

10 KEY INSIGHTS

Duurzame verpakkingsbarometer*

Meerderheid van de consumenten wil wegwerpverpakkingen vervangen door herbruikbare verpakkingen 1

- 70% staat open voor retoursystemen, zoals terugbrengen naar de winkel of thuis ophalen van herbruikbare verpakkingen

Hervulsystemen scoren bij Vlaamse consumenten 2

- 80% vindt het belangrijk om herbruikbare verpakkingen te kunnen hervullen met navulverpakkingen of navulstations in de winkel

Duurzame verpakkingen mogen niet duurder zijn 3

- Hoewel Vlamingen openstaan voor duurzame verpakkingen, is 46% niet bereid om extra te betalen

Vlaamse consumenten hebben een gebrek aan kennis over recycleren en duurzame verpakkingen 4

- 75% scoort laag op algemene kennisvragen, zoals het niet weten dat een kartonnen verpakking niet altijd duurzamer is dan een plastic verpakking

Vlamingen vertonen regelmatig duurzaam gedrag 5

- 76% volgt de sorteerinstructies op verpakkingen
- 58% gebruikt thuis navulverpakkingen
- 65% maakt gebruik van herbruikbare verpakkingen

Vlaming toont grote interesse in duurzaamheid 6

- 71.4% wil informatie over sorteerregels
- 71.3% wil weten hoe recycleerbaar verpakkingen zijn
- 69.3% is geïnteresseerd in hygiënenormen van herbruikbare verpakkingen

Verpakkingen zijn de beste communicatiekanalen 7

- Jongere generaties geven de voorkeur aan informatie via QR-codes op verpakkingen
- Oudere generaties verkiezen tekstuele vermeldingen

Financiële winst is een belangrijke trigger voor duurzaam gedrag 8

- Lagere prijzen, klantenacties en statiegeldsystemen motiveren consumenten om duurzaam te handelen
- Daarnaast stimuleren een groter aanbod en gebruiksvriendelijke herbruikbare verpakkingen of navulstations ook duurzaam gedrag

Voor het terugkrijgen van statiegeld op blikjes en flesjes, verkiezen mensen inzamelmachines boven QR-codes 9

- 56% prefereert inzamelmachines in de winkel
- 40% geeft de voorkeur aan het gebruik van een QR-code

Oudere generaties en vrouwen tonen meer betrokkenheid dan jongere generaties en mannen 10

- Boomers (60-80 jaar) en vrouwen zijn meer betrokken en vertonen vaker duurzaam gedrag dan Gen Z (18-27 jaar) en mannen

*Resultaten op basis van een online bevraging van een panel van 1000 Vlaamse consumenten tussen de 18 en 80 jaar

artevelde hogeschool