bebat

Jaarverslag

2019

01
Basiscijfers

3.297
Deelnemers

3.624 ton
Ingezameld gewicht

23.514
Inzamelpunten

28.915
Ophalingen

67,2%
Inzamelpercentage

90%
Inzamelefficiëntie

02

2019: absoluut recordjaar

Zo werd er in 2019 maar liefst 3.624 ton afgedankte batterijen ingezameld, een stijging van zo'n 13% tegenover 2018. Daarmee stijgt het inzamelpercentage van draagbare batterijen van 61,6% in 2018 naar 67,2% in 2019 – ver boven de doelstellingen van de Europese en Belgische overheden. Daarmee blijven we wereldwijd absolute koploper en willen we iedereen die vorig jaar gebruikte batterijen heeft binnengebracht bij deze van harte danken!

Een deel van dit succes kan verklaard worden doordat Bebat het inzamelen van batterijen voor iedereen eenvoudig en efficiënt wil maken. Met bijna 24.000 **inzamelpunten** – dat is 1 inzamelpunt per 500 inwoners – in eenvoudig bereikbare plaatsen als hyper- en supermarkten, winkels, talrijke scholen, bedrijven en recyclageparken is het voor iedere Belg heel makkelijk om gratis batterijen te deponeren.

Niet alleen qua inzameling was 2019 een recordjaar, ook voor onze deelnemers. We hebben ingezet op meer **vereenvoudiging**. In 2019 lanceerden we een online test waarmee bedrijven makkelijk kunnen nagaan of ze moeten aansluiten bij Bebat. We hebben ook extra aandacht besteed aan specifieke doelgroepen zoals bv. de branche van de lichte elektrische voertuigen.

Het resultaat? In 2019 telden we 3.297 deelnemers tegenover 2.765 in 2018. Een stijging met maar liefst 19%, wat Bebat ook op dit vlak koploper maakt in Europa.

Een andere belangrijke factor is **duidelijke en warme communicatie**. In 2019 lanceerden we met succes 'het kleine gebaar', om aan te tonen dat - als ieder van ons een klein gebaar doet - we samen grote resultaten kunnen behalen. Met tv- en radiospots, zichtbaarheid op social media en scholencampagnes willen we de consument bewust maken van de noodzaak van selectieve inzameling, de inlevering activeren en het juiste gebruik van batterijen stimuleren. Zo waren de 'Grote Lenteschoonmaak' in Brussel en de 'Gezocht'-campagne in Vlaanderen een ongelooflijk succes, dat we ook in 2020 willen verderzetten.

Over **plannen voor 2020** gesproken: de huidige, ingrijpende coronacrisis heeft uiteraard ook impact op onze activiteiten. We hebben de inzameling beperkt tot die inzamelpunten met essentiële dienstverlening en onze tv- en radiospots aangepast om voorlopig batterijen thuis te bewaren, de viering van ons 25-jarig bestaan wordt op een laag pitje gezet en – vooral – we bieden onze deelnemers de mogelijkheid om betalingen uit te stellen tot na de crisis. Vanaf 7 april zijn we terug gestart met beperkte ophalingen en sorteren en recycleren we opnieuw, allemaal binnen de regels die gelden in deze uitzonderlijke omstandigheden.

Toch willen we ook in 2020 – samen met alle consumenten, deelnemers en partners – verder werken aan **een beter milieu** door steeds beter te recycleren. Daarbij moeten we zeker rekening houden met de veranderende inzamelstroom. Batterijen worden steeds groter en krachtiger, het gemiddelde gewicht neemt toe en het aandeel van batterijen met een langere levensduur blijft groeien.

Eén van de speerpunten voor 2020 is voor ons dan ook **veiligheid**. Voor onze inzamelpunten, onze partners en – vanzelfsprekend – alle Belgen. In 2020 willen we dan ook een nieuw veiligheidsplan uitrollen dat hierop volop inspeelt.

Om de inzameling van **batterijen uit elektrische voertuigen** te vereenvoudigen hebben we de handen in elkaar geslagen met onze buitenlandse collega's en stellen we **Reneos** voor, een oplossing die het inzamelen van EV-batterijen doorheen heel Europa mogelijk maakt.

Op Europees vlak willen we actief bijdragen tot **de Europese batterijrichtlijn** die dit jaar wordt afgewerkt. Omdat de levenscyclus van batterijen verder blijft groeien, willen we daarbij de nadruk leggen op de **'beschikbaarheid voor inzameling'**. Zo leggen we de lat, ook voor onszelf, nog altijd erg hoog maar blijven onze activiteiten verder in de toekomst nog steeds haalbaar.

In 2020 willen we – samen met alle Belgen, deelnemers en partners – nog meer gebruikte batterijen veilig inzamelen en steeds beter recycleren voor een beter milieu.

Blijf voorzichtig en gezond.

#allemaalsamen

Peter Coonen
Gedelegeerd Bestuurder

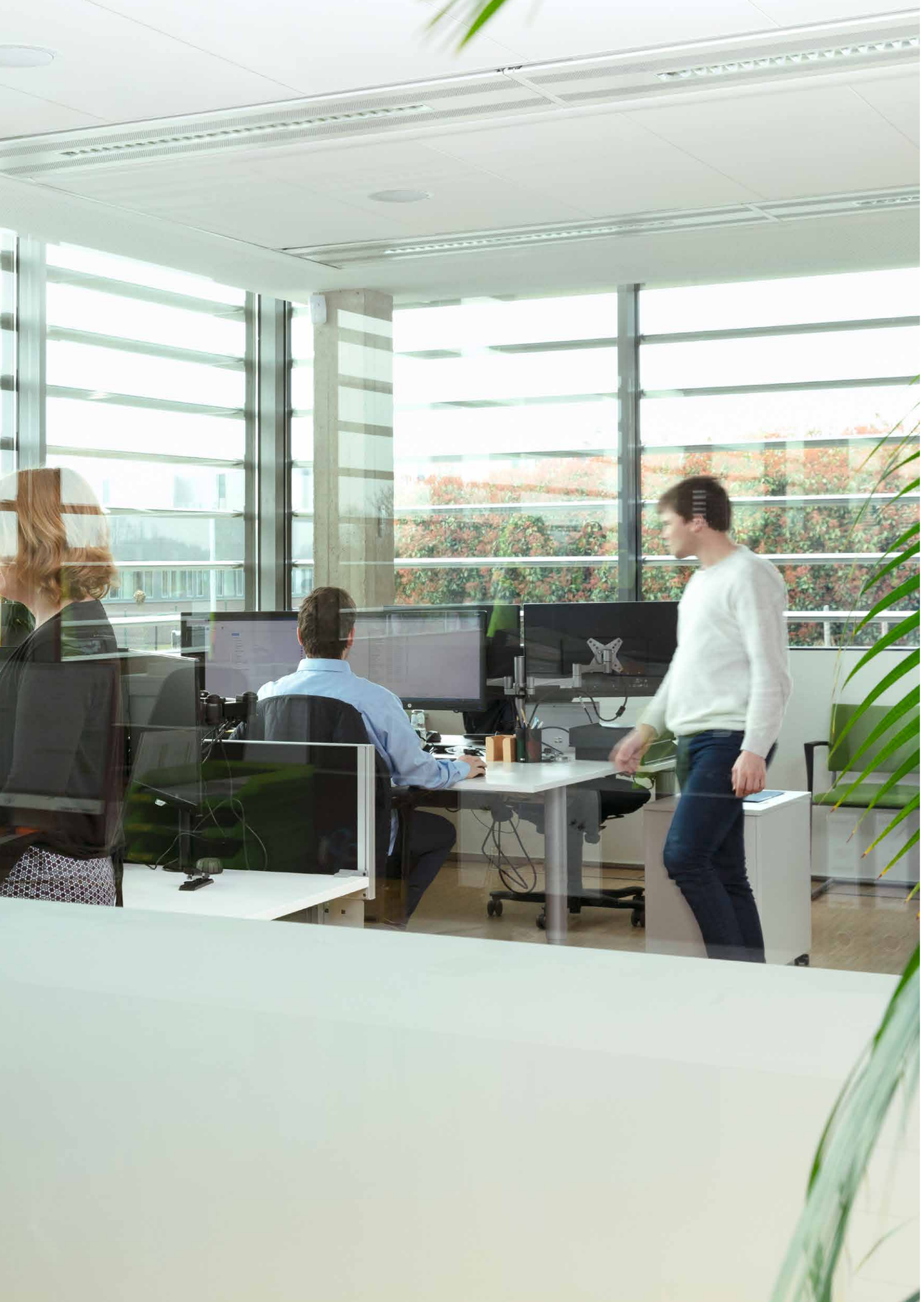
Yves Van Doren
Voorzitter

03
Missie

- Bij Bebat werken we aan een beter milieu door steeds meer gebruikte batterijen in te zamelen en ze steeds beter te recycleren.

- Wij maken inzamelen en recycleren zo gemakkelijk, veilig en efficiënt mogelijk.

- Wij stimuleren duurzaam gebruik, inzameling en recyclage door breed en duidelijk te communiceren.



04

Organisatie

Bebat is een vereniging zonder winstoogmerk (vzw), opgericht in 1995 door de producenten van batterijen en zorgt er voor dat bedrijven kunnen voldoen aan hun wettelijke aanvaardingsplicht.

Bebat geeft gebruikte batterijen een nieuw leven en behoort tot de wereldtop voor de inzameling van batterijen. In onze bijna 24.000 inzamelpunten kunnen gebruikte batterijen gratis en gemakkelijk worden gedeponeerd. Bebat organiseert de ophaling, sortering en recyclage ervan.

De bestuursorganen van Bebat worden gevormd door vertegenwoordigers van volgende bedrijven, organisaties en overheden:

Leden

- Commissie Automotive
- Duracell
- International Sales
- Panasonic
- Varta

Waarnemers

- DSD (Département du Sol et des Déchets)
- Leefmilieu Brussel
- OVAM (Openbare Vlaamse Afvalstoffenmaatschappij)
- COMEOS
- FEE
- TRAXIO

05

Deelnemers

Wat doet Bebat voor aangesloten bedrijven?

1

Rapporteren

Het registreren en rapporteren van het aantal op de markt gebrachte batterijen.

2

Inzamelnetwerk

Het organiseren en onderhouden van een landelijk dekkend netwerk.

3

Sensibiliseren

Consumenten sensibiliseren en preventieve acties ondernemen.

4

Inzameldoelstellingen

De wettelijke inzameldoelstellingen behalen.

5

Gewicht rapporteren

Het ingezamelde gewicht rapporteren.

6

Correct recycleren

De ingezamelde batterijen correct recycleren.

7

Recyclagerendementen

De wettelijke recyclagerendementen behalen en hierover rapporteren.

05
Deelnemers

Totaal aantal deelnemers

2017	2018	2019
2.216	2.765	3.297

Aantal deelnemers dat losse batterijen op de markt brengt

2017	2018	2019
317	585	789

Aantal deelnemers met een vereenvoudigde aangifte

2017	2018	2019
1.235	1.772	2.336

Aantal deelnemers dat enkel batterijen in een toestel op de markt brengt

2017	2018	2019
1.189	1.248	1.442

Aantal deelnemers met een niet-vereenvoudigde aangifte

2017	2018	2019
981	993	961

Aantal deelnemers dat zowel batterijen los als in een toestel op de markt brengt

2017	2018	2019
710	932	1.065

06

Audits

Bebat helpt aangesloten bedrijven om te voldoen aan de wettelijke verplichtingen. We maken dit zo makkelijk mogelijk en zijn transparant in onze communicatie.

De audits zijn belangrijk om ervoor te zorgen dat alle aangesloten bedrijven op een eerlijke manier bijdragen aan het Bebat-systeem. Elk aangesloten bedrijf wordt minstens om de 3 jaar gecontroleerd.

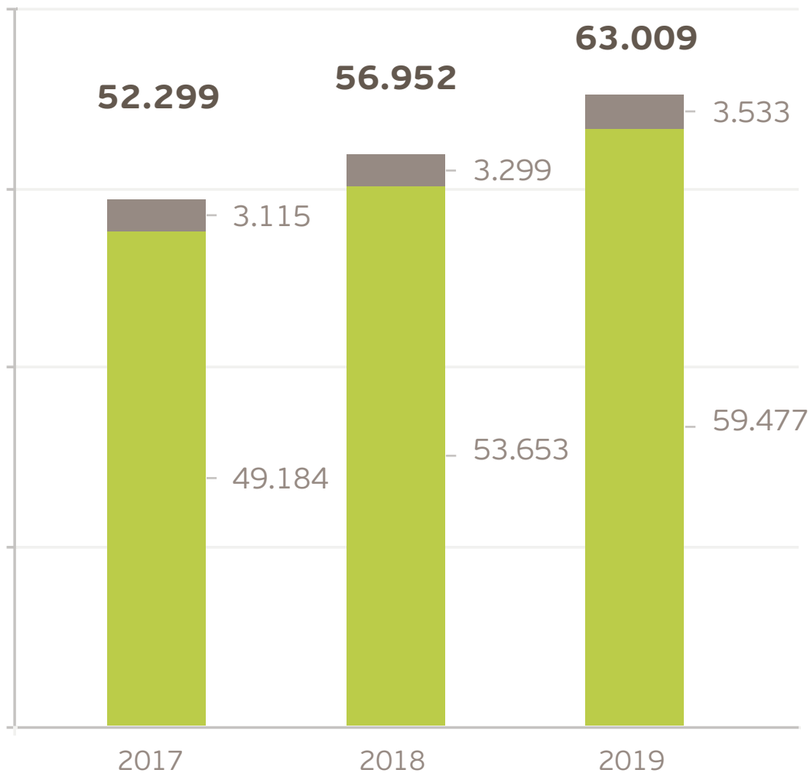
Volledige audits	214
Vereenvoudigde audits	652
TOTAAL	**866**

07

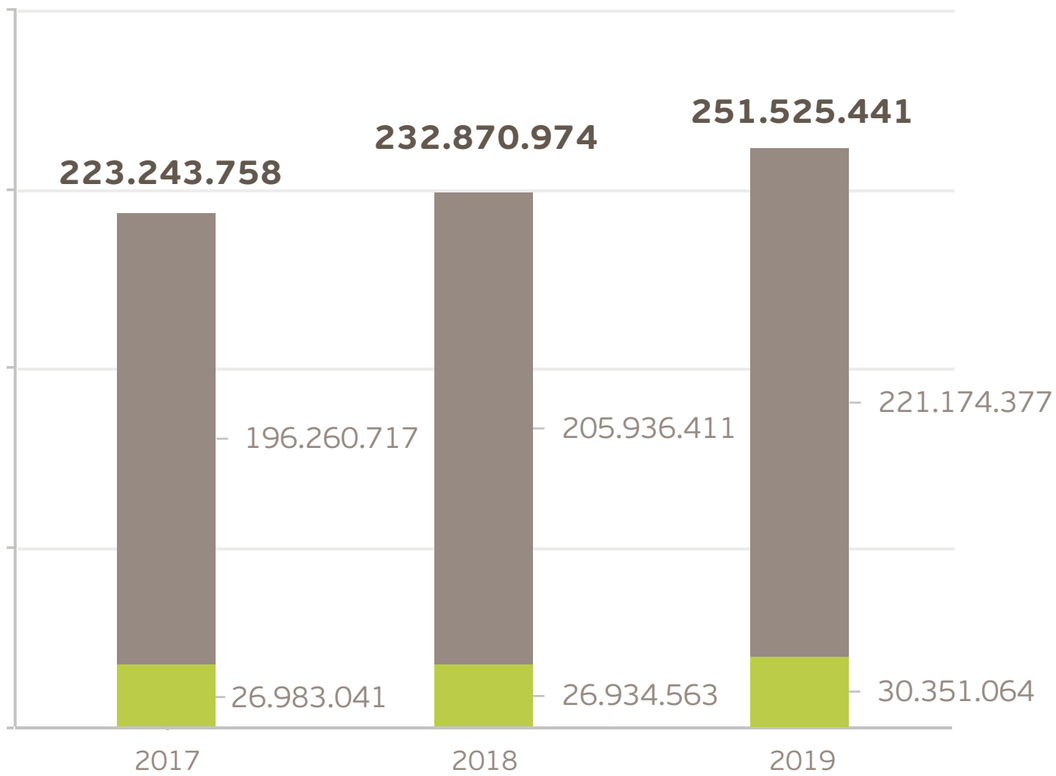
Op de markt gebrachte batterijen

Herlaadbaar versus niet-herlaadbaar

Gewicht (in ton)*



Aantal (in stuks)



Herlaadbaar Niet-herlaadbaar

*Opmerking bij het gebruik van de figuren: De weergegeven cijfers worden soms tot op de eenheid afgerond. Hierdoor kunnen afwijkingen ontstaan tussen de weergegeven totalen en de som van de individuele cijfers.

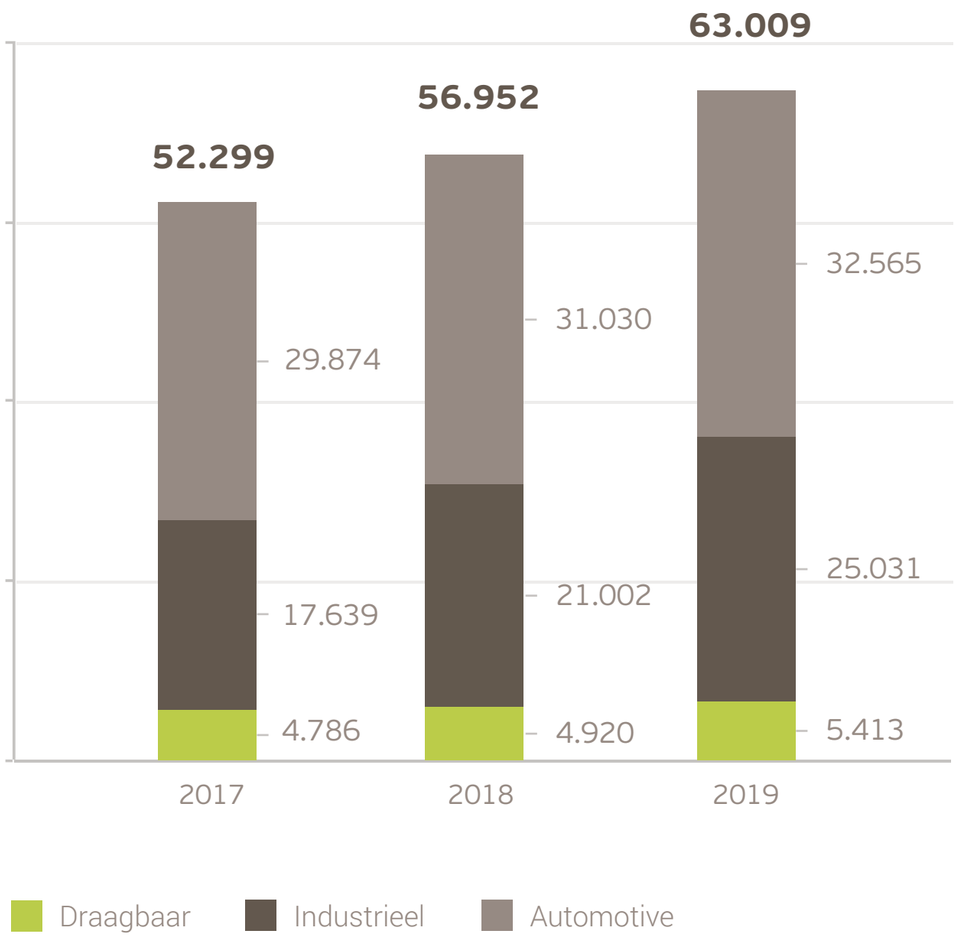
POWERPLUS XQ
Battery for POWXQ5231
14.4V⎓ · 2000mAh
NiMH
WARNING

07

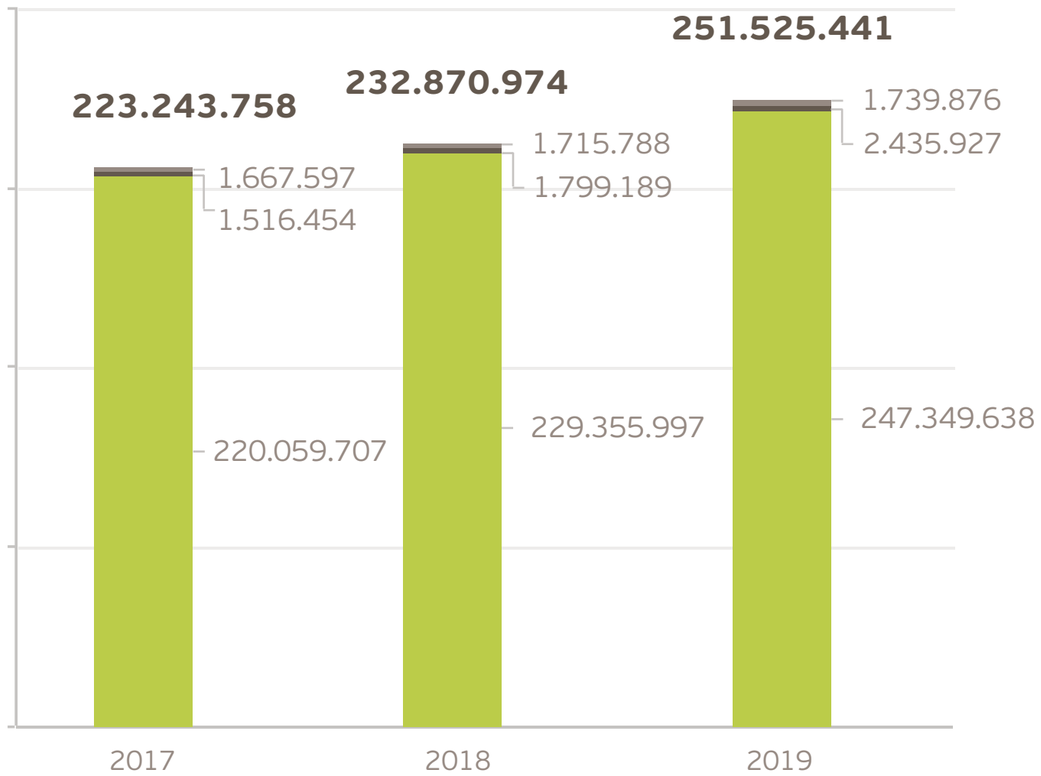
Op de markt gebrachte batterijen

Draagbaar - Industrieel - Automotive

Gewicht (in ton)*



Aantal (in stuks)



*Opmerking bij het gebruik van de figuren: De weergegeven cijfers worden soms tot op de eenheid afgerond. Hierdoor kunnen afwijkingen ontstaan tussen de weergegeven totalen en de som van de individuele cijfers.

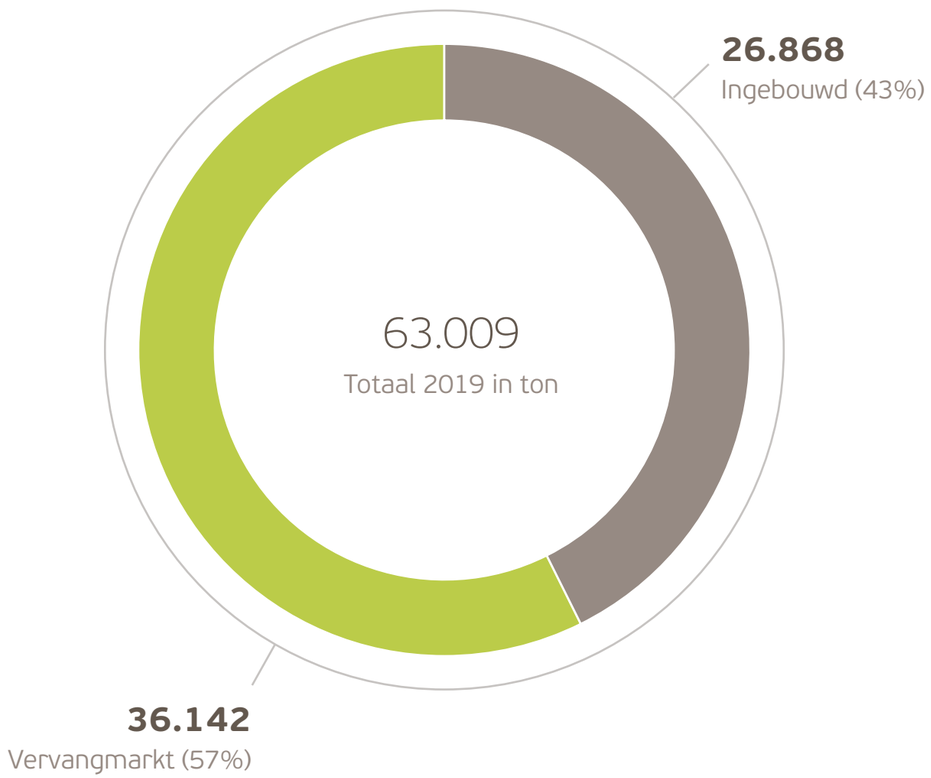
5 OPzV 250
2V 250 Ah C10 / 267 Ah C10
Upright position only!
B14524B

07

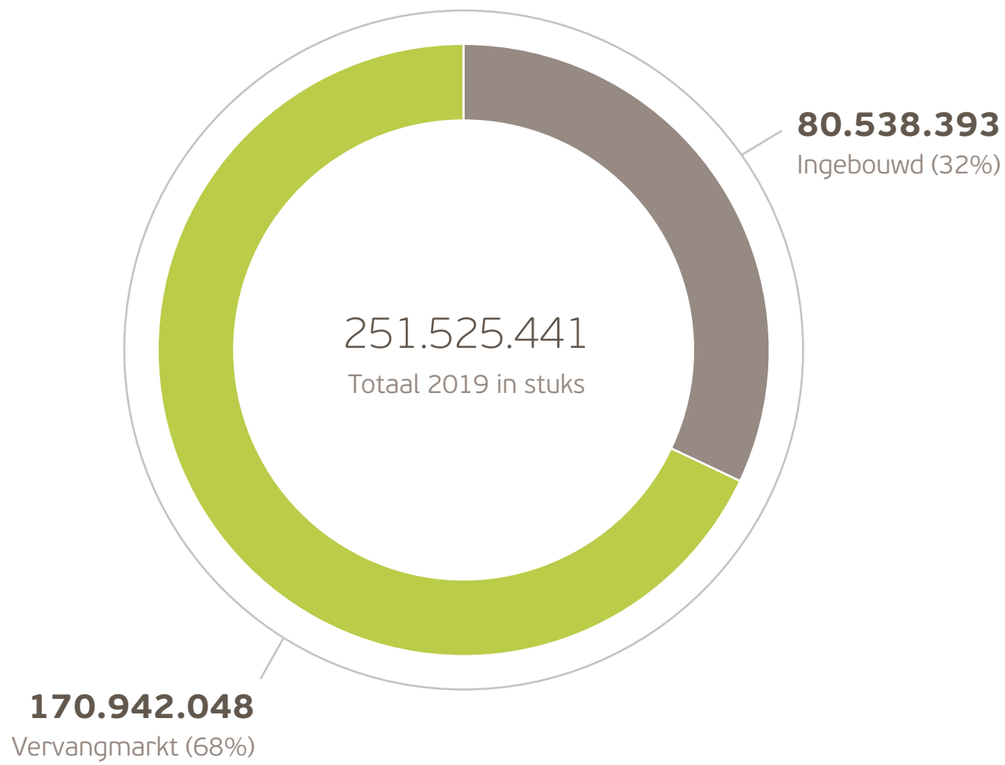
Op de markt gebrachte batterijen

Ingebouwd versus vervangmarkt

Gewicht (in ton)*



Aantal (in stuks)



*Opmerking bij het gebruik van de figuren: De weergegeven cijfers worden soms tot op de eenheid afgerond. Hierdoor kunnen afwijkingen ontstaan tussen de weergegeven totalen en de som van de individuele cijfers.

DEPONEER HIER AL UW
GEBRUIKTE BATTERIJEN
bebat
bebat
bebat
COLLECTE GRATUITE
0800 97 521
GRATIS OPHALING
0800 97 521

07

Op de markt gebrachte batterijen

Conclusie

Het aantal op de markt gebrachte batterijen in 2019 kent een stijging van 18.654.476 batterijen (8%) tov 2018. Deze stijging wordt voornamelijk teweeggebracht door de alkaline, zinkkool en lithium primaire batterijen, maar ook door de lithium herlaadbare batterijen.

De batterijen die dienen voor de aandrijving van hybride, plug-in en elektrische voertuigen, ook 'propulsion car' of Electrified Vehicles (EFV) genoemd, kennen dit jaar opnieuw een stijging (23%) De stijging doet zich enkel voor bij de categorie lithium herlaadbaar (47%). Het aantal nieuw ingeschreven EFV voertuigen bedroeg in 2019 45.644, in 2018 was dit aantal 29.549[1]. 73% van de batterijen van de nieuw ingeschreven wagens werd bij Bebat aangegeven.

Een stijging van 8% ten opzichte van 2018

Als we draagbare, industriële en automotive batterijen apart bekijken, zien we dat die op een andere manier evolueren. Draagbare, industriële en automotive batterijen kennen een stijging, maar de industriële batterijen stijgen het sterkst (35%) tegenover draagbare (8%) en automotive (1%). Doordat er veel minder industriële batterijen dan draagbare batterijen op de markt gebracht worden, weegt deze sterke stijging van het aantal industriële batterijen niet zwaar door op het totaal in stuks en nemen we een stijging (8%) waar in het geaggregeerd resultaat.

Het totale op de markt gebrachte gewicht is in 2019 met 6.058 ton gestegen ten opzichte van 2018. Dit komt overeen met een stijging van 11%. Deze stijging is in hoofdzaak te verklaren door een sterke stijging bij lithium herlaadbare propulsion car batterijen en de loodaccu's. De stijging van het op de markt gebrachte gewicht loodaccu's wordt veroorzaakt door de industriële loodbatterijen en de automotive loodbatterijen.

Binnen de niet-herlaadbare batterijen, stijgen de zinkkool (7%), de alkaline (7%) en lithium primair (29%). De zilveroxide (-4%) en de zink-lucht batterijen (-23%) daarentegen dalen. Bij de algemeen herlaadbare batterijen ziet men een daling van het gewicht van nikkel-cadmium (-4%) terwijl het gewicht van de loodbatterijen (5%) nikkel-metaalhydride (13%), en lithium herlaadbare batterijen (4%) stijgen. Een stijging vond plaats in het gewicht van de op de markt gebrachte EFV batterijen (99%) ten opzichte van 2018. Dit is te wijten aan:

- → Een stijging van het aandeel elektrische voertuigen in het aantal EFV voertuigen.
- → Een stijgend rijbereik voor EFV voertuigen.
- → Een stijgend aantal EFV voertuigen andere dan personenwagens.

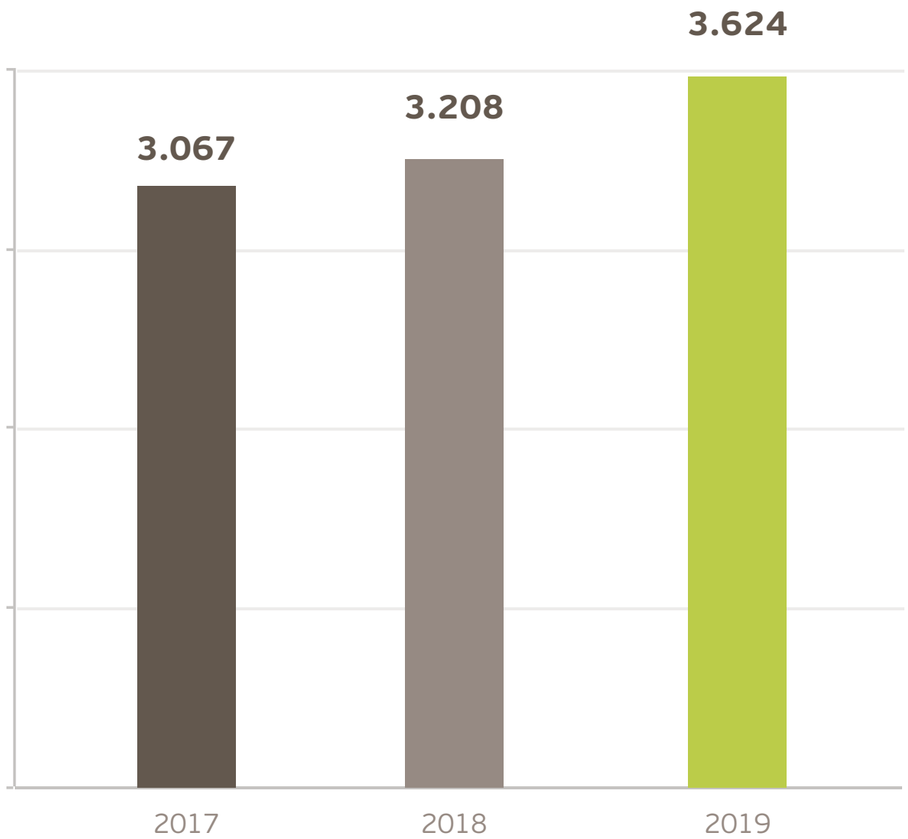
[1] Bron: Website Statbel - inschrijving nieuwe motorvoertuigen in 2018 en 2019. https://statbel.fgov.be/nl/themas/mobiliteit/verkeer/inschrijving-motorvoertuigen#figures

08

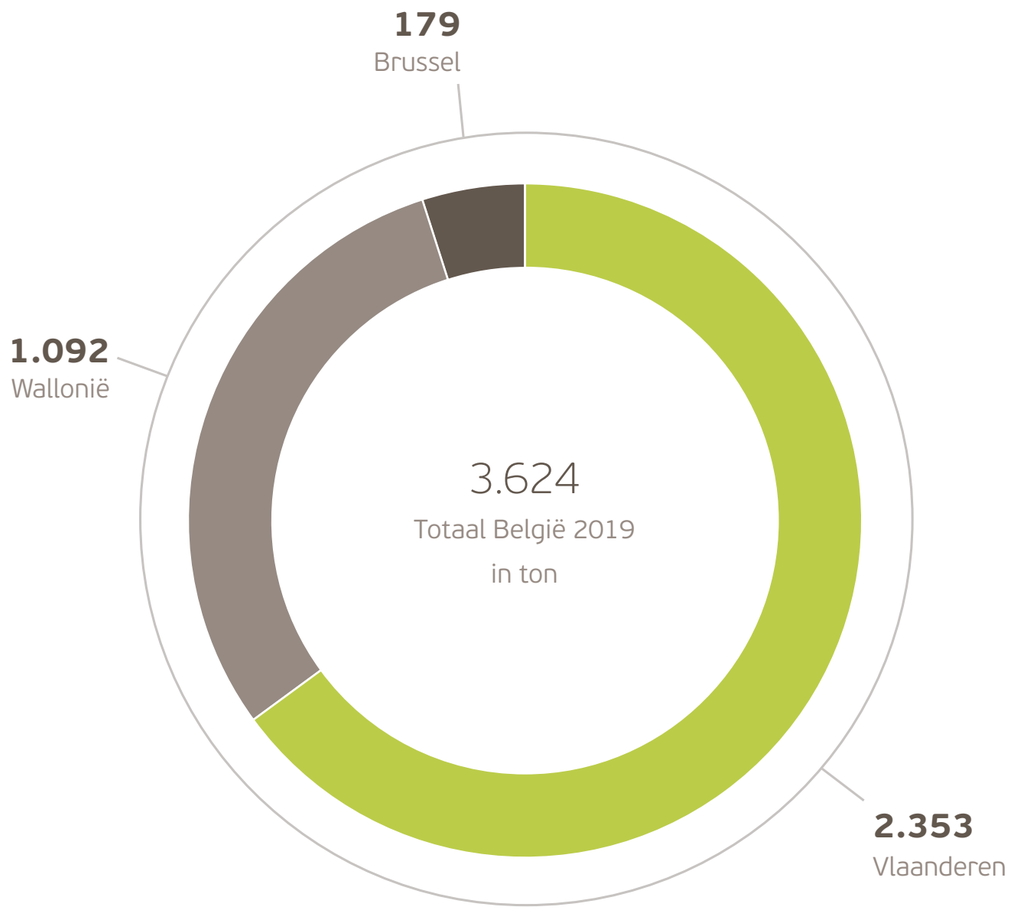
Inzamelresultaten

Totaal inzamelresultaat in gewicht

Gewicht (in ton)



Gewicht (in ton)

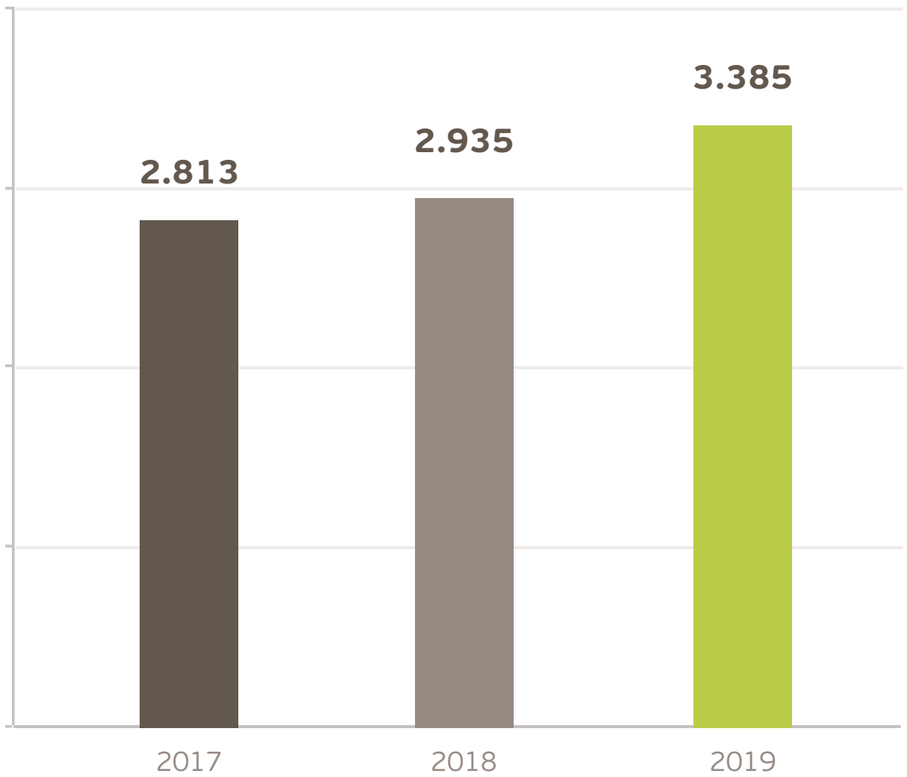


08

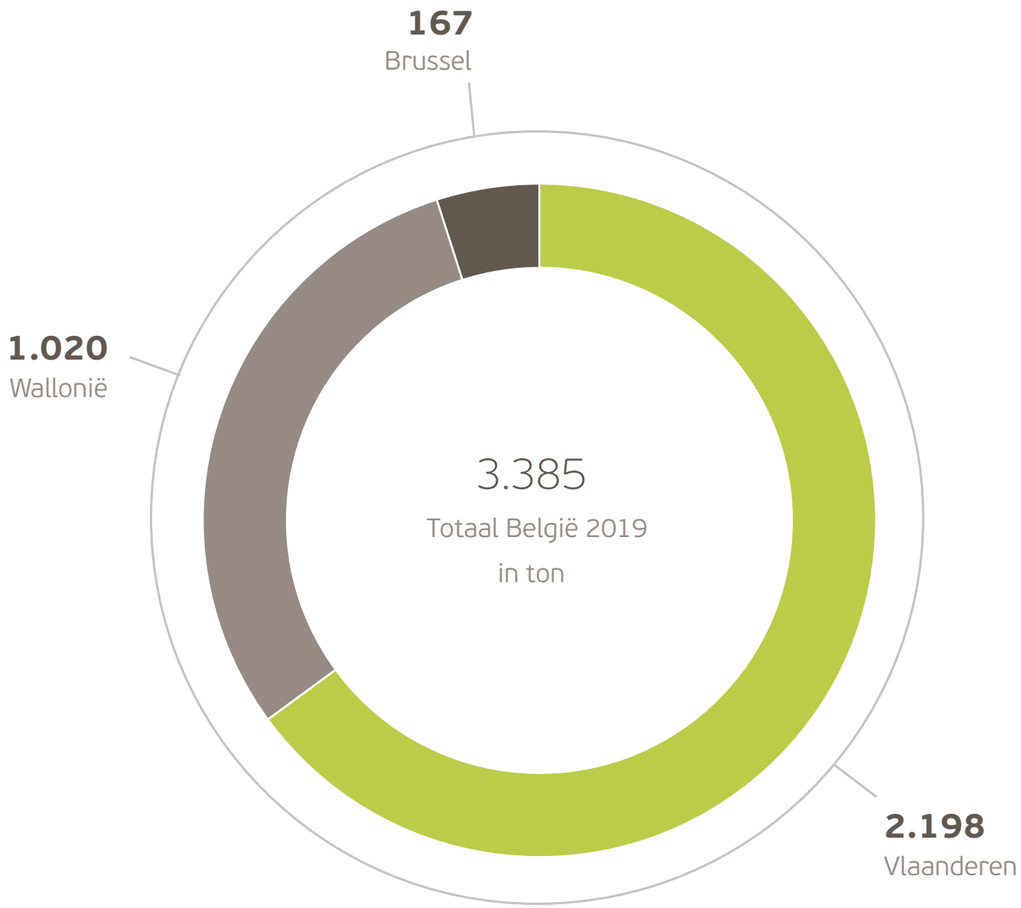
Inzamelresultaten

Inzamelresultaat draagbare batterijen in gewicht

Gewicht (in ton)



Gewicht (in ton)



08

Inzamelresultaten

Totaal inzamelresultaat per inzamelkanaal in % - België

Er werden meer dan 152.000.000 batterijen ingezameld in 2019. De ingezamelde hoeveelheid in België steeg in 2019 met 13% of 416 ton. Dit is in hoofdzaak te wijten aan:

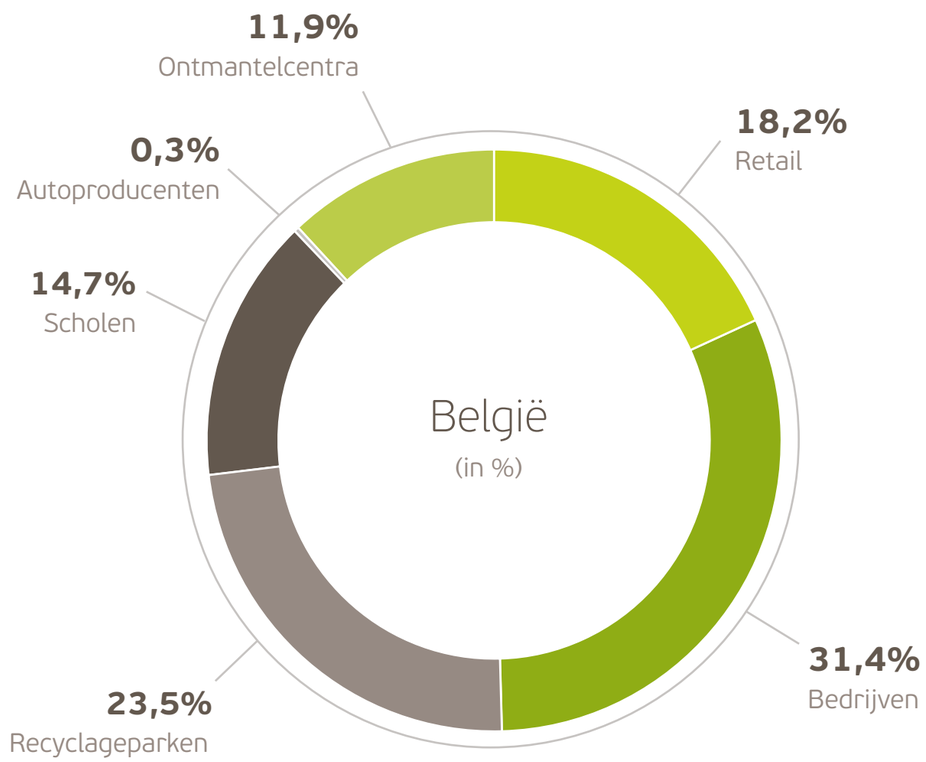
→ **Het continu motiveren van de burger om zijn batterijen binnen te brengen. Dit wordt aangetoond met een stijging van 11% in de retail, 53% in de scholen en 8% in de recyclageparken.**

Een groei van 13% per jaar voor alle gewesten samen en over de kanalen heen is uitzonderlijk goed. Dit jaar overtreft qua inzameling zelfs het uitzonderlijke jaar van inzameling 2016 met de bijzonder succesvolle K3 actie.

Vanaf 2014 is er gekozen om de EFV batterijen (batterijen voor hybride en elektrische voertuigen) die ingezameld worden bij en voor autoproducenten apart te vermelden. In voorgaande jaarrapporten was dit cijfer in het inzamelcijfer van het kanaal 'bedrijven' inbegrepen. In 2012 en eerder was de inzameling van EFV batterijen klein en occasioneel en werd ze niet apart geregistreerd. Daarnaast zijn in dit jaarverslag enkel de EFV batterijen afkomstig van de Belgische markt in rekening gebracht.

De figuren hierna stellen het gewicht van elk inzamelkanaal voor, per regio en voor heel België.

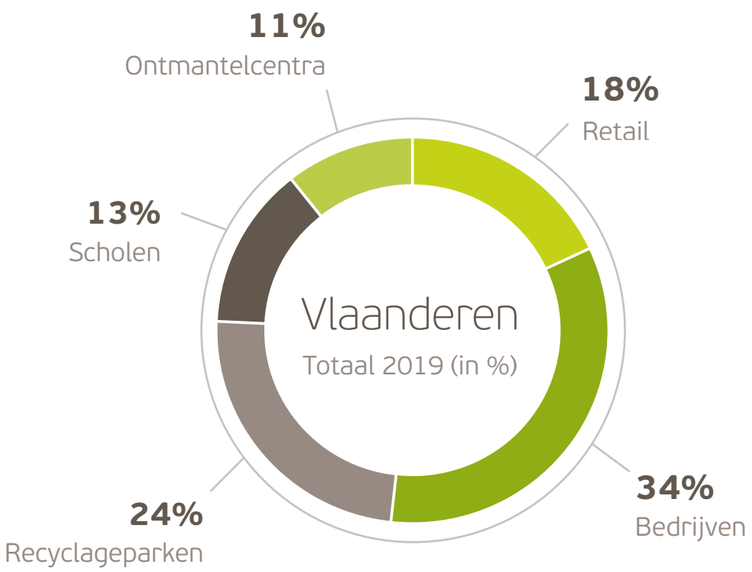
In Vlaanderen blijven bedrijven het belangrijkste inzamelkanaal (34%), gevolgd door recyclageparken (24%) en retail (18%). In Wallonië zijn vooral bedrijven (27%) en recyclageparken (25%) belangrijke inzamelaars in 2019. In Brussel zijn de voornaamste inzamelkanalen retail (31%) en bedrijven (28%).

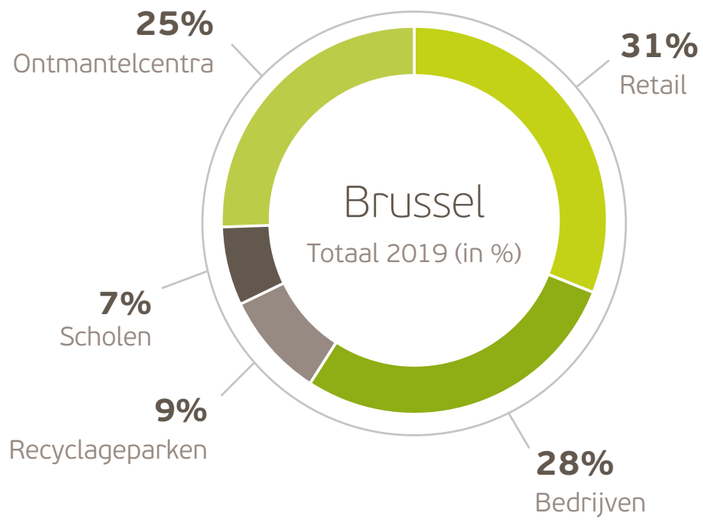


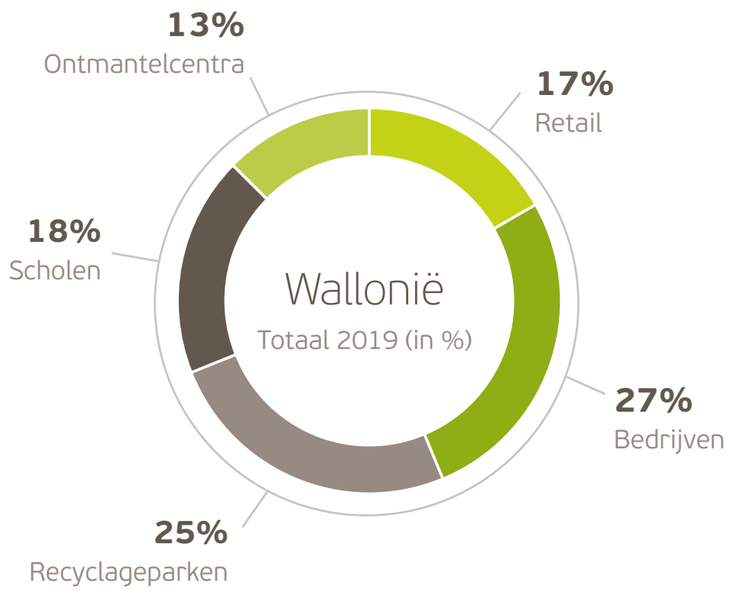
08

Inzamelresultaten

Totaal inzamelresultaat in 2019 per inzamelkanaal in % per gewest







09

Inzamelpercentage

67,2%

Inzamelpercentage 2019 België

67,2% is het inzamelpercentage dat Bebat behaalde in 2019 volgens de wettelijke berekeningsmethode in België. Het is echter zeker niet zo dat de overblijvende 32,8% van de batterijen in het milieu terechtkomen.

De wettelijke berekeningsmethode houdt onvoldoende rekening met de lange levenscyclus van batterijen, die gemiddeld 6 jaar bedraagt. Met 67,2% behaalt Bebat ruimschoots de wettelijke doelstelling voor België en doet hiermee beter dan de Europese doelstelling die voor 2019 werd vastgelegd op 45%. België is duidelijk koploper in Europa en de rest van de wereld.

>90%

Percentage inzamelefficiëntie

Omdat de wettelijke berekeningsmethode geen realistisch beeld geeft van de werkelijke inzamel-efficiëntie, laat Bebat regelmatig onderzoek uitvoeren naar de aanwezigheid van batterijen in huishoudafval.

Meerdere studies tonen aan dat er per 100 kg huisvuil slechts 1 batterij wordt teruggevonden. Dit betekent dat Bebat meer dan 90% inzamelt van de batterijen die consumenten willen wegwerpen.

10.850.000

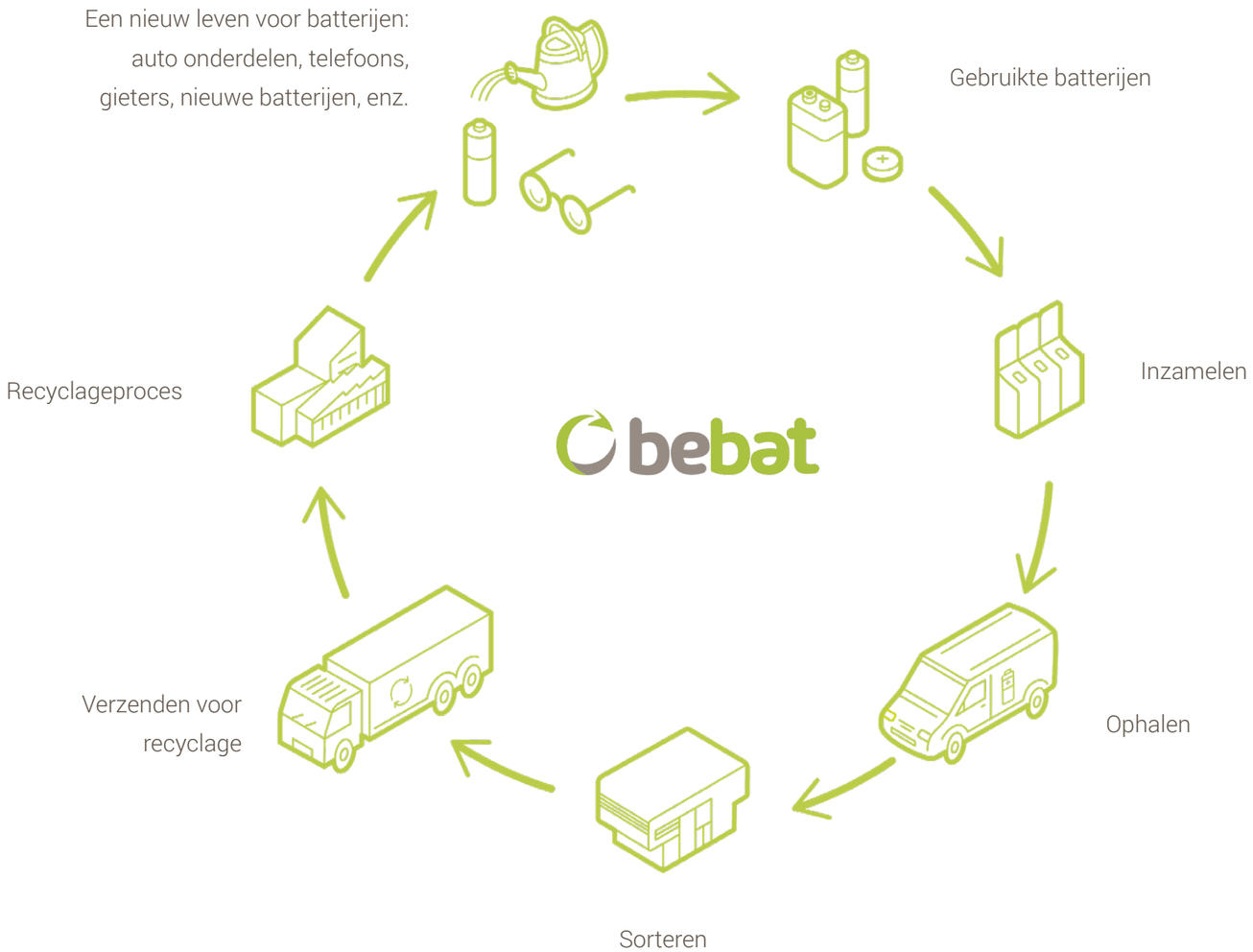
Aantal consumentenbewegingen

Toestellen worden steeds kleiner, daardoor worden batterijen steeds lichter en neemt het gemiddelde gewicht van de batterijen die Bebat inzamelt voortdurend af.

Om evenveel gewicht in te zamelen moeten consumenten meer batterijen inleveren en dus vaker een inzamelpunt bezoeken. In 2019 genereerden we meer dan 10.850.000 consumentenbewegingen, ongeveer 1.200.000 meer dan in 2018.

10

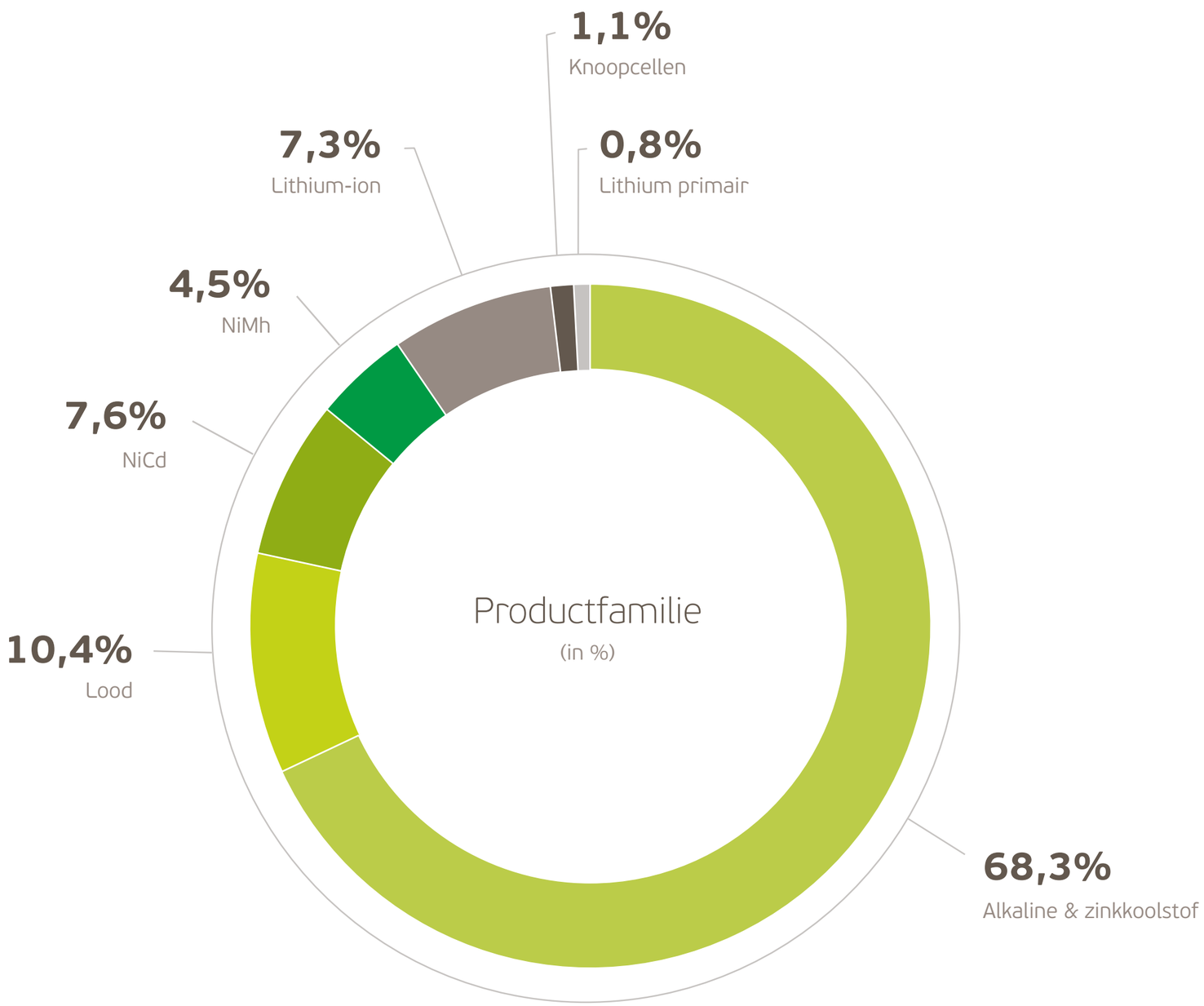
Een nieuw leven voor gebruikte batterijen



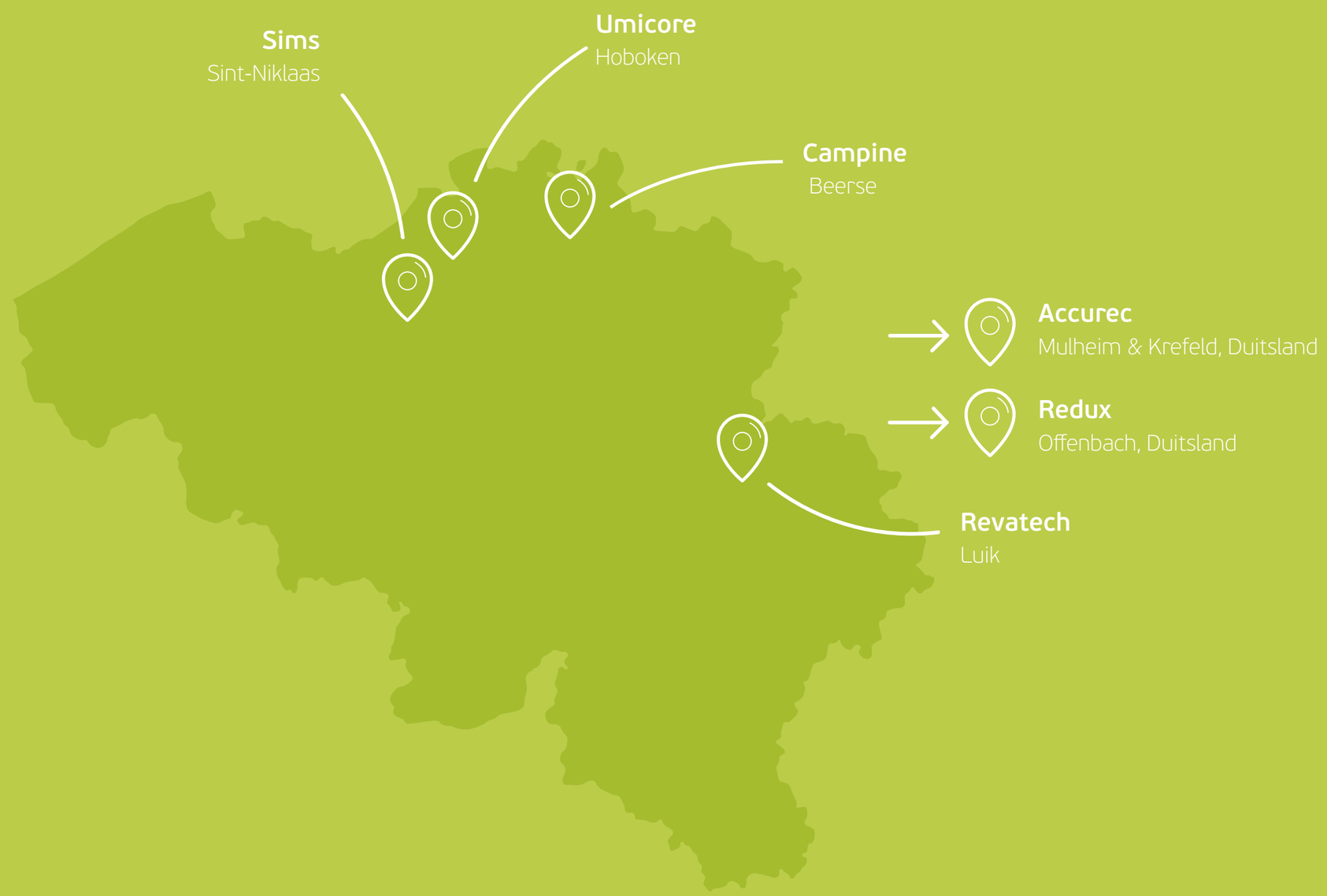
11

Wat sorteren we?

Uitgesorteerde stromen in %



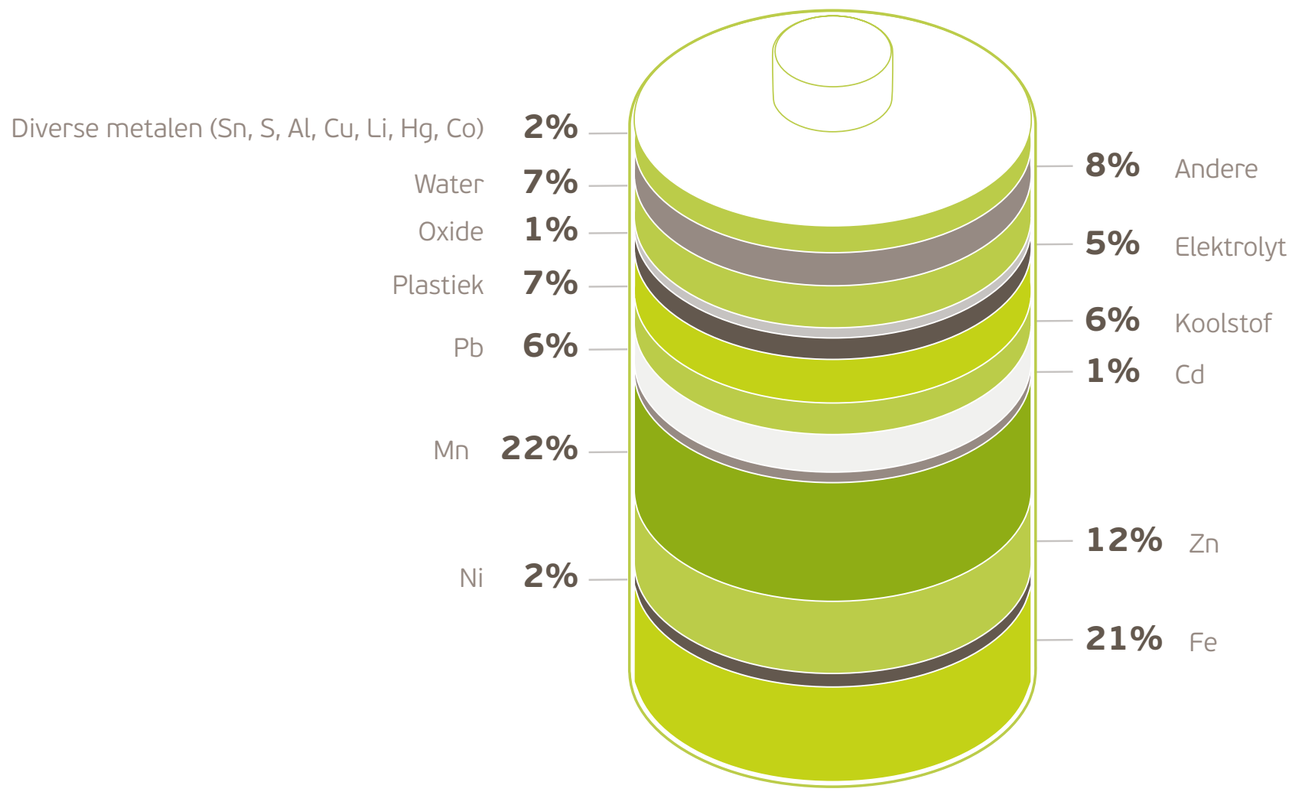
12
Verwerkers



13

Metalen herwinnen

Welke materialen kunnen we potentieel terugwinnen? (in %)*



* Cijfers van 2018 - cijfers van 2019 zijn pas in juni 2020 beschikbaar.

14

Herwonnen metalen

Wat kunnen we potentieel doen met de herwonnen materialen?

= **Tablet**

256 lege batterijen

= **Vliegtuig**

Meer dan **500.000** lege batterijen

= **Fiets**

2.132 lege batterijen

= **Driewieler**

1.421 lege batterijen

= **Bril**

13 lege batterijen

= **Gieter**

120 lege batterijen

15

De Belg en batterijen

2 à 3 keer
brengt een Belg gemiddeld zijn batterijen binnen in een Bebat inzamelpunt.

131 batterijen
heeft een gemiddeld gezin in huis, waarvan 26 leeg zijn.

22 batterijen
koopt een Belg gemiddeld per jaar.
15 zijn daarvan los, 7 zitten er daarvan in een toestel.

95%
kent het Bebat-systeem.

95%
kent het merk Bebat, in 2010 was dit slechts 51%.

Bronnen:
Declaraties op de markt gebrachte batterijen Bebat 2019
Wettelijke bevolking N.I.S. 01/01/2019
IVOX onderzoek 2019 Batterijen-onderzoek
Insites 2019 - Evaluatie campagne Bebat
IVOX 2019 - Posttest campagne Bebat

16

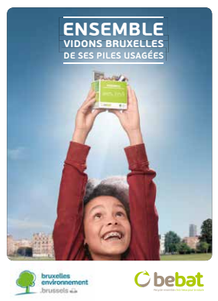
Marketingcampagnes

E-book: E-mobility Noorwegen
januari

Art Truc Troc & Design
1 februari - 3 februari

Radio wave
11 februari - 3 maart

Grote lenteschoonmaak - Brussel
15 maart - 15 april



TV wave
25 maart - 14 april

Nieuwe website
april

Radio wave
15 april - 28 april

Nationale bedeling
april

E-book: E-mobility rapport
mei

Absolutely Free Festival
2 augustus - 3 augustus

TV wave
16 september - 29 september

Radio wave
30 september - 20 oktober

TV wave
7 oktober - 30 oktober

Gezocht campagne - Vlaanderen
14 oktober - 17 november

Nationale bedeling
oktober

Make Belgium Great Again
november

Actie recyparken - Brussel
16 november - 24 november

TV wave
18 november - 1 december

Preventietips
16 november - 24 november

Nostalgie Magic Tour
3 december tot 8 december

Radio wave
2 december - 22 december

16
Marketingcampagnes

Cijfers TV campagne

Bijna 8 op 10 respondenten herinneren zich spontaan dat ze de spot gezien hebben. Na het zien van deze spot, overweegt bijna 8 op 10 van de respondenten om gebruikte batterijen binnen te brengen naar een Bebat inzamelpunt.

Bijna 7 op 10 respondenten vinden deze spot goed gemaakt. Meer dan 7 op 10 van de respondenten is fan/liefhebber van het recycleren van gebruikte batterijen na het zien van deze spot. Meer dan 7 op 10 respondenten voelen zich aangesproken door de boodschap van de spot. 92% van de respondenten vindt het duidelijk dat deze spot voor Bebat is.

bron: Insites 11/2019

Cijfers Radio campagne

Bijna 8 op 10 respondenten herinneren zich spontaan dat ze de spot gehoord hebben. Na het horen van deze spot overweegt meer dan 7 op 10 van de respondenten om gebruikte batterijen binnen te brengen naar een Bebat inzamelpunt.

65% van de respondenten vindt de spot goed gemaakt. Meer dan 6 op 10 van de respondenten is fan/liefhebber van het recycleren van gebruikte batterijen na het zien van deze spot. Bijna 7 op 10 respondenten voelen zich aangesproken door de boodschap van de spot. 85% van de respondenten vindt het duidelijk dat deze spot voor Bebat is.

bron: Insites 5/2019

16

Marketingcampagnes

Acties in de kijker

Grote Lenteschoonmaak

Bebat en Leefmilieu Brussel organiseerden van 15 maart tot 15 april 2019 een 'Grote lenteschoonmaak'.

Het doel van deze campagne was drieledig:

- de Brusselaars bewust maken van het aantal batterijen dat ze in huis hebben,
- ze sensibiliseren over de inzamelpunten voor lege batterijen,
- ze motiveren om hun batterijen binnen te brengen.

Naast affichage, radio, mailings en social media, kreeg ook elke Brusselaar een kubus met infofolder in de bus en brachten we de campagne onder de aandacht door middel van evenementiële affichage op de Generaal Jacqueslaan.

Resultaat

44,66% meer inzameling over alle kanalen heen ten opzichte van dezelfde periode in 2018.

Nostalgie Magic Tour

Nostalgie zamelt gedurende de 6 dagen voor Sinterklaas gebruikt speelgoed in. Zij geven het een tweede leven ten voordele van minder bedeelde kinderen, zodat ook zij een Sinterklaascadeau krijgen.

Omdat speelgoed en batterijen onlosmakelijk met elkaar verbonden zijn, hebben we sinds enkele jaren een partnership met Nostalgie. Tijdens Nostalgie Magic Tour roepen ze de luisteraars op om ook gebruikte batterijen mee te brengen. Ook dit jaar heeft Nostalgie de jeugdbewegingen aangemoedigd om mee in te zamelen, waarbij Bebat ervoor zorgde dat deze jeugdbewegingen werden geregistreerd als inzamelpunt en de batterijen ter plaatse correct werden opgehaald.

Resultaat

- 03/12 - Messancy: 1.834 kg
- 04/12 - Jambes: 2.452 kg
- 05/12 - Nivelles: 4.841 kg
- 06/12 - Mons: 12.394 kg
- 07/12 - Anderlecht: 3.449 kg
- 08/12 - Rocourt: 3.651 kg

In het totaal werd **28.622 kg** batterijen ingezameld, **12.200 kg** meer dan in 2018.

16

Marketingcampagnes

Acties in de kijker

B2B marketing

In 2019 hebben we heel erg ingezet op B2B marketing, onder andere voor het werven van nieuwe deelnemers.

- Om zoveel mogelijk nieuwe deelnemers te werven, ontwikkelden we in 2019 de deelnemerstest: een eenvoudige online test waarbij potentiële deelnemers op 5 minuten te weten kwamen of ze moesten aansluiten bij Bebat of niet.
- In 2019 ontwikkelde Bebat ook een brochure specifiek voor ondernemingsloketten en sociale secretariaten om zo ook startende ondernemingen te informeren over de aanvaardingsplicht. Zo zorgen we ervoor dat nieuwe bedrijven van bij de opstart meteen al in orde zijn met hun wettelijke verplichtingen. De brochure werd verspreid bij verschillende sociale secretariaten en ondernemingsloketten en is ook digitaal beschikbaar.
- Eind 2019 heeft Bebat een digitale campagne gevoerd gericht op invoerders en producenten van "Light Electric Vehicles" (LEV), met name drones, hoverboards, e-steps, e-bikes enz. Dit is een markt in volle ontwikkeling, waardoor het zeer moeilijk is om de spelers op deze markt in kaart te brengen.

Resultaat

In 2019 vulden maar liefst 600 potentiële deelnemers de test in.

- De brochure werd verspreid bij verschillende sociale secretariaten en ondernemingsloketten en is ook digitaal beschikbaar.
- Via verschillende digitale kanalen (Google AdWords, Twitter, LinkedIn,...) bereikten we met de LEV campagne **meer dan 21.000** bedrijven en werd de test **131** keer ingevuld, waarvan 35 bedrijven effectief moesten aansluiten.

16

Marketingcampagnes

Acties in de kijker

‘Gezocht’ campagne Vlaanderen

Eind oktober 2019 lanceerde Bebat in samenwerking met de OVAM een grootschalige inzamelactie in Vlaanderen met als thema ‘Gezocht’. Op basis van het aantal lege batterijen per gezin, berekenden we voor deze campagne het aantal lege batterijen per gemeente. We brachten deze batterijen op een ludieke manier in de aandacht en vroegen alle Vlamingen om mee op zoek te gaan naar het aantal gezochte batterijen in hun gemeente. Naast een opsporingsbericht op TV, radio en sociale media, maakten we gepersonaliseerde content per gemeente zodat de campagne ook lokaal kon gedragen worden door de gemeentebesturen en intercommunales.

Resultaat

- **26.164.754 batterijen** gevonden en ingezameld – goed voor 601.790 kg of een stijging van 50% ten opzichte van dezelfde periode het jaar voordien.
- Een meerderheid van de Vlamingen beseft door de campagne beter hoeveel gebruikte batterijen ze in huis hebben, en geeft aan meer geneigd te zijn om hun gebruikte batterijen in te leveren dan voor de campagne.
- Meer dan de helft van de Vlamingen is meer gemotiveerd om hun batterijen binnen te brengen na het zien van de campagne.
- **39%** van de Vlamingen geeft aan zijn batterijen tijdens de actie binnengebracht te hebben.
- Stijging overall brand awareness:
  - TOM: 30% (+7% t.o.v. pretest // + 12% t.o.v. oktober 2018)
  - Spontaan: 41% (+9% t.o.v. pretest // +16% t.o.v. oktober 2018)
  - Geholpen: 89% (+2% t.o.v. pretest // + 5% t.o.v. oktober 2018)

16

Marketingcampagnes

Acties in de kijker

Preventie

- Tijdens de week van de afvalvermindering (16 – 24 november 2019) verspreidde Bebat in samenwerking met de OVAM verschillende preventieboodschappen in de belangrijkste Nederlandstalige kranten: Het Nieuwsblad, De Standaard, Gazet Van Antwerpen, Het Belang Van Limburg, Het Laatste Nieuws en De Morgen. We publiceerden telkens 6 tips per krant – verspreid over de volledige krant. De tips werden ook gepubliceerd op de Facebookpagina van Bebat.
- Voor de Bebat blog schreven we verschillende blogposts met tips omtrent preventie en correct gebruik van batterijen. Deze blogposts in het kader van veiligheid en preventie werden ook op Facebook en LinkedIn gedeeld.

Resultaat

- Bebat was met de preventieboodschappen in de 6 belangrijkste Nederlandstalige kranten aanwezig met 6 tips per krant.
- Sinds de start van de blog schreven we meer dan **40 artikels** rond veiligheid en preventie. Deze werden telkens ook op Facebook en Linkedin gepost. De Facebookpagina van Bebat heeft een bereik van meer dan 1,8 miljoen mensen. Bebat heeft iets meer dan 20.400 volgers op Facebook. Ter vergelijking: Recupel heeft er iets meer dan 9.200 en Fost Plus 10.200.

Villa Pila

In 2010 is Bebat gestart met een educatief programma "Villa Pila"-voor schoolkinderen van 8 tot 12 jaar. Het gebouw te Tienen voorziet een educatief bezoekerscentrum waar scholen door een gespecialiseerde animator een uitgebreide voorlichting krijgen omtrent energie in het algemeen en de levenscyclus van batterijen (werking, inzameling, sortering, verwerking) in het bijzonder.

In het kader van preventie, wordt aan alle bezoekers informatie gegeven in verband met het juiste gebruik van batterijen. Villa Pila wordt ondersteund door stimulerende promoties zoals gratis vervoer van de scholen naar Bebat en terug.

In 2019 heeft Bebat de Villa Pila website ook van een chatbot voorzien. Deze chatbot kan de meeste vragen in verband met Villa Pila en schoolbezoeken aan Bebat beantwoorden en helpt mensen met vragen zo op een snellere en efficiëntere manier verder.

Resultaat

In het schooljaar 2018 – 2019 waren alle beschikbare bezoekdagen volgeboekt en hebben **meer dan 3.700** leerlingen Villa Pila bezocht. Ook voor schooljaar 2019 – 2020 zijn alle bezoekdagen reeds volzet.

Sinds de implementatie van de Villa Pila chatbot, werden er in 2019 216 conversaties met de chatbot opgestart - bij **165** van deze conversaties lieten mensen hun e-mailadres achter.

bebat