

Afvalbedrijven gaan 'social' met TrashTalks

Socialemediacampagne van Vereniging Afvalbedrijven en haar leden

Waarom een campagne?

Wij geloven in een circulaire toekomst. Wij werken hieraan met onze drie strategiepijlers: vitale sector, circulariteit en klimaat, en de zes positioneringsthema's: circulaire economie, klimaat, Europa, recycling & restmaterialen, duurzame energie, veiligheid & gezondheid. Het beleid van de Vereniging Afvalbedrijven is gericht op positionering en profilering van de afvalbranche. Dit doen we met publiekscampagnes en vrije publiciteit. Belangrijke aandachtspunten zijn: verbetering van het imago van de branche, vergroting van de naamsbekendheid van de aangesloten leden, bewustwording bij de consument, arbeidsmarktcommunicatie (werkgeversimago), afval wordt nieuwe grondstof of energie.

Wat houdt de campagne TrashTalks in?

TrashTalks is de socialemediacampagne van Vereniging Afvalbedrijven en haar zestig leden. De campagne is een maatschappelijke oproep aan consumenten om te laten zien dat het anders kan. Dat we zelf keuzes kunnen maken in ons streven naar een circulaire, duurzame samenleving.

De campagne bestaat uit afwisselend video's en 'statische' berichten op sociale media en websites. 'Binfluencers' duiken in de wereld van 'trash' ... afval dus. De campagne laat ons ontdekken welke producten en materialen top zijn of juist troep én hoe je bewuste keuzes maakt. We werken met bekende 'binfluencers'. Elize Been en Maurice Lede zijn de hosts van de campagne. Ze maken video's voor de TrashTalks-accounts. Thomas Brok en Daan van der Lecq maken video's over het onderwerp voor hun eigen accounts. Zo bouwen we een volgersgroep op. Niet alleen de bekende binfluencers gaan met het thema aan de slag. In samenwerking met onze leden gaan we ook eigen video's en content maken.

Disclaimer

Voor de campagne beoordelen we producten en materialen op duurzaamheid. Daarbij baseren we ons op feiten. We kwalificeren producten of materialen als 'top' of 'troep' als we dat kunnen onderbouwen met praktijkvoorbeelden of op basis van wetenschappelijke kennis. Het doel is dat de consument duurzame keuzes maakt bij de aankoop en het gebruik van producten en materialen. Wij hopen en verwachten dat producenten bij ontwerp en productie oog hebben voor reparatie, onderhoud en hergebruik, en gerecycled materiaal gebruiken. Het doel van de campagne is nooit om de naam van producten of producenten te benadelen. Als de inhoud van onze uitingen op enige manier vragen oproepen, horen wij het graag.

Voor wie is de campagne bedoeld?

- 1 Consumenten (18-45 jaar) met als boodschap 'kies voor recyclebaar of gemaakt van gerecycled materiaal'.
- 2 Producenten. Via consumenten richten we ons op producenten met als boodschap 'maak ontwerp en product recyclebaar'.
- 3 Overheid en politici. Via consumenten en producenten richten we ons op overheid en politici met als boodschap 'een circulaire economie vraagt om haalbaar, betaalbaar en stabiel beleid met duurzame wet- en regelgeving'.
- 4 Pers. Journalisten zijn belangrijke intermediairs. Doel: stelselmatig bevorderen van wederzijds begrip tussen de Vereniging Afvalbedrijven en haar publieksgroepen (vertrouwen en geloofwaardigheid via vrije publiciteit).

Waar is de campagne te zien?

Online media

- Sociale media: Instagram, TikTok, Facebook, Threads
- Berichten over de campagne op websites, LinkedIn, X en in nieuwsbrieven, e-mails
- Pers (radio, tv, nieuwsmedia)

Offline media

- Winkels en straten
- Op locatie (bij VA-leden)

Instagram: https://www.instagram.com/trashtalks_nl/

Facebook: <https://www.facebook.com/profile.php?id=61561264716172>

TikTok: https://www.tiktok.com/@trashtalks_nl

Threads: https://www.threads.net/@trashtalks_nl

Wanneer vindt de campagne plaats?

- Eind juni 2024 gestart op de online kanalen. De campagne loopt door in 2025.
- Officiële aftrap: op vrijdag 6 september 2024 bij HVC in Alkmaar
- Wekelijks op de sociale media 'Top-of-Troep' en Weetjes.
- Twee keer per maand een video op de sociale media.

Met elkaar en voor elkaar

Campagne voeren doe je samen. Opdrachtgever van ThrashTalks is het bestuur van de Vereniging Afvalbedrijven (VA). Verantwoordelijk uitvoerder is de Commissie Communicatie van de VA in nauwe afstemming met communicatiespecialisten van de leden en de communicatiepartners (o.a. Havas Lemz). Het succes van de campagne is mede afhankelijk van de bijdrage en medewerking van de VA-leden en hun medewerkers, onze ambassadeurs. Denk aan het (door)plaatsen van berichten op eigen kanalen, zoals sociale media en websites.

Om mee te kunnen doen aan de campagne is een toolkit beschikbaar op www.trashtalks.nl. In de toolkit vind je huisstijl, logo's, stickers en berichten voor de sociale media. Meedoen betekent ook meedenken over de inhoud en zelf content produceren die binnen de campagne past. We ontvangen graag je suggesties en ideeën. Ook influencers vanuit onze achterban nodigen we van harte uit om eigen films te maken.

Meten is weten

Campagne voeren is duur. Elke campagne-euro moet worden verdiend en rendabel zijn. De resultaten van TrashTalks op sociale media, websites en in de pers worden gemeten en elk kwartaal gerapporteerd aan het bestuur van VA en de Commissie Communicatie. De resultaten zijn te zien op www.thrashtalks.nl.

Meer info

Voor meer informatie over de campagne kun je mailen naar info@trashtalks.nl. Of bellen met de Vereniging Afvalbedrijven op 073-627 94 44 of 06-51 03 78 47.