

De Nederlandse kijk op duurzaamheid



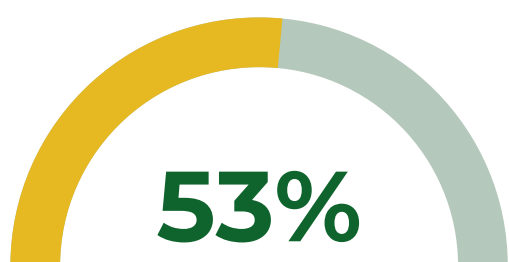
Een infographic over bezit, reparatie en recycling van outdoorproducten

Hun liefde voor buiten, motiveert buitenwinkel Bever iedere dag om zichzelf nog duurzamer te maken. Ze nemen de verantwoordelijkheid voor hun eigen bijdrage aan het wereldwijde probleem van overproductie, overconsumptie en afvalbergen vol onnodig weggegooide producten. En ze werken hard aan een oplossing hiervoor. Dit doen ze door te kiezen voor duurzamere merken en materialen, door het aanbieden van reparatie- en onderhoudsservices, hun 2e Buitenkans-collectie, maar ook door **consumenten te helpen met consuminderen en ze te leren hoe ze de levensduur van hun producten kunnen verlengen.**

Om dit optimaal te kunnen doen, wil Bever beter begrijpen hoe consumenten omgaan met hun outdoorproducten in de hele levenscyclus van het product. Daarom heeft Bever Mountainview Research gevraagd voor een onderzoek naar de houding en het gedrag van mensen als het gaat om het gebruik en het verlengen van de levensduur van outdoorproducten.

Het onderzoek is uitgevoerd door onafhankelijk marktonderzoeksbureau [Mountainview Research](#) onder **1.400 Nederlanders van 18 jaar of ouder**. Het onderzoek is uitgevoerd op verzoek van [buitenwinkel Bever](#).

Bezit



vindt het belangrijk dat een product lang meegaat, maar ze vinden het lastig om te bepalen wat ze kunnen verwachten van de levensduur.

“Kwaliteit, prijs en levensduur zijn belangrijkste aankoopcriteria.

Duurzame productie staat bijna onderaan de lijst van criteria als het gaat om aankopen doen.”

Reparatie & onderhoud



denkt niet aan onderhoud of heeft er geen zin in.



vindt de kosten van een reparatie een reden om dit niet te doen.

Reparatie in winkel nog niet top-of-mind

Mensen repareren vaak zelf spullen of gaan hiervoor naar de kleermaker. Het is nog niet gebruikelijk om hiervoor terug te gaan naar de winkel waar men het product aanschafte.



Recycling

Slijtage of defect

De meeste producten worden pas afgedankt als ze echt kapot zijn (kapotte ritsen, gaten of lekkages) of als het product té versleten is (vale kleur, verweerde materialen).

Past niet meer

Soms worden producten weggedaan als ze niet meer passen doordat mensen veranderd zijn of doordat ze bijvoorbeeld een grotere tent nodig hebben in verband met gezinsuitbreiding.

Behoeft aan iets nieuws

Een deel van de consumenten doet een product weg als er bijvoorbeeld een nieuwere versie op de markt komt met betere functionaliteiten, als men is uitgekeken op het product of als het product niet meer trendy is.



Voor zes op de tien Nederlanders is het niet duidelijk hoe ze hun producten het beste kunnen recyclen.

“Producten belanden nog te vaak onnodig in de vuilnisbak omdat mensen niet weten welke producten wel en niet gerecycled kunnen worden. Op de vraag wat zij nodig hebben om hun spullen optimaal te kunnen recyclen, wordt opvallend vaak genoemd dat er een tekort aan duidelijke en toegankelijke inzamelpunten in de buurt is. Er is duidelijk een grote behoefte aan meer informatie, advies en inzamelpunten.”

Conclusie

Uit het onderzoek komt duidelijk naar voren dat retailers consumenten op verschillende momenten kunnen helpen om de levensduur van hun producten te verlengen.

Bij het aankoopproces hebben consumenten behoefte aan duidelijke en objectieve informatie over wat ze kunnen verwachten van de levensduur. Nu is er geen duidelijke manier om daar achter te komen.

Tijdens het gebruik weten consumenten wel wat ze zouden moeten doen qua onderhoud, maar ze doen het niet altijd. Het moet voor consumenten echt een gewoonte worden, zoals tandenpoetsen.

Voor effectieve recycling hebben consumenten informatie nodig over welk type producten ze waar en op welke manier kunnen recyclen. Producten belanden nog te vaak in de vuilnisbak, omdat mensen niet weten waar ze ze kunnen inleveren of er geen vertrouwen in hebben dat het dan ook echt goed gerecycled wordt.

Retailers kunnen consumenten helpen om duurzame keuzes te maken, enerzijds door te vertellen hoe ze dat kunnen doen, anderzijds door het hen zo makkelijk mogelijk te maken.

