



Rapport

# De kringloop: bekendheid en gebruik

# Colofon

**Uitgave**

I&O Research  
Piet Heinkade 55  
1019 GM Amsterdam

**Rapportnummer**

2020/171

**Datum**

September 2020

**Opdrachtgever**

Branchevereniging Kringloopbedrijven Nederland

**Auteurs**

Melle Conradie  
Jasper de Jong

*Het overnemen uit deze publicatie is toegestaan, mits de bron duidelijk wordt vermeld.*



# Belangrijkste uitkomsten

- **Zeven procent Nederlanders hergebruikt alles**  
Op de tegenstelling tussen hergebruiken of weggooien plaatsen Nederlanders zich gemiddeld meer aan de kant van de 'hergebruikers' dan de 'weggooiers'. Zeven procent geeft aan alles wat kan opnieuw te gebruiken en 34 procent hergebruikt veel. Aan de andere kant gooit vijf procent alles weg en elf procent veel weg.
- **Groot deel bevolking bekend met de kringloop**  
Vier op de vijf Nederlanders (83%) is bekend met de kringloop. Een kwart geeft aan er goed bekend mee te zijn. De bekendheid is iets lager dan bij [het publieksonderzoek circulaire economie \(2019\)](#) (89%).
- **Logo 100% kringloop nog niet bij iedereen bekend**  
De meerderheid van de Nederlanders (59%) herkent het logo van 100% kringloop niet wanneer dit getoond wordt. Een op de vijf (17%) herkent het wel, maar weet niet wat het betekent. Een kwart (24%) kent de betekenis van het logo.
- **Kringlopen maatschappelijk belangrijk voor Nederlanders**  
Vier op de vijf Nederlanders (84%) is het eens met de stelling dat kringlopen een belangrijke maatschappelijke functie hebben. Twee procent vindt van niet. Onder Nederlanders die meer weggooien is dit zes procent. Naarmate men beter bekend is met kringloopwinkels, onderschrijft men ook vaker het maatschappelijk belang ervan.
- **Vier op vijf Nederlanders heeft wel eens gehoord van kernwaarden kringloop**  
Een groot deel van de Nederlanders weet dat kringlopen werkgelegenheid bieden aan mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt (86%) en willen bijdragen aan een beter milieu (79%). Respectievelijke 53 en 42 procent is goed bekend met deze doelstellingen.
- **Meer kringloopbezoek voor brengen dan kopen**  
Drie op de tien Nederlanders (29%) brengt vaak of regelmatig iets bij de kringloop. Een minderheid (16%) brengt nooit iets. Een op de vijf Nederlanders (22%) brengt vaak of regelmatig een bezoek aan de kringloop om een aankoop te doen. Een vergelijkbare groep (21%) koopt er nooit iets.
- **Lage kwaliteit spullen voornaamste reden om niets bij kringloop te brengen**  
Een derde van de Nederlandse bevolking brengt (vrijwel) nooit iets bij de kringloop. De meest genoemde redenen zijn dat de afgedankte spullen van te lage kwaliteit zijn (genoemd door 45%) of dat de spullen liever tegen betaling verkoopt (23%).
- **Kringloop biedt niet voor iedereen de producten die men wil**  
De helft van de Nederlanders (46%) koopt vrijwel nooit iets bij de kringloop. Twee op de vijf noemen als reden dat ze liever nieuwe producten kopen en ook twee op de vijf noemen (daarnaast) dat de kringloop niet de producten heeft die ze willen hebben.



# 1 Resultaten

## 1.1 Leeswijzer

Van zaterdag 3 oktober tot en met vrijdag 9 oktober 2020 wordt Nationale Kringloopweek georganiseerd door de Branchevereniging Kringloopbedrijven Nederland (BKN) en alle 100% Kringloop! winkels. BKN en haar leden zijn benieuwd naar de bekendheid van de kringloop en het gedrag van Nederlanders met betrekking tot hergebruiken. In dat kader heeft I&O Research in samenwerking met BKN een peiling gehouden onder 1.040 Nederlanders. De resultaten daarvan vindt u in dit rapport. Een uitgebreide onderzoeksverantwoording staat in hoofdstuk 2.

## 1.2 Hergebruiken of weggooien?

### Zeven procent Nederlanders hergebruikt alles

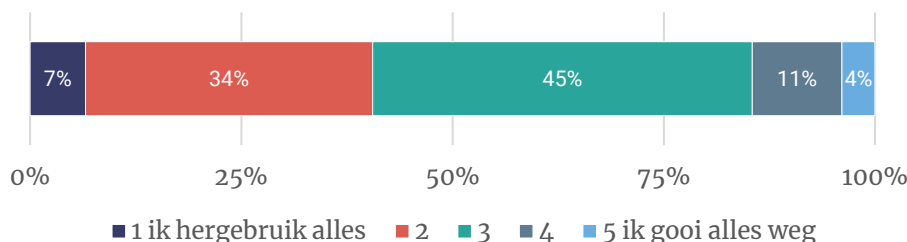
Nederlanders zijn naar eigen zeggen meer ‘hergebruikers’ dan ‘weggooiers’. Zeven procent hergebruikt alles en 34 procent hergebruikt veel van wat ze niet meer nodig hebben. Aan de andere kant van de schaal gooit vijf procent alles weg en elf procent veel weg. Bijna de helft van de Nederlanders (45%) plaatst zich op middenpositie van de schaal. In 2014 is bij een [marktverkenning](#) dezelfde vraag gesteld. Omdat men destijds kon antwoorden op een tien-puntschaal zijn de cijfers niet volledig vergelijkbaar. In 2014 gaven Nederlanders zichzelf gemiddeld een 4,1 op de schaal, iets onder de middenpositie (5,5). In 2020 is het gemiddelde met 2,7 ook onder de middenpositie (3,0). Nederlanders lijken dus gemiddeld van de positie van *hergebruiker* op te schuiven richting de middenpositie.

### Veel hergebruikers onder 65-plussers

Nederlanders van 65 jaar en ouder zijn relatief vaak *hergebruiker*. Van de Nederlanders die twee keer modaal of meer verdienen, is een kwart *weggooiër*. Dit is duidelijk minder onder wanneer men modaal of minder verdient: van die groep is ongeveer tien procent *weggooiër*.

In het vervolg van de rapportage worden zo nu en dan verschillen beschreven tussen Nederlanders op basis van het hergebruikgedrag. Hierbij maken we onderscheid tussen ‘hergebruikers’ (waarde 1 en 2) en ‘weggooiers’ (waarde 4 en 5).

**Figuur 1 – Er zijn mensen die alles hergebruiken en mensen die alles wat ze niet meer nodig hebben weggooien. Hoe schat u uzelf in? (n=1.040)**

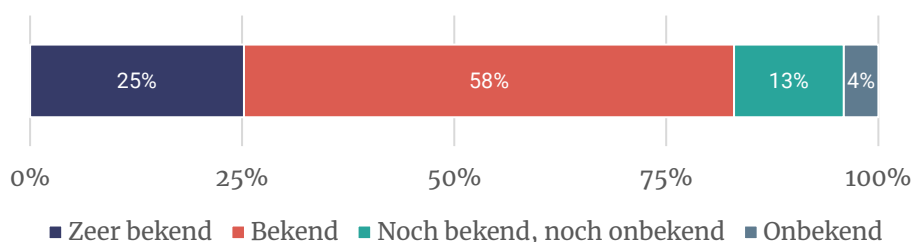


### 1.3 Groot deel bevolking bekend met kringloop

De ruime meerderheid van de Nederlanders (83%) is bekend met de kringloop. Een kwart zegt er zelfs zeer bekend mee te zijn. Een klein deel van de Nederlanders kent de kringloop niet echt (13%) of is er volledig onbekend mee (4%). Bij [het publieksonderzoek circulaire economie \(2019\)](#) waren iets meer Nederlanders bekend met de kringloop (89% (zeer) bekend)).

*Hergebruikers* zijn vaker dan gemiddeld bekend met kringloopwinkels (90%). Zeven op de tien *weggooiers* (69%) is bekend met kringlopen.

**Figuur 2 – In welke mate bent u bekend met kringloopwinkels? (n=1.040)**

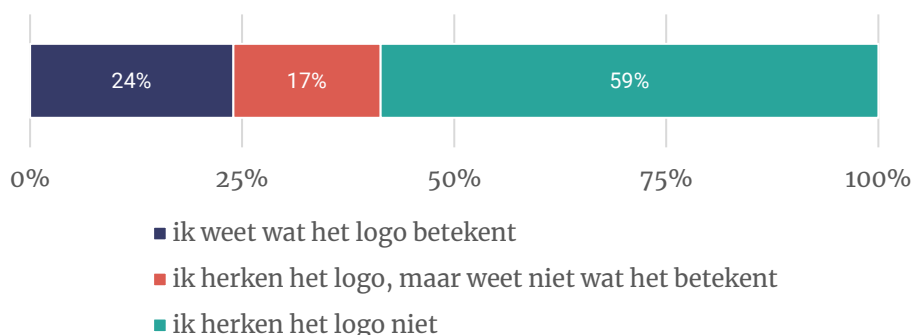


#### Logo 100% kringloop nog niet bij iedereen bekend

De meerderheid van de Nederlandse bevolking (59%) herkent het logo van 100% kringloop niet wanneer zij dit te zien krijgen. Een kwart (24%) herkent het wel en weet ook wat het logo betekent. De overige 17 procent van de bevolking geeft aan het wel te herkennen, maar de betekenis niet te weten. Uit het [klantonderzoek van Accenture in 2019](#) bleek 46% bekend te zijn met het 100% kringloopmerk. Dit zijn net iets meer Nederlanders dan nu bekend zijn met het logo (42%). Mogelijk verklaring is dat het onderzoek uit 2019 onder daadwerkelijke klanten was.

Driekwart (75%) van de *weggooiers* is onbekend met het logo. Van de *hergebruikers* kent de helft (53%) het logo niet. Nederlanders van onder de 50 herkennen het logo minder vaak dan ouderen. Verder zijn lageropgeleiden vaker bekend met het logo dan middelbaar- en hogeropgeleiden.

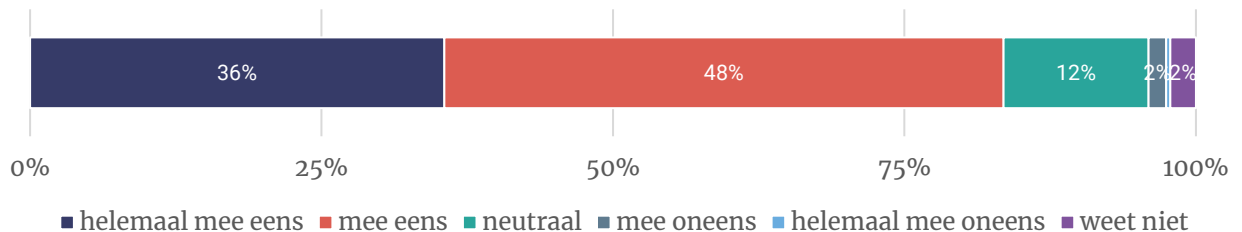
**Figuur 3 – In hoeverre bent u bekend met het 100% kringloopwinkels logo? (n=1.040)**



### Kringlopen maatschappelijk belangrijk voor Nederlanders

Vier op de vijf Nederlanders (84%) is het ermee eens dat kringlopen een belangrijke maatschappelijke functie hebben. Een kleine groep (2%) is het daarmee oneens. Vooral onder *weggooiers* is deze groep naar verhouding groot (6%). Twee procent van de Nederlanders geeft aan niet in te kunnen schatten of kringloopwinkels maatschappelijk belang hebben. Naarmate men beter bekend is met kringloopwinkels ziet men ook het vaker de maatschappelijke functie.

**Figuur 4 – Kringloopwinkels hebben een belangrijke maatschappelijke functie. (n=1.040)**

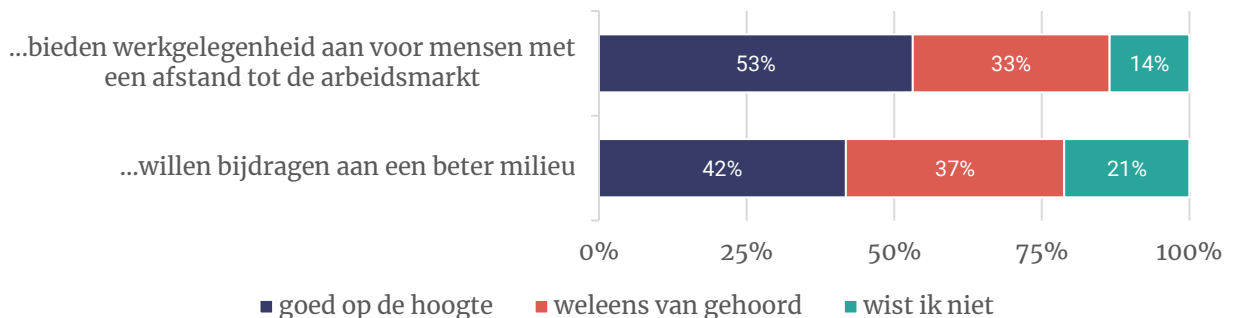


### Vier op vijf Nederlanders heeft wel eens gehoord van kernwaarden kringloop

Kringloopwinkels bieden banen voor mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt. Daarnaast willen kringlopen ook bijdragen aan een beter milieu. Van beide zaken heeft ongeveer vier op de vijf Nederlanders wel eens gehoord. De helft (53%) geeft aan goed bekend te zijn met dat kringlopen mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt in dienst nemen. Twee op vijf Nederlanders (42%) is er goed van op de hoogte dat kringlopen willen bijdragen aan een beter milieu. De bekendheid met de kernwaarden is groter bij *hergebruikers* dan *weggooiers*.

Vooral 65-plusser weten dat kringlopen werkgelegenheid bieden voor mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt. Van de jongeren (18 tot 25 jaar) was een kwart hier niet bekend mee.

**Figuur 5 – In hoeverre bent u op de hoogte van de volgende zaken? Kringloopwinkels... (n=1.040)**



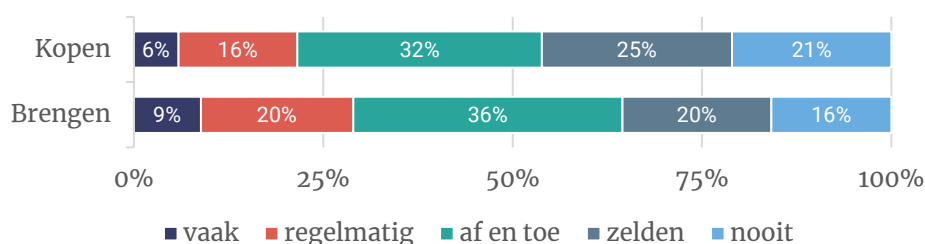
## 1.4 Meer kringloopbezoek voor brengen dan kopen

Drie op de tien Nederlanders (29%) brengt vaak of regelmatig iets bij de kringloop. Een minderheid (16%) brengt nooit iets. Minder Nederlanders kopen iets bij de kringloop: 21 procent zegt dit nooit te doen. Een op de vijf Nederlanders (22%) koopt juist vaak of regelmatig spullen.

Zoals verwacht brengen en kopen *hergebruikers* vaker spullen dan *weggooiers*. Maar dat men veel hergebruikt betekent niet altijd dat men ook bij de kringloop komt: tien procent van de *hergebruikers* brengt nooit iets en elf procent koopt nooit iets. Van de *weggooiers* geeft koopt tien procent vaak of regelmatig iets en geeft 15 procent vaak of regelmatig iets weg.

Van de 65-plussers brengt twee op de vijf regelmatig spullen. Dit is meer dan andere Nederlanders.

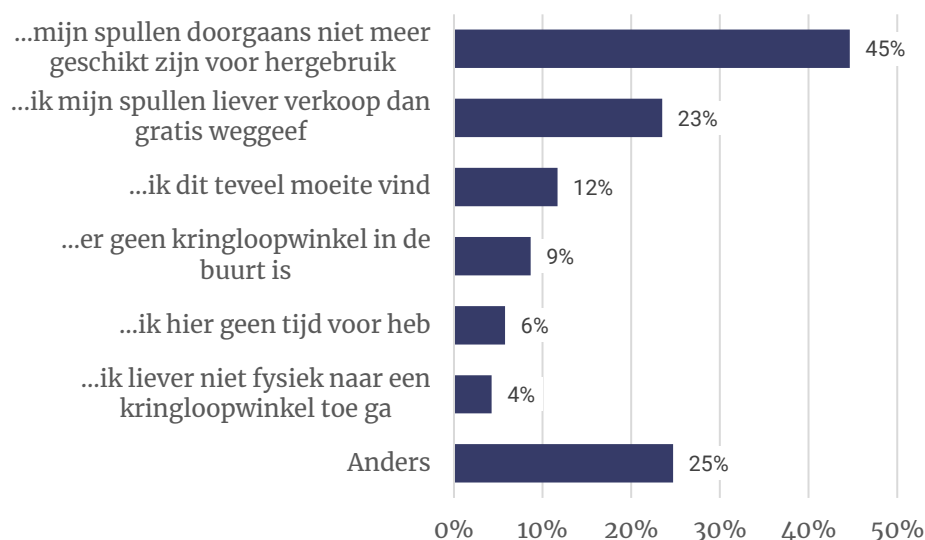
**Figuur 6 – Brengt of koopt u wel eens iets bij een kringloopwinkel? (n=1.040)**



### Lage kwaliteit spullen voornaamste reden om niets bij kringloop te brengen

Een op de drie Nederlanders (36%) brengt zelden of nooit iets bij de kringloop. De voornaamste reden is dat men de afgedankte spullen niet meer geschikt voor hergebruik acht (genoemd door 45%). Voor de helft van de *hergebruikers* (52%) die zelden iets brengen is dit een reden. Een kwart van de Nederlanders (23%) geeft aan spullen liever te verkopen dan weg te geven. Een kwart (23%) van de *weggooiers* die zelden iets brengen, vindt het te veel moeite.

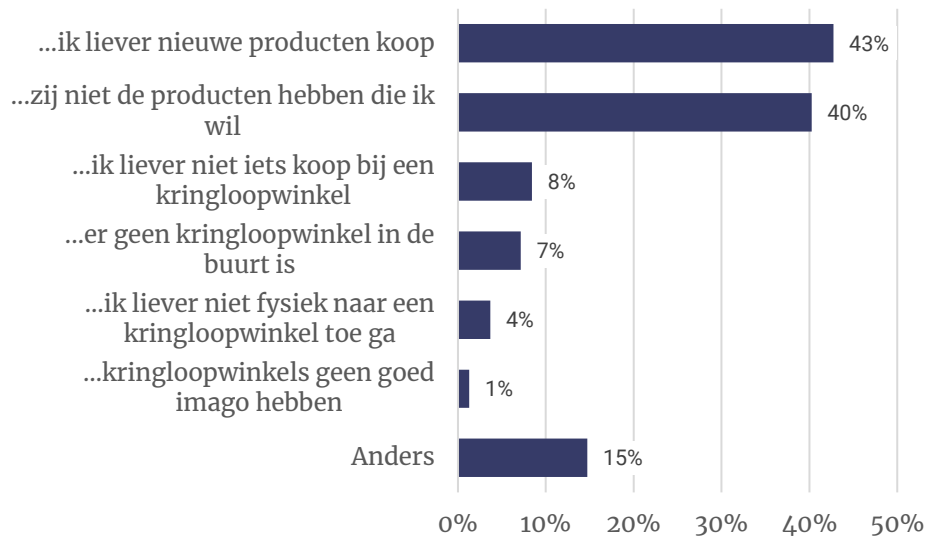
**Figuur 7 – Waarom brengt u zelden of nooit iets naar de kringloopwinkel? Omdat... (n=358)**



### Kringloop biedt niet voor iedereen de producten die men wil

Bijna de helft van de Nederlanders (46%) koopt zelden of nooit iets bij de kringloop. Twee op de vijf van hen (43%) geeft aan dat ze dit niet doen omdat ze liever nieuwe producten kopen. Onder weggooiers die geen spullen kopen, is dit aandeel hoger (57%). Een andere veelgenoemde reden is dat men niet de gewenste producten kan vinden bij de kringloop (genoemd door 40%).

**Figuur 8 – Waarom koopt u zelden of nooit iets bij de kringloopwinkel? Omdat... (n=467)**





## 1.5 Ideeën van de Nederlandse bevolking

Aan het einde van de vragenlijst kon men een tip geven aan de kringloop. In totaal gaf men bijna 250 tips. Hieronder is een bloemlezing van antwoorden opgenomen. Deze geven een beeld van wat men zoal zegt.

*“Werk aan uitstraling. Action weet met goedkope troep iedereen te lokken, kringloopwinkels met goede promotie moeten dat ook kunnen.”*

*“Sommige kringloopwinkels staan zo vol oude meuk dat ze een beetje ongezellig worden. Iets meer gezelligheid en minder aftandse apparatuur die niemand wil zou kunnen helpen.”*

*“Probeer het stigma dat deze winkels er zijn voor de minderbedeelden in de samenleving van je af te gooien. De missie om hergebruik te stimuleren moet juist bij mensen met een hoger inkomen onder de aandacht gebracht worden. Doe ook iets met het imago, maak hergebruik minder stoffig.”*

*“Mijn ervaring is dat (grote) kringloopwinkels vaak wat achteraf zitten, verplaats ze midden in het centrum. Zorg voor goede webshops. Maak reclame. Dat programma dat ze B&B's verbouwen en veel bij Kringloopwinkels kopen is slim! Verder kun je denken aan GTST bijv. Vaak zien kringloopwinkels er ook wat oubollig uit, maak ze hipper. Verkoop een ervaring; bijv. een leuke winkel met cafeetje en kruiden terras. Uiteraard alles duurzaam en biologisch!”*

*“Meer en andere marketing. Consument meer bewust maken van hergebruik. De grootste kringloopwinkel van Nederland is natuurlijk marktplaats.”*

*“Maak er geen echt lijkende winkel van. Geef de mogelijkheid om te snuffelen.”*

*“Het makkelijker maken om meubels en grote stukken uit inboedels langs te brengen; duidelijker vooraf maken wat ze wel en wat niet accepteren. Nu moet je zelf een kar huren en mag je een deel alsnog weggooien omdat de winkel het niet accepteert.”*

*“Er is veel verschil in winkels. Alles goed sorteren en overzichtelijk neerzette.”*

*“Blijf realistisch, prijzen niet te hoog.”*

*“Bied mensen in ieder geval een koopprijs aan. Dan komen mensen zoals ik eerder hun spullen brengen.”*



## 2 Verantwoording

### Verantwoording

I&O Research voerde een landelijk representatief onderzoek uit onder 1.040 Nederlanders van 18 jaar en ouder. Niet alle vragen die in dit rapport worden gepresenteerd zijn aan alle 1.043 Nederlanders gesteld. Bij iedere tabel of figuur wordt de steekproefbasis vermeld. Het onderzoek vond plaats van donderdag 3 tot dinsdagochtend 8 september 2020.

De resultaten zijn gewogen op geslacht, leeftijd, opleiding, regio en stemgedrag bij de Tweede Kamerverkiezingen in 2017. Het grootste deel van de deelnemers (969) is afkomstig uit het I&O Research Panel. Daarnaast vulden 71 Nederlanders de vragenlijst in via het panel van PanelClix.

### Weging en marges

De onderzoeksresultaten zijn gewogen op geslacht, leeftijd, regio, opleidingsniveau en stemgedrag bij de Tweede Kamerverkiezingen in maart 2017. De weging is uitgevoerd conform de richtlijnen van de Gouden Standaard. Hiermee is de steekproef representatief voor de kiesgerechtigde Nederlandse inwoners (18+), voor wat betreft deze achtergrondkenmerken. Bij onderzoek is er sprake van een betrouwbaarheidsinterval en onnauwkeurigheidsmarges. In dit onderzoek gaan we uit van een betrouwbaarheid van 95 procent. Bij een steekproef van  $n=1.040$  en een uitkomst van 50 procent is er sprake van een foutmarge van plus of min 3,0 procent.

### I&O Research Panel

Het I&O Research Panel is geworven op basis van aselecte personen- en huishoudensteekproeven op traditionele manier (geen zelfaanmelding). Sinds april 2019 werkt het I&O Research Panel met een spaarprogramma, waarbij deelnemers punten sparen afhankelijk van de lengte en complexiteit van de vragenlijst. Deze punten kunnen later worden ingewisseld voor Bol.com-tegoed of een donatie aan een goed doel.

### I&O Research

I&O Research is het grootste onderzoeksbureau voor overheid en non-profit (volgens de MarktOnderzoeksAssociatie, MOA, 2019). Het is onze missie bij te dragen aan beter onderbouwde keuzes van onze klanten, op basis van onderzoek en advies. Wij werken voor overheids- en non-profitorganisaties.

I&O Research heeft vestigingen in Amsterdam en Enschede.

I&O Research is lid van de MarktOnderzoeksAssociatie (MOA), maakt deel uit van de Research Keurmerk Groep en onderschrijft de internationale ICC/ESOMAR-gedragscode voor markt- en sociaalwetenschappelijk onderzoek. I&O Research is ISO 9001-, ISO 20252- en ISO 27001-gecertificeerd. Het online onderzoekspanel (I&O Research Panel) is ISO 26362-gecertificeerd. Dit is de norm voor online en offline access panels.



### **I&O Research Enschede**

---

Zuiderval 70  
Postbus 563  
7500 AN Enschede  
T (053) 200 52 00  
E [info@ioresearch.nl](mailto:info@ioresearch.nl)  
KVK-nummer 08198802

### **I&O Research Amsterdam**

---

Piet Heinkade 55  
1019 GM Amsterdam  
T (020) 308 48 00  
E [info@ioresearch.nl](mailto:info@ioresearch.nl)