

22 Juni 2022

# Onderzoek naar de houding en het sentiment van Nederlanders tegenover e-waste



- Veerle Houben
- Tanya Sahin
- Joris van de Schoor
- Patrick Evers

# Voorwoord

Wecycle is een organisatie die zich hard maakt voor het inzamelen van e-waste. Tot e-waste behoren alle elektrische apparaten van groot tot klein, verlichting en batterijen. Hiermee geeft Wecycle invulling aan de wettelijke producentenverantwoordelijkheid voor e-waste. Wecycle beschikt over 13.000 inzamelpunten verdeeld over heel Nederland.

Om meer inzicht te krijgen in het sentiment van de Nederlander rondom e-waste en het inleveren hiervan heeft Wecycle marktonderzoeksbureau Markteffect gevraagd om een onderzoek uit te voeren. Allereerst heeft er een online community plaatsgevonden. Dit is een vorm van kwalitatief onderzoek waarbij de respondent gedurende 3 dagen inlogt op een interactief platform en vragen beantwoord omtrent e-waste. Dit onderzoek is opgevolgd met een kwantitatief onderzoek waarbij 1062 Nederlanders zijn ondervraagd.

In deze rapportage wordt de nadruk gelegd op de resultaten uit het kwantitatieve onderzoek. Waar mogelijk wordt er een link gelegd met de uitkomsten van de online community.

Wij danken Wecycle hartelijk voor het vertrouwen en de prettige samenwerking. Bij vragen of voor nadere analyses zijn wij graag voor u beschikbaar.

## **Markteffect B.V.**

Veerle Houben

Tanya Sahin

Joris van de Schoor

Patrick Evers



**Veerle Houben**

Research Expert

T 040 - 239 22 90

v.houben@markteffect.nl



**Tanya Sahin**

Research Expert

T 040 - 239 22 90

t.sahin@markteffect.nl



**Joris van de Schoor**

Client Consultant

T 040 - 239 22 90

j.vandeschoor@markteffect.nl



**Patrick Evers**

Client Consultant

T 040 - 239 22 90

p.evers@markteffect.nl

# Management Summary (1/3)

## Sentiment rondom milieuvriendelijkheid en duurzaamheid

Om te achterhalen waar men aan denkt bij de begrippen 'milieuvriendelijkheid' en 'duurzaamheid' zijn respondenten gevraagd welke woorden er in hen opkomen bij het zien van deze termen. Het valt op dat milieuvriendelijkheid sterk geassocieerd wordt met 'afval scheiden' en 'recycling'. Het woord 'duurzaamheid' wordt het meest geassocieerd met 'gaat lang mee' en 'herbruikbaar'. Vervolgens is er gevraagd in hoeverre men het belangrijk vindt om duurzame keuzes te maken in het dagelijks leven. Driekwart van de Nederlanders (75%) geeft aan dit (heel erg) belangrijk te vinden. Ruim één op de vijf (21%) is daarbij een koploper van duurzame trends, terwijl het merendeel (64%) trends op het gebied van duurzaamheid pas later volgt dan anderen. Het zijn voornamelijk jongeren (18 t/m 34 jaar) die koploper zijn in het volgen van duurzame trends.

## Ervaring met e-waste

Vrijwel alle Nederlanders geven aan dat ze hun afval, al dan niet gedeeltelijk, scheiden door het bewust in te leveren in de daarvoor bestemde inleverbakken. Dat geldt met name voor papier en karton (90%) en glas (88%). Ook worden elektrische apparaten en batterijen door meer dan driekwart (78%) van de Nederlanders bewust gescheiden. Daarbij is het opvallend dat Nederlanders die in een dorp wonen zich significant meer met verschillende type afvalscheiding bezighouden dan Nederlanders die in steden wonen.

Het uitruimen van een huis van een overleden persoon blijkt voor de meeste Nederlanders een life event te zijn geweest waarbij ze lampen (80%) en elektrische apparaten (80%) weg hebben gedaan. Een scheiding staat op de tweede plek waarbij de meeste Nederlanders aangeven dat ze lampen (29%) en elektrische apparaten (28%) weg hebben gedaan.

Hoewel Nederlanders bij een verhuizing hun oude apparaten inventariseren, is er bij de opruiming van een huis van een overledene veelal sprake van nieuwe apparaten die nog bruikbaar zijn. Deze bruikbare apparaten worden voornamelijk weggegeven aan naasten of verkocht, zodat ze hergebruikt kunnen worden.

## Bekendheid en ervaring e-waste

Het is opvallend dat meer dan de helft van de Nederlanders (56%) niet bekend is met de term 'e-waste'. Van de Nederlanders die wel bekend zijn met de term, geeft het grootste deel aan de term alleen van naam te kennen. Nadat er een omschrijving van de term 'e-waste' werd voorgelegd, gaf de ruime meerderheid (79%) van de Nederlanders aan weleens te maken te hebben met e-waste. Drie op de vijf (63%) zegt weleens e-waste te hebben ingeleverd bij een inleverpunt. Naast het inleveren van e-waste geven deze respondenten veelal aan dat ze ook weleens e-waste hebben weggegeven. Van de Nederlanders die nooit eerder e-waste hebben ingeleverd bij een inleverpunt, geven de meesten aan dat ze e-waste hebben weggegeven of weggegooid.

Meer dan één derde van de Nederlanders (36%) heeft elektrische apparaten thuis die ze al meer dan een jaar niet hebben gebruikt. Deze apparaten worden doorgaans bewaard omdat men verwacht deze nog nodig te hebben of men het zonde vindt om deze weg te doen omdat er een sentimentele waarde aan gekoppeld is. Nederlanders besluiten om apparaten weg te doen wanneer ze kapot zijn of wanneer ze geen plek meer hebben voor opslag (na een verhuizing).

# Management Summary (2/3)

## Sentiment rondom het inleveren van e-waste en alternatieven

In lijn met het kwalitatieve onderzoek, heerst er een positief sentiment rondom opties die een circulaire economie bevorderen. Zo hebben Nederlanders de meeste positieve associaties bij het weggeven (76%) van e-waste. Het gevoel van liefdadigheid door een ander blij te maken en het bevorderen van hergebruik worden als drijfveren genoemd. Ook worden er voornamelijk positieve associaties genoemd bij het inleveren (69%) en verkopen (63%) van e-waste.

Over het bewaren en weggooien van e-waste zijn Nederlanders voornamelijk negatief. Terwijl het bewaren van e-waste wordt geassocieerd met 'ruimte innemen' en 'rommel', wordt weggooien sterk gekoppeld aan milieuvervuiling.

## Inleverpunten

De ruime meerderheid van de Nederlanders (65%) is bekend met de e-waste inleverpunten in hun omgeving, waarbij de milieustraat het meest genoemd wordt. Meer dan de helft van de associaties (54%) met de milieustraat is positief van aard en de associaties hebben veelal betrekking op 'afval scheiden' en 'recyclen'. Het valt op dat er significant meer mannen aangeven dat ze bekend zijn met inleverpunten in hun omgeving dan vrouwen.

Wanneer er aan respondenten gevraagd wordt wat er volgens hen verbeterd zou kunnen worden aan e-waste inleverpunten, komen er over het algemeen vier onderwerpen naar voren. Zo stellen respondenten voor dat de openingstijden van de milieustraat verruimd kunnen worden, zodat er minder druktes en files zijn en men sneller e-waste kan inleveren. Daarnaast zouden respondenten graag meer inleverpunten voor grote apparaten terugzien, omdat de reisafstand naar de milieustraat te ver voor hen is.

Tenslotte stellen respondenten meer inleverpunten voor kleine apparaten en meer ruimte in inleverbakken voor, zodat ze niet te snel vol raken. Ongeveer een derde van de Nederlanders (35%) vindt dat er te weinig inleverpunten zijn.

Terwijl jongeren benoemen dat ze vooral online op zoek gaan naar informatie over e-waste inleverpunten, geven 55+'ers juist aan dat ze niet op zoek zouden gaan naar informatie, omdat ze al weten waar de inleverpunten zitten.

## Drijfveren

Als het gaat om de drijfveren voor het inleveren van e-waste, blijkt dat de meeste Nederlanders het belangrijk vinden om e-waste op de juiste plek in te leveren vanwege het milieu (89%). Ook geeft bijna negen tiende (87%) aan het belangrijk te vinden om e-waste in te leveren, zodat er grondstoffen ontstaan. Meer 55+'ers geven aan dit belangrijk te vinden dan Nederlanders in de andere leeftijdscategorieën. Daarnaast geven meer Nederlanders die in een dorp wonen aan dat ze het vanwege het milieu belangrijk vinden om e-waste op de juiste plek in te leveren dan Nederlanders die in een stad wonen.

Bijna zeven op de tien Nederlanders (69%) vinden het belangrijk dat hun afgedankte elektrische apparaten een nieuw leven krijgen. Ook geeft de ruime meerderheid (65%) aan het belangrijk te vinden om een ander blij te maken met afgedankte apparaten. Deze uitkomsten liggen in lijn met de bevindingen uit het kwalitatieve onderzoek, waarin hergebruik, liefdadigheid en milieuvriendelijkheid als belangrijkste drijfveren naar voren kwamen.

De meningen zijn echter verdeeld als het gaat om het ontvangen van een tegoedbon of geld bij het inleveren van e-waste. Meer jongeren dan ouderen geven aan dat dit hen zou motiveren om e-waste in te leveren.

# Management Summary (3/3)

## Barrières

Wanneer het aankomt op het inleveren van e-waste, is het voor de Nederlander vooral van belang dat zij hun e-waste gratis kunnen inleveren. Daarnaast vindt men het prettig als alle e-waste op één punt ingeleverd zou kunnen worden. Dit laatste aspect wordt vooral door jongeren belangrijk geacht. Zij geven gedurende het onderzoek regelmatig aan het belangrijk te vinden dat het inleveren van e-waste hen niet teveel tijd kost.

## Concept 1: Wecycle Premium

Driekwart van de Nederlanders (76%) geeft aan dat het concept van Wecycle premium hen aanspreekt. Over de naam is men echter minder enthousiast, omdat men deze associeert met een betaald abonnement en het niet vindt passen bij afgedankte apparaten. De voorkeur gaat uit naar de naam 'Wecycle ophaalservice'.

## Concept 2: Ruim je kantoor op-dag

De ruime meerderheid van de werkende Nederlanders (60%) geeft aan dat een landelijke 'ruim je kantoor op-dag' hen zou aanspreken. Vervolgens geeft 40% aan ook daadwerkelijk mee te willen doen aan een dergelijke dag indien deze geïntroduceerd zou worden.

## Concept 3: Totaalconcept Wecycle-inleverpunten

Acht op de tien (80%) Nederlanders zou gebruik maken van het gepresenteerde totaalconcept van de Wecycle-inleverpunten. Daarbij wordt voornamelijk aangegeven dat hoe dichterbij een inleverpunt is, hoe groter de kans is dat men er gebruik van zou maken.

## Concept 4: Nationale dag

De meeste Nederlanders (47%) staan positief tegenover de introductie van een nationale dag om e-waste in te leveren. Het voorjaar wordt als het meest geschikte moment gezien voor een nationale dag, waarbij er een koppeling wordt gemaakt met de voorjaars schoonmaak.



# Aanbevelingen

## Algemeen

### Bekendheid term 'e-waste'

De ruime meerderheid van de Nederlanders is niet bekend met de term 'e-waste'. Dit is mogelijk te verklaren doordat het een Engelse term is. In de toelichtingen komt namelijk naar voren dat men een voorkeur heeft voor Nederlandstalige conceptnamen, omdat die volgens hen meer duiding geven aan de activiteit. Het is daarom aan te bevelen om in de communicatie uitleg te geven over e-waste of weg te blijven van de term en een Nederlandstalig alternatief te gebruiken.

### Effect van inleveren e-waste

In zowel het kwalitatieve als kwantitatieve onderzoek komt sterk naar voren dat er een positief sentiment heerst rondom een circulaire economie. Het weggeven van e-waste heeft de voorkeur, omdat het op die manier een tweede leven krijgt en men daar een ander blij mee kan maken. Ook is men positief over het inleveren van e-waste, omdat het met name geassocieerd wordt met duurzaamheid en milieuvriendelijkheid. Het is aan te bevelen om deze elementen mee te nemen in de communicatie over het inleveren van e-waste.

### E-waste bij uitruiming van huis

De meeste spullen worden afgedankt tijdens het uitruimen van het huis van een overleden persoon. In de toelichtingen komt naar voren dat men eerst probeert deze spullen weg te geven of te verkopen, omdat het vaak gaat om bruikbare spullen. Echter, er wordt ook gezegd dat men in een dergelijke periode zo snel mogelijk van de spullen af wilt en men het al druk heeft met het regelen van andere zaken. Het is aan te bevelen om deze aandachtspunten mee te nemen en deze doelgroep aan te spreken met informatie waar ze hun afgedankte spullen kwijt kunnen op een milieubewuste manier. Er zou zelfs nagedacht kunnen worden om deze doelgroep te ontlasten door een actieve rol te spelen in het wegbrengen van afgedankte spullen.

### Gebruik maken van een incentive

Nederlanders in de leeftijdscategorieën 18 t/m 34 jaar en 35 t/m 55 jaar geven aan dat ze eerder geneigd zouden zijn om hun e-waste in te leveren als er iets tegenover staat, zoals een tegoedbon. Dit is een aandachtspunt om mee te nemen om deze doelgroep meer te motiveren en te activeren.

### Koppeling met de voorjaars schoonmaak

De meeste Nederlanders vinden het voorjaar het meest geschikte moment om een nationale e-waste dag te introduceren. Dit zou volgens hen een logische koppeling kunnen zijn met de voorjaars schoonmaak, omdat men dan al bezig is met een grote schoonmaak. Er wordt voorgesteld om tijdens deze dag, naast communicatie, ook activiteiten in te zetten zoals een voorjaarsmarkt.

# Aanbevelingen

Per leeftijdscategorie

## 18 t/m 34 jaar

### Bekendheid e-waste

Het zijn voornamelijk jongeren die aangeven dat ze als eersten meegaan met trends op het gebied van duurzaamheid. Daarentegen, geven meer jongeren dan andere leeftijdscategorieën aan dat Wecycle premium en het totaalconcept van de inleverpunten hen niet aanspreekt. Dit zou te verklaren kunnen zijn doordat jongeren minder ervaring hebben met e-waste en daardoor in mindere mate een beeld kunnen vormen van de gepresenteerde concepten. Ze spreken echter wel hun intentie uit om mee te doen met 'ruim je kantoor op-dag'. Dit is mogelijk te verklaren doordat die tekst meer aansprekend is geformuleerd.

### Deze leeftijdscategorie...

- Maakt voornamelijk gebruik van online bronnen om informatie op te zoeken over inleverpunten;
- Heeft vaker e-waste verkocht dan andere leeftijdscategorieën;
- Vindt dat er te weinig inleverpunten zijn;
- Is meer geneigd om e-waste in te leveren als ze er een tegoedbond/geld voor terug zouden krijgen;
- Vindt het belangrijk dat het weinig tijd kost om e-waste in te leveren;
- Vindt het belangrijk dat een inleverpunt snel te herkennen is.

**Aanbeveling: bekendheid verhogen onder jongeren door middel van communicatie die hen aanspreekt. Ook is het aan te bevelen om de link met duurzaamheid te leggen en het gemak van inleveren te benadrukken.**

## 35 t/m 55 jaar

### Bekendheid e-waste

Nederlanders in deze leeftijdscategorie houden zich meer dan jongeren bezig met het scheiden van verschillende soorten afval.

### Deze leeftijdscategorie...

- Is meer geneigd om e-waste in te leveren als ze er een tegoedbond/geld voor terug zouden krijgen;
- Hecht waarde aan de reisafstand tot het inleverpunt;
- Vindt het belangrijk dat het weinig tijd kost om e-waste in te leveren;
- Zou het voorjaar een geschikt moment vinden voor een nationale e-waste recycle dag.

**Aanbeveling: deze aandachtspunten meenemen in de beleidsvoering.**

Inzichten en aanbevelingen op basis van de significante verschillen tussen de leeftijdscategorieën.



# Aanbevelingen

Per leeftijdscategorie

## 55 jaar en ouder

### Bekendheid e-waste

Nederlanders in deze leeftijdscategorie hechten waarde aan het maken van duurzame keuzes in het dagelijks leven. Dit is tevens de groep die (in vergelijking tot de andere leeftijdscategorieën) het meest aangeeft e-waste te hebben ingeleverd bij de daarvoor bestemde inleverpunten. Inleverpunten zijn dusdanig bekend dat deze groep aangeeft niet op zoek te gaan naar informatie omdat ze al weten waar de inleverpunten zitten.

### Deze leeftijdscategorie...

- Vindt het belangrijk om anderen blij te maken met afgedankte apparaten;
- Vindt het belangrijk dat afgedankte apparaten een tweede leven krijgen;
- Vindt het belangrijk om e-waste in te leveren voor recycling, zodat er nieuwe grondstoffen ontstaan;
- Vindt het belangrijk om e-waste op de juiste plek in te leveren vanwege het milieu;
- Vindt het belangrijk dat e-waste in te leveren is op één punt;
- Wilt zeker weten dat het goedkomt met de ingeleverde e-waste;
- Vindt het concept Wecycle premium heel erg aansprekend;
- Zou het voorjaar een geschikt moment vinden voor een nationale e-waste recycle dag;
- Is eerder geneigd om gebruik te maken van alle inlevermogelijkheden van het Wecycle totaalconcept;
- Noemt meer positieve associaties bij de milieustraat.

**Aanbevelingen: Nederlanders in deze leeftijdscategorie hebben de meeste ervaring met het inleveren van e-waste bij inleverpunten. Ze hechten waarde aan het gemak van het op één plek inleveren van verschillende type e-waste en staan positief tegenover de concepten. Het is aan te bevelen om deze inzichten mee te nemen in de beleidsvoering. Daarnaast geeft deze groep aan het belangrijk te vinden om zekerheid te hebben: precies weten wat er met hun e-waste gebeurt en dat er nieuwe grondstoffen uit ontstaan. Het is aan te bevelen om deze elementen mee te nemen in de communicatie.**

Inzichten en  
aanbevelingen op  
basis van de  
significante  
verschillen tussen de  
leeftijdscategorieën.





# Inhoudsopgave

- |    |   |           |
|----|---|-----------|
| 2. | Sentiment milieu en duurzaamheid                  | 13 t/m 16 |
| 3. | Ervaring met e-waste                              | 17 t/m 26 |
| 4. | Associaties e-waste<br>inleveren en alternatieven | 27 t/m 33 |
| 5. | Inleverpunten                                     | 34 t/m 39 |
| 6. | Drijfveren en barrières                           | 40 t/m 45 |
| 7. | Concepttesten                                     | 46 t/m 54 |



# Onderzoeksverantwoording

## Respons en betrouwbaarheid

Tijdens het veldwerk zijn 1.062 respondenten ondervraagd. Op basis van deze respons zijn de antwoorden met een zekerheid van 95% en met een nauwkeurigheid van 3,01% generaliseerbaar naar de doelgroep. In de praktijk betekent dit dat wanneer een uitkomst uit het onderzoek 50% is, dit in werkelijkheid tussen 46,99% en 53,01% ligt.

## Doelgroep onderzoek

Nederlanders (18+) met een eigen huishouden.

## Toegepaste weging op resultaten

De resultaten in dit rapport zijn gewogen naar een representatieve verdeling van leeftijd, geslacht en regio van Nederlanders met een eigen huishouden.

## Toegepaste onderzoeksmethode

- Kwalitatief onderzoek (online community);
- Kwantitatief online onderzoek;
- De data is verzameld door middel van online veldwerk via verschillende panels van Markteffect.

## Tijdsplanning

Het kwantitatieve onderzoek heeft plaatsgevonden tussen 23 mei en 3 juni 2022.

Voorafgaand aan het kwantitatieve onderzoeksgedeelte, heeft van 19 t/m 21 april een online community plaatsgevonden. Waar mogelijk worden resultaten in de rapportage vergeleken en/of aangevuld met de uitkomsten uit de online community.

## Onderzoeksonderwerpen

- Sentiment rondom duurzaamheid en e-waste
- Houding en bekendheid met e-waste inleverpunten
- Alternatieven van recyclen
- Drijfveren en barrières voor het inleveren van e-waste
- Concepttesten

In de rapportage worden de resultaten gekruist op achtergrondkenmerken van respondenten zoals leeftijd, geslacht, opleidingsniveau en type woning. Wanneer hier significante verschillen in naar voren komen, worden deze gerapporteerd in een oranje kader.

# Achtergrondkenmerken (1/2)

**Let op!**  
Door afronding kan het voorkomen dat percentages optellen tot 99% of 101%.

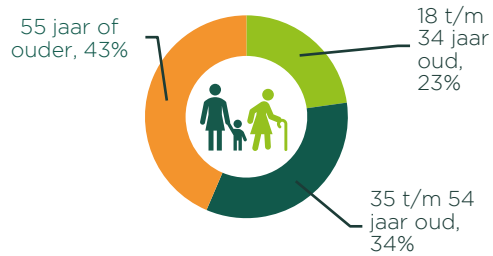
## Geslacht



## Bruto gezinsinkomen

Beneden modaal (<€2.400 per maand)	19%
Modaal (€ 2.400 tot € 3.100 per maand)	18%
Boven modaal (>€3.100 per maand)	42%
Dat wil ik niet zeggen	25%

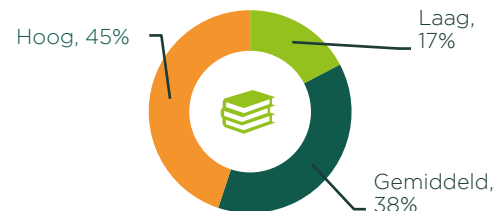
## Leeftijd



## Arbeidssituatie

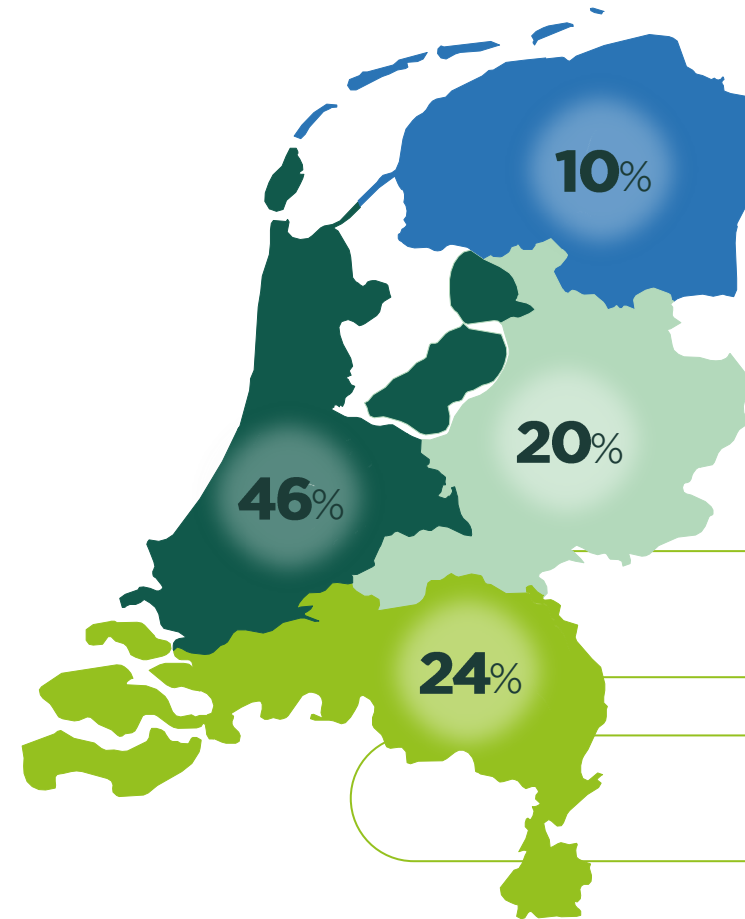
Werkzaam in loondienst, fulltime	34%
Werkzaam in loondienst, parttime	25%
Gepensioneerd	20%
Niet werkzaam, niet werkzoekend	8%
Zzp'er	7%
Niet werkzaam, werkzoekend	3%
Ondernemer met personeel	2%
Studerend/schoolgaand	1%

## Opleidingsniveau



## Woonsituatie

Ik woon in een stad	58%
Ik woon in een dorp	42%



# Achtergrondkenmerken (2/2)

## Gezinssituatie

---

Samenwonend en/of gehuwd zonder (thuiswonende) kinderen	<b>41%</b>
Samenwonend en/of gehuwd met thuiswonende kinderen	<b>29%</b>
Alleenstaand zonder (thuiswonende) kinderen	<b>24%</b>
Alleenstaand met thuiswonende kinderen	<b>6%</b>

## Type woning

---

Tussenwoning/ hoekwoning/ twee onder een kap	<b>60%</b>
Appartement/ penthouse/ maisonnette	<b>25%</b>
Vrijstaand huis/ villa	<b>14%</b>
Studio	<b>1%</b>



**Let op!**  
Door afronding kan het voorkomen dat percentages optellen tot 99% of 101%.

# 2.

## Sentiment milieu en duurzaamheid



# 2. Sentiment milieu en duurzaamheid

## Associaties

**Figuur 2.1 Welke woorden komen er in je op als je denkt aan 'milieuvriendelijk'?**

Basis: alle respondenten



Wanneer respondenten denken aan het woord 'milieuvriendelijk', komt voornamelijk het woord 'duurzaam' naar boven. Daarnaast wordt er ook een sterke associatie gelegd met 'afval scheiden' en 'recyclen'.

**Figuur 2.2 Welke woorden komen er in je op als je denkt aan 'duurzaamheid'?**

Basis: alle respondenten



Wanneer respondenten aan het woord 'duurzaamheid' denken, geven zij aan hier vaak producten mee te associëren die lang meegaan of herbruikbaar zijn. Daarnaast noemt men veelal woorden die te maken hebben met het milieu, zoals 'milieuvriendelijk', 'groen' en 'goed voor de natuur'.

# 2. Sentiment milieu en duurzaamheid

## Duurzaamheid in het dagelijkse leven

**Duurzaamheid staat bij Nederlanders hoog in het vaandel, maar slechts één op de vijf geeft aan voortrekker te zijn als het aankomt op nieuwe trends op het gebied van duurzaamheid.**

Driekwart van de Nederlanders (75%) geeft aan het (heel erg) belangrijk te vinden om in het dagelijkse leven duurzame keuzes te maken. Echter, meer dan drie op de vijf Nederlanders (64%) zegt dat, wanneer er een nieuwe trend is op het gebied van duurzaamheid, zij pas later volgen dan anderen. Een op de vijf geeft aan meestal een van de eersten te zijn die meegaat in nieuwe trends op het gebied van duurzaamheid.

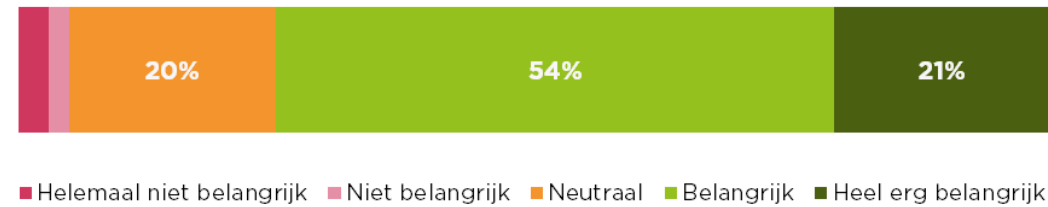
Uitleg bij vraag:

De term duurzaamheid heeft betrekking op dingen die geproduceerd of verkregen zijn op een manier die het milieu en de natuur zo min mogelijk belast.

**Figuur 2.3 In hoeverre vind je het belangrijk om zelf duurzame keuzes te maken in het dagelijkse leven?**

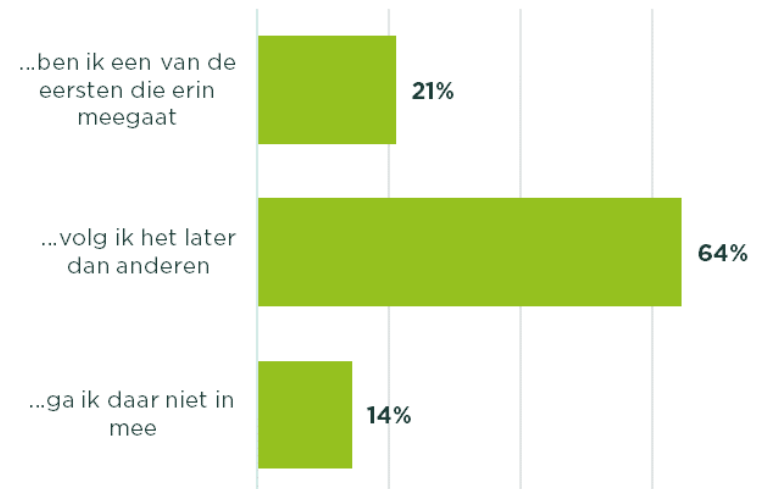
Basis: alle respondenten

Noot: percentages <5% zijn vanwege leesbaarheid weggelaten in het figuur



**Figuur 2.4 Welke van onderstaande stellingen is het meest op jou van toepassing? Als er een nieuwe trend is op het gebied van duurzaamheid, dan...**

Basis: alle respondenten



# 2. Sentiment milieu en duurzaamheid

## Significante verschillen

Het zijn vooral de hoogopgeleide jongeren die aangeven als eerste mee te gaan met trends op het gebied van duurzaamheid.

### Het belang van duurzame keuzes gekruist op achtergrondkenmerken

- Meer 55+'ers (79%) geven aan dat ze het (heel erg) belangrijk vinden om duurzame keuzes te maken in het dagelijks leven dan Nederlanders in de leeftijdscategorie 35 tot 55 (70%);
- Meer mannen (7%) benoemen dat ze het (helemaal) niet belangrijk vinden om duurzame keuzes te maken in het dagelijks leven dan vrouwen (3%);
- Meer Nederlanders die in een studio wonen (21%) geven aan dat ze het (helemaal) niet belangrijk vinden om duurzame keuzes te maken in het dagelijkse leven dan Nederlanders die in een andere type woning wonen (appartement/penthouse/maisonnette: 5%; tussenwoning/hoekwoning/twéé onder een kap: 5%; vrijstaand huis/villa: 4%).

### Gedrag ten aanzien van duurzame trends gekruist op achtergrondkenmerken

- Meer Nederlanders tussen de 18 en 34 jaar (26%) geven aan dat ze een van de eersten zijn die meegaan met een trend op het gebied van duurzaamheid dan Nederlanders in de leeftijdscategorie 55+ (18%);
- Meer mannen (24%) benoemen dat ze een van de eersten zijn die meegaan met trends op het gebied van duurzaamheid dan vrouwen (19%);
- Meer Nederlanders met een hoog opleidingsniveau (25%) dan Nederlanders met een gemiddeld (19%) of laag opleidingsniveau (12%) geven aan een van de eersten te zijn die meegaan met een trend op het gebied van duurzaamheid.



# 3.

## Ervaring met e-waste



# 3. Ervaring met e-waste

## Afvalscheiding

**Vrijwel alle Nederlanders geven aan hun afval, al dan niet gedeeltelijk, te scheiden.**

Het overgrote deel van de Nederlanders geeft aan papier/karton (90%) en glas (88%) te scheiden door het bewust in te leveren in de daarvoor bestemde containers of bakken.

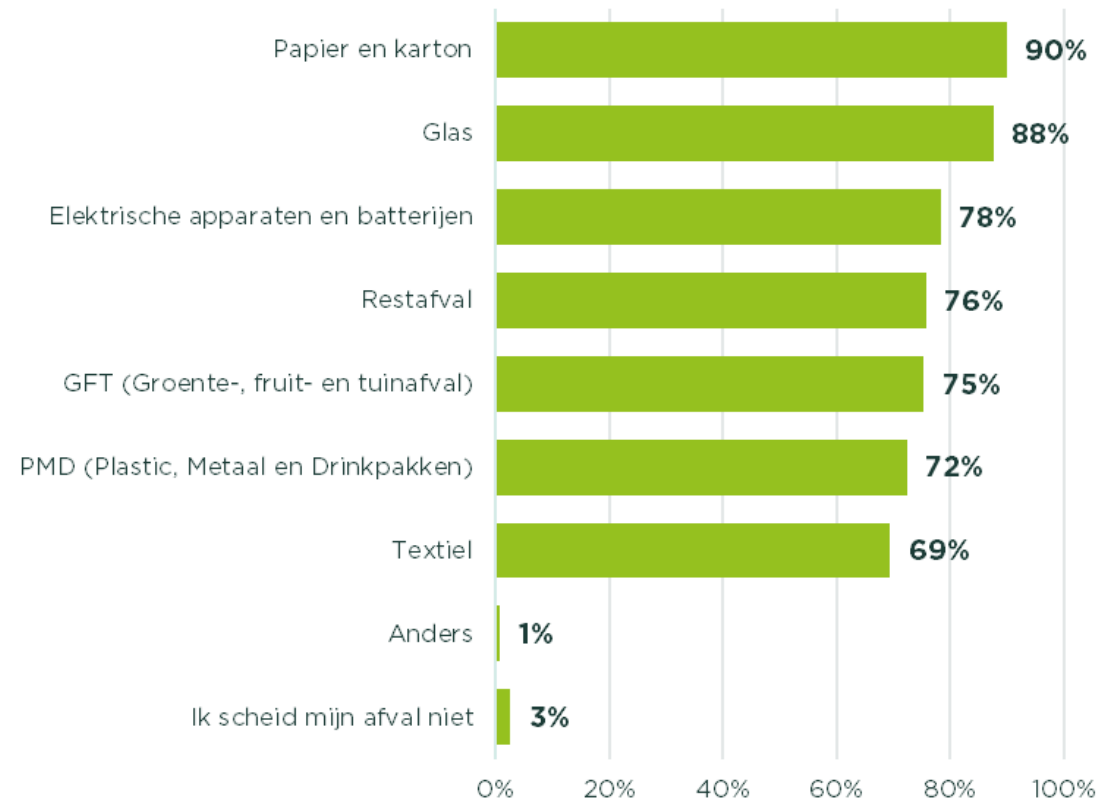
Elektrische apparaten en batterijen worden door bijna vier op de vijf respondenten gescheiden (78%).

### Hoe ouder men is, hoe meer type afval er bewust wordt gescheiden.

- Nederlanders in de leeftijdscategorieën 35 t/m 55 jaar en 55+ scheiden meer verschillende soorten afval dan Nederlanders in de leeftijdscategorie 18 t/m 34 jaar;
- Nederlanders die in een dorp wonen, scheiden meer verschillende soorten afval dan Nederlanders die in een stad wonen;
- Nederlanders die hoogopgeleid zijn, scheiden over het algemeen meer verschillende soorten afval dan Nederlanders die gemiddeld of laagopgeleid zijn.

**Figuur 3.1 Welke type afval scheid je bewust door het in een desbetreffende bak in te leveren?**

Basis: alle respondenten



# 3. Ervaring met e-waste

Gedrag m.b.t. life events

**Tabel 3.1 Met welke van onderstaande gebeurtenissen heb je weleens te maken gehad en welke spullen heb je toen weggedaan?**

Basis: alle respondenten

Huis uitruiming van overleden persoon	
	%
Ik heb meubilair weggedaan	88%
Ik heb kleding weggedaan	84%
Ik heb elektrische apparaten weggedaan	80%
Ik heb lampen weggedaan	80%
Ik heb niks in bovenstaande categorieën weggedaan	10%

Scheiding	
	%
Ik heb meubilair weggedaan	46%
Ik heb kleding weggedaan	35%
Ik heb lampen weggedaan	29%
Ik heb elektrische apparaten weggedaan	28%
Ik heb niks in bovenstaande categorieën weggedaan	31%

Samenwonen/trouwen	
	%
Ik heb meubilair weggedaan	36%
Ik heb kleding weggedaan	28%
Ik heb elektrische apparaten weggedaan	24%
Ik heb lampen weggedaan	23%
Ik heb niks in bovenstaande categorieën weggedaan	33%



**Er worden met name spullen zoals lampen en elektrische apparaten weggedaan wanneer men een huis van een overleden persoon uitruimt.**

Veruit de meeste spullen worden weggedaan wanneer iemand het huis van een overleden persoon uitruimt. Zo ook elektrische apparaten (80%) en lampen (80%). Slechts 10% van de Nederlanders die weleens te maken heeft gehad met deze gebeurtenis geeft aan niks uit de voorgelegde categorieën te hebben weggedaan.

Elektrische apparaten (28%) en lampen (28%) worden daarnaast ook door meerdere respondenten weggedaan tijdens een scheiding of wanneer zij gaan samenwonen (resp. 24%, 23%).

# 3. Ervaring met e-waste

Gedrag m.b.t. life events

Kind(eren) die uit huis zijn gegaan	
	%
Ik heb kleding weggedaan	39%
Ik heb meubilair weggedaan	36%
Ik heb lampen weggedaan	23%
Ik heb elektrische apparaten weggedaan	21%
Ik heb niks in bovenstaande categorieën weggedaan	27%



In vergelijking met de andere life events wordt er bij het uitbreiden van het huishouden door kinderen of andere huisgenoten door de meeste respondenten aangegeven dat zij niks uit de voorgelegde categorieën hebben weggedaan.

Uitbreiding van huishouden door kinderen of andere huisgenoten	
	%
Ik heb meubilair weggedaan	18%
Ik heb kleding weggedaan	18%
Ik heb elektrische apparaten weggedaan	14%
Ik heb lampen weggedaan	11%
Ik heb niks in bovenstaande categorieën weggedaan	39%



# 3. Ervaring met e-waste

Gedrag m.b.t. life events

**Lampen worden voornamelijk weggedaan omdat ze kapot zijn of overbodig zijn vanwege het opruimen of vernieuwen van een huis.**

Uit de toelichtingen komt naar voren dat er drie hoofdredenen zijn waarom Nederlanders lampen wegdoen. Ten eerste, geven de meeste Nederlanders aan dat ze in het verleden lampen hebben weggedaan, omdat ze kapot waren. Ten tweede, benoemen respondenten die een huis van een overleden persoon hebben opgeruimd, dat ze lampen hebben weggedaan omdat ze deze zelf niet nodig hadden. Ten derde, geven respondenten doorgaans aan dat lampen overbodig worden wanneer ze toe zijn aan een vernieuwing van het interieur, tijdens een uitbreiding van het huishouden of bij samenwonen/trouwen.

## Inzichten online community

Terwijl consumenten bij een verhuizing hun oude apparaten inventariseren, is er bij een opruiming van een huis veelal sprake van nieuwe apparaten die nog bruikbaar zijn.

Ook komt uit de online community naar voren dat men uiteenlopende elektrische apparaten heeft afgedankt in het afgelopen jaar. Er blijkt geen vast moment te zijn in het jaar voor het afdanken van e-waste. Dit wordt meestal gedaan als een apparaat defect is.



**Figuur 3.2 Welke elektrische apparaten heb je weggedaan?**

Basis: respondenten die elektrische apparaten weg hebben gedaan tijdens een van de life events



Er worden uiteenlopende elektrische apparaten genoemd. De meeste respondenten geven aan dat ze een TV, koelkast of wasmachine hebben weggedaan.

## Wat is de reden dat je lampen weg hebt gedaan?

Basis: respondenten die lampen weg hebben gedaan tijdens een van de life events.

- “De lampen waren **kapot**, versleten of niet energie zuinig genoeg.” (uitbreiding van het huishouden);
- “Ik had ze niet nodig en **niemand** van de familie **wilde ze hebben**.” (huis opruimen overleden persoon);
- “**Vervanging** van oude lampen door betere of nieuwere modellen.” (uitbreiding van het huishouden);
- “Ze **pasten niet meer** in het interieur.” (samenwonen/trouwen)

# 3. Ervaring met e-waste

## Specifieke e-waste

**Meer dan de helft van de Nederlanders is niet bekend met de term 'e-waste'.**

Wanneer Nederlanders wordt gevraagd in hoeverre zij bekend zijn met de term e-waste, valt op dat meer dan de helft van de Nederlanders (56%) hier niet bekend mee is. Van de respondenten die aangeven wel bekend te zijn met de term, geeft het grootste gedeelte aan de term 'e-waste' alleen van naam te kennen.

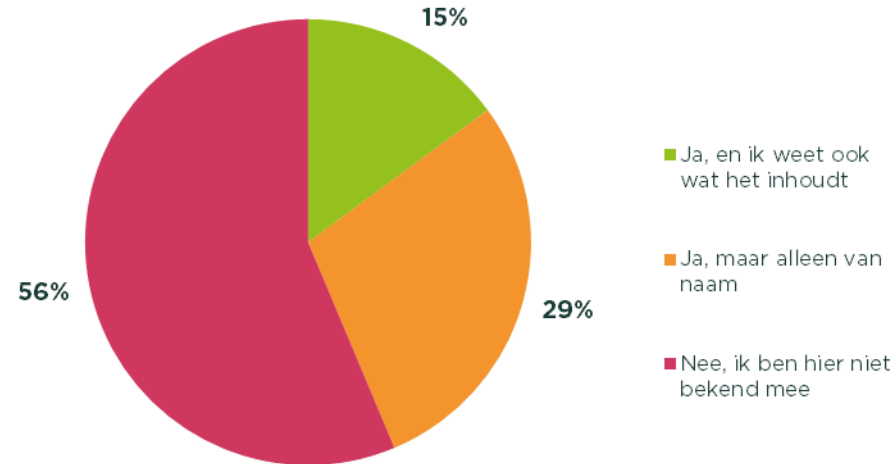
Nederlanders die inhoudelijk bekend zijn met de term weten over het algemeen ook de juiste omschrijving te geven.

### Bekendheid e-waste gekruist op achtergrondkenmerken

- Meer mannen (22%) geven aan dat ze weten wat e-waste inhoudt dan vrouwen (9%);
- Meer Nederlanders die aangeven dat ze een van de eersten zijn die meegaan in duurzame trends (28%) geven aan dat ze weten wat e-waste inhoudt dan Nederlanders die duurzame trends later volgen dan anderen (11%) en niet meegaan met trends op het gebied van duurzaamheid (10%);
- Meer hoogopgeleiden (20%) dan midden (12%) en laagopgeleiden (7%) geven aan inhoudelijk bekend te zijn met de term 'e-waste'.

**Figuur 3.3 Ben je bekend met de term 'e-waste'?**

Basis: alle respondenten



### Wat houdt e-waste volgens jou in?

Basis: respondenten die aangeven inhoudelijk bekend te zijn met de term 'e-waste'

- **“Elektronica die je weggooit omdat je het niet meer gebruikt of omdat het kapot is.”;**
- **“Electrisch apparatuur inleveren zodat bruikbare materialen gedemonteerd en hergebruikt kunnen worden.”;**
- **“Het recyclen van elektrische apparaten, zodat de grondstoffen hergebruikt worden.”**

# 3. Ervaring met e-waste

## Bekendheid e-waste

**De meeste Nederlanders die te maken hebben gehad met e-waste hebben dit ingeleverd voor recycling bij een daarvoor bedoeld inleverpunt.**

Alle respondenten hebben onderstaande uitleg over e-waste te zien gekregen. Daarna is gevraagd of men e-waste al eens heeft ingeleverd voor recycling.

Opvallend is dat, ondanks slechts 15% van de Nederlanders inhoudelijk bekend is met de term 'e-waste', een aanzienlijk hoger percentage hier wel al ooit mee te maken heeft gehad (79%).

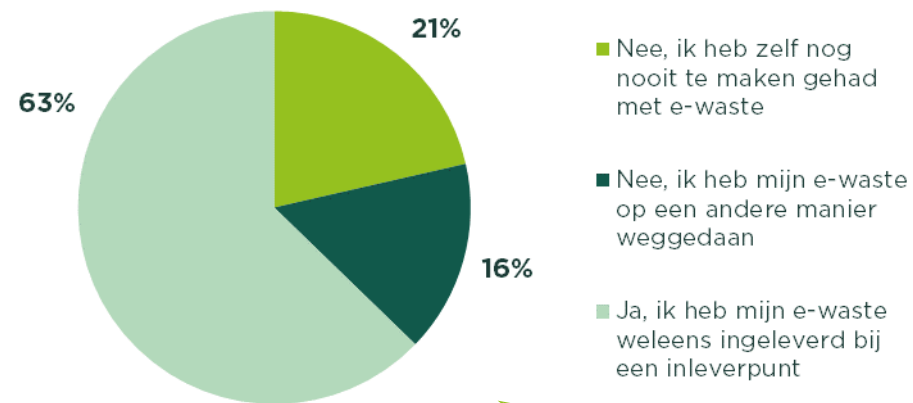
De meeste Nederlanders die in het verleden te maken hebben gehad met e-waste geven aan dit destijds in te hebben geleverd bij een daarvoor bestemd inleverpunt. Respondenten die te maken hebben gehad met e-waste maar dit op een andere manier hebben weggedaan, geven veelal aan dit weg te hebben gegeven (46%) of weg te hebben gegooid (43%).

### Uitleg die respondenten te zien hebben gekregen:

*E-waste bestaat uit apparaten en lampen die je afdankt omdat ze kapot zijn, vervangen worden of verouderd zijn. Alle apparaten met een stekker en/of batterij vallen hieronder. Ook vallen energiezuinige lampen inclusief armatuur eronder. Armatuur is het omhulsel van een lamp.*

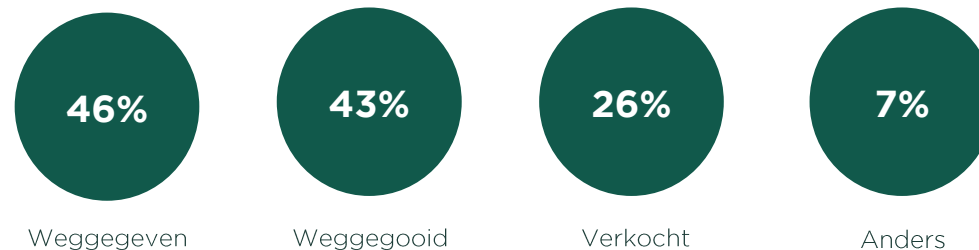
**Figuur 3.4 Heb jij al weleens e-waste ingeleverd voor recycling bij een daarvoor bedoeld inleverpunt?**

Basis: alle respondenten



### Op welke andere manier heb je jouw e-waste weggedaan?

Basis: respondenten die hun e-waste op een andere manier weg hebben gedaan



# 3. Ervaring met e-waste

## Significante verschillen

Naast het feit dat vrouwen (in vergelijking met mannen) in mindere mate bekend zijn met de term e-waste, hebben zij ook in mindere mate ervaring met het inleveren hiervan.

Daarnaast is het opvallend dat vooral jongeren (leeftijd 18 t/m 34) die hun e-waste nog nooit hebben ingeleverd wel aangeven hun e-waste te hebben verkocht, terwijl ouderen (leeftijd 55+) juist aangeven hun e-waste te hebben weggegooid.

Respondenten die hebben aangegeven hun e-waste op een andere manier weg te hebben gedaan.

### Gedrag rondom inleveren van e-waste gekruist op achtergrondkenmerken

- Meer Nederlanders tussen de 18 en 34 jaar (33%) geven aan dat ze zelf nog nooit te maken hebben gehad met e-waste dan Nederlanders in oudere leeftijdscategorieën (35 t/m 35: 20%; 55+: 16%);
- Meer 55+'ers (74%) benoemen dat ze weleens e-waste hebben ingeleverd bij een inleverpunt dan Nederlanders in de jongere leeftijdscategorieën (18 t/m 34: 46%; 35 t/m 55: 60%);
- Meer vrouwen (24%) geven aan dat ze zelf nog nooit te maken hebben gehad met e-waste dan mannen (18%);
- Meer Nederlanders die aangeven dat ze niet meegaan met duurzame trends (38%) geven aan dat ze zelf nog nooit te maken hebben gehad met e-waste dan Nederlanders die als eersten meegaan met duurzame trends (16%) en trends later volgen dan anderen (19%);
- Meer Nederlanders die in een dorp (67%) wonen benoemen dat ze weleens e-waste hebben ingeleverd bij een inleverpunt dan Nederlanders die in een stad wonen (60%).

### Alternatieven van inleveren e-waste gekruist op achtergrondkenmerken

- Meer Nederlanders tussen de 18 en 34 jaar die hun e-waste op een andere manier weg hebben gedaan benoemen dat ze hun e-waste hebben verkocht dan Nederlanders in de oudere leeftijdscategorieën (18 t/m 34 jaar: 48%; 35 t/m 55: 22%; 55+: 8%);
- Meer Nederlanders in de leeftijdscategorieën 35 t/m 55 jaar (50%) en 55+ (51%) die hun e-waste op een andere manier weg hebben gedaan geven aan dat ze e-waste hebben weggegooid dan Nederlanders in de leeftijdscategorie 18 t/m 34 (27%);
- Meer vrouwen die hun e-waste op een andere manier weg hebben gedaan benoemen dat ze hun e-waste hebben verkocht (34%) dan mannen (18%).



# 3. Ervaring met e-waste

## Alternatieven e-waste

**Als alternatief voor het inleveren van e-waste, geven de meeste Nederlanders aan dat ze weleens e-waste hebben weggegeven.**

Van de Nederlanders die hun e-waste al eens in hebben geleverd voor recycling, geeft 39% aan al hun e-waste te recyclen. Daarnaast geven twee op de vijf Nederlanders (41%) aan e-waste ook weleens weg te hebben geven.

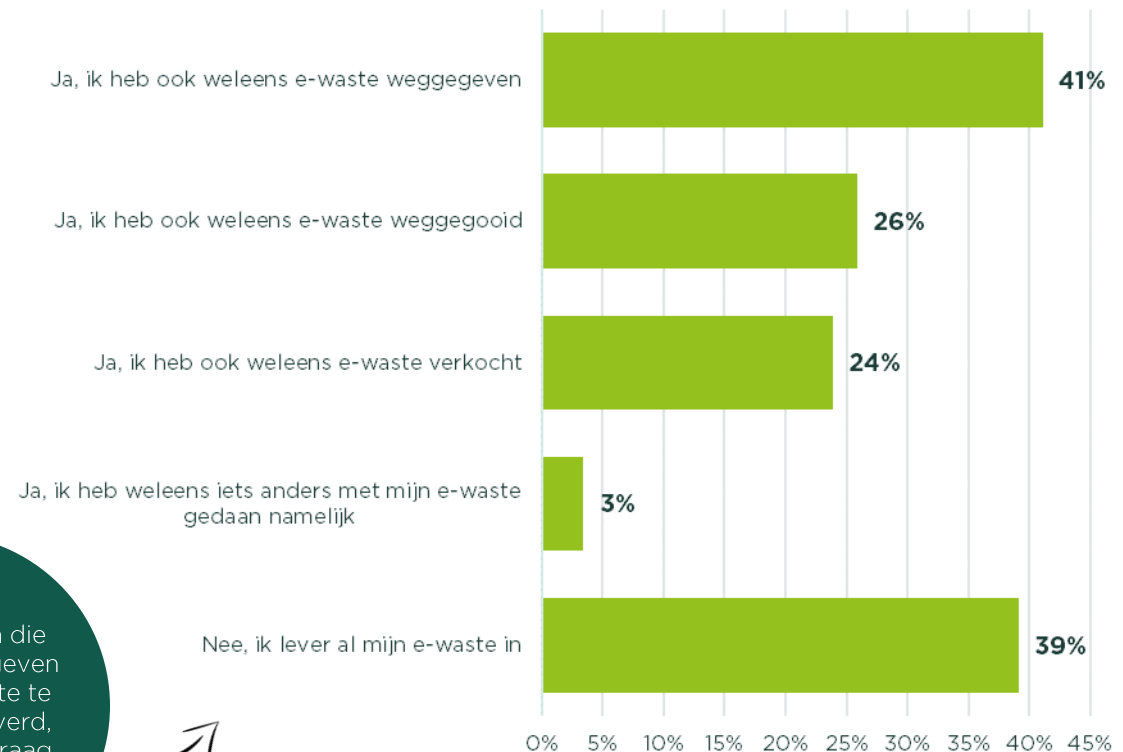
### Alternatieven van inleveren gekruist op achtergrondkenmerken

Meer Nederlanders in de leeftijdscategorieën 18 t/m 34 jaar (29%) en 35 t/m 55 jaar (32%) geven aan dat ze, naast het inleveren van e-waste, ook weleens hun e-waste hebben verkocht, dan Nederlanders in de leeftijdscategorie 55+ (17%).

Respondenten die hebben aangegeven weleens e-waste te hebben ingeleverd, hebben deze vraag gekregen.

**Figuur 3.5 Zijn er, naast het inleveren van e-waste voor recycling, nog andere manieren waarop je in het verleden jouw e-waste hebt weggedaan?**

Basis: alle respondenten die hun e-waste weleens in hebben geleverd voor recycling



# 3. Ervaring met e-waste

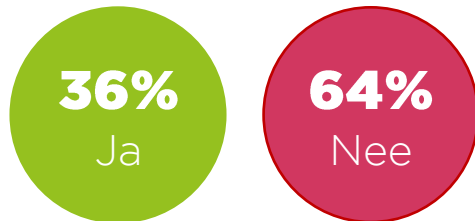
## Sentiment oude apparaten in huis

**Meer dan een derde van de Nederlanders heeft elektrische apparaten in huis die ze al meer dan een jaar niet hebben gebruikt en zouden deze pas weg doen als ze kapot zijn.**

Men bewaart deze apparaten omdat zij verwachten deze nog ooit nodig te hebben of men vindt het simpelweg zonde om weg te doen. Nederlanders besluiten om hun apparaat toch weg te doen als het kapot is en niet meer gerepareerd kan worden of wanneer ze verhuizen en geen plek meer hebben voor de opslag.

**Figuur 3.6 Zijn er (oude) elektrische apparaten in je huis die je al meer dan een jaar niet gebruikt hebt?**

Basis: alle respondenten



### Inzichten online community

Deelnemers geven aan dat de apparaten die ze thuis bewaren doorgaans reserve apparaten zijn, zoals een stofzuiger en gourmetstel. Het is een voorwaarde dat er genoeg ruimte is in huis om het te bewaren.



**Licht toe om welk apparaat/apparaten het gaat en waarom je deze bewaart?**

Basis: respondenten die aangeven (oude) elektrische apparaten te hebben die al meer dan een jaar niet zijn gebruikt.

- “**Telefoons en huishoudelijke apparatuur. Niet (meer) nodig, maar nog zonde om weg te doen in het kader van “misschien ooit nog nodig”.**”;
- “**Oude game consoles; nostalgie bewaart, doet het nog dus zonde weg te gooien.**”;
- “**Keukenmachine, kan nog wel eens van pas komen.**”;
- “**Dvd speler en cd speler omdat ik nog steeds cd’s en dvd’s heb die ik kan afspelen.**”
- “**Ze staan niet in de weg en misschien kan ik ze of een ander nog eens gebruiken.**”

**Wanneer zou je dit apparaat/apparaten wel wegdoen?**

Basis: respondenten die aangeven (oude) elektrische apparaten te hebben die al meer dan een jaar niet zijn gebruikt.

- “**Als het niet meer functioneert en niet te repareren is.**”;
- “**Als ik ga verhuizen naar een kleinere woning zonder garage.”;**
- “**Als we kleiner gaan wonen, of als de apparaten kapot zijn.”;**
- “**Indien ik er zeker van ben deze niet meer te gaan gebruiken.”;**
- “**Als ik er iemand blij mee kan maken.**”;
- “**Omdat ik het toch niet ga gebruiken, of meer ruimte nodig heb in mijn berging.”;**
- “**Te weinig ruimte in huis of iemand anders plezier meedoen.”;**
- “**Wanneer ik voldoende bij elkaar heb om het nuttig te maken om naar de milieustraat te gaan.”;**
- “**Wanneer ik zeker weet dat mijn data niet op straat komt te liggen.**”;
- “**Tijdens een grote schoonmaak of een verhuizing.”**

# 4.

## Associaties e-waste inleveren en alternatieven



# 4. Associaties e-waste

## Inleveren

### Positief

Bijna zeven op de tien associaties die men heeft met het inleveren van e-waste zijn positief van aard. Zo noemt men de woorden 'duurzaam' en 'recycling' en geeft men vaker aan dat het goed is voor het milieu.

### Neutraal

Een vijfde van de associaties die men heeft met het inleveren van e-waste zijn neutraal van aard. Deze associaties zijn voornamelijk omschrijvingen van inleverpunten of type elektrische apparaten.

### Negatief

Ongeveer één tiende van de associaties is negatief van aard. Deze woorden hebben met name betrekking op de moeite die men doet voor het inleveren van e-waste. Zo komen de woorden 'gedoe', 'lastig' en 'ver weg' veelal terug.

**Figuur 4.1 Welke woorden komen er in je op als je denkt aan het inleveren van e-waste?**

Basis: alle respondenten



# 4. Associaties e-waste

## Bewaren

### Positief

Ongeveer drie op de tien associaties met het bewaren van e-waste is positief van aard. Er wordt veelal een link gelegd met duurzaamheid met de omschrijvingen 'kan later nog van pas komen' en 'hergebruik'.

### Neutraal

Meer dan één derde van de associaties is neutraal van aard. Associaties zoals 'onnodig' en 'neemt ruimte in' komen veelal terug.

### Negatief

Bijna vier op de tien associaties zijn negatief van aard. Het bewaren van e-waste wordt veelvoudig omschreven als 'neemt ruimte in', 'rommel' en 'onnodig'.

**Figuur 4.2 Welke woorden komen er in je op als je denkt aan het bewaren van e-waste?**

Basis: alle respondenten



# 4. Associaties e-waste

## Verkopen

### Positief

De ruime meerderheid van de associaties met het verkopen van e-waste is positief van aard. De woorden 'duurzaam', 'hergebruik' en 'geld verdienen' worden er het meest mee geassocieerd.

### Neutraal

Eén op de vier associaties is neutraal van aard. Hierin komen veelal omschrijvende woorden terug, zoals 'marktplaats', 'tweedehands' en 'geld verdienen'.

### Negatief

Ongeveer één op de tien associaties met het verkopen van e-waste is negatief van aard. Deze omschrijvingen hebben vooral betrekking op de moeite die het kost, zoals 'gedoe', 'lastig' en 'omslachtig'.

**Figuur 4.3 Welke woorden komen er in je op als je denkt aan het verkopen van e-waste?**

Basis: alle respondenten



# 4. Associaties e-waste

## Weggeven

### Positief

Meer dan driekwart van de associaties met het weggeven van e-waste is positief van aard. De focus ligt hier bij 'hergebruik' en 'een ander blij maken'.

### Neutraal

Ongeveer één vijfde van de associaties is neutraal van aard. Ook hier komen de associaties 'een ander blij maken' en 'als iemand het kan gebruiken' veelvuldig terug.

### Negatief

Minder dan één op de tien associaties met het weggeven van e-waste is negatief van aard. Hierbij komen de woorden 'gedoe' en 'tijdrovend' vooral terug.

**Figuur 4.4 Welke woorden komen er in je op als je denkt aan het weggeven van e-waste?**

Basis: alle respondenten



# 4. Associaties e-waste

## Weggoien

### Positief

Ongeveer één vierde van de associaties met het weggoien van e-waste is positief van aard. Het wordt met name geassocieerd met 'recycling', 'opruimen' en 'makkelijk'.

### Neutraal

Ongeveer één vierde van de associaties is neutraal van aard. Daarbij komen de woorden 'zonde', 'jammer' en 'niet doen' het meest terug.

### Negatief

Meer dan de helft van de associaties met het weggoien van e-waste is negatief van aard. Er wordt met name gezegd dat het 'zonde', 'milieuvervuiling' en 'slecht voor het milieu' is.

**Figuur 4.5 Welke woorden komen er in je op als je denkt aan het weggoien van e-waste?**

Basis: alle respondenten





# 4. Associaties e-waste

## Vergelijking alternatieven

**Er heerst een positief sentiment rondom de opties die een circulaire economie bevorderen. Ook hebben positieve associaties grotendeels te maken met milieubewuste keuzes.**

Wanneer er gevraagd wordt welke woorden er opkomen wanneer men denkt aan het inleveren, bewaren, weggeven, verkopen en weggooien van e-waste, blijkt dat de meeste positieve associaties genoemd worden bij de opties weggeven (76%), inleveren (69%) en verkopen (63%) van e-waste.

### Inleveren

Het inleveren van e-waste wordt het meest geassocieerd met recycling en duurzaamheid. Er wordt ook gesproken van milieuvriendelijkheid en hergebruik.

### Bewaren

Hoewel de meningen verdeeld zijn over het bewaren van e-waste, geven de meeste respondenten aan dat ze er negatief tegenover staan, doordat het ruimte inneemt en voor rommel zorgt. Degenen die er wel positief tegenover staan, geven met name aan dat oude apparaten later nog van pas kunnen komen of dat er herinneringen aan gekoppeld zijn.

### Verkopen

Het verkopen van e-waste wordt veelal als positief gezien en gekoppeld aan duurzaamheid, een tweede leven en geld verdienen.

### Weggeven

Het weggeven van e-waste heeft de meeste positieve associaties. Het gevoel van liefdadigheid door een ander blij te maken en het bevorderen van hergebruik worden het meest genoemd.

### Weggoeien

De associaties met het weggooien van e-waste zijn met name negatief van aard, omdat het sterk gekoppeld wordt aan milieuvervuiling.

### Inzichten online community

Consumenten hebben een duidelijke voorkeur voor circulaire opties. Apparaten worden doorgaans weggegeven of verkocht. Ook worden de meeste positieve associaties genoemd bij het weggeven en verkopen van e-waste in vergelijking met andere alternatieven.

Over het bewaren van e-waste en weggooien worden er veelal negatieve associaties genoemd, zoals 'rommel' en 'slecht voor het milieu'.



# 5.

## Inleverpunten



# 5. Inleverpunten

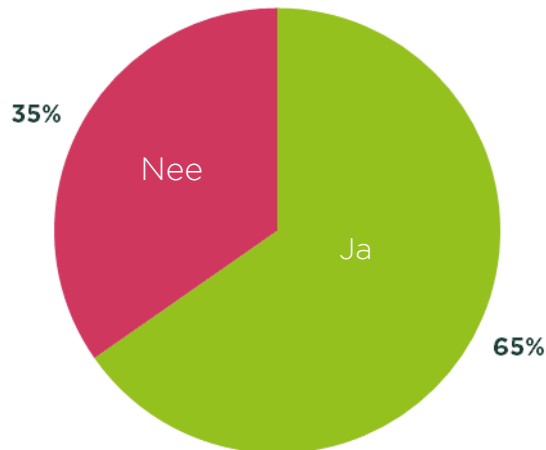
## Bekendheid en beoordeling

**De ruime meerderheid van de Nederlanders (65%) is bekend met e-waste inleverpunten in hun omgeving, waarbij de milieustraat het meest genoemd wordt.**

Nadat respondenten is uitgelegd wat een e-waste inleverpunt is, geeft een derde van de Nederlanders (35%) aan niet bekend te zijn met een inleverpunt in hun omgeving. Respondenten die wel bekend zijn met een inleverpunt in hun omgeving, geven aan bekend te zijn met de milieustraat. Daarnaast worden de inleverpunten in de supermarkten, kringloop en bouwmarkten veelvuldig genoemd. Respondenten beoordelen het inleverpunt in hun omgeving gemiddeld met een 8,2 op een schaal van 1 t/m 10.

**Figuur 5.1 Ben je bekend met e-waste inleverpunten in jouw omgeving?**

Basis: alle respondenten



**Figuur 5.2 Met welke e-waste inleverpunt(en) in jouw omgeving ben je bekend?**

Basis: alle respondenten die bekend zijn met een e-waste inleverpunt in hun omgeving



### Inzichten online community

Het is wenselijk dat er meer bekendheid wordt gegeven aan inleverpunten, omdat het niet voor iedereen even overzichtelijk is waar een kapot apparaat precies ingeleverd kan worden. Een voorbeeld campagne die genoemd werd, is de campagne van batterijen: 'waar je ze koopt, kun je ze kwijt'.



### Bekendheid met inleverpunten gekruist op achtergrondkenmerken

- Meer mannen (71%) geven aan dat ze bekend zijn met e-waste inleverpunten in hun omgeving dan vrouwen (60%);
- Meer Nederlanders die met een van de betreffende life events te maken hebben gehad, dan Nederlanders waarbij dat niet het geval is geweest, geven aan bekend te zijn met e-waste inleverpunten in hun omgeving.

# 5. Inleverpunten

## Verbeterpunten

### Wat zou er volgens jou in het algemeen verbeterd kunnen worden aan de eerder genoemde inleverpunten?

Basis: alle respondenten

#### Openingstijden milieustraat

*“Ruimere openingstijden in de milieustraat, het is er altijd druk.”;*

*“Openingstijden uitbreiden: de meeste mensen werken van 9-17; afvalinzameling is pas effectief wanneer je er ook buiten werktijden beroep op kunt doen.”;*

*“Openingstijden uitbreiden zodat je niet zo lang in de file hoeft te staan om erbij te kunnen.”*

#### Meer inleverpunten voor grote apparaten

*“Milieustraat is lastig te bereiken voor mij (zonder auto). Albert Heijn is handig maar alleen voor heel kleine spullen.”*

*“Bij de winkels zijn de inleverpunten geweldig, maar zijn de bakken erg klein. Bij het grofvuil moet je speciaal een afspraak maken en best een stuk omrijden.”*

*“Supermarkt zou ook grotere apparaten moeten innemen, naast alleen batterijen.”*

#### Meer inleverpunten voor kleine apparaten

*“Ik mis in de milieustraat een plek voor het inleveren van oude kleine apparaten zoals scheerapparaat. Ik mis de vroegere rondrijdende milieu bus.”*

*“Meer inleverpunten in de stad en bakken voor klein e-waste afval, bv in de supermarkt of op straat.”*

*“In de supermarkt kun je alleen hele kleine elektrische spullen kwijt, dat is jammer. Naar gemeente brengen is vaak onhandiger.”*

#### Meer ruimte in inleverbakken

*“Vaak zitten bakken vol dus op tijd leeg maken.”*

*“Soms mogen de bakken wat groter omdat de spullen die er worden gebracht er niet in passen.”*

*“Meer capaciteit, de meeste zitten altijd helemaal vol.”*

#### Overige barrières

*“De stortplaats kost geld. Mensen moeten hun spullen gratis af kunnen geven. Hiermee voorkom je dat het wordt weggegooid en in de natuur terecht komt.”*

*“Het zijn er echt te weinig, je kan er niet even heen op de fiets en niet iedereen heeft een auto om er heen te rijden.”*

*“Meer bekendheid en duidelijker zichtbaar. Maar ook meer toezicht op wat er wel en niet onder valt.”*

#### Inzichten online community

Uit de online community komt ook naar voren dat men de milieustraat doorgaans te ver vindt en een uitbreiding van de openingstijden zou wensen.



De verbeterpunten die aangedragen worden, hebben veelal betrekking op het verruimen van de openingstijden van de milieustraat en het ophogen van het aantal inleverpunten in de gemeente voor grote- en kleine apparaten.

# 5. Inleverpunten

## Aanbod

**Hoewel de meerderheid van de Nederlanders (65%) aangeeft dat er precies genoeg inleverpunten zijn in de omgeving, geeft ongeveer één derde aan dat er te weinig zijn.**

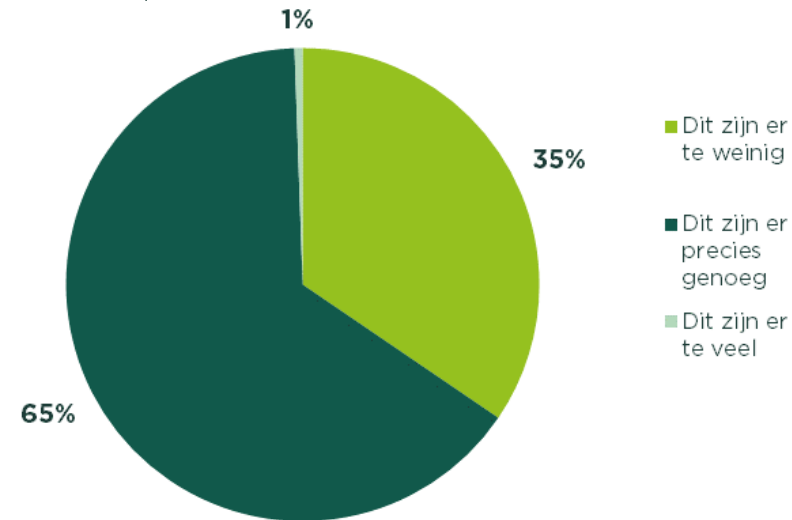
Ongeveer een derde van de respondenten (35%) geeft aan dat er te weinig inleverpunten zijn in hun omgeving. Slechts 1% geeft aan dat er te veel inleverpunten zijn.

### Mening omtrent aanbod van e-waste inleverpunten gekruist op achtergrondkenmerken

- Meer jongeren (18 t/m 34: 51%) geven aan dat ze vinden dat er te weinig inleverpunten zijn voor e-waste dan Nederlanders in de oudere leeftijdscategorieën (35 t/m 55 jaar: 34%; 55+: 29%);
- Meer vrouwen (38%) benoemen dat er te weinig inleverpunten zijn, dan mannen (31%).

**Figuur 5.3 Wat vind je van het aanbod aan e-waste inleverpunten in jouw omgeving?**

Basis: alle respondenten



# 5. Inleverpunten

## Sentiment rondom de milieustraat

### Positief

Meer dan de helft van de associaties is positief van aard. De woorden 'goed', 'afval scheiden' en 'recyclen' worden veelal geassocieerd met de milieustraat.

### Neutraal

Ongeveer één op de vijf associaties is neutraal van aard. Er worden met name omschrijvende woorden genoemd, zoals 'afval', 'gemeente' en 'storten'.

### Sentiment rondom milieustraat gekruist op achtergrondkenmerken

55 plussers noemen in het algemeen meer associaties met een positief sentiment (62%) dan respondenten in de leeftijd 18 t/m 35 jaar (44%).

### Negatief

Meer dan een kwart van de associaties is negatief van aard. Hierbij komen de woorden 'druk', 'ver weg' en 'duur' het meest terug.

**Figuur 5.4 Welke woorden komen er in je op als je denkt aan de milieustraat?**

Basis: alle respondenten



# 5. Inleverpunten

## Informatievoorziening

**Wanneer Nederlanders op zoek gaan naar een e-waste inleverpunt doen ze dat vooral via het internet: de website van de gemeente of via Google.**

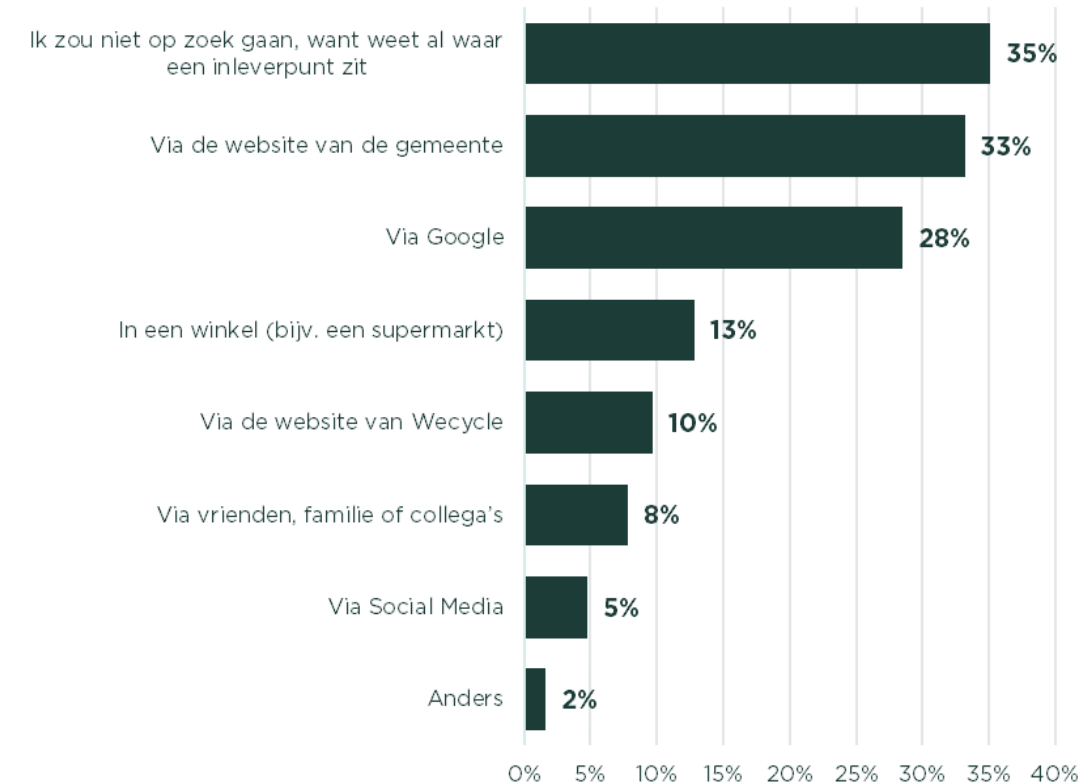
De meeste Nederlanders (35%) geven aan dat ze niet op zoek zouden gaan naar een geschikt e-waste inleverpunt, omdat ze al weten waar het inleverpunt zit. Van de Nederlanders die wel op zoek zouden gaan naar informatie, geven de meesten (33%) aan dat ze de website van de gemeente zouden gebruiken. Daarnaast geven ook bijna drie op de tien Nederlanders (28%) aan via internet (Google) op zoek te gaan naar informatie.

### Gebruik van informatiebronnen gekruist op achtergrondkenmerken

- Over het algemeen geven meer Nederlanders tussen de 18 en 34 jaar aan dat ze gebruik maken van online bronnen (Google, social media, website van de gemeente) om informatie op te zoeken over geschikte inleverpunten dan Nederlanders in de oudere leeftijdscategorieën (35 t/m 55 jaar; 55+);
- Meer 55+'ers (49%) benoemen dat ze niet op zoek zouden gaan naar informatie, omdat ze al weten waar inleverpunten zitten, dan Nederlanders in de jongere leeftijdscategorieën (18 t/m 34 jaar: 14%; 34 t/m 55 jaar: 31%).

**Figuur 5.5 Stel dat je besluit om binnenkort je oude elektrische apparaten/lampen in te leveren. Hoe zou je op zoek gaan naar een geschikt e-waste inleverpunt?**

Basis: alle respondenten



# 6.

## Drijfveren en barrières





# 6. Drijfveren en barrières

## Stellingen

**Afgedankte elektrische apparaten een nieuw leven geven of een ander blij maken, zijn voor de meeste Nederlanders de drijfveren om e-waste af te danken.**

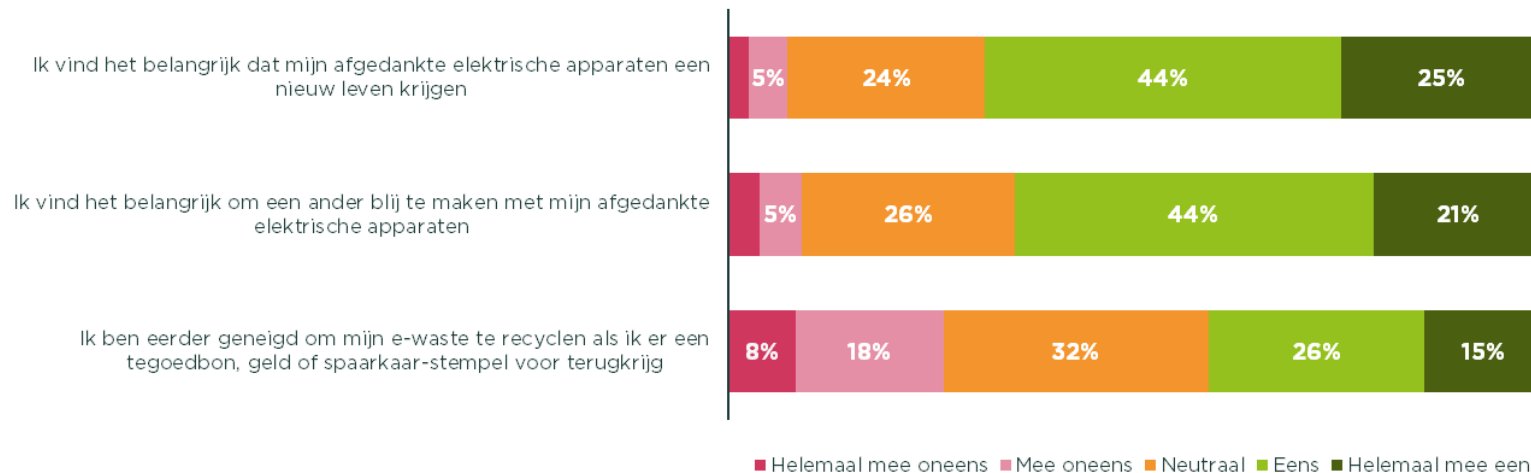
Bijna zeven op de tien Nederlanders (69%) vindt het belangrijk dat hun afgedankte elektrische apparaten een nieuw leven krijgen. Het aandeel Nederlanders dat het er (helemaal) mee oneens is, is minder dan 10%. Ook geeft de ruime meerderheid (65%) van de Nederlanders aan het belangrijk te vinden om een ander blij te maken met hun afgedankte elektrische apparaten.

De meningen zijn meer verdeeld als het gaat om het krijgen van een tegoedbon, geld of stempel bij het inleveren van e-waste. De meeste (41%) respondenten geven aan dat ze dan meer geneigd zouden zijn om hun e-waste in te leveren, een derde (32%) heeft een neutrale houding en een vijfde (25%) is het (helemaal) oneens.

### Figuur 6.1 In hoeverre ben je het eens met de volgende stellingen?

Basis: alle respondenten

Noot: percentages <5% zijn vanwege zichtbaarheid niet weergegeven in het figuur



#### Inzichten online community

Consumenten geven aan dat ze extra gemotiveerd zouden raken als ze iets terug zouden krijgen (zoals geld of een tegoedbon) wanneer ze hun e-waste hebben ingeleverd.



# 6. Drijfveren en barrières

## Stellingen

### Nederlanders geven met name aan dat ze e-waste op de juiste plek inleveren vanwege het milieu en zodat er nieuwe grondstoffen ontstaan.

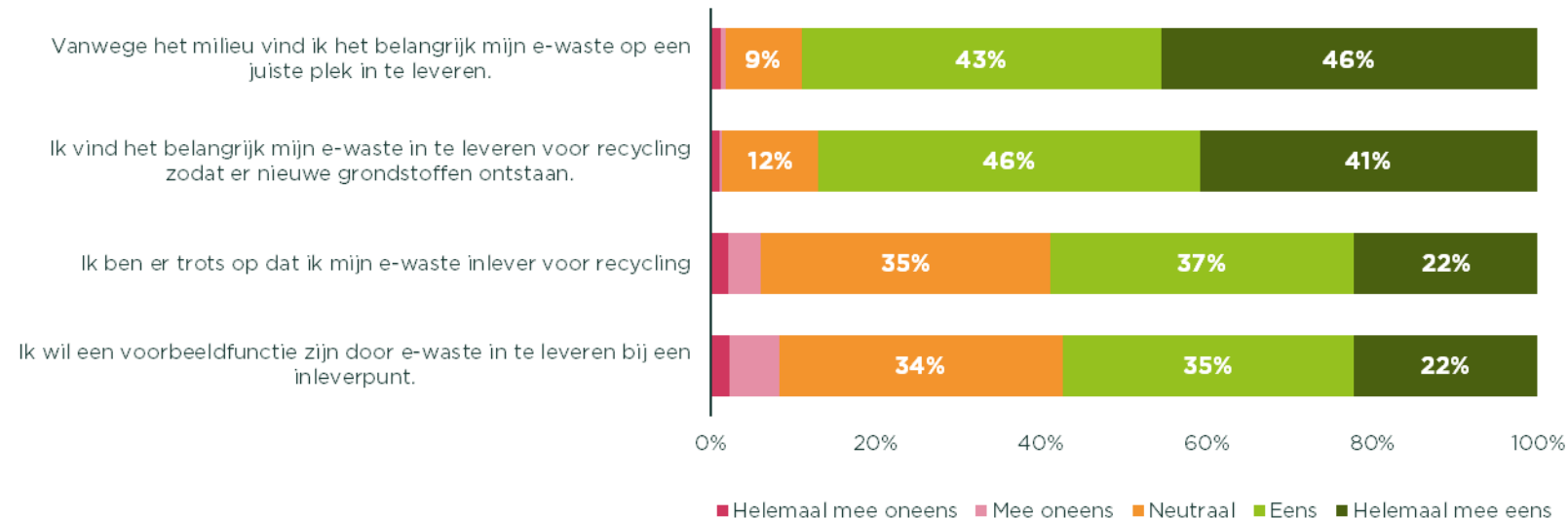
Bijna negen op de tien (89%) Nederlanders geeft aan het belangrijk te vinden om e-waste op de juiste plek in te leveren vanwege het milieu. Ook geeft bijna negen tiende (87%) aan dat het belangrijk is om e-waste in te leveren zodat er nieuwe grondstoffen ontstaan.

De ruime meerderheid van de Nederlanders (59%) is er trots op e-waste in te leveren voor recycling. Ook geeft meer dan de helft van de Nederlanders aan (57%) een voorbeeldfunctie te willen zijn als het gaat om het inleveren van e-waste bij een inleverpunt.

### Figuur 6.2 In hoeverre ben je het eens met de volgende stellingen?

Basis: alle respondenten die al eens e-waste hebben ingeleverd voor recycling

Noot: percentages <5% zijn vanwege zichtbaarheid niet weergegeven in het figuur



# 3. Ervaring met e-waste

## Significante verschillen

Jongeren geven over het algemeen aan eerder gemotiveerd te raken om hun e-waste in te leveren wanneer hier geld of een tegoedbon tegenover zou staan.

Ouderen vinden bij het inleveren van e-waste het juist belangrijk te weten wat er met hun e-waste gebeurt nadat ze het hebben ingeleverd.

Respondenten die hun e-waste al eens in hebben geleverd voor recycling.

### Stellingen gekruist op achtergrondkenmerken

- Meer 55+'ers benoemen dat ze:
  - Een ander blij willen maken met afgedankte elektrische apparaten (18 t/m 34 jaar: 56%; 35 t/m 55 jaar: 63%; 55+: 71%)
  - Het belangrijk vinden dat hun afgedankte elektrische apparaten een nieuw leven krijgen (18 t/m 34 jaar: 55%; 35 t/m 55 jaar: 68%; 55+ 76%)
- Meer Nederlanders in de leeftijdscategorieën 18 t/m 34 jaar en 35 t/m 55 jaar benoemen dat ze:
  - Met een tegoedbon of geld eerder geneigd zouden zijn om hun e-waste in te leveren (18 t/m 34 jaar: 55%; 34 t/m 55 jaar: 49%; 55+: 28%).
- Meer vrouwen (68%) geven aan dat ze het belangrijk vinden om een ander blij te maken met hun afgedankte elektrische apparaten dan mannen (61%).

### Stellingen gekruist op achtergrondkenmerken

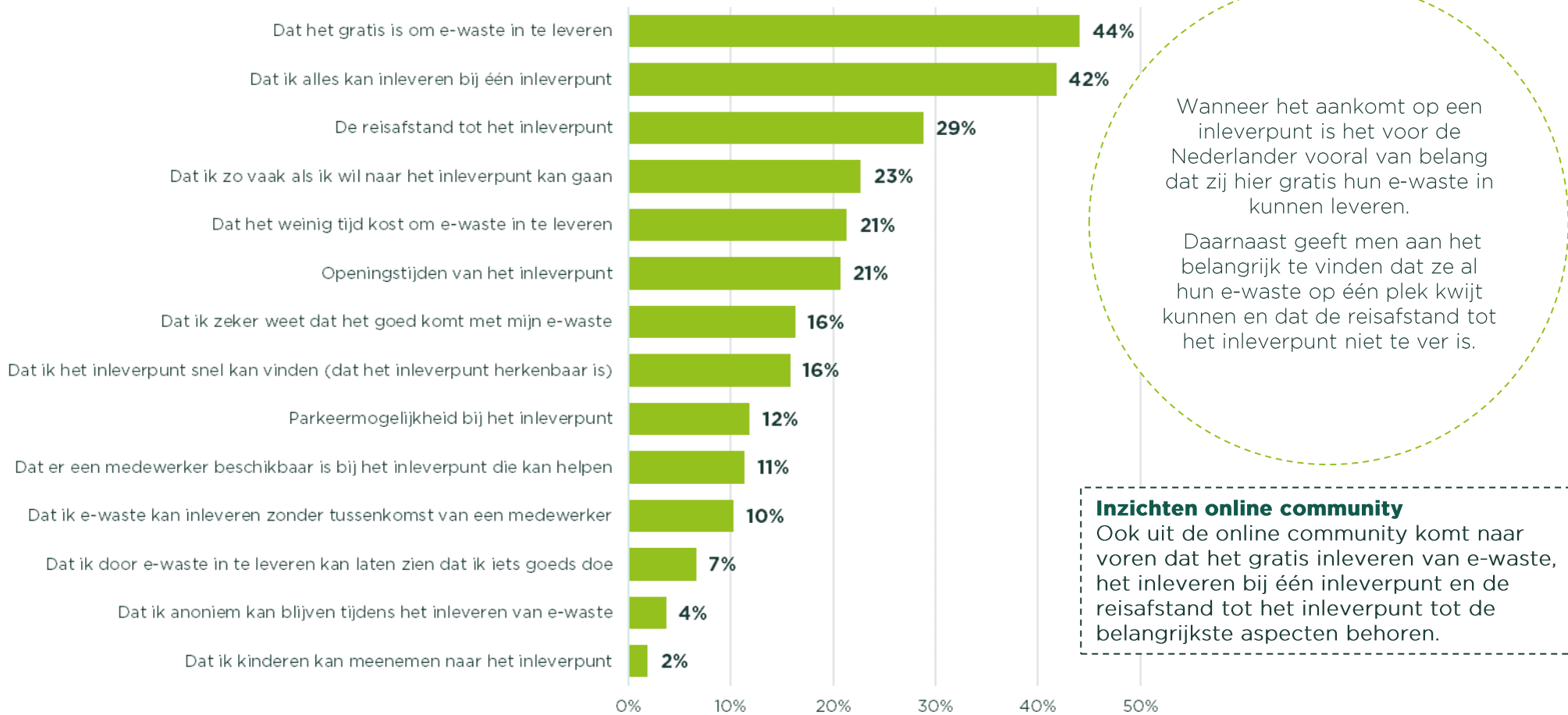
- Meer 55+'ers die hun e-waste al eens hebben ingeleverd benoemen dat ze:
  - Het belangrijk vinden om e-waste in te leveren voor recycling zodat er nieuwe grondstoffen ontstaan (18 t/m 34 jaar: 72%; 35 t/m 55 jaar: 86%; 55+'ers: 92%);
  - Vanwege het milieu het belangrijk vinden om hun e-waste op de juiste plek in te leveren (18 t/m 34 jaar: 75%; 35 t/m 55 jaar: 88%; 55+'ers: 94%);
- Meer Nederlanders die als eerste meegaan in nieuwe trends rondom duurzaamheid geven aan het met elke stelling (helemaal) eens te zijn dan Nederlanders die niet meegaan met de trends of pas later volgen dan anderen.
- Meer Nederlanders die in een dorp wonen (92%) benoemen dat ze vanwege het milieu het belangrijk vinden om hun e-waste in te leveren op de juiste plek dan Nederlanders die in een stad wonen (86%);

# 6. Drijfveren en barrières

Meest belangrijke aspecten

**Figuur 6.3 Stel je gaat je oude elektrische apparaten/lampen inleveren bij een daarvoor bedoeld inleverpunt. Welke aspecten vind je dan het meest belangrijk?**

Basis: alle respondenten



# 6. Drijfveren en barrières

Meest belangrijke aspecten

Tabel 6.1 Welke aspecten vind je dan het meest belangrijk?

Basis: alle respondenten

Meest belangrijke aspecten				
	18 t/m 34 jaar	35 t/m 55 jaar	55 jaar en ouder	Gemiddelde
Dat het gratis is om e-waste in te leveren	43%	43%	45%	44%
Dat ik alles kan inleveren bij één inleverpunt	34%	37%	49%**	42%
De reisafstand tot het inleverpunt	30%	33%*	25%	29%
Dat ik zo vaak als ik wil naar het inleverpunt kan gaan	22%	22%	24%	23%
Dat het weinig tijd kost om e-waste in te leveren	24%*	26%*	16%	21%
Openingstijden van het inleverpunt	15%	24%	21%	21%
Dat ik zeker weet dat het goed komt met mijn e-waste	12%	11%	22%**	16%
Dat ik het inleverpunt snel kan vinden (dat het inleverpunt herkenbaar is)	21%*	15%	14%	16%
Parkeermogelijkheid bij het inleverpunt	11%	10%	14%	12%
Dat er een medewerker beschikbaar is bij het inleverpunt die kan helpen	10%	9%	14%	11%
Dat ik e-waste kan inleveren zonder tussenkomst van een medewerker	12%	11%	9%	10%
Dat ik door e-waste in te leveren kan laten zien dat ik iets goeds doe	8%	5%	7%	7%
Dat ik anoniem kan blijven tijdens het inleveren van e-waste	6%*	1%	5%*	4%
Dat ik kinderen kan meenemen naar het inleverpunt	3%	2%	1%	2%

\*\* Percentage verschilt significant van de percentages binnen de andere twee leeftijdscategorieën.

\* Percentage verschilt significant van het laagste percentage in de rij.

# 7.

## Concepttesten



# 7. Concepttesten

## Concept 1: Wecycle Premium

### Voorgelegd concept:

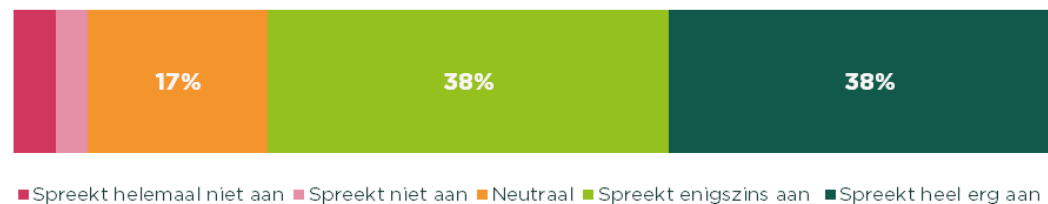
*Bij Wecycle zijn er ook gratis inleverpunten waarbij je kleine afgedankte apparaten en lampen mee kan geven aan een bezorger van een groot apparaat zoals TV of wasmachine of koelkast. Zij nemen al je e-waste mee.*

Driekwart van de Nederlanders (76%) geeft aan dat het concept van Wecycle premium hen aanspreekt. Over de naam is men echter minder enthousiast. Slechts 4% van de respondenten geeft aan spontaan voor deze naam te kiezen wanneer hen wordt gevraagd wat een passende naam voor het concept zou zijn. De naam Wecycle ophaalservice wordt veruit door de meeste respondenten als favoriet aangemerkt.

### Figuur 7.1 In hoeverre spreekt dit concept je aan?

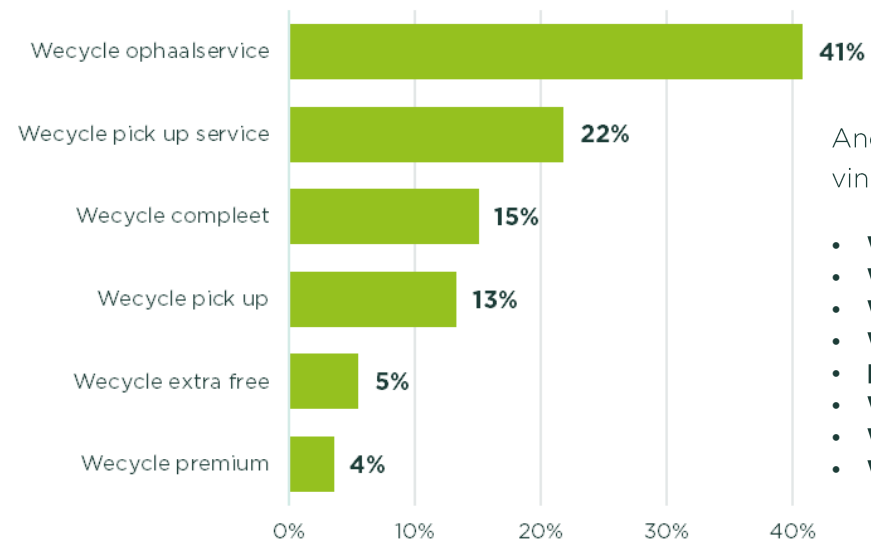
Basis: alle respondenten

Noot: percentages <5% zijn vanwege zichtbaarheid niet weergegeven in het figuur



### Figuur 7.2 Als je een naam voor dit concept zou moeten kiezen, waar gaat dan je voorkeur naar uit?

Basis: alle respondenten



Andere namen die men passend vindt (allen 1 keer genoemd)

- **Wecycle meeneemservice**
- **Wecycle voor jou**
- **Wecycle retourneren**
- **Wecycle station**
- **Hergebruik punt**
- **Wecycle from home**
- **Wecycle together**
- **Wecycle to go**

# 7. Concepttesten

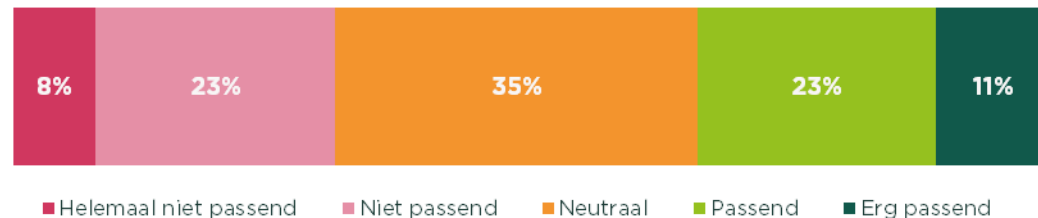
## Concept 1: Wecycle Premium

**Terwijl een derde van de Nederlanders een neutrale houding heeft tegenover de naam Wecycle Premium, geeft een derde aan de naam (helemaal) niet passend te vinden.**

De Nederlanders die Wecycle Premium (helemaal) niet vinden passen bij het concept, geven aan dat de naam premium de indruk wekt van een betaald abonnement en daardoor klinkt als een exclusieve service voor geregistreerde klanten. Daarnaast geven respondenten aan dat ze bij het woord 'premium' denken aan nieuwe artikelen in plaats van afgedankte apparaten.

### Figuur 7.3 In hoeverre vind je de naam "Wecycle premium" passen bij bovenstaande omschrijving?

Basis: alle respondenten



#### Inzichten online community

Ook uit de online community blijkt dat men bij het woord 'premium' de associatie legt met het betalen van geld.



### Kan je uitleggen waarom je de naam 'Wecycle Premium' (helemaal) niet passend vindt?

Basis: respondenten die aangeven 'Wecycle' Premium (helemaal) niet te vinden passen.

- **“Als ik aan premium denk, denk ik aan een betaalde abonnement.”**
- **“Bij het woord premium denk ik gelijk dat er extra betaald moet worden.”**
- **“Je hebt een naam nodig waar meteen duidelijk is wat er mee bedoeld wordt. Premium voegt niks toe. Mensen weten dan nog niet wat er mogelijk is of kan.”**
- **“Premium wekt de indruk dat het een select concept is wat enkel voor leden of geregistreerde of betalende klanten is. Dit wekt drempelverhogend.”**
- **“Wat is er premium aan ophalen van oude apparatuur? Wat maakt dat de nieuwe apparaten dan?”**
- **“Het begrip premium komt uit de lucht vallen. Is er dan ook Wecycle zonder premium? Premium suggereert extra kosten terwijl de zin suggereert dat ook het afhalen gratis is.”**



# 7. Concepttesten

## Concept 2: Ruim je kantoor op-dag

### Voorgelegd concept:

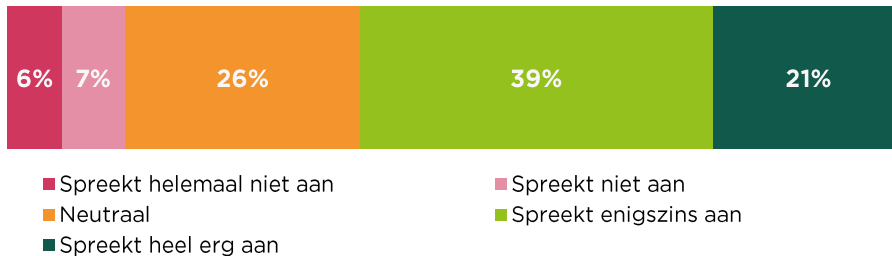
Wecycle organiseert samen met bedrijven een landelijke 'Ruim je kantoor op-dag' om ook alle e-waste op bedrijven en je thuiswerkplek in 1 keer in te leveren voor recycling.

Drie op de vijf werkende Nederlanders (60%) geeft aan dat een landelijke 'ruim je kantoor op-dag' hen zou aanspreken. Vervolgens geeft 40% aan ook daadwerkelijk mee te doen aan een dergelijke dag indien deze geïntroduceerd zou worden.

### Figuur 7.4 In hoeverre spreekt dit concept je aan?

Basis: alle respondenten die werkzaam zijn

Noot: percentages <5% zijn vanwege zichtbaarheid niet weergegeven in het figuur



### Figuur 7.5 Zou je meedoen met deze dag?

Basis: alle respondenten die werkzaam zijn

#### Ja, ik zou meedoen met deze dag

"Het is handig om alles in een keer weg te kunnen doen en je wordt aangespoord door je werkomgeving om mee te doen."

"Als hier genoeg reclame voor zou zijn, kan je hier van te voren over nadenken. En blijf je het niet uitstellen om spullen weg te doen."

"Handig toch, alles in één keer opgeruimd."

"Pok zonder dat je het door hebt verzamelen je zoi. zo'n weggooidag maakt bewust en activeert (mij wel)."

40%

#### Ik weet niet of ik mee zou doen met deze dag

"Ik heb heel weinig kantoorpullen die in aanmerking komen."

"Ik werk bij een groot bedrijf. Iedereen zou dan mee moeten doen en tijd hiervoor vrij maken. Dat kost veel geld."

"Het is afhankelijk van hoeveel tijd het kost."

32%

#### Nee, ik zou niet meedoen met deze dag

"Dat is niet nodig want ik heb geen spullen dat ik kan inleveren. Mijn werkplek is overzichtelijk."

"Ik heb geen thuiswerkplek en ik lever al mijn e-waste al in bij een inleverpunt."

29%

# 7. Concepttesten

## Concept 3: Totaalconcept Wecycle-inleverpunten

### Voorgelegd concept:

*Bij een Wecycle-inleverpunt kun je op verschillende manieren al je e-waste inleveren voor recycling*

*Als je dit via een winkel wil doen, kan dit op de volgende manieren:*

- Apparaten direct achterlaten in de winkel of laten meenemen door de bezorger als je een nieuw soortgelijk apparaat koopt.
- Wecycle inleverbakken in de winkel voor klein e-waste.
- Meegeven van meer e-waste dan alleen je oude aan de bezorger van een nieuw groot apparaat.

*Gemeenten bieden de volgende inleverpunten:*

- Op 1 centrale plek in de gemeente.
- Tijdelijke inzamelwagens of karren op vaste tijden gedurende het jaar in buurten en winkelcentra.

Bijna driekwart van de Nederlanders (74%) geeft aan dat het Totaalconcept van de Wecycle-inleverpunten ze (heel erg) aanspreekt. Acht op de tien (80%) Nederlanders zou zelfs gebruik maken van het gepresenteerde totaalconcept van de Wecycle-inleverpunten. Daarbij wordt er voornamelijk gezegd dat hoe dichterbij een inleverpunt is, hoe groter de kans is dat men er gebruik van zou maken.

### **Figuur 7.6 In hoeverre spreekt dit totaalconcept je aan?**

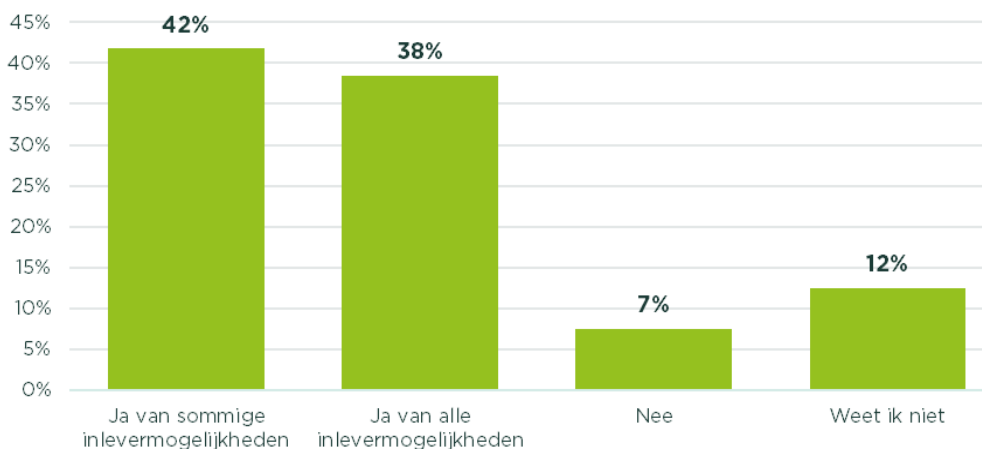
Basis: alle respondenten

Noot: percentages <5% zijn vanwege zichtbaarheid niet weergegeven in het figuur



### **Figuur 7.7 Zou je gebruik maken van de inlevermogelijkheden?**

Basis: alle respondenten



De toelichtingen zijn op de volgende pagina te vinden.

# 7. Concepttesten

## Concept 3: Totaalconcept Wecycle-inleverpunten

### Zou je gebruik maken van de inlevermogelijkheden?

Basis: alle respondenten

#### Ja

*“Voor mensen die geen auto bezitten zou het handig zijn om dit bijvoorbeeld 2 keer in het jaar op locatie te doen in woonplaats.”*

*“Het zou handig zijn als ik er niet ver voor hoeft te rijden, dat ik het eventueel lopend zou kunnen wegbrengen, dat is ook veel milieuvriendelijker.”*

*“Hoe meer inleverpunten bij plekken waar je toch al komt, is makkelijker dan 5 km naar de milieustraat moeten rijden.”*

*“Ik zou het het fijnst vinden om alles op 1 plek kwijt te kunnen.”*

80%

#### Nee / weet ik niet

*“Bezorgers weigeren standaard alle apparaten boven de 20 kilo mee te nemen. Wettelijk bepaald of niet.”*

*“Licht eraan Hoe gemakkelijk het gaat.”*

*“Licht eraan hoever ik moet reizen.”*

*“Liever een vaste plaats waar je heen kan gaan als het je uitkomt.”*

*“Ligt eraan waar het inleverpunt is, op welke tijden deze open is.”*

7%

# 7. Concepttesten

## Concept 4: Nationale dag

### **Voorgelegd concept:**

*Stel dat er een 'nationale recycle vandaag je apparaten en lampendag' geïntroduceerd zou worden om e-waste in te leveren, weg te geven, te verkopen of te repareren. Op die dag zou het recyclen van apparaten en lampen belicht worden door communicatie uitingen en activiteiten.*

De meeste Nederlanders (47%) staan positief tegenover de introductie van een nationale dag. Het voorjaar wordt met name gezien als het meest geschikte moment.

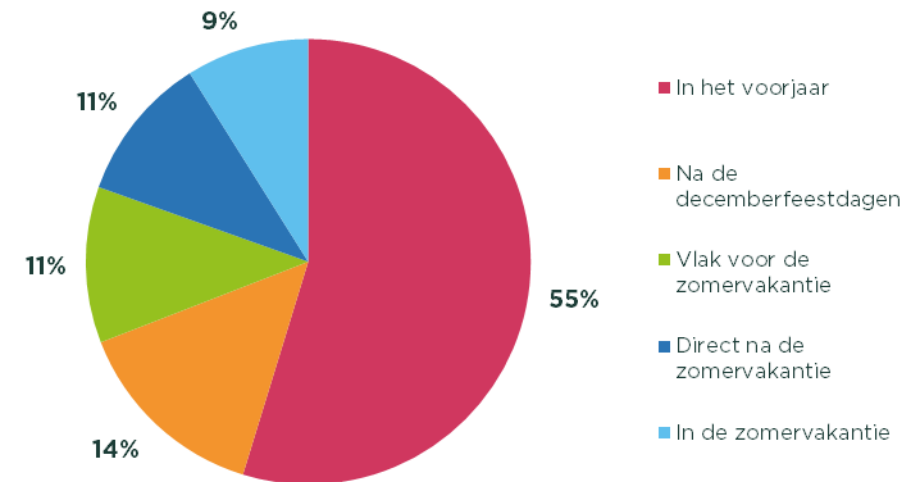
### **Figuur 7.8 In hoeverre spreekt dit concept je aan?**

Basis: alle respondenten



### **Figuur 7.9 Wat zou je het meest geschikte moment in het jaar vinden voor zo'n dag?**

Basis: alle respondenten



# 7. Concepttesten

## Concept 4: Nationale dag

De voorgestelde nationale dag zou volgens de meeste Nederlanders succesvol gekoppeld kunnen worden aan de voorjaars schoonmaak. Daarnaast geven Nederlanders veelal aan dat ze, naast de communicatie over de nationale dag, activiteiten zoals inzamelacties of een voorjaarsmarkt zouden waarderen om zelf ook meer gemotiveerd te worden.

### Heb je nog tips voor dit concept?

Basis: alle respondenten

#### Koppelen aan voorjaars schoonmaak

*“Voor de zomervakantie is iedereen druk, misschien handiger met de ‘voorjaars schoonmaak’.”*

*“Koppel het aan grote schoonmaak in de lente. Laat mensen via een forum of sociale media ervaringen uitwisselen. Laat mensen lokaal ruilen of weggeven.”*

*“Het moment wanneer iedereen de kriebels van een grote (voorjaars-) schoonmaak voelt.”*

*“Combineer het met de voorjaars schoonmaak en koppel het aan actieve mogelijkheden om spullen in te leveren. Alleen informatie spreekt mij niet zo aan.”*

#### Zowel activatie als communicatie

*“Zorg er voor dat het makkelijk is om spullen in te leveren. Maak mensen er vooral ook bewust van dat we geen consumptiemaatschappij meer moeten zijn, maar ook spullen moeten repareren of langer gebruiken als ze nog goed zijn. Dus dat we in het algemeen duurzamer moeten zijn.”*

*“Niet alleen communicatie, maar ook actieve inzameling door gemeenten. Bijv. zoals in Hongarije. Een soort nationale schoonmaak-dag, waarbij je bijv. al je e-waste aan de straat kan zetten.”*

*“Maak een voorjaarsmarkt zoals koningsdag in de buurt en ruim na afloop resten gratis op.”*

*“Vroeger had je een ophaaldienst voor grof vuil, dat zou ik graag terug zien, al is het maar 1x per jaar.”*

#### Meer dan één dag

*“Niet iedereen kan op een afgesproken dag. Daarbij wordt het vast veel te druk. Meerdere dagen per jaar.”*

*“Ik zou het dan vaker dan één keer per jaar doen.”*

*“Zorg ervoor dat de openingstijden van de inleverpunten uitgebreid worden, zodat er beschikbaarheid is buiten werkuren. Vaak zijn dit soort dagen maandag t/m vrijdag overdag. Ik ben deze dagen van 07.00 tot 18.00 uur niet thuis... dus kan dan ook nooit wat inleveren op dit soort dagen.”*

*“Éen dag is niet handig omdat veel mensen werken, naar school gaan en dergelijke. Je bereikt niet iedereen. Beter zou zij 2-3 dagen waar iedereen de mogelijkheden heeft. Incl een zaterdag.”*

# 7. Concepttesten

## Significante verschillen

### Mate van aansprekendheid concept Wecycle gekruist op achtergrondkenmerken.

- Meer Nederlanders tussen de 18 en 34 (13%) geven aan dat het concept Wecycle Premium ze (helemaal) niet aanspreekt dan Nederlanders in de oudere leeftijdscategorieën (35 t/m 55 jaar: 7%; 55+: 3%).

### Mate van aansprekendheid 'ruim je kantoor op-dag' gekruist op achtergrondkenmerken.

- Meer Nederlanders die als eersten meegaan met trends op het gebied van duurzaamheid (77%) geven aan dat het concept 'ruim je kantoor op-dag' ze (heel erg) aanspreekt dan Nederlanders die niet meegaan met duurzame trends (32%) of het later volgen (58%);
- Meer Nederlanders tussen de 18 en 34 jaar (45%) benoemen dat ze mee zouden doen met de 'ruim je kantoor op-dag' dan Nederlanders in de andere leeftijdscategorieën (35 t/m 55 jaar: 37%; 55+: 33%).

### Mate van aansprekendheid 'nationale dag' gekruist op achtergrondkenmerken.

- Meer Nederlanders die met een van de betreffende life events te maken hebben gehad dan Nederlanders waarbij dat niet het geval is geweest, geven aan dat de nationale dag ze (heel erg) aanspreekt.
- Meer Nederlanders die als eersten meegaan met duurzame trends (65%) benoemen dat de nationale dag ze (heel erg) aanspreekt dan Nederlanders die niet meegaan met trends (29%) of ze later volgen (46%);
- Meer Nederlanders in de leeftijdscategorieën 35 t/m 55 jaar (56%) en 55+ (61%) geven aan dat ze het voorjaar een geschikt moment voor zo'n nationale dag zouden vinden dan Nederlanders in de leeftijdscategorie 18 t/m 34 jaar (42%);
- Meer Nederlanders tussen de 18 en 34 jaar (17%) vinden de zomervakantie een geschikt moment dan Nederlanders in de andere leeftijdscategorieën (35 t/m 55 jaar: 12%; 55+: 3%).

### Mate van aansprekendheid 'totaalconcept' gekruist op achtergrondkenmerken.

- Meer Nederlanders die met een van de betreffende life events te maken hebben gehad dan Nederlanders waarbij dat niet het geval is geweest, geven aan dat het totaalconcept ze (heel erg) aanspreekt.
- Meer 55+'ers (44%) benoemen dat ze gebruik zouden maken van alle inlevermogelijkheden bij deze Wecycle-inleverpunten dan Nederlanders in andere leeftijdscategorieën (18 t/m 34 jaar: 31%; 35 t/m 55: 36%);
- Meer Nederlanders tussen de 18 en 34 jaar (12%) geven aan dat ze geen gebruik zouden maken van de inlevermogelijkheden bij de Wecycle-inleverpunten dan Nederlanders in andere leeftijdscategorieën (35 t/m 55 jaar: 8%; 55+: 5%);
- Meer mannen (43%) benoemen dat ze gebruik zouden maken van alle inlevermogelijkheden dan vrouwen (34%).

# Colofon

## Colofon

Markteffect B.V.  
Schimmelt 46  
5611 ZX Eindhoven

+31 40 239 22 90  
markteffect.nl

### Disclaimer ©

Dit rapport is gemaakt door Markteffect B.V., exclusief te behoeve van gebruik door de opdrachtgever(s). Dit rapport is incompleet zonder te refereren aan, en zal alleen in samenloop worden gezien met, de mondelinge toelichting verzorgd door Markteffect B.V. Dit rapport is eigendom van de opdrachtgever(s) en mag niet worden onthuld aan derden of gebruikt voor elk ander doel zonder vooraf schriftelijke toestemming van Markteffect B.V. of de opdrachtgever(s).

De informatie in dit rapport geeft de visie weer van Markteffect B.V. op basis van door middel van onderzoek gevonden feiten. Tijdens dit onderzoek heeft Markteffect B.V. vertrouwd op de accuraatheid en volledigheid van beschikbare informatie van publieke en private bronnen gebruikt voor dit marktonderzoek. Markteffect B.V. en haar werknemers wijzen elke verantwoordelijkheid af betreffende het gebruik van deze rapportage.



**Veerle Houben**  
Onderzoeksspecialist  
T 040 - 239 22 90  
v.houben@markteffect.nl



**Tanya Sahin**  
Onderzoeksspecialist  
T 040 - 239 22 90  
t.sahin@markteffect.nl



**Joris van de Schoor**  
Client Consultant  
T 040 - 239 22 90  
j.vandeschoor@markteffect.nl



**Patrick Evers**  
Client Consultant  
T 040 - 239 22 90  
p.evers@markteffect.nl