

Belangrijkste inzichten en data Circular Reality Scan 2026

Cluster 2, juli 2026



Inhoud



Over het onderzoek	3
De kloof tussen ambitie en gedrag in circulariteit	4
Hoe circulair zijn we echt? De inzichten	5 - 10
Contact voor media	11



Over het onderzoek

De Circular Reality Scan 2026 is een representatief onderzoek onder 1.000 Nederlandse consumenten (18–70 jaar) en 200 Nederlandse bedrijven (≥ 10 werknemers). Het onderzoek werd uitgevoerd door onderzoeksbureau Ipsos in opdracht van Renewi.

Met deze scan brengt Renewi trends in kennis, houding en gedrag rond recycling en circulariteit in kaart. Het onderzoek geeft een actueel en representatief beeld van de mate waarin intenties overeenkomen met werkelijk gedrag in Nederland.



De kloof tussen ambitie en gedrag in circulariteit

Nederlanders zien zichzelf graag als bewuste consumenten en verantwoordelijke bedrijven. We scheiden afval, we kopen bewust, we geloven dat we goed recyclen en steeds duurzamer worden. Maar klopt dat zelfbeeld?

De Circular Reality Scan 2026 is een grootschalig Ipsos-onderzoek onder Nederlandse consumenten en bedrijven. Voor het eerst brengt het beide perspectieven samen en laat zien waar ambities, verwachtingen en gedrag uit elkaar lopen, en waarom dat de circulaire transitie vertraagt.

Het resultaat: een reality check die een duidelijke en confronterende paradox blootlegt: De Nederlanders geloven sterk in recycling en circulariteit, maar handelen er te weinig naar.

1. Hoge verwachtingen van bedrijven, maar beperkt vertrouwen en gebruik van labels

In aanloop naar de nieuwe Europese verpakkingsregels (PPWR) verwachten consumenten duidelijk actie van bedrijven, maar het vertrouwen in bestaande tools blijft beperkt.



Een grote meerderheid van de Nederlanders verwacht dat bedrijven meer doen:

86%

vindt dat bedrijven moeten investeren in het gebruik van gerecyclede materialen.

90%

wil dat duidelijk wordt aangegeven wanneer die materialen gebruikt worden.

Cijfers



Tegelijk blijkt dat consumenten die informatie vandaag nauwelijks gebruiken of vertrouwen:

76%

vertrouwt recyclinglabels slechts soms tot nooit.

10%

checkt (bijna) altijd of producten gerecyclede materialen bevatten.

Cijfers

2. Gerecycled wordt nog vaak gezien als duurder en minder hoogwaardig

Hoewel gerecyclede materialen breed als belangrijk worden gezien, wegen andere factoren zwaarder door bij de aankoopbeslissing.



Cijfers



70%

van de Nederlanders zegt dat gerecyclede materialen belangrijk zijn.

Toch blijkt uit onderzoek dat een expliciete claim zoals “100% gerecyclede fles” geen aantoonbaar effect heeft op koopintentie.

Percepties rond prijs en kwaliteit spelen hierin een belangrijke rol.

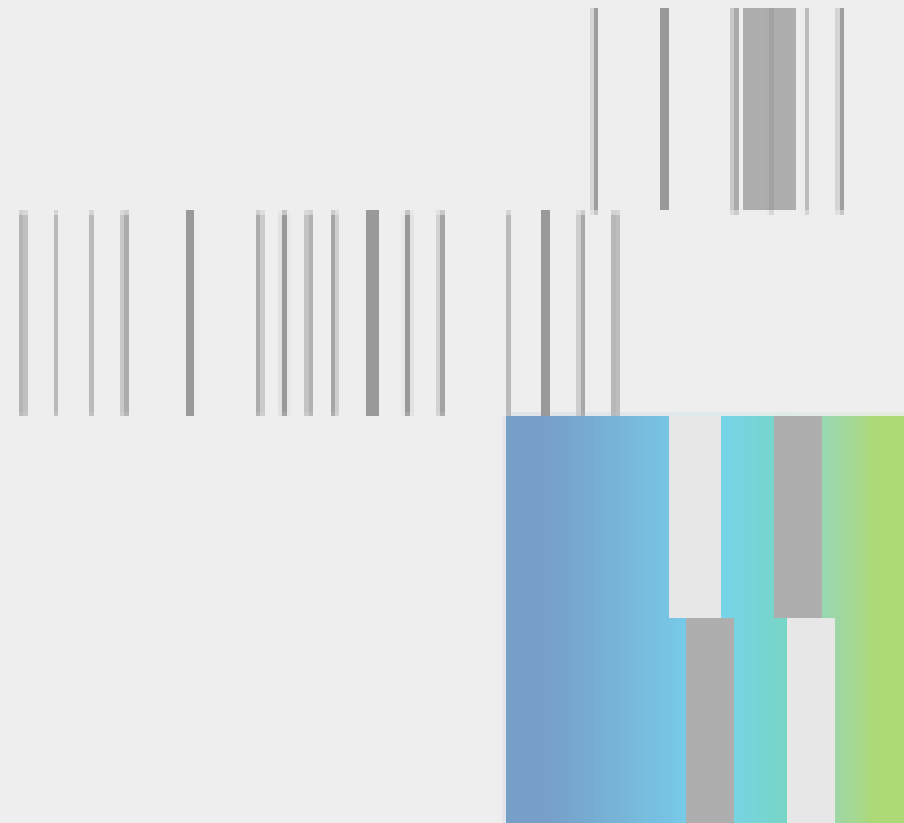
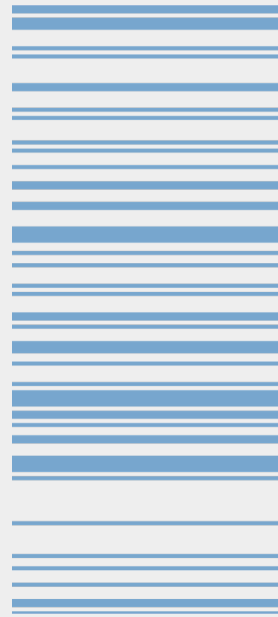
47%

denkt dat gerecyclede materialen duurder zijn.

Gerecyclede producten worden vaker als minder hoogwaardig gezien.



Cijfers



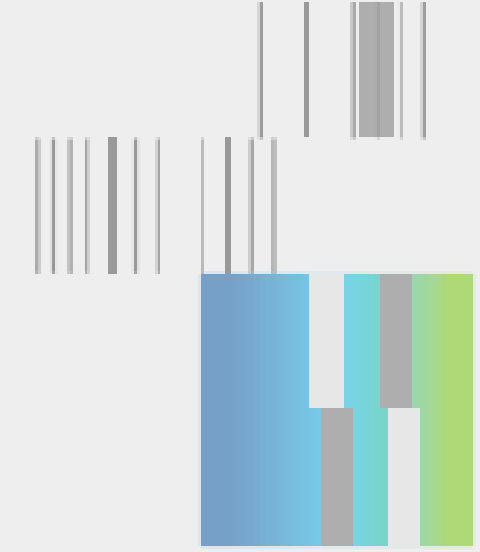
Daarnaast toont het onderzoek dat extra informatie niet automatisch wordt benut:

42%

vindt QR-codes met extra info belangrijk.

Maar, slechts **30%**

zou die waarschijnlijk scannen.



“Dat gerecyclede materialen per definitie duurder of minder hoogwaardig zouden zijn, is een hardnekkig misverstand. Met de huidige technologie kunnen we materialen leveren van zeer hoge kwaliteit. Toch blijft die perceptie aankoopkeuzes beïnvloeden en moeten we deze doorbreken om de transitie naar de circulaire economie te versnellen.”

Harld Peters, CEO van Renewi

Contact voor media

Persvragen? Neem contact op
met onze woordvoerders

E-mail: press@renewi.com

Website: www.renewi.com/nl-nl



Uitgevoerd door
marktonderzoeksbureau

