



ALLE RECHTEN VOORBEHOUDEN

Rapportage

Onderzoek naar verpakkingen

In opdracht van:

Milieu Centraal

Dongen, 14-7-2013
Ondernummer: 17040

GfK Panel Services Benelux BV
Middellaan 25,
5102 PB Dongen

Contactpersonen:
M.G.C.M. Janssen
J.J.J. Barten

Inhoudsopgave

| | |
|--|-----------|
| INHOUDSOPGAVE | 1 |
| 1 INLEIDING | 2 |
| 1.1 ACHTERGROND VAN HET ONDERZOEK | 2 |
| 1.2 DOELSTELLING | 2 |
| 1.3 ONDERZOEKSVERANTWOORDING | 2 |
| 1.4 RAPPORTAGE | 3 |
| 2. RAPPORTAGE | 4 |
| 2.1 KENNIS EN HOUDING TEN AANZIEN VAN MILIEUVRIENDELIJKE PRODUCTEN | 4 |
| 2.2 KENNIS EN HOUDING TEN AANZIEN VAN VERPAKKINGEN | 8 |
| 2.3 KENNIS EN HOUDING TEN AANZIEN VAN DE MILIEUVRIENDELIJKHEID VAN VERPAKKINGEN | 12 |
| 2.4 KENNIS EN HOUDING TEN AANZIEN VAN HET MELDPUNT VERPAKKINGEN | 18 |
| 2.5 INTENTIE OM ACTIEF BIJ TE DRAGEN AAN DUURZAAMHEID | 20 |
| 2.6 INFORMATIEBEHOEFTE TEN AANZIEN VAN VERPAKKINGEN | 22 |
| 3. SAMENVATTING & CONCLUSIES | 24 |
| 3.1 SAMENVATTING | 24 |
| 3.2 CONCLUSIES EN AANBEVELINGEN | 26 |
| BIJLAGE 1: TARGETS VAN DE DOELPOPULATIE | 29 |
| BIJLAGE 2: VRAGENLIJST | 30 |

1 Inleiding

1.1 Achtergrond van het onderzoek

Milieu Centraal is een landelijke, onafhankelijk organisatie die consumenten praktische en betrouwbare milieu-informatie biedt. Hiermee wordt consumenten handvatten geboden om in het dagelijkse leven milieuvriendelijke keuzes te maken.

Een van de thema's waar Milieu Centraal zich mee bezighoudt is "Afval heb je zelf in de hand". Per 1 januari 2013 is het Kennisinstituut Duurzaam Verpakken opgericht door de Rijksoverheid, de Vereniging Nederlandse Gemeenten (VNG) en het verpakkende bedrijfsleven. Doel van dit instituut is te komen tot een verduurzaming van de gehele verpakkingsketen. Sinds kort is er een meldpunt opgericht waar consumenten hun ideeën over het milieuvriendelijker maken van verpakkingen kunnen uiten. Dit meldpunt is ondergebracht bij Milieu Centraal.

Om inzicht te krijgen in de kennis en houding van consumenten ten aanzien van verpakkingen en milieu heeft GfK in opdracht van Milieu Centraal een onderzoek uitgevoerd. Het onderhavige rapport biedt inzicht in de resultaten en conclusies van dit onderzoek.

1.2 Doelstelling

De doelstelling van het onderzoek is omschreven als:

Inzicht verkrijgen in de kennis en houding van consumenten ten aanzien van de milieuvriendelijkheid/duurzaamheid van verpakkingen.

1.3 Onderzoeksverantwoording

Methode van onderzoek

Om antwoord te krijgen op de geformuleerde doelstelling is kwantitatief onderzoek uitgevoerd. Het onderzoek is met behulp van CAWI (Computer Assisted Web Interviewing) uitgevoerd. Hierbij is gebruik gemaakt van het online panel van GfK (ConsumerJury).

Doelgroep

De doelgroep bestaat uit Nederlandse personen van 18 jaar en ouder.

Streekproeftrekking

Binnen het online panel van GfK is een representatieve bruto steekproef van 1.650 respondenten uitgezet. Netto hebben **n=1.055** respondenten deelgenomen aan het onderzoek. Het responspercentage bedraagt daarmee 66%.

Om te komen tot representatieve resultaten zijn voorafgaand aan het onderzoek targets opgesteld van de doelgroep. Deze targets (zie bijlage 1) zijn gebruikt om een representatieve bruto steekproef te trekken. De netto steekproef is in lijn met de targets en is daarom niet opnieuw gewogen om eventuele selectieve respons te corrigeren.

Veldwerkperiode

Het onderzoek heeft plaatsgevonden van woensdag 19 juni 2013 tot en met zondag 30 juni 2013. Extra veldwerk maandag 1 juli tot en met zondag 7 juli.

Vragenlijst

De vragenlijst die ten behoeve van dit onderzoek is gebruikt kende een invultijd van circa 5 minuten. De vragenlijst is in overleg met Milieu Centraal opgesteld. De definitieve vragenlijst bevindt zich in bijlage 2.

1.4 Rapportage

In dit eerste hoofdstuk staat de verantwoording van het onderzoek. Hoofdstuk 2 van dit rapport bevat een beschrijving van de resultaten van het onderzoek. Hoofdstuk 3 bevat de samenvatting met conclusies en enkele aanbevelingen.

Naast deze tekstrapportage heeft Milieu Centraal ook een tabellenrapportage in Excel ontvangen waarbij per vraag de rechte tellingen zijn weergegeven. Iedere vraag/tabel wordt daarbij uitgesplitst naar 4 achtergrondvariabelen of kopvariabelen:

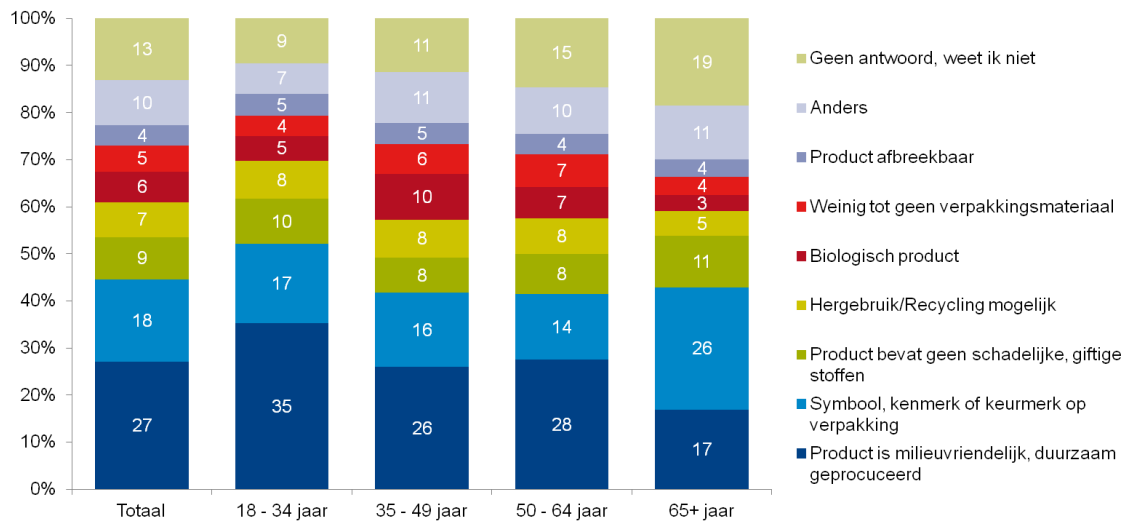
- Geslacht (man/vrouw), leeftijd (18-34,35-49,50-64,65+), opleiding voltooid (laag, midden, hoog), gezinsinkomen (beneden modaal, modaal, boven modaal, onbekend);
- Regio (3 grote steden en randgemeenten, regio west, noord, oost, zuid);
- Gezinssituatie (op randtotalen) (alleenstaand, gezin met kinderen, gezin zonder kinderen).

2. Rapportage

2.1 Kennis en houding ten aanzien van milieuvriendelijke producten

Om inzicht te krijgen in de kennis en houding van de Nederlandse bevolking ten aanzien van milieuvriendelijke producten, is allereerst gevraagd wanneer men denkt dat een product in de winkel milieuvriendelijk is (gehercodeerde spontane reacties). In figuur 1 ziet u de resultaten.

Wanneer is een product in een winkel milieuvriendelijk? (Vraag 1)



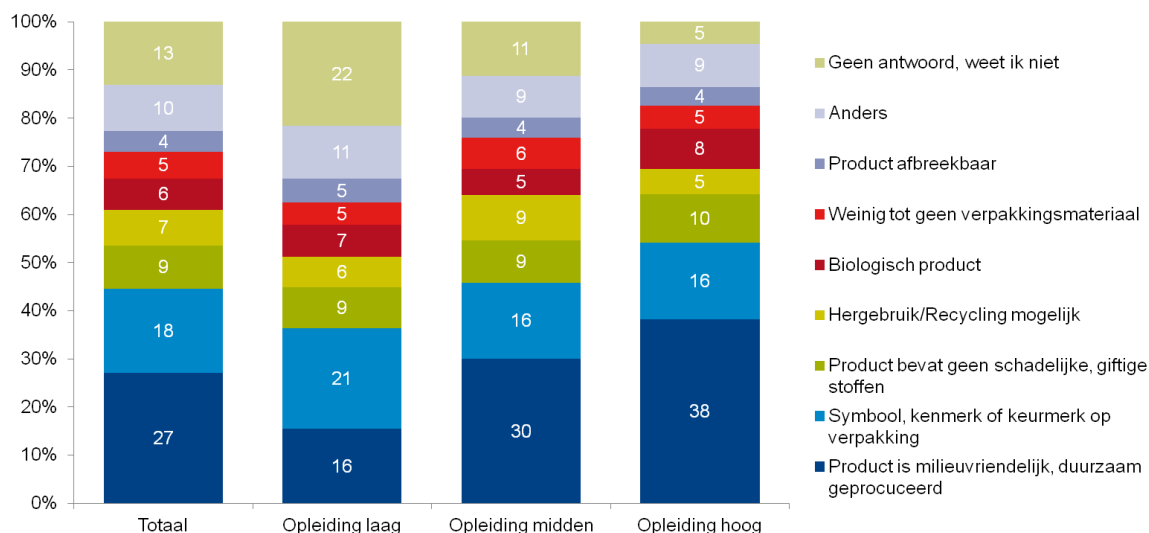
Figuur 1: Wanneer is een product in een winkel milieuvriendelijk? (Vraag1)

27% van de Nederlanders geeft (ongeholpen) aan dat een product in een winkel milieuvriendelijk is als het milieuvriendelijk/duurzaam geproduceerd is. Milieuvriendelijke/duurzame productie van een product komt daarmee op de eerste plaats. Op de tweede positie staat het toekennen van een symbool, kenmerk of keurmerk (18%). 13% van de Nederlanders weet niet wanneer een product milieuvriendelijk is. 5% van de Nederlanders geeft aan dat een product milieuvriendelijk is als het weinig tot geen verpakkingsmateriaal bevat.

Leeftijd

Als we kijken naar de verschillende leeftijdsgroepen zien we een paar verschillen ten aanzien van de totale trend. Voornamelijk de groep 65 jaar en ouder wijkt af van de rest. Slechts 17% van de groep 65 jaar en ouder geeft (spontaan) aan dat een product milieuvriendelijk is als het milieuvriendelijke/duurzaam is geproduceerd. Dit is significant lager dan de rest van de leeftijdscategorieën. Daarnaast is het een groot contrast met de groep 18 tot 34 jaar waarbij juist 35% (spontaan) de productie van een product als indicatie voor milieuvriendelijk/duurzaam toekent. Een kwart van de groep 65 jaar en ouder (26%) denkt (spontaan) aan een symbool, kenmerk of keurmerk op een product als deze milieuvriendelijk is.

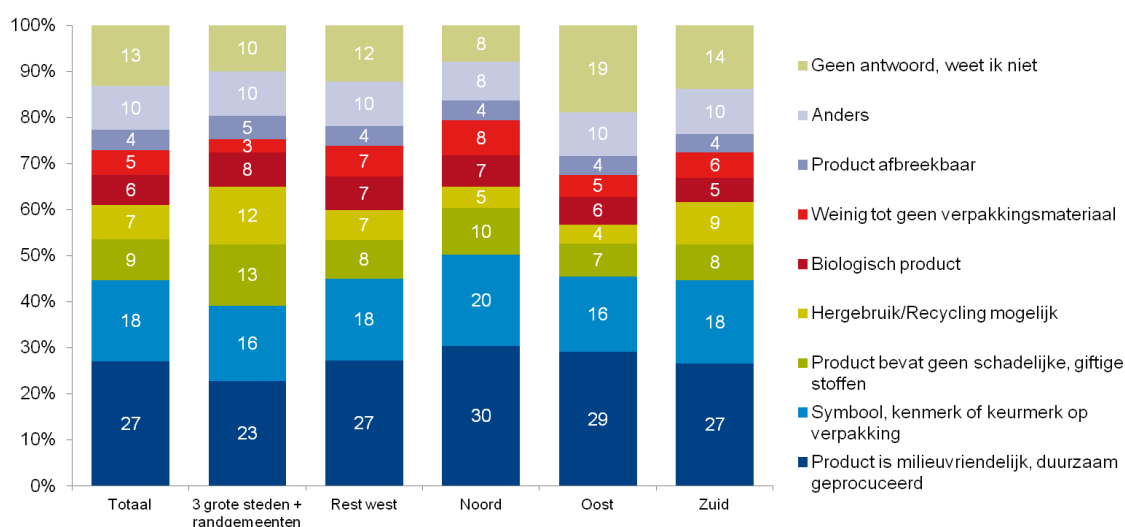
Opleiding



Figuur 2: Wanneer is een product in een winkel milieuvriendelijk? (Vraag1)

Ook verschil in opleiding lijkt invloed te hebben op de perceptie of een product milieuvriendelijk is. Van alle respondenten geeft de groep met een lage opleiding vaker aan (22%) niet te weten wanneer een product milieuvriendelijk is. Kennis over milieuvriendelijkheid van een product is daar dus laag. Hier is dus nog veel winst te behalen met het informeren van doelgroep. Als we kijken naar de groep met een hoge opleiding zien we dat slechts 5% van de doelgroep aangeeft niet te weten wanneer een product milieuvriendelijk is. Van de respondenten met een hoge opleiding geeft 38% aan dat een product milieuvriendelijk is als deze duurzaam wordt geproduceerd.

Geen grote verschillen in regio's



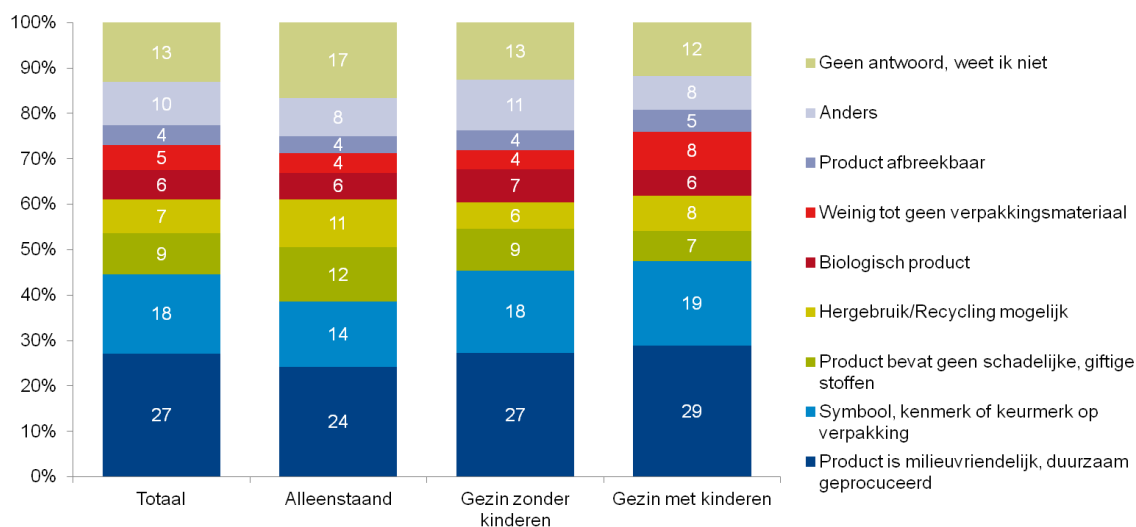
Figuur 3: Wanneer is een product in een winkel milieuvriendelijk? (Vraag1)

De grote verschillen die we zien op basis van leeftijd en opleiding zien we niet terug als we kijken naar de antwoorden op basis van regio's. Waar men woont, lijkt dus niet van grote invloed op de kennis en houding ten opzichte van milieuvriendelijke producten te zijn. Uitzondering hierop is hergebruik/recycling. Recycling is bij de consumenten in de grote steden met 12% significant meer top-of-mind dan bij de andere regio's. Verder valt

op dat in het Oosten van het land minder spontane kennis is over de milieuvriendelijkheid van een product. 19% van de consumenten uit deze regio weet niet wanneer een product milieuvriendelijk is.

Gezinssituatie

Ook de gezinssituatie van de consumenten heeft weinig invloed op de kennis ten aanzien van de milieuvriendelijkheid van producten. Opvallend is wel dat gezinnen met kinderen significant vaker antwoorden dat 'weinig tot geen verpakkingsmateriaal' van invloed is op de milieuvriendelijkheid van een product in een winkel.



Figuur 4: Wanneer is een product in een winkel milieuvriendelijk? (Vraag 1)

Keuzes bij overweging van de milieuvriendelijkheid van een product

Naast een spontane reactie hebben we de respondenten ook gevraagd te kiezen tussen een aantal (geholpen) opties als het aankomt op de milieuvriendelijkheid van een product.

Als u rekening wilt houden met het milieu bij het kopen van een product, wat bepaalt dan uw keuze? (Vraag 2)



Figuur 5: Wat bepaalt uw keuze als u rekening wilt houden met de milieuvriendelijkheid van een product (geholpen)? (Er konden twee opties aangevinkt worden)

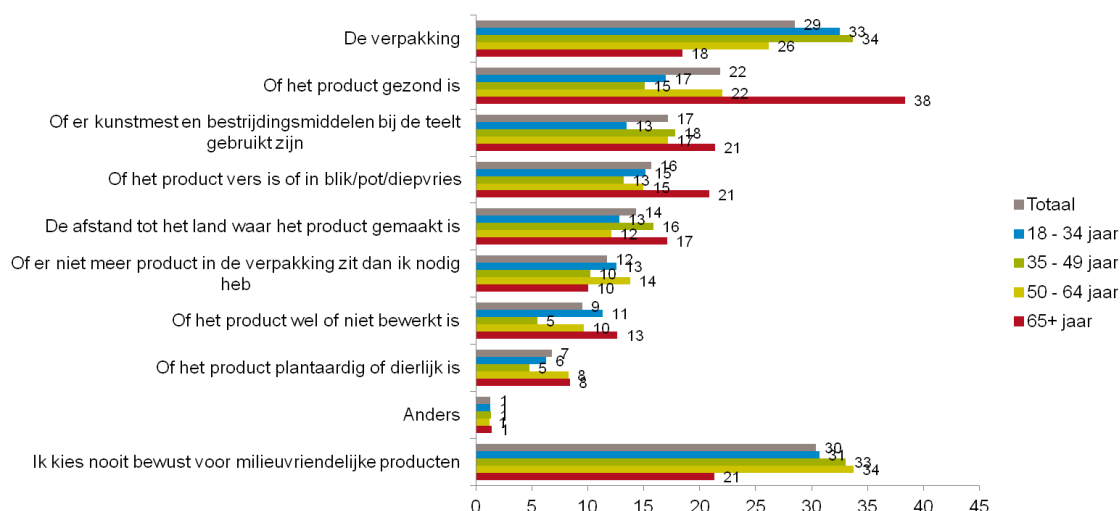
30% van de Nederlanders geeft aan nooit bewust voor milieuvriendelijke producten te kiezen. Dat is best een grote groep. Achterliggende reden hiervoor is aan de hand van dit onderzoek niet duidelijk. Verder onderzoek,

om te peilen waarom dit het geval is, kan interessant zijn. Mogelijk staat men in het geheel niet open voor informatie rondom dit onderwerp of juist wel maar heeft men geen idee wat van belang is voor de milieuvriendelijkheid van een product.

Als men wel bewust koopt dan bepaalt de verpakking bij 29% de keuze van het product. Op de derde plek in de top vijf staat 'Of het product gezond is (weinig vetten en suikers bevat)' met 22% gevolgd door 'Gebruik van kunstmest en bestrijdingsmiddelen bij de teelt' met 17%. De versheid van een product bepaalt als vijfde de keuze als men rekening wil houden met de milieuvriendelijkheid van een product.

De diversiteit in de antwoorden (en relatief lage verschillen in percentages onderling) geeft aan dat Nederlanders onderling nogal verschillen in wat de keuze bepaalt als men rekening wil houden met de milieuvriendelijkheid van een product. Er zijn veel verschillende gedachtes over wat nu eigenlijk de duurzaamheid van een product bepaalt. Hier is absoluut nog veel winst te behalen. Als men beter kan inschatten wat nu eigenlijk de milieuvriendelijkheid het meeste beïnvloedt, zou dit tevens de keuze voor een product kunnen beïnvloeden.

Verschillen in keuzes op basis van leeftijd



Figuur 6: Wat bepaalt uw keuze als u rekening wilt houden met de milieuvriendelijkheid van een product?

Op basis van leeftijd zien we enkele verschillen. Deze verschillen zien we in het bijzonder bij de groepen 35 tot 49 jaar en de groep 65 jaar en ouder. Deze twee groepen lijken bovendien vaak recht tegenover elkaar te staan als we kijken naar wat de keuze voor een milieuvriendelijk product bepaalt. De groep van 35 tot 49 jaar kijkt voornamelijk naar de verpakking (34%) als men bewust kiest voor een milieuvriendelijk product. Terwijl dit voor de leeftijdscategorie 65 jaar en ouder significant minder de keuze voor een product bepaalt (18%). 'Of het product gezond is (weinig vetten en suikers bevat)' bepaalt voor 38% van de groep 65 jaar en ouder de keuze terwijl de groep 35 tot 49 jaar hier beduidend minder (15%) hun keuze door laat beïnvloeden.

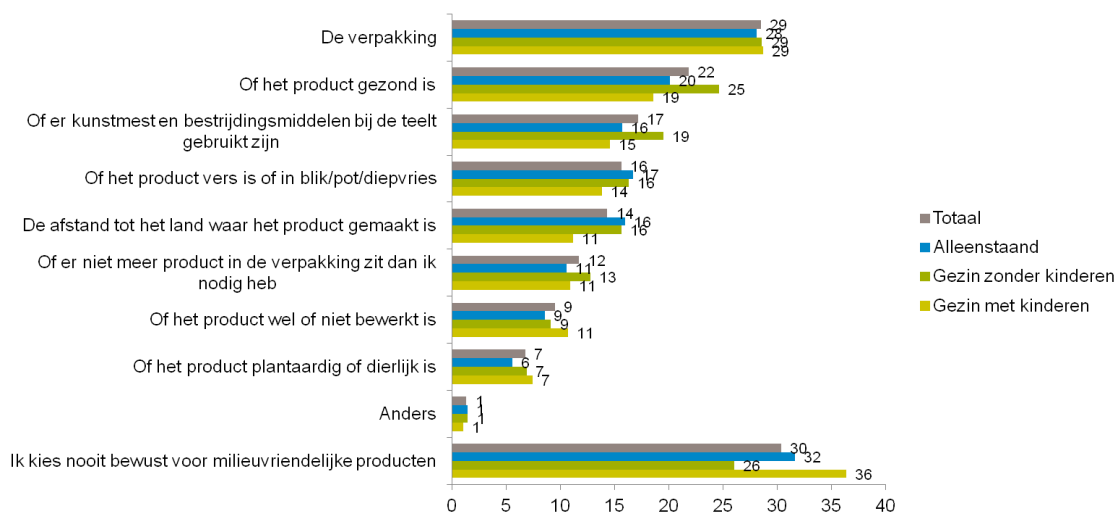
De groep 65jaar en ouder lijkt bovendien het meest bewust te kiezen voor milieuvriendelijke producten. 'Slechts' 21% van deze groep kiest nooit bewust. Dat percentage ligt in de andere leeftijdscategorieën hoger.

Regio's

Als het gaat om keuzemotieven om te bepalen of een product milieuvriendelijk is, laat een verdeling van de verschillende regio's, geen grote verschillen zien. Waar je woont lijkt dus geen grote invloed te hebben op de keuzes.

Gezinssituatie

Als we kijken naar de verschillen in gezinssituatie valt het volgende op. Groot contrast tussen de percentages 'ik kies nooit bewust voor milieuvriendelijke producten' bij een gezin met kinderen en een gezin zonder kinderen. 36% van de gezinnen met kinderen kiest nooit bewust voor milieuvriendelijke producten terwijl bij gezinnen zonder kinderen dit 'slechts' 26 procent is.



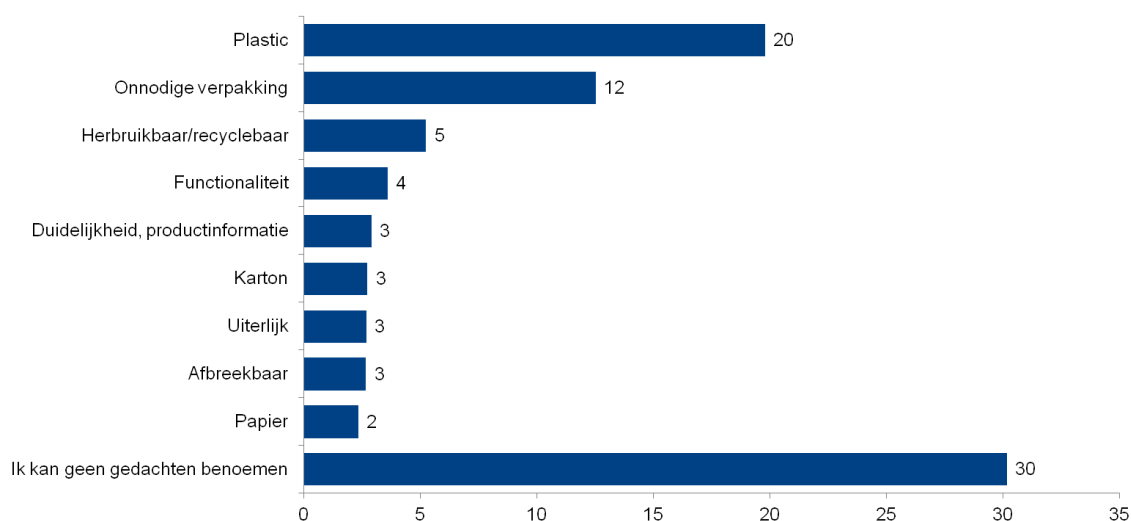
Figuur 7: Top 10 keuzes in rekening houden met het milieu bij aanschaf van een product/gezinssituatie

2.2 Kennis en houding ten aanzien van verpakkingen

Om inzicht te krijgen in de kennis en houding van Nederlanders ten aanzien van verpakkingen in het algemeen hebben we als eerste een spontane gedachte gevraagd als men aan verpakkingen denkt.

Wat zijn de eerste gedachten die bij u opkomen als u aan verpakkingen van producten denkt? (vraag 3)

Bevindingen op basis van de eerste gedachte

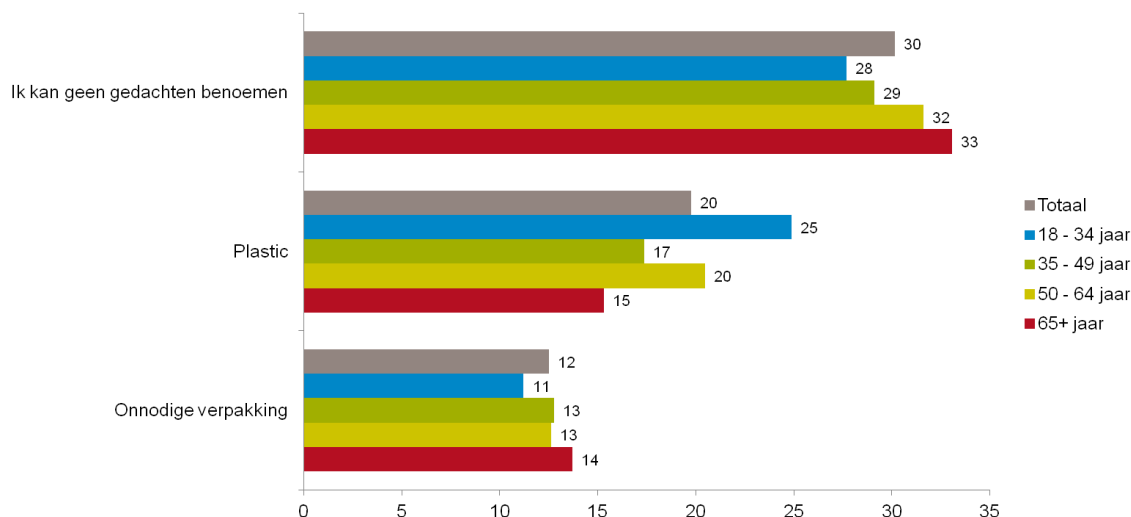


Figuur 8: Top 10 eerste gedachten
Overzicht van de eerste spontane gedachte (totaal)

Een vijfde van de Nederlanders (20%) denkt spontaan aan plastic en daarna volgt 'Onnodige verpakking' met 12%. 30% van de respondenten kon echter geen enkele gedachten benoemen als ze aan verpakkingen van producten denken. Naast deze drie reacties is er veel diversiteit in gedachten.

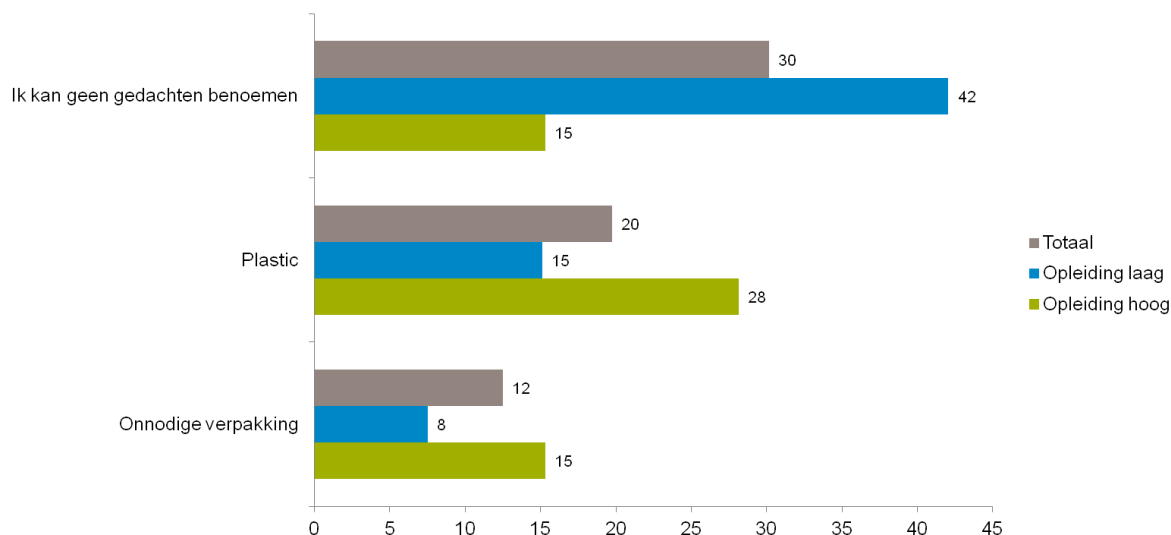
Leeftijd

Als we kijken naar de reacties in combinatie met de verschillen in leeftijd valt op dat 25% binnen de leeftijdscategorie 18 tot 34 jaar (n=279) spontaan denkt aan plastic. Daarmee ligt het percentage wat hoger dan bij de andere leeftijdscategorieën.



Figuur 9: Top 3 reacties in relatie tot de leeftijdscategorieën.

Opleiding



Figuur 10: grafiek eerste gedachten (top 3) op basis van opleiding laag en hoog.

Als we kijken naar de verschillen in opleiding bij de eerste spontane gedachte over verpakkingen is het contrast tussen de lager opgeleiden en de hoger opgeleiden interessant. 42% van de laag opgeleiden geeft aan 'geen gedachten te kunnen benoemen'. Terwijl dit percentage bij de hoog opgeleiden met (15%) een stuk lager is. Plastic als eerste gedachte wordt bij de groep hoog opgeleiden significant meer genoemd (28%) dan bij de laag opgeleiden (15%). Daarnaast geven de laag opgeleiden minder 'onnodige verpakking' (8%) als eerste gedachte op tegenover 15% van de groepen midden en hoog opgeleiden.

Bovengenoemd contrast tussen de verschillende opleidingsniveaus zien we tevens terug als we kijken naar de verschillende inkomens (beneden modaal/modaal en boven modaal). Waar de relatie lage opleiding/laag inkomen en hoge opleiding hoog inkomen gemaakt kan worden

Regio's

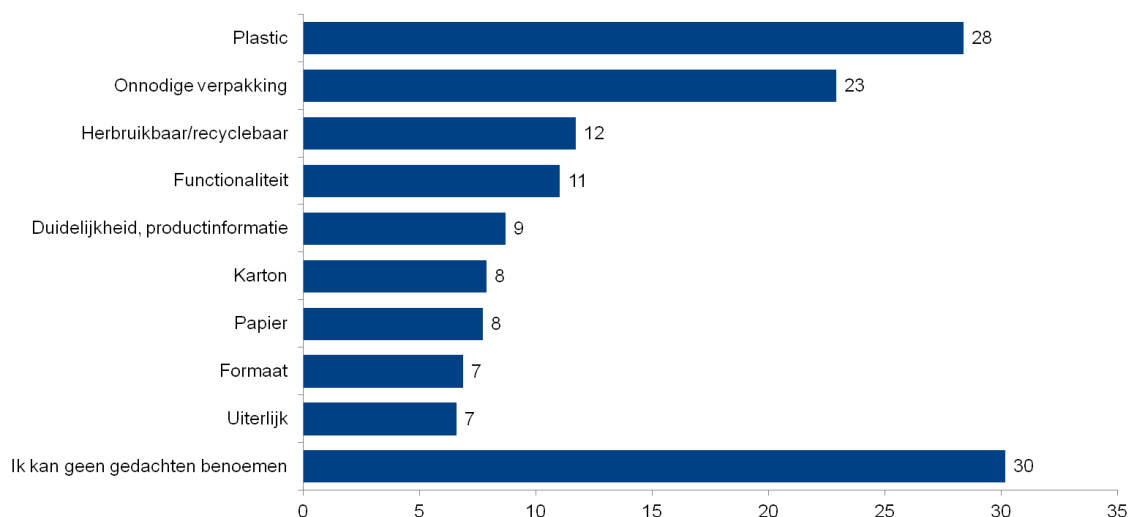
Met name de regio Oost valt op als we kijken naar 'Ik kan geen gedachten benoemen' (38%). Dit percentage ligt significant hoger dan bij de andere regio's.

Wat zijn de eerste gedachten die bij u opkomen als u aan verpakkingen van producten denkt?

(vraag 3)

Bevindingen op basis van drie gedachten

Om een iets rijker beeld te krijgen van de benoemde gedachten van de Nederlanders met betrekking tot verpakkingen hebben we ook gekeken naar het beeld wat ontstaat als we alle drie de gedachten bij elkaar optellen ongeacht de volgorde van deze gedachten.



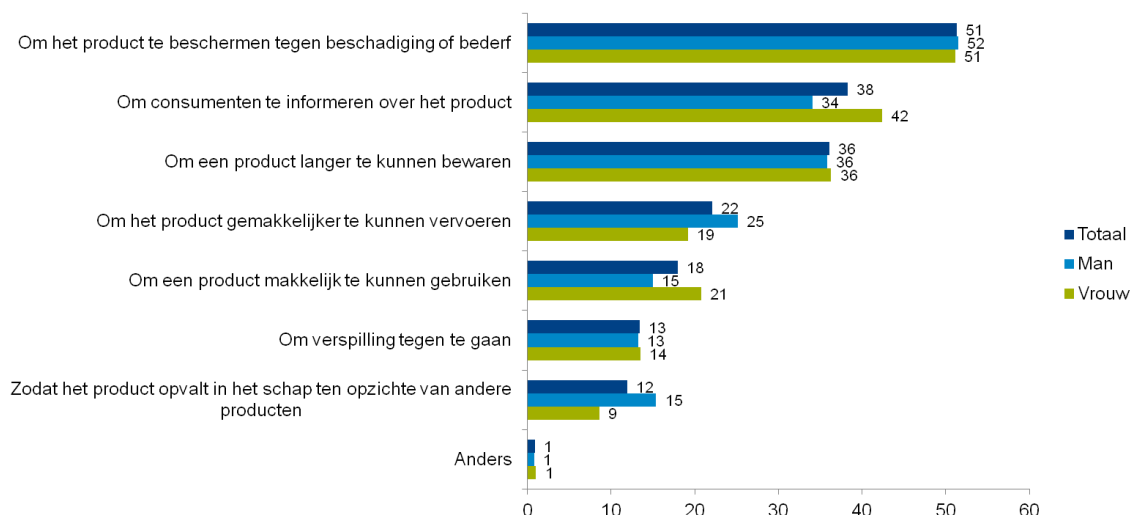
**Figuur 11: Top tien o.b.v. drie gedachten (hoogste percentages)
Overzicht van de eerste spontane gedachten (totaal)**

Net als bij het overzicht van de eerste gedachte is Plastic dan de meest genoemde reactie (28%) gevolgd door 'Onnodige verpakking' met 23%. 30% van de respondenten kon geen enkele gedachten benoemen als ze aan verpakkingen van producten denken. Naast deze drie reacties is er veel diversiteit in gedachten op te merken. Betreft zowel materiaal van de verpakking (plastic, karton, papier, etc.), functionaliteit als ook een mening over het nut van verpakkingen.

Functionaliteit van een verpakking

Naast een spontane gedachte over verpakkingen hebben we de respondenten gevraagd aan te geven (geholpen) welke functies van een verpakking om een product zij het meest belangrijk vinden.

Wat zijn volgens u de twee belangrijkste functies van een verpakking om een product?(vraag 4)

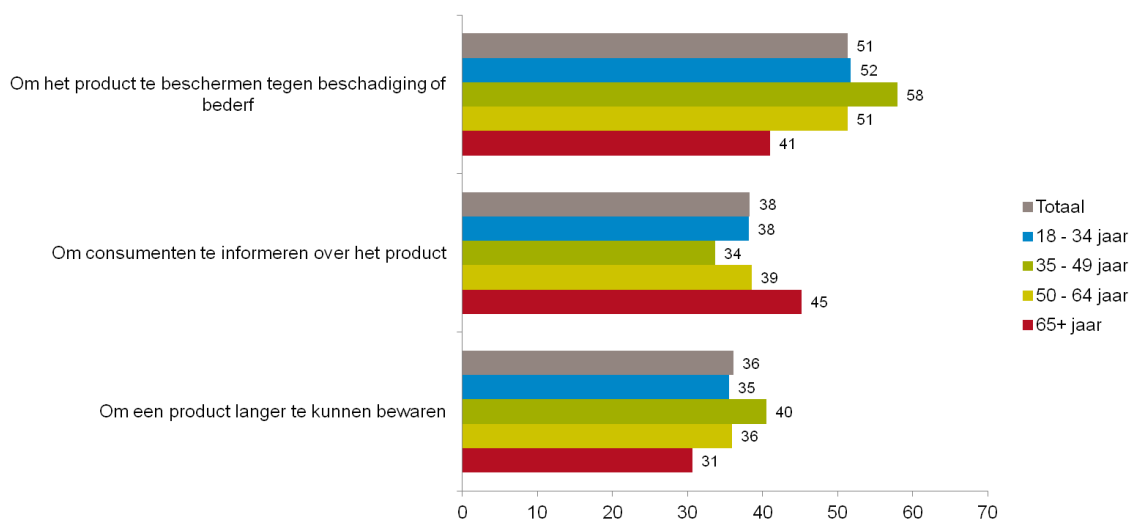


Figuur 12: Totaal alle functie categorieën plus man en vrouw uitgesplitst.

Maar liefst 51% van de Nederlanders geeft aan dat een verpakking als belangrijkste functie heeft 'om het product te beschermen tegen beschadiging of bederf'. Op de tweede plek staat 'consumenten informeren over het product (voedingswaarden, houdbaarheidsdatum, etc.)' met 38%. Op de derde plek (36%) staat 'om een product langer te kunnen bewaren'.

Leeftijd

Als we kijken naar de verschillende doelgroepen zien we een paar verschillen ten opzichte van de totale trend. De leeftijdscategorie 65 plussers wijkt af van de bovengenoemde top 3 in belangrijkste functies van een product. 'Het product te beschermen tegen beschadiging of bederf' staat bij deze doelgroep niet op nummer 1 maar op plek 2 in de ranking. Volgens deze doelgroep is het 'informeren over het product' (45%) het belangrijkste. Ook de derde positie wordt aan een andere functie toegekend door deze doelgroep namelijk 'verspilling tegen gaan' (27%).



Figuur 13: Top 3 belangrijkste functionaliteiten per leeftijdscategorie

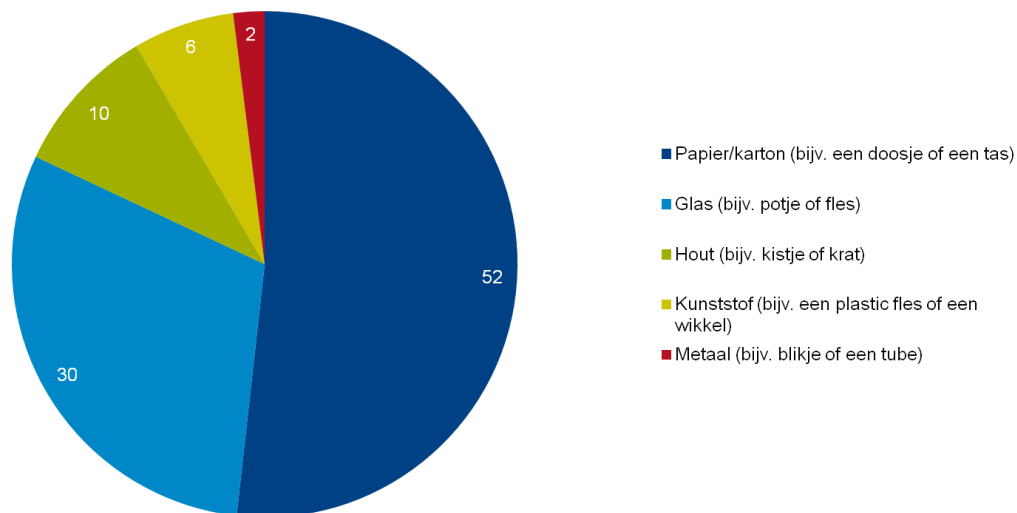
Opleiding

Opleiding lijkt niet heel erg van invloed in de antwoorden over de belangrijkste functies van een verpakking om een product. Interessant is wel dat de laag opgeleide Nederlanders de functie 'een product gemakkelijker kunnen gebruiken' belangrijker lijken te vinden (25%) dan Nederlanders met een gemiddeld (16%) of een hoge opleiding (11%). Hiermee valt deze functionaliteit voor deze doelgroep maar net (-2%) buiten de top 3 ten opzichte van 'een product langer kunnen bewaren'.

2.3 Kennis en houding ten aanzien van de milieuvriendelijkheid van verpakkingen

Om inzicht te krijgen in de kennis en houding van Nederlanders ten aanzien van de milieuvriendelijkheid van verpakkingen hebben we eerst aan de respondenten gevraagd om aan te geven welk van de aangegeven verpakkingsmaterialen zij het meest milieuvriendelijk achten. Daarna is van de overblijvende materialen gevraagd welke dan het meest milieuvriendelijk is, enzovoorts. Zo ontstond een ranking van materialen van meest milieuvriendelijk naar minst milieuvriendelijk.

Welk verpakkingsmateriaal is volgens u het meest milieuvriendelijk? (vraag 5)



Figuur 14: Totaal percentages alle 5 de verpakkingsmaterialen.

52% van de Nederlanders geeft aan dat van de vijf genoemde verpakkingsmaterialen Papier/karton het meest milieuvriendelijk is. Op de tweede plek staat glas met 30% gevolgd door hout met 10%. Metaal wordt over het algemeen beschouwd als het minst milieuvriendelijk.

Opleiding

Ook als we kijken naar een verdeling van hoogst genoten opleiding is de top 3 hetzelfde als hierboven benoemd. Echter hierbij valt in de categorie opleiding laag op dat de percentages van hout (9%) en kunststof (8%) erg dicht tegen elkaar aan liggen. Het percentage bij de nummer twee glas (35%) ligt daarentegen hoger dan bij de categorie midden- en hoog opgeleiden.

Interessant om te zien dat deze ranking dwars door factoren als geslacht, leeftijd, inkomen, regio en gezinssituatie heen loopt. Er zijn slechts enkele kleine verschillen in individuele percentages maar de posities een tot en met drie blijft overal het zelfde. Nederlanders zijn dus behoorlijk eenduidig over welk verpakkingsmateriaal het meest milieuvriendelijk is.

Inburgering van het scheiden van het huishoudelijk afval en dan met name papier en glas ten opzichte van de rest van het huishoudelijk afval is mogelijk van invloed op deze vraag geweest en kan een mogelijke verklaring zijn voor het gebrek aan grote verschillen.

Leeftijd

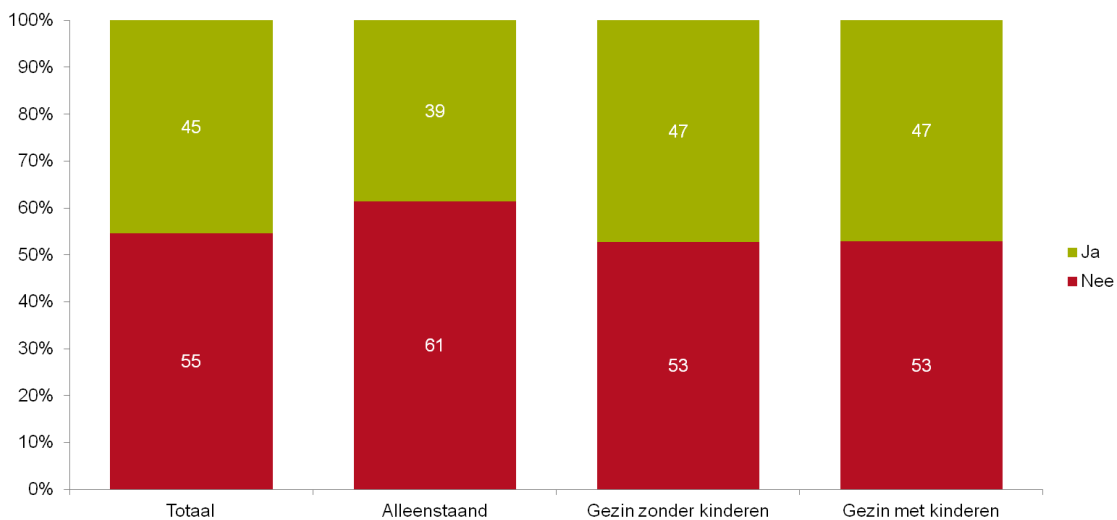
Met name de leeftijdscategorie 18-34 jaar had moeite met het beantwoorden van deze vraag. Slechts 34% van de respondenten in deze leeftijdscategorie heeft een voorbeeld van een verpakking die wel milieuvriendelijk is gegeven. Dat percentage is significant lager dan de andere leeftijdscategorieën. De leeftijdscategorie 35-49 jaar wordt bij de gegeven antwoorden nog het meest vertegenwoordigd. Met 51% heeft net iets meer dan de helft van deze leeftijdscategorie een concreet voorbeeld kunnen geven.

Opleiding

Verskil in opleiding lijkt invloed te hebben op beantwoording van deze vraag. Slechts 38% van de laag opgeleide respondenten hebben een concreet voorbeeld kunnen geven van een verpakking die milieuvriendelijk is. Dit staat in contrast met de hoog opgeleide respondenten waarvan meer dan de helft 58% een voorbeeld heeft kunnen geven.

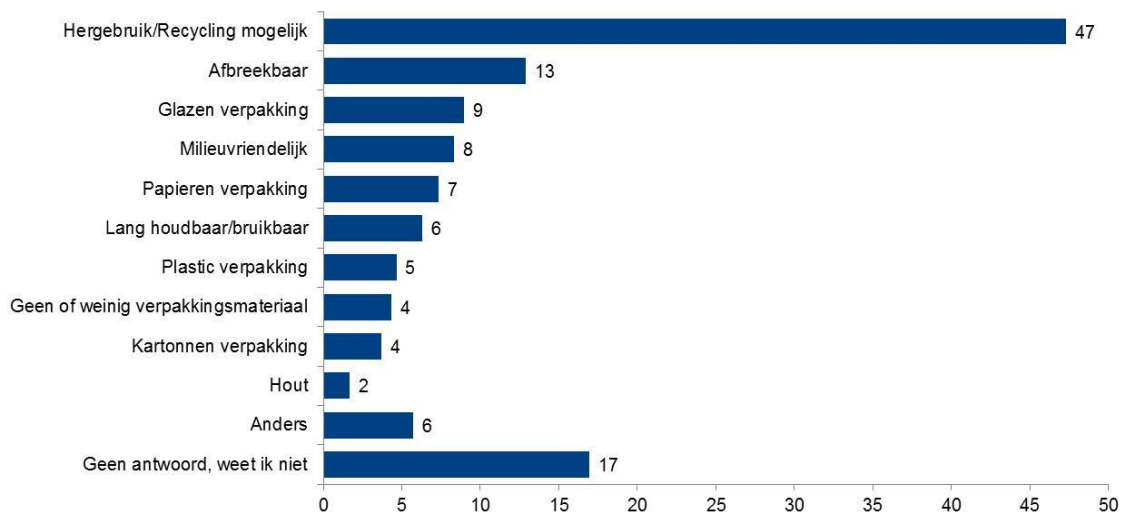
Gezinssituatie

In de gegeven voorbeelden van milieuvriendelijke producten is met name de groep alleenstaanden slecht vertegenwoordigd. Slechts 39% heeft een concreet voorbeeld kunnen noemen en dat is significant lager dan de gezinnen zonder (47%) en de gezinnen met kinderen 47%.



Figuur 17: verdeling antwoord ja en nee op de vraag om een concreet voorbeeld te noemen van een verpakking die milieuvriendelijk is o.b.v. gezinssituatie.

Wat is een duurzame verpakking? Aan welke eisen moet zo'n verpakking voldoen? (open vraag 7)



Figuur 18: top 3 eisen waaraan een duurzame verpakking volgens de respondenten aan moet voldoen (totaaloverzicht).

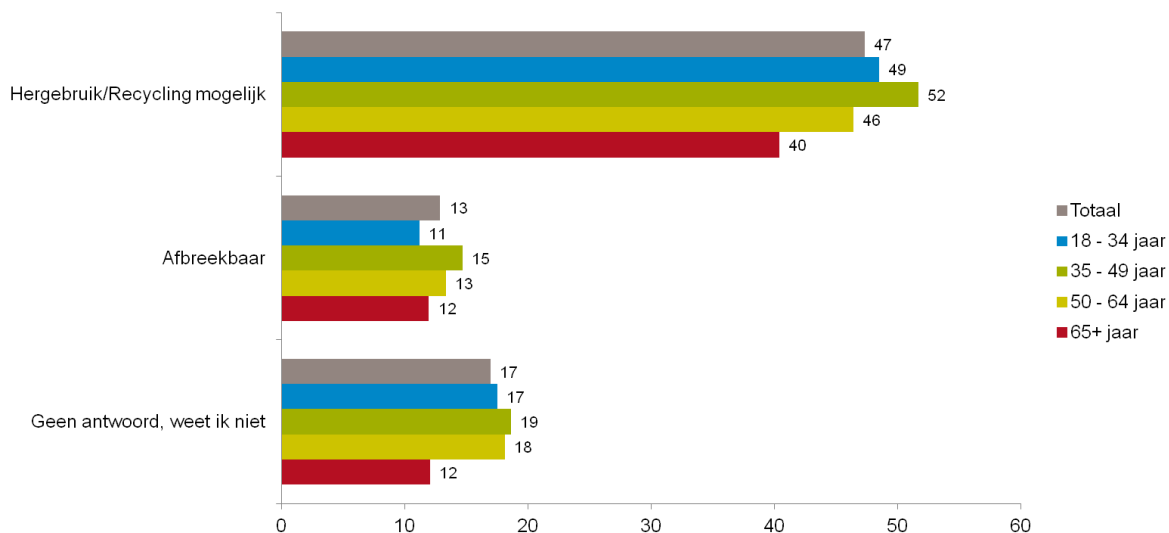
De meeste Nederlanders (47%) geven aan dat een verpakking duurzaam is als hergebruik/recycling mogelijk is. 17% van de respondenten geeft geen antwoord of weet niet wat de eisen zijn waaraan moet worden voldaan om duurzaam te zijn. 13% zegt dat afbreekbaarheid een eis is. Slechts 4% noemt 'geen of weinig verpakkingsmateriaal'.

Leeftijd

Als we kijken naar de verschillende leeftijdscategorieën zien we dat de groep 65 jaar en ouder afwijkt. Ondanks het feit dat ook deze groep denkt dat een verpakking duurzaam is als aan de eis 'hergebruik en recycling' wordt voldaan ligt het percentage binnen de groep zelf met 40% een stuk lager dan binnen andere leeftijdscategorieën. Binnen de groep 35-49 jaar geeft 52% aan dat dit een eis is waaraan moet worden voldaan.

Opleiding

Bijna een kwart van de lager opgeleiden (23%) geeft geen antwoord of weet niet aan welke eisen voldaan moet worden om duurzaam te zijn. Dat percentage is een stuk hoger dan bij de hoger opgeleiden (11%). Ook voor wat betreft hergebruik en recycling is er een contrast tussen deze twee groepen. 'Slechts' 39% van de lager opgeleiden geeft aan dat dit een eis voor duurzaamheid terwijl dit bij de hoog opgeleiden zelfs 60% is.



Figuur 19: top 3 eisen waaraan door een verpakking moet worden voldaan om duurzaam te zijn verdeeld naar de leeftijdscategorieën.

Inkomen

Binnen de groep met een bovenmodaal inkomen geeft meer dan de helft (51%) aan dat hergebruik/recycling een eis is waaraan moet worden voldaan. Dat is significant meer dan de andere inkomensgroepen.

Gezinssituatie

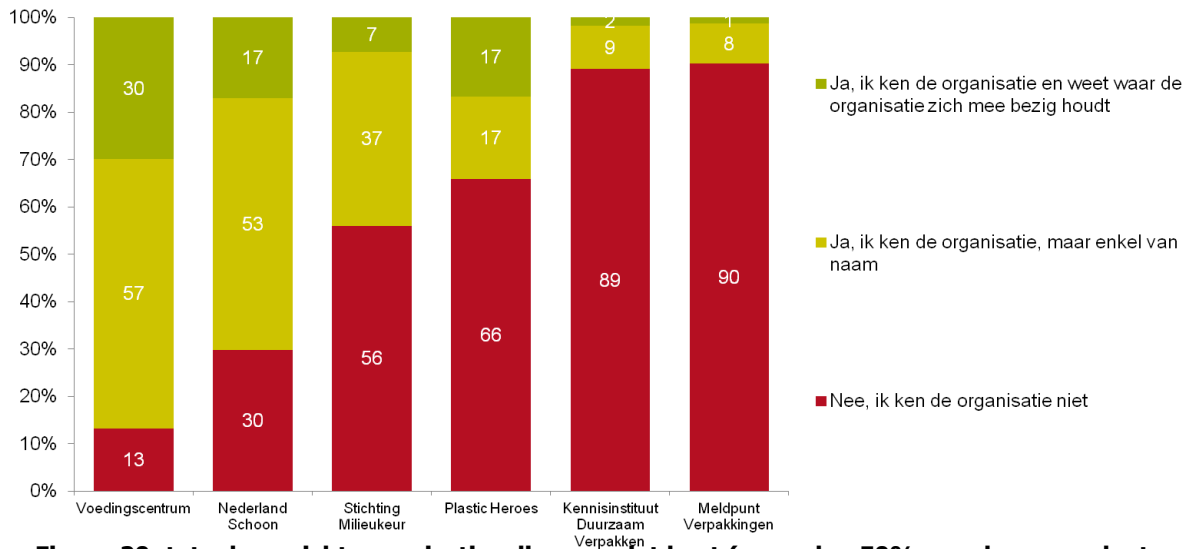
Het verschil in gezinssituatie leidt niet tot een nieuwe of andere top drie van eisen. Wel valt op dat de groep gezin zonder kinderen met 14% een stuk minder 'geen antwoord/weet ik niet' heeft geantwoord ten opzichte van de andere gezinssituaties. Afwijkend van de andere gezinssituaties geeft 10% van de gezinnen zonder kinderen aan dat een papieren verpakking aan de eis van duurzaamheid voldoet.

2.4 Kennis en houding ten aanzien van het Meldpunt Verpakkingen

Om de kennis en houding ten aanzien van betrokken organisaties omtrent milieuvriendelijkheid van verpakkingen en tevens het Meldpunt Verpakkingen te toetsen hebben we de respondenten een drietal vragen voorgelegd.

Geholpen naamsbekendheid

Welke van de onderstaande organisaties kent u, al is het maar van naam? (Vraag 8)



Figuur 20: totaaloverzicht organisaties die men niet kent (meer dan 50% van de respondenten heeft nee geantwoord op bovenstaande vraag voor deze organisatie)

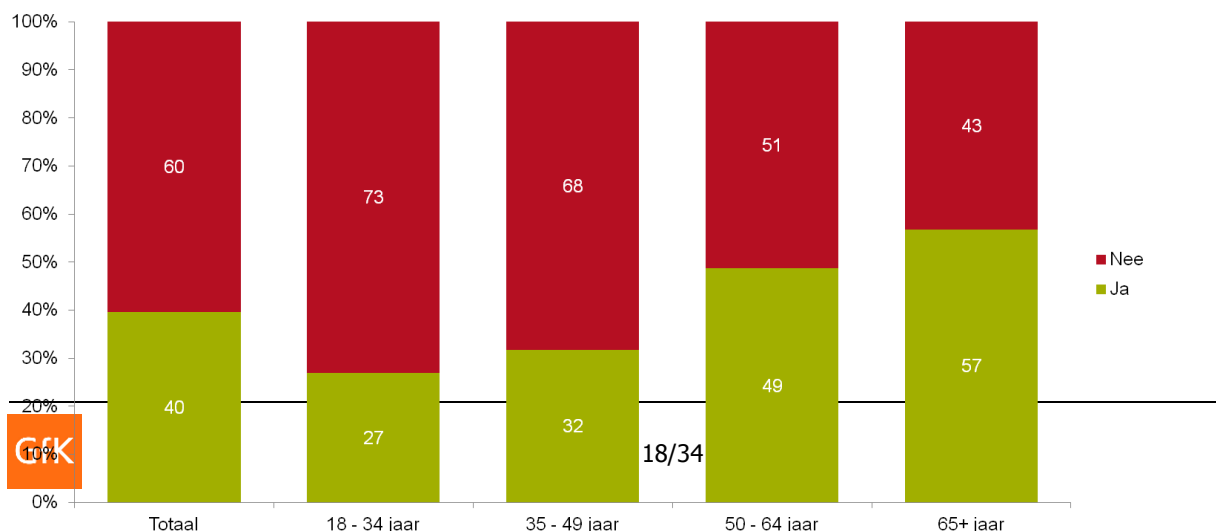
Meldpunt Verpakkingen

Ondanks het feit dat het Meldpunt Verpakkingen nog maar net was opgericht ten tijde van de enquête geeft toch al bijna 10% van de respondenten aan het Meldpunt te kennen of zelfs te weten waar de organisatie zich mee bezig houdt. Het meest bekend is de organisatie bij de leeftijdscategorie 65+. 15% geeft aan de organisatie te kennen of zelfs weet waar de organisatie zich mee bezig houdt. Vooralsnog heeft het Meldpunt Verpakkingen de minste bekendheid bij de groep 18-34 jaar. "Slechts" 8% van deze groep geeft aan dat zij de organisatie kennen van naam of weet waar de organisatie zich mee bezig houdt.

Daarnaast valt op dat het Meldpunt het meest bekend is in de regio Oost met 12% die aangeeft de organisatie van naam te kennen.

Intentie gebruik te maken van het Meldpunt Verpakkingen

Zou u gebruik maken van het Meldpunt als u een opmerking of idee heeft over de verpakking van een product? (Vraag 9)



Figuur 22: Zou u gebruik maken van het Meldpunt als u een opmerking of idee heeft over de verpakking van een product? Totaal en uitsplitsing naar leeftijdscategorieën.

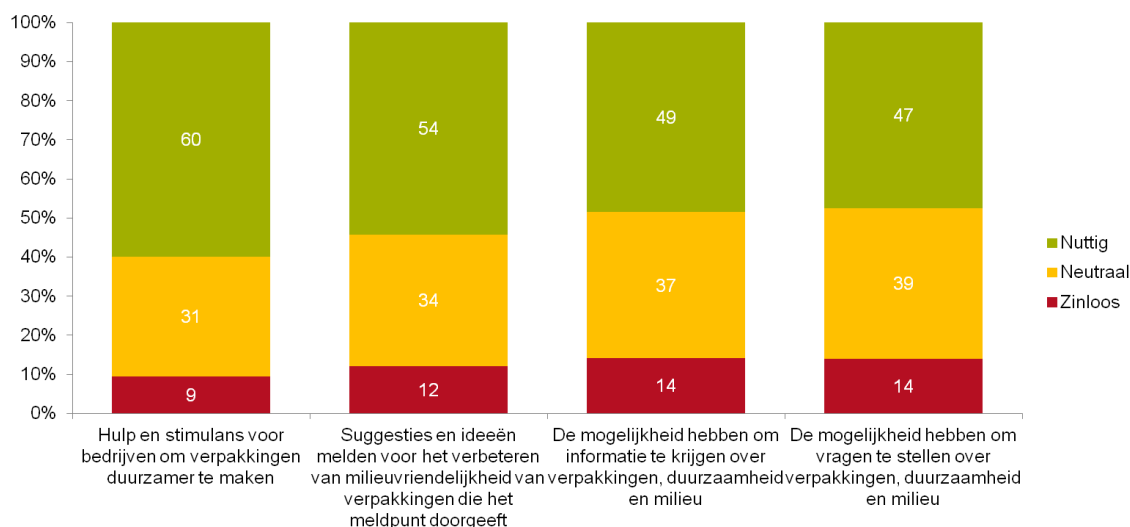
Zelfs zonder enige aandacht in de media over de oprichting- en het bestaan van het Meldpunt Verpakkingen geeft toch al 40% van de Nederlanders aan mogelijk gebruik te gaan maken van het Meldpunt. Vrouwen lijken net iets meer open te staan voor gebruik van het meldpunt (43%) dan mannen (36%).

Leeftijd

Vooralsnog zijn de doelgroepen 18-34 jaar (73%) en 35- 49 (68%) jaar minder enthousiast over mogelijk/toekomstig gebruik van het Meldpunt (antwoord nee). Vooral de leeftijdscategorieën 50-64 jaar (49%) en 65+ (57%) geven aan dat zij zeker, dan wel waarschijnlijk gebruik zullen maken van het Meldpunt.

Nut van diverse aspecten van het Meldpunt Verpakkingen

In welke mate vindt u onderstaande aspecten van het Meldpunt Verpakkingen nuttig of zinloos? (Vraag 10)



Figuur 23: Totaal overzicht van alle beoordeelde aspecten (bottom2box en top2box)

Alle beschreven aspecten worden met afstand positief beoordeeld. Men is vooral enthousiast over het aspect 'Hulp en stimulans voor bedrijven om verpakkingen duurzamer te maken'. 60% van de respondenten geven aan dat dit enigszins of zeer nuttig is en daarmee komt dit aspect op de eerste plaats. Op de tweede plek van meest positief beoordeelde aspecten staat de mogelijkheid om 'suggesties en ideeën te melden, die het Meldpunt doorgeeft aan de fabrikanten ervan' (54%). De 'mogelijkheid om informatie te krijgen' komt met 49% die dit aspect als nuttig beoordeeld op de derde plaats. Ondanks de laatste plaats voor het aspect 'mogelijkheid om vragen te stellen' is de Nederlander ook erg enthousiast. 47% van de respondenten vindt dit een nuttig aspect van het Meldpunt Verpakkingen.

Opmerkelijk is de overweldigende positieve houding ten opzichte van het nut van alle, in figuur 23 genoemde aspecten van het Meldpunt Verpakkingen.

Voor de doelgroepen met een gebrek aan interesse om gebruik te maken van het Meldpunt, zou het interessant kunnen zijn om meer te weten te komen over de motivatie. Waarom willen zij geen gebruik maken van dit

meldpunt? De vraag is namelijk of er simpelweg geen behoefte is bij deze doelgroepen aan een Meldpunt Verpakkingen of dat het ergens anders mee te maken heeft/beïnvloed wordt.

Ten tijde van deze enquête was er nog geen aandacht besteed aan de bekendheid van het Meldpunt Verpakkingen. Het creëren van media aandacht voor het Meldpunt Verpakkingen kan, naast een toenemende bekendheid, mogelijk ook de intentie om er gebruik van te maken positief beïnvloeden en raden wij dan ook aan.

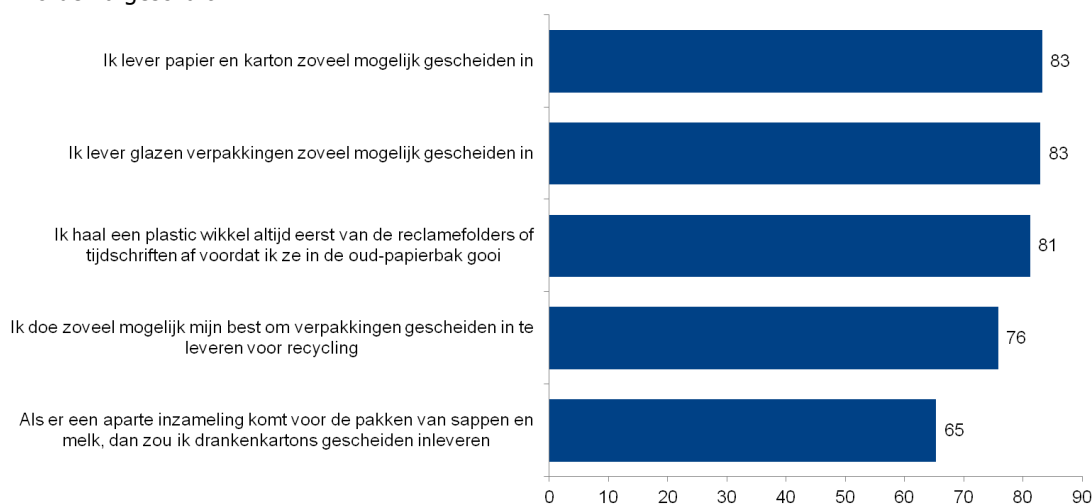
2.5 Intentie om actief bij te dragen aan duurzaamheid

Aan de respondenten zijn negen stellingen over gedrag met betrekking tot het scheiden van afval en verpakkingen voorgelegd. Daarnaast is er gevraagd hoe vaak men een eigen (boodschappen)tas of –krat meeneemt als men boodschappen gaan doen. Antwoorden op deze stellingen en vraag geeft een mooi inzicht over de mate waarin de gemiddelde Nederlander actief wil bijdragen aan milieuvriendelijkheid/duurzaamheid.

Stellingen over het scheiden van afval en verpakkingen

1. Ik doe zoveel mogelijk mijn best om verpakkingen gescheiden in te leveren voor recycling
2. Ik lever papier en karton zoveel mogelijk gescheiden in (bijv. een doosje)
3. Ik lever glazen verpakkingen zoveel mogelijk gescheiden in (bijv. (wijn)fles of potje)
4. Ik lever plastic verpakkingen zoveel mogelijk gescheiden in (bijv. petfles of verpakking van vleeswaren)
5. Ik neem pas een eigen boodschappentas mee, als gratis wegwerptasjes in winkels afgeschaft worden
6. Ik haal een plastic wikkel altijd eerst van de reclamefolders of tijdschriften af voordat ik ze in de oud-papierbak gooi
7. Als er een aparte inzameling komt voor de pakken van sappen en melk, dan zou ik drankkartons gescheiden inleveren
8. Ik zou het makkelijk vinden als op de verpakking staat in welke bak ik de verpakking moet doen voor recycling
9. Ik zou het prettig vinden als op de verpakking staat hoe schadelijk of milieuvriendelijk de verpakking is voor het milieu

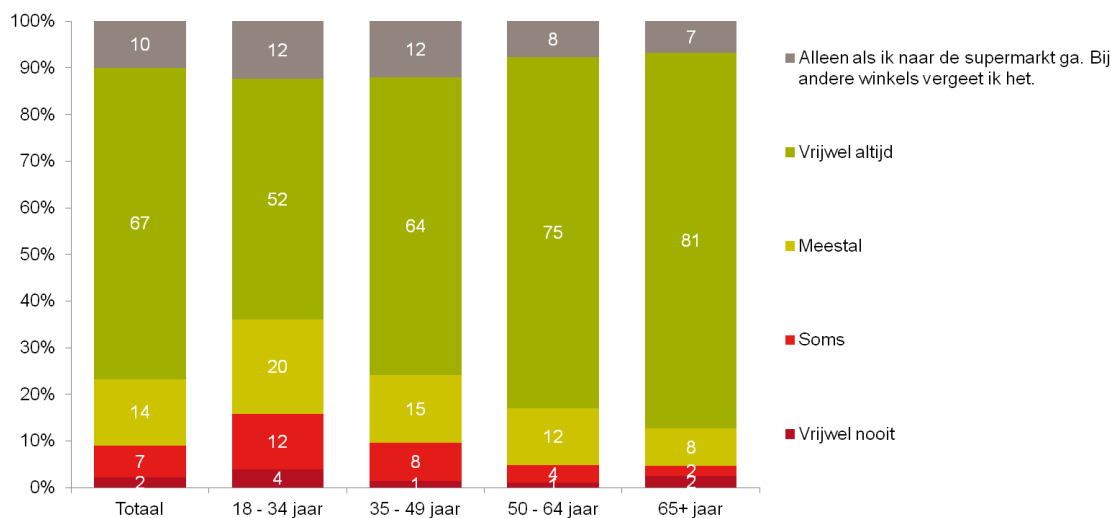
Op 8 van de bovenstaande stellingen is met afstand positief (helemaal eens of eens) gereageerd. Enkel op de stelling 'Ik neem pas een eigen boodschappentas mee, als gratis wegwerptasjes in winkels afgeschaft worden' is met 'Helemaal oneens/oneens' geantwoord (57%). Dit is een logisch gevolg van het feit dat de stelling een negatieve insteek heeft namelijk dat de respondent pas actief wordt op moment dat de gratis wegwerptassen worden afgeschaft.



Figuur 24: Top 5 stelling met het hoogste percentage eens/helemaal eens

Uit het bovenstaande kunnen we concluderen dat Nederlanders actief zijn voor wat betreft de 9 voorgelegde stellingen. Eerder hebben we tevens kunnen zien dat ook met betrekking tot het Meldpunt Verpakkingen, ondanks de lage bekendheid toch al 40% aangeeft gebruik te willen maken van het Meldpunt. Conclusie de gemiddelde Nederlander wil best actief bijdragen aan duurzame/milieuvriendelijke vormen van verpakking.

Hoe vaak neemt u een eigen (boodschappen)tas of -krat mee als u boodschappen gaat doen? (vraag 14)



Figuur 25: Totaal percentages van alle 5 de keuze mogelijkheden plus een uitsplitsing naar leeftijdscategorieën.

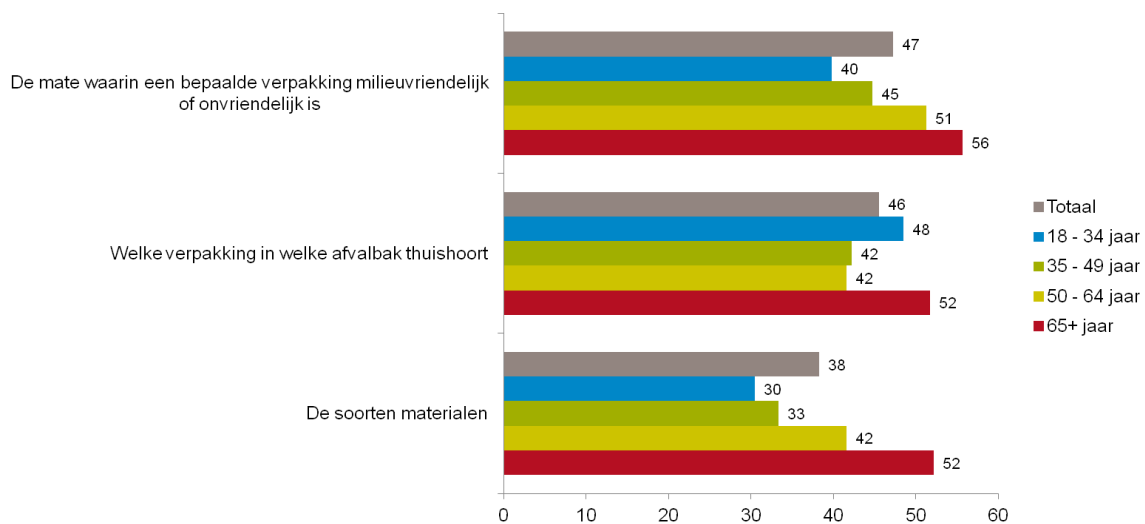
67% van de respondenten geeft aan dat ze 'vrijwel altijd' hun eigen (boodschappen)tas of -krat meenemen als ze boodschappen gaan doen.

Leeftijd

De respondenten van alle leeftijdscategorieën geeft met meer dan 50% aan dat ze vrijwel altijd hun eigen tas of krat meenemen als ze boodschappen gaan doen. Echter de leeftijdscategorie 65+ staat met 81% met afstand op nummer één. Gevolgd door de categorie 50-64 jaar met 75% en op de derde plaats staat de categorie 35-49 met 64%. 18-34 jarigen staan onderaan met 52%.

Deze vraag bevestigt onze eerdere conclusie dat de Nederlander (ook daadwerkelijk in de praktijk) best actief wil bijdragen aan duurzame/milieuvriendelijke vormen van verpakking.

2.6 Informatiebehoefte ten aanzien van verpakkingen



Figuur 26: Behoefte aan meer informatie over drie genoemde aspecten van verpakkingen plus de uitsplitsing op basis van leeftijdscategorie. (Vraag 12)

Zoals hierboven duidelijk is te zien, is er best een grote behoefte aan meer informatie over de drie aspecten van verpakkingen. 47% van de Nederlanders geeft aan meer informatie te willen over 'de mate waarin een bepaalde verpakking milieuvriendelijk of onvriendelijk is', 46% wil meer informatie over 'welke verpakking in welke afvalbak thuishoort' en de minst populaire van de drie is meer informatie met betrekking tot de soorten materialen van verpakkingen.

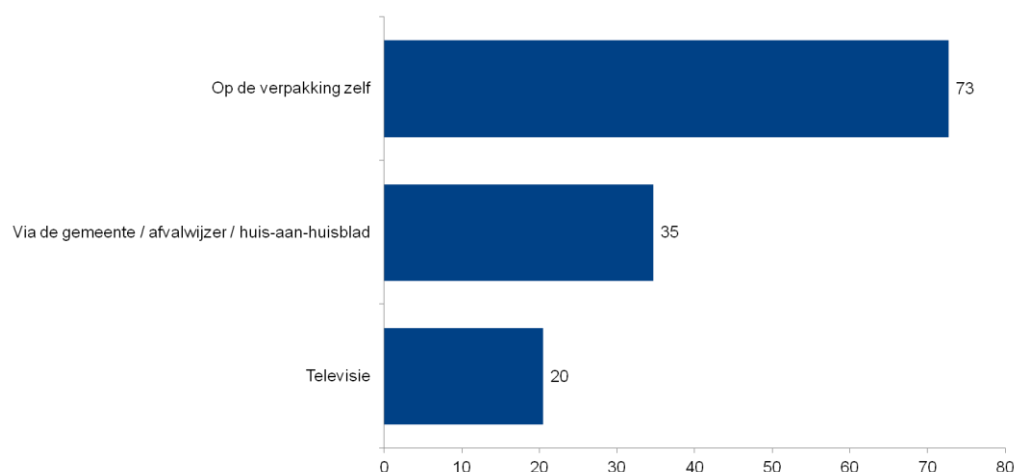
Leeftijd

De leeftijdscategorie 65 jaar en ouder heeft op alle behoeftes aan informatie de hoogste score. De jongste leeftijdscategorie heeft met minste behoefte aan meer informatie. Behalve als het gaat om 'welke verpakking in welke afvalbak thuishoort'. Daar geeft 48% van de respondenten van de leeftijdscategorie 18-34 jaar aan meer informatie te willen hebben en is met 48% hoger dan de leeftijdsgroep 35-49 (42%) en 50-64 jaar (42%).

Opleiding

Van de hoog opgeleide respondenten heeft 59% behoefte aan meer informatie over de mate waarin een bepaalde verpakking milieuvriendelijk of onvriendelijk is. Dat is significant hoger dan de midden (44%) en laag opgeleiden (44%).

Wat is in uw ogen de beste manier om informatie te geven over de verpakking van een product? (vraag 13)



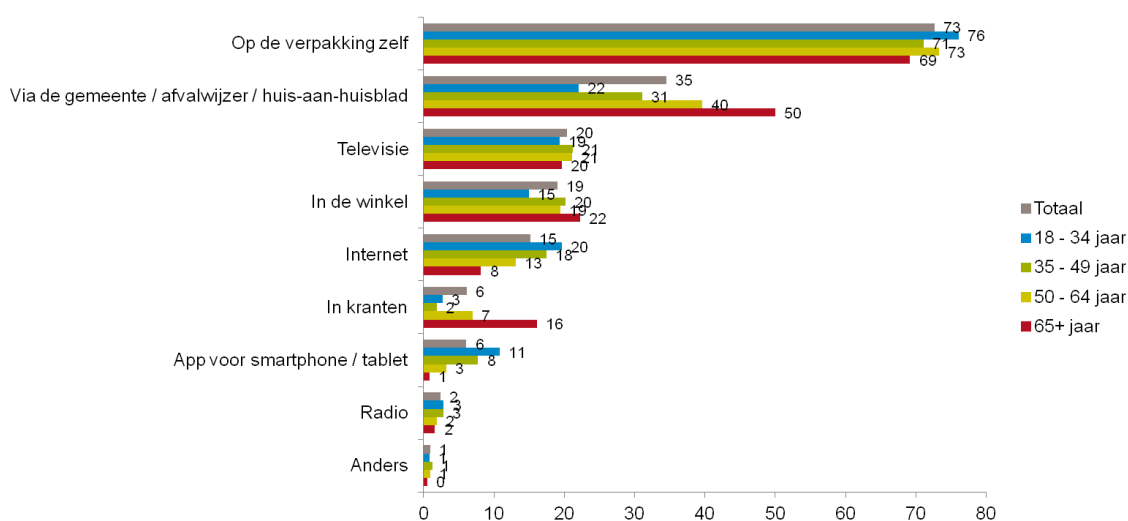
Figuur 27: V13A. Totaal/Top 3 van de beste manieren om informatie te geven over een product.

73% van de Nederlanders vindt informatie op de verpakking zelf de beste manier om informatie te geven over de verpakking van een product. De tweede beste manier is volgens 35% van de Nederlanders informatie via de gemeente / afvalwijzer / huis-aan-huisblad. Op de derde plaats staat de tv als de op twee na beste manier om informatie te geven over een product.

Leeftijd

Als we kijken naar verschillen op basis van leeftijd zien we dat hoe jonger de persoon hoe meer internet wordt aangegeven als goede manier om informatie te geven. Voor de leeftijdscategorie 18-34 jaar vindt 20% internet een goede manier om informatie te geven over een product. Een groot contrast met de 65 plussers waarvan slechts 8% vindt dat via internet een goede manier is om informatie te geven over een product.

Daarnaast zien we een groot contrast in meningen tussen de 65 plussers en de groep 18-34 jaar met betrekking tot de manier om informatie via de gemeente/ afvalwijzer / huis-aan-huisblad te geven. De groep 65 jaar en ouder vindt dit wel een goede manier (50%), terwijl het percentage bij de groep 18-34 jaar beduidend lager ligt op 22%.



Figuur 28: Verschillende leeftijdscategorieën ten opzichte van de beste manieren om informatie te geven over een product.

Regio

Het verschil met betrekking tot regio zit vooral in de beoordeling van de gemeente/ afvalwijzer / huis-aan-huisblad. De respondenten in de drie grote steden vinden dit minder geschikt (26%) dan de andere regio's.

3. Samenvatting & conclusies

3.1 Samenvatting

Hieronder zijn puntsgewijs de *meest belangrijke uitkomsten* van dit onderzoek opgesomd.

Kennis en houding ten aanzien van milieuvriendelijke producten

- 27% van de Nederlanders geeft aan dat een product in een winkel milieuvriendelijk is als het milieuvriendelijk/duurzaam geproduceerd is. Voornamelijk de groep 65 jaar en ouder wijkt af (17% en daarmee lager). Dit was een open vraag. 16% noemde een verpakkingsaspect (geen/weinig verpakkingsmateriaal, afbreekbaar, recyclebaar).
- 22% van de laag opgeleide respondenten geeft aan niet te weten wanneer een product milieuvriendelijk is, tegenover 5% van de mensen met een hoge opleiding.
- Recycling is bij de respondenten in de grote steden met 12% significant meer top-of-mind.
- 30% van de Nederlanders geeft aan nooit bewust voor milieuvriendelijke producten te kiezen. Koopt men wel bewust dan staan verpakkingen op één met 29%.
- Nederlanders verschillen, afhankelijk van leeftijd en gezinssituatie, onderling nogal in wat voor hen de keuze bepaalt als men rekening wil houden met de milieuvriendelijkheid van een product:
 - De groep van 35 tot 49 jaar kijkt voornamelijk naar de verpakking (34%) als men bewust kiest voor een milieuvriendelijk product terwijl bij de groep 65+ juist 'Of het product gezond is (weinig vetten en suikers bevat)' de keuze bepaalt.
 - 36% van de gezinnen met kinderen kiest nooit bewust voor milieuvriendelijke producten. Voor gezinnen zonder kinderen ligt dit percentage lager (26%).

Kennis en houding ten aanzien van verpakkingen

- Gevraagd naar de eerste gedachte bij 'verpakkingen' denkt 20% van de Nederlanders spontaan aan 'Plastic' en daarna volgt 'Onnodige verpakking' met 12%. 30% van de respondenten kon geen enkele gedachten benoemen als ze aan verpakkingen van producten denken.
- 42% van de laag opgeleiden geeft aan 'geen gedachten te kunnen benoemen'. Terwijl dit percentage bij de hoog opgeleiden met (15%) een stuk lager is.
- Veel diversiteit in gedachten. Betreft zowel materiaal van de verpakking (plastic, karton, papier, etc.), functionaliteit als ook een mening over het nut van verpakkingen
- Plastic als eerste gedachte wordt bij de groep hoog opgeleiden significant meer genoemd (28%) dan bij de laag opgeleiden (15%).
- 51% van de Nederlanders geeft aan dat een verpakking als belangrijkste functie heeft 'om het product te beschermen tegen beschadiging of bederf'. De leeftijdscategorie 65 plussers wijkt hiervan af. Volgens deze doelgroep is het 'informereren over het product' (45%) het belangrijkste.

Kennis en houding ten aanzien van de milieuvriendelijkheid van verpakkingen

- 52% van de Nederlanders geeft aan dat van de vijf genoemde verpakkingsmaterialen Papier/karton het meest milieuvriendelijk is. Metaal wordt over het algemeen beschouwd als het minst milieuvriendelijk (2%)
- Factoren als geslacht, leeftijd, inkomen, regio en gezinssituatie lijken geen of zeer weinig van invloed te zijn op bovenstaand antwoord.
- Minder dan de helft van de Nederlanders (42%) kon een concreet voorbeeld van een milieuvriendelijke verpakking geven
- Heel veel diversiteit in antwoorden op het verzoek een concreet voorbeeld te geven van een verpakking die NIET milieuvriendelijk is, zoveel zelfs dat het niet mogelijk is om goed te

categoriseren. Met name de leeftijdscategorie 65 jaar en ouder had moeite met het beantwoorden van deze vraag.

- Moeite met het beantwoorden van deze vraag (kon geen concreet voorbeeld noemen) hadden:
 - 65% van de leeftijdscategorie 65 jaar en ouder
 - 73% van de laag opgeleiden
 - 67% van de respondenten met een inkomen beneden modaal
- Heel veel diversiteit in antwoorden op het verzoek een concreet voorbeeld te geven van een verpakking die WEL milieuvriendelijk is, zoveel zelfs dat het niet mogelijk is om goed te categoriseren:
 - Met name de leeftijdscategorie 18-34 jaar had moeite met het beantwoorden van deze vraag. Slechts 34% heeft een voorbeeld kunnen geven.
 - Slechts 38% van de laag opgeleide respondenten heeft een concreet voorbeeld kunnen geven.
 - Hoog opgeleiden hebben de meeste voorbeelden gegeven (58%)
- Slechts 39% van de alleenstaanden heeft een concreet voorbeeld kunnen noemen en dat is significant lager dan de gezinnen zonder (47%) en de gezinnen met kinderen (ook 47%).
 - De meeste Nederlanders (47%) geven aan dat een verpakking duurzaam is als hergebruik/recycling mogelijk is. Slechts 4% noemt 'geen of weinig verpakkingsmateriaal'. Opleiding speelt een rol. 'Slechts' 39% van de lager opgeleiden geeft aan dat hergebruik/recycling een eis is voor duurzaamheid terwijl dit bij de hoog opgeleiden zelfs 60% is. 51% van de groep met een boven modaal inkomen geeft aan dat hergebruik/recycling een eis is waaraan moet worden voldaan.

Kennis en houding ten aanzien van het Meldpunt Verpakkingen

- 4 van de 6 genoemde organisaties zijn helemaal niet bekend bij de gemiddelde Nederlander. Enkel bij het Voedingscentrum (57%) en Nederland Schoon (53%) geven de respondenten aan dat ze de organisaties kennen, maar enkel van naam.
- Zowel het Meldpunt Verpakkingen als het Kennisinstituut Duurzame Verpakkingen zijn nieuwe organisaties en net voor de enquête van start gegaan. Het betreft hier een 0-meting voor de bekendheid van beide organisaties.
- 90% van de Nederlanders geeft aan het Meldpunt Verpakkingen niet te kennen. Het meest bekend is de organisatie bij de leeftijdscategorie 65+. Minst bekend onder de groep 18-34 jaar Ondanks de lage bekendheid met het Meldpunt Verpakkingen bij de gemiddelde Nederlander geeft toch al 40% van de Nederlanders aan mogelijk gebruik te gaan maken van het Meldpunt.
- Vooral de leeftijdscategorieën 50-64 jaar (49%) en 65+ (57%) geven aan dat zij zeker, dan wel waarschijnlijk gebruik zullen maken van het Meldpunt Verpakkingen.
- Alle beschreven aspecten, 'Hulp en stimulans voor bedrijven om verpakkingen duurzamer te maken', 'de mogelijkheid om suggesties en ideeën te melden', 'mogelijkheid om informatie te krijgen' en de 'mogelijkheid om vragen te stellen' worden positief beoordeeld. Men is vooral enthousiast over het aspect 'Hulp en stimulans voor bedrijven om verpakkingen duurzamer te maken'.

Intentie om actief bij te dragen aan duurzamere vormen van verpakking

- Bij beantwoording van alle stellingen over scheiden van afval en verpakkingen die aan de respondent zijn voorgelegd blijkt de Nederlander erg actief.
- Stelling met het hoogste percentage (83%) eens/helemaal eens is "Ik lever papier en karton zoveel mogelijk gescheiden in (bijv. een doosje)"
- 67% van de respondenten geeft aan dat ze 'vrijwel altijd' hun eigen (boodschappen)tas of -krat meenemen als ze boodschappen gaan doen.
- Alle respondenten geven, ongeacht de leeftijdscategorie dat ze vrijwel altijd hun eigen tas of krat meenemen als ze boodschappen gaan doen. De leeftijdscategorie 65+ staat met 81% met afstand op nummer één. 18-34 jarigen staan onderaan met 52%.

- **Informatiebehoefte ten aanzien van verpakkingen**
- Er is een grote behoefte aan meer informatie over de drie hieronder genoemde aspecten van verpakkingen.
 - De mate waarin een bepaalde verpakking milieuvriendelijk of onvriendelijk is.
 - Welke verpakking in welke afvalbak thuis hoort
 - Soorten materialen

47% van de Nederlanders geeft aan meer informatie te willen over 'de mate waarin een bepaalde verpakking milieuvriendelijk of onvriendelijk is', 46% wil weten welk afval waar moet, en 38% wil informatie over soorten materialen.
- De leeftijdscategorie 65 jaar en ouder heeft op alle behoeftes aan informatie de hoogste score. De jongste leeftijdscategorie heeft het minste behoefte aan meer informatie.
- 73% van de Nederlanders vindt informatie op de verpakking zelf de beste manier om informatie te geven over de verpakking.
- Hoe jonger de persoon, hoe meer internet wordt aangegeven als goede manier om informatie te geven.
- Contrast tussen de 65 plussers en de groep 18-34 jaar over de manier om informatie via de gemeente/ afvalwijzer / huis-aan-huisblad te geven. De groep 65 jaar en ouder vindt dit wel een goede manier (50%), terwijl het percentage bij de groep 18-34 jaar beduidend lager ligt op 22%.
- De respondenten in de drie grote steden vinden informatie geven via gemeente/ afvalwijzer / huis-aan-huisblad minder geschikt (26%) dan de andere regio's.

3.2 Conclusies en aanbevelingen

Naar aanleiding van dit onderzoek kan een aantal conclusies getrokken worden.

Kennis en houding ten aanzien van milieuvriendelijke producten

13% van de Nederlanders geeft geen antwoord of weet niet wanneer een product milieuvriendelijk is. Het kennisniveau van de gemiddelde Nederlander is daarmee redelijk maar er is zeker ruimte voor verbetering van kennis.

Met name ruimte voor verbetering van de kennis over milieuvriendelijke producten bij de leeftijdscategorie 65+ en de lager opgeleiden.

De diversiteit in de antwoorden geeft aan dat Nederlanders onderling nogal verschillen in wat de keuze bepaalt als men rekening wil houden met de milieuvriendelijkheid van een product. Er zijn veel verschillende gedachten over wat nu eigenlijk de duurzaamheid van een product bepaalt. Hier is absoluut nog veel winst te behalen. Als men beter kan inschatten wat nu eigenlijk de milieuvriendelijkheid het meeste beïnvloedt, dan zou dit tevens de keuze voor een product kunnen beïnvloeden.

Veel respondenten gaven aan dat ze nooit bewust kiezen voor milieuvriendelijke producten. De vraag is waarom is dat het geval? Komt het doordat het hen niet interesseert of dat men simpelweg niet de kennis heeft om een keuze te baseren op milieuvriendelijkheid van het product/verpakking. Aanvullend onderzoek zou hier meer informatie over kunnen geven.

Kennis en houding ten aanzien van verpakkingen

Een vijfde van de Nederlanders (20%) denkt spontaan aan plastic en daarna volgt 'Onnodige verpakking' met 12%. 30% van de respondenten kon echter geen enkele gedachten benoemen als ze aan verpakkingen van producten denken. Naast deze drie reacties is er veel diversiteit in gedachten.

Er is een groot contrast tussen de reacties van lager opgeleiden en hoger opgeleiden. De lager opgeleiden hebben moeite om een gedachte te benoemen (42% kon geen gedachten benoemen) terwijl dit de hoger opgeleide groep een stuk beter af ging (slechts 15%) kon geen gedachten benoemen. Dit contrast zien we ook in verschil in inkomen hoog versus inkomen laag.

Kennis en houding ten aanzien van de milieuvriendelijkheid van verpakkingen

Iets meer dan de helft van de Nederlanders geeft aan dat Papier/karton het meest milieuvriendelijk is. Op de tweede plaats staat glas (30%) gevolgd door hout (10%). Metaal wordt gezien als het minst milieuvriendelijk.

Bovenstaande ranking lijkt voor alle Nederlanders gelijk te zijn ongeacht factoren als geslacht, leeftijd, inkomen, regio en gezinssituatie. Er zijn namelijk slechts kleine nuances te zien. Nederlanders zijn dus behoorlijk eenduidig over welk verpakkingsmateriaal het meest milieuvriendelijk is.

Minder dan de helft van de Nederlanders (42%) kon een concreet voorbeeld van een verpakking geven die NIET milieuvriendelijk is. Bovendien liggen de antwoorden die we hebben ontvangen sterk uiteen. In tegenstelling tot de eerste vraag zijn de Nederlanders dus erg verdeeld over wat een goed voorbeeld van een milieuvriendelijke verpakking is. Met name de leeftijdscategorie 65+ had moeite met deze vraag. Hoger opgeleiden en personen met een hoger inkomen waren het beste in staat een antwoord op deze vraag te formuleren. Over het algemeen kunnen we stellen dat Nederlanders het moeilijk vinden om te beoordelen of een verpakking milieuvriendelijk of milieuvriendelijk is?

Ook een voorbeeld geven van een verpakking die WEL milieuvriendelijk is bleek moeilijk voor de respondenten. Hier had met name de leeftijdscategorie 18-34 jaar moeite met het formuleren van een vraag. Slechts 34% kon een voorbeeld geven. De groep 35-49 jaar heeft hier de meeste antwoorden gegeven (51%).

De antwoorden die we hebben ontvangen op beide vragen ("Kunt u een voorbeeld noemen van een verpakking die WEL/NIET milieuvriendelijk is") verschillen sterk ten opzichte van elkaar. Er was simpelweg teveel diversiteit aan antwoorden om goed te kunnen categoriseren.

47% van de Nederlanders geeft aan dat een verpakking duurzaam is als hergebruik/recycling mogelijk is. 17% geeft geen antwoord en 13% zegt dat 'afbreekbaarheid' een eis is. Bijna een kwart van de lager opgeleiden weet niet aan welke eisen voldaan moet worden om duurzaam te zijn. Verder geeft 60% van de hoogopgeleiden aan dat hergebruik/recycling een eis is voor duurzaamheid.

Dit zien we tevens terug bij de groep met bovenmodaal inkomen. Ook deze groep geeft namelijk aan dat hergebruik/recycling een eis is waaraan moet worden voldaan (51%).

Kennis en houding ten aanzien van het Meldpunt Verpakkingen

4 van de 6 genoemde organisaties zijn onbekend bij de gemiddelde Nederlander (meer dan de 50% heeft 'Nee, ik ken deze organisatie niet geantwoord'). Voedingscentrum en Nederland Schoon zijn wel bekend maar met name van naam.

90% van de Nederlanders kent het Meldpunt Verpakkingen niet. Het meest bekend is de organisatie bij de leeftijdsgroep 65+ en het minst bij de groep 18-34 jaar. Alle beschreven aspecten van het Meldpunt Verpakkingen worden erg positief beoordeeld. Men is vooral enthousiast over het aspect 'hulp en stimulans voor bedrijven om verpakkingen duurzamer te maken'.

Ondanks de onbekendheid geeft toch al 40% aan dat zij mogelijk gebruik willen gaan maken van dit meldpunt. Voor de doelgroepen met een gebrek aan interesse om gebruik te maken van het Meldpunt, zou het interessant kunnen zijn om meer te weten te komen over de motieven waarom dit het geval is. De vraag is namelijk of er simpelweg geen behoefte is bij deze doelgroepen of dat het ergens anders mee te maken heeft/beïnvloed wordt.

Daarnaast is het raadzaam te werken aan de algehele bekendheid van het Meldpunt Verpakkingen. Mogelijk kan een betere bekendheid van het meldpunt ook de intentie om er gebruik van te maken positief beïnvloeden.

Intentie om actief bij te dragen aan duurzamere vormen van verpakking

Nederlanders zijn actief als het aankomt op zelf bijdragen aan duurzaamheid. Ze doen naar eigen zeggen veel aan het scheiden van afval en verpakkingen. Dit blijkt uit de antwoorden op al de negen stellingen die aan de respondenten zijn voorgelegd. Dit kwam ook al naar voren bij het voorgaande hoofdstuk waar 40% van de respondenten, ondanks een lage bekendheid met het Meldpunt Verpakkingen mogelijk gebruik zou gaan maken van het meldpunt. In de praktijk blijkt dit ook want op de vraag 'Hoe vaak neemt u een eigen (boodschappen) tas of -krat mee als u boodschappen gaat doen?' geeft 67% van de Nederlanders aan dat ze dit 'vrijwel altijd' doen.

Informatiebehoefte ten aanzien van verpakkingen

47% van de Nederlanders geeft aan meer informatie te willen over 'de mate waarin een bepaalde verpakking milieuvriendelijk of onvriendelijk is'. 46% wil meer informatie over 'welke verpakking in welke afvalbak thuis hoort'.

De leeftijdscategorie 65+ heeft op alle behoeften aan informatie de hoogste score. De jongste (18-34 jaar) het minste. Als we kijken naar opleidingsniveau is het overwegend de groep hoogopgeleide respondenten (59%) waarbij de informatiebehoefte het grootst is.

73% van de Nederlanders vindt dat informatie op de verpakking zelf de beste manier is om informatie te geven over de verpakking van een product. Daarnaast kunnen we zien dat hoe jonger de leeftijd van de correspondent hoe meer internet wordt aangegeven als goede manier om informatie te geven.

Bijlage 1: Targets van de doelpopulatie

| | | | | nielsen regio | | | | |
|-------------------------|-----------|--------|------|------------------------|-----------|-------|-------|-------|
| | | | | 3 grote steden + aggl. | Rest west | Noord | Oost | Zuid |
| | | | | Count | Count | Count | Count | Count |
| Man, 18-34 jaar | Opleiding | Laag | 0.6% | 1.0% | 0.4% | 0.8% | 0.9% | |
| | | Midden | 1.1% | 2.0% | 0.7% | 1.5% | 1.6% | |
| | | Hoog | 0.7% | 0.8% | 0.2% | 0.5% | 0.6% | |
| Man, 35-49 jaar | Opleiding | Laag | 0.6% | 1.0% | 0.3% | 0.7% | 0.9% | |
| | | Midden | 0.8% | 1.9% | 0.7% | 1.5% | 1.5% | |
| | | Hoog | 0.9% | 1.3% | 0.3% | 0.8% | 0.9% | |
| Man, 50-64 jaar | Opleiding | Laag | 0.6% | 1.1% | 0.5% | 0.8% | 1.1% | |
| | | Midden | 0.6% | 1.5% | 0.6% | 1.1% | 1.4% | |
| | | Hoog | 0.6% | 1.1% | 0.3% | 0.8% | 0.8% | |
| Man, 65 jaar en ouder | Opleiding | Laag | 0.5% | 0.9% | 0.4% | 0.7% | 1.0% | |
| | | Midden | 0.4% | 0.9% | 0.4% | 0.7% | 0.8% | |
| | | Hoog | 0.3% | 0.6% | 0.2% | 0.4% | 0.5% | |
| Vrouw, 18-34 jaar | Opleiding | Laag | 0.5% | 0.8% | 0.3% | 0.6% | 0.6% | |
| | | Midden | 1.1% | 1.9% | 0.7% | 1.4% | 1.5% | |
| | | Hoog | 0.9% | 1.1% | 0.3% | 0.6% | 0.7% | |
| Vrouw, 35-49 jaar | Opleiding | Laag | 0.6% | 1.0% | 0.3% | 0.7% | 0.9% | |
| | | Midden | 0.8% | 2.0% | 0.8% | 1.5% | 1.6% | |
| | | Hoog | 0.8% | 1.2% | 0.3% | 0.7% | 0.8% | |
| Vrouw, 50-64 jaar | Opleiding | Laag | 0.8% | 1.6% | 0.6% | 1.2% | 1.6% | |
| | | Midden | 0.6% | 1.4% | 0.5% | 1.0% | 1.2% | |
| | | Hoog | 0.5% | 0.8% | 0.2% | 0.5% | 0.5% | |
| Vrouw, 65 jaar en ouder | Opleiding | Laag | 0.9% | 1.8% | 0.8% | 1.4% | 1.9% | |
| | | Midden | 0.4% | 0.8% | 0.2% | 0.6% | 0.6% | |
| | | Hoog | 0.2% | 0.3% | 0.1% | 0.2% | 0.2% | |

| | |
|----------------|-------|
| Alleenstaand | 21.1% |
| HH zonder kind | 48.4% |
| HH met kind | 30.5% |

Bijlage 2: Vragenlijst

Verpakkingen 17040

BA: Introduction screen

Welkom bij deze vragenlijst over producten en milieu.

All

X1 Wanneer is een product in een winkel volgens u milieuvriendelijk? [O]

All

X2 Als u een product koopt in een winkel en rekening wilt houden met het milieu, wat bepaalt dan uw keuze? [M]
U kunt maximaal 2 antwoorden geven.

BA: max 2 answers, random. No 'back' button.

1. De verpakking
2. De afstand tot het land waar het product gemaakt is (hoe ver is het product vervoerd)
3. Of het product plantaardig of dierlijk is
4. Of het product vers is of in blik/pot/diepvries
5. Of het product wel of niet bewerkt is (zoals voorgesneden groenten of kant-en-klaarmaaltijden)
6. Of het product gezond is (weinig vet en suiker bevat)
7. Of er kunstmest en bestrijdingsmiddelen bij de teelt gebruikt zijn
8. Of er niet meer product in de verpakking zit dan ik nodig heb
9. Anders, namelijk ... [O] [Fixed]
10. Ik kies nooit bewust voor milieuvriendelijke producten [S] [Fixed]

All

X3 Wat zijn de eerste gedachten die bij u opkomen als u aan verpakkingen van producten denkt? Kunt u drie punten noemen?
Graag ieder punt in een apart tekstvak plaatsen. [O]

BA: 3 tekst boxes

All

X4 Een verpakking kan meerdere functies hebben. Wat zijn volgens u de twee belangrijkste functies van een verpakking om een product? [M]

BA: max 2 answers, random. No 'back' button.

1. Om het product te beschermen tegen beschadiging of bederf
2. Om een product langer te kunnen bewaren
3. Om een product makkelijk te kunnen gebruiken (schenktuitje, zeppompje, hersluitbare verpakking)

4. Om consumenten te informeren over het product (voedingswaarden, houdbaarheidsdatum, gebruiksaanwijzing etc.)
5. Zodat het product opvalt in het schap ten opzichte van andere producten
6. Om het product gemakkelijker te kunnen vervoeren (door zowel de fabrikant als de consument)
7. Om verspilling tegen te gaan (door logische porties te hanteren)
8. Anders, namelijk... [O] [Fixed]

All

X5a Welk verpakkingsmateriaal is volgens u het meest milieuvriendelijk? [S]

BA: random

1. Hout (bijv. kistje of krat)
2. Glas (bijv. potje of fles)
3. Metaal (bijv. blikje of een tube)
4. Papier/karton (bijv. een doosje of een tas)
5. Kunststof (bijv. een plastic fles of een wikkel)

All

X5b En welk verpakkingsmateriaal is volgens u daarna het meest milieuvriendelijk? [S]

BA: answer options question X5a minus answer X5a

All

X5c En welk verpakkingsmateriaal is volgens u daarna het meest milieuvriendelijk? [S]

BA: answer options question X5a minus answer X5a and X5b

All

X5d En welk verpakkingsmateriaal is volgens u daarna het meest milieuvriendelijk? [S]

BA: answer options question X5a minus answer X5a, X5b and X5c

All

X6a Verpakkingen kunnen zowel voordelen als nadelen voor het milieu hebben. Kunt u één of meerdere voorbeelden van verpakkingen noemen die volgens u **niet** milieuvriendelijk zijn? Beschrijf graag concreet om welk product, welk merk en wat voor soort verpakking het gaat. [S]

1. Nee
2. Ja, namelijk [O]

All

X6b Kunt u één of meerdere voorbeelden van verpakkingen noemen die volgens u **wel** milieuvriendelijk zijn? Beschrijf graag concreet om welk product, welk merk en wat voor soort verpakking het gaat. [S]

1. Nee
2. Ja, namelijk [O]

All

X7 Wat is volgens u een duurzame verpakking? Aan welke eisen moet zo'n verpakking volgens u voldoen? [O]

All

X8 Welke van de onderstaande organisaties kent u, al is het maar van naam?
Als u een organisatie kent, wilt u dan aangeven of u de organisatie alleen van naam kent, of dat u weet waar de organisatie zich inhoudelijk mee bezig houdt?

Grid, answers in columns:

1. Nee, ik ken de organisatie niet
2. Ja, ik ken de organisatie, maar enkel van naam
3. Ja, ik ken de organisatie en weet waar de organisatie zich mee bezig houdt

Rows (random):

1. Voedingscentrum
2. Meldpunt Verpakkingen
3. Kennisinstituut Duurzaam Verpakken
4. Nederland Schoon
5. Plastic Heroes
6. Stichting Milieukeur

All

X9 Bij het onlangs opgerichte Meldpunt Verpakkingen kunnen consumenten terecht met vragen over alles wat te maken heeft met de milieu-aspecten en duurzaamheid van verpakkingen. Het Meldpunt beantwoordt vragen en peilt wat er leeft onder consumenten. Ook verzamelt het suggesties en ideeën van consumenten over het verbeteren van de milieuvriendelijkheid van verpakkingen en geeft deze door aan de fabrikanten ervan. Het Meldpunt wil op die manier fabrikanten helpen om verpakkingen nog duurzamer te maken. [S]

Zou u gebruik maken van het Meldpunt als u een opmerking of idee heeft over de verpakking van een product? [S]

1. Ja, zeker wel
2. Ja, waarschijnlijk wel
3. Nee, waarschijnlijk niet
4. Nee, zeker niet

All

X10 In welke mate vindt u onderstaande aspecten van het Meldpunt Verpakkingen nuttig of zinloos?

Grid, answers in columns:

1. Zeer zinloos
2. Enigszins zinloos
3. Neutraal
4. Enigszins nuttig
5. Zeer nuttig

Rows (random):

1. De mogelijkheid hebben om suggesties en ideeën te melden voor het verbeteren van de milieuvriendelijkheid van verpakkingen, die het meldpunt doorgeeft aan de fabrikanten ervan
2. De mogelijkheid hebben om **vragen te stellen** over verpakkingen, duurzaamheid en milieu
3. De mogelijkheid hebben om **informatie te krijgen** over verpakkingen, duurzaamheid en milieu
4. Hulp en stimulans voor bedrijven om verpakkingen duurzamer te maken

BA: (i) information button with the intro text of X9

All

X11 Hieronder volgt een aantal stellingen over het scheiden van verpakkingen. In hoeverre bent u het eens of oneens met deze stellingen? [S]

Grid, answers in columns:

1. Helemaal oneens
2. Oneens
3. Niet eens, niet oneens
4. Eens
5. Helemaal eens
6. Niet van toepassing

Rows (random):

1. Ik doe zoveel mogelijk mijn best om verpakkingen gescheiden in te leveren voor recycling
2. Ik lever papier en karton zoveel mogelijk gescheiden in (*bijv. een doosje*)
3. Ik lever glazen verpakkingen zoveel mogelijk gescheiden in (*bijv. (wijn)fles of potje*)
4. Ik lever plastic verpakkingen zoveel mogelijk gescheiden in (*bijv. petfles of verpakking van vleeswaren*)
5. Ik neem pas een eigen boodschappentas mee, als gratis wegwerptasjes in winkels afgeschafte worden.
6. Ik haal een plastic wikkel altijd eerst van de reclamefolders of tijdschriften af voordat ik ze in de oud-papierbak gooi
7. Als er een aparte inzameling komt voor de pakken van sappen en melk, dan zou ik drankkartons gescheiden inleveren
8. Ik zou het makkelijk vinden als op de verpakking staat in welke bak ik de verpakking moet doen voor recycling

9. Ik zou het prettig vinden als op de verpakking staat hoe schadelijk of milieuvriendelijk de verpakking is voor het milieu

All

- X12 Heeft u behoefte aan meer informatie over onderstaande aspecten van verpakkingen? [S]

Grid, answers in columns:

1. Ja
2. Nee

Rows (random):

1. De soorten materialen
2. De mate waarin een bepaalde verpakking milieuvriendelijk of onvriendelijk is
3. Welke verpakking in welke afvalbak thuishoort

All

- X13 Wat is in uw ogen de beste manier om informatie te geven over de verpakking van een product? [M]
U kunt maximaal 2 antwoorden geven.

Denkt u hierbij bijvoorbeeld aan informatie over het materiaal dat is gebruikt, recyclmogelijkheden, schadelijkheid voor het milieu, etc.

BA: max 2 answers, random.

1. Op de verpakking zelf
2. In kranten
3. Via de gemeente / afvalwijzer / huis-aan-huisblad
4. Internet
5. App voor smartphone / tablet
6. Televisie
7. Radio.
8. In de winkel
9. Anders, namelijk ... [O] [Fixed]

All

- X14 Tot slot, hoe vaak neemt u een eigen (boodschappen)tas of -krat mee als u boodschappen gaat doen? [S]
Het gaat hierbij zowel om supermarkt als markt, drogisterij, warenhuis, schoenenwinkel, kledingzaak etc.

1. Vrijwel nooit
2. Soms
3. Meestal
4. Vrijwel altijd
5. Alleen als ik naar de supermarkt ga. Bij andere winkels vergeet ik het.

EINDE VRAGENLIJST