Bouwen technische fundering app - Vormgeven en bouwen <i>must have</i> MVP functionaliteiten - Ontwikkelen integraties geautomatiseerde processen (CI/CD) - <i>End-to-end</i> testen
3. Continue doorontwikkeling toevoegen van functionaliteiten en optimalisatie			▲ Go live MLP ~5 functionaliteiten	▲ App live volledige functionaliteit	▲	- Verbeteren van huidige functionaliteiten o.b.v. data - Continue verrijken van de app met nieuwe functionaliteiten a.h.v. <i>roadmap</i> - Verzamelen & analyseren van data live app - <i>Bug fixing</i> - Interviewen van gebruikers en verzamelen van feedback

Tabel 4: Fases en tijdslijnen consumentenapp ontwikkeling

Vanaf januari 2026 wordt een conceptvalidatie uitgevoerd om vast te stellen of de app daadwerkelijk toegevoegde waarde biedt voor consumenten en daarmee bestaansrecht heeft. In dit traject worden gebruikersinterviews gehouden om behoeften en essentiële functionaliteiten in kaart te brengen, wordt een prototype ontwikkeld en gevalideerd via gebruikerstesten, volgt een technische haalbaarheidsanalyse, en worden de KPI's en succescriteria gedefinieerd.

Op basis hiervan wordt naar verwachting in Q2 2026 een eerste versie ('Minimum Viable Product', MVP) gelanceerd met 1 tot 3 functionaliteiten, nader te bepalen op basis van gebruikersbehoeften, technische mogelijkheden en juridische haalbaarheid.

Indien de toegevoegde waarde en het bestaansrecht worden aangetoond, volgt een doorontwikkeling naar een 'Minimum Loveable Product' (MLP): de kleinste versie van een app die niet alleen functioneel is, maar ook direct waarde en gebruiksprijs biedt. Deze fase richt zich op uitbreiding naar circa vijf geprioriteerde functionaliteiten die uit de validatie naar voren komen, en die juridisch en technisch haalbaar zijn.

Verpact voorziet op dit moment dat mogelijke kernfunctionaliteiten onder meer bestaan uit:

- Zoekfunctie voor inleverlocaties: vinden van het dichtstbijzijnde innamepunt inclusief openingstijden, controleren van de status van machines, en melden van storingen.
- Digitale portemonnee: volgen van het opgebouwde statiegeldsaldo, overmaken van bedragen naar een bankrekening of doneren aan goede doelen (waarbij vanzelfsprekend een zorgvuldige check op compliance met de Wet op het financieel toezicht nodig is).
- Gamification: meedoen aan statiegeld-challenges met vrienden (inleverscorebord), sparen van punten voor kortingen of acties en bijhouden van de bespaarde CO₂-uitstoot.
- Communicatie en ondersteuning: melden van storingen bij innamepunten, stellen van vragen via chat en raadplegen van een uitgebreide FAQ.

Onze ambitie is een go-live van de volledige functionaliteit van de app in Q4 2026. De hiervoor benodigde investeringen voor 2026 zijn naar verwachting €3 miljoen.

6. Scope - Zuivel en Sappen

a) Plan van Aanpak voor verpakkingen nu nog buiten scope – Q1 2026

Verpact onderzoekt via welke inzamelroutes de inzameldoelstelling voor zuivel- en sapverpakkingen het beste gehaald kunnen worden om tot 90% inzameling van alle plastic flessen te komen. In Q1 2026 zal een Plan van Aanpak opgeleverd worden dat invulling geeft aan de vervolgstappen en scenario's om in 2027 de wettelijke inzameldoelstelling van 90% van alle plastic flessen te halen.

Tijdslijn en vervolgstappen

- Q4 2025: validatie van het interne onderzoek door Verpact.
- Q1 2026: oplevering van het plan voor zuivel- en sap-verpakkingen, inclusief scenario's en aanbevelingen voor het behalen van de inzameldoelstelling.

We stellen voor om de uitkomsten van het onderzoek van Verpact in samenhang met het aan de Tweede Kamer toegezegde onderzoek van het ministerie IENW te analyseren, om zo tot de beste aanpak voor deze verpakkingen te komen.

7. Inzicht, monitoren & bijsturen

a) Verwachte resultaten van de maatregelen 'Moving the needle'

De belangrijkste en bewezen effectieve maatregelen betreffen het uitbreiden en diversifiëren van innamepunten, waarmee we de verdichting in Nederland van nu 3.500 Nederlanders per innamepunt verder verbeteren naar onder de 1.800. Hiermee verwachten wij ongeveer 5 procentpunt extra aan volume te kunnen realiseren (dit heeft betrekking op maatregelen 1a, 1b, 1c, 1d, 1e, 2a en 2b). Dit wordt ondersteund door alle consumentenonderzoeken die de afgelopen jaren zijn gedaan.

De tweede categorie maatregelen betreft het aanpakken van zwerfafval, zoals de 'hotspot-aanpak' in de grote steden en RRT's voor zwerfafval en afvalbakken. Deze hebben niet allemaal onmiddellijk een volume verhogend effect. Wel zijn deze maatregelen van belang voor het inlevergemak en terugkeergedrag. Recent onderzoek onder consumenten (Peil.nl) laat indicatief zien dat deze categorie maatregelen tevens op positief inlevergedrag kan rekenen, juist ook onder Nederlandse consumenten die nu nog niet altijd hun blikjes en flesjes inleveren. Middels deze categorie maatregelen verwachten wij een volume toename van ongeveer 1 procentpunt te kunnen realiseren (dit heeft betrekking op maatregel: 1f, 3a en 3b).

Met de derde categorie initiatieven die nieuwe impulsen geven aan Nederlanders die een extra duwtje in de rug nodig hebben om hun PET-flesjes en blikjes weer in te leveren, verwachten wij een positieve impact op het volume van circa 1 tot 2 procent (dit heeft betrekking op maatregelen 4a, 4b, 4c en 5c). Deze inschatting kan mogelijk als laag worden gepercipieerd, maar deze categorie initiatieven is nog onontgonnen gebied. Daarbij laat onderzoek onder consumenten zien dat zij initiatieven als een consumentenapp en beloningsmogelijkheden nog lastig op waarde kunnen schatten. Ook is er sprake van een 'intention-behaviour gap': dit betreft een kloof tussen iemands voornemen om bepaald gedrag te vertonen, en het werkelijke gedrag dat vervolgens wordt waargenomen. In andere woorden: waarom goede bedoelingen van iemand niet altijd leiden tot gewenst gedrag. En aanhoudende aandacht en impulsen voor het inleveren van statiegeldverpakkingen zijn van belang voor het behouden en gradueel uitbouwen van bestaand inlevergedrag.

Categorie	Maatregelen	Bijdrage
1	Uitbreiding innamepunten en verbetering van de infrastructuur (maatregelen 1a, 1b, 1c, 1d, 1e, 2a en 2b)	5%
2	Wegnemen van drempels en tegengaan van overlast (maatregelen 1f, 3a en 3b)	1%
3	Gerichte publiekscampagnes en extra zichtbaarheid (maatregelen 4a, 4b, 4c en 5c)	1% tot 2%
	TOTAAL	7% tot 8%

Tabel 5: Bijdrage inleverpercentage per categorie maatregelen

Het is zeer lastig om de afzonderlijke, geïsoleerde maatregelen nauwkeurig te kwantificeren in hun impact op consumentengemak, zwerfafval en de verwachte bijdrage aan de inzameling van alle

plastic flessen, blikjes en statiegeldflessen. De maatregelen werken namelijk in samenhang en versterken elkaar. Gezamenlijk dragen zij bij aan één geheel, waarbij de ‘infrastructuur’-draaiknop de belangrijkste factor vormt.

We weten op basis van de reeds bijgeplaatste RVM's dat uitbreiding van machines substantieel bijdraagt aan het inzamelpercentage, en hiermee ook de maatregelen binnen categorie 2 en 3 versterken.

Wij zetten ons volledig in voor deze set aan maatregelen (bestaand en nieuw) en zullen versnellen waar we kunnen. Tevens geldt dat wij door het ‘build-measure-learn’ principe (zie hierna) steeds per kwartaal optimaliseren en bijstellen. Het stelt ons in staat snel te versnellen dan wel te temporiseren op individuele maatregelen, zodat we de totale impact op volumes continue weten te verbeteren.

b) Monitoring en consumentenonderzoek om snel te kunnen opschakelen

Verpact werkt volgens het ‘build-measure-learn’-principe: continu meten, leren en verbeteren. Door middel van datagedreven monitoring wordt de infrastructuurmix uit het bestaande Plan van Aanpak regelmatig herijkt om de inzameldoelstelling van minstens 90% te realiseren. Deze systematische aanpak heeft inmiddels geleid tot twee herijkingen van de infrastructuurmix. Concreet heeft dit geresulteerd in een opschaling van bulk-innamepunten van 50 naar 200 en vervolgens 300, een uitbreiding van het aantal Retourshops van 5 naar 25, met de ambitie dit verder uit te breiden naar 40, en een gerichtere focus op prioritaire segmenten. Zoals eerder genoemd blijft de medewerking van derden hierbij essentieel.

Als bewezen succes van de ‘build-measure-learn’ aanpak: ten opzichte van het originele plan van aanpak verwacht Verpact in combinatie met eerdere herijkingen een 5,9% hoger inzamelresultaat naar de 90% inzameldoelstelling voor statiegeldverpakkingen binnen het statiegeldsysteem te behalen. Verpact stuurt continu bij om het maximale inzamelpercentage te behalen.

Van halfjaarlijkse naar kwartaalmatige herijking voor een sneller lerend en adaptief systeem

Vanaf 2026 wordt de infrastructuurherijking uitgebreid naar een kwartaalcyclus. Door vaker te evalueren en sneller te schakelen tussen data-analyse, besluitvorming en uitvoering, kan Verpact beter inspelen op consumententrends, seizoensinvloeden en regionale verschillen. Verpact stelt voor om hier gelijk een voortgangsrapportage over de totaalaanpak aan te koppelen, die we bespreken met het ministerie van IenW en de ILT.

Tijdens deze overleggen worden de voortgang van acties, de gerealiseerde resultaten en de waargenomen effecten van de genomen maatregelen gezamenlijk geëvalueerd. Daarbij zal ook aandacht worden besteed aan bottlenecks en bijbehorende mitigerende maatregelen die Verpact kan nemen, en oplossingen waarvoor betrokkenheid van derden nodig is.

Het lerend effect in deze herijkingen per kwartaal is van belang. Per kwartaal zullen we vaststellen of bepaalde maatregelen effectiever zijn dan andere, of dat er nieuwe initiatieven ontstaan die sneller bijdragen aan het behalen van de inzamelnorm van minimaal 90%. Op basis van deze bevindingen moeten Verpact, het ministerie van IenW en de ILT in overleg de mogelijkheid hebben om de totaalaanpak aan te passen.

Doorlopend consumentenonderzoek voor een beter inzicht

Daarnaast voert Verpact doorlopend consumentenonderzoek uit om inzicht te krijgen in gedrag, motivatie en gebruik van innamevoorzieningen in het algemeen. De resultaten hiervan worden gemonitord en gebruikt om de effectiviteit van het statiegeldsysteem en de inzet van de flexibele schil continu te verbeteren. Nieuwe inzichten vanuit consumentenonderzoek zullen worden meegenomen in de voortgangsrapportage van de totaalaanpak, uiteraard met inachtneming van de beperkingen die kleven aan consumentenonderzoek (zoals het verschil tussen intentie van consumenten en hun uiteindelijke gedrag). Zoals aangegeven is voor alle marketing- en communicatie initiatieven (4a tot en met 4d, en 5c) voor 2026 een budget van €9 miljoen in totaal gereserveerd.

8. Rapportage systematiek totaalaanpak (extern)

a) Extra inzicht over voortgang en financiën

We verbeteren het inzicht in inzamelcijfers en de financiële onderbouwing door jaarlijks een geconsolideerd jaarverslag van Verpact te publiceren. Onze ambitie is om de publicatie van dit jaarverslag te laten aansluiten op de tijdslijnen van de monitoringscijfers in augustus. Het jaarverslag zal volledig openbaar zijn via onze website en actief gedeeld worden met het ministerie van IenW en ILT.

Van jaarlijkse rapportages naar kwartaalrapportage over de voortgang van totaalaanpak en halfjaarlijkse rapportage over inzamelresultaat en financiën voor overleg met het ministerie van IenW

Vanaf 2026 rapporteren wij elk kwartaal over de voortgang van de totaalaanpak, inclusief uitgevoerde acties en behaalde effecten. In maart publiceren wij de voorlopige inzamelpercentages en financiële cijfers van het voorgaande jaar. In augustus delen wij de officiële monitoringscijfers. Het is onze nadrukkelijke wens om op dat moment ook de door de accountant goedgekeurde jaarrekening beschikbaar te stellen. Wel zijn wij hierbij afhankelijk van het tijdig aanleveren van gegevens door onze achterban. De goedgekeurde financiële cijfers worden in ieder geval zo spoedig mogelijk openbaar gemaakt en gedeeld. Dit proces blijft ook na 2026 van toepassing.

Verpact zorgt ervoor dat alle verslagen op de website van Verpact worden gepubliceerd op dezelfde webpagina en dat zij qua opzet en terminologie consistent zijn, zodat de ontwikkeling per deelonderwerp – inzamelcijfers, financiële onderbouwing en voortgang van maatregelen – eenduidig kan worden vastgesteld en gevolgd.

Rapportage	Frequentie	Wijze
Voortgang totaalaanpak	Kwartaal basis	Bespreking met ministerie van IenW, ILT
Definitieve inzamelcijfers en geconsolideerde jaarrekening	Jaarlijks, augustus*	Publicatie op Verpact website op dezelfde webpagina als verslagen van vorige jaren en qua opzet en terminologie consistent
Voorlopige inzamel- en financiële cijfers	Jaarlijks, maart	Publicatie op Verpact website op dezelfde webpagina als verslagen van vorige jaren en qua opzet en terminologie consistent

Tabel 6: Overzicht rapportages en frequenties

*Voor een goedgekeurde, geconsolideerde jaarrekening zijn wij afhankelijk van het tijdig en volledig aanleveren van aangiften en correcties van producenten en retailers.

9. Resultaatafspraken Verpact, afhankelijkheden derden en beleidswensen

In deze totaalaanpak heeft Verpact concreet beschreven welke acties van de zijde van Verpact (extra) in gang worden gezet met als doel om de 90% inzamelnorm zo snel mogelijk te halen. Bij de uitvoering van de wettelijke producentenverantwoordelijkheid in zijn algemeenheid hebben wij de ondersteuning van meerdere andere partijen nodig. Zo hebben wij op 19 september jl. afspraken gemaakt met de VNG over de inzameling van huishoudelijk verpakkingsafval.

Voor het statiegeldsysteem geldt dit ook. Voor het welslagen van het maatregelenpakket zijn we – naast de consument – afhankelijk van een groot aantal partijen, waaronder gemeenten, retail- en foodketens, evenementenorganisaties, scholen, (sport)verenigingen, en technische leveranciers. Verpact neemt de resultaatsverplichting op van de door haar gedane toezeggingen in deze

totaalaanpak voor datgene wat in haar macht ligt, maar is voor het gehele resultaat afhankelijk van de inzet van anderen. Om hier meer inzicht in te geven, benoemen we hierbij de belangrijkste afhankelijkheden, zonder daarbij volledig en uitputtend te zijn.

Gemeenten en andere gebiedsbeheerders zijn een cruciale partner in het terugdringen van zwerfafval en het voorkomen van opengebroken afvalbakken. Voor een effectieve uitvoering van de aanpak is hun actieve medewerking essentieel. Daarom zetten we in op structurele samenwerking: het gezamenlijk bepalen van prioritaire locaties en het afstemmen van maatregelen (zoals aanpassingen aan afvalbakken, toezicht en handhaving). Daarnaast kan het ministerie van IenW bijdragen aan afname van de overlast in winkels in het hele land, maar zeker in de binnensteden, doordat het ministerie van IenW het eerder gevraagde winkelbeleid inwilligt. Voor de inname bij niet verplichte innamepunten hebben we de medewerking nodig van een breed scala van bedrijven en organisaties. Hierbij willen we het ministerie van IenW verzoeken daar waar het een staatsdeelneming betreft, dit mee te nemen in de aanbesteding.

Voor de beloningsmechanismes om de inleverbereidheid van de consument te stimuleren zoeken we naar mogelijkheden en zijn we afhankelijk van een aantal partijen. Daarbij is van belang dat we zorgvuldig te werk gaan gezien de enorme hoeveelheid statiegeldverpakkingen en het geldende reguleringskader. Het moet praktisch, juridisch en fiscaal haalbaar en uitvoerbaar zijn. Op dit voor Verpact onbekende terrein zal zij geconfronteerd worden met partijen die nieuw zijn in de markt met bijbehorende (juridische) risico's die zij zal moeten wegen, mitigeren en inkaderen om te blijven voldoen aan de geldende wet- en regelgeving.

Daarnaast blijven we bij ons eerdere verzoek om zo snel mogelijk een innameplicht in te stellen, zoals dat ook geldt in andere landen; dat is noodzakelijk voor de bestendiging van het systeem.

Een ophoging van het percentage plastic drankverpakkingen dat mag worden meegerekend uit de PMD of soortgelijke stromen naar 10%, zoals dit ook voor blik geldt, helpt daarnaast bij een consistent systeem voor de toekomst.

En als laatste gaan wij ook graag in gesprek over de versturende impact van parallelimport van statiegeldplichtige (buitenlandse) verpakkingen in de vorm van striktere handhaving dan wel aanpassen van wet- en regelgeving.

10. Beknopt overzicht van de ambitie en belofte van Verpact

Hieronder staat een beknopt overzicht van de ambitie die Verpact nastreeft en de concrete beloften die Verpact doet tot eind 2026. Dit overzicht is gebaseerd op de initiatieven zoals die in de voorgaande hoofdstukken zijn beschreven. Daarnaast staat toegelicht welke rol Verpact hierin op zich neemt, en welke maatregelen worden genomen om risico's te verkleinen. Ook 2026 zullen we er alles aan blijven doen om de maximale inzameling voor statiegeldverpakkingen te behalen. Dat betekent concreet dat die maatregelen, die succesvol zijn, zullen worden gecontinueerd.

Verpact committeert zich aan de uitvoering van onderstaande acties binnen de vastgestelde termijnen (voor zover de handelingen in haar macht liggen), als onderdeel van een integrale aanpak ter verbetering van het statiegeldsysteem en het structureel oplossen van de geconstateerde tekortkomingen.

	Onderdeel	Concrete belofte tot eind 2026	Ambitie	Kosten - Out of Pocket 2026	Rol Verpact	Overige mitigerende maatregelen
1a	5.400 extra uitbetalende innamepunten t.o.v. begin 2023	5.400 extra uitbetalende innamepunten t.o.v. begin 2023, waarbij een bulk-RVM gezien de innamecapaciteit telt als drie inzamelpunten conform de door ILT opgelegde last onder dwangsom van 12 juli 2024 Eind 2026 heeft Nederland daarmee minimaal 10.500 uitbetalende inleverpunten	In deze 5.400 extra uitbetalende innamepunten t.o.v. begin 2023 zitten meer dan 300 bulk-innamepunten	€57M	- Aantrekkelijke propositie naar alle innamepunten -binnen supermarkten en daarbuiten (out-of-home) - met adequate vergoeding toeziend onder andere op personeelskosten, metrage, elektriciteit); gemaakte kosten bij inleverpunten worden vergoed en punten worden maximaal ontzorgt. - Koop en onderhoud van alle RVM's en inregelen + financiering retourlogistiek - Volledige vergoeding bij inleverpunten t.b.v. technische voorzieningen, vergunningen, lokale promotie & activatie - Realisatie landelijk dekkend netwerk van innamepunten met 13 acquisitie-/ (steden) accountmanagers - Samenwerking met een gerenommeerde landelijke partij ten behoeve van versnellen vergunningstrajecten	Nog nadrukkelijker promoten van onze propositie en deze aanpassen indien nodig voor het behalen van deze infrastructuur doelstelling
1b	Retourshops	Onderdeel van de 5.400: 60 Retourshops in grote steden 40 Statiegeld Nederland Retourshops met contant terugbetaling 20 Partner Retourshops (bijvoorbeeld Droppie)	Surplus naar totaal 80 Retourshops: 40 Statiegeld Nederland Retourshops met cash terugbetaling 40 Partner Retourshops (bijv. Droppie)	€25M	Zie 1a. In aanvulling daarop: - Vinden van juiste locaties met externe makelaars - Aangaan van langjarige huurcontracten - Aanschaf en inrichting shops, o.a. inventaris, bulk RVM, cashdispenser - Personele bezetting voor serviceverlening en beveiliging	Zie 1a: geldt specifiek voor Partner Retourshop
1c	Innamepunten openbare ruimte	Onderdeel van de 5.400: 10 kiosken met bulk-RVM's in de openbare ruimte	Surplus naar 20 kiosken met bulk-RVM's in de openbare ruimte op hotspots in de grote steden	Valt onder budget 1a	Zie 1a	Zie 1a
		150 evenementen, waarvan: 40 open evenementen 110 (semi-) besloten evenementen	Surplus naar 200 evenementen, waarvan: 50 open evenementen 150 (semi-) besloten evenementen	€3M	- Aantrekkelijke (maatwerk) propositie voor evenement organisatoren (publiek& privaat) met adequate vergoeding - Aanschaf mobiele infrastructuur; verplaatsbare (bulk) RVM, mobiele cash units, (donatie)bakken, statiegeldzakken - Financiering afvalstromen - Promotie en inzet clean teams	

	Onderdeel	Concrete belofte tot eind 2026	Ambitie	Kosten – Out of Pocket 2026	Rol Verpact	Overige mitigerende maatregelen
1d	Samen-werkings-programma's	15 (+3 t.o.v. huidig) convenanten inclusief concrete acties met landelijke retail- en (non-) foodketens voor landelijke uitbreiding	Surplus naar 17 convenanten	€1M	Zie 1a. In aanvulling daarop: • Gebruikmaken van het netwerk van onze achterban	
1e	Rapid Response Teams	Voor de zomer: realiseren van RRT's voor G4 van de grootste RVM-leverancier.	Reactietijd verder verkorten en deze aanpak, inclusief KPI's, uit te breiden naar alle RVM-leveranciers en andere gemeenten	€10M	• Landelijke afspraken over naleving protocollen aanscherpen met RVM-leveranciers en inleverpunten en (her) contracteren • Openen meldpunt voor defecte RVM's • Continue monitoring	
1f	Versoepelde inname beschadigde verpakkingen	Uitrol naar 80% van het RVM-machinepark			• Continue monitoring • Onderzoek naar nog verdere verruiming	
2a	Donatie-innamepunten	Meer dan 5.000 donatie-innamepunten met donatiebakken en -ringen bij (sport-) verenigingen, maatschappelijke instellingen, kantoren, publiek domein en evenementen	Surplus naar 7.500 donatie-innamepunten	€6M, Van toepassing op 2a en 2b, en 3a, 3b en 3c	• Marketingcampagne • Volledige vergoeding van donatiebakken aangeschaft voor goede doelen • Inregelen/ financiering retourlogistiek • Publieke ruimte6 met donatiebakken en -ringen: zie 3a en 3b	
2b	Piek- en pop-up inzamelen bij evenementen	Zoveel mogelijk donatiebakken inzetten bij evenementen	Zie 1c – innamepunten openbare ruimte	Zie 1c – inname-punten openbare ruimte	Zie 1c – innamepunten openbare ruimte	

	Onderdeel	Concrete belofte tot eind 2026	Ambitie	Kosten – Out of Pocket 2026	Rol Verpact	Overige mitigerende maatregelen
3a/ b	Zwerfafval/ hotspots zwerfafval en openbare prullenbakken	Samenwerking G4 om zwerfafval terug te dringen • 10 hotspots over G4 gemeentes • 5 hotspots over G20 gemeenten Toepassen uitkomst van de pilots “Statiegeld op Straat” (voorkomen dat statiegeld in de prullenbak verdwijnt)	Blauwdruk voor andere steden o.b.v. positieve ervaring aanpak. Uitbreiding methodiek naar meer hotspots binnen de G20. Eventueel met inrichting van RRT’s	€3M voor 3a en 3b bij elkaar, exclusief kosten donatiebakken en -ringen (zie 2a en 2b)	• Inhuur expertise (consultancy) en inzet eigen project- en stedenmanagers • Begeleiden pilots met G4 en ander grote steden met volledige vergoeding van designtraject + aankoop infrastructuur • Gerichte campagnes voor bijvoorbeeld hotspots, toeristen etc. • Maatwerk oplossingen en -financiering bij bestaande en nieuwe aanvragen van steden en gemeenten	Zie 1a
4a	Consumentenactivatie met beloningsmechanisme	• Beloningsmechanisme via betalingspartner op Verpact machines in Q2 2026	• Beloningsmechanisme via kansspelaanbieder op Verpact RVM’s in Q3 2026 • Promotioneel kanospel bij supermarkten per eind Q3 2026 i.s.m. meewerkende supermarkten en producenten • Doorontwikkeling van geavanceerd landelijk beloningsmechanisme op alle innamemachines (inclusief supermarkt). Beoogde realisatie: Q1 2027	€3M	• Feilloos werkend product dat moet bijdragen aan verhogen inzameling. Product moet o.a. veilig, fraudebestendig, intuïtief zijn, geen impact op wachtrijen hebben en reputatie van het statiegeldsysteem verbeteren • Voldoen aan wet- en regelgeving • Samenwerking met betrouwbare partij die in staat is om <i>op korte termijn</i> een feilloos en compliant product op te leveren dat op een substantieel deel van de machines beschikbaar is • Lange termijn samenwerking met betrouwbare partij die in staat is om een feilloos product op te leveren dat voldoet aan alle juridische en fiscale vereisten en beschikbaar is op alle machines • Continue monitoring van het effect en bijsturing voor bijdrage aan de 90%-inzameldoelstelling	
4b	Jongeren-campagne	95% van de consument via minimaal drie kanalen bereiken met een centrale boodschap, en een gerichte aanpak per doelgroep		€9M Geldt voor alle marketing communicatiekosten 4b tot en met 4d, en 5c	• Doorgaan met huidige campagnes gezien gebleken effectiviteit op verhogen kennis, houding en gedrag • Bijsturen inzet op basis van consumentenonderzoek en op basis daarvan nieuwe initiatieven ontplooiën	

	Onderdeel	Concrete belofte tot eind 2026	Ambitie	Kosten – Out of Pocket	Rol Verpact	Overige mitigerende maatregelen
4c	Lespakketten op school	Een lesprogramma bij 750 scholen	Surplus naar 1.000 scholen	Zie 4b Exclusief donatie-infrastructuur (2a en 2b)	- Aantrekkelijk programma - Promotie en activatie scholen tot deelname - Volledige vergoeding donatiebakken (of RVM bij grotere scholen)	
4d	Actieve publieke communicatie over voortgang	Focus op hyper lokale communicatie rondom locaties en voortgang		Zie 4b	(Lokale) successen delen - Teller met inzamelaantallen per maand	
5a	Hogere zichtbaarheid in media	Vergroten van zichtbaarheid in de (lokale en regionale) media door actief aandacht te vragen voor onze maatregelen, behaalde mijlpalen en de transparante inzet van middelen		Zie 4b	Doorgaan met huidige (hyper)lokale campagnes en -activatie onder andere voor nieuwe (bulk)locaties, inclusief signing	
5b	Consumenten app	Consumenten app eerste go-live ('Minimum Viable Product') met 1-3 functies Go-live van volledige functionaliteit van de app in Q4 2026	App naar 'Minimum Loveable Product' met uitbreiding naar ongeveer 5 functies per Q3 2026	€3M	App ontwikkeling en beheer	
6a	Scope zuivel en sappen	Plan van Aanpak in Q1 2026			Oplevering objectief rapport met scenario's om inzamelnorm te halen	
7b	Monitoring	Vier keer per jaar: herijken effectiviteit infrastructuur en bijsturen			- Continueren van de vier herijkingen zoals uitgevoerd eind 2024 en in 2025 => monitoring effect: 1) infrastructuur: bijplaatsen en oplossen problemen; 2) extra impulsen en campagnes - Leidend tot bijsturing van maatregelen om zo snel mogelijk de 90%-doelstelling te behalen - Per kwartaal voortgang rapporteren van uitrol en landelijke dekking	

	Onderdeel	Concrete belofte tot einde 2026	Ambitie	Kosten – Out of Pocket	Rol Verpact	Overige mitigerende maatregelen
8a	Extra inzicht voortgang en financiën	Twee keer per jaar publieke rapportages over inzamelpercentages en de financiële cijfers • Begin maart voorlopige resultaten • Eind augustus definitieve resultaten		Zie 4b		
	Totaal			€120 M		

Tabel 7: Overzicht bevestigde belofte en ambitie Verpact

De onderstaande tabel geeft een overzicht van de maatregelen die Verpact uitvoert binnen de totaalaanpak. De maatregelen zijn geclusterd per categorie, en tonen een vergelijking tussen nieuwe en/of versnelde initiatieven en het Plan van Aanpak (PvA) 2023. Daarmee wordt zichtbaar welke maatregelen nieuw zijn toegevoegd en waar sprake is van versnelling of intensivering ten opzichte van het eerdere plan. Dit laat de noodzaak zien voor het blijven monitoren en bijsturen op basis van nieuwe inzichten evenals het openstaan voor nieuwe initiatieven.

Categorie	Nieuwe en versnelde initiatieven	Plan van Aanpak 2023
Uitbreiding innamepunten en verbetering van de infrastructuur Verwachte impact: 5%	Verbeterde infrastructuurmix (meer inzet op bulk-RVM's en Retourshops), gelijk aantal innamepunten (+5.400, 10.500 eind 2026)	+ 5.400 innamepunten ten opzichte van 5.100 reeds gerealiseerd voor 1 januari 2023
	Een adequaat propositie met de juiste vergoeding en maximale ontzorging voor innamepunten	Niet opgenomen
	60 Retourshops, waarvan:	Niet opgenomen
	• 40 Statiegeld Nederland Retourshops en 20 Partner Retourshops • Inzet flexibele schil op 150 evenementen (open en (semi-) besloten) • 10 kiosken met bulk-RVM's op openbare plekken	• Geen flexibele schil, alleen plannen voor inrichting ophaalsysteem op festivals • Geen RVM's in publieke ruimte
	15 convenanten inclusief concrete acties met landelijke retail- en (non-)foodketens	Niet opgenomen

	Halvering van gemiddelde reactietijd naar 8 uur in de G4 voor RRT's van de grootste RVM-leverancier	Niet opgenomen
Wegnemen van drempels en tegengaan van overlast Verwachte impact: 1%	Aanpak beschadigde verpakkingen incl. uitrol van verruimde parameters bij 80% van het machinepark	Geen concrete aanpak voor acceptatie beschadigde verpakkingen
	Samen met gemeenten gericht zwerfafval en defecte afvalbakken aanpakken aan de hand van met data geïdentificeerde hotspots: • 10 hotspots in G4 • 5 hotspots in G20	Geen gerichte aanpak voor zwerfafval in samenwerking met gemeenten
	Uitkomsten van de pilots voor donatie infrastructuur toepassen in 'Statiegeld op Straat' aanpak bij meerdere gemeenten	Geen gerichte aanpak voor zwerfafval in samenwerking met gemeenten
Gerichte publiekscampagnes en extra zichtbaarheid Verwachte impact: 1% tot 2%	Beloningsmechanisme bij RVM's in beheer van Verpact	Niet opgenomen
	95% van de Nederlanders via minimaal drie kanalen bereiken, met focus op campagne voor jongeren (18-34)	Landelijke campagnes, niet toegespitst op specifieke doelgroep
	Lesprogramma en minimaal 1 donatiebak per school bij minimaal 750 scholen en minimaal 1 donatie bak per school	Niet opgenomen
	Lancering van een consumentenapp	Niet opgenomen

Tabel 8: Nieuwe en/of versnelde maatregelen per categorie, ten opzichte van origineel Plan van Aanpak

