



De Nederlandse kijk op duurzaamheid

Een onderzoek naar bezit, gebruik, reparatie,
onderhoud en recycling van outdoorproducten



AANLEIDING & AANPAK

Hun liefde voor buiten motiveert buitenwinkel Bever iedere dag om zichzelf nog duurzamer te maken. Ze nemen hun verantwoordelijkheid voor hun eigen bijdrage aan het wereldwijde probleem van overproductie, overconsumptie en afvalbergen vol onnodig weggegooiden 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 onderhoudsservice, hun 2e Buitenkans-collectie, maar ook door consumenten te helpen met consuminderen en 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.

Mountainview Research heeft een enquête uitgezet onder een representatieve steekproef van algemeen Nederlands publiek. In totaal hebben 1400 mensen met als leeftijd 18+, representatief op geslacht, leeftijd en opleidingsniveau, aan het onderzoek meegewerkt. Het online veldwerk heeft plaatsgevonden van 5 t/m 20 september 2023.

VOORWOORD



Als outdoorspecialist willen we mensen inspireren naar buiten te gaan, maar voelen we ons ook verplicht om voor buiten te zorgen. We hebben als retailer de verantwoordelijkheid om ervoor te zorgen dat consumenten niet maar ondoordacht blijven kopen. Daarom willen wij juist consumenten inspireren om bewuste keuzes te maken. We snappen dat we niet meteen iedereen kunnen overtuigen om zijn of haar producten beter te verzorgen, en te consuminderen. Maar we snappen ook dat we niet tot morgen kunnen wachten om in actie te komen. De resultaten uit dit onderzoek geven ons inzicht in hoe wij consumenten nog beter kunnen helpen met consuminderen en hoe wij hen kunnen leren hoe ze de levensduur van hun producten kunnen verlengen.

Linde Leeuwenburg, Bever



Als je als organisatie wilt dat consumenten duurzamere keuzes gaan maken of duurzamer met hun spullen omgaan, moet je begrijpen hoe hun gedrag nu is en welke drempels consumenten ervaren. De ene keer is het een gebrek aan kennis, terwijl bij een andere duurzame keuze andere drempels spelen. We weten uit verschillende onderzoeken dat veel consumenten zich best wel duurzamer willen gedragen, alleen gebeurt het niet altijd.

Dit onderzoek over outdoor-producten geeft inzicht in hoe consumenten nu met hun producten omgaan en hoe de sector hen kan helpen om bewustere keuzes te maken en langer met hun spullen te doen. Ik hoop dan ook dat niet alleen Bever maar ook andere organisaties hier inzichten uit kunnen halen om de consument te helpen een stapje in de goede richting te zetten. Want we moeten het samen doen!

Anke Bergmans, Mountainview Research

KEY TAKEAWAYS

1. MEER INFORMATIE BIJ AANKOOP

Bij de aankoop van nieuwe outdoor-items willen mensen informatie ontvangen over de verwachte levensduur, zodat ze daar in hun keuze rekening mee kunnen houden.

2. DUURZAME PRODUCTIE LAGE PRIORITEIT

Duurzame productie staat bijna onderaan de prioriteitenlijst van consumenten als het gaat om het aankopen van een outdoorproduct

3. LANGE LEVENSDUUR BELANGRIJK

Voor 53 procent van de Nederlanders is het belangrijk dat een product lang meegaat, maar ze vinden het lastig om te bepalen wat ze kunnen verwachten van de levensduur.

4. GEEN ZIN IN ONDERHOUD

Onderhoud van spullen schiet er regelmatig bij in, omdat mensen er niet aan denken of er geen zin in hebben.

5. 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.

6. RECYCLINGPROCES MOET DUIDELIJKER

Voor zes op de tien Nederlanders is niet duidelijk hoe ze hun producten het beste kunnen recyclen. De grootste drempel is dat mensen niet weten wat ze allemaal kunnen recyclen en waar ze hun spullen kunnen inleveren.

7. TEKORT AAN DUIDELIJKE EN TOEGANKELIJKE INZAMELPUNTEN

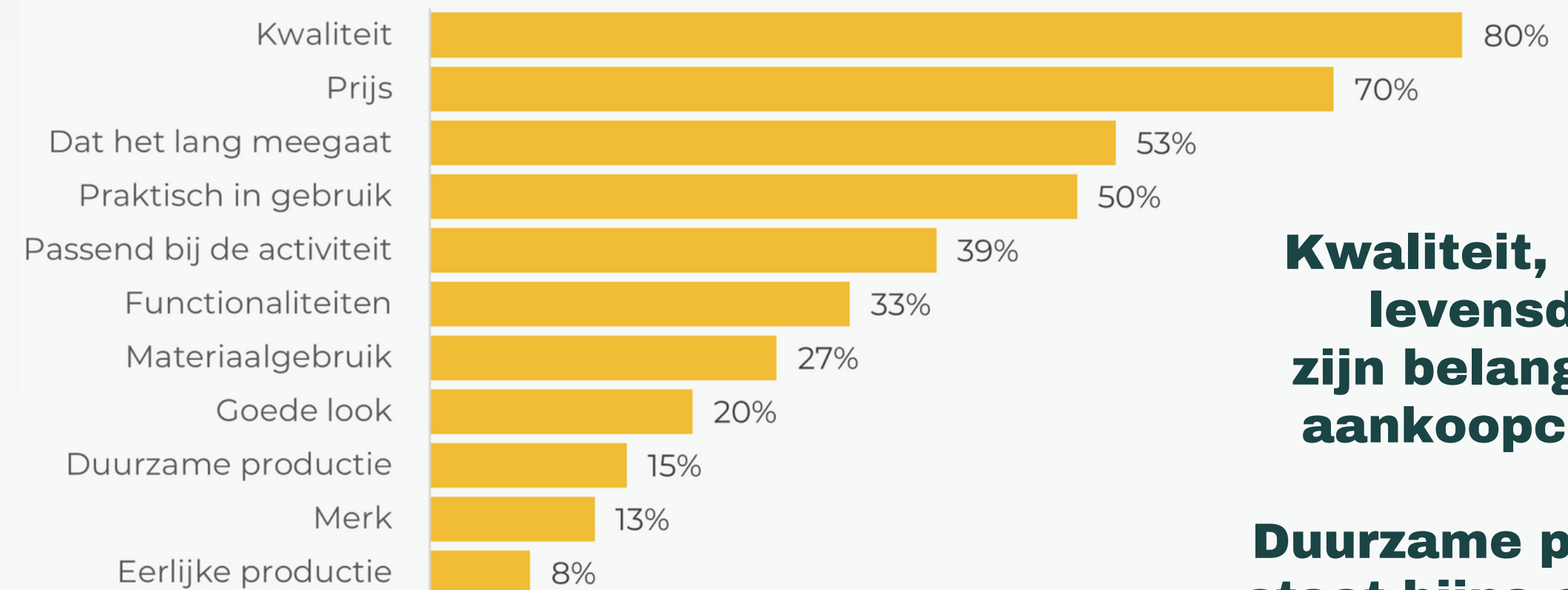
Op de vraag wat men nodig heeft om hun spullen optimaal te kunnen recyclen, wordt opvallend vaak geantwoord dat er een tekort aan duidelijke en toegankelijke inzamelpunten in de buurt is.



AANKOOP & BEZIT

Bezit vormt de kern van hoe consumenten hun relatie met producten definiëren, ook beïnvloedt het in hoge mate hoe zij deze producten gebruiken, onderhouden en (mogelijk) recyclen. Uit het onderzoek blijkt dat naast prijs en kwaliteit, ook de levensduur van een product een belangrijk aankoopcriterium is. Duurzame productie staat bijna onderaan de lijst van criteria als het gaat om aankopen doen.

Wat zijn voor jou belangrijke criteria bij de aanschaf van outdoorartikelen?



Kwaliteit, prijs en levensduur zijn belangrijkste aankoopcriteria.

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

AANKOOP & BEZIT

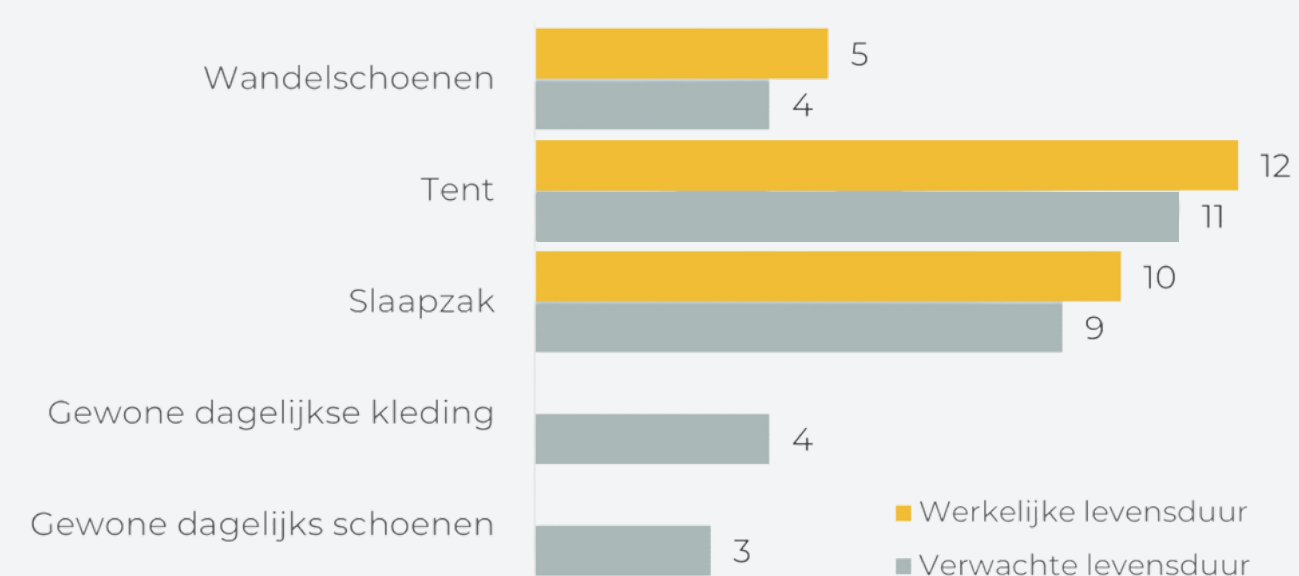
Voor 53 procent van de Nederlanders is het belangrijk dat een product lang meegaat, maar ze vinden het lastig om te bepalen wat de gemiddelde levensduur is. Om dit te onderzoeken, gaat een op de drie Nederlanders online op zoek naar meer informatie en gebruikerservaringen om vervolgens bij een goed aangeschreven outdoorwinkel het product te kopen.

De levensduur van outdoorproducten sluit over het algemeen wel aan bij de verwachting

Hoe bepaal je bij aankoop van een outdoorproduct of het lang meegaat?



Verwachte vs. werkelijke levensduur outdoorproducten gemiddelde in aantal jaar



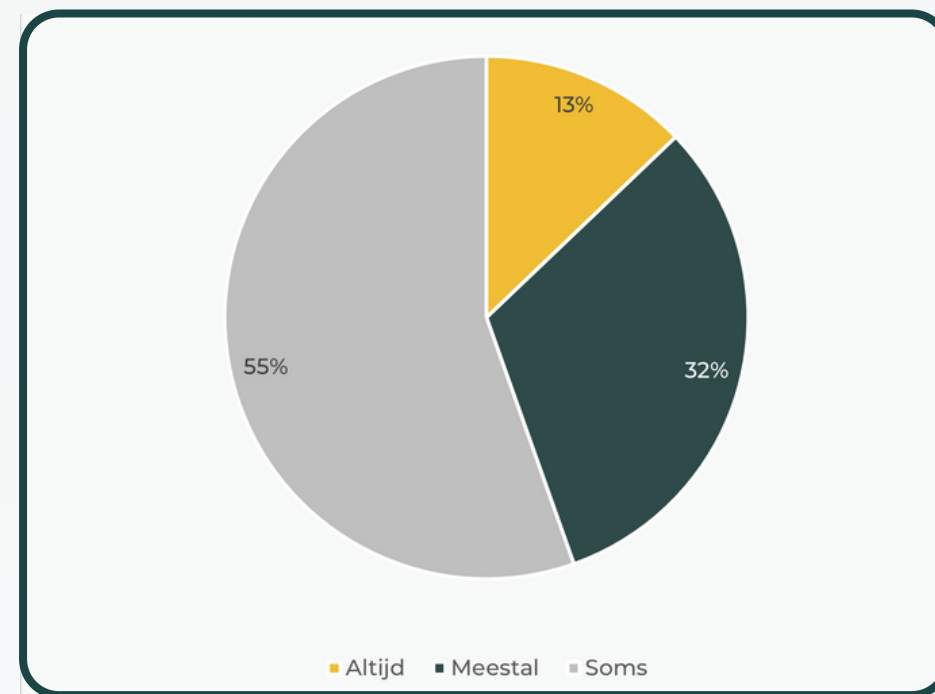


REPARATIE & ONDERHOUD

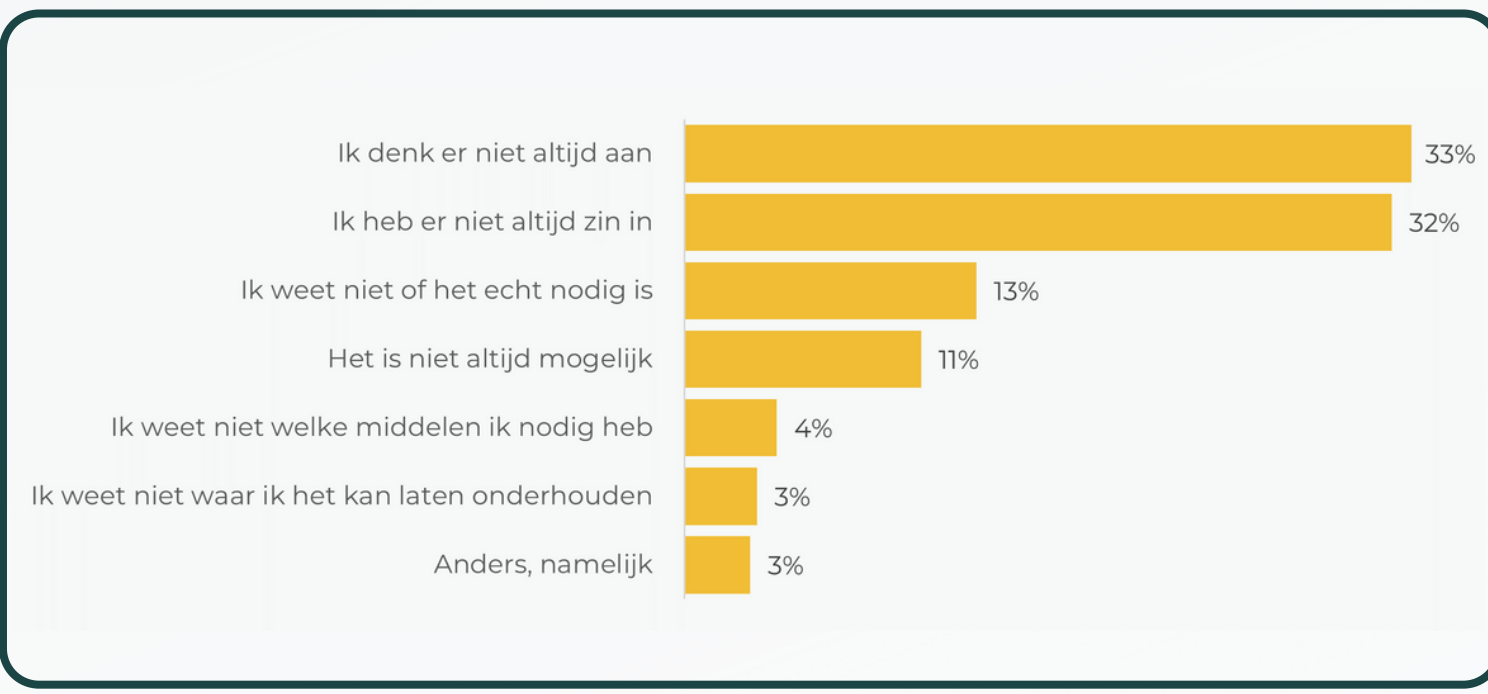
Hoe denkt de gemiddelde Nederlander over reparatie of het tussentijds onderhouden van hun buitenproducten? Weten consumenten bijvoorbeeld dat drogen en schoonmaken van spullen bijdraagt aan een langere levensduur? En wat doen ze als een product slijtage heeft of een onderdeel kapot is? Gooien ze het dan weg of laten ze het repareren? Uit het onderzoek blijkt dat onderhoud van spullen er regelmatig bij inschiet, omdat mensen er niet aan denken of er geen zin in hebben.

65% van de Nederlanders denkt niet aan onderhoud of heeft er geen zin in.

Hoe vaak pas je een maatregel toe om de levensduur van je outdoorproduct te verlengen?



Wat is de belangrijkste reden dat je spullen niet altijd goed onderhoudt?



REPARATIE & ONDERHOUD

Ook reparatie in de winkel lijkt nog niet top-of-mind. Mensen repareren vaak zelf spullen of gaan hiervoor naar de kleermaker. Het is minder gebruikelijk om hiervoor terug te gaan naar de winkel waar men het product heeft gekocht.

Voor één op de drie Nederlanders zijn de kosten van een reparatie een reden om dit niet te doen.

Hoe repareer je kapotte spullen meestal?



Wat is de belangrijkste reden dat je spullen niet altijd repareert?





RECYCLING

Hoe staat de gemiddelde Nederlander tegenover recycling in relatie tot hun outdoorproducten? Wanneer is een product in hun ogen niet goed genoeg meer? Zijn ze zich bewust van de mogelijkheden om producten een tweede leven te geven? Weten ze hoe en waar ze hun spullen kunnen recyclen en houden ze er rekening mee of het item versleten of kapot is?

Uit het onderzoek blijkt dat voor zes op de tien Nederlanders het niet duidelijk is hoe ze hun producten het beste kunnen recyclen. De grootste drempel is dat mensen niet weten wat ze allemaal kunnen recyclen. 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. Ze weten niet welke producten wel en niet gerecycled kunnen worden. Er blijkt een grote behoefte aan meer informatie, advies en inzamelpunten.



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

RECYCLING

Op de vraag wat men nodig heeft om hun spullen te gaan recyclen, zijn de volgende punten benoemd:

- Meer duidelijke en toegankelijke inzamelpunten in de buurt
- Bewustwording en informatie over wat er allemaal gerecycled kan worden
- Stimuleren van donatie en hergebruik
- Transparantie over het recyclingproces
- Gebruik van milieuvriendelijke materialen
- Informatie bij aankoop over recyclemogelijkheden
- Beloningen en incentives om recycling op een leuke manier te stimuleren

Voor optimale recycling van outdooritems is een combinatie nodig van toegankelijke inzamelpunten, transparantie, informatieverstopping en incentives.

Wat is de reden dat je je outdoorspullen niet in een kledingbak doet of naar een recyclepunt brengt?





**BUITEN HEEFT JE NODIG
ONDERHOUD, REPAREER
EN RECYCLE**

BUITENHEEFTJENODIG.NL



**WIL JE MEER WETEN OF WIL JE SAMENWERKEN OM DE
AFVALBERG TE HELPEN VERMINDEREN? NEEM DAN
CONTACT MET ONS OP.**

Bever

Linde Leeuwenburg

E-mail: linde.leeuwenburg@bever.nl

Tel: +31 (0)6 21480425

Mountainview Research

Anke Bergmans

E-mail: anke@mountainviewresearch.nl

Tel: +31 (0)6 12059614