

Ruime meerderheid consumenten bereid circulair te consumeren

DEN HAAG/GRONINGEN/ZEIST – Nederlandse consumenten zeggen in meerderheid bereid te zijn volgens de principes van een circulaire economie te consumeren. Dat blijkt uit onderzoek van de Rijksuniversiteit Groningen en Het Groene Brein, in opdracht van AKB.nl.

Aan de online enquête deden iets meer dan driehonderd Nederlanders mee. Ruim driekwart van hen geeft aan dat bijdragen aan een circulaire economie in overeenstemming is met de eigen principes. 77 procent zegt het onderwerp betekenisvol te vinden en 83 procent geeft aan dat een circulaire economie past bij wat hij of zij belangrijk vindt.

Auto delen

Een meerderheid is het er (helemaal) mee eens dat het delen, repareren of refurbishen van producten positieve invloed heeft op het milieu. Consumenten blijken vervolgens zelf ook bereid producten te laten repareren of tweedehands producten te kopen, waarbij vrouwen overigens op alle fronten meer bereidheid tonen. 78 procent van de consumenten geeft aan min of meer bereid te zijn in plaats van een nieuw product te kopen voor uitsluitend het gebruik ervan te betalen. 84 procent is bereid een refurbished product te kopen in plaats van een nieuw product, en 74 procent is bereid producten zoals een auto, kleding of gereedschap te delen. Het delen van producten is daarmee de minst favoriete circulaire bezigheid.

Respondenten die wél tot delen bereid zijn, laten zich het best motiveren door aspecten als milieuvriendelijkheid en gemak. Hoe duur of goedkoop het gebruik van een deelauto bijvoorbeeld is, doet er voor hen minder toe.

Repareren

De overweging of consumenten bereid zijn producten te laten repareren in plaats van nieuwe te kopen, laat een omgekeerd patroon zien. Het milieuaspect doet er hier veel minder toe, terwijl prijs, efficiency en kwaliteit doorslaggevend zijn: een stofzuiger repareren bijvoorbeeld moet in de eerste plaats betaalbaar en handig zijn en daarnaast mag de kwaliteit er niet onder lijden.

Voorkennis

Voorkennis over de circulaire economie speelt een rol van betekenis, zo blijkt ook uit het onderzoek. Respondenten die al weten wat een circulaire economie is, verhouden zich ook daadwerkelijk anders tot de thematiek. Helemaal mee eens, zegt bijvoorbeeld 40 procent van de kenners op de vraag of de circulaire economie in overeenstemming is met eigen principes, tegenover 21 procent van de niet-kenners. Hoe meer deelnemers zeggen te weten wat een circulaire economie is, hoe meer ze bereid zijn te betalen voor het gebruik van producten, refurbished producten te kopen en producten te delen.

Drie frames

Om te testen of het benadrukken van een specifiek aspect of voordeel van de circulaire economie van invloed is op de bereidheid van deelnemers circulair te consumeren, werden in het onderzoek drie verschillende beschrijvingen van een circulaire economie gehanteerd. Deze werden willekeurig aan deelnemers voorgelegd. Eén groep kreeg een neutrale omschrijving voorgeschoteld, een andere las over de financiële voordelen en een derde over de winst voor het milieu.

Op sommige onderdelen blijkt de beschrijving doorslaggevend voor in hoeverre consumenten bereid zijn hun gedrag aan te passen. Zo zijn respondenten die de financiële beschrijving lazen minder bereid om te betalen voor het gebruik van producten dan deelnemers die de 'neutrale beschrijving lazen. Eveneens valt tussen deze groepen het verschil op in bereidheid om producten te delen, zoals auto's, kleding en gereedschap: respondenten die over financiële voordelen lazen, zijn hiervoor opnieuw minder te porren dan deelnemers die de neutrale omschrijving lazen.

Aan het onderzoek hebben in totaal 353 Nederlandse consumenten deelgenomen, waarvan 265 deelnemers de enquête volledig hebben ingevuld. Naar leeftijd, afkomst, inkomen en opleidingsniveau vormt de groep een representatieve weergave van de Nederlandse consument. Zie daarvoor het meegestuurde deelnemersoverzicht.