

Bewustwordingscampagne #brengonsterug

Brabantse aanpak Medicijnresten uit Water



Een samenwerking tussen
het Brabants Kernteam Medicijnresten uit Water
en Logistics Community Brabant

2021/2022



COLOFON

Dit is een gezamenlijke uitgave van:

- Logistics Community Brabant als uitvoerende organisatie
- Brabants Kernteam Medicijnresten uit Water

Een samenwerking tussen de Provincie Noord-Brabant, GGD, Waterschap Aa en Maas, Waterschap Den Dommel, Waterschap Brabantse Delta, VitalZone, Ik Slik Het Niet Langer, Brabant Water en Logistics Community Brabant.

Auteur: Cathaline Visser

Juli, 2022

De uitvoerende en betrokken organisaties hebben de grootst mogelijke zorg besteed aan het tot stand komen van deze uitgave. Aan de inhoud hiervan kunnen geen rechten worden ontleend. Wij zijn niet aansprakelijk voor directe of indirecte schade die het gevolg is van het gebruik van de informatie die door middel van deze uitgave is verkregen.



INHOUDSOPGAVE

1. Samenvatting.....	4
2. Inleiding	5
2.1 Medicijngebruik en effecten	5
2.2 Landelijke aanpak.....	6
2.3 Regionale aanpak	6
2.4 Voorgaande acties.....	6
2.4.1 Draagvlak vanuit apotheken	6
2.4.2 Campagne Breng Mij Terug	6
2.5 Vervolg Brabants Kernteam en LCB.....	7
3. Campagne #brengonsterug	8
3.1 Projectdoelstellingen en opbouw.....	8
3.2 Verdubbeling bewustwording.....	9
3.2.1 Ontwikkeling beeld en boodschap	9
3.2.2 Campagne	10
3.2.3 Inzamelweek 9-13 mei.....	12
3.2.4 Conclusie	13
3.3 Verhoogd aantal kilo's	14
3.4 Ontwikkelde inlevermogelijkheid	15
3.4.1 Onderzoek retourproces apotheken.....	15
3.4.2 Pilot inleverbox.....	15
5. Advies	18
5.1 Organisatorisch	18
5.2 Inhoudelijk.....	18
Bijlage 1. Resultaten onderzoek apotheken	20
Bijlage 2. Communicatiemiddelen en pers	21
Bijlage 3. Resultaten survey en online inzet.....	32
Bijlage 4. Ideeën voor de volgende ronde.....	35

1. Samenvatting

1.1 Context

De toename van humane medicijnresten in het oppervlaktewater vormt een risico voor het waterleven en de toekomstige drinkwaterkwaliteit. Medicijngebruik neemt steeds meer toe, waardoor ook steeds hogere concentraties medicijnresten in water worden aangetroffen. Uit onderzoek van BUas (2019) blijkt dat slechts een derde van de medicijngebruikers in Brabant restafval op de juiste wijze afvoert, wat betekent dat het medicijnafval niet alleen toeneemt, maar ook in toenemende mate op de verkeerde plaats komt.

1.2 Bewustwording

Om het risico (drinkwater) zo ver mogelijk terug te dringen, is een samenwerking tussen Logistics Community Brabant en het Brabantse kernteam Medicijnresten uit Water aangegaan. Logistics Community Brabant heeft het eerste jaar van het project ontwikkeld en uitgevoerd. Deze campagne is onder de naam #brenonsterug op 13 maart 2022 in de regio's Eindhoven en 's-Hertogenbosch gestart en heeft tot 3 juni 2022 geduurd.

In lijn met de campagnedoelstellingen is een samenwerking aangegaan met de gemeente 's-Hertogenbosch, de afvalstoffendienst en apotheken. Er is een inleverbox ontwikkeld die voldoet aan de gestelde criteria, waarbij een laag inleverbeleid en duidelijke communicatie de succesfactoren moeten zijn voor meer ingeleverde retourmedicatie. Apotheken voelen zich meer gemotiveerd om medicijngebruikers bewust te maken, en medicijngebruikers worden op een laagdrempelige wijze uitgenodigd medicatie te retourneren. De ontwikkelingskosten zijn gefinancierd door het Brabants Kernteam Medicijnresten uit Water, en de productiekosten door de gemeente 's-Hertogenbosch, waarmee zij de eerste gemeente is in Nederland die de apotheken op deze manier ondersteunt in het inzamelproces.

1.4 Belangrijkste conclusies

De bewustwordingscampagne, gestart in maart 2022, is gericht op regio Eindhoven en 's-Hertogenbosch. Sinds 2019 is het bewustzijn in Eindhoven verdriedubbeld en in 's-Hertogenbosch met 37.5% gestegen. Er zijn diverse methodes ingezet via verschillende kanalen, waarbij Rik Retour het beeld van de campagne was. Met name posters bij de 400 deelnemende apotheken en huisartsen en de krijtgraffiti op straat hebben voor veel herkenning gezorgd. Ook heeft de inleverbox een bijdrage geleverd aan het verhogen van het bewustzijn. Social media bleek een goed platform te zijn om mensen te bereiken.

Gemiddeld heeft ruim een kwart van de ondervraagden campagnebeelden gezien. Hiervan was 90% voornemens medicatie in het vervolg te retourneren naar de apotheek en milieustraat.

1.5 Belangrijkste aanbevelingen

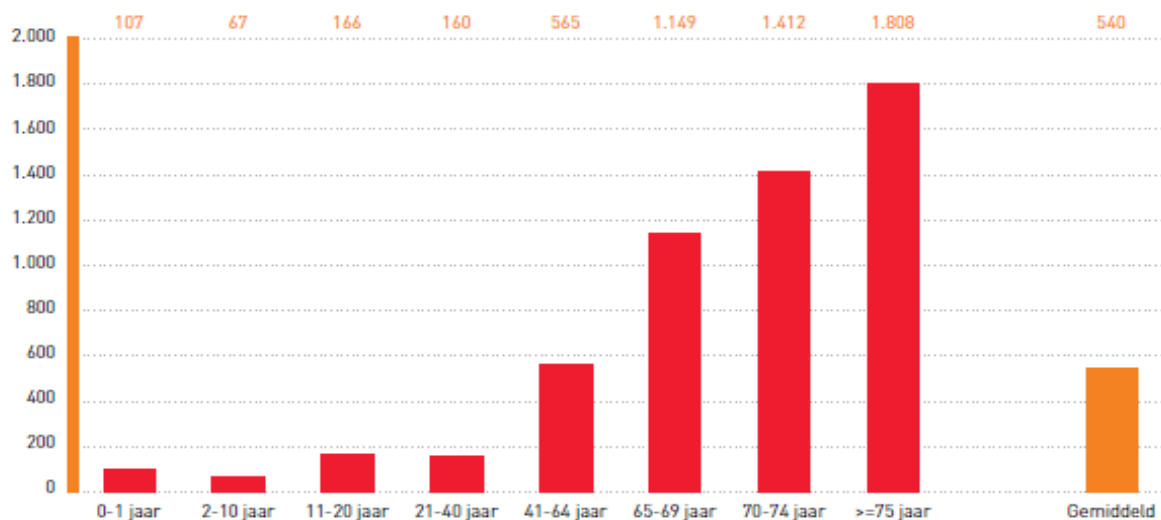
Om beter in te kunnen zetten op strategisch en operationeel management is het van groot belang dat er op organisatorisch niveau een projectteam met projectondersteuning wordt gevormd voor de volgende fase. Afhankelijk van de beschikbare capaciteit, kan een voorbereidingstijd van 4-6 maanden een goed draagvlak creëren, waarbij de samenwerking met het waterschap een belangrijk element is. Door aan te sluiten op lokale initiatieven en het organiseren van wijkgerichte acties, zou het mogelijk moeten zijn om te bewegen naar de volgende fase van bewustwording: de effecten van restmedicatie en gezonder leven.

2. Inleiding

2.1 Medicijngebruik en effecten

In Nederland worden steeds meer medicijnen gebruikt. Het totale gebruik ligt nu naar schatting op circa 3,5 miljoen kilogram per jaar. Door de vergrijzing neemt dat gebruik in de toekomst alleen maar toe. Apotheken verstrekken gemiddeld driemaal zoveel medicijnen aan de 65-plusser als aan de gemiddelde Nederlander (Stichting Farmaceutische Kengetallen, 2018). Het totale gebruik van geneesmiddelen is in 2020 gestegen. In de leeftijdscategorie 21-40 jaar steeg het geneesmiddelgebruik meer dan gemiddeld (SFK, 2021).

Gebruik pakketgeneesmiddelen in DDD's per hoofd van de bevolking naar leeftijdsgroep (2019)



Bron: Stichting Farmaceutische Kengetallen

Door het toenemend medicijngebruik nemen ook de concentraties van medicijnresten in het oppervlaktewater toe. Een belangrijk deel van de ingenomen medicijnen komt via urine en faeces in het riool (90-95%). Een ander deel komt in het water door het onjuist weggooien van ongebruikte medicatie.

Medicijnresten vormen een risico voor de ecologie in het oppervlaktewater. Er is bijvoorbeeld al weefselschade, hormoonverstoring en gedragsverandering bij waterorganismen aangetoond (The Guardian, 2019). Daarnaast kan de drinkwatervoorziening in de toekomst in het geding komen omdat drinkwaterbedrijven (Evides, Dunea) Maaswater als bron gebruiken. Ook het grondwater kan door infiltratie van oppervlaktewater beïnvloed worden, wat mogelijk effecten heeft op drinkwatervoorziening uit grondwater.

Rioolwaterzuiveringsinstallaties (rwzi's) verwijderen medicijnresten gedeeltelijk uit het afvalwater, maar kunnen niet voorkomen dat medicijnresten in lage concentraties in het oppervlaktewater terecht komen. Landelijk gaat het om minimaal 190 ton aan medicijnresten en 30 ton röntgencontrastmiddelen (RIVM, 2020). Een deel daarvan komt lokaal en regionaal in de Brabantse wateren terecht; ook in drinkwater worden medicijnresten aangetroffen.

2.2 Landelijke aanpak

Om de ontwikkeling van vervuiling door medicijnresten te keren, is in 2016 de landelijke ketenaanpak Medicijnresten *uit Water* gestart, met een uitvoeringsprogramma 2018-2022. Het uitvoeringsprogramma wordt verlengd tot 2027 en is daarmee gelijkgesteld aan de looptijd van de Kaderrichtlijn Water (KRW). Het terugdringen van medicijnresten in oppervlaktewater en grondwater is één van de vier thema's uit de Green Deal Duurzame Zorg, die het ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport heeft afgesloten met inmiddels ruim 220 partijen uit de zorg. Er zijn diverse focusgebieden, gericht op de hele keten.

2.3 Regionale aanpak

Vanuit diverse landelijke partijen zijn er in de afgelopen jaren initiatieven gestart gericht op terugdringen van medicijnresten uit Water. In Brabant heeft een aantal betrokken partijen zich verenigd in het "[Brabants kernteam medicijnresten uit Water](#)". Vanuit het kernteam wordt de regionale bijdrage aan de landelijke ketenaanpak verbonden en versneld. Dit kernteam wordt vertegenwoordigd door het Ministerie van Infrastructuur en Waterstaat, de Provincie Noord-Brabant, de waterschappen van Brabant (Waterschap De Dommel, Waterschap Aa en Maas en Waterschap Brabantse Delta), waterbedrijf Brabant Water, GGD West-Brabant, Ikslikhetnietlanger.nl, VitalZone Instituut en Logistics Community Brabant. Middels deze samenwerking wordt gestreefd naar minder medicijnresten in water en een bijdrage te leveren aan drie extra gezonde levensjaren voor Brabanders in een gezonde leefomgeving.

2.4 Voorgaande acties

Bij zowel het Brabants kernteam Medicijnresten uit Water als Logistics Community Brabant zijn er in de voorgaande jaren onderzoeken uitgevoerd gerelateerd aan de bewustwording van apotheken en medicijngebruikers

2.4.1 Draagvlak vanuit apotheken

Om in kaart te brengen in welke mate het onderwerp als probleem wordt beschouwd, is er een telefonische survey gedaan onder apothekers in Brabant. Hieruit bleek dat slechts 20% actief inzet op het attent maken van medicijngebruikers van de noodzaak om restmedicatie te retourneren naar de apotheek (Brabants Kernteam, 2019). Medicijngebruikers zelf bleken weinig urgentie te voelen om restmedicatie te retourneren. Ruim twee derde van de ondervraagde mensen bleek onbekend met de noodzaak of onwillig te zijn om de moeite te nemen (BUAs, 2019). Diverse andere onderzoeken tonen gelijkwaardige resultaten (Instituut Verantwoord Medicijngebruik, 2021), waarbij wordt aangegeven dat een bewustwordingscampagne en het creëren van alternatieve inlevermogelijkheden een gepast middel zou zijn om tot een hoger aantal kilo's ingeleverde restmedicatie te komen. Ook een nieuwe meting (LCB, 2022) in de gemeenten Eindhoven en 's-Hertogenbosch geven dezelfde verhoudingen weer.

2.4.2 Campagne Breng Mij Terug

In 2020 is bij LCB een start gemaakt met een bewustwordingscampagne, waarbij Rik Retour is ontwikkeld. Er is een animatievideo ontwikkeld die op diverse wijzen is uitgezet en aangeboden. Via YouTube is de video in het eerste half jaar 504 keer afgespeeld en de landingswebsite heeft ongeveer 600 bezoekers gehad. De video is verspreid via LinkedIn en Facebook en ruim een kwart van de apotheken heeft hem zelfstandig in hun narrowcastingsysteem gezet. Daarnaast is een contract aangegaan met eValue8, waardoor de video middels de mediatheek van Wachtkamerschermen® aangeboden wordt aan alle gebruikers van dit systeem via narrowcasting. In het eerste half jaar hebben 185 instanties de video's in

hun narrowcastingsysteem draaien, waarvan de helft huisartsen zijn, 66 eerstelijnsgezondheidscentra en 32 apotheken. Hierdoor is er een bereik van gemiddeld 148.000 patiënten per maand. De video wordt ook in apotheken afgespeeld die geen gebruik maken van Wachtkamerschermen®. Na een steekproef blijkt dit ongeveer 27% te zijn.

Er is een landingswebsite opgesteld (<https://inleveren.lcb.nu>), om meer achtergrondinformatie te verstrekken, FAQ's te beantwoorden en mogelijkheid te geven om in contact te komen.

Er is materiaal verstrekt aan alle apotheken in geheel Brabant en mantelzorgers in Breda (A2 posters, flyers, notitieblokjes) en communicatiematerialen ontwikkeld voor online en offline gebruik. Het online materiaal is 128 keer gedownload, en uit steekproef is gebleken dat 73% van de Brabantse apotheken de poster in gebruik heeft (LCB, 2021).

2.5 Vervolg Brabants Kernteam en LCB

De omstandigheden die ontstonden door de maatregelen rondom Covid-19 hebben weerslag gehad op de effectiviteit van de campagne Breng Mij Terug. Veel apotheken wensten geen restmedicatie meer te ontvangen, waardoor medicijngebruikers ontmoedigd werden in retouracties. Nadat de omstandigheden zich hebben gestabiliseerd, zijn er nieuwe kansen ontstaan voor structurele inzet op bewustwording.

Binnen het Brabants Kernteam Medicijnresten uit Water is de wens ontstaan om een campagne te ontwikkelen voor drie jaar (2021-2023). Hierbij ligt de focus op het verminderen van medicijnresten door het verhogen van de bewustwording.

Om dit te realiseren is voor het eerste jaar een samenwerking tussen LCB en het Brabantse kernteam Medicijnresten uit Water aangegaan. LCB is een samenwerkingsverband tussen een aantal kennisinstellingen (Breda University of Applied Sciences, Technische Universiteit Eindhoven, Universiteit van Tilburg en de Nederlandse Defensie Academie), waarbij veel samengewerkt wordt met regiopartners uit geheel Brabant. Binnen LCB wordt er gefocust op diverse thema's, om te komen tot logistieke innovaties door het verbinden van ondernemers, onderwijs, overheid en onderzoek. Binnen het thema zorglogistiek wordt er gefocust op het tegengaan van verspilling van restmedicatie en verband- en verzorgingsartikelen.

Gedurende deze samenwerking is het volgende onderzocht:

op welke manier kan het bewustzijn worden verhoogd, leidend tot een hoger aantal kilo's ingeleverde restmedicatie?

Het resultaat diende een verhoging in bewustwording teweeg te brengen, alsmede een door gemeenten gefinancierde inleverbox die is ontwikkeld in samenwerking met apotheken.

3. Campagne #brengonsterug

3.1 Projectdoelstellingen en opbouw

Het doel van het project is om een vernieuwde bewustwordingscampagne te ontwikkelen, als vervolg op de campagne uit 2020, en deze regionaal uit te rollen in de looptijd van het Plan van Aanpak (2021-2023), afgestemd op een specifieke doelgroep en wijken, met bijbehorende acties.

Het resultaat hiervan is een verdubbeling van het bewustzijn van medicijngebruikers (1), verhoging van het aantal kilo's geretourneerde medicatie (2), en een inlevermogelijkheden ontwikkeld die het retourproces vergemakkelijken (3).

- 1) In 2019 is 33% van de ondervraagde medicijngebruikers bewust en bereid, blijkt uit onderzoek van de Breda University of Applied Sciences en LCB (2019).
- 2) Aantal kilo's geretourneerde medicatie geregistreerd door de milieustraat

Tevens zal de verworven werkwijze in 10 wijken geadopteerd zijn.

Projectopbouw

Tijdens het project zijn diverse fasen doorlopen, waarbij onderzoeks- en operationele facetten zich hebben afgewisseld:

Q3 '21	- Onderzoek bij apotheken voor optimalisatie van het retourproces - Doelgroep-analyse
Q4 '21	- Boodschap en beeld ontwikkeling
Q1 '22	- Ontwikkeling campagneplan
Q1-Q2 '22	- Realisatie campagne - Inzamelweek - Pilot inleverboxen
Q3	- Resultaatmetingen en evaluaties

Op basis van draagvlak en mate van invloed zijn stakeholders betrokken bij de opzet en uitvoer van de campagne. Zo hebben bijvoorbeeld apotheken een cruciale rol in het traject en is de keuze gemaakt om de eerste campagne in regio's uit te rollen waar het draagvlak vanuit apotheken het meest aanwezig was: in Eindhoven en 's-Hertogenbosch. Daarnaast zijn de organisaties betrokken bij het Brabants Kernteam, de relevante gemeenten, afvalstoffendiensten, milieustraten en waterschappen actief betrokken geweest bij de campagne. In verband met de beschikbare capaciteit is besloten af te bakenen naar het betrekken van apotheken en huisartsen. Ziekenhuizen en andere relevante stakeholders zullen in een volgende ronde betrokken worden.

3.2 Verdubbeling bewustwording

Voorgaand onderzoek heeft aangetoond dat het nodig is om de bewustwording omhoog te brengen. Er zijn 3 concrete hoofdacties uitgezet. Hierdoor is beeld en boodschap ontwikkeld, waar vervolgens acties aan gekoppeld zijn die uitgezet zijn via diverse communicatie routes.

3.2.1 *Ontwikkeling beeld en boodschap*

Voorafgaand is onderzoek gedaan met een doelgroep analyse als resultaat, wat in samenwerking met een marketingbureau is omgezet in een afgestemd beeld en boodschap.

3.2.1.1 Doelgroep analyse

In de doelgroep analyse zijn doelgroepen gecategoriseerd op basis van leeftijd, waarbij diverse onderwerpen als opleiding, afkomst, gezinssamenstelling en belangrijke onderwerpen zijn opgenomen. Ook communicatiekanalen waarop deze doelgroepen het beste zijn te benaderen, zijn onderzocht. Zo is duidelijk geworden dat mensen van 65 en ouder vaker voorgeschreven dan niet-voorgeschreven medicijnen gebruiken en zij goed via de apotheek te bereiken zijn, terwijl de doelgroepen daaronder minder medicijnen gebruiken en beter online te bereiken zijn.

Medicijngebruik

Ook is te zien dat lager opgeleide mensen vaker voorgeschreven medicijnen gebruiken dan hoogopgeleide mensen, terwijl hoogopgeleide mensen vaker niet-voorgeschreven medicijnen gebruiken. Er is relatief weinig verschil te zien tussen medicijngebruik door personen met of zonder Nederlandse migratieachtergrond. Wel zouden achterstandswijken voornamelijk bewoond worden door mensen met een niet-westerse migratieachtergrond omdat inkomens lager zijn. In deze wijken is de algehele gezondheid lager en zou er minder milieubewustzijn zijn en afval vaker op onjuiste wijze worden weggedaan. Bewustwordingscampagnes in deze wijken kunnen relatief veel verkeerd weggooien voorkomen.

Milieubewustzijn

Steeds meer mensen zijn milieubewust, met name hoger opgeleide mensen en vanaf 35 jaar. Toch maakt de grotere groep Brabanders zich niet zo heel druk. De 'Doe maar gewoon, dan doe je gek genoeg'-groep (21%), bestaat vooral uit laag tot middelbaar opgeleid. 27% van alle Brabanders is druk met gevulde agenda's, heeft modaal inkomen en heeft relatief weinig prioriteit voor milieu; alleen als de agenda dat toelaat. Dit betekent dat de boodschap in de campagne eenvoudig en laagdrempelig moet zijn.

Er is gekozen om de eerste campagneronde in te zetten op alle doelgroepen en in volgende jaren verder te specificeren aan de hand van de resultaten en lessons learned.

3.2.1.2 Beeld en boodschap

In Q4 '21 is in samenwerking met een marketingbedrijf een vernieuwd beeld ontwikkeld: Rik Retour met vrienden. Om gedragsverandering te bereiken, is het belangrijk dat de doelgroep zich capabel voelt om het gewenste gedrag te laten zien. Ook zal gedrag sneller veranderen als men de indruk krijgt als een grote groep bepaald gedrag al vertoont; mensen zijn kuddedieren en willen niet achterblijven. De boodschap is eenvoudig en positief, met een helder handelingsperspectief: breng medicijnen die je niet meer gebruikt terug naar de apotheek of milieustraat.



'We denken aan later en houden schoon water' vormt de slogan en hoofdboodschap, waarbij er in de uitingen is ingespeeld op mensen aan te zetten tot actie. De boodschap is op speelse en laagdrempelige wijze gebracht (niet kinderachtig en niet formeel), zodat het alle doelgroepen kan aanspreken. Doel van deze beeldontwikkeling is om het een herkenbaar beeld te laten zijn in Brabant.

3.2.2 Campagne

Na het ontwikkelde beeld en boodschap, is een campagneplan ontwikkeld om de boodschap zo goed mogelijk te verspreiden en beschikbaar te stellen aan stakeholders. Hiervoor is gebruik gemaakt van verschillende communicatiemiddelen, zowel online als offline.

3.2.2.1 Offline communicatiemiddelen

Gedurende de campagne zijn er diverse communicatiemiddelen ingezet, om steeds opnieuw de boodschap onder de aandacht te brengen:

- Ruim 400 deelnemende apotheken en huisartsen hebben een poster toegestuurd gekregen
- Ruim 200 deelnemende huisartsen hebben een poster toegestuurd gekregen
- De in 2020 ontwikkelde animatievideo is opnieuw onder de aandacht gebracht en bij 59 apotheken/huisartsen/eerstelijns gezondheidscentra getoond
- Er zijn persberichten uitgezonden voorafgaand de campagne, wat door zo'n 20 online platforms is geplaatst. Tevens is het opgenomen in de Toolkit 'Verspil geen Pil', ontwikkeld door de KNMP.
- Aan de start, halverwege en aan het einde van de campagne zijn er nieuwsbrieven verzonden aan alle betrokkenen
- Er is een kleurplaatwedstrijd uitgezet voor basisschoolkinderen
- Er is een inzamelweek georganiseerd (zie 3.2.3).
- Er zijn radiospotten ontwikkeld die gedurende de hele campagne in Eindhoven hebben gedraaid, met een specifieke oproep een week voor en tijdens de georganiseerde inzamelweek in mei
- Er is gebruik gemaakt van guerillamarketing door het spuiten van krijtgraffiti, aan de start van de campagne en tijdens de inzamelweek.

In bijlage 2 zijn alle communicatiemiddelen opgenomen. Aan het einde van de campagne hebben 6 studenten een week lang resultaten gemeten door middel van een survey, waarbij beelden getoond zijn van de diverse middelen. Dit heeft tevens als een nieuwe impuls gediend om mensen meer bewust te maken.

3.2.2.2 Social media (organisch)

Uit de doelgroep analyse is naar voren gekomen dat er door vrijwel alle doelgroepen veelvuldig gebruik gemaakt wordt van social media. Er is daarom op diverse platforms ingezet op communicatie, voornamelijk via Facebook en Instagram. Hierbij is met name aanspraak gemaakt op de medewerking van betrokken partijen. Posts op de platforms bevatten voornamelijk informerende boodschappen, aangevuld met beelden van de campagne in uitvoer. Er is tijdens deze fase niet ingezet op het werven van volgers. In plaats daarvan is gebruik gemaakt van Advertenties (zie hieronder).

- Instagram: In totaal zijn hier 41 volgers en 23 posts geplaatst, met bijna 1000 impressies. Het grootste gedeelte bereikte de kijkers door hashtags of via de homepage.
- Facebook: de Facebook-pagina Rik Retour is bij ruim 17.000 mensen onder de aandacht geweest. Bijna 200 keer is de pagina opgezocht en bezocht. De 10 geplaatste posts hebben ca. 1.500 impressies gehad.
- TikTok: In de laatste fase van de campagne hebben studenten van BUAS TikTok filmpjes gemaakt. Bereik hiervan is bijna 1.000 kijkers.
- Diverse betrokkenen hebben op allerlei manieren berichten verspreid. Zo heeft onder andere de Provincie Noord-Brabant een achtergrondartikel opgenomen in de nieuwsbrief Natuur, Water en Milieu (april, 2022), heeft er een voorpagina-artikel gestaan in het Brabants Dagblad en heeft het Eindhovens Dagblad er aandacht aan besteed. DTV heeft een interview opgenomen en uitgezonden op TV, naast het plaatsen van een artikel en video online. Een overzicht is opgenomen in bijlage 2.4.

In bijlage 2 zijn meer details te vinden.

3.2.2.3 Online advertising

Facebook en Instagram Ads

Gedurende 2 weken zijn er advertenties via Facebook en Instagram uitgezet. Deze hebben gezorgd voor ruim 30.000 impressies, waarbij 15.500 mensen de advertenties minimaal een keer hebben gezien. Het klik-gedrag op de advertenties, welke naar de website leiden, ligt in Eindhoven met 165 hoger dan 's-Hertogenbosch (111).

Facebook succesvoller is in Eindhoven en Instagram succesvoller in Den Bosch. Opvallend is dat vrouwen veel meer betrokken zijn, zij hebben naar verhouding vaker doorgeklikt na het zien van de advertentie. Advertenties werken het beste als ze een zo specifiek mogelijke doelgroep targeten.

Google Ads

Er zijn gedurende de hele campagne Google ads ingezet, resulterend in 109.000 aantal vertoningen. De website is dankzij de ads bij 36.000 mensen op hun scherm verschenen, waarvan het merendeel ouderen zijn. In de eerste weken is actief gezocht naar welke zoekwoorden het meest effectief waren: gemeenten en apotheken scoorden hier het hoogst op. Hierna is ingezet op de Google Smart campagnes. Deze zelflerende ads werden vertoond op verschillende platforms en media. Niet alleen in een Google zoekopdracht maar ook onder YouTube videos of tussendoor als ad bij apps die Google ads gebruiken. Het bereik was hierdoor velen malen groter dan dat van de standaard zoekmachine ads.

3.2.2.4 Landingspagina

Voor het beschikbaar stellen van informatievoorziening is de landingspagina brenconsterug.nu opgezet, met een gekoppelde downloadpagina (brenconsterug.nu/materiaal). Via de downloadpagina is al het communicatiemateriaal te downloaden, om vrij gebruik en daardoor meer bekendheid te stimuleren. Op de landingspagina was informatie te vinden over de campagne, een teller van kilo's ingeleverde restmedicatie en een locatiezoeker voor apotheken om het retourneren zo dichtbij mogelijk te maken.

In totaal zijn er 2100 unieke bezoekers geweest, waarvan o.a. 63% uit Noord-Brabant en 14% uit Zuid-Holland. Totaal waren er 2517 sessies, met 3364 aantal paginaweergaven. De gemiddelde sessieduur was 1 minuut. Circa 45% van de bezoekers kwam via Google Ads op de website terecht, 30% door de URL in te voeren of via een QR-code en 13% via social media.

De traffic naar de website toe was goed en opvallend hoog voor een regio beperkte campagne. In de eerste paar weken kwam het merendeel van de traffic vanuit de Facebook/Instagram Ads. Deze zorgden voor zo een 20-30 leads per week.

3.2.3 Inzamelweek 9-13 mei

Tijdens de campagne is lokaal een inzamelweek georganiseerd. Hiervoor hebben in Eindhoven reclamespotjes gedraaid. In zowel Eindhoven als 's-Hertogenbosch zijn uitingen door het centrum verspreid: 20 Ao signs in 's-Hertogenbosch, 20 citybeacons, 7 intownboards en de Brandstore in Eindhoven.

In de week voor de inzamelweek zijn in beide wijken alle winkels benaderd om te participeren in de communicatie voor de inzamelweek. Dit kon gedaan worden door middel van het uitdelen van een flyer en het ophangen van een poster. 9 van de 10 winkels participeerden, er zijn 2.000 flyers uitgedeeld en 80 posters opgehangen.

De inzamelweek is op 9 mei in de wijk Begijnenbroek in Eindhoven geopend door wethouder Rik Thijs. In deze wijk, en de wijk Graafsepoort in 's-Hertogenbosch zijn er als wijkactie middagen georganiseerd, waarbij mensen hun overtollige medicijnen konden retourneren en hiervoor een kruidenplantje en smoothie voor terug kregen. Hierbij is ingezet op de onbewuste boodschap voor gezonde voeding. Er is in de weken hiervoor geflyerd om kenbaarheid te geven aan de komende wijkactie. Tevens zijn er door de wijk heen op diverse plaatsen uitingen op de straat gespoten met krijtgraffiti. Tijdens deze acties is een grote 120 l ton voor de helft gevuld, wat 12.4 kg aan medicijnen bevatte. In totaal zijn er ongeveer 70 mensen gekomen om medicatie te retourneren.

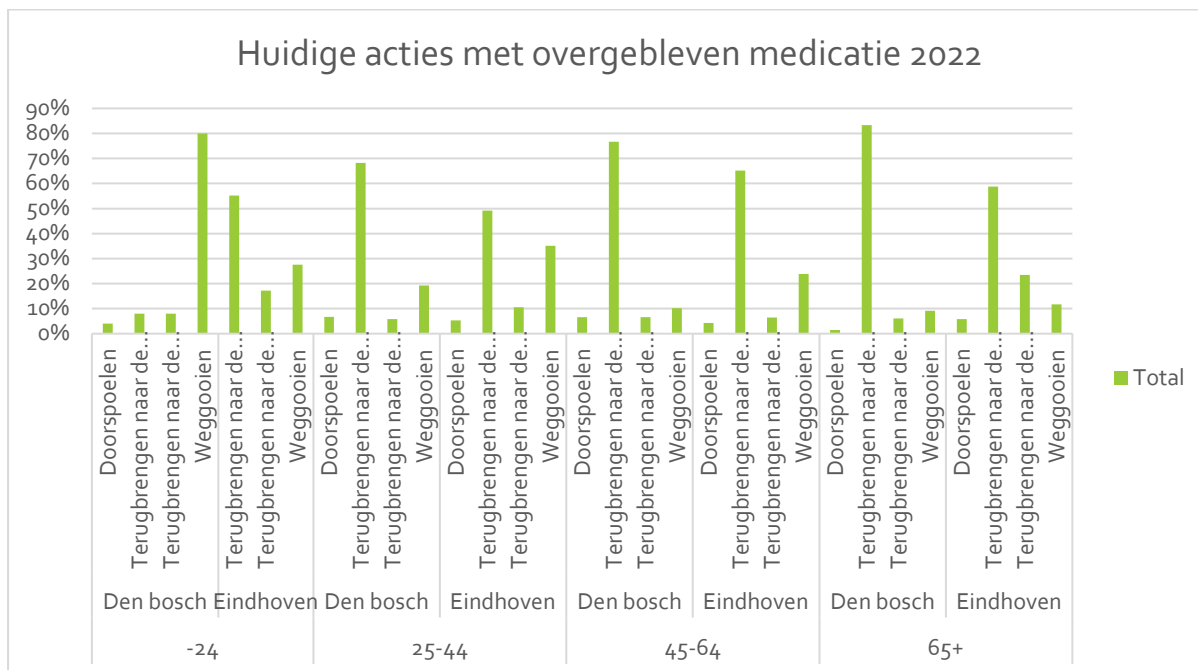


Het Eindhovens Dagblad heeft een artikel opgenomen naar aanleiding van de inzamelweek (zie bijlage 2.4)

15% van de geïnterviewde inwoners van de Graafsepoort heeft de beelden bewust gezien. Voor Begijnenbroek was dit ongeveer 23%.

3.2.4 Conclusie

De mate waarin de doelstelling is beantwoord, is gemeten aan de hand van surveys. In 2019/2020 is er door Breda University of Applied Sciences het bewustzijn gemeten; dat is in 2022 opnieuw gedaan. Hierdoor is te zien welke groei er is. Zie bijlage 3 voor meer resultaten.



's-Hertogenbosch (2019 n=189; 2022 n=448)

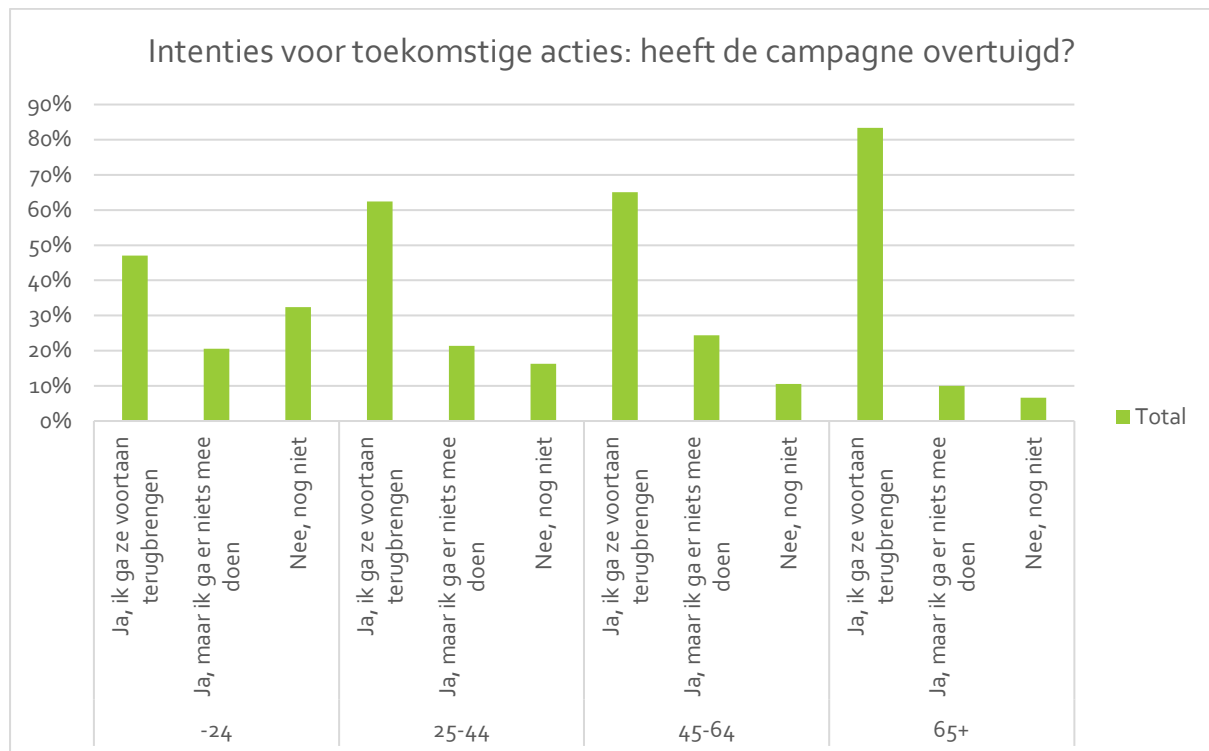
- In 2019 hield 64% van de medicijngebruikers medicijnen over. Dit percentage is licht gestegen in 2022, naar 66%.
- Van alle geënquêteerden gaf 72,5% aan het terug te brengen naar de apotheek of milieustraat of heeft de intentie dit te doen als ze medicatie over hebben. Dat is een stijging van 37,5 percentage vergeleken met 2019 (35% wel, 65% niet).
- 23% van de inwoners van Den Bosch heeft in de afgelopen maanden iets gehoord over het inzamelen van medicijnen. 90% heeft hierna bewust medicijnen teruggebracht of is nog van plan dat te doen. 18% van het totaal heeft campagnebeelden bewust gezien.

Van de inwoners die niets over de acties of campagne heeft gehoord, zegt de helft na het zien van de beelden in het vervolg wel medicijnen te gaan retourneren.

Eindhoven (2019 n=191; 2022 n=208)

- In 2019 hield 48% van de medicijngebruikers medicijnen over. Dit is licht gestegen naar 50%.
- 66% brengt medicijnen terug naar de apotheek of milieustraat of heeft de intentie dit te doen als ze medicatie over hebben. Vergeleken met 2019 is dit bijna verdriedubbeld (24% wel, 76% niet).
- 35% van de inwoners van Eindhoven heeft iets over inzamelacties en campagne gehoord/bewust gezien, 3% door iets anders dan de campagne. 90% heeft hierna bewust medicijnen teruggebracht of is nog van plan dat te doen.
- 65% heeft niet bewust van de campagne gezien. Hiervan zegt 2/3 in het vervolg wel medicijnen te gaan retourneren.

In de grafiek hieronder is te zien dat relatief weinig jongeren overgebleven medicijnen retourneren naar de apotheek. Daarentegen spoelen zij nauwelijks medicijnen door; dit doen gebeurt vaker in de doelgroep van 25-64.



Communicatiemiddelen

De poster bij de apotheek en de graffiti zijn de meeste effectieve communicatiemiddelen geweest in beide steden. In 's-Hertogenbosch heeft de inleverbox in relatief korte tijd veel bewustzijn gecreëerd (zie bijlage 2 voor beelden hiervan).

3.3 Verhoogd aantal kilo's

Ter indicatie van het huidige inzamelgedrag is een vergelijking te maken tussen voorgaande jaren.

Stad	Aantal kilo's in de eerste 6 maanden
's-Hertogenbosch	
2019	2224
2020	2679
2021	2202
2022	2467
Eindhoven	
2019	4131
2020	3624
2021	3783
2022	3981

Er is een lichte stijging te zien in 's-Hertogenbosch, tegen een lichte daling in Eindhoven. Omdat gedragsverandering jaren kan duren, is dit geen goede indicatie voor hoe effectief de campagne was. Hiervoor is meer herhaling van beeld en boodschap nodig.

3.4 Ontwikkelde inlevermogelijkheid

3.4.1 Onderzoek retourproces apotheken

Om het draagvlak voor de campagne zo stevig mogelijk te maken, is in het voortraject op de ontwikkeling van de campagne in Q3 2021 een survey uitgezet onder apotheken in Brabant (n=66). Daarnaast zijn er interviews afgenomen voor verdiepend onderzoek (n=28). Hierbij is gekeken naar onder andere de (mate van) activiteit die apotheken inzetten om bewustwording te verhogen en tegen welke zaken zij in het proces lopen die belemmerend werken.

Bijna 50% van de apotheken die geïnterviewd en geënquêteerd zijn, stimuleert of informeert de medicijngebruiker niet in bewustwording om restmedicatie te retourneren, zie figuur.



Eenzijds komt dit door ontevredenheid over de afspraken met de gemeente en ontstane kosten tijdens het proces:

- Scheidingseisen kunnen per gemeente verschillen, en in de meeste inlevertonnen kan ook ander-ongewenst- afval worden ingeleverd. Dit zorgt bij 35% van de apotheken voor 3 tot 5 uur meer sorteerwerk per week van medewerkers. Willen apotheken dit voorkomen, dan dienen ze op eigen kosten een retourmeubel aan te schaffen, waarvan de kosten tussen de €400 en €1000 kunnen liggen.
- Daarnaast ondervindt ruim 70% van de apotheken kosten aan het (zelf moeten) vervoeren van medicatie naar een afvalstation, enkele gevallen zelfs €5.200 op jaarbasis.
- Ruim 40% van alle ondervraagde apothekers ervaart de gemeentelijke inzet met betrekking tot het retourproces als onvoldoende.

Anderzijds gaan veel apotheken ervanuit dat het algemeen bekend is dat restmedicatie teruggebracht dient te worden. Toch brengt maar 35% van de medicijngebruikers de medicatie op de juiste wijze terug (BUAs, 2019). Dat betekent dat er enerzijds ingezet kan worden op ondersteuning in het vergroten van de bewustwording middels een bewustwordingscampagne, en anderzijds op ondersteuning aan apotheken door het proces te optimaliseren rond het inleveren van restmedicatie. Apothekers gaven aan meer bereid te zijn om bewustwording te helpen creëren, als zij beter ondersteunt worden door de gemeente op eerdergenoemde punten.

3.4.2 Pilot inleverbox

Behoeften

Uit de interviews (n=28) en enquêtes (n=66) met apotheken in 2021, en eerdere kwalitatieve dataverzameling door open interviews gedurende de afgelopen jaren, is steeds de wens naar voren

gekomen om ondersteund te worden door de gemeente in het inzamelproces, door middel van een inleverbox. Anderzijds is gebleken uit de enquêtes onder medicijngebruikers in 2019 dat medicijngebruikers in zowel 's-Hertogenbosch (n=189) als in Eindhoven (n=191) behoefte hebben aan een simpele retourmogelijkheid: geen lange rij voor de balie in de apotheek of veel moeten sorteren vooraf.

Criteria

Samen met de gemeente 's-Hertogenbosch, apothekers en Delta3 is projectteam samengesteld voor het ontwikkelen van een inleverbox. Hierbij hebben een tweetal zaken de hoofdfocus gehad: (1) de gemeente ondersteund de apotheken door de box kosteloos aan te bieden en (2) er is een zeer laagdrempelig inleverbeleid waardoor medicijngebruikers gestimuleerd worden. De inleverbox moest voldoen aan de volgende criteria:

1. Het inleverbeleid is laagdrempelig: alle medicatie mag erin, behalve naalden. Dat wil zeggen: ook omverpakkingen met het verwijderen van labels als advies.
2. Communicatie op de box is simpel, ondersteund door pictogrammen, te begrijpen door mensen van ieder opleidingsniveau.
3. De communicatie is duidelijk, waardoor er niet meer na-gesorteerd hoeft te worden.
4. Onbevoegden moeten geen toegang kunnen hebben tot de ingeworpen medicatie. Eenmaal erin moet het niet eruit te halen zijn, dan wel dermate zichtbaar moeilijk zijn.
5. De box is duurzaam met de juiste prijs/kwaliteit verhouding.
6. De box is beschikbaar in twee maten zodat hij over een 60 liter en 120 liter ton heen kan, waar medicatieafval in bewaard wordt.
7. Apotheken ondervinden er geen kosten aan

Resultaat

De communicatie op de box is zowel in simpele bewoording als met pictogrammen gedaan. In een sticker boven de opening staat de tekst 'Bescherm uw privacy. Haal persoonlijke informatie van de verpakking af'. Er is een nulmeting gehouden bij de afvalstoffendienst in 's-Hertogenbosch, om te weten hoeveel andere stromen dan medicatieafval zich in de huidige stroom bevindt. Dit is nihil gebleken. Het laagdrempelige inleverbeleid is door zowel de gemeente als de afvalstoffendienst goedgekeurd.

Er is gekozen voor stevig honingraat karton, wat in elkaar te zetten is als een bouw pakket en gezekerd wordt door blokjes aan de achterkant. Deze zijn moeilijk snel te verwijderen. De box moet in zijn geheel omhooggetild worden als de ton vervangen moet worden. De opening is dusdanig smal dat het uithalen van medicatie niet mogelijk is door een volwassene. Hiermee is de box veilig bevonden.



De inleverbox kan over de reguliere inleverton geschoven worden en eraf gehaald worden om de volle ton direct en zonder verder sorteerwerk over te dragen aan de partij die voor verdere afvalverwerking zorgt.

Pilot en uitrol

De ontwikkelingskosten zijn gefinancierd vanuit het Brabants Kernteam Medicijnresten uit Water; de productiekosten zijn gefinancierd door de gemeente 's-Hertogenbosch. Hiermee is de gemeente 's-Hertogenbosch de eerste gemeente in Nederland die apotheken op deze wijze ondersteunt. Tijdens de inleverweek in mei is de inleverbox gelanceerd, samen met de directeur Afvalstoffendienst 's-Hertogenbosch, waarvan de boxen bij zo apotheken in 's-Hertogenbosch zijn neergezet.



Om resultaten in bewustwording en effectiviteit te kwantificeren is verdere dataverzameling en analyse nodig. Dit staat gepland voor de volgende fase. Positieve resultaten van de pilot zullen dienen als input voor gesprekken bij andere gemeenten, om ook daar te komen tot een zo eenduidig en laagdrempelig inleverbeleid, waarbij apotheken volledig ondersteund worden. Op deze manier zal de inleverbox een effectief hulpmiddel zijn waardoor apotheken zich meer kunnen gaan inzetten op bewustwording, resulterend in een minder groot aandeel medicijnresten in water door restmedicatie.

5. Advies

Het eerste jaar van de campagne is met voortschrijdend inzicht uitgevoerd. Er zijn zowel mooie kansen ontstaan als onverwachte uitdagingen of beperkingen. Er zijn een aantal adviezen gevormd op zowel organisatorisch als inhoudelijk niveau. Het algemene advies is om voldoende flexibiliteit te houden in de campagne omdat duidelijk is dat niet alles vooraf te plannen is.

5.1 Organisatorisch

Voor de volgende twee jaren is het belang gebleken van een gecommitteerd projectteam, waarin de volgende zaken vooraf vastgelegd worden:

- Verantwoordelijkheden
- Rollen
- Taken
- Beschikbare tijdsinvestering per week

Projectteam inzetten

Het project dient te bestaan uit idealiter minimaal 3 projectleden, waardoor er voldoende projectondersteuning is en hierdoor goed ingezet kan worden voor strategisch en operationeel management van het project. Het is wenselijk dat er voldoende professie aanwezig is omtrent ICT, marketing (met name online zodat dit voldoende voorbereid is op risico's en kansen) en communicatie alsmede gedragsverandering. Hierdoor zal het mogelijk zijn om diepgaandere analyses te kunnen maken en nog beter in te zetten op specificering voor doelgroepen.

Voldoende voorbereidingstijd

Geadviseerd wordt om de voorbereidingstijd minimaal 4-6 maanden te laten zijn, zodat er meer intrinsieke motivatie ontstaat bij betrokken partijen (lokale partijen, gemeenten, waterschappen etc.) en het draagvlak daardoor groter is. Hoe groter het draagvlak, hoe groter de campagne al ingezet kan worden. Er is gebleken dat bepaalde vakanties en feestdagen (zoals de carnavalsvakantie en koningsdag) geschikt zijn om veel exposure te krijgen. Het rekening houden hiermee in de volgende fase is wenselijk, alsmede af te stemmen op tentamenweken van studenten zodat zij makkelijk kunnen worden ingezet.

Klankbordgroep

Wenselijk is om op communicatief gebied een gecommitteerd klankbordgroep te vormen met de communicatiespecialisten van de in bij het Brabants Kernteam betrokken organisaties, zodat er makkelijk geschakeld kan worden vanuit een breed draagvlak.

5.2 Inhoudelijk

Breed draagvlak organiseren

Zoals eerder aangehaald, is het draagvlak van groot belang voor het succesvol laten verlopen van de campagne. Hiervoor is het nodig dat meer partijen zich probleem eigenaar voelen. Het probleem ontstaat tenslotte in de gehele keten, maar medicijnresten in water wordt niet door alle partijen als voldoende urgent gezien om capaciteit voor vrij te maken. In de voorbereidende fase wordt daarom geadviseerd om samen met het waterschap in te zetten op bewustwording, onder andere door middel van kennisdeling. Ook zorginstellingen moeten meer betrokken worden. Zorg en water dient meer met elkaar verbonden te worden om kennis te delen en gezamenlijk op te trekken voor meer impact.

Gemeenten betrekken

Om de inleverboxen ook in en door andere gemeenten te laten verstrekken, is het wenselijk om een campagne te voeren bij gemeenten. Hiervoor is eveneens de betrokkenheid vanuit het waterschap nodig.

Kiss-principe

Het gebruik van beelden dient zo simpel mogelijk te zijn om in 1 oogopslag begrepen te kunnen worden. Vanuit de gedachte 'less is more' is het raadzaam om het huidige beeld te ondersteunen met een versimpelt beeld van Rik Retour. Hoe duidelijker Rik gepositioneerd wordt, hoe meer hij kan dienen als beeld voor het retourneren van medicatie.

Partijen in beweging krijgen

De bewustwordingscampagne heeft mooie resultaten opgeleverd. Het moet niet zo zijn dat de bewustwording de komende maanden terugzakt naar een lager niveau. Inzet moet ook zijn om partijen te motiveren en faciliteren om bewustwording en inzameling een vast onderdeel van hun normale werkproces te laten worden.

Nieuwe ideeën

Er zijn diverse ideeën ontstaan door de campagne heen, die in verband met de beperkte capaciteit niet tot uitvoer gebracht konden worden in het eerste jaar, maar meegenomen kunnen worden voor het tweede jaar. Tevens zijn er een aantal brainstorms geweest om ideeën op te halen. Hieronder een aantal voorbeelden, in bijlage 4 is meer terug te zien.

- Jaarlijks terugkerende wijkacties opzetten, zoals het ophalen van restmedicatie in achterstands- of 65+ buurten door vrijwilligers die al milieubewuste acties voeren;
- Mascottes inzetten bij acties en scholen;
- Aanhaken bij school/milieuprojecten;
- Ziekenhuizen, milieuorganisaties en lokale partijen betrekken zoals bibliotheken en kerken;
- Aansluiten op open dagen van universiteiten;
- Aandachtstrekkers op publieke plaatsen zoals onderstaande afbeelding



Daarnaast is het bewegen richting gezonder leven wenselijk om mee te nemen in de opzet van de volgende campagne. Het inzetten van lokale partijen kan resulteren in acties gericht op gezondheid, om meer bewust te maken van:

- 1) wat doet medicatie in het water?
- 2) hebben we alle medicatie nodig die we gebruiken?
- 3) hoe kunnen we gezonder leven?

Bijlage 1. Resultaten onderzoek apotheken

In 2021 heeft een student van de Breda University of Applied Sciences een onderzoek uitgezet onder apotheken in Brabant, waar onder andere de volgende resultaten uit zijn gekomen.

Verwerken van medicatie

Uit de survey bleek dat er, ondanks er in de afgelopen jaren door de KNMP op is ingezet, er nog steeds apotheken zijn die extra kosten hebben aan geretourneerde restmedicatie: ruim een derde dient de restmedicatie zelf te vervoeren naar de milieustraat. Dat betekent inzet van personeel en kosten aan eigen vervoer. In veel gevallen zijn de tonnen zwaar, wat ook fysieke inspanning voor medewerkers vergt. Daarnaast geeft 25% van de apotheken aan dat geretourneerde medicatie gesorteerd dient te worden, wat kosten met zich meebrengt: gemiddeld 1-3 uur per week. Dit staat in verband met de wijze waarop men kan retourneren. Er wordt aangegeven dat er soms doosjes met etiketten worden ingeleverd, die door apotheekmedewerkers verwijderd worden. Tevens blijkt dat er regelmatig ander afval tussen zit: batterijen, karton, spuitjes en naalden etc.

Huidige mate van bewustmaken

Dat dit invloed heeft op de bereidheid van apotheken om zich proactief in te zetten op het verhogen van de bewustwording, wordt door een derde van de apotheken benoemd. Slechts 15% van alle apotheken geeft aan bij elke uitgifte mondeling toe te lichten dat restmedicatie geretourneerd dient te worden. Vergeleken met het onderzoek in 2019 (Brabants Kernteam Medicijnresten *uit Water*) is dit een afname van 7%. Van alle apotheken geeft 85% aan op reactieve wijze te informeren: bij uitgifte als het ter sprake komt. Een ruime meerderheid heeft posters ophangen, en een derde stimuleert via narrowcasting. Er is behoefte aan een regionale campagne, waardoor patiënten duidelijk gemaakt zou moeten worden hoe er dient ingeleverd te worden. Op deze manier hopen apotheken minder tijd kwijt te zijn aan het sorteren van medicatie als het geretourneerd wordt. Tevens wordt dit ook benoemd als probleem voor een oplossing: het ontnemen van de mogelijkheid om andere afvalstromen dan medicijnen in te kunnen leveren.

Een derde van de ondervraagde apotheken geeft aan niet tevreden te zijn met de afspraken die zijn gemaakt met de gemeenten. Zij zien liever dat er meer flexibiliteit is: gemeenten zouden op hun verzoek vaker restmedicatie op moeten komen halen, zonder dat het de apotheken kosten oplevert.

Afspraken vanuit gemeenten in de gehele regio aangaande het retourneerbeleid en verwerking van eenmaal ingeleverde restmedicatie zijn niet eenduidig, wat heldere communicatie bemoeilijkt. Er is behoefte aan samenwerking en verbinding. Tevens zijn zowel medicijngebruikers als apotheken positief over het vergemakkelijken van het inleveren door het creëren van nieuwe of alternatieve inlevermogelijkheden zoals bijvoorbeeld supermarkten.

Bijlage 2. Communicatiemiddelen en pers

2.1 Poster



Figure 1 Poster apotheken



Figure 2 Algemene poster

2.2 Contest

Tijdens de campagne is er een kleurplaatwedstrijd uitgezet onder basisschoolkinderen. De resultaten en winnaars zijn hieronder te zien.



Winnaar 1^e prijs ontving 4 Efteling tickets + VIP-tour waterschap Aa en Maas

Winnaar 2^e prijs ontving 4 BillyBird Hemelrijk tickets + VIP-tour waterschap Aa en Maas

Winnaar 3^e prijs ontving 4 Jump XL tickets + VIP-tour waterschap Aa en Maas



2.3 Inzamelweek uitingen

2.3.1 Algemene communicatiebeeld



2.3.2 Uitingen in 's-Hertogenbosch



Figure 3 20 Ao Signs in 's-Hertogenbosch

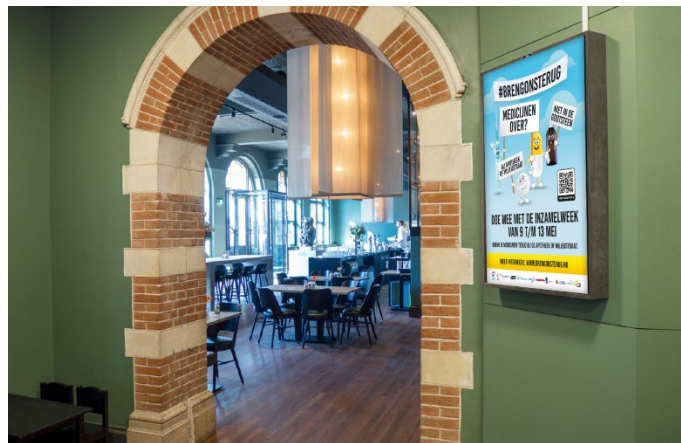
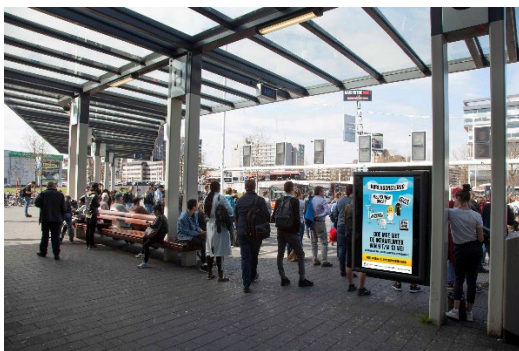


Figure 4 7 digital Hotspots 's-Hertogenbosch

2.3.3 Uitingen in Eindhoven



2.3.4 Communicatiemiddelen ontwikkeld voor de wijk-events

Wijkgerichte oproep

In de week voor de inzamelweek zijn in beide wijken alle winkels benaderd om te participeren in de communicatie voor de inzamelweek. Dit kon gedaan worden door middel van het uitdelen van de flyer (links) en het ophangen van de poster (rechts). 9 van de 10 winkels participeerden, er werden zo'n (AANTAL) flyers uitgedeeld. In totaal kwamen er zo'n 80 mensen medicatie terugbrengen in ruil voor een kruidenplantje en smoothie.

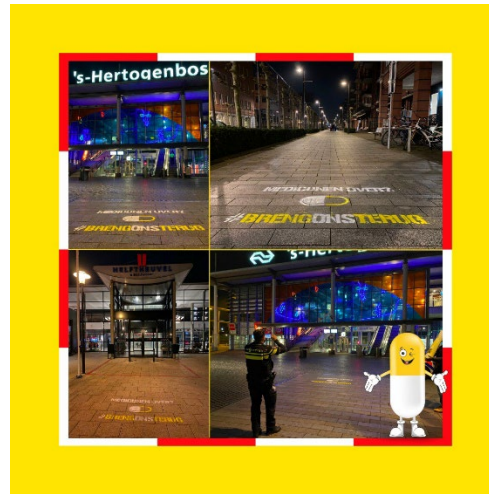


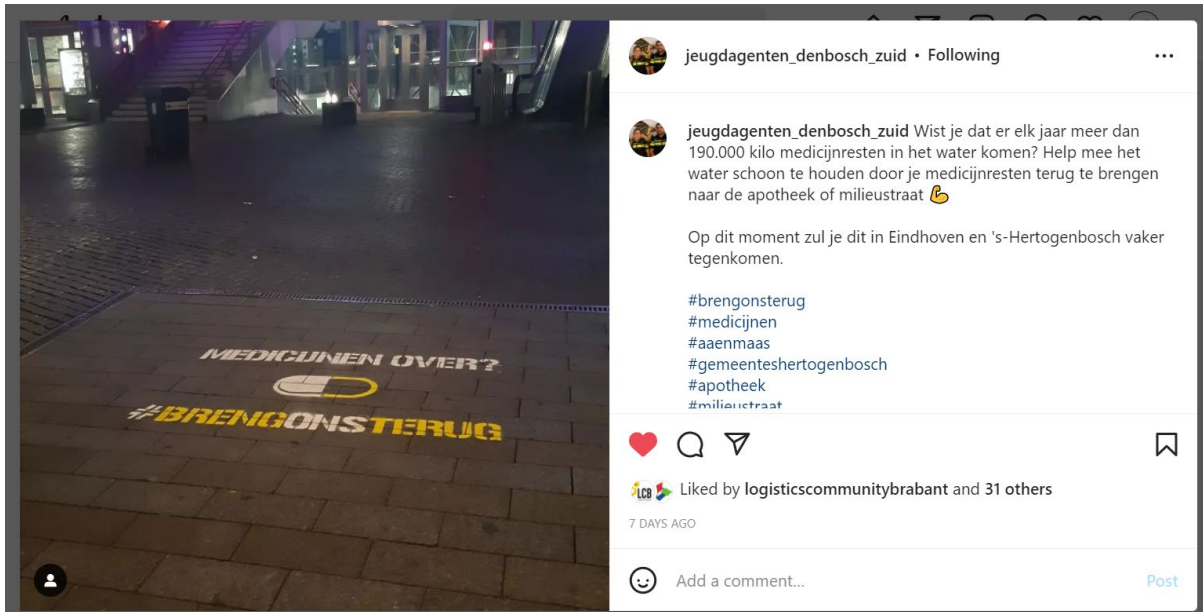
Sfeerimpressie van beide wijkevents met ontwikkelde communicatiemiddelen



2.4 Social media en pers

De beelden op social media zijn door verschillende stakeholders en betrokkenen ingezet op zowel kennisdeling, handelingsperspectief en updates van acties in de campagne. Enkele voorbeelden:





Onder andere de onderstaande partijen zijn betrokken geweest in de verspreiding van de boodschap online:

- <https://brabantinbusiness.nl/nieuws/inwoners-eindhoven-en-s-hertogenbosch-brengen-overtollige-medicijnen-terug-met-rik-retour->
- <https://www.knmp.nl/dossiers/regionalisering/campagne-brengonsterug-van-overtollige-medicijnen-noord-brabant>
- <https://regioinbedrijf.nl/inwoners-eindhoven-en-s-hertogenbosch-brengen-overtollige-medicijnen-terug-met-rik-retour/>
- <https://www.cure-afvalbeheer.nl/nieuws/medicatie-retour-naar-apotheek-of-milieustraat/>
- <https://www.aaenmaas.nl/actueel/nieuws/2022/maart/overtollige-medicijnen-breng-terug/>
- <https://www.serviceapotheek.nl/deltaweg/blog/medicijnafval-brengonsterug>
- <https://dekleinodommel.dohnet.nl/de-zorggroep/nieuws/1624/inwoners-van-de-regio-eindhoven-en-s-hertogenbosch-brengen-overtollige-medicijnen-terug-met-rik-retour>
- <https://www.s-hertogenbosch.nl/nieuwsbericht/archive/2022/03/article/detail/News/brengonsterug>
- <https://www.afvalstoffendienst.nl/page/breng-medicijnen-terug>
- <https://www.s-hertogenbosch.nl/nieuwsbericht/archive/2022/05/article/detail/News/inzamelweek-overgebleven-medicatie-9-t-m-13-mei-2022>
- <https://www.eindhovenduurzaam.nl/nieuws/wat-te-doen-met-medicijnresten>

Daarnaast is een achtergrondartikel opgenomen in de Nieuwsbrief Natuur, Water en Milieu - April 2022 Natuur, Water en Milieu - April 2022

- [Medicijnresten, verborgen vervuiler van water - Medicijnresten, verborgen vervuiler van water \(brabant.nl\)](#)

Het Down to Earth Magazine heeft een artikel geplaatst in hun fysieke magazine over medicijnresten en de bewustwordingscampagne met inleverbox (oktober 2022).

Gedurende de hele periode hebben diverse partijen berichten gepubliceerd, hieronder een greep uit deze berichten:

Drinkwater in gevaar door medicijngebruik, en voor de vissen is het ook niet best

DEN BOSCH - De groeiende hoeveelheid medicijnresten bedreigt de kwaliteit van ons water. Daarvoor waarschuwt Waterschap Aa en Maas. Het roept inwoners op om medicijngebruik te verminderen. En vooral ook om ongebruikte pillen niet door de wc te spoelen.

Joep Doma 15-05-22, 10:27 Bron: BD

Deze week lanceren waterorganisaties een campagne om Brabant bewust te maken van de schadelijke effecten van medicatie. Volgens Janneke Snijders, regisseur schoon water bij Waterschap Aa en Maas, staan veel mensen er niet bij stil dat overblijfselen van geneesmiddelen via het riool in de natuur belanden. „Daar brengt het schade toe aan het waterleven en op termijn mogelijk ons drinkwater.“

Dankzij Rik Retour heeft Eindhoven 318 kilo minder medicijnen door toilet gespeeld

EINDHOVEN - 318 kilo minder pilltjes en poedertjes zijn dit jaar door de wc of gootsteen gespeeld. Dankzij de campagne 'Brenghonsterug' is in Eindhoven drie procent meer medicijnen, naalden, spuiten en flesjes opgehaald en naar de apotheek of milieustraat gebracht.

Karin Rosendaal 23-06-22, 14:45

De laatste strip pillen door de wc spoelen of het restant van een antibioticakuur, het gebeurt nog te veel. „Brengh het terug naar de apotheek of als chemisch afval bij de milieustraat“, zegt Marjo Toemen, apotheker op het Cassandraplein.

Samen met andere apothekers in de regio werkt zij mee aan de campagne Brenghonsterug. Doel is dat bewoners overgebleven medicijnen, maar ook spuiten en (half)lege flesjes medicatie bij hun inleveren. Uit onderzoek blijkt dat slechts een derde van de mensen medicijnen recyclet.

Wijkkrant Oost

DE WIJK WAAR DE ZON OPKOMT

3 Boschgaard bereikt hoogste punt

3 Winterzwemmen

4 Maak vrienden bij Ien Us

7 Gemeentepagina

8 Achter de Voordeur bij Fabian van Heeswijk

Feestelijke onthulling inzamelbox oude medicijnen op Rivierenplein.

Elk jaar komt er tenslotte een kilo aan medicijnresten in het openbaar water terecht. Dit gebeurt via badwater, maar ook doordat overblijfselen van medicatie vaak door de gootsteen of toilet worden gespoeld. Dit is niet alleen schadelijk voor het waterleven, maar ook voor de vissen. Het drinkwater wordt zelfs vergiftigd. Uit onderzoek is gebleken dat slechts één derde van de inwoners hun restmedicatie terugbrengt naar de apotheek of milieustraat. Tegenwoordig wordt de restmedicatie in de wc of gootsteen gespoeld. Dit is niet alleen schadelijk voor het waterleven, maar ook voor de vissen. Het drinkwater wordt zelfs vergiftigd. Uit onderzoek is gebleken dat slechts één derde van de inwoners hun restmedicatie terugbrengt naar de apotheek of milieustraat.

de apotheek af te geven of naar de milieustraat te brengen. Onder de vrienden brengen toch ook flesjes, spuitjes en naalden. Ook is er nog vraag of de jarige maar teruggebracht worden. In Den Bosch een inzamelbox, maar de voorkeur van oude medicijnen die worden overgeleverd aan de apotheek of milieustraat. Het was die middag gezellig druk met het openstellen van de inzamelbox. Aan iedereen die medicijnen heeft, wordt verzocht om een glasje en een flesje mee te nemen. Ook worden er voorstellen gedaan om de inzamelbox te plaatsen op andere locaties. Het was die middag gezellig druk met het openstellen van de inzamelbox. Aan iedereen die medicijnen heeft, wordt verzocht om een glasje en een flesje mee te nemen. Ook worden er voorstellen gedaan om de inzamelbox te plaatsen op andere locaties.

HOUD ONS WATER SCHOON! NIET IN DE GOOTSTEEN

BIJ APOTHEEK OF MILIEUSTRAAAT

Frank Spijkers 11 mei 2022 - 16:41 uur

Den Bosch wil overgebleven medicijnen niet zomaar door de wc laten spoelen

Overgebleven medicijnen niet zomaar door de wc spoelen maar netjes inleveren. In Den Bosch wordt daar komende week werk van gemaakt met speciale acties.

Restanten van medicijnen komen volgens het RIVM steeds vaker terecht in het milieu en in het drinkwater en dat kan problemen opleveren. Het wordt bijvoorbeeld moeilijker om schoon drinkwater te maken.

<https://dtvnieuws.nl/nieuws/artikel/den-bosch-wil-overgebleven-medicijnen-niet-zomaar-door-de-wc-laten-spoelen>

Lancering inzamelbox medicijnresten

13 mei 2022

Algemeen

Woensdag 11 mei hebben Joost van Roosmalen (apotheker/voorzitter Concordant) en Huub van Oorschot (directeur afvalstoffendienst gemeente 's-Hertogenbosch) de eerste inzamelbox voor medicijnresten feestelijk onthuld.

Aan het Rivierenplein was het gezellig druk met belangstellende buurtbewoners. Voor het inleveren van medicijnen kregen inwoners deze middag een kruidenplantje.

#bregonsterug

Het inzamelen van overgebleven medicijnen is belangrijk, zodat er geen medicijnen onnodig in het oppervlaktewater komen. Schoon water is het doel.



Wateratorganisaties starten bewustwordingscampagne

'Drinkwater loopt gevaar door ons medicijngebruik'

De groeiende hoeveelheid medicijnresten bedreigt de kwaliteit van ons drinkwater. Daarvoor waarschuwt Waterschap Aa en Maas. Het roept inwoners op om medicijngebruik te verminderen.

Joep Dorna
Den Bosch

Deze week lanceren waterorganisaties een campagne om Brabant bewust te maken van de schadelijke effecten van medicatie. Volgens Janneke Snijders, regisseur schoon water bij Waterschap Aa en Maas, staan veel mensen er niet bij stil dat overblijfselen van geneesmiddelen via het riool in de natuur belanden. „Daar brengt het schade toe aan het waterleven en op termijn mogelijk ons drinkwater.“

Groot probleem is dat het gebruik van medicamenten, gevoed door de vergrijzing, al jarenlang stijgt. Daarom beginnen de waterschappen zich zorgen te maken. Momenteel slagen ze erin om zo'n 80 procent van het medicijngehalte uit het rioolwater te filteren. Toch wordt elk jaar zeker 190.000 kilo aan medicinale resten in de Nederlandse natuur geloosd.

Waterleven

Het waterleven loopt hierdoor schade op. Zo beschadigen pijpslijters de kieuwen en organen van vissen. Dankzij kalmeringsmiddelen dobberen ze soms versuft in het water.

„In Engeland zien we zelfs dat mannelijke vissen 'dankzij' de overblijfselen van de pil vrouwelijken, waardoor ze zich niet meer kunnen voortplanten“, vertelt Snijders. „We moeten er alles aan doen om zulke situaties in Nederland te voorkomen.“

Ook voor mensen brengt vervuild oppervlaktewater risico's met zich mee. „Vooral in droge periodes maken we ons zorgen. Omdat het aandeel van gefilterd rioolwater dan hoog ligt, is het best spannend of we aan alle normen voor bijvoorbeeld zwemmers blijven voldoen.“ Tegelijkertijd moeten de risico's van medicijnresten niet worden overschat. „Omdat geneesmiddelen voor mensen zijn gemaakt, zijn de gevolgen voor ons minder groot.“

Doorsijpelen

De grote vrees bestaat dat het vervuilde oppervlaktewater uiteindelijk doorsijpelt in de kwaliteit van het grondwater en vervolgens uit de kraan. Het waterschap zet daarom alle zeilen bij om medicijnresten te zuiveren. In Oijen voert Aa en Maas momenteel proeven uit waarbij met actieve koolstof resten uit het water worden gefilterd, vergelijkbaar met norit voor diarree. Het doel is om voortaan 80 procent van de medicijnresten te filteren. Ook BrabantWater denkt na over toekomstige maatregelen tegen



▲ Afgelopen donderdag konden inwoners op het Rivierenplein in Den Bosch hun oude medicijnen inleveren in ruil voor een kruidenplantje.

FOTOGRAFIE: WILCO VAN DER WERF

Mannelijke vissen vrouwelijken soms 'dankzij' de overblijfselen van de pil

– Janneke Snijders

medicijnresten in het grondwater, al streeft het waterbedrijf er naar het zuiveringsproces zo natuurlijk mogelijk te houden. Aa en Maas verwacht dat door alle extra maatregelen de waterschapsbelastingen zullen stijgen.

Beperken

Snijders roept inwoners op om het medicijngebruik zoveel mogelijk te beperken. „Wees zonder medische noodzaak voorzichtig en houd je aan de aangegeven richtlijn op de verpakking. Bij gel voor gewrichtspijn smeren mensen opene huid ter grootte van een tennisbal, terwijl een draaf groot genoeg is. Een overschat belandt via de douche weer in de natuur.“

Ook vragen waterorganisaties aandacht voor het inleveren van ongebruikte geneesmiddelen. Nu belanden die nog te vaak via rioolring of prullenbak in het milieu. In Den Bosch staan daarvoor, dankzij steun van de gemeente, inleverbakken bij elke apotheek.

plus x college
voet je stuk!

Wij zijn op zoek naar:

- Toezichhouder
- Docent D&P
- Docent Nask / P/E



Qu
VO

„Hij stond
moesten v
Quincy wa
de Schijne

Warr Bink
Den Bosch/5

Hier gratis een
oktober 2023
plein vermaakt
houde van de
overloop naar
waar nu med
Naam met de
reken die van
pluifend met
Waar? I
schermover
aan alle r
niet mogelijk
was. Want
dag nu h
overeenhe
J&J had n
beraadma

L&H heft

Vaderen
eerste re
aan alle
overma
Contact
moeder
advies
haar te
de r
gen. D
hulpe
hulpe
dome
lijkt
verre
N
asker
de- v
toech
gen
riest
dij

wa

me

he

ne

de

de

de

de

de

de

de

de

de

de

de

de

de

de

de

de

de

de

de

de

de

de

de

de

de

de

de

de

de

de

de

de

de

de

de

de

de

de

de

Inzamelen en monitoren

Voorbeeld: LCB Regio Deal

Oplossing

De Logistics Community Brabant (LCB) is in het kader van de zogenaamde Regio Deal Retouren begonnen met enerzijds het verhogen van de bewustwording hoe er moet worden ingeleverd. Anderzijds is LCB betrokken bij het verzamelen van ongebruikte, geretourneerde extramurale medicatie.

De geneesmiddelen werden gesorteerd, en gecontroleerd onder toezicht van een apothekerteam op houdbaarheidsdatum en vervolgens, in samenwerking met de partner Rode Kruis, gestuurd naar onder andere projecten in Suriname en Sierra Leone. Veiligheid staat hierbij voorop. Op advies van IGG is dit project opgeschort in afwachting van een farmaceutische groothandelsvergunning. Tot het moment dat er een vergunning is ligt de focus nu op onder andere ongebruikte, geretourneerde incontinentie- en verbandartikelen.

Deze producten worden opgehaald bij zorginstellingen en particulieren, en beoordeeld en vervolgens ge-

plaatst op het LCB Zorgplein; dit is een nieuwe virtuele marktplaats die vraag en aanbod koppelt. Zorginstellingen maar ook particulieren kunnen via het Zorgplein producten tegen sterk gereduceerd tarief kopen.

Bewustwording

In samenwerking met het Brabants Kernteam Medicijnresten uit Water, organiseert LCB tevens bewustwordingscampagnes in Brabant #Brengronsterug. Rik Retour zal in Brabant het herkenbare figuur worden als herinnering dat overgebleven medicijnen geretourneerd moeten worden naar de apotheek of milieustraat. Campagnemateriaal is beschikbaar voor iedereen die er gebruik van wil maken en op te vragen bij LCB.

Meer informatie:

[LCB Zorglogistiek / RTL Transportwereld](#)
[Carscycle V4](#)
[LCB webinar zorglogistiek 30-09-2020](#)

Inzamelen en monitoren



OPLEIDING TOT KADERAPOTHEKER START IN NAJAAR 2022



SCHRIJF JE NU IN:
[KNMP.NL/KADERAPOTHEKER](https://www.knmp.nl/kaderapotheker)

- VOOR OPENBAAR APOTHEKERS DIE:
- een spijffunctie in de regio willen vervullen;
 - richting willen geven aan de toekomst van de farmaceutische zorg;
 - geïnteresseerd zijn in een specifiek farmaceutisch inhoudelijk onderwerp;
 - enkele jaren relevante ervaring hebben.



Publiekscampagne Goed voorbereid op reis

Beschikbaar:

- ⊕ Poster
- ⊕ Folder
- ⊕ Narrowcast

Bekijk en bestel de materialen
via [KNMP.nl/opreis](https://www.knmp.nl/opreis)



een cursus over beroertpreventie en antistolling aanboden, die alle apothekers hebben gevolgd. Het voordeel van testen in de wachtruimte van de apotheek is dat het zowel voor de apotheker als de huisarts geen consulttijd kost, vertelt Derks, die alle medewerkers krijgt van de huisartsen in Gieten. "Ook op bestuurlijk niveau hebben we dit goed afgestemd met de huisartsen."

Na een jaar evalueren de twaalf apotheken hoeveel 65-plussers ze hebben opgepoord. Blijft de pilot succesvol, dan krijgen de apothekers hoe dit een vervolg, kan krijgen. "Vinden we vijf tot tien patiënten per apotheek met een hartritmestoornis, dan hebben we veel leed, zoals verlammingen en spraakproblemen, kunnen voorkomen."

GEMEENTE DEN BOSCH FINANCIERT OPHALEN MEDICIJNAFVAL

Patiënten in Den Bosch kunnen medicijnafval deponeren bij de apotheek in een door apothekers zelf ontworpen retourbox. De gemeente verzorgt en financiert het ophalen van het afval. "We hopen dat andere gemeentes inzien dat deze aanpak goed werkt."

In alle twintig apotheken in de gemeente Den Bosch staat een ton voor medicijnafval met daaromheen een duurzame kartonnen retourbox. De pilot is een gezamenlijk initiatief van Apothekerszorggroep Concordant, Gemeente Den Bosch, het Brabants Kernteam Medicijnresten uit Water en Logistics Community Brabant, vertelt apotheker Joost van Roosmalen van Alpbega Apotheek Cleij in Den Bosch. "We bieden we patiënten de mogelijkheid medicijnafval laagdrempelig in te leveren bij hun eigen apotheek."

Na zes maanden evalueren de apothekers samen met de andere partijen of het publiek voldoende gebruikmaakt van de retourbox. Bij succes willen de initiatiefnemers meer Brabantse gemeenten laten aanhaken, waarbij uiteindelijk alle apotheken de box gratis aangeboden zullen krijgen. Volgens Van Roosmalen functioneert het ophalen van medicijnafval in veel regio's niet goed omdat apotheken zelf de kosten moeten betalen. "We hopen dat andere gemeentes inzien dat deze gezamenlijke aanpak goed werkt."

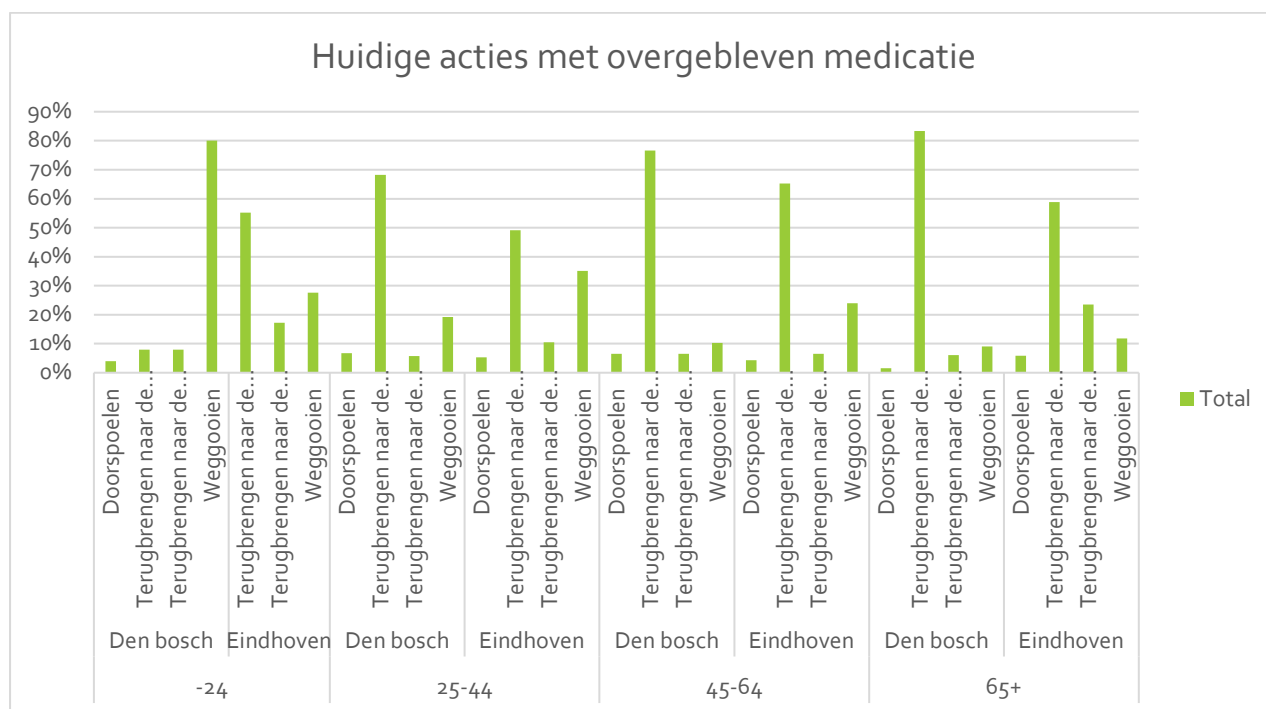


VOLGENS JOOST VAN ROOSMALEN FUNCTIONEERT HET OPHALEN VAN MEDICIJNAFVAL IN VEEL REGIO'S NIET GOED OMDAT APOTHEKEN ZELF DE KOSTEN MOETEN BETALEN.

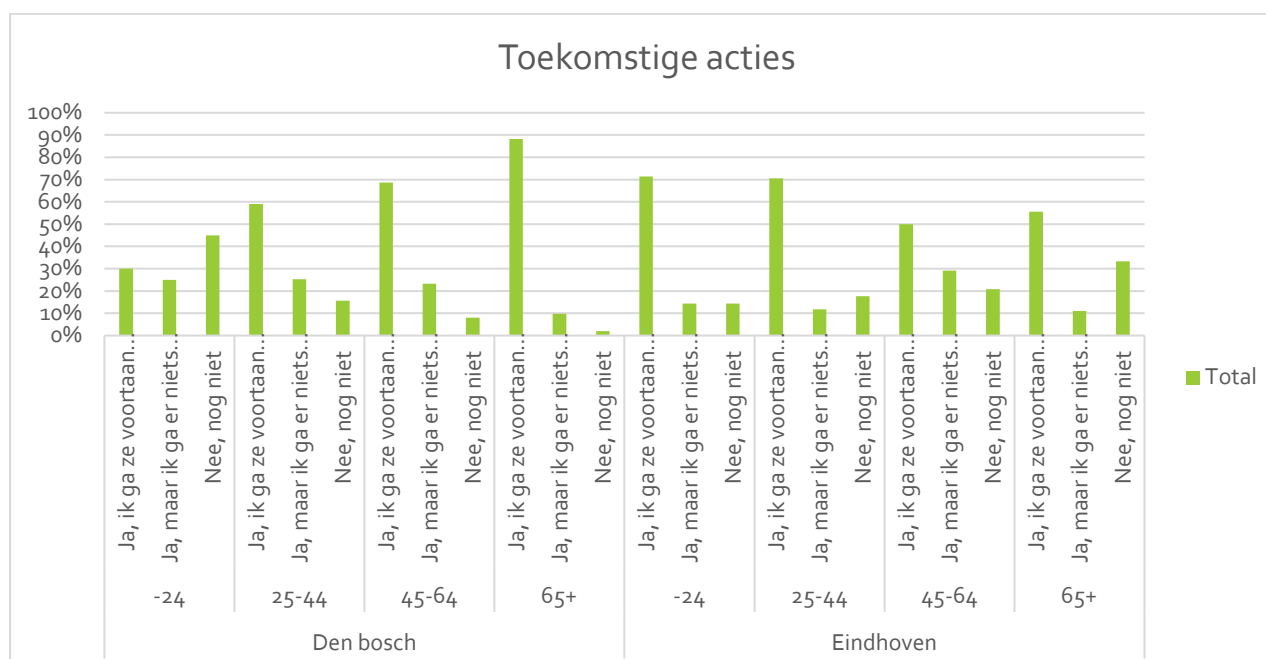
Bijlage 3. Resultaten survey en online inzet

3.1 Survey

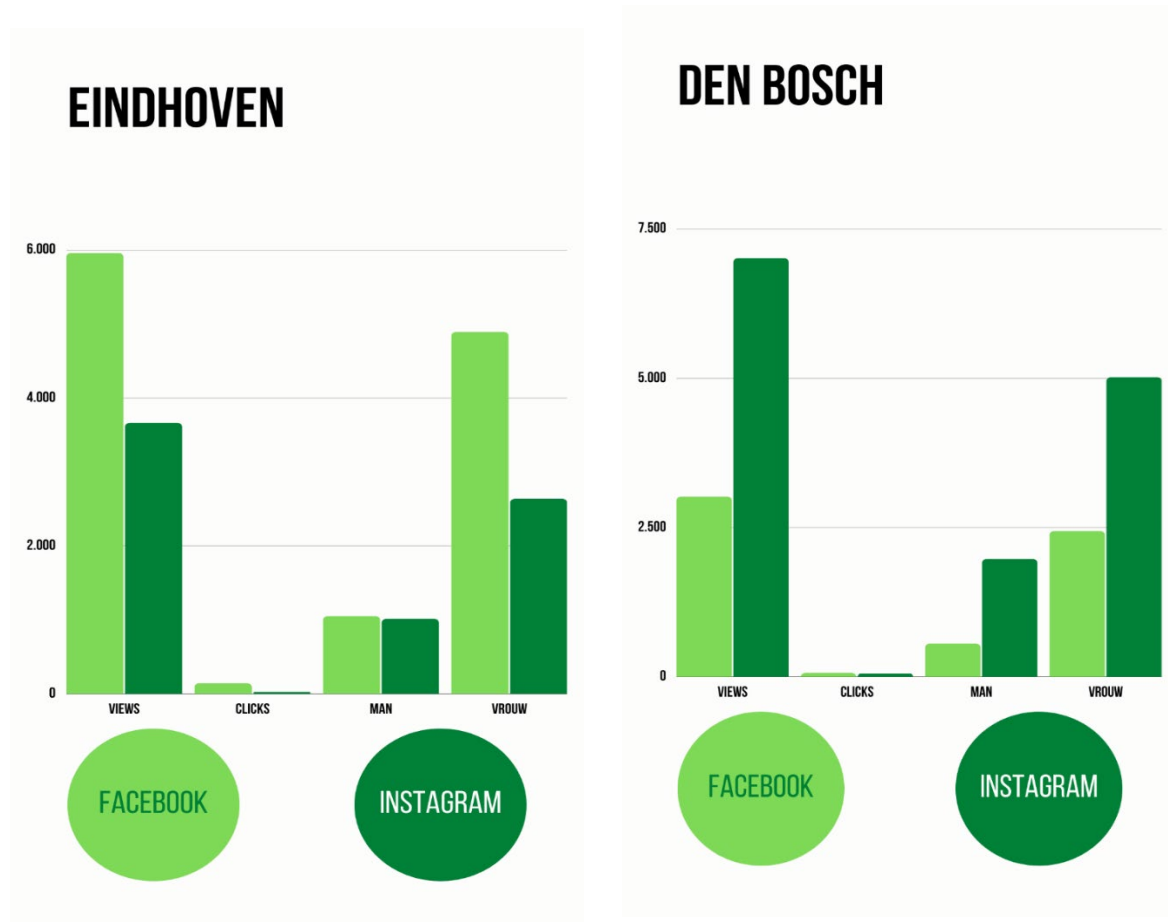
Per doelgroep en stad is weergegeven in welke mate mensen overgebleven medicatie doorspoelt, terugbrengt naar de apotheek, terugbrengt naar de milieustraat of weggooit in de prullenbak.



De grafiek hieronder toont de intentie voor toekomstige acties met overgebleven medicatie: zijn mensen overtuigd door het zien van de beelden en gaan ze voortaan terugbrengen?



3.2 Bereik 14 dagen online adverteren



Google ads

	1.060 % van totaal: 88,11% (1.203)	1.061 % van totaal: 88,20% (1.203)	1.337 % van totaal: 90,16% (1.483)
1. North Brabant	691 (64,46%)	686 (64,66%)	881 (65,89%)
2. South Holland	129 (12,03%)	129 (12,16%)	168 (12,57%)
3. Gelderland	91 (8,49%)	88 (8,29%)	103 (7,70%)
4. North Holland	72 (6,72%)	71 (6,69%)	83 (6,21%)
5. Limburg	31 (2,89%)	31 (2,92%)	39 (2,92%)
6. Utrecht	26 (2,43%)	26 (2,45%)	28 (2,09%)
7. Overijssel	14 (1,31%)	13 (1,23%)	16 (1,20%)
8. Drenthe	7 (0,65%)	6 (0,57%)	7 (0,52%)
9. Groningen	4 (0,37%)	4 (0,38%)	4 (0,30%)
10. (not set)	3 (0,28%)	3 (0,28%)	3 (0,22%)

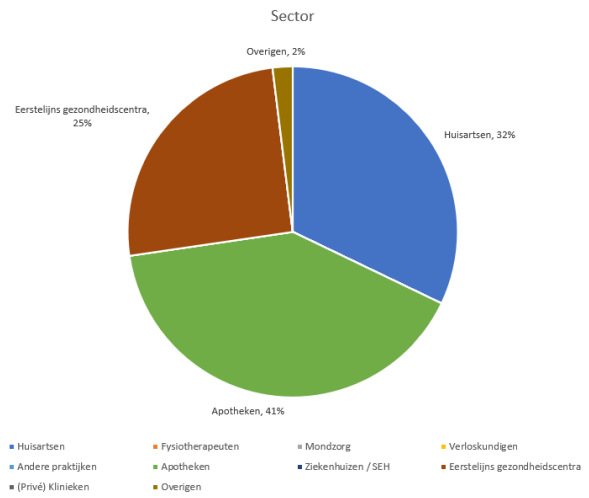
3.3 Resultaten inzet animatievideo

Datum opname huidige stand: 28 juni 2022

Sector	Percentage
Huisartsen	32%
Fysiotherapeuten	0%
Mondzorg	0%
Verloskundigen	0%
Andere praktijken	0%
Apotheken	41%
Ziekenhuizen / SEH	0%
Eerstelijns gezondheidscentra	25%
(Privé) Klinieken	0%
Overigen	2%
TOTAAL GEZONDHEID EN MAATSCHAPPELIJK WERK	100%

Totaal aantal speellijsten met video 'Restmedicatie' **59**

Sector	Aantallen speellijsten
Huisartsen	19
Fysiotherapeuten	0
Mondzorg	0
Verloskundigen	0
Andere praktijken	0
Apotheken	24
Ziekenhuizen / SEH	0
Eerstelijns gezondheidscentra	15
(Privé) Klinieken	0
Overigen	1
TOTAAL GEZONDHEID EN MAATSCHAPPELIJK WERK	59



Bijlage 4. Ideeën voor de volgende ronde

Gedurende de periode zijn er diverse ideeën naar voren gebracht, die meegenomen zouden kunnen worden in een volgende ronde.

