



Maatschappelijk draagvlak circulaire economie

Een peiling onder Brabanders

HET PON

Maatschappelijk draagvlak circulaire economie

Een peiling onder Brabanders

Loet Verhoeven MSc

Bo Broers MSc

drs. Mirjam Smulders

dr. Inge van Rovert

Colofon

Het PON heeft dit onderzoek verricht in opdracht van

Provincie Noord-Brabant

Auteur(s)

L. Verhoeven MSc

B. Broers MSc

drs. M. Smulders

dr. I. van Roovert

PON publicatienummer

[Nummer]

Datum

november 2020



© 2020 Het PON

Het auteursrecht van deze publicatie berust bij het PON. Gehele of gedeeltelijke overname van teksten is toegestaan, mits daarbij de bron wordt vermeld. Vermenigvuldiging en publicatie in een andere vorm dan dit rapport is slechts toegestaan na schriftelijke toestemming van het PON. Hoewel deze publicatie met de grootst mogelijke zorg is samengesteld, kan het PON geen enkele aansprakelijkheid aanvaarden voor eventuele fouten.

Meer informatie

www.hetpon.nl

Inhoudsopgave

Inleiding	1
Doel van het onderzoek	1
Onderzoeksmethode	2
1 Bekendheid met Circulaire Economie	3
2 Kunststoffen	5
3 Consumentengoederen	6
4 Voedsel	8
5 (ver)bouwen van woningen	9
6 Maakindustrie	10
7 Betrokkenheid en belemmeringen	11
7.1 Betrokkenheid bij het thema circulaire economie	11
7.2 Belemmeringen bij het gebruik van circulaire producten	12
8 Wie is verantwoordelijk?	15
Reflectie en aandachtspunten	16
Overkoepelend	16
Aandachtspunten binnen de specifieke thema's	17
Onderzoekverantwoording	19
Respons	19
Representativiteit	20
Significante verschillen naar achtergrondkenmerken	20
Mogelijk verdiepend onderzoek	20

Inleiding

In *De Uitvoeringsagenda Circulaire Economie* zet de provincie Noord-Brabant in op de Rijksbrede thema's van circulaire economie, te weten: Biomassa en voedsel, Kunststoffen, Maakindustrie, Bouw & Infra en Consumptiegoederen.

De Impuls gaat in op het betrekken van de samenleving bij een circulaire economie. Want burgers spelen via hun gewoonten en (consumenten)gedrag een belangrijke rol in de transitie naar een circulaire economie.

Onderzoek naar de (potentiële) Brabantse consumenten met interesse in circulaire producten en diensten is hierin essentieel. Hoe denken Brabanders over (de thema's binnen) circulaire economie en wat dragen ze via consumentengedrag al bij aan de circulaire economie? Door zicht te krijgen op het huidige bewustzijn, gedachtegoed en gedrag van de Brabanders kan de provincie haar beleid verbeteren en zorgen dat de uitvoering van het beleid beter aansluit bij de behoefte van de samenleving.

Op dit moment is nog onbekend hoe Brabanders tegenover circulaire economie staan. Mogelijk is het begrip circulaire economie voor een grote groep nog onbekend. Mogelijk willen sommige Brabanders wel bijdragen aan een circulaire economie, maar ervaren ze obstakels waardoor het niet lukt om hun gewoonten en (consumenten)gedrag aan te passen. Zo bestaat de kans dat bestaande projecten en beleid gericht op het stimuleren van circulair consumentengedrag onvoldoende aansluiten bij de kennis en mogelijkheden van de Brabanders en daarmee dus niet effectief zijn.

Doel van het onderzoek

Met dit onderzoek verkennen we waar Brabanders nu staan als het gaat om circulaire economie. Het doel is om een beter beeld te krijgen van hoe Brabanders over specifieke thema's binnen circulaire economie denken en wat men – bewust of onbewust – al bijdraagt. Dit inzicht kan input bieden voor het optimaliseren van het beleid ten aanzien van circulaire economie. Met deze verkenning wordt specifiek inzicht gegeven in:

- De bekendheid van Brabanders met de thema's binnen circulaire economie;
- De opvattingen van Brabanders ten aanzien van de thema's binnen circulaire economie;
- De gewoonten en het (consumenten)gedrag van Brabanders ten aanzien van de thema's binnen circulaire economie: wat draagt men al bij en wat zou men graag bewust in de toekomst willen doen (en wat is daarvoor nodig)?

Een eerste beeld

Dit onderzoek geeft dus een eerste beeld van hoe Brabanders op dit moment in het thema circulaire economie staan. Verdiepend onderzoek is noodzakelijk om meer inzicht te krijgen in de beweegredenen en achterliggende motivaties van Brabanders.

Onderzoeksmethode

Om inzicht te krijgen in de bekendheid van Brabanders met het thema en hun opvattingen hieromtrent, gewoonten en (consumenten)gedrag ten aanzien van circulaire economie, is een online vragenlijst uitgezet onder Brabanders in oktober 2020. Hiervoor is gebruik gemaakt van de Brabantse panelleden van het landelijke panel PanelClix. In totaal hebben **830 respondenten** de vragenlijst ingevuld, waarmee we representatieve uitspraken kunnen doen over de Brabantse populatie. In het hoofdstuk ‘Onderzoeksverantwoording’ aan het einde van dit rapport is meer te lezen over de methodiek, respons en representativiteit van het onderzoek.

Verschillen tussen groepen

In het rapport beschrijven we verschillen tussen leeftijdsgroepen, opleidingsniveau en mate van stedelijkheid. De achterliggende tabellen zijn te vinden in de aparte bijlage ‘Tabellen met uitsplitsingen’.

1 Bekendheid met Circulaire Economie

Om te achterhalen in welke mate het thema Circulaire Economie leeft bij Brabanders hebben we hen gevraagd naar hun interesse in het thema, hoeveel kennis zij hebben over circulaire economie en in hoeverre zij bewust nadenken over specifieke thema's.

Tabel 1 Vraag 1: Kun je aangeven in hoeverre je het eens of oneens bent met de volgende stellingen? N=810 / (%)

	(helemaal) eens	Niet eens, niet oneens	(helemaal) oneens
Ik ben geïnteresseerd in het onderwerp circulaire economie	62	28	9
Ik heb weinig kennis over het onderwerp circulaire economie	53	32	15
Ik zou graag meer willen weten over circulaire economie	64	27	9

Bijna twee derde van de Brabanders is geïnteresseerd in circulaire economie. Daarbij geeft meer dan de helft van de Brabanders aan op dit moment weinig kennis te hebben over het onderwerp. Een nog grotere groep geeft aan graag meer te willen weten over circulaire economie. Dit geeft aan dat er veel potentie is om de bekendheid met het thema onder Brabanders te vergroten. Ook binnen de neutrale groep (bijna een derde van de Brabanders) zit potentie om de bekendheid met en bewustzijn over circulaire economie te vergroten.

Zoomen we wat dieper in, dan zien we nauwelijks verschillen tussen leeftijdsgroepen als het gaat om interesse en kennis over het thema. Wel geven jongeren tussen de 18 en 29 jaar vaker dan oudere leeftijdsgroepen aan weinig kennis te hebben over het thema (61%). Maken we een onderscheid tussen opleidingsniveaus, dan zien we wel meer verschillen: Hoger opgeleiden zijn vaker geïnteresseerd in circulaire economie (82% tegenover 41% van de laag opgeleiden). Zij geven ook vaker aan meer te willen weten over het onderwerp. Lager opgeleiden geven daarbij vaker aan weinig kennis te hebben over circulaire economie.

Tabel 2 Vraag 2: In welke mate denk je na over onderstaande thema's binnen circulaire economie? N=798 / (%)

	Dagelijks	Wekelijks	Maandelijks	Een keer per jaar	Nooit
Kunststoffen Verpakkingen, minder plastics, vergroten houdbaarheid van producten, microplastics, afval scheiden, zwerfafval	32	37	16	11	4
Biomassa en voedsel Natuurlijke materialen, plantaardig voedsel, hergebruik van afvalproducten, verspilling van voedsel tegen gaan	20	34	22	13	10
Producten en goederen Aankoop met lange levensduur, aankopen met minder milieu impact, repareren, alternatieven voor eigendom (huren, leasen abonnement, recycling, hergebruik), levensduurverlenging	11	29	33	19	8
Maakindustrie Maken van herbruikbare producten, in de ontwerpfase nadenken over de afvalfase	6	14	25	27	28
Bouwen van woningen Bouwen en verbouwen met herbruikbare materialen, met hout bouwen i.p.v. beton, tweedehands bouwmaterialen in bouwmarkten en online	6	9	21	29	34

Brabanders zijn in hun dagelijkse leven het meest bewust bezig met het thema *kunststoffen*: meer dan twee derde van hen is hier dagelijks of wekelijks mee bezig. Een stuk minder, maar nog steeds meer dan de helft van de Brabanders denkt regelmatig na over zaken rondom *biomassa en voedsel*.

De andere drie thema's staan op dit moment duidelijk minder op het netvlies van de Brabanders, waarbij met name *maakindustrie* en *bouwen* achterblijven. Een mogelijke verklaring hiervoor is dat zaken rondom kunststoffen en voedsel veel dichterbij de dagelijkse invloedsfeer van individuen liggen én dat er de afgelopen jaren veel aandacht is geweest vanuit de overheid, bedrijfsleven en media voor beide thema's.

2 Kunststoffen

In het thema *Kunststoffen* ligt de focus op verpakkingen, minder plastics, het vergroten van de houdbaarheid van producten, minder microplastics, afval scheiden en verminderen van zwerfafval. We legden Brabanders een aantal stellingen voor met betrekking tot deze punten.

Tabel 3 Vraag 3: In welke mate ben je het eens of oneens met de onderstaande stellingen over afvalscheiding? N=819 / (%)

	(helemaal) eens	Niet eens, niet oneens	(helemaal) oneens
Ik verzamel plastic apart	91	3	6
Statiegeld op verpakkingen en petflessen vind ik een goed systeem	91	6	3
Ik lever kleine elektrische apparaten in bij verzamelpunten	80	12	8
Er wordt te veel grof huisvuil gedumpt op straat	78	14	8
De verantwoordelijkheid voor duurzame verpakkingen ligt bij bedrijven	72	23	5
Ik zorg dat ik zo min mogelijk plastic verpakkingen heb	54	33	13

Zoals we in het vorige hoofdstuk ook zagen zijn Brabanders al bewust bezig met circulariteit en duurzaamheid rondom kunststoffen. Plastic apart verzamelen is al heel normaal onder Brabanders. En ook het systeem van statiegeld op petflessen is voor Brabanders een vanzelfsprekende zaak.

Ruim driekwart van de Brabanders vindt dat er teveel grof huisvuil gedumpt wordt op straat. Het bewustzijn van Brabanders rondom afvaldumping is dus al groot. Aan dit specifieke thema is dan ook door zowel de landelijke als provinciale overheid de afgelopen tijd veel aandacht richting burgers besteed. Uit een effectmeting van de provinciale campagne rondom afvaldumping uit 2019 bleek wel dat er volgens een derde van de Brabanders meer aandacht besteed mag worden aan de bezwaren van het dumpen van grof huisvuil.¹

Opvallend is dat men beduidend minder vaak zelf zorgt voor het hebben van zo min mogelijk plastic verpakkingen (54%). Dit roept de vraag op of Brabantse consumenten het hebben van zo min mogelijk plastic verpakkingen hun eigen verantwoordelijkheid vinden. Bijna driekwart van hen geeft namelijk aan dat de verantwoordelijkheid voor duurzame verpakkingen bij bedrijven ligt.

Ook hebben we gekeken naar de verschillen tussen Brabanders die in stedelijk gebied wonen en Brabanders die in niet-stedelijk gebied wonen. Hierin zien we nauwelijks verschillen in het thema *Kunststoffen*: Brabanders die in niet-stedelijk gebied wonen verzamelen in iets hogere mate hun plastic apart in (94% tegenover 87% van de Brabanders in de stad).

¹ Verhoeven, L. & Broers, B. (2019) Factsheet effectmeting Campagne Afvaldumping, Provincie Noord-Brabant

3 Consumentengoederen

Binnen het thema *Consumentengoederen* kijken we met name naar de oriëntatie van Brabanders als het gaat om lokaal geproduceerde en duurzame producten versus goedkope producten. We zetten hierbij een aantal stellingen tegenover elkaar en vroegen Brabanders waar hun voorkeur naar uit gaat.

Tabel 4 Vraag 4: Hieronder zie je links en rechts stellingen staan. Kun je aangeven waar je voorkeur ligt? N=792 / (%)

	←	neutraal	→	
Producten met een lange levensduur	80	15	6	Goedkope producten
Goederen, zoals een fiets, auto of gereedschap in eigen bezit hebben	78	15	7	Goederen, zoals een fiets, auto of gereedschap huren, leasen of delen
Lokaal geproduceerde producten	58	28	14	Goedkope producten
Betalen voor het retourneren van online aankopen	31	26	44	Gratis retourneren van online aankopen
Goedkope producten	30	32	38	Producten die zo min mogelijk impact hebben op het milieu
Kapotte spullen vervangen door nieuwe	28	28	44	Kapotte spullen (laten) repareren

Alhoewel Brabanders vaker de voorkeur hebben voor duurzame producten versus goedkope producten, zien we toch dat men nog niet helemaal een duurzame blik heeft als het gaat om consumentengoederen. Men verkiest bijvoorbeeld gratis retourneren boven betalen voor het retourneren van online aankopen. We vragen ons af of men zich bewust is van het feit dat het (gratis) retourneren niet duurzaam is. Ook zien we dat eigen bezit (nog) erg belangrijk is voor Brabanders. Opvallend is wel dat het repareren van spullen de voorkeur heeft boven het kopen van nieuwe spullen. Ook hier zien we op sommige punten een vrij grote neutrale groep, dit is mogelijk een groep waar veranderpotentie in zit.

Naast de oriëntatie op consumentengoederen van Brabanders in het algemeen, hebben we gekeken naar verschillen tussen leeftijdsgroepen, opleidingsniveau en mate van stedelijkheid. We zien dat jongeren tussen de 18 en 29 jaar vaker goedkope producten kiezen, dan duurzame producten met een lange levensduur. Ook gaat deze jongere doelgroep vaker voor nieuwe spullen in plaats van voor reparatie. 65-plussers kiezen daarentegen vaker voor lokale producten en producten die zo min mogelijk impact hebben op het milieu. Er lijkt dus met name bij de jongeren nog een taak te liggen wat betreft bewustzijn over de duurzaamheid van de keuzes die ze maken. Dit sluit aan bij het feit dat jongeren aangeven kennis te missen over het onderwerp circulaire economie.

Kijken we naar opleidingsniveau, dan zien we dat laagopgeleiden vaker kiezen voor goedkope producten in plaats van lokaal geproduceerde producten. Zij hebben ook de voorkeur voor gratis retourneren. Hoger opgeleiden kiezen vaker voor producten die zo min mogelijk impact hebben op het milieu. Zij gaan ook vaker voor reparatie in plaats van voor het kopen van nieuwe spullen. Middelbaar opgeleiden hebben spullen het liefst in eigen bezit (82% van de middelbaar opgeleiden tegenover 74% van de lager en hoger opgeleiden).

Kijken we naar deze bevindingen over jongeren en lager opgeleiden, dan roept dit de vraag op welke rol het onderwijs kan spelen: In hoeverre komt het thema duurzaamheid en circulaire economie al aan bod op scholen? Mogelijk ligt er een rol bij de provincie om het onderwijs hierbij te betrekken.

Ook hebben we gekeken of Brabanders die in stedelijk gebied wonen een andere voorkeur hebben als het gaat om consumentengoederen dan Brabanders uit niet-stedelijk gebied. Hierin zien we een aantal opvallende verschillen. Zo zijn Brabanders in de stad vaker voorstander van huren, leasen of delen. Inwoners van niet-stedelijk gebied in Brabant hebben daarentegen op dit moment meer de voorkeur voor het hebben van goederen in eigen bezit. Ook geven zij vaker aan een voorkeur te hebben voor gratis retourneren van online aankopen dan Brabanders die in de stad wonen. We zien geen verschillen tussen inwoners uit de stad en niet-stedelijk gebied als het gaat om voorkeuren voor lokaal geproduceerde producten of producten die zo min mogelijk impact hebben op het milieu versus goedkope producten.

4 Voedsel

Het thema *Voedsel* gaat met name over natuurlijke materialen, plantaardig voedsel, hergebruik van afvalproducten en het tegengaan van verspilling van voedsel.

Tabel 5 Vraag 5: In welke mate ben je het eens of oneens met onderstaande stellingen over voedsel? N=812 / (%)

	(helemaal) eens	Niet eens, niet oneens	(helemaal) oneens
Ik probeer zo min mogelijk producten weg te gooien (je kunt ze altijd wel ergens in/voor hergebruiken)	78	16	6
Ik koop seizoensgebonden producten	64	29	6
Ik koop en eet niet dagelijks vlees	59	14	26
Ik koop lokale producten	43	43	14
Ik koop en eet alternatieven voor vlees	33	22	45
Het is voor mij belangrijk dat plantaardige producten niet te onderscheiden zijn van dierlijke producten	23	45	32
Ik koop vooral kant- en klaar voedsel	6	14	81

Brabanders zijn zich al redelijk bewust van duurzaamheid en circulariteit rondom voedsel. Net zoals bij het thema *Kunststoffen* zien we dat het thema *Voedsel* dichtbij de Brabanders staat: ruim driekwart is bewust bezig met het tegengaan van verspilling en bijna twee derde koopt seizoensgebonden producten. Het kopen van lokale producten blijft nog wat achter. We zien hier wel een grote neutrale groep. Deze groep verdient (beleids)aandacht: zij hebben wellicht een duwtje in de rug nodig om de beweging naar lokale en duurzame producten te maken. Daarbij heeft dit wellicht ook met aanbod te maken heeft. Misschien zou deze groep wel meer lokaal willen kopen, maar vormt de afstand of de versnippering een drempel en kost het dus meer moeite om lokaal de kopen.

Kijken we naar het eten van vlees en vleesvervangers, dan zien we dat 59% van de Brabanders **niet** dagelijks vlees eet. Eén derde van hen koopt alternatieven voor vlees. Dit laat dus zien dat degene die niet dagelijks vlees eet niet de behoefte heeft om het vlees te vervangen. We zien wat betreft vleesconsumptie een duidelijk verschil tussen mannen en vrouwen: mannen eten nog vaker dagelijks vlees (bijna de helft van de mannen tegenover een derde van de vrouwen) en kopen en eten in mindere mate alternatieven voor vlees.

Er is slechts één verschil tussen inwoners uit de stad en inwoners van niet-stedelijk gebied: Brabanders die in niet-stedelijk gebied wonen geven vaker aan lokale producten te kopen dan mensen uit de stad (47% niet-stedelijke inwoners tegenover 39% van de stedelingen). Wellicht heeft dit wederom, zoals hierboven aangegeven, te maken met de afstand tot verkooppunten. Dit is een aandachtspunt voor de provincie.

5 (Ver)bouwen van woningen

Binnen dit thema staat het bouwen en verbouwen met herbruikbare materialen, met hout bouwen in plaats van beton, en het aanbod van tweedehands bouwmaterialen in bouwmarkten en online centraal. We bevroegen de Brabanders op deze punten.

Tabel 6 Vraag 6: In welke mate ben je het eens of oneens met onderstaande stellingen over de (ver)bouw van je huidige of een toekomstige woning? N=680 / (%)

	(helemaal) eens	Niet eens, niet oneens	(helemaal) oneens
Bij het klussen/verbouwen van mijn huis gebruik ik bewust materialen die duurzaam zijn	54	33	13
Bij het klussen/verbouwen van mijn huis vind ik het belangrijk dat ik duurzame materialen gebruik, ook al moet ik hier meer voor betalen	52	32	16
Bij het (ver)bouwen van mijn huis weet ik welke materialen gevaarlijke stoffen bevatten	45	27	28
Ik kan informatie over duurzaam bouwen of verbouwen gemakkelijk vinden	43	36	21
Bij het (ver)bouwen van mijn huis kies ik bewust voor gerecycled materialen of materialen die te recyclen zijn	29	46	25

We zien dat circulariteit en duurzaamheid binnen het thema *(Ver)bouwen van woningen* wat verder van de Brabantse inwoners/consumenten af staat dan de andere thema's. Over het algemeen stelt een derde van de Brabanders zich neutraal op als het gaat om dit thema. Ruim de helft van de Brabanders geeft aan dat zij gebruik maken van duurzame materialen tijdens de (ver)bouw. We vragen ons echter af of men überhaupt weet welke materialen duurzaam zijn en welke niet. Voor ruim de helft van de Brabanders (57%) is informatie over duurzaam bouwen namelijk niet gemakkelijk te vinden.

Hierbij moet benoemd worden dat er maar een heel klein percentage van de mensen zelf een huis bouwt. De meeste nieuwbouw wordt door projectontwikkelaars gebouwd. Aandachtspunt voor beleid is dus om niet de individuele burger, maar aannemers en projectontwikkelaars meer bewust te maken van dit thema. Een ander aandachtspunt bij dit thema is dat we geen onderscheid (kunnen) maken tussen Brabanders met een koop- of huurwoning. Voor mensen met een huurwoning is dit thema minder van toepassing.

Kijken we naar verschillen tussen leeftijdsgroepen, dan zien we dat 65-plussers zich vaker bewust zijn van het gebruik van duurzame materialen tijdens het (ver)bouwen van hun woning dan de jongere leeftijdsgroepen. Jongeren tussen de 18 en 29 jaar zijn zich hier minder bewust van (39% van de jongeren, tegenover 54% gemiddeld) en vinden het ook minder belangrijk.

6 Maakindustrie

Binnen het thema *Maakindustrie* staat de houding van Brabanders ten aanzien reparatie en tweedehands producten centraal.

Tabel 7 Vraag 7: In welke mate ben je het eens of oneens met onderstaande stellingen over de rol van bedrijven binnen het thema circulaire economie? N=800 / (%)

	(helemaal) eens	Niet eens, niet oneens	(helemaal) oneens
Ik vind het belangrijk dat bedrijven aandacht hebben voor duurzaamheid	84	12	3
Wanneer bedrijven een reparateurservice zouden promoten dan zou ik daar vaker gebruik van maken	71	25	4
Ik vind het belangrijk dat bedrijven mij de keuze bieden tussen nieuwe en tweedehandse producten	67	25	8

Opvallend is dat Brabanders open staan voor het repareren van producten en de aanschaf van tweedehands producten. Ook in hoofdstuk 3 (*Consumentengoederen*) zagen we al een voorkeur van Brabanders voor repareren versus het nieuw kopen van producten. Ook hier zien we deze voorkeur terug: bijna driekwart van de Brabanders zou gebruik maken van een reparateurservice als dit wordt aangeboden door bedrijven. Ook vindt twee derde van de Brabanders het belangrijk dat bedrijven zowel tweedehands als nieuwe producten aanbieden. We zien hier een belangrijk aanknopingspunt voor (provinciaal) beleid. In het hoofdstuk *Reflectie en aandachtspunten* verderop in dit rapport gaan we hier verder op in.

7 Betrokkenheid en belemmeringen

We vroegen de Brabanders niet alleen naar de circulariteit en duurzaamheid binnen specifieke thema's (zie voorgaande hoofdstukken), maar we vroegen hen ook naar hun algemene betrokkenheid en eventuele belemmeringen die zij ervaren als het gaat om het toepassen van een circulaire levensstijl.

7.1 Betrokkenheid bij het thema circulaire economie

Tabel 8 Vraag 8: In welke mate ben je zelf bezig met (één van de) thema's binnen circulaire economie (hergebruik/voorkomen van materialen en gebruik van duurzame materialen)? N=738 / (%)

	Vaak (dagelijks of wekelijks)	Af en toe (maandelijks of een keer per jaar)	Nooit
Ik pas circulaire economie toe in mijn levensstijl thuis	44	43	14
Ik denk bewust na over circulaire economie	41	47	13
Ik houd er rekening met circulaire economie in mijn koopgedrag	39	46	16
Ik pas circulaire economie toe in mijn werk	32	37	30
Ik verdiep me in het thema door te lezen, kijken, luisteren via tv-programma's te kijken, internet, podcasts of andere media/bronnen	26	55	20
Ik probeer anderen te interesseren voor circulaire economie	23	43	35

Als het gaat om de persoonlijke situatie, zoals het toepassen van circulaire economie in en rondom huis, het nadenken over het thema en het rekening houden met circulaire economie bij het doen van aankopen, dan zien we dat Brabanders dit al in redelijke mate doen (ruim 40%). Het delen van deze levensstijl met anderen of in werk gebeurt nog in mindere mate. Er is een grote groep Brabanders die af en toe bezig is met circulaire economie. Deze groep lijkt bij uitstek potentie te hebben om te bewegen naar een meer circulaire levensstijl. Gemiddeld gaat dit namelijk om 45% van de Brabanders; vertaald naar het aantal inwoners is dit een substantiële groep van ruim 1,1 miljoen inwoners.

Kijken we naar de verschillen tussen leeftijdsgroepen, dan zien we dat met name 65-plussers rekening houden met circulaire economie in hun koopgedrag. Jongere Brabanders, met name in de leeftijdscategorie 30-39 jaar, passen circulaire economie daarentegen vaker toe in hun werk (41%). Ook verdiept deze leeftijdsgroep zich vaker in het thema. Hier is dus vooral nog veel te winnen bij de jongeren. Al eerder beschreven we de mogelijke rol van het onderwijs hierin.

Verschillen in opleidingsniveau zien we met name in de persoonlijke situatie: Brabanders met een hoge opleiding passen circulaire economie vaker toe in hun levensstijl thuis, denken er vaker zelf bewust over na en houden er in meerdere mate rekening mee in hun koopgedrag.

7.2 Belemmeringen bij het gebruik van circulaire producten

Naast de eigen betrokkenheid van Brabanders bij het thema, legden we hen een aantal stellingen voor over mogelijke belemmeringen die zij ervaren bij het gebruik van circulaire producten.

Tabel 9 Vraag 9: In welke mate ben je het eens of oneens met onderstaande stellingen over mogelijke belemmeringen die je ervaart bij het gebruik van circulaire producten? N=798 / (%)

	(helemaal) eens	Niet eens, niet oneens	(helemaal) oneens
Repareren zou gestimuleerd moeten worden door bedrijven	76	20	3
Ik vind dat de vervuiler moet betalen voor zijn afval of impact op het milieu.	70	23	7
Ik vind duurzame producten te duur	48	37	16
Ik vind dat de overheid te weinig doet om circulaire economie te realiseren.	46	44	10
Ik vind het teveel moeite om me in alle producten te verdiepen.	42	37	21
Het is me niet duidelijk waar ik (onderdelen van) mijn herbruikbare materialen kwijt kan	29	30	41
Het kost me teveel moeite om een meer circulaire levensstijl aan te nemen (denk bijv. aan auto delen, afval scheiden)	24	36	40
Ik weet niet waar ik zou moeten beginnen	24	34	42
Ik weet niet waar ik die producten kan kopen	23	37	40
Het kost me teveel moeite om deze producten aan te schaffen	21	44	35

Wederom zien we hier dat Brabanders positief staan tegenover reparatie van producten (versus nieuwe producten kopen) : veruit de meeste Brabanders (driekwart) vindt dat repareren gestimuleerd zou moeten worden door bedrijven. Verder valt op dat bijna de helft van de Brabanders duurzame producten te duur vindt. Een aandachtspunt voor beleid is om mogelijk inzichtelijk te maken of duurzame keuzes ook echt duurder zijn en dat er dus misschien een groep is (laagopgeleid) die het niet kunnen betalen of enkel denken dat ze het niet kunnen betalen door gebrek aan kennis. Bijna een kwart van de Brabanders lijkt het namelijk (nog) te ingewikkeld te vinden om zich bezig te houden met circulaire economie: zij vinden het teveel moeite om zich erin te verdiepen of om duurzame producten te kopen en weten niet waar ze moeten beginnen.

Tabel 10 Vraag 10: Bij de vorige vraag heb je aangegeven dat je het teveel moeite vindt om je in producten te verdiepen. Bij welke producten heb je hier vooral moeite mee? N=339

	%
Bouwmaterialen	61
Elektrische apparatuur	51
Meubels	42
Kleding	40
Voedsel	34
Vervoersmiddelen (auto, scooter, fiets)	32
Een huis	28
Anders, namelijk	1
Weet ik niet	8

Brabanders ervaren met name moeite bij het verdiepen in (duurzame) producten als bouwmaterialen en elektrische apparatuur. Met voedsel en vervoersmiddelen ervaren zij duidelijk wat minder moeite om zich erin te verdiepen. Een logische verklaring hiervoor zou kunnen zijn dat informatie over duurzame voedselkeuzes en vervoersmiddelen veel beschikbaar is en ook toegankelijk is voor de Brabanders. Daarbij zijn voedsel en vervoersmiddelen ook goederen die Brabanders vaak gebruiken

Tabel 11 Vraag 11: In welke mate ben je het eens of oneens met onderstaande stellingen? N=804 / (%)

	(helemaal) eens	Niet eens, niet oneens	(helemaal) oneens
Ik draag graag mijn steentje bij	81	17	2
Ik vind het een uitdaging om zoveel mogelijk te hergebruiken	57	31	11
Ik wil wel bijdragen door andere producten te kopen, maar ik kan het niet betalen	41	36	23
Ik gebruik het liefst nieuwe spullen	35	42	23

Acht op de tien Brabanders draagt graag zijn of haar steentje bij als het gaat om duurzaamheid en circulariteit. Wel vindt meer dan de helft van de Brabanders het een uitdaging om zoveel mogelijk te hergebruiken. Ook geeft ruim 40% aan dat zij het niet kunnen betalen. Hoewel we eerder zagen dat Brabanders open staan voor het repareren van spullen, geeft 35% aan toch het liefst nog nieuwe spullen te gebruiken.

Met name jongeren (18-29 jaar) gebruiken het liefst nieuwe spullen. Ook geeft deze jongere leeftijdsgroep het vaakst aan dat zij wel willen bijdragen, maar het niet kunnen betalen. 65-plussers geven daarentegen opvallend vaker aan dat zij het een uitdaging vinden om zoveel mogelijk te hergebruiken (71% tegenover 57% gemiddeld).

Ook qua opleidingsniveaus zien we verschillen: Hoger opgeleiden geven vaker aan hun steentje bij te willen dragen dan lager opgeleiden. Lager opgeleiden geven daarbij ook vaker aan dat zij het niet kunnen betalen. Middelhoog opgeleide Brabanders geven opvallend vaker aan dat zij het liefst nieuwe spullen gebruiken.

Tabel 12 Vraag 13: Voor welke dingen ben je bereid om in de nabije toekomst te investeren in circulaire economie? N=813

	%
Elektrische apparatuur	48
Voedsel	44
Kleding	44
Vervoersmiddelen (auto, scooter, fiets)	32
Bouwmaterialen	32
Meubels	28
(ver)Bouwen van een huis	28
Anders, namelijk:	1
Weet ik niet	20

Brabanders zijn het meest bereid om te investeren in duurzame elektrische apparatuur, voedsel en kleding. Zij zijn (nog) minder bereid om te investeren in meubels of het duurzaam (ver)bouwen van een huis. Hier speelt mogelijk ook mee dat men het kopen van meubels en verbouwen van huis slechts eens in de zoveel jaren doet.

8 Wie is verantwoordelijk?

Naast de eigen betrokkenheid en belemmeringen die Brabanders ervaren als het gaat om circulaire economie, bevroegen we hen ook over wie volgens hen verantwoordelijk is voor de inrichting van een circulair economisch systeem in de samenleving.

Tabel 13 Vraag 12: Wie is er verantwoordelijk om ervoor te zorgen dat het economisch systeem circulair (op basis van hergebruik) wordt ingericht? Je kunt maximaal drie antwoorden aanvinken. N=814

	%
Elke individuele burger	61
Industrie en bedrijfsleven	59
Rijksoverheid	58
Gemeenten	26
Woningbouwcorporaties	14
Provincie	11
Onderwijs	8
Het economisch systeem hoeft niet circulair te worden ingericht	1
Dat weet ik niet / geen mening	10

Brabanders geven op de eerste plaats aan dat zij zelf (elke individuele burger) verantwoordelijk zijn voor het toepassen van circulaire economie in de samenleving. Daarnaast ligt volgens hen de verantwoordelijkheid met name bij het bedrijfsleven en de rijksoverheid. Brabanders zien in veel mindere mate een rol voor de lokale overheden en de provincie. Daarbij is het goed om op te merken dat Brabanders misschien niet goed weten wat voor taken de provincie in het algemeen heeft.

Tabel 14 Rol van de overheid

	(% helemaal eens)		
Ik zie een actieve rol voor de overheid om kunststof verpakkingen terug te dringen	79	17	4
Ik zie een actieve rol voor de overheid om de productie of verkoop van duurzame producten te stimuleren	71	23	6
Ik zie een actieve rol voor de overheid om de productie of verkoop van duurzame woningen te stimuleren	69	25	7
Ik zie een actieve rol voor de overheid om de productie en consumptie van duurzaam voedsel te stimuleren	67	25	9

Veel Brabanders zien een rol voor de overheid om circulaire economie toe te passen in de samenleving (gemiddeld 72%). Kijken we naar de specifieke thema's, dan geven Brabanders aan met name een rol voor de overheid te zien in het terugdringen van kunststof verpakkingen. In iets mindere mate zien zij een rol voor de overheid binnen de andere thema's, al liggen de percentages dichtbij elkaar.

Reflectie en aandachtspunten

Overkoepelend

- **Vergroot bekendheid met het thema onder Brabanders.** Er is veel potentie om de bekendheid met het thema Circulaire Economie onder Brabanders te vergroten. Men is geïnteresseerd in het thema en geeft aan er graag meer van te willen weten. Qua interesse in het thema is er ook een de neutrale groep (bijna een derde van de Brabanders) waar potentie zit om de bekendheid met en bewustzijn over circulaire economie te vergroten.
- **Zet in op jongeren!** Jongeren (18-29 jaar) zijn een doelgroep die beleidsaandacht verdient: zij geven vaker aan weinig kennis over Circulaire Economie te hebben. Zij gaan ook vaker voor goedkope producten, dan voor producten met een lange levensduur. Ook kiezen zij vaker dan de oudere leeftijdsgroepen voor nieuwe spullen in plaats van reparatie. Jongeren zijn zich minder bewust van het bouwen met duurzame materialen. Zij vinden dit ook minder belangrijk. Jongeren geven ook vaker dan andere leeftijdsgroepen aan dat zij wel willen bijdragen, maar het niet kunnen betalen.
- **Hoger opgeleiden als voorlopers.** Niet geheel verassend zien we dat hoger opgeleide Brabanders meer interesse hebben in circulaire economie en zich over het algemeen meer bewust zijn van het thema. Zij passen circulaire economie vaker toe in hun koopgedrag (lokaal en duurzaam, gaan vaker voor reparatie etc.). Lager opgeleiden hebben minder kennis van het onderwerp, gaan vaker voor goedkope producten (versus duurzaam, lokaal etc.).
- **Verken de rol van het onderwijs.** Kijken we naar deze bevindingen over jongeren en lager opgeleiden, dan roept dit de vraag op welke rol het onderwijs kan spelen: In hoeverre komt het thema duurzaamheid en circulaire economie al aan bod op scholen? Mogelijk ligt er een rol bij de provincie om het onderwijs hierbij te betrekken.
- **Maak in beleid onderscheid tussen stedelijk en niet-stedelijk gebied.** Brabanders die in de stad wonen zijn vaker voorstander van het leasen of delen van goederen dan inwoners uit niet-stedelijk gebied. Inwoners uit niet-stedelijk gebied kopen echter wel vaker lokale producten. Gaat het om bewustwording, dan zijn er dus voor inwoners uit de stad andere aandachtspunten dan voor inwoners uit niet-stedelijk gebied. In het kader van (provinciaal) beleid moet dus een onderscheid gemaakt worden tussen deze twee doelgroepen. Naast bewustwording is ook de letterlijke afstand tussen huis en verkooppunten van lokale producten een aandachtspunt.
- **Bouw is nog 'ver van mijn bed show'.** Kunststoffen en Voedsel zijn de twee thema's binnen circulaire economie die het dichtste bij de Brabanders liggen. Met deze twee thema's zijn zij in hun dagelijks leven het meeste bezig. Het thema 'Bouw' ligt duidelijk nog verder af van de gemiddelde Brabander. Binnen dit thema lijkt meer winst te behalen bij bedrijven die betrokken zijn bij woningbouw (aannemers, projectontwikkelaars, etc.), niet bij de individuele burger.

- **Er zit potentie in Brabanders om circulaire levensstijl te omarmen. Zet hierop in!** Als het gaat om de persoonlijke situatie, zoals het toepassen van circulaire economie in en rondom huis, het nadenken over het thema en rekening houden met het koopgedrag, dan zien we dat Brabanders dit al in redelijke mate doen (ruim 40%). Het delen van deze levensstijl met anderen of in werk gebeurt nog in mindere mate. Er is een grote groep Brabanders die af en toe bezig is met circulaire economie. We zien met name in deze groep een potentiële groep om de circulaire levensstijl (meer) te omarmen. Gemiddeld gaat dit namelijk om 45% van de Brabanders, vertaald naar het aantal inwoners is dit een substantiële groep van ruim 1,1 miljoen inwoners.
- **Richt beleid op individuele burger en bedrijfsleven.** De verantwoordelijkheid voor Circulaire Economie ligt volgens de Brabanders met name bij de individuele burger, het bedrijfsleven en de rijksoverheid. Zij zien in veel mindere mate een rol voor de lokale overheden en provincie. Provinciaal beleid zou zich dus vooral moeten richten op de burgers en het bedrijfsleven. Het meenemen van ervaringen van bewoners maakt het beleid effectiever, omdat het dan beter aansluit bij behoeften en ervaren belemmeringen van de samenleving. Dit is stof om het gesprek aan te gaan met alle (externe) partners die diensten en producten ontwikkelen voor de Brabander. De volgende zaken die Brabanders aangeven zijn aandachtspunten voor bedrijven: aanbieden van reparatieservices, reduceren van kunststof verpakkingen, tweedehands goederen aanbieden en het bouwen van huizen.

Aandachtspunten binnen de specifieke thema's

Kunststoffen

- Brabanders zijn in het dagelijks leven bewust bezig met dit thema. De bevindingen roepen wel de vraag op of Brabantse consumenten het hebben van zo min mogelijk plastic verpakkingen hun eigen verantwoordelijkheid vinden. Bijna driekwart van hen geeft namelijk aan dat de verantwoordelijkheid voor duurzame verpakkingen bij bedrijven ligt. Brabanders kunnen er immers weinig aan doen dat hun paprika uit de supermarkt per stuk verpakt is in plastic. Of hebben zij wel invloed in het in huis hebben van plastic verpakkingen? Hier ligt een aandachtspunt voor beleid, zowel richting bedrijven als consumenten.

Consumentengoederen

- Alhoewel Brabanders vaker de voorkeur hebben voor duurzame producten versus goedkope producten, zien we toch dat men nog niet helemaal een duurzame blik heeft als het gaat om consumentengoederen. Men verkiest bijvoorbeeld gratis retourneren boven betalen voor het retourneren van online aankopen. Waardoor we ons afvragen of men zich bewust is van het feit dat het retourneren niet duurzaam is. Betaald retourneren is net zo min duurzaam. De verwachting is echter dat de consument als ze moeten betalen voor retourneren, minder retourneert en bewuster producten online koopt. Bedrijven kunnen ook een rol spelen in het vergroten van de bewustwording van consumenten hieromtrent. Ook zien we dat eigen bezit (nog) erg belangrijk is voor Brabanders. Hier ligt een aandachtspunt voor beleid: het vergroten van de bewustwording van Brabanders over de consequenties van (gratis) retourneren en eigen bezit. Daarnaast geldt in deze gevallen nog dat de vervuiler **niet** betaald. Ook hier ligt een aandachtspunt voor beleid: als het weggooien van

consumentengoederen duurder wordt dan reparatie of duurzaam gebruik, dan kunnen duurzame goederen goedkoper worden. Zolang de prijs van duurzame/circulaire producten hoog is, blijft het voor een aantal groepen onmogelijk/onbereikbaar om een meer circulaire leefstijl te omarmen. Het advies hierbij is om als overheid niet enkel te 'zenden' en aangeven wat burgers moeten doen, maar aan te sluiten bij de leefwereld van burgers.

- Het repareren van spullen heeft de voorkeur boven het kopen van nieuwe spullen. Men geeft daarbij aan dat zij gebruik zouden maken van een reparatieservice als bedrijven dit aan zouden bieden. Hier ligt een aandachtspunt voor (provinciaal) beleid richting bedrijven: verkennen van mogelijkheden om reparatieservice aan het aanbod toe te voegen.
- Binnen dit thema zien we op sommige punten een vrij grote neutrale groep, waarin we een groep met potentie zien om een meer circulaire/duurzame levensstijl aan te nemen. Het aanspreken van deze potentiële groep is een punt van aandacht voor beleid.

Voedsel

- Brabanders zijn in hun dagelijks leven al bewust bezig met duurzaam voedsel. Het kopen van lokale producten blijft nog wat achter. Inwoners uit niet-stedelijk gebied kopen vaker lokale producten dan Brabanders in de stad. We zien hier wel een grote neutrale groep. Deze groep verdient (beleids)aandacht: zij hebben wellicht een duwtje in de rug nodig om de beweging naar lokale en duurzame producten te maken.
- Een speciale doelgroep die aandacht verdienen als het gaat om bewustwording rondom de gevolgen van het eten van vlees zijn de mannen. Zij eten nog vaker dagelijks vlees dan vrouwen en kopen en eten in mindere mate alternatieven voor vlees.

(Ver)bouwen van woningen

- Dit thema staat wat verder af van de Brabander. Een aandachtspunt bij dit thema is dat we ons afvragen of men überhaupt weet welke materialen duurzaam zijn en welke niet. Voor ruim de helft van de Brabanders (57%) is informatie over duurzaam bouwen dan ook niet gemakkelijk te vinden.

Maakindustrie

- Ook hier zien we dat Brabanders open staan voor het repareren van producten en de aanschaf van tweedehands producten. Zie aandachtspunt bij consumentengoederen.

Onderzoekverantwoording

Om inzicht te krijgen in de bekendheid van Brabanders met het thema en hun opvattingen hieromtrent, gewoonten en (consumenten)gedrag ten aanzien van Circulaire Economie hebben we een online vragenlijst uitgezet onder Brabanders in oktober 2020. Hiervoor is gebruik gemaakt van de Brabantse panelleden van het landelijke panel PanelClix.

Respons

In totaal hebben 830 respondenten de vragenlijst ingevuld, waarmee we representatieve uitspraken kunnen doen over de Brabantse populatie.

Tabel 15 Respons naar geslacht

	n	%
Man	420	51
Vrouw	410	49
Totaal	830	100

Tabel 16 Respons naar leeftijd

	n	%
18-29 jaar	179	22
30-39 jaar	153	18
40-49 jaar	140	17
50-64 jaar	210	25
65+ jaar	148	18
Totaal	830	100

Tabel 17 Respons naar opleidingsniveau

	n	%
Laag	187	23
Midden	388	47
Hoog	251	30
<i>Onbekend</i>	4	0
Totaal	830	100

Tabel 18 Respons naar stedelijkheid*

	n	%
Stedelijk	396	48
Niet-stedelijk	431	52
<i>Onbekend</i>	3	0
Totaal	830	100

*Indeling op basis van stedelijkheid CBS

Representativiteit

Om representativiteit te kunnen waarborgen, is een weging toegepast op de achtergrondkenmerken geslacht, leeftijd en opleidingsniveau. Is een bepaalde groep oververtegenwoordigd in de respons ten opzichte van de daadwerkelijke populatie in Brabant, dan krijgen zij een lage weging (lager dan 1). Is een bepaalde groep ondervertegenwoordigd, dan krijgen zij een hogere weging (hoger dan 1). Een weging van 1 betekent dat de verdeling van de respons gelijk is aan de daadwerkelijke Brabantse populatie.

In de tabellen hieronder laten we zien wat de respons is en welke wegingsfactor is toegepast. Te zien is dat de respons dichtbij de daadwerkelijke Brabantse populatie ligt, waardoor er geen zware weging van bepaalde groepen nodig is geweest. We zien dat met name vrouwen van 65 jaar en ouder iets ondervertegenwoordigd zijn in de responsgroep.

Tabel 19 Toegepaste weging leeftijd x geslacht

	Weging Man	Weging Vrouw
18 t/m 29 jaar	0,97	0,74
30 t/m 39 jaar	0,82	0,76
40 t/m 49 jaar	0,85	1,07
50 t/m 64 jaar	1,14	0,96
65 en ouder	1,07	1,84

Tabel 20 Toegepaste weging opleidingsniveau

	Weging
Laag	1,25
Midden	0,85
Hoog	1,02

Significante verschillen naar achtergrondkenmerken

Om te onderzoeken of mensen uit verschillende opleidingsgroepen, leeftijden en woongebieden (stedelijkheid) anders antwoorden op de vragen en stellingen, hebben we gebruik gemaakt van de chi-kwadraattoets. Het gemiddelde van de ene groep wordt vergeleken met het gemiddelde van andere groepen. Deze toets beoordeelt of het verschil daadwerkelijk (met 95% betrouwbaarheid) in de populatie bestaat, of dat het verschil berust op de toevallige samenstelling van de responsgroep. In het rapport beschrijven we enkel de significante verschillen tussen de groepen. De achterliggende tabellen zijn te vinden in de **aparte bijlage 'Tabellen met uitsplitsingen'**.

Mogelijk verdiepend onderzoek

Dit rapport geeft een eerste beeld van hoe Brabanders op dit moment in het thema Circulaire Economie staan. Verdiepend onderzoek is noodzakelijk om meer inzicht te krijgen in de beweegredenen en achterliggende motivaties van Brabanders. 17% van de respondenten heeft aangegeven open te staan voor een verdiepend interview. Dit zijn in totaal 141 mensen.

Tabel 21 Vraag 14: Met een aantal respondenten gaan we graag verder in gesprek over dit thema. Mogen we je benaderen voor een interview?
N=813

	%
Ja, ik sta open voor een interview	17
Nee, ik wil niet benaderd worden voor een interview	83

Het is interessant om zowel in gesprek te gaan met respondenten die niet geïnteresseerd zijn in circulaire economie als met respondenten die wel geïnteresseerd zijn in het thema. Ook is het eventueel interessant om met respondenten in gesprek te gaan die neutraal tegenover het thema staan.

Tabel 22 Vraag 14: 'ik ben geïnteresseerd in het onderwerp circulaire economie' naar 'met een aantal respondenten gaan we graag verder in gesprek over dit thema. Mogen we je benaderen voor een interview?'
- (%)

Ik ben geïnteresseerd in het onderwerp circulaire economie	Ja, ik sta open voor een interview %	Ja, ik sta open voor een interview - aantal
(helemaal) eens	78%	110 persoon
Niet eens, niet oneens	20%	28 persoon
(helemaal) oneens	1%	1 persoon

Indien gewenst, kunnen we uit bovenstaande groepen (geïnteresseerd, neutraal en niet geïnteresseerd in het thema) een selectie maken voor verdiepende interviews.

HETPON



OPGERICHT IN
1947



GEVESTIGD IN
TILBURG

KENNISONDERNEMING

STICHTING ZONDER WINSTOOGMERK

AANTAL MEDEWERKERS

20



INTENSIEVE SAMENWERKINGEN

MET UNIVERSEITEN EN ANDERE
KENNISINSTELLINGEN

SPECIFIEKE THEMA'S

- > VEERKRACHT
- > RUIMTE EN ENERGIE
- > OMGEVING
- > ARBEID
- > CULTUUR
- > ERFGOED
- > MIGRATIE
- > PARTICIPATIE
- > JEUGD
- > STURING

ONZE OPDRACHTGEVERS

- > PROVINCIES
- > GEMEENTEN
- > ZORG- EN WELZIJSINSTELLINGEN
- > FONDSSEN

**HET
PON**

Over het PON

Passie voor samen leven

Het PON is een kennisonderneming in het hart van de samenleving. We halen meningen en voorkeuren uit de samenleving op over alles wat mensen bezig houdt. Bij de mensen zelf, in nauwe samenwerking met die mensen. Die voorkeuren en meningen onderzoeken we, analyseren we en duiden we. Met prikkelende aanpakken en innovatieve methodieken. Emoties verbinden we aan feiten, kennis koppelen we aan beleving. We leggen dwarsverbanden die op het eerste gezicht niet zo vanzelfsprekend zijn. En soms ontwrichten we.

Met die uitkomsten en inzichten adviseren we beleidsmakers en bestuurders. Of ze nu bij een gemeente, provincie, woningcorporatie of zorginstelling werken. Zodat ze afgewogen keuzes kunnen maken. Zodat ze bestuurlijk kunnen vernieuwen. En zodat ze een positieve impuls kunnen geven aan de samenleving van morgen.

Stationsstraat 20c
5038 ED Tilburg
+31 (0)13 535 15 35
info@hetpon.nl
www.hetpon.nl