

Beleving van duurzaamheidsclaims bij consumenten

Giovanni Giaquinto

Bram van der Lelij

M230406

31 juli 2023

Autoriteit
Consument & Markt



motivaction
insights and strategy

Inhoudsopgave

Achtergrond en doelstelling	3
Methode en opzet	4
Leeswijzer	7
Samenvattende conclusies	9
Resultaten	
Totaal overzicht	12
Case 1: Aardgas	15
Case 2: Groen onderweg	20
Case 3: Duurzame bezorgoptie	25
Case 4: Recyclebare verpakking	31
Case 5: Duurzaam verblijf	37
Case 6: Eco-score schoenen	42
Case 7: CO2 uitstoot automerk	48
Case 8: Duurzame laserprinter	54
Bijlagen	59

Achtergrond en doelstelling

In opdracht van de directie Consumenten van de Autoriteit Consument en Markt (ACM), heeft Motivaction International B.V. een onderzoek uitgevoerd naar de beleving van consumenten bij juiste én onjuiste duurzaamheidsclaims van bedrijven.

Achtergrond

De Leidraad Duurzaamheidsclaims van de ACM is geüpdatet. De leidraad geeft bedrijven houvast bij het geven van informatie aan consumenten over de duurzaamheid van hun producten of diensten. Zij mogen consumenten niet misleiden door verkeerde/onvolledige informatie over duurzaamheid. In de leidraad staan veel voorbeelden van wat de ACM wel of niet misleidend vindt.

Doelstelling

De ACM wil inzicht krijgen in hoeverre consumenten:

- enkele voorbeelden van juiste en onjuiste duurzaamheidsclaims bij producten en diensten begrijpen
- deze duurzaamheidsclaims geloofwaardig vinden
- denken dat de bijbehorende producten/diensten duurzame keuzes zijn
- deze duurzaamheidsclaims behulpzaam vinden voor het maken van een aankoopbeslissing
- de bijbehorende producten/diensten in overweging zouden nemen om aan te schaffen
- verschillen op deze punten als zij een juiste of onjuiste claim zien

Hierbij verstaan we onder 'juiste claims' beweringen/beloften die toegestaan zijn en 'onjuiste claims' beweringen/beloften die niet toegestaan zijn volgens de leidraad van de ACM.

Methoden en opzet

Doelgroep

Het onderzoek is uitgevoerd onder Nederlanders tussen de 16 en 80 jaar.

Steekproef en representativiteit

Het onderzoek is online uitgevoerd onder het panel van Motivaction: StemPunt. In totaal hebben n=1.640 respondenten de vragenlijst ingevuld. Deelnemers zijn willekeurig ingedeeld in één van twee steekproeven – Groep A en B – met respectievelijk n=824 en n=816 respondenten. Beide steekproeven zijn – na weging – representatief voor leeftijd, opleiding, geslacht, regio en waardenoriëntatie.

Vragenlijst en veldwerkperiode

- Er is gebruik gemaakt van een online vragenlijst die bestond uit 42 vragen.
- Beide groepen kregen grotendeels dezelfde vragenlijst voorgelegd, enkel de duurzaamheidsclaims die zij zagen bij de voorgelegde producten/diensten en enkele vervolgvragen verschilden. Beide groepen zagen 4 juiste en 4 onjuiste claims:
 - Groep A kreeg de juiste versies van case 1, 3, 5 en 7 te zien en de onjuiste versie van case 2, 4, 6 en 8 (zie [p.5](#) voor een overzicht van alle cases en de voorgelegde duurzaamheidsclaims).
 - Groep B kreeg de juiste versie van case 2, 4, 6 en 8 te zien en de onjuiste versie van case 1, 3, 5 en 7.
- Het veldwerk liep van 16 t/m 23 mei 2023.

 Methoden Kwantitatief, online vragenlijst	 Doelgroep Nederlanders, 16-80 jaar
 Veldwerkperiode 16-05-2023 t/m 23- 05-2023	 Steekproef Uit het StemPunt-panel van Motivaction, n = 1.640
 Vragenlijst 42 vragen, circa 10 minuten invultijd	 Weging Leeftijd, geslacht, opleiding, regio en waardenoriëntaties (Mentality-milieus)

Voorgelegde cases met juiste en onjuiste duurzaamheidsclaims (1/2)

Case 1: Een energiebedrijf biedt een energiecontract aan voor stroom die is opgewekt met aardgas. Daarbij doen zij de volgende uitspraak:

- **Juist:** *Stroom opgewekt met aardgas belast het milieu minder dan stroom opgewekt met steenkolen*
- **Onjuist:** *Stroom opgewekt met aardgas is schone energie en geen belasting voor het milieu zoals stroom opgewekt met steenkolen*

Case 2: Een winkel verkoopt kleding. Op hun vrachtwagens waarmee ze de kleding bezorgen staat de volgende uitspraak:

- **Juist:** *Deze vrachtwagen rijdt 100% elektrisch*
- **Onjuist:** *Groen onderweg*

Case 3: Een webwinkel waar je iets hebt besteld, geeft vier verschillende bezorgopties:

1. Duurzame bezorgkeuze: 100% elektrische bus

2. Ophalen bij afhaalpunt

3. Reguliere bezorging

- **Juist:** *Duurzame bezorgkeuze: op de fiets bezorgd vanaf het afhaalpunt in uw gemeente*
- **Onjuist:** *Duurzame bezorgkeuze: op de fiets bezorgd*

Case 4: Een elektronikawinkel biedt laptops aan. De verpakking bestaat uit een kartonnen doos met een plastic handvat. Op de doos doen zij de volgende uitspraak:

- **Juist:** *De verpakking is recyclebaar, na het verwijderen van het plastic handvat.*
- **Onjuist:** *De verpakking is recyclebaar*

Case 5: Je gaat via een boekingswebsite voor hotels op zoek naar een hotel voor je vakantie. Je ziet bij een hotel op deze website de volgende uitspraak:

- **Juist:** *Waterbesparing*
- **Onjuist:** *Duurzaam verblijf*

Case 6: Een schoenenwinkel biedt een paar sneakers (sportschoenen) aan op hun website. Daarbij doen ze de volgende uitspraak:

- **Juist:** *Eco-Score A: minder CO2-uitstoot ten opzichte van andere sneakers (sportschoenen)*
- **Onjuist:** *Eco-Score A*

Voorgelegde cases met juiste en onjuiste duurzaamheidsclaims (2/2)

Case 7: Een automerk maakt reclame in een bushokje over hun merk.

Daarbij staat de volgende uitspraak over het merk:

- **Juist:** *40% minder CO2-uitstoot in 2050, ten opzichte van 2023*
- **Onjuist:** *Nul CO2-uitstoot in 2030*

Case 8: Een elektronikawinkel biedt een laserprinter aan. In hun advertentie staat een afbeelding van de laserprinter in een vogelnest, balancerend op een boomtak, omgeven door een dicht bos. Daarbij staat de volgende uitspraak:

- **Juist:** *Koop onze printer*
- **Onjuist:** *Koop onze printer. Maak een verschil*

Leeswijzer (1/2)

Opbouw rapport

Het rapport start met een samenvatting van de belangrijkste conclusies. Daarna volgt een overzicht van alle gemiddelde scores op alle begrip- en impactstellingen per case uitgesplitst naar juiste en onjuiste claims. Tot slot behandelen we de resultaten per case.

In dit rapport verwijzen we naar juiste en onjuist claims. Onjuiste claims verwijzen naar claims die bijvoorbeeld te stellig of vaag zijn over duurzaamheid en zijn daarom niet toegestaan volgens de leidraad. Juiste claims zijn juist meer genuanceerd of concreet over duurzaamheid en zijn daarom toegestaan volgens de leidraad.

Resultatenweergave

De resultaten worden weergegeven in verschillende grafieken en tabellen. De tabellen bevatten de gemiddelde scores op de begrip- en impactstellingen per case met daarnaast tussen haakjes het percentage respondenten dat 'weet ik niet / geen mening' heeft geantwoord. De stellingen zijn beantwoord op een schaal van 0 (helemaal oneens) tot 100 (helemaal eens). De **groene cijfers** (tevens aangegeven met **) geven significant hogere gemiddelden weer; **rode cijfers** (tevens aangegeven met *) geven significant lagere gemiddelden weer (beiden op totaal niveau). We gebruiken de asterisk (*) omdat we richtlijnen voor digitale toegankelijkheid volgen.

De grafieken geven de resultaten op verschillende vragen grafisch weer. Door afrondingsverschillen kan het zijn dat sommige percentages niet optellen tot 100%. De **groene percentages** (aangegeven met ** in de bijbehorende tabellen) geven significant hogere percentages weer; **rode percentages** (aangegeven met * in de bijbehorende tabellen) geven significant lagere percentages weer (beiden op totaal niveau).

Onder de vraagstelling bij de verschillende grafieken staat de 'basis'; deze geeft weer aan welke groep respondenten de vraag is voorgelegd.

We verwijzen – voor de leesbaarheid – in de conclusies van dit rapport naar de doelgroep als 'Consumenten'. In werkelijkheid gaat het hier niet om alle Nederlandse consumenten maar om Nederlandse consumenten tussen de 16 jaar en 80 jaar oud.

We verwijzen in de samenvattende conclusies naar verschillende typen claims. Hoewel sommige claims eigenschappen hebben van meerdere typen, gaan we uit van de volgende indeling:

- De absolute claims zijn de onjuiste claims van case 1, 4, 5 en 7
- De genuanceerde claims zijn de juist claims van case 1, 4, 5 en 7
- De vage claims zijn de onjuiste claims van case 2, 3, 6 en 8
- De concrete claims zijn de juiste claim van case 2, 3, 6 en 8

Leeswijzer (2/2)

Afwijkende subgroepen

Opvallende significante verschillen tussen subgroepen worden benoemd in de bijlage. De subgroepen waarnaar we gekeken hebben, zijn:

Leeftijd:

- 16 t/m 24 jaar
- 25 t/m 34 jaar
- 35 t/m 44 jaar
- 45 t/m 54 jaar
- 55 t/m 64 jaar
- 65 t/m 80 jaar

Geslacht:

- Man
- Vrouw

Opleiding:

- Hoog
- Midden
- Laag

Interpretatie gecodeerde openvragen:

Een aantal grafieken in dit rapporten tonen de resultaten van een open vraag. Dit betekent dat de antwoorden op de open vraag eerst gecodeerd zijn door te kijken welke categorieën het meeste voorkomen in de gegeven antwoorden en hiervan vervolgens frequentieverdelingen van zijn gemaakt.

Omdat het gaat om een spontane reactie, betekent dat dit de eerste dingen zijn waar respondenten aan moeten denken als deze vraag wordt gesteld. Dat bepaalde categorieën minder vaak of niet genoemd worden (bijvoorbeeld dat het duurzaam is), betekent niet dat respondenten de producten/diensten niet duurzaam vinden. Het betekent wel dat respondenten niet als eerste denken aan duurzaamheid wanneer zij denken aan het aangeboden product/dienst.

Samenvattende conclusies (1/3)

In de acht onderzochte gevallen geven consumenten vaker aan juiste claims te begrijpen dan onjuiste claims

In vier van de acht onderzochte gevallen geven consumenten bij de juiste duurzaamheidsclaims aan deze beter te begrijpen dan bij de onjuiste tegenhangers. Deze vier zijn: *'Deze vrachtwachten rijdt 100% elektrisch'*, *'De verpakking is recyclebaar, na het verwijderen van het plastic handvat'*, *'Eco-score A: minder CO2-uitstoot ten opzichte van andere sneakers (sportschoenen)'* en *'Koop onze printer'*. In twee van de acht gevallen is het andersom: de onjuiste variant van de duurzaamheidsclaim zegt men beter te begrijpen. Deze twee zijn: *'Duurzame bezorgkeuze: op de fiets bezorgd'* en *'Nul CO2-uitstoot in 2030'*. Hoewel blijkt dat consumenten deze onjuiste claims beter zeggen te begrijpen, is het nog wel de vraag of zij een realistisch beeld hebben van de mate waarin het product of de dienst duurzaam is. Zo is men zich bij de onjuiste claim *'Duurzame bezorgkeuze: op de fiets bezorgd'* er minder van bewust dat mogelijk slechts een deel van de bezorging per fiets plaatsvindt en schat men de fietsafstand vaker onrealistisch hoog in. En bij de onjuiste claim *'Nul CO2-uitstoot in 2030'* over auto's denken consumenten vaker dat het automerk al begonnen is met reductie van CO2-uitstoot, ondanks dat ze daar geen feitelijke informatie over hebben. In de overige twee van de acht onderzochte gevallen blijkt er geen verschil te zijn in het ervaren begrip van de consumenten: de juiste en onjuiste claim zegt men in gelijke mate te begrijpen.

In de acht onderzochte gevallen zorgen onjuiste duurzaamheidsclaims soms voor een duurzamer productimago en hogere aankoopoverweging

In drie van de acht gevallen vinden consumenten bij de onjuiste claims dat het product/dienst een duurzamere keuze is dan bij de juiste tegenhangers. Deze drie zijn: *'Duurzame bezorgkeuze: op de fiets bezorgd'*, *'Nul CO2-uitstoot in 2030'* en *'Koop onze printer. Maak een verschil'*. In twee van de acht gevallen overwegen consumenten ook sterker om het aangeboden product/dienst aan te schaffen. Deze twee zijn: *'Duurzame bezorgkeuze: op de fiets bezorgd'* en *'Nul CO2-uitstoot in 2030'*. En in slechts één geval wordt de onjuiste claim als nuttiger beschouwd voor het maken van een aankoopbeslissing: *'Nul CO2-uitstoot in 2030'*. In enkele gevallen scoort de onjuiste claim juist slechter: bij *'Groen onderweg'* en *'De verpakking is recyclebaar'* zien consumenten het aangeboden product als een minder duurzame keuze en bij *'Groen onderweg'* wordt tevens minder sterk overwogen om het product aan te schaffen.

In de acht onderzochte gevallen worden juiste claims bijna altijd geloofwaardiger gevonden

In zeven van de acht gevallen worden onjuiste claims minder geloofwaardig gevonden. De onjuiste claim *'Nul uitstoot in 2030'* zien consumenten als even geloofwaardig als de juiste tegenhanger *'40% minder CO2-uitstoot in 2050, ten opzichte van 2023'*. Waarschijnlijk verklaart dit ook dat de onjuiste claims slechts in drie gevallen een duurzamere keuze worden gevonden en in twee gevallen leiden tot een sterkere aankoopoverweging. De sterkere ongeloofwaardigheid van onjuiste claims verbaast niet gezien de inzichten uit de Maatschappelijke Impact Monitor van Motivaction: consumenten zijn zich vaak bewust van het fenomeen greenwashing en wantrouwen de nobele bedoelingen van bedrijven.

Samenvattende conclusies (2/3)

In de vier onderzochte gevallen worden de genuanceerde claims geloofwaardiger gevonden dan de absolute claims

In alle vier gevallen waarin genuanceerde claims zijn vergeleken met absolute claims, vinden consumenten de genuanceerde claims geloofwaardiger. Dit zijn: *'Stroom opgewekt met aardgas belast het milieu minder dan stroom opgewekt met steenkolen'*, *'De verpakking is recyclebaar, na het verwijderen van het plastic handvat'*, *'Waterbesparing'* en *'40% minder CO2-uitstoot in 2050, ten opzichte van 2023'*. Bij de genuanceerde claim *'De verpakking is recyclebaar, na het verwijderen van het plastic handvat'* geven consumenten aan de claim over de verpakking van de laptop ook beter te begrijpen en ziet men dit als een duurzamere keuze. De absolute claim *'Nul CO2-uitstoot in 2030'* scoort echter weer beter op ervaren begrip, duurzame keuze, behulpzaamheid bij de aankoopbeslissing én aankoopoverweging dan de genuanceerde variant *'40% minder CO2-uitstoot in 2050, ten opzichte van 2023'*. Zoals gezegd wil dat niet zeggen dat deze absolute claim er ook voor zorgt dat men een realistischer beeld heeft van de mate waarin het product of de dienst duurzaam is: consumenten denken dan bijvoorbeeld vaker dat het automeerk al begonnen is met reductie van CO2-uitstoot, ondanks dat ze daar geen feitelijke informatie over hebben.

In de vier onderzochte gevallen worden de concrete claims meestal begrijpelijker en geloofwaardiger gevonden

In drie van de vier gevallen waarin concrete claims zijn vergeleken met vage claims, vinden consumenten de concrete claims begrijpelijker en geloofwaardiger. Dit zijn: *'Deze vrachtwagen rijdt 100% elektrisch'*, *'Eco-Score A: minder CO2-uitstoot ten opzichte van andere sneakers (sportschoenen)'* en *'Koop onze printer'*. Wat betreft duurzame keuze, nut voor aankoopbeslissing en aankoopoverweging zijn er minder verschillen tussen de concrete en vage claims. We zien wel dat de concrete claim *'Deze vrachtwagen rijdt 100% elektrisch'* nuttiger wordt gevonden voor de aankoopbeslissing van de kleding dan de vage variant *'Groen onderweg'*, dat de bezorgwijze als een duurzamere keuze wordt gezien en dat de aankoop sterker wordt overwogen. In één van de vier gevallen vinden consumenten de vage claim juist begrijpelijker. Zij geven in sterkere mate aan de vage claim *'Duurzame bezorgkeuze: op de fiets bezorgd'* te begrijpen, de bezorgwijze als duurzamer te zien en een aankoop sterker te overwegen dan bij de concrete variant *'Duurzame bezorgkeuze: op de fiets bezorgd vanaf het afhaalpunt in uw gemeente'*. Dat in dit ene geval de vage claim begrijpelijker wordt gevonden dan de concrete claim komt mogelijk door het gebruik van het woord 'afhaalpunt' bij de concrete claim. Dit woord maakt de claim concreter (en genuanceerder), maar roept wellicht vragen op, zoals waar dat punt dan precies is, of waarom een afhaalpunt kennelijk (ook) een punt is van waaruit bezorgd wordt. Verder is het - zoals eerder aangegeven - nog de vraag of de vage claim ook echt een realistischer beeld geeft van de duurzaamheid van de fietsbezorging: consumenten zijn zich er dan minder van bewust dat mogelijk slechts een deel van de bezorging per fiets plaatsvindt en schatten de fietsafstand onrealistisch hoog in.

Samenvattende conclusies (3/3)

Weinig verschillen tussen leeftijd, opleiding en geslacht

Over het algemeen hebben we weinig grote verschillen gevonden naar achtergrondkenmerken van consumenten. Het valt echter wel op dat:

- 16 t/m 24 jarigen gevoeliger lijken voor de onjuiste claims. Bij zes van de acht cases vinden jongeren het product duurzamer dan oudere Nederlanders wanneer zij de onjuiste claim zien. Ook zien we dat zij bij 4 van de 8 cases een hogere aankoopoverweging hebben dan oudere Nederlanders bij het zien van een onjuiste claim.
- Hoogopgeleiden bij vier van de 8 cases de onjuiste claim leidt tot een lagere perceptie van duurzaamheid en bij twee van de acht cases tot een lagere aankoopintentie. Daarnaast geven hoogopgeleiden bij de stellingen over de duurzaamheidsclaims over het algemeen minder vaak 'weet ik niet' aan.
- Laagopgeleiden en vrouwen bij de stellingen over de duurzaamheidsclaims over het algemeen vaker aangeven:
 - Dat zij niet weten of ze de voorgelegde uitspraak begrijpen en geloofwaardig vinden.
 - Dat zij niet weten of het product/de dienst een duurzame keuze is.
 - Dat zij niet weten of ze zouden overwegen om het product aan te schaffen.



Totaaloverzicht resultaten cases



Overzicht resultaten cases (1/2)

Case 1: Aardgas

Stelling	Juiste claim	Onjuiste claim
Begrip	65,7	63,7
Geloofwaardigheid	52,5**	44,4*
Duurzame keuze	41,1	42,6
Behulpzaamheid bij aankoopbeslissing	46,9	49,0
Aankoopintentie	36,2	37,4

Case 2: Groen onderweg

Stelling	Juiste claim	Onjuiste claim
Begrip	81,2**	57,6*
Geloofwaardigheid	71,9**	47,0*
Duurzame keuze	66,9**	53,9*
Behulpzaamheid bij aankoopbeslissing	46,4**	37,4*
Aankoopintentie	52,2**	42,1*

Case 3: Duurzame bezorgoptie

Stelling	Juiste claim	Onjuiste claim
Begrip	72,9*	77,3**
Geloofwaardigheid	63,4	64,3
Duurzame keuze	68,6*	72,6**
Behulpzaamheid bij aankoopbeslissing	57,6	56,5
Aankoopintentie	57,5*	62,0**

Case 4: Recyclebare verpakking

Stelling	Juiste claim	Onjuiste claim
Begrip	76,6**	73,7*
Geloofwaardigheid	69,6**	64,1*
Duurzame keuze	46,9**	43,4*
Behulpzaamheid bij aankoopbeslissing	36,6	33,9
Aankoopintentie	42,9	40,1

De tabellen tonen de gemiddelde scores op de begrip- en impactstellingen per case. **Groene cijfers & **** significant hoger; **Rode cijfers & *** significant lager

De stellingen zijn beantwoord op een schaal van 0 (helemaal oneens) tot 100 (helemaal eens)

Overzicht resultaten cases (2/2)

Case 5: Duurzaam verblijf

Stelling	Juiste claim	Onjuiste claim
Begrip	52,6	51,0
Geloofwaardigheid	46,1**	40,8*
Duurzame keuze	50,0	48,2
Behulpzaamheid bij aankoopbeslissing	37,8	38,6
Aankoopintentie	41,1	42,8

Case 6: Eco-score

Stelling	Juiste claim	Onjuiste claim
Begrip	55,3**	36,6*
Geloofwaardigheid	39,5**	35,8*
Duurzame keuze	44,8	44,4
Behulpzaamheid bij aankoopbeslissing	37,0**	33,3*
Aankoopintentie	35,5	33,6

Case 7: CO2 uitstoot

Stelling	Juiste claim	Onjuiste claim
Begrip	60,5*	64,9**
Geloofwaardigheid	42,7**	37,0*
Duurzame keuze	43,8*	50,4**
Behulpzaamheid bij aankoopbeslissing	37,4*	41,9**
Aankoopintentie	33,9*	39,0**

Case 8: Duurzame laserprinter

Stelling	Juiste claim	Onjuiste claim
Begrip	67,3**	37,6*
Geloofwaardigheid	44,2**	27,0*
Duurzame keuze	30,8*	35,3**
Behulpzaamheid bij aankoopbeslissing	29,8	30,2
Aankoopintentie	28,1	26,3

De tabellen tonen de gemiddelde scores op de begrip en impactstellingen per case. **Groene cijfers & **** significant hoger; **Rode cijfers & *** significant lager

De stellingen zijn beantwoord op een schaal van 0 (helemaal oneens) tot 100 (helemaal eens)



Case 1: Aardgas



Case 1: Consumenten vinden de juiste claim over stroom opgewekt met aardgas iets geloofwaardiger dan de onjuiste claim

	Juiste claim: Stroom opgewekt met aardgas belast het milieu minder dan stroom opgewekt met steenkolen	Onjuiste claim: Stroom opgewekt met aardgas is schone energie en geen belasting voor het milieu zoals stroom opgewekt met steenkolen
Ik begrijp deze uitspraak	65,7 (13%)	63,7 (13%)
Ik vind deze uitspraak geloofwaardig	52,5** (17%)	44,4* (15%)
Ik denk dat dit energiecontract een duurzame keuze is	41,1 (21%**)	42,6 (18%*)
Deze uitspraak kan mij helpen bij mijn beslissing het energiecontract wel of niet af te sluiten	46,9 (19%)	49,0 (20%)
Ik zou overwegen dit energiecontract af te sluiten	36,2 (27%**)	37,4 (22%*)

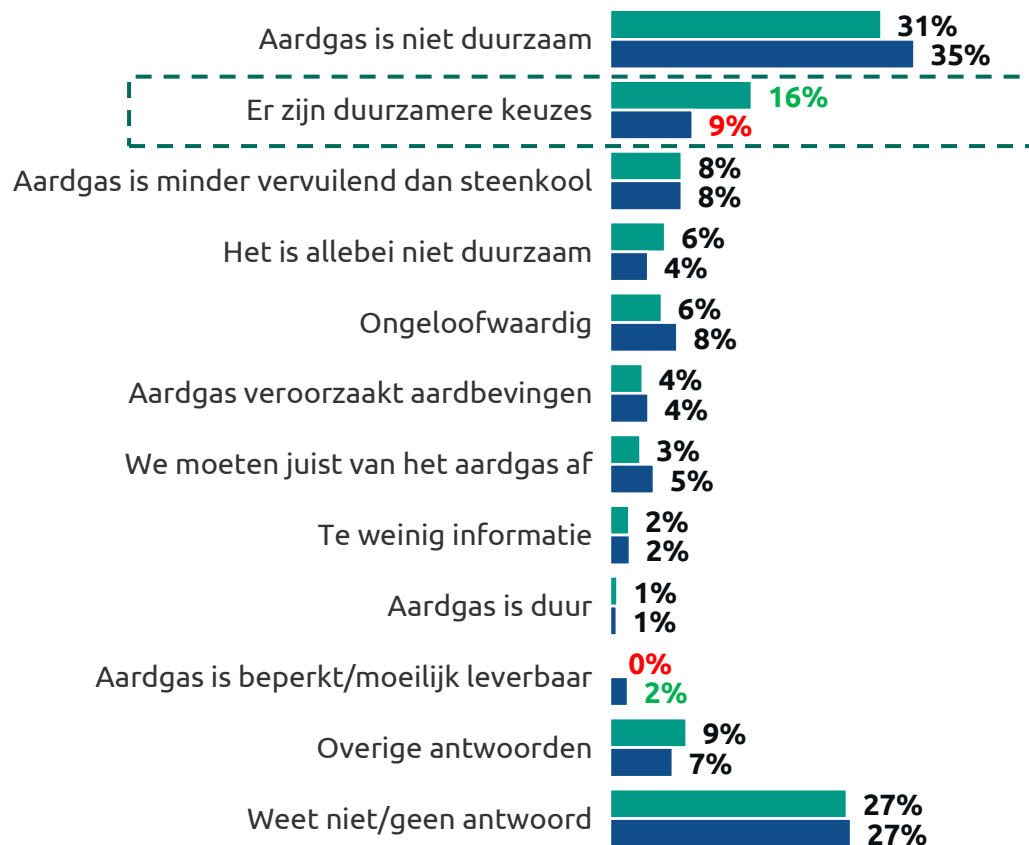
Bij de juiste claim vinden consumenten het iets moeilijker om te bepalen of het product duurzamer is en of ze het zouden kopen; zij geven in beide gevallen vaker aan het niet te weten.

De tabel bevat gemiddelde scores (en % weet niet) op de stellingen. De stellingen zijn beantwoord op een schaal van 0 (helemaal oneens) tot 100 (helemaal eens)

Indien niet duurzaam, waarom? (spontaan): Bij de juiste claim denken consumenten vaker na over duurzamere alternatieven

Waarom ben je het er (deels) mee oneens dat dit energiecontract een duurzame keuze is?

(Basis - Vindt het energiecontract geen duurzame keuze)^



^NB: Dit was een open vraag, antwoorden zijn spontaan genoemd. De antwoorden op deze vraag zijn gecodeerd.

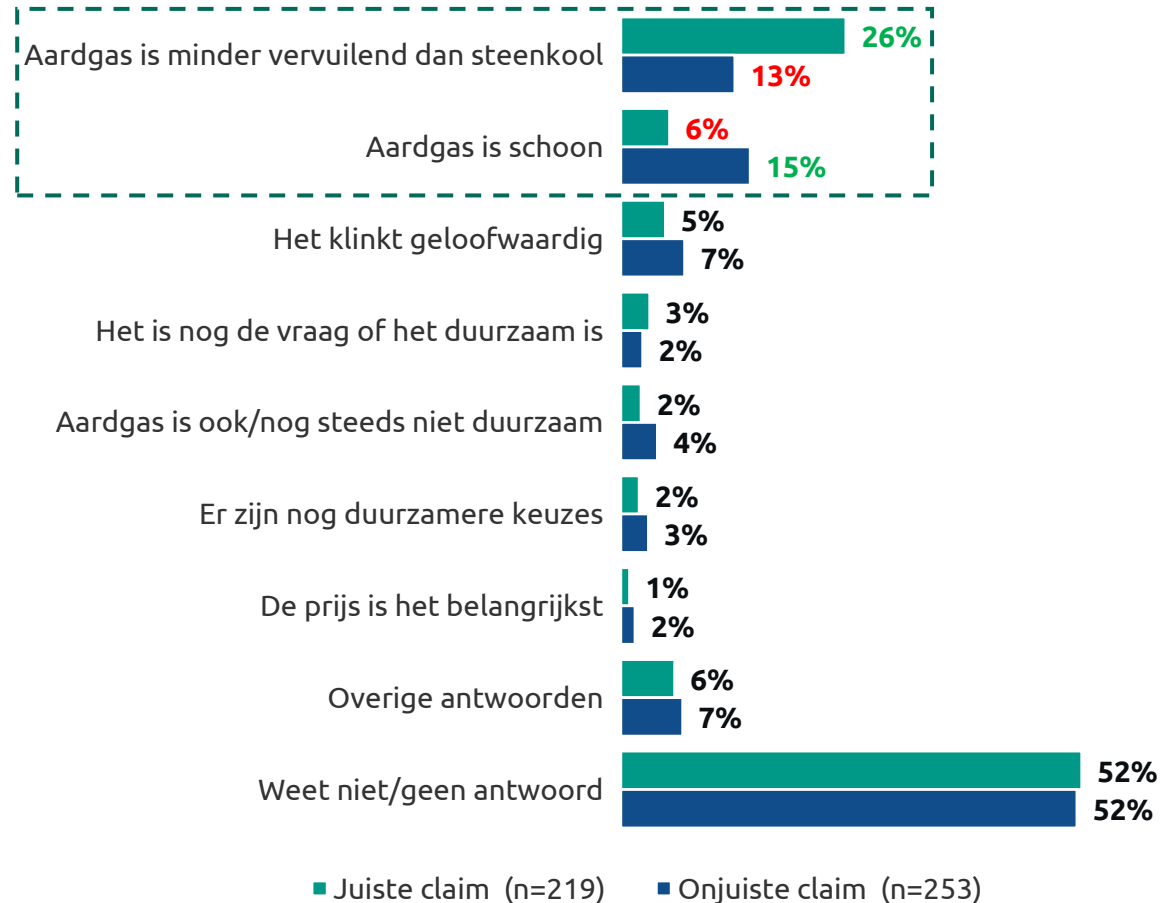
[Klik hier](#) voor de bijbehorende tabellen

■ Juiste claim (n=354) ■ Onjuiste claim (n=360)

Indien duurzaam, waarom? (spontaan): Consumenten geven bij de juiste claim terecht vaker aan dat aardgas minder vervuילend is dan steenkool. De onjuiste claim wekt een hogere verwachting van duurzaamheid, consumenten noemen vaker dat aardgas schoon is.

Waarom ben je het er (deels) mee eens dat dit energiecontract een duurzame keuze is?

(Basis - Vindt het energiecontract een duurzame keuze)^



^NB: Dit was een open vraag, antwoorden zijn spontaan genoemd. De antwoorden op deze vraag zijn gecodeerd.

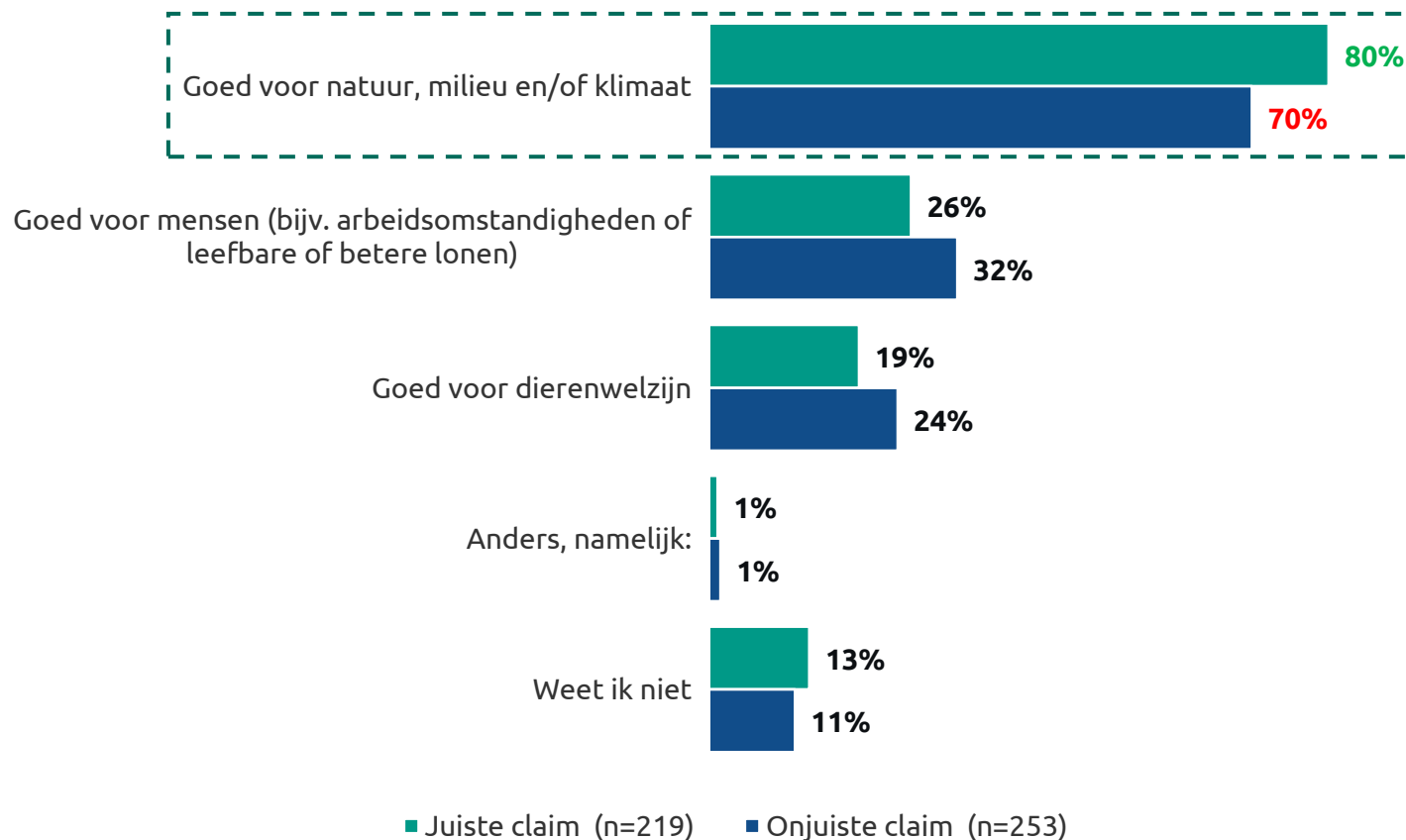
[Klik hier](#) voor de bijbehorende tabellen

Indien duurzaam, welke voordelen? (geholpen): Bij de juiste claim denken consumenten vaker dat het energiecontract voordeel oplevert voor natuur, milieu en/of klimaat

Welke voordelen denk je dat dit energiecontract heeft op het gebied van duurzaamheid?

Meerdere antwoorden mogelijk

(Basis - Vindt het energiecontract een duurzame keuze)



[Klik hier](#) voor de bijbehorende tabellen



Case 2: Groen onderweg



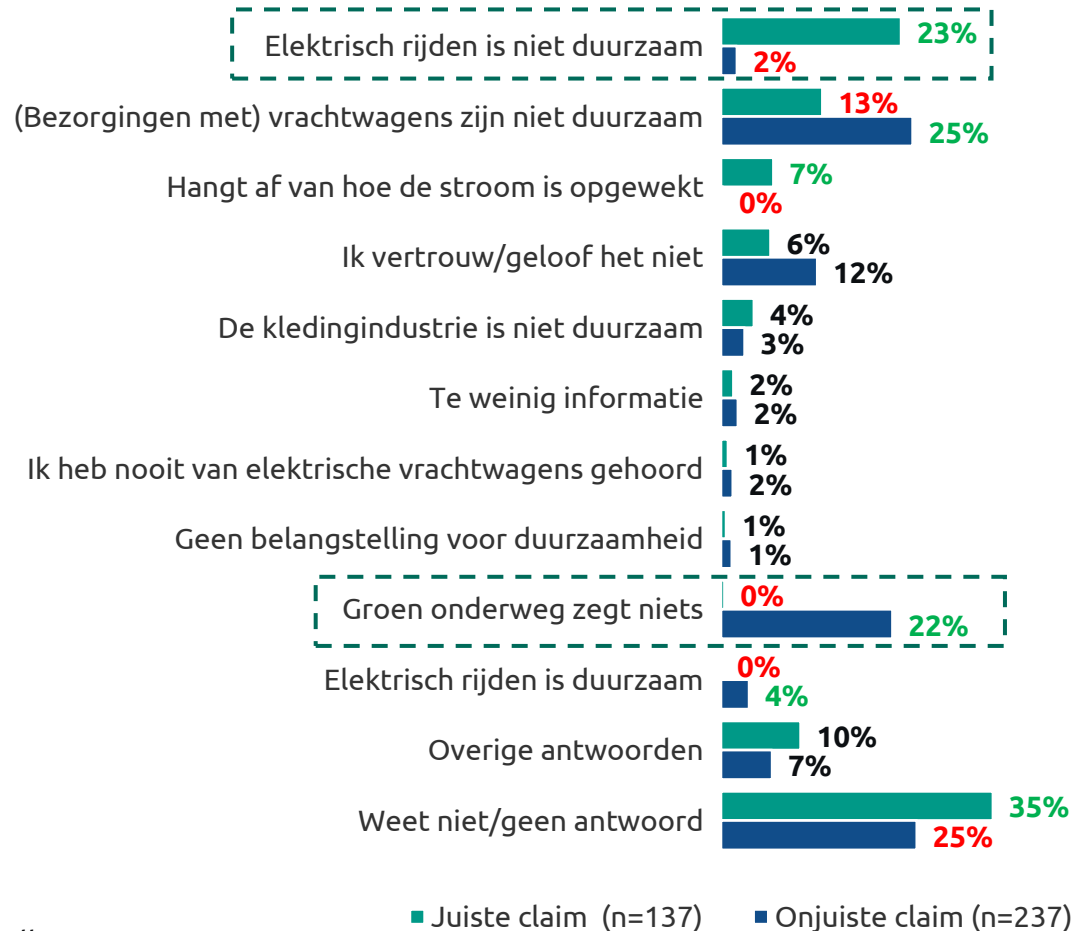
Case 2: Consumenten vinden de juiste claim veel beter te begrijpen, veel geloofwaardiger en iets behulpzamer voor een aankoopbeslissing; ook vinden ze bij de juiste claim de bezorging iets duurzamer en overwegen ze iets meer om kleding te kopen bij het bedrijf

	Juiste claim: Deze vrachtwagen rijdt 100% elektrisch	Onjuiste claim: Groen onderweg
Ik begrijp deze uitspraak	81,2** (10%)	57,6* (11%)
Ik vind deze uitspraak geloofwaardig	71,9** (11%)	47,0* (13%)
Ik denk dat deze bezorging duurzaam is	66,9** (12%)	53,9* (15%)
Deze uitspraak kan mij helpen bij mijn beslissing wel of niet kleding van dit bedrijf te kopen	46,4** (18%)	37,4* (17%)
Ik zou overwegen kleding van dit bedrijf te kopen	52,2** (22%)	42,1* (25%)

De tabel bevat gemiddelde scores (en % weet niet) op de stellingen. De stellingen zijn beantwoord op een schaal van 0 (helemaal oneens) tot 100 (helemaal eens)

Indien niet duurzaam, waarom? (spontaan): Ruim 1 op de 5 consumenten (22%) vindt de onjuiste claim nietszeggend; bij de juiste claim geeft niemand dat aan en geven ze vaker aan dat elektrisch rijden niet duurzaam is

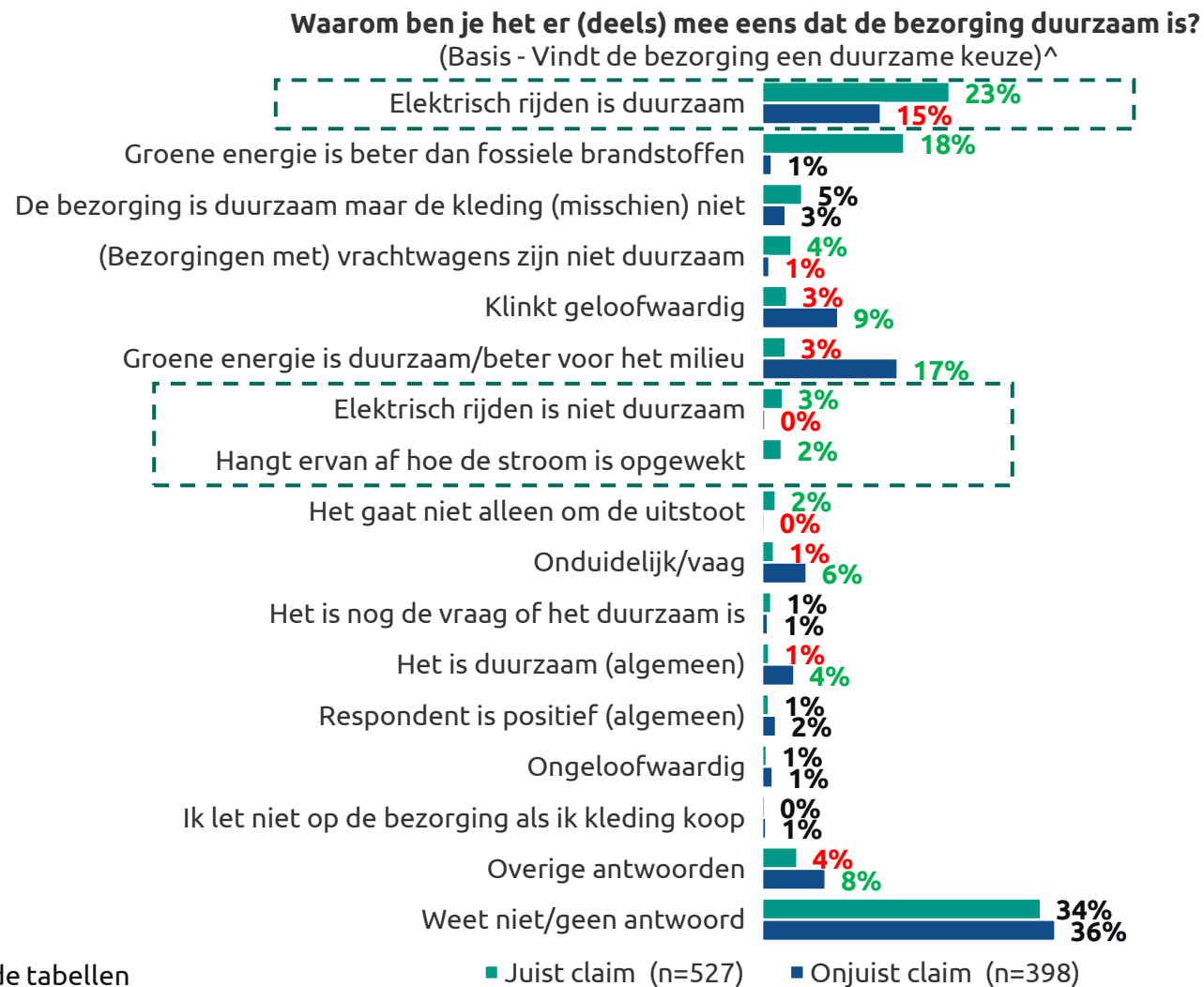
Waarom ben je het er (deels) mee oneens dat de bezorging duurzaam is?
(Basis - Vindt de bezorging geen duurzame keuze)^



^NB: Dit was een open vraag, antwoorden zijn spontaan genoemd. De antwoorden op deze vraag zijn gecodeerd.

[Klik hier](#) voor de bijbehorende tabellen

Indien duurzaam, waarom? (spontaan): Bij de juiste claim denken consumenten vaker dat het gaat om elektrisch rijden



^NB: Dit was een open vraag, antwoorden zijn spontaan genoemd. De antwoorden op deze vraag zijn gecodeerd.

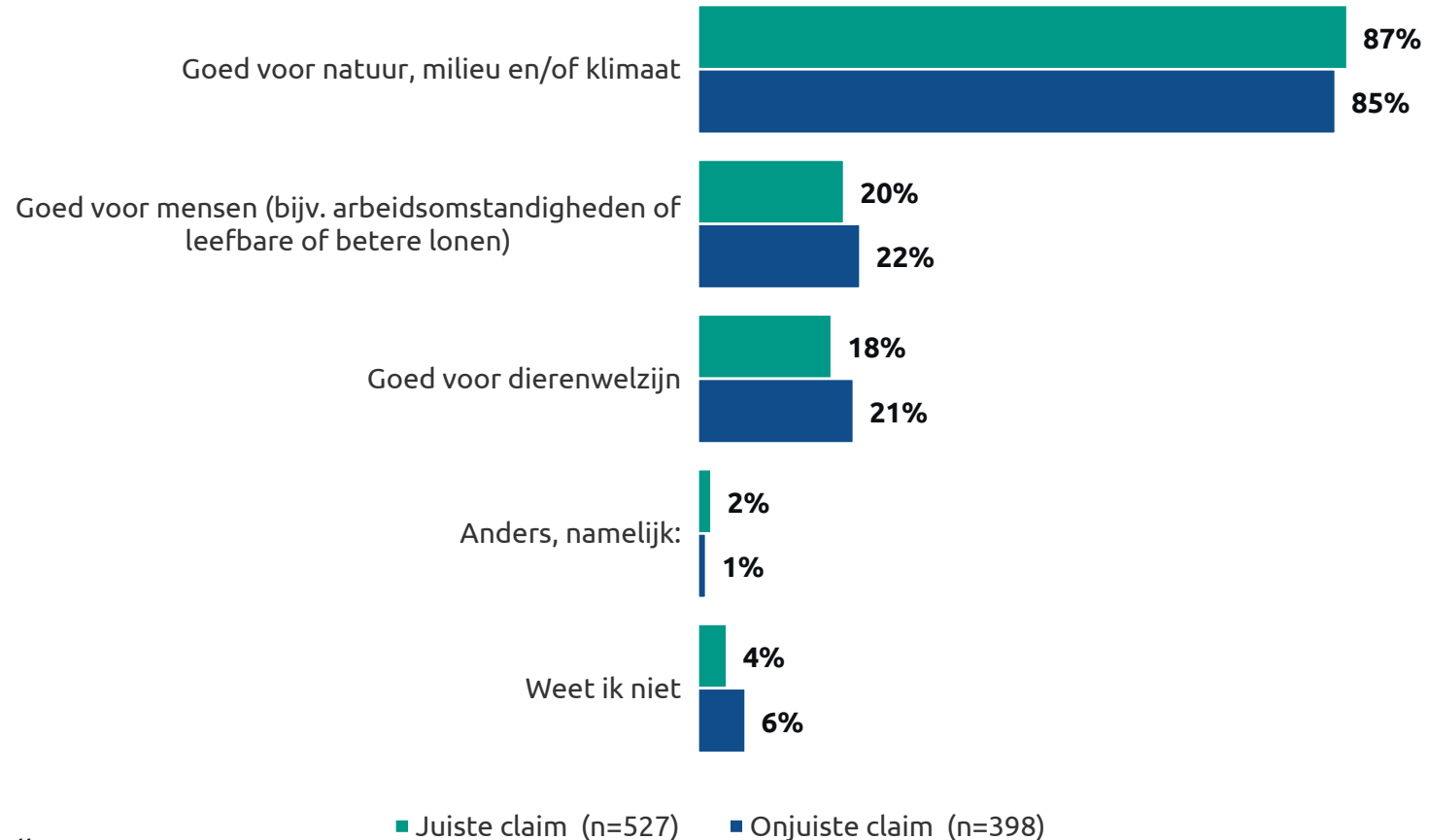
[Klik hier](#) voor de bijbehorende tabellen

Indien duurzaam, welke voordelen? (geholpen): Geen verschillen tussen de juiste en onjuiste claim in welke voordelen consumenten verwachten

Welke voordelen denk je dat deze bezorging heeft op het gebied van duurzaamheid?

Meerdere antwoorden mogelijk

(Basis - Vindt de bezorging een duurzame keuze)



[Klik hier](#) voor de bijbehorende tabellen

Case 3: Duurzame bezorgoptie



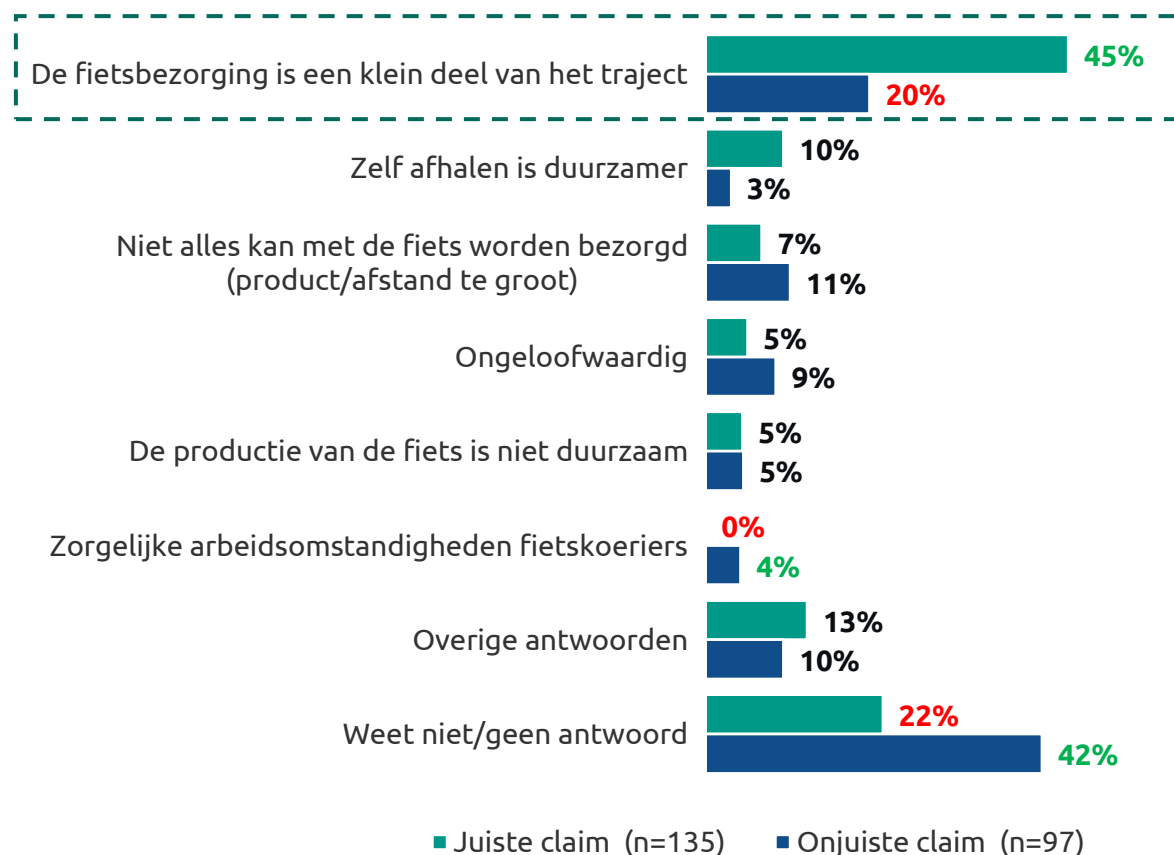
Case 3: Consumenten geven aan de onjuiste claim iets beter te begrijpen, vinden daarbij de bezorging iets duurzamer en overwegen iets meer om de bestelling op de fiets te laten bezorgen

	Juiste claim: Duurzame bezorgkeuze: Op de fiets bezorgd vanaf het afhaalpunt in uw gemeente	Onjuiste claim: Duurzame bezorgkeuze: op de fiets bezorgd
Ik begrijp de beschrijving van de aangeboden fietsbezorging	72,9* (8%)	77,3** (10%)
Ik vind de beschrijving van de aangeboden fietsbezorging geloofwaardig	63,4 (9%)	64,3 (11%)
Ik denk dat de aangeboden fietsbezorging een duurzame keuze is	68,6* (11%)	72,6** (12%)
Deze beschrijving kan mij helpen bij mijn beslissing wel of niet kleding voor de aangeboden fietsbezorging te kiezen	57,6 (14%)	56,5 (15%)
Ik zou overwegen mijn bestelling met de aangeboden fietsbezorging te laten bezorgen	57,5* (15%)	62,0** (17%)

De tabel bevat gemiddelde scores (en % weet niet) op de stellingen. De stellingen zijn beantwoord op een schaal van 0 (helemaal oneens) tot 100 (helemaal eens)

Indien niet duurzaam, waarom? (spontaan): Bij de juiste claim wordt vaker de realistische aanname gedaan dat de fietsbezorging maar een klein deel van het gehele bezorgtraject is

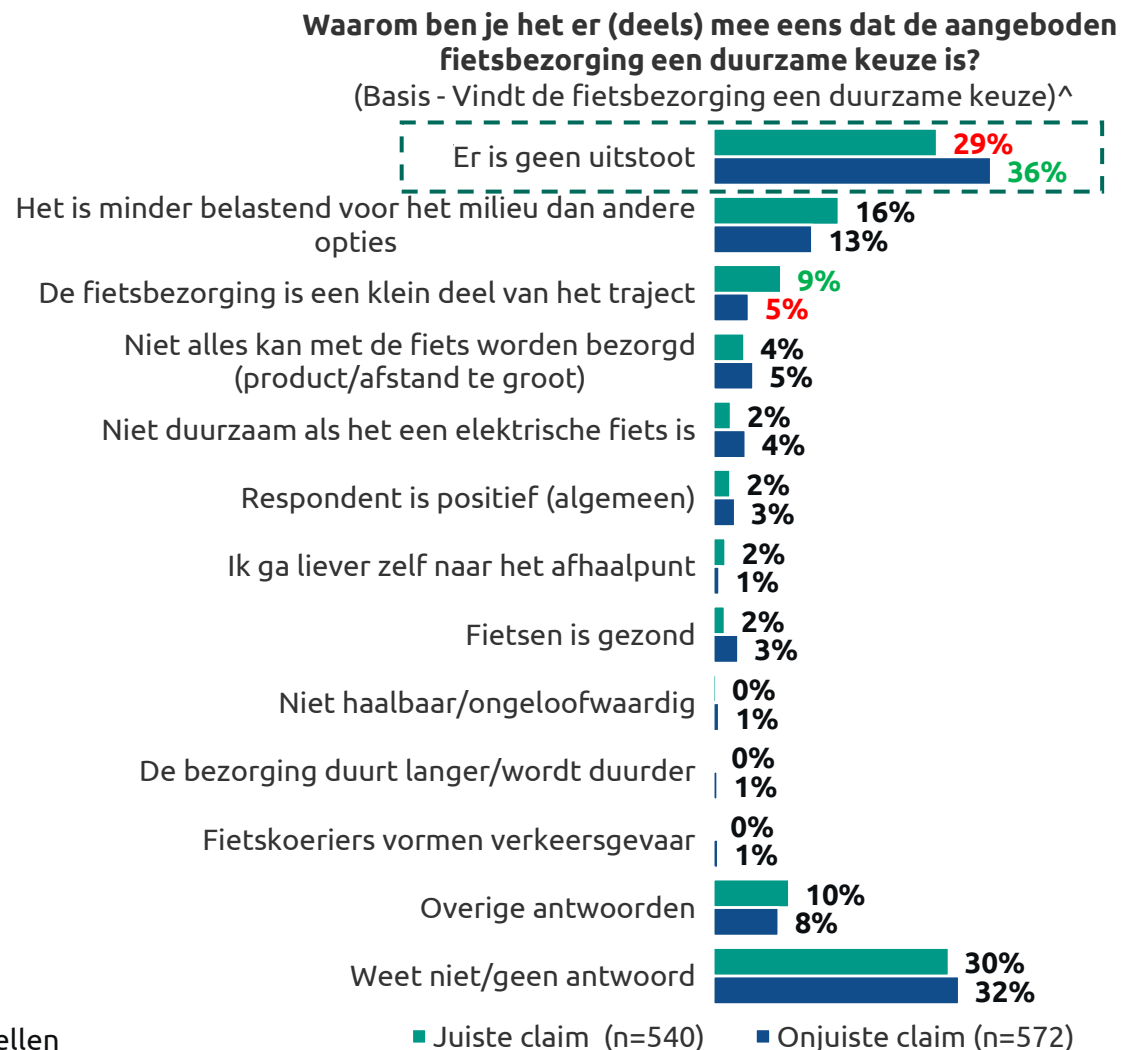
Waarom ben je het er (deels) mee oneens dat de aangeboden fietsbezorging een duurzame keuze is?
(Basis - Vindt de fietsbezorging geen duurzame keuze)^



^NB: Dit was een open vraag, antwoorden zijn spontaan genoemd. De antwoorden op deze vraag zijn gecodeerd.

[Klik hier](#) voor de bijbehorende tabellen

Indien duurzaam, waarom? (spontaan): Bij de onjuiste claim wordt vaker de onrealistische aanname gedaan dat er geen uitstoot is bij de fietsbezorging



^NB: Dit was een open vraag, antwoorden zijn spontaan genoemd. De antwoorden op deze vraag zijn gecodeerd.

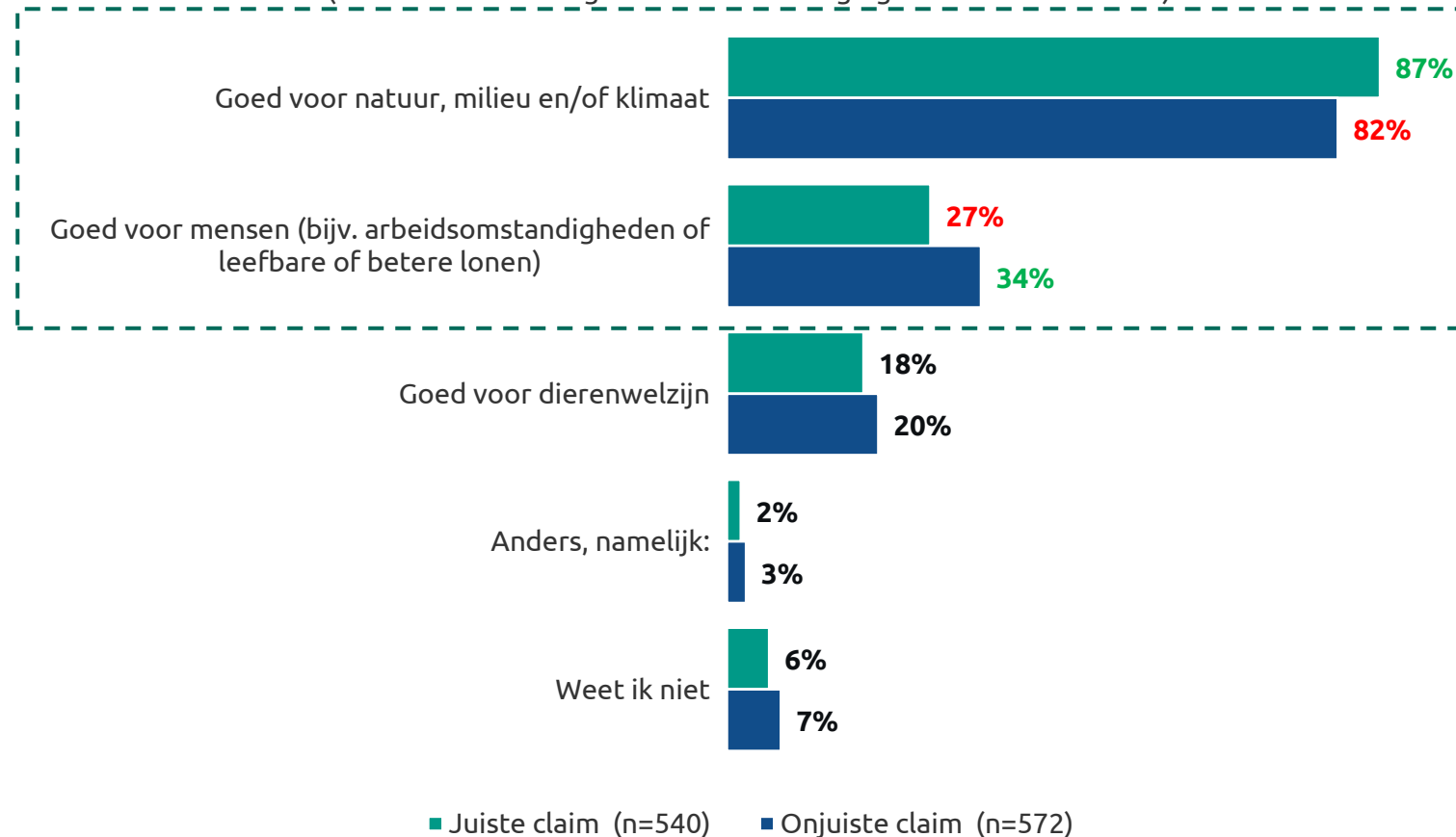
[Klik hier](#) voor de bijbehorende tabellen

Indien duurzaam, welke voordelen? (geholpen): Bij de juiste claim zien consumenten vaker voordeel voor natuur, milieu en/of klimaat, bij de onjuiste claim vaker voor mensen

Welke voordelen denk je dat de aangeboden fietsbezorging heeft op het gebied van duurzaamheid?

Meerdere antwoorden mogelijk

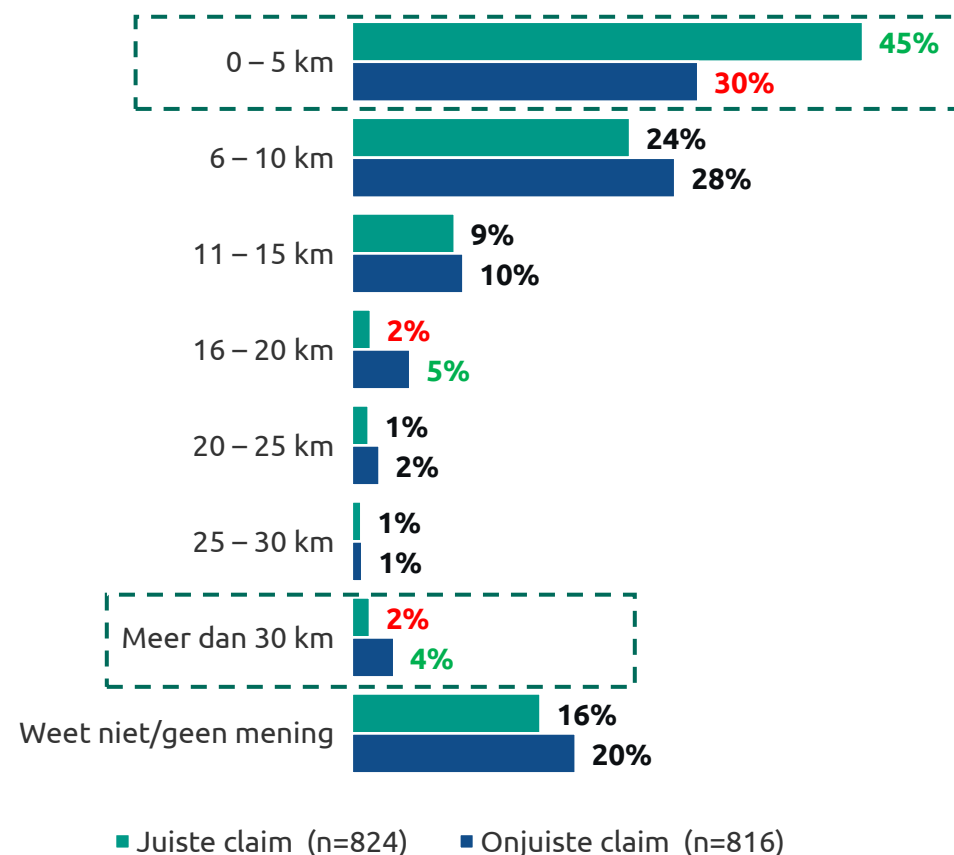
(Basis - Vindt de aangeboden fietsbezorging een duurzame keuze)



[Klik hier](#) voor de bijbehorende tabellen

Afstand fietsbezorging: Bij de juiste claim schatten meer mensen een korte (0-5 km) en minder mensen een lange (>30 km) fietsafstand in; hoewel men in eerste instantie minder begrip ervoer, is de ingeschatte afstand realistischer

Hoeveel kilometers denk je dat de bezorger gemiddeld ongeveer fietst om jouw bestelling bij jou te bezorgen?
(Basis - allen)



[Klik hier](#) voor de bijbehorende tabellen

A person wearing a white short-sleeved shirt is holding a large green recycling bin. The bin has a white recycling symbol (three chasing arrows forming a triangle) on its front. The background is a light green wall. A dark blue horizontal band is overlaid on the lower part of the image, containing the text 'Case 4: Recyclebare verpakking'. In the bottom right corner, there is a red triangular graphic element containing a white icon of a trash bin.

Case 4: Recyclebare verpakking



Case 4: Consumenten vinden de juiste claim over de laptopverpakking iets begrijpelijker en geloofwaardiger; ook denken zij op basis daarvan meer dat de laptop een duurzame keuze is

	Juiste claim: De verpakking is recyclebaar, na het verwijderen van het plastic handvat	Onjuiste claim: De verpakking is recyclebaar
Ik begrijp deze uitspraak	76,6** (10%)	73,7* (8%)
Ik vind deze uitspraak geloofwaardig	69,6** (11%)	64,1* (8%)
Ik denk dat deze laptop een duurzame keuze is	46,9** (21%**)	43,4* (17%*)
Deze uitspraak kan mij helpen bij mijn beslissing deze laptop wel of niet te kopen	36,6 (17%)	33,9 (15%)
Ik zou overwegen deze laptop te kopen	42,9 (24%)	40,1 (23%)

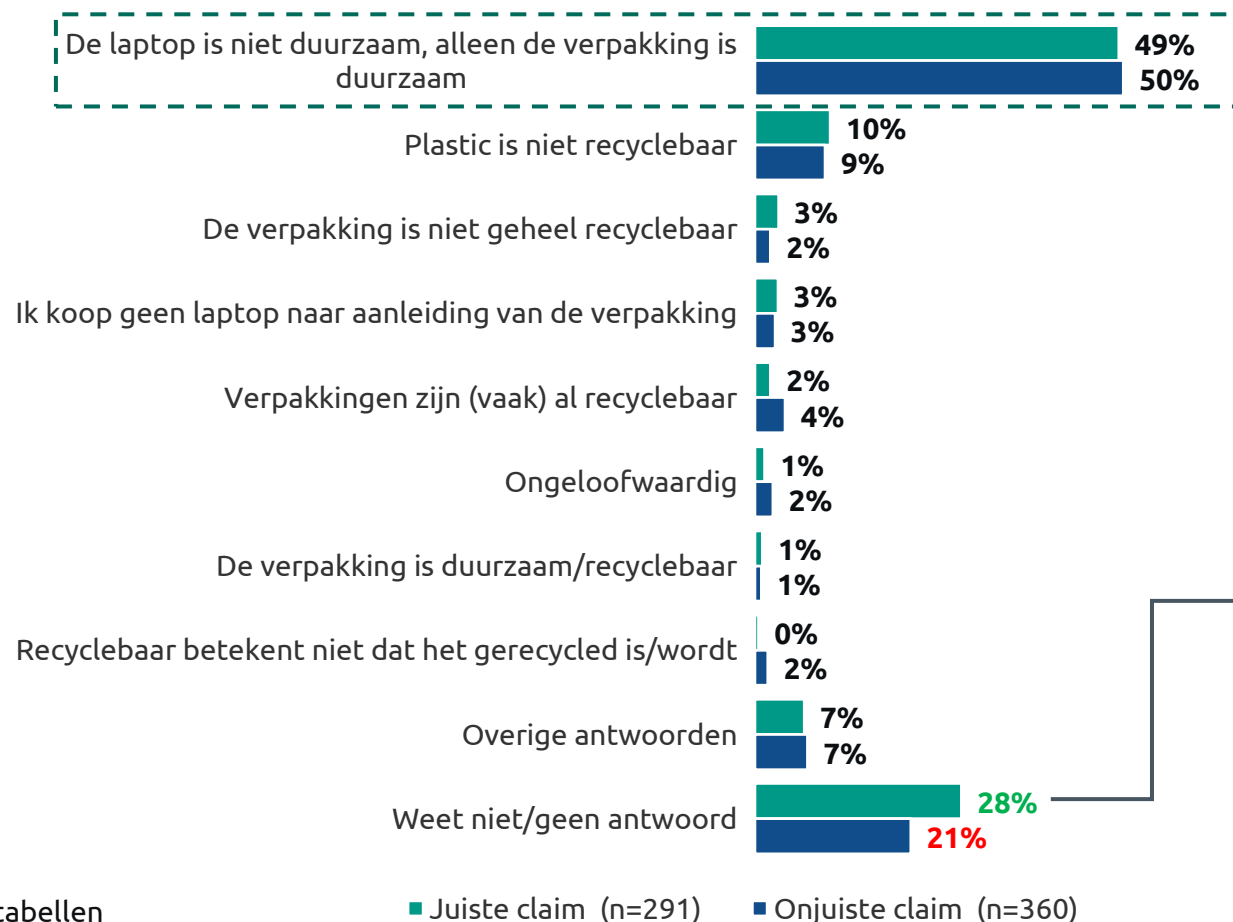
Bij de juiste claim vinden consumenten het iets moeilijker om te bepalen of het product duurzamer is; zij geven vaker aan het niet te weten

De tabel bevat gemiddelde scores (en % weet niet) op de stellingen. De stellingen zijn beantwoord op een schaal van 0 (helemaal oneens) tot 100 (helemaal eens)

Indien niet duurzaam, waarom? (spontaan): Bij beide claims wordt even vaak genoemd dat alleen de verpakking duurzaam is

Waarom ben je het er (deels) mee oneens dat deze laptop een duurzame keuze is?

(Basis - Vindt de laptop geen duurzame keuze)^



Bij de juiste claim geven respondenten vaker aan het niet te weten

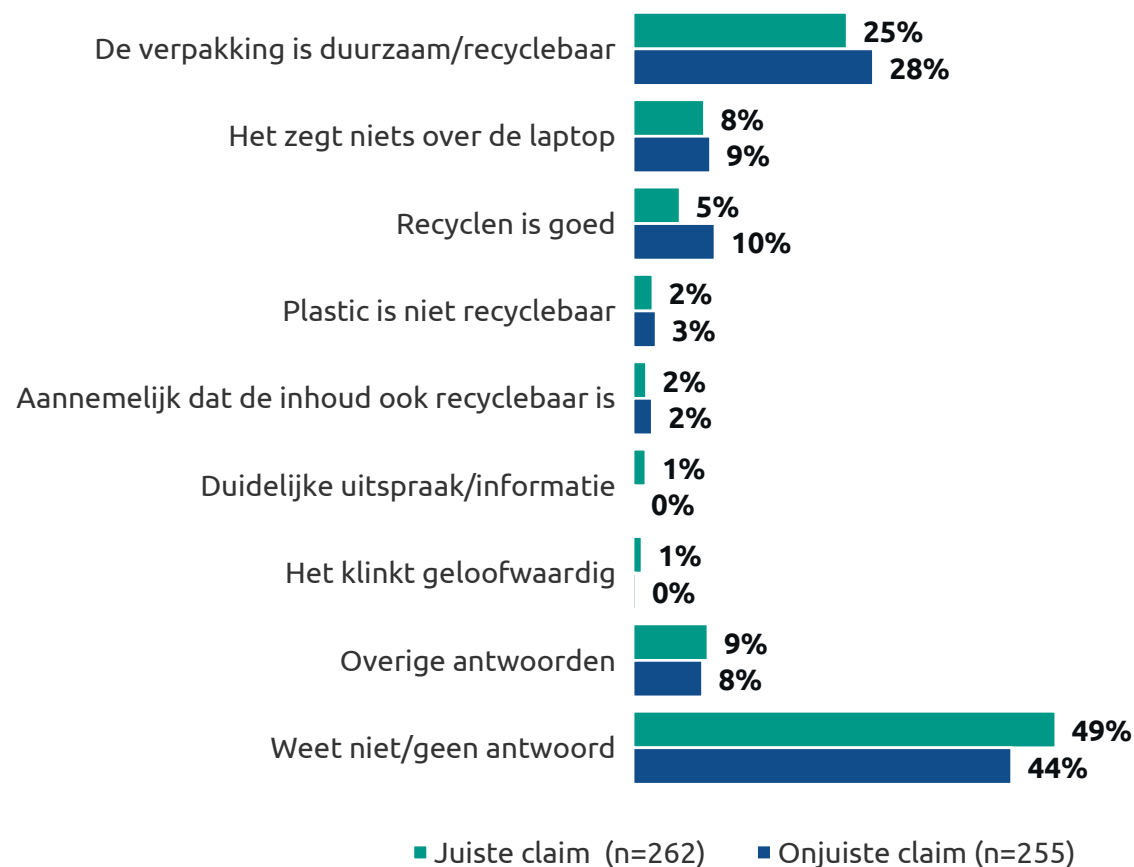
^NB: Dit was een open vraag, antwoorden zijn spontaan genoemd. De antwoorden op deze vraag zijn gecodeerd.

[Klik hier](#) voor de bijbehorende tabellen

Indien duurzaam, waarom? (spontaan): Geen verschillen tussen de juiste en onjuiste claim; de duurzaamheid van de verpakking wordt bij beide claims even vaak genoemd

Waarom ben je het er (deels) mee eens dat deze laptop een duurzame keuze is?

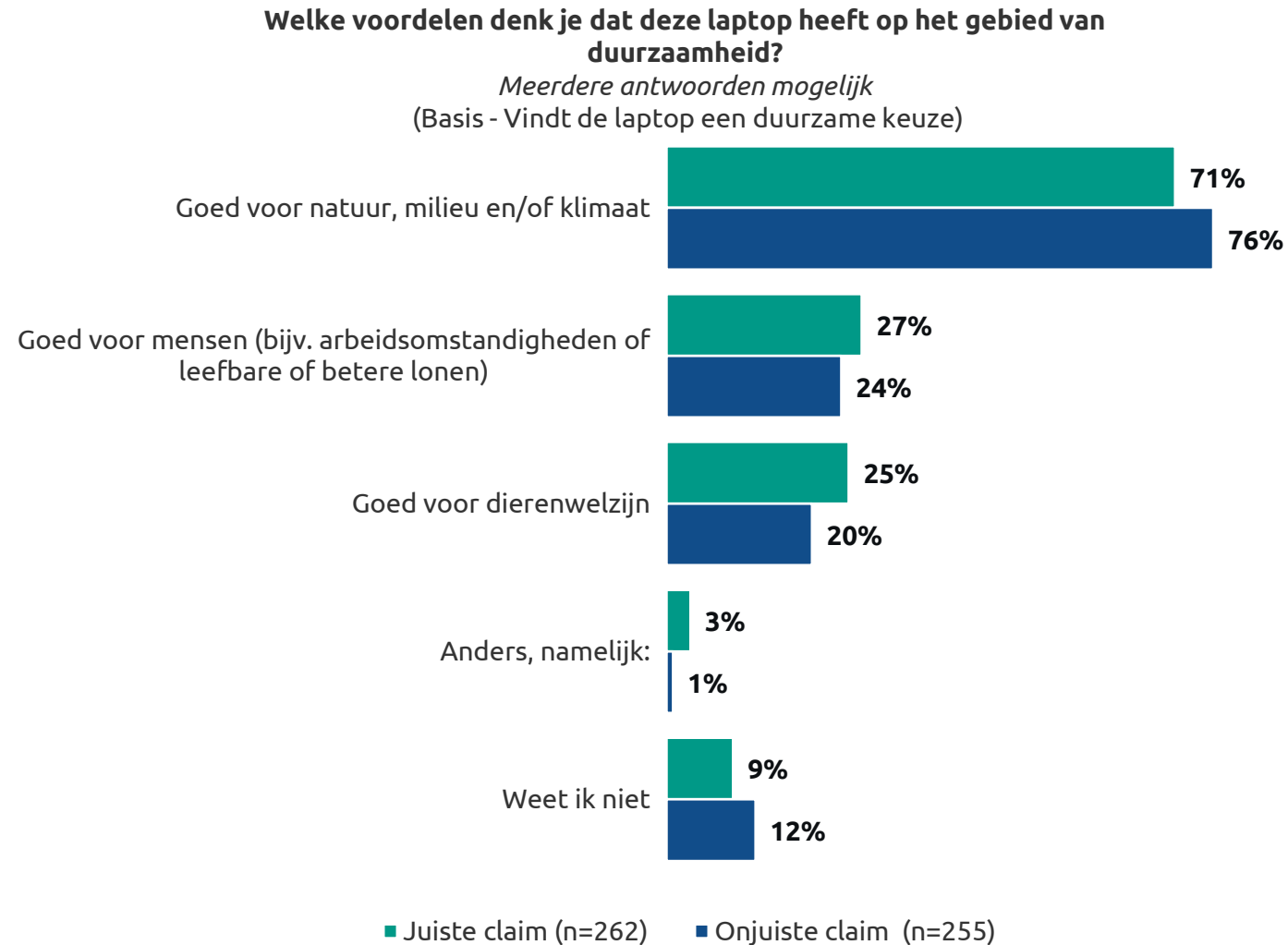
(Basis - Vindt de laptop een duurzame keuze)^



^NB: Dit was een open vraag, antwoorden zijn spontaan genoemd. De antwoorden op deze vraag zijn gecodeerd.

[Klik hier](#) voor de bijbehorende tabellen

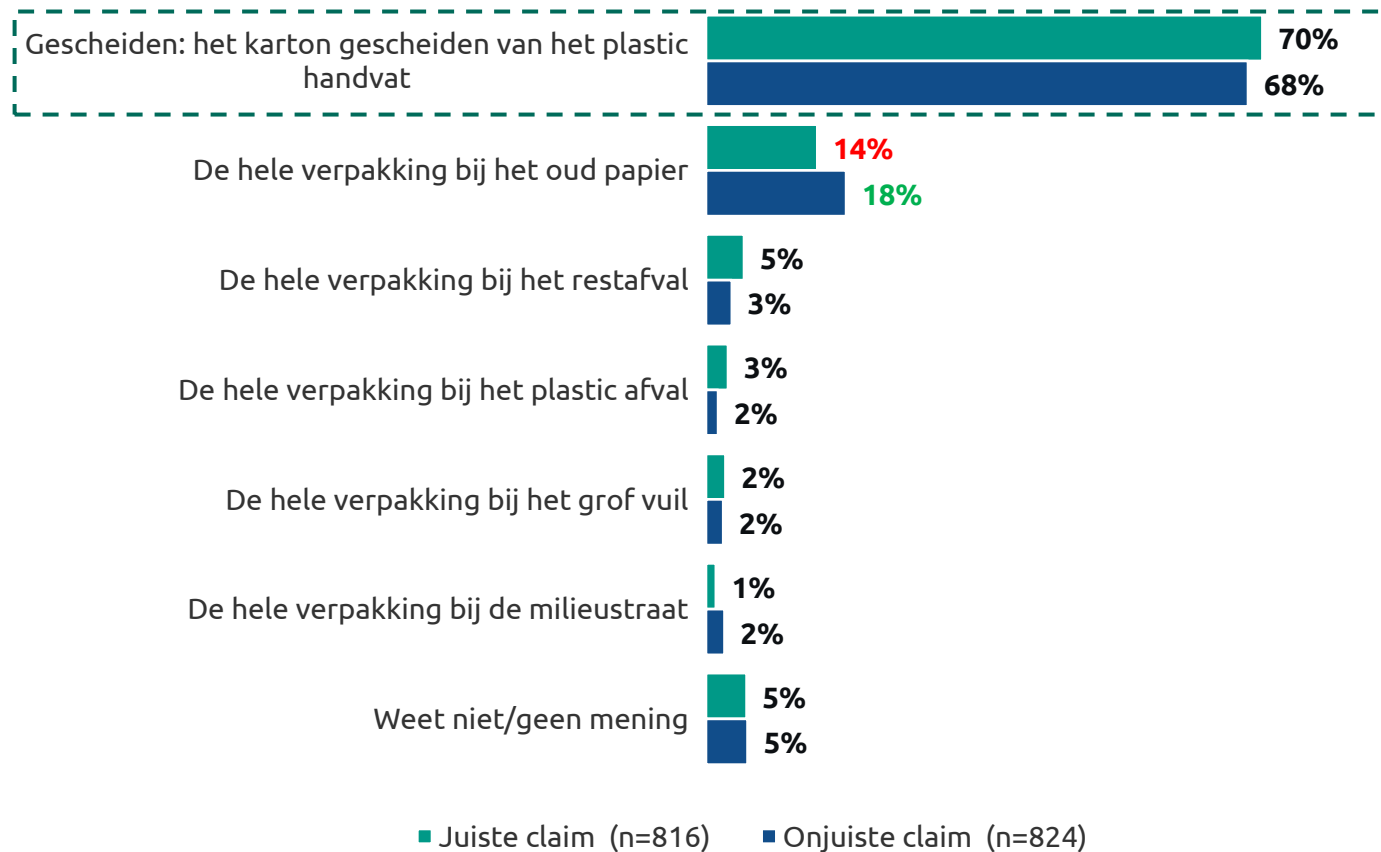
Indien duurzaam, welke voordelen? (geholpen): Bij beide claims wordt even vaak voordeel voor natuur, milieu en/of klimaat gezien




[Klik hier](#) voor de bijbehorende tabellen

Weggoien verpakking: Juiste en onjuiste claim leiden even vaak tot gewenste inleverintentie (gescheiden)

De laptop heeft een kartonnen verpakking met een plastic handvat.
Hoe zou je de verpakking waarschijnlijk weggoien?
(Basis - allen)



[Klik hier](#) voor de bijbehorende tabellen

A close-up photograph of a brass bell on a wooden desk. To the right of the bell is a stack of old, worn coins. In the background, a map is visible on the desk. The scene is lit with warm, golden light, creating a sense of history and tradition.

Case 5: Duurzaam verblijf



Case 5: Consumenten vinden de juiste claim over hotelovernachting iets geloofwaardiger dan de onjuiste claim

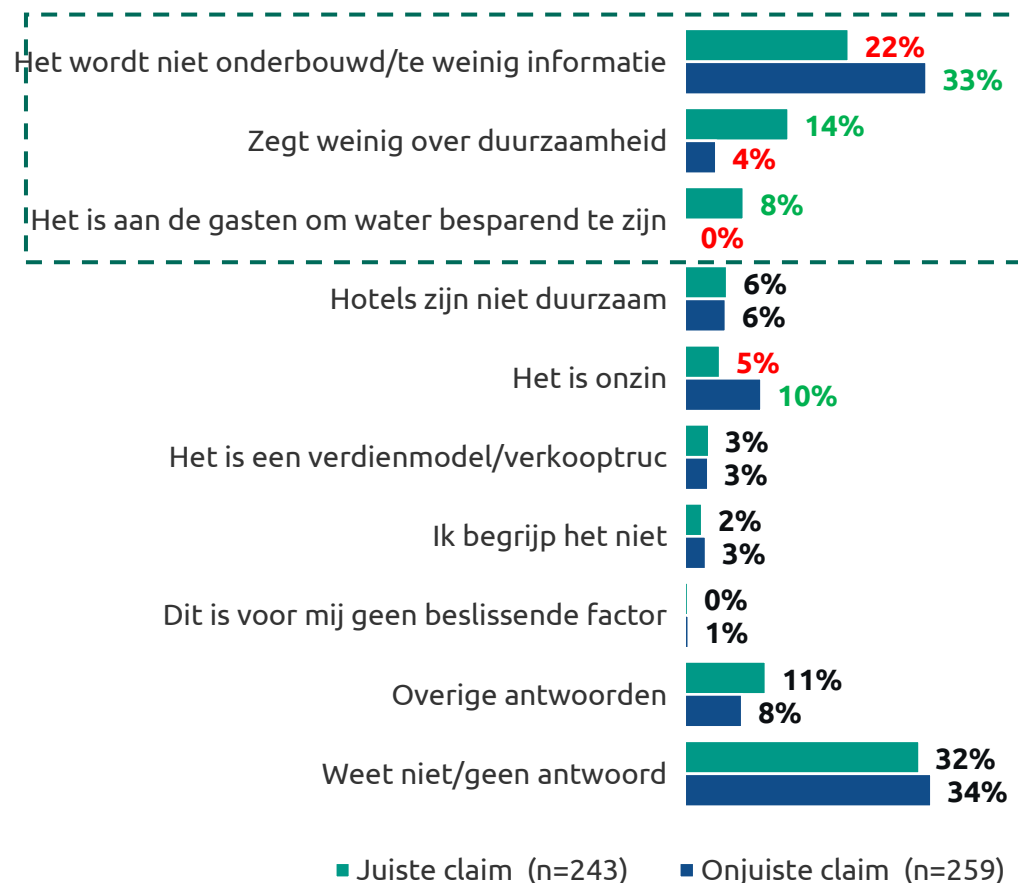
	Juiste claim: Waterbesparing	Onjuiste claim: Duurzaam verblijf
Ik begrijp deze uitspraak	52,6 (10%)	51,0 (13%)
Ik vind deze uitspraak geloofwaardig	46,1** (15%)	40,8* (18%)
Ik denk dat dit hotel een duurzame keuze is	50,0 (19%)	48,2 (23%)
Deze uitspraak kan mij helpen bij mijn beslissing om een overnachting bij dit hotel wel of niet te boeken	37,8 (18%)	38,6 (18%)
Ik zou overwegen een overnachting bij dit hotel te boeken	41,1 (26%)	42,8 (26%)

De tabel bevat gemiddelde scores (en % weet niet) op de stellingen. De stellingen zijn beantwoord op een schaal van 0 (helemaal oneens) tot 100 (helemaal eens)

Indien niet duurzaam, waarom? (spontaan): Bij de onjuiste claim hebben consumenten vaker behoefte aan meer informatie, bij de juiste claim vinden ze vaker dat het weinig zegt over duurzaamheid en dat het aan hotelgasten is om water te besparen

Waarom ben je het er (deels) mee oneens dat dit hotel een duurzame keuze is?

(Basis - Vindt het hotel geen duurzame keuze)^



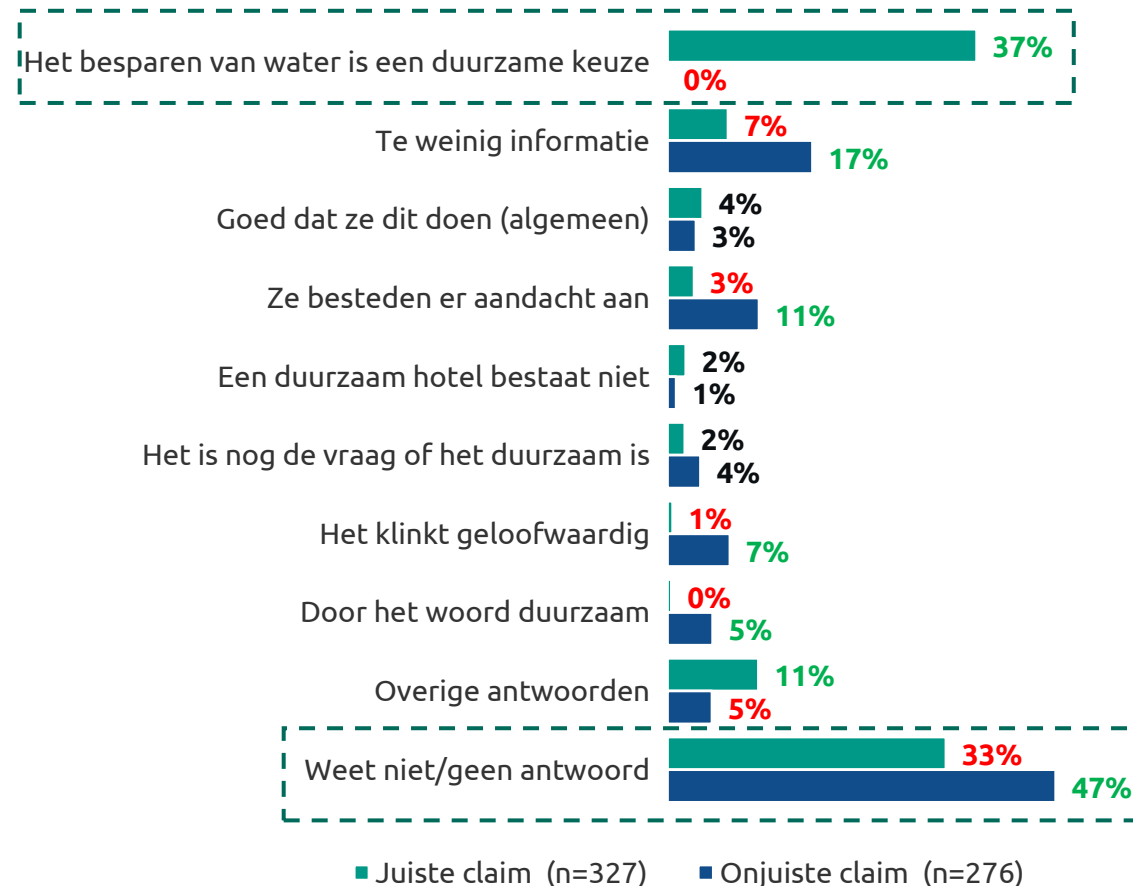
^NB: Dit was een open vraag, antwoorden zijn spontaan genoemd. De antwoorden op deze vraag zijn gecodeerd.

[Klik hier](#) voor de bijbehorende tabellen

Indien duurzaam, waarom? (spontaan): Consumenten geven bij de juiste claim vaker aan dat het hotel duurzamer is door waterbesparing dan bij de onjuiste claim. Een groot deel van de consumenten geeft niet aan waarom het hotel een duurzame keuze is, bij de onjuiste claim is dit vaker het geval

Waarom ben je het er (deels) mee eens dat dit hotel een duurzame keuze is?

(Basis - Vindt het hotel een duurzame keuze)^



^NB: Dit was een open vraag, antwoorden zijn spontaan genoemd. De antwoorden op deze vraag zijn gecodeerd.

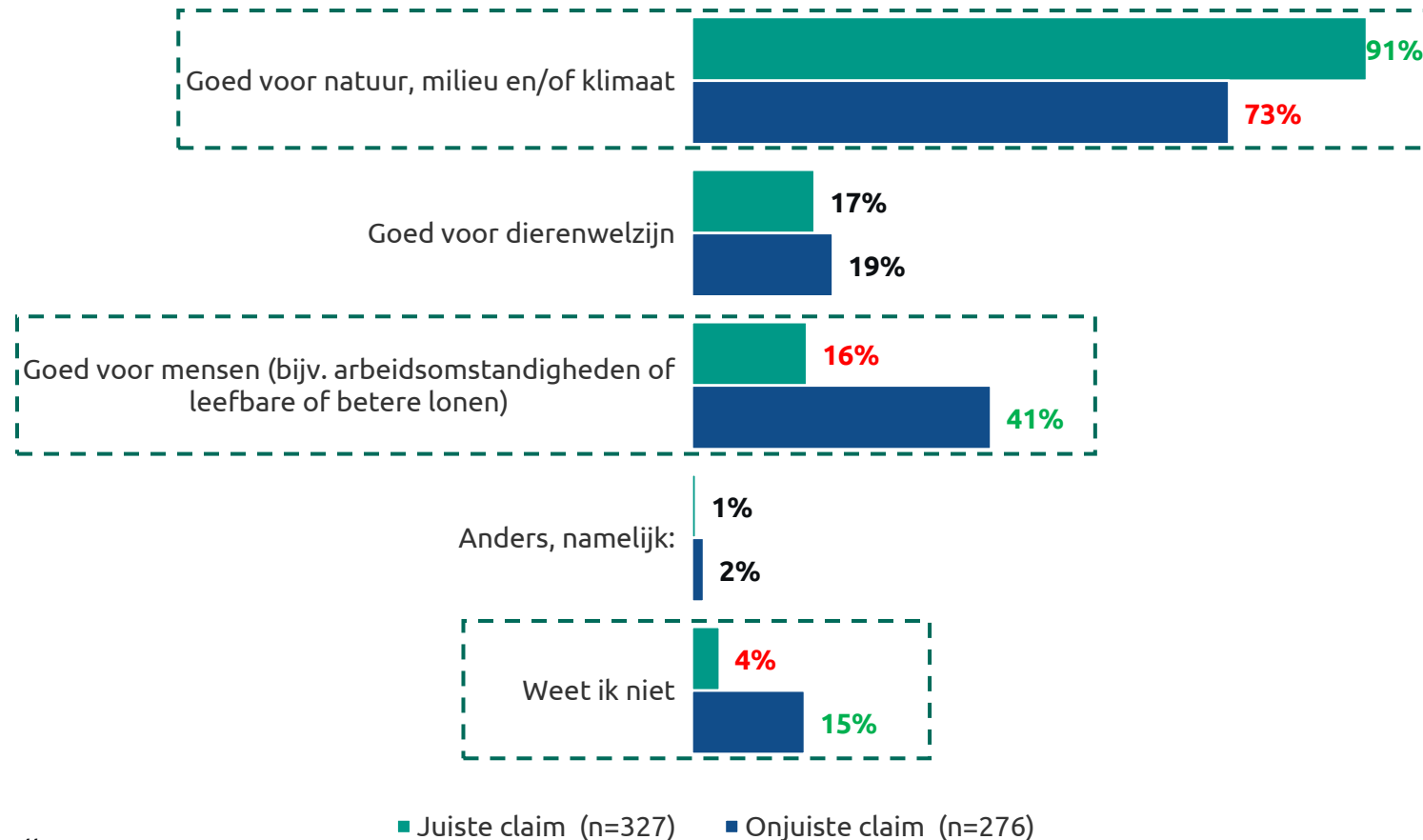
[Klik hier](#) voor de bijbehorende tabellen

Indien duurzaam, welke voordelen? (geholpen): Bij de juiste claim zien consumenten vaker voordeel voor natuur, milieu en/of klimaat, bij de onjuiste claim geven consumenten vaker aan niet te weten wat de voordelen zijn en dat er voordelen zijn voor mensen

Welke voordelen denk je dat dit hotel heeft op het gebied van duurzaamheid?

Meerdere antwoorden mogelijk

(Basis - Vindt het hotel een duurzame keuze)



[Klik hier](#) voor de bijbehorende tabellen



Case 6: Eco-score



Case 6: Consumenten vinden de juiste claim over schoenen veel begrijpelijker, iets geloofwaardiger en iets nuttiger voor aankoopbeslissing

	Juiste claim: Eco-Score A: minder CO2-uitstoot ten opzichte van andere sneakers (sportschoenen)	Onjuiste claim: Eco-score A
Ik begrijp deze uitspraak	55,3** (13%)	36,6* (14%)
Ik vind deze uitspraak geloofwaardig	39,5** (16%*)	35,8* (23%**)
Ik denk dat deze schoenen een duurzame keuze zijn	44,8 (22%)	44,4 (26%)
Deze uitspraak kan mij helpen bij mijn beslissing deze schoenen wel of niet te kopen	37,0** (19%)	33,3* (20%)
Ik zou overwegen deze schoenen te kopen	35,5 (25%)	33,6 (24%)

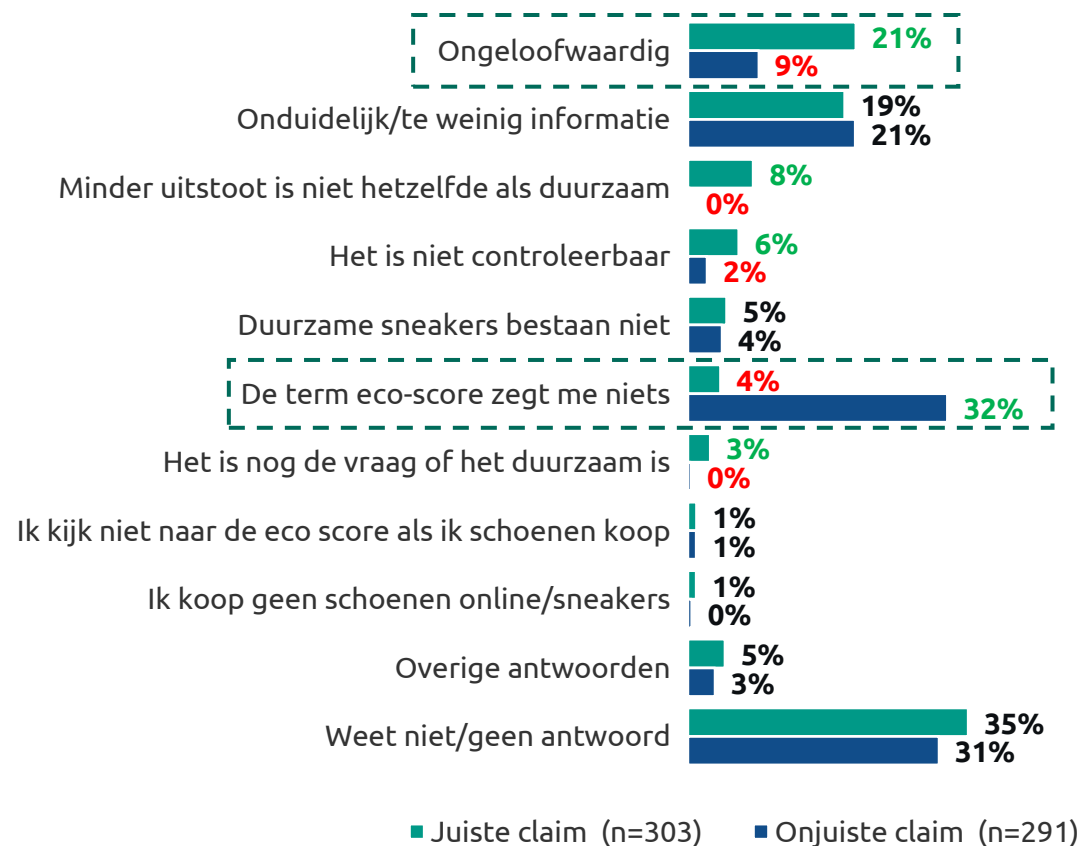
Bij de onjuiste claim vinden consumenten het moeilijker om te bepalen of de uitspraak geloofwaardig is; zij geven vaker aan het niet te weten

De tabel bevat gemiddelde scores (en % weet niet) op de stellingen. De stellingen zijn beantwoord op een schaal van 0 (helemaal oneens) tot 100 (helemaal eens)

Indien niet duurzaam, waarom? (spontaan): Consumenten die de schoenen bij de juiste claim geen duurzame keuze vinden, geven vaker als reden dit ongeloofwaardig te vinden. Bij de onjuiste claim vinden consumenten de term 'eco-score' veel vaker nietszeggend.

Waarom ben je het er (deels) mee oneens dat deze schoenen een duurzame keuze zijn?

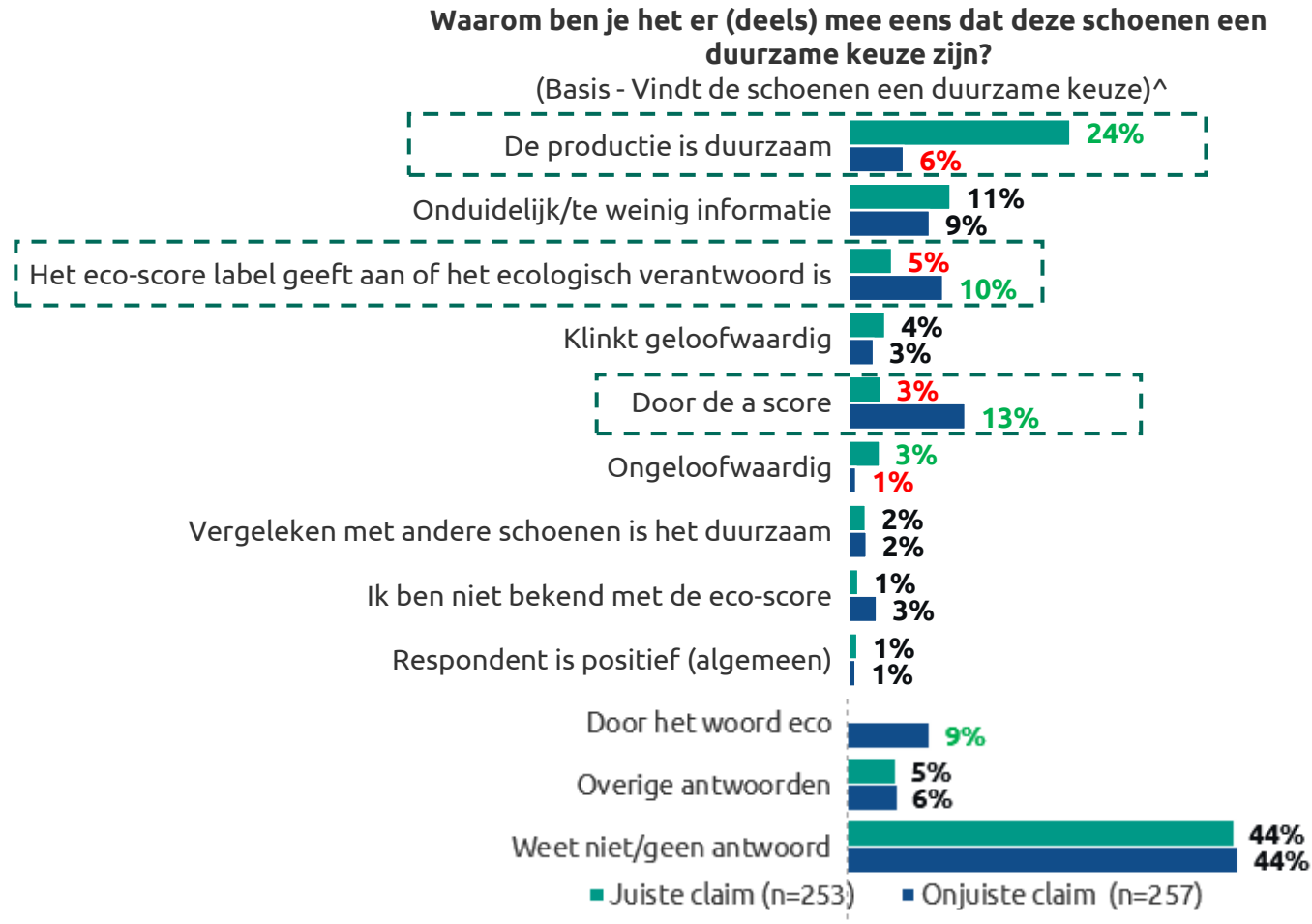
(Basis - Vindt de schoenen geen duurzame keuze)^



^NB: Dit was een open vraag, antwoorden zijn spontaan genoemd. De antwoorden op deze vraag zijn gecodeerd.

[Klik hier](#) voor de bijbehorende tabellen

Indien duurzaam, waarom? (spontaan): Consumenten geven bij de juiste claim vaker aan dat de productie duurzaam is, bij de onjuiste claim vaker dat de schoenen gelabeld zijn als ecologisch verantwoord of een a-score hebben



^NB: Dit was een open vraag, antwoorden zijn spontaan genoemd. De antwoorden op deze vraag zijn gecodeerd.

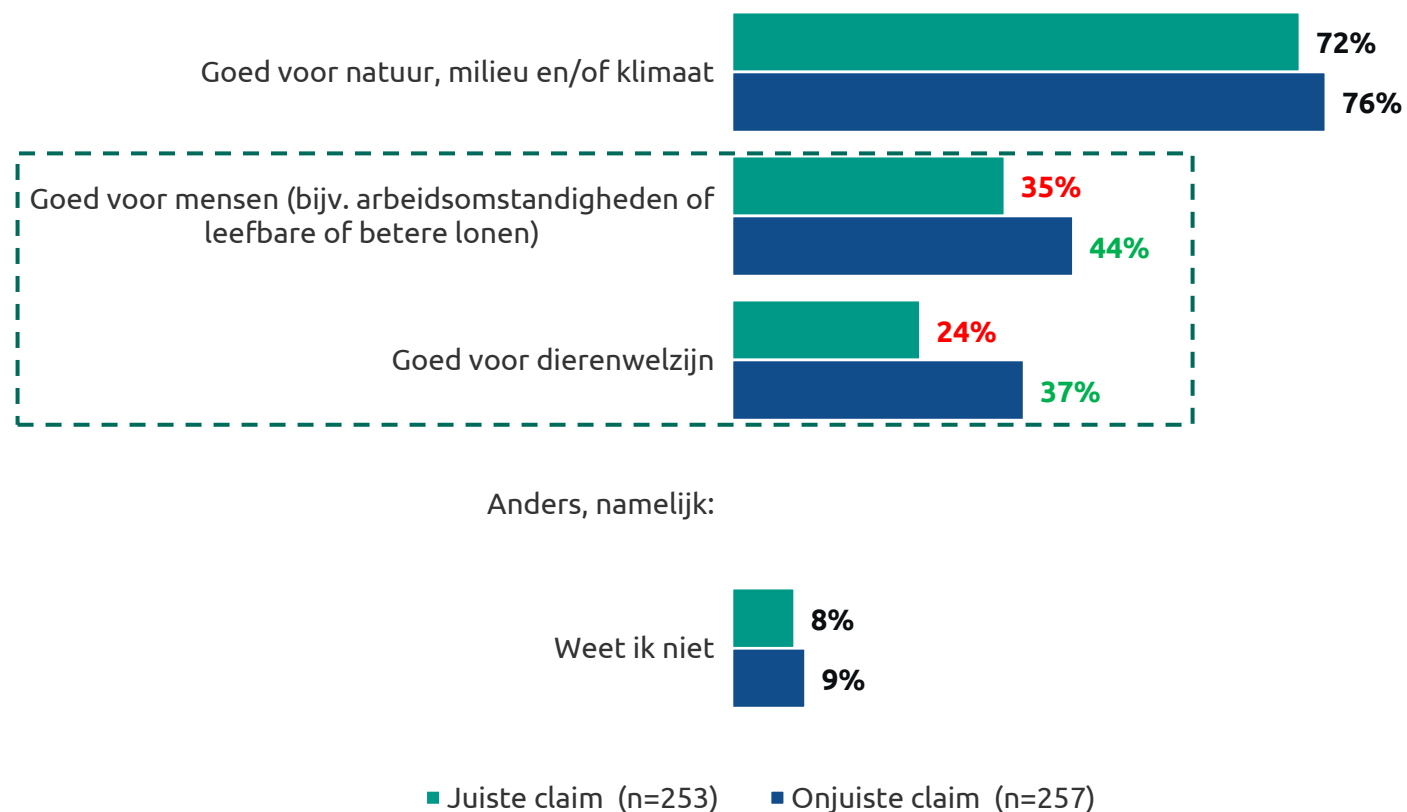
[Klik hier](#) voor de bijbehorende tabellen

Indien duurzaam, welke voordelen? (geholpen): Bij de onjuiste claim denken consumenten vaker aan voordelen voor mensen en dierenwelzijn

Welke voordelen denk je dat deze schoenen hebben op het gebied van duurzaamheid?

Meerdere antwoorden mogelijk

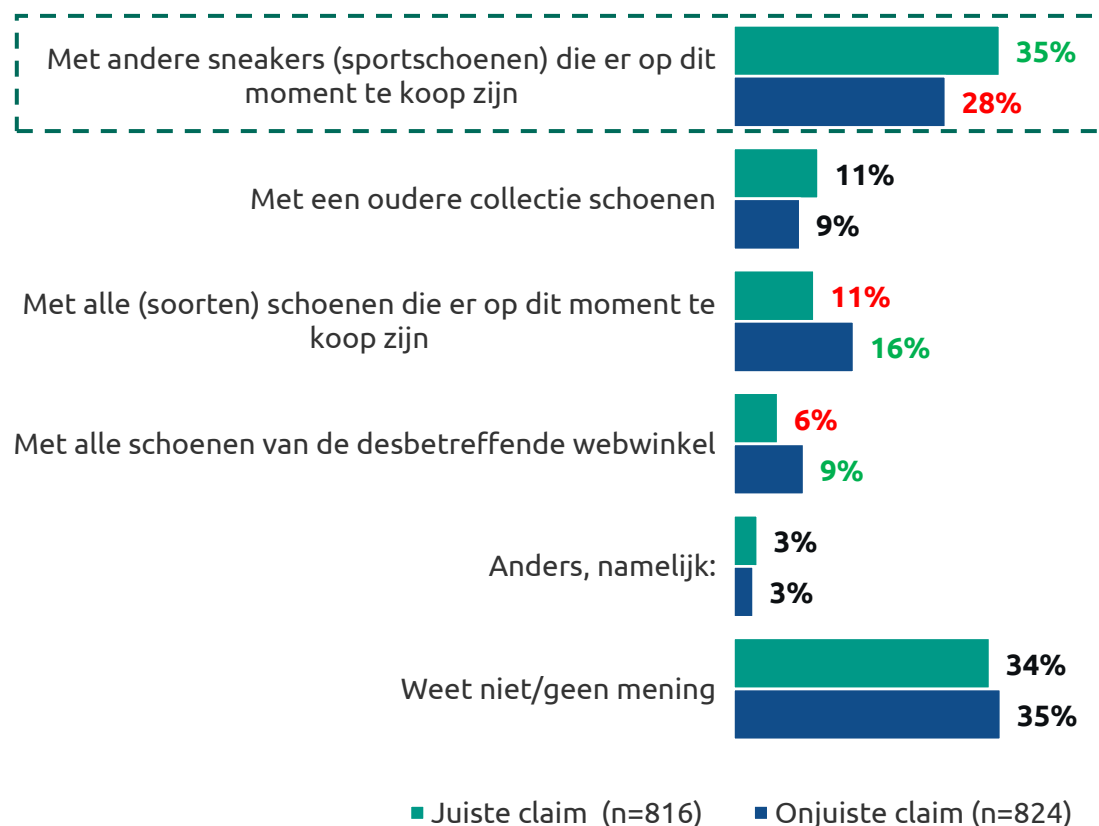
(Basis - Vindt de schoenen een duurzame keuze)



[Klik hier](#) voor de bijbehorende tabellen

Vergelijking schoenen: Consumenten geven bij de juiste claim vaker aan dat de Eco-score gebaseerd is op een vergelijking met andere sneakers

Het paar schoenen heeft zoals aangegeven Eco-Score A. Daarmee verschilt het paar schoenen van andere schoenen. Met welke (soorten) schoenen denk je dat het paar schoenen is vergeleken?
(Basis - allen)



[Klik hier](#) voor de bijbehorende tabellen



Case 7: CO₂-uitstoot



Case 7: Consumenten vinden de onjuiste claim over het automerk iets ongeloofwaardiger, maar ook iets begrijpelijker en nuttiger voor de aankoopbeslissing; zij vinden de auto's ook iets duurzamer en overwegen de aankoop ervan iets meer

	Juiste claim: 40% minder CO2- uitstoot in 2050, ten opzichte van 2023	Onjuiste claim: Nul CO2-uitstoot in 2030
Ik begrijp deze uitspraak	60,5* (13%)	64,9** (12%)
Ik vind deze uitspraak geloofwaardig	42,7** (16%**)	37,0* (12%*)
Ik denk dat een auto van dit merk een duurzame keuze is	43,8* (20%)	50,4** (18%)
Deze uitspraak kan mij helpen bij mijn beslissing een auto van dit merk wel of niet te kopen	37,4* (19%)	41,9** (19%)
Ik zou overwegen een auto van dit merk te kopen	33,9* (26%)	39,0** (26%)

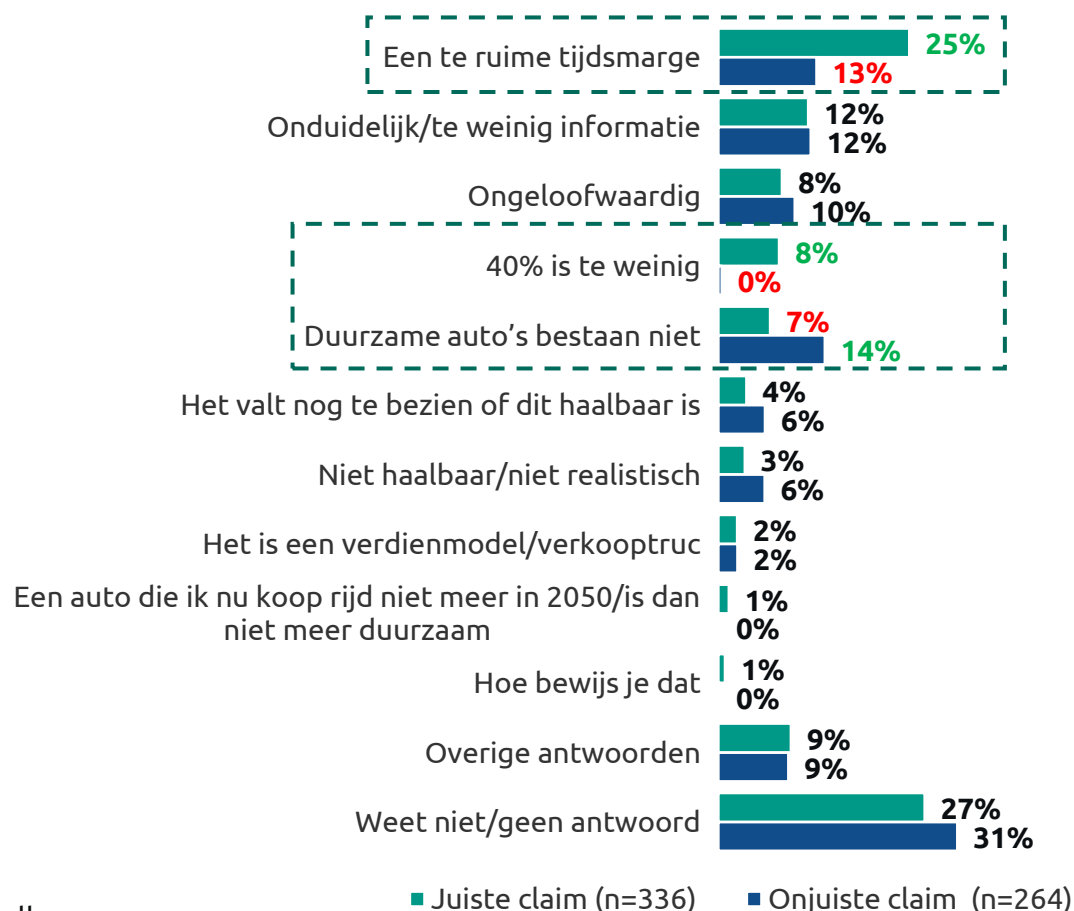
Bij de onjuiste claim vinden consumenten het makkelijker om te bepalen of de uitspraak geloofwaardig is; zij geven minder vaak aan het niet te weten

De tabel bevat gemiddelde scores (en % weet niet) op de stellingen. De stellingen zijn beantwoord op een schaal van 0 (helemaal oneens) tot 100 (helemaal eens)

Indien niet duurzaam, waarom? (spontaan): Consumenten vinden bij de juiste claim vaker dat de tijds marge voor CO2-reductie te ruim is en het reductiedoel (40%) te laag; bij de onjuiste claim merken ze vaker op dat duurzame auto's niet bestaan

Waarom ben je het er (deels) mee oneens dat een auto van dit merk een duurzame keuze is?

(Basis - Vindt de auto geen duurzame keuze)^



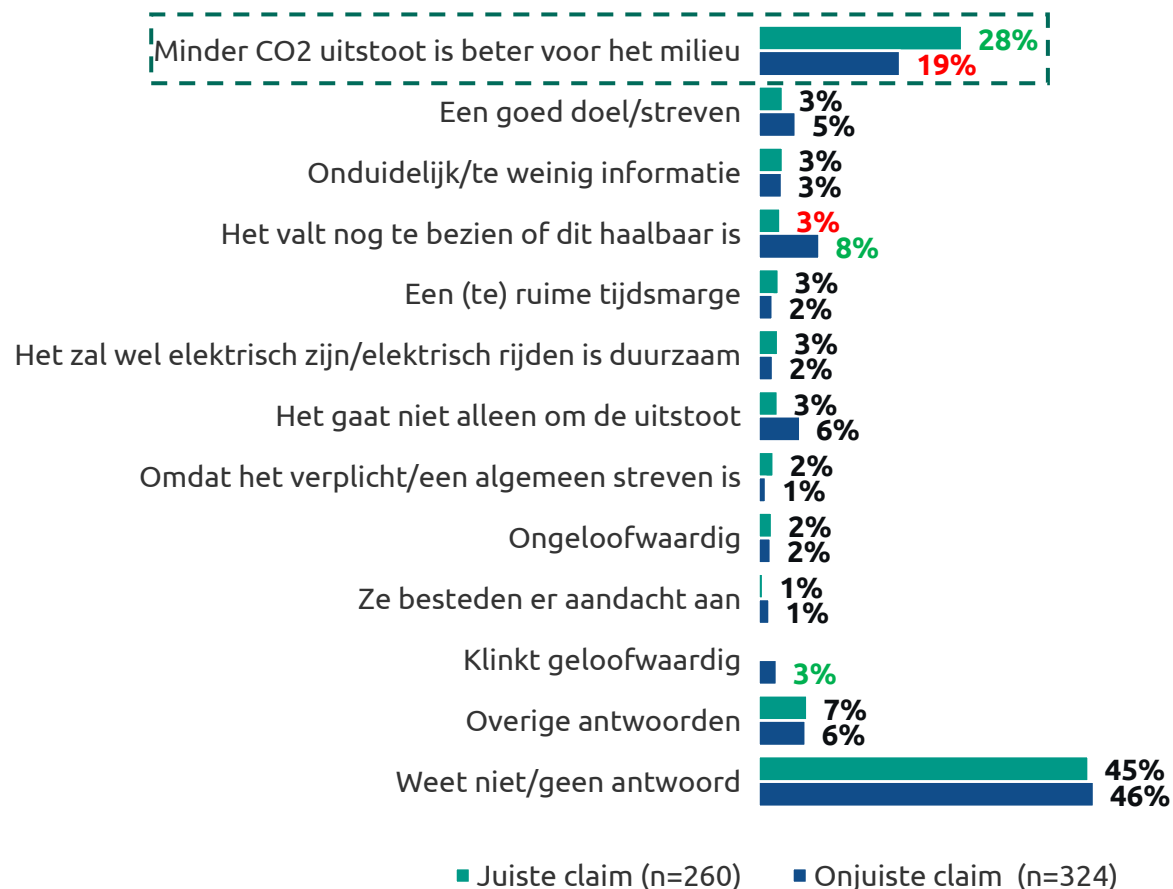
^NB: Dit was een open vraag, antwoorden zijn spontaan genoemd. De antwoorden op deze vraag zijn gecodeerd.

[Klik hier](#) voor de bijbehorende tabellen

Indien duurzaam, waarom? (spontaan): Bij de juiste claim zegt men vaker dat minder CO2-uitstoot beter is voor het milieu

Waarom ben je het er (deels) mee eens dat een auto van dit merk een duurzame keuze is?

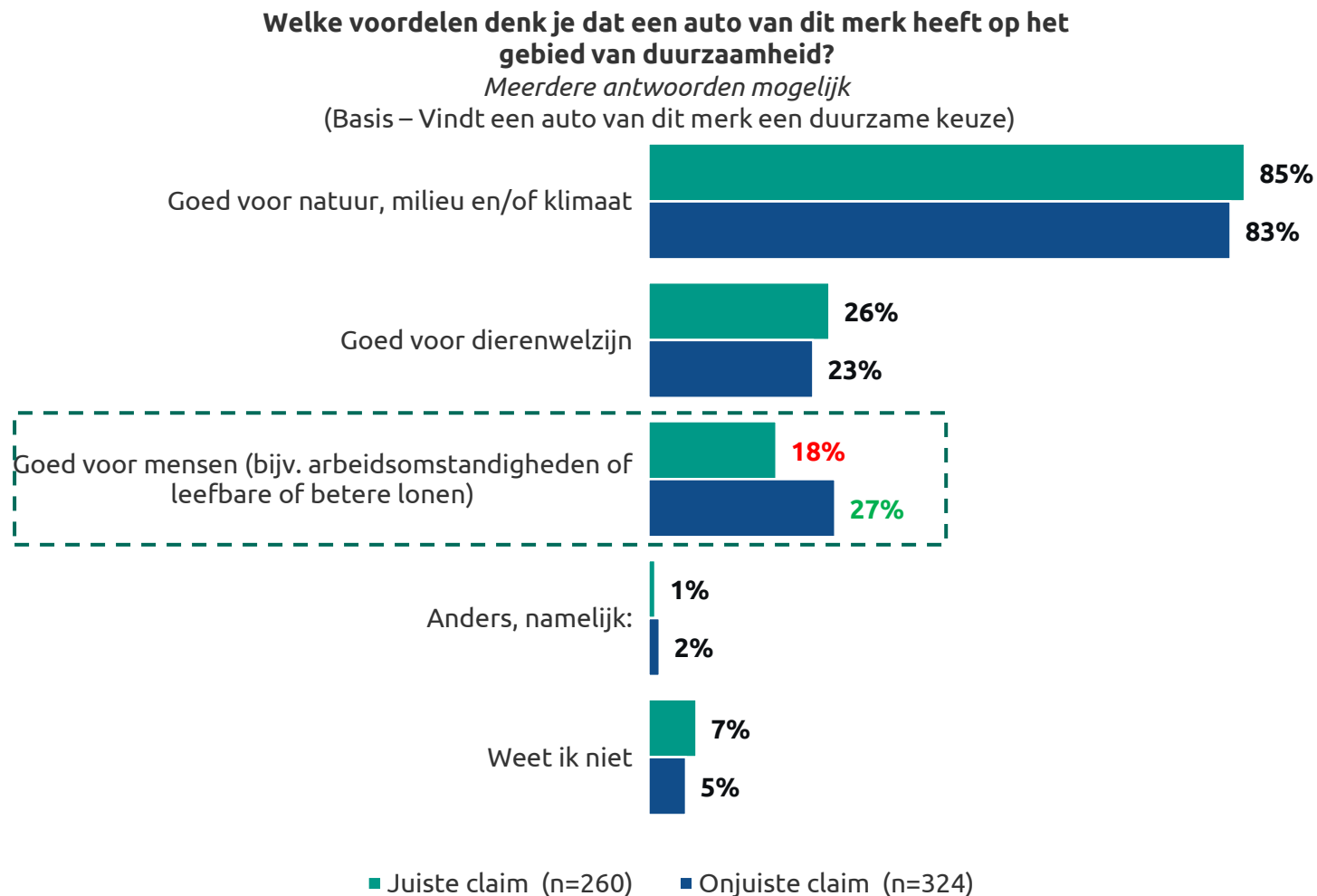
(Basis - Vindt de auto een duurzame keuze)^



^NB: Dit was een open vraag, antwoorden zijn spontaan genoemd. De antwoorden op deze vraag zijn gecodeerd.

[Klik hier](#) voor de bijbehorende tabellen

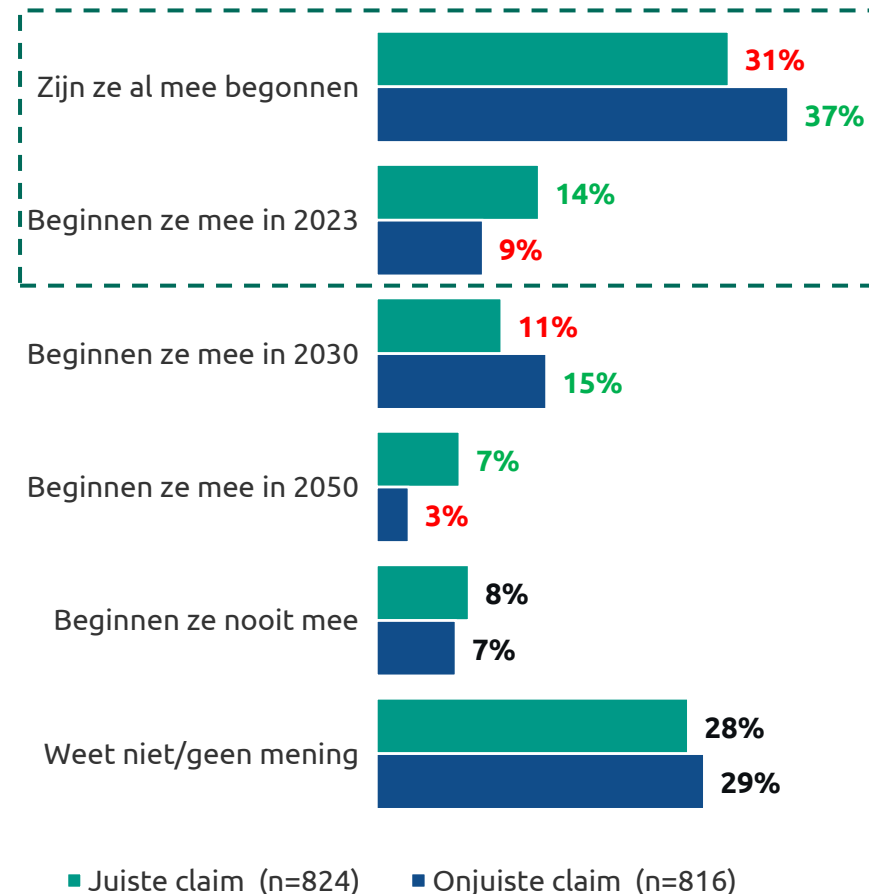
Indien duurzaam, welke voordelen? (geholpen): Consumenten denken bij de onjuiste claim vaker dat de auto voordelen heeft voor mensen



[Klik hier](#) voor de bijbehorende tabellen

Verminderen uitstoot: Beide claims leveren geen eenduidig beeld van wanneer het automerk start met de reductie van CO2-uitstoot; zowel bij de juiste als onjuiste claim denken ruim vier van de tien dat het automerk al is begonnen of er snel mee begint

Wanneer denk je dat het automerk hun CO2-uitstoot gaat verminderen?
(Basis - allen)



[Klik hier](#) voor de bijbehorende tabellen

Case 8: Duurzame laserprinter



Case 8: Consumenten vinden de juiste claim over de laserprinter veel begrijpelijker en geloofwaardiger dan de onjuiste claim; bij de onjuiste claim vinden consumenten de printer wel een iets duurzamere keuze

	Juiste claim: Koop onze printer	Onjuiste claim: Afbeelding van printer in natuur + Koop onze printer. Maak een verschil
Ik begrijp deze advertentie	67,3** (15%**)	37,6* (11%*)
Ik vind deze advertentie geloofwaardig	44,2** (19%**)	27,0* (13%*)
Ik denk dat deze laserprinter een duurzame keuze is	30,8* (31%**)	35,3** (24%*)
Deze advertentie kan mij helpen bij mijn beslissing een laserprinter van dit merk wel of niet te kopen	29,8 (21%)	30,2 (18%)
Ik zou overwegen deze laserprinter te kopen	28,1 (21%)	26,3 (24%)

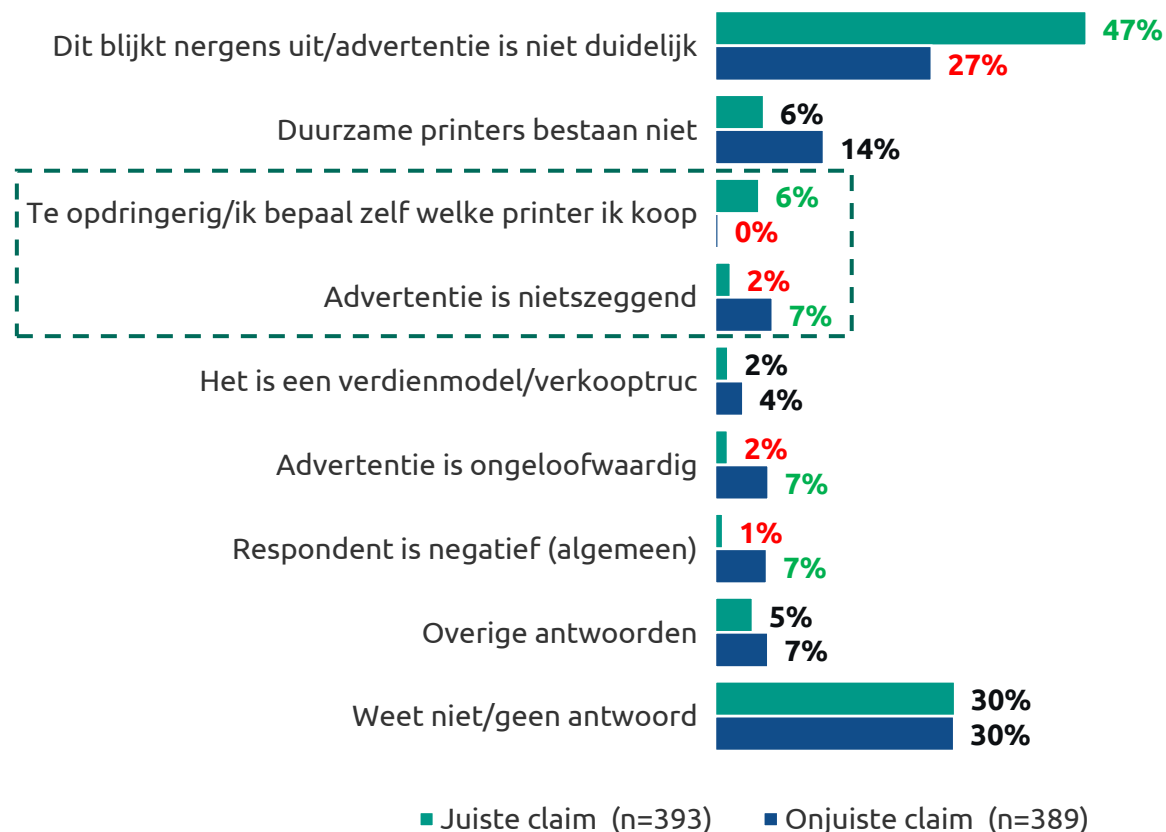
Bij de juiste claim vinden consumenten het iets moeilijker om te bepalen of zij de advertentie begrijpen, of ze advertentie geloofwaardig vinden en of de laserprinter duurzaam is

De tabel bevat gemiddelde scores (en % weet niet) op de stellingen. De stellingen zijn beantwoord op een schaal van 0 (helemaal oneens) tot 100 (helemaal eens)

Indien niet duurzaam, waarom? (spontaan): Consumenten vinden de onjuiste claim vaker nietszeggend en ongeloofwaardig; de juiste claim wordt vaker onduidelijk en opdringerig gevonden

Waarom ben je het er (deels) mee oneens dat deze laserprinter een duurzame keuze is?

(Basis - Vindt de laserprinter geen duurzame keuze)^



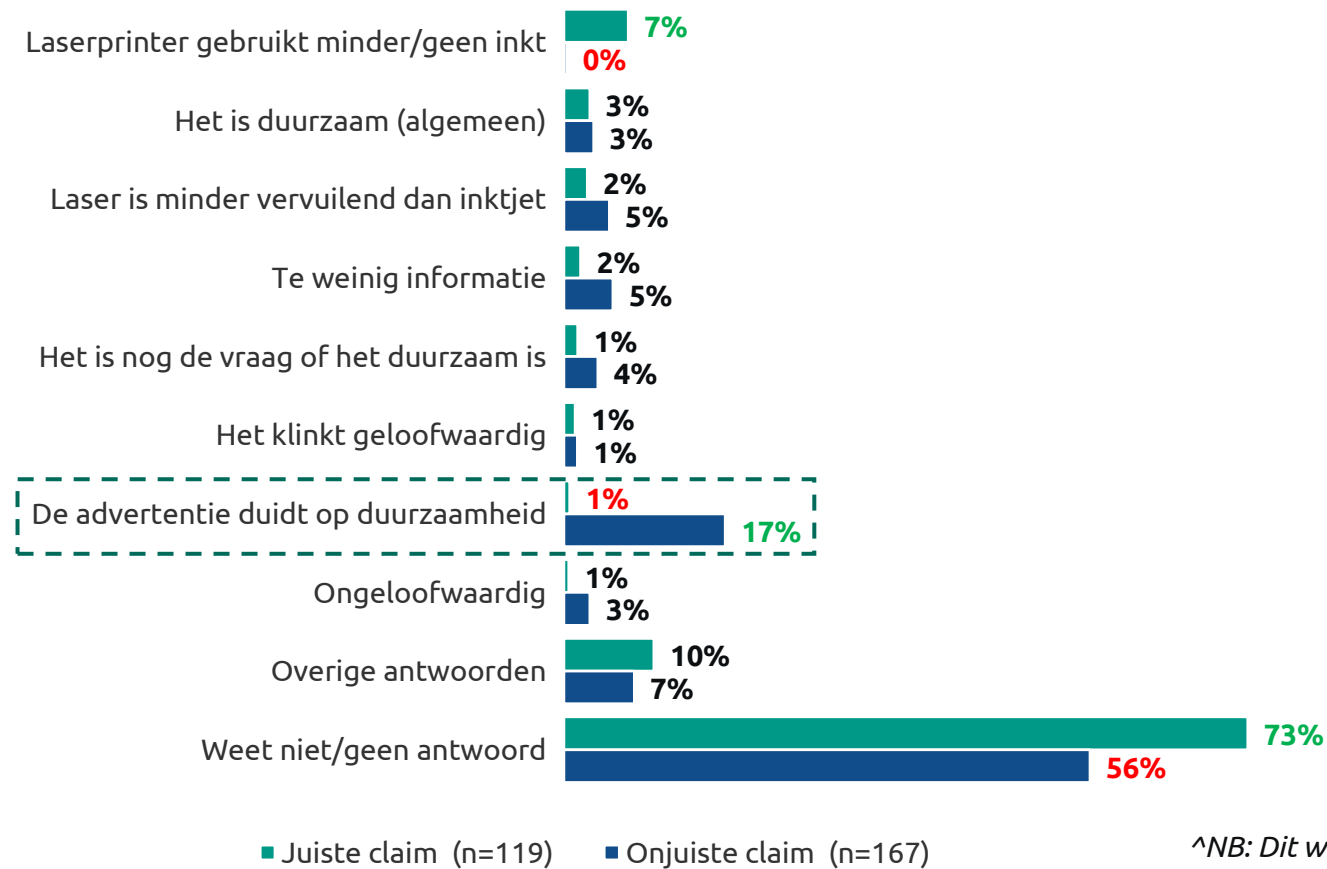
^NB: Dit was een open vraag, antwoorden zijn spontaan genoemd. De antwoorden op deze vraag zijn gecodeerd.

[Klik hier](#) voor de bijbehorende tabellen

Indien duurzaam, waarom? (spontaan): Bij de onjuiste claim geven consumenten vaker aan dat de advertentie een duurzame keuze suggereert

Waarom ben je het er (deels) mee eens dat deze laserprinter een duurzame keuze is?

(Basis - Vindt de laserprinter een duurzame keuze)^



^NB: Dit was een open vraag, antwoorden zijn spontaan genoemd. De antwoorden op deze vraag zijn gecodeerd.

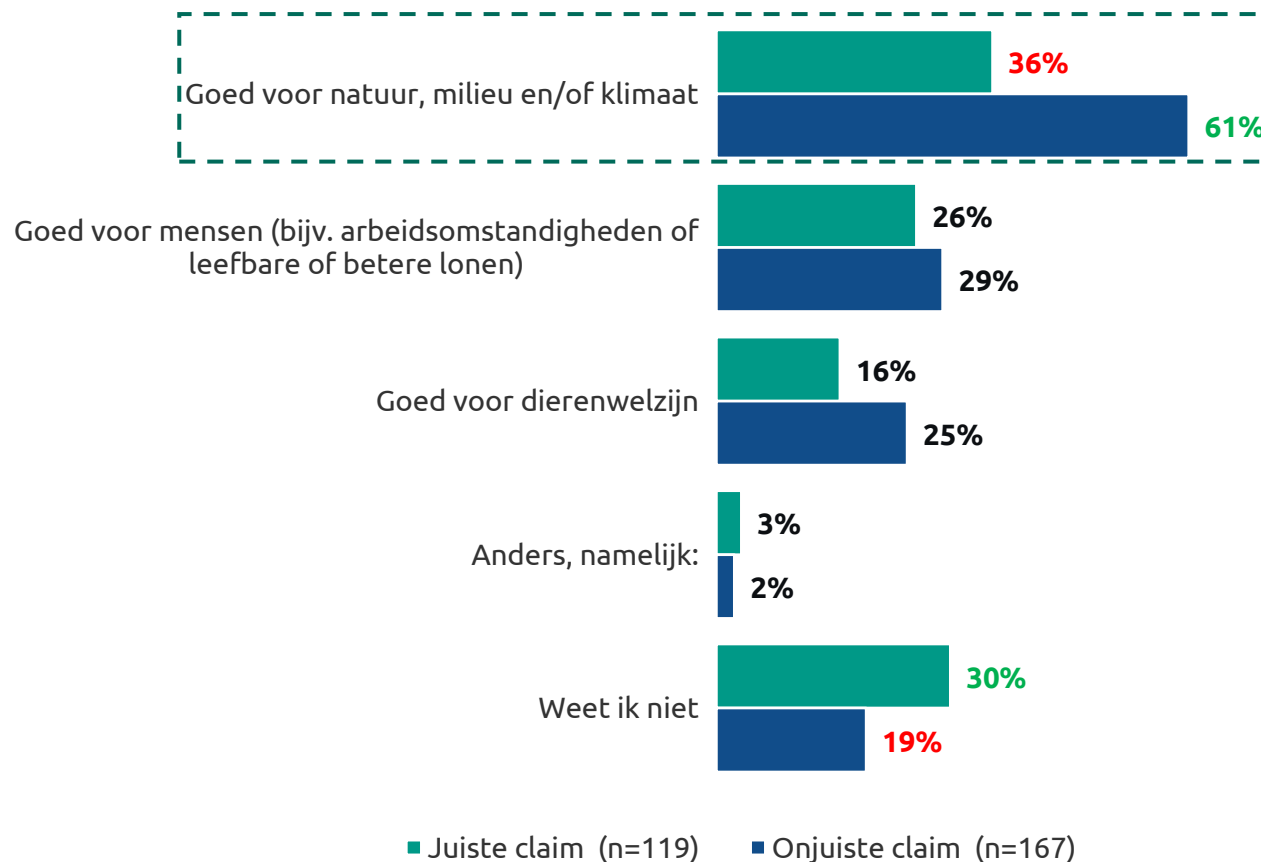
[Klik hier](#) voor de bijbehorende tabellen

Indien duurzaam, welke voordelen? (geholpen): Consumenten denken bij de onjuiste claim vaker dat de printer voordelen heeft voor natuur, milieu en/of klimaat

Welke voordelen denk je dat deze laserprinter heeft op het gebied van duurzaamheid?

Meerdere antwoorden mogelijk

(Basis – Vindt de laserprinter een duurzame keuze)



[Klik hier](#) voor de bijbehorende tabellen



Bijlagen





Opvallende verschillen subgroepen



Opvallende verschillen subgroepen (1/4)

Case 1

Afwijkende groepen: juiste claim
Mannen vinden de claim duidelijker dan vrouwen (70,4 vs. 60,6)
16 t/m 24 jarigen geven vaker aan niet te weten of de stelling geloofwaardig is (30% vs. 17%)
16 t/m 24 jarigen zijn er minder sterk van overtuigd dat het energiecontract een duurzame keuze is (33,8 vs. 41,1 gemiddeld) en geven vaker aan het niet te weten (35% vs. 21% gemiddeld)

Afwijkende groepen: onjuiste claim
16 t/m 24 jarigen zijn er sterker van overtuigd dat het energiecontract een duurzame keuze is (50,8 vs. 42,6 gemiddeld) en hebben een hogere aankoopintentie (43,9 vs. 37,4 gemiddeld)
Hoger opgeleiden zijn er sterker van overtuigd dat het energiecontract <u>geen</u> duurzame keuze is (33,5 vs. 42,6 gemiddeld) en hebben een lagere aankoopintentie (30,8 vs. 37,4)

Case 1

Afwijkende groepen: juiste claim
-

Afwijkende groepen: onjuiste claim
Hoger opgeleiden zijn er minder sterk van overtuigd dat de bezorging duurzaam is (49,8 vs. 53,9 gemiddeld)

Opvallende verschillen subgroepen (2/4)

Case 3

Afwijkende groepen: juiste claim

-

Afwijkende groepen: onjuiste claim

16 t/m 24 jarigen zijn er sterker van overtuigd dat de fietsbezorging een duurzame keuze is (79,0 vs. 72,6 gemiddeld)

Laagopgeleiden vinden de beschrijving minder duidelijk dan anderen (68,2 vs. 77,3 gemiddeld), zijn er minder sterk van overtuigd dat de fietsbezorging een duurzame keuze is (76,0 vs. 72,6 gemiddeld) én hebben een lagere aankoopintentie (55,1 vs. 62,0)

Case 4

Afwijkende groepen: juiste claim

Vrouwen hebben een minder sterke aankoopintentie dan mannen (40,4 vs. 45,2)

Afwijkende groepen: onjuiste claim

16 t/m 24 jarigen zijn er minder sterk van overtuigd dat de laptop geen duurzame keuze (48,8 vs. 43,4 gemiddeld)

Laagopgeleiden zijn er sterker van overtuigd dat de laptop een duurzame keuze is dan anderen (50,7 vs. 43,4 gemiddeld)

Hoogopgeleiden zijn er sterker van overtuigd dat de laptop geen duurzame keuze is (37,9 vs. 43,4 gemiddeld)

Opvallende verschillen subgroepen (3/4)

Case 5

Afwijkende groepen: juiste claim

55 t/m 64 jarigen zijn er sterker van overtuigd dat het hotel geen duurzame keuze is (43,9 vs. 50,0 gemiddeld) en hebben een lagere aankoopintentie (33,1 vs. 41,1)

Afwijkende groepen: onjuiste claim

16 t/m 24 jarigen zijn er sterker van overtuigd dat het hotel een duurzame keuze is (55,0 vs. 48,2 gemiddeld) en hebben een hogere aankoopintentie (50,2 vs. 42,8 gemiddeld)

55 t/m 64 jarigen en 65 t/m 80 jarigen zijn er sterker van overtuigd dat het hotel geen duurzame keuze is (respectievelijk 40,0 en 41,8 vs. 48,2 gemiddeld) en hebben een lagere aankoopintentie (respectievelijk 37,4 en 36,1 vs. 42,8 gemiddeld)

Case 6

Afwijkende groepen: Juiste claim

16 t/m 24 jarigen en 25 t/m 34 jarigen zijn er sterker van overtuigd dat de schoenen een duurzaam keuze zijn (respectievelijk 52,8 en 53,6 vs. 44,8 gemiddeld) en hebben een hogere aankoopintentie (respectievelijk 44,7 en 42,2 vs. 35,5 gemiddeld)

55 t/m 64 jarigen en 65 t/m 80 jarigen zijn er sterker van overtuigd dat de schoenen geen duurzame keuze zijn (respectievelijk 35,6 en 37,1 vs. 44,8 gemiddeld) en hebben een lagere aankoopintentie (respectievelijk 28,1 en 25,1 vs. 35,5 gemiddeld)

Afwijkende groepen: Onjuiste claim

Vrouwen zijn er sterker van overtuigd dat de schoenen een duurzame keuze zijn dan mannen (49,1 vs. 39,9)

16 t/m 24 jarigen zijn er sterker van overtuigd dat de schoenen een duurzame keuze zijn (54,4 vs. 44,4 gemiddeld) en hebben een hogere aankoopintentie (42,3 vs. 33,6 gemiddeld)

Hoogopgeleiden vinden de uitspraak minder duidelijk dan anderen (28,8 vs. 36,6 gemiddeld) en hebben een lagere aankoopintentie (28,4 vs. 33,6 gemiddeld)

Laagopgeleiden vinden de uitspraak duidelijker dan anderen (42,1 vs. 36,6 gemiddeld)

Opvallende verschillen subgroepen (4/4)

Case 7

Afwijkende groepen: Juiste claim

16 t/m 24 jarigen en 25 t/m 34 jarigen hebben een hogere aankoopintentie (respectievelijk 41,1 en 43,1 vs. 33,9 gemiddeld)

55 t/m 64 jarigen en 65 t/m 80 jarigen hebben een lagere aankoopintentie (respectievelijk 28,0 en 24,6 vs. 33,9 gemiddeld)

Afwijkende groepen: Onjuiste claim

25 t/m 34 jarigen hebben zijn er sterker van overtuigd dat een auto van dit merk een duurzame keuze is (60,2 vs. 50,4 gemiddeld) en hebben een hogere aankoopintentie (50,5 vs. 39,0)

55 t/m 64 jarigen zijn er sterker van overtuigd dat een auto van dit merk geen duurzame keuze is (41,8 vs. 50,4 gemiddeld) en hebben een lagere aankoopintentie (29,7 vs. 39,0 gemiddeld)

Case 8

Afwijkende groepen: Juiste claim

Vrouwen zijn er sterker van overtuigd dan mannen dat de printer geen duurzame keuze is (26,9 vs. 33,5) en hebben een lagere aankoopintentie dan mannen (23,6 vs. 32,6)

Afwijkende groepen: Onjuiste claim

16 t/m 24 jarigen zijn er minder sterk van overtuigd dat de printer geen duurzame keuze is (44,8 vs. 35,3 gemiddeld)



Tabellen digitale toegankelijkheid



Bijlage | Tabel: waarom oneens dat energiecontract een duurzame keuze is

Waarom ben je het er (deels) mee oneens dat dit energiecontract een duurzame keuze is? (Basis - Vindt het energiecontract geen duurzame keuze)	Juiste claim (n=354)	Onjuiste claim (n=360)
Aardgas is niet duurzaam	31%	35%
Er zijn duurzamere keuzes	16%**	9%*
Aardgas is minder vervuilend dan steenkool	8%	8%
Het is allebei niet duurzaam	6%	4%
Ongeloofwaardig	6%	8%
Aardgas veroorzaakt aardbevingen	4%	4%
We moeten juist van het aardgas af	3%	5%
Te weinig informatie	2%	2%
Aardgas is duur	1%	1%
Aardgas is beperkt/moeilijk leverbaar	0%*	2%**
Overige antwoorden	9%	7%
Weet niet/geen antwoord	27%	27%

[Klik hier](#) om terug te gaan naar de hoofdtekst

Bijlage | Tabel: waarom eens dat energiecontract een duurzame keuze is

Waarom ben je het er (deels) mee eens dat dit energiecontract een duurzame keuze is? (Basis - Vindt het energiecontract geen duurzame keuze)	Juiste claim (n=219)	Onjuiste claim (n=253)
Aardgas is minder vervuilend dan steenkool	26%**	13%*
Aardgas is schoon	6%*	15%**
Het klinkt geloofwaardig	5%	7%
Het is nog de vraag of het duurzaam is	3%	2%
Aardgas is ook/nog steeds niet duurzaam	2%	4%
Er zijn nog duurzamere keuzes	2%	3%
De prijs is het belangrijkste	1%	2%
Overige antwoorden	6%	7%
Weet niet/geen antwoord	52%	52%

[Klik hier](#) om terug te gaan naar de hoofdtekst

Bijlage | Tabel: voordelen van het energiecontract

Welke voordelen denk je dat dit energiecontract heeft op het gebied van duurzaamheid? (Basis - Vindt het energiecontract een duurzame keuze)	Juiste claim (n=219)	Onjuiste claim (n=253)
Goed voor natuur, milieu en/of klimaat	80%**	70%*
Goed voor mensen (bijv. arbeidsomstandigheden of leefbare of betere lonen)	26%	32%
Goed voor dierenwelzijn	19%	24%
Anders, namelijk:	1%	1%
Weet ik niet	13%	11%

[Klik hier](#) om terug te gaan naar de hoofdtekst

Bijlage | Tabel: waarom oneens dat bezorging een duurzame keuze is

Waarom ben je het er (deels) mee oneens dat deze bezorging duurzaam is? (Basis - Vindt de bezorging geen duurzame keuze)	Juiste claim (n=137)	Onjuiste claim (n=237)
Elektrisch rijden is niet duurzaam	23%**	2%*
(Bezorgingen met) vrachtwagens zijn niet duurzaam	13%*	25%**
Hangt af van hoe de stroom is opgewekt	7%**	0%*
Ik vertrouw/geloof het niet	6%	12%
De kledingindustrie is niet duurzaam	4%	3%
Te weinig informatie	2%	2%
Ik heb nooit van elektrische vrachtwagens gehoord	1%	2%
Geen belangstelling voor duurzaamheid	1%	1%
Groen onderweg zegt niets	0%*	22%**
Elektrisch rijden is duurzaam	0%*	4%**
Overige antwoorden	10%	7%
Weet niet/geen antwoord	35%**	25%*

[Klik hier](#) om terug te gaan naar de hoofdtekst

Bijlage | Tabel: waarom eens dat bezorging een duurzame keuze is

Waarom ben je het er (deels) mee eens dat deze bezorging duurzaam is? (Basis - Vindt de bezorging een duurzame keuze)	Juist claim (n=527)	Onjuist claim (n=398)
Elektrisch rijden is duurzaam	23%**	15%*
Groene energie is beter dan fossiele brandstoffen	18%**	1%*
De bezorging is duurzaam maar de kleding (misschien) niet	5%	3%
(Bezorgingen met) vrachtwagens zijn niet duurzaam	4%**	1%*
Klinkt geloofwaardig	3%*	9%**
Groene energie is duurzaam/beter voor het milieu	3%*	17%**
Elektrisch rijden is niet duurzaam	3%**	0%*
Hangt ervan af hoe de stroom is opgewekt	2%**	0%*
Het gaat niet alleen om de uitstoot	2%**	0%*
Onduidelijk/vaag	1%*	6%**
Het is nog de vraag of het duurzaam is	1%	1%
Het is duurzaam (algemeen)	1%*	4%**
Respondent is positief (algemeen)	1%	2%
Ongeloofwaardig	1%	1%
Ik let niet op de bezorging als ik kleding koop	0%	1%
Overige antwoorden	4%*	8%**
Weet niet/geen antwoord	34%	36%

[Klik hier](#) om terug te gaan naar de hoofdtekst

Bijlage | Tabel: voordelen van de bezorging

Welke voordelen denk je dat deze bezorging heeft op het gebied van duurzaamheid? (Basis - Vindt de bezorging duurzaam)	Juiste claim (n=527)	Onjuiste claim (n=398)
Goed voor natuur, milieu en/of klimaat	87%	85%
Goed voor mensen (bijv. arbeidsomstandigheden of leefbare of betere lonen)	20%	22%
Goed voor dierenwelzijn	18%	21%
Anders, namelijk:	2%	1%
Weet ik niet	4%	6%

[Klik hier](#) om terug te gaan naar de hoofdtekst

Bijlage | Tabel: waarom oneens dat fietsbezorging een duurzame keuze is

Waarom ben je het er (deels) mee oneens dat de aangeboden fietsbezorging (optie 4) een duurzame keuze is? (Basis - Vindt de fietsbezorging geen duurzame keuze)	Juiste claim (n=135)	Onjuiste claim (n=97)
De fietsbezorging is een klein deel van het traject	45%**	20%*
Zelf afhalen is duurzamer	10%	3%
Niet alles kan met de fiets worden bezorgd (product/afstand te groot)	7%	11%
Ongeloofwaardig	5%	9%
De productie van de fiets is niet duurzaam	5%	5%
Zorgelijke arbeidsomstandigheden fietskoeriers	0%*	4%**
Overige antwoorden	13%	10%
Weet niet/geen antwoord	22%*	42%**

[Klik hier](#) om terug te gaan naar de hoofdtekst

Bijlage | Tabel: waarom eens dat fietsbezorging een duurzame keuze is

Waarom ben je het er (deels) mee eens dat de aangeboden fietsbezorging (optie 4) een duurzame keuze is? (Basis - Vindt de fietsbezorging een duurzame keuze)	Juiste claim (n=540)	Onjuiste claim (n=572)
Fietsen is duurzaam/Er is geen uitstoot	29%*	36%**
Het is minder belastend voor het milieu dan andere opties	16%	13%
De fietsbezorging is een klein deel van het traject	9%**	5%*
Niet alles kan met de fiets worden bezorgd (product/afstand te groot)	4%	5%
Niet duurzaam als het een elektrische fiets is	2%	4%
Respondent is positief (algemeen)	2%	3%
Ik ga liever zelf naar het afhaalpunt	2%	1%
Fietsen is gezond	2%	3%
Niet haalbaar/ongeloofwaardig	0%	1%
De bezorging duurt langer/wordt duurder	0%	1%
Fietskoeriers vormen verkeersgevaar	0%	1%
Overige antwoorden	10%	8%
Weet niet/geen antwoord	30%	32%

[Klik hier](#) om terug te gaan naar de hoofdtekst

Bijlage | Tabel: voordelen van de aangeboden fietsbezorging

Welke voordelen denk je dat de aangeboden fietsbezorging (optie 4) heeft op het gebied van duurzaamheid? (Basis - Vindt de fietsbezorging duurzaam)	Juiste claim (n=540)	Onjuiste claim (n=572)
Goed voor natuur, milieu en/of klimaat	87%**	82%*
Goed voor mensen (bijv. arbeidsomstandigheden of leefbare of betere lonen)	27%*	34%**
Goed voor dierenwelzijn	18%	20%
Anders, namelijk:	2%	3%
Weet ik niet	6%	7%

[Klik hier](#) om terug te gaan naar de hoofdtekst

Bijlage | Tabel: afstand die men denkt dat de bezorger aflegt

Hoeveel kilometers denk je dat de bezorger gemiddeld ongeveer fietst om jouw bestelling bij jou te bezorgen? (Basis - allen)	Juiste claim (n=824)	Onjuiste claim (n=816)
0 – 5 km	45%**	30%*
6 – 10 km	24%	28%
11 – 15 km	9%	10%
16 – 20 km	2%*	5%**
20 – 25 km	1%	2%
25 – 30 km	1%	1%
Meer dan 30 km	2%*	4%**
Weet niet/geen mening	16%	20%

[Klik hier](#) om terug te gaan naar de hoofdtekst

Bijlage | Tabel: waarom oneens dat de laptop een duurzame keuze is

Waarom ben je het er (deels) mee oneens dat deze laptop een duurzame keuze is? (Basis - Vindt de laptop geen duurzame keuze)	Juiste claim (n=291)	Onjuiste claim (n=360)
De laptop is niet duurzaam, alleen de verpakking is duurzaam	49%	50%
Plastic is niet recyclebaar	10%	9%
De verpakking is niet geheel recyclebaar	3%	2%
Ik koop geen laptop naar aanleiding van de verpakking	3%	3%
Verpakkingen zijn (vaak) al recyclebaar	2%	4%
Ongeloofwaardig	1%	2%
De verpakking is duurzaam/recyclebaar	1%	1%
Recyclebaar betekent niet dat het gerecycled is/wordt	0%	2%
Overige antwoorden	7%	7%
Weet niet/geen antwoord	28%**	21%*

[Klik hier](#) om terug te gaan naar de hoofdtekst

Bijlage | Tabel: waarom eens dat laptop een duurzame keuze is

Waarom ben je het er (deels) mee eens dat deze laptop een duurzame keuze is? (Basis - Vindt de laptop een duurzame keuze)	Juiste claim (n=262)	Onjuiste claim (n=255)
De verpakking is duurzaam/recyclebaar	25%	28%
Het zegt niets over de laptop	8%	9%
Recyclen is goed	5%	10%
Plastic is niet recyclebaar	2%	3%
Aannemelijk dat de inhoud ook recyclebaar is	2%	2%
Duidelijke uitspraak/informatie	1%	0%
Het klinkt geloofwaardig	1%	0%
Overige antwoorden	9%	8%
Weet niet/geen antwoord	49%	44%

[Klik hier](#) om terug te gaan naar de hoofdtekst

Bijlage | Tabel: voordelen laptop

Welke voordelen denk je dat deze laptop heeft op het gebied van duurzaamheid? (Basis - Vindt de laptop een duurzame keuze)	Juiste claim (n=262)	Onjuiste claim (n=255)
Goed voor natuur, milieu en/of klimaat	71%	76%
Goed voor mensen (bijv. arbeidsomstandigheden of leefbare of betere lonen)	27%	24%
Goed voor dierenwelzijn	25%	20%
Anders, namelijk:	3%	1%
Weet ik niet	9%	12%

[Klik hier](#) om terug te gaan naar de hoofdtekst

Bijlage | Tabel: hoe mensen de verpakking waarschijnlijk zouden weggoeien

De laptop heeft een kartonnen verpakking met een plastic handvat. Hoe zou je de verpakking waarschijnlijk weggoeien? (Basis - allen)	Juiste claim (n=816)	Onjuiste claim (n=824)
Gescheiden: het karton gescheiden van het plastic handvat	70%	68%
De hele verpakking bij het oud papier	14%*	18%**
De hele verpakking bij het restafval	5%	3%
De hele verpakking bij het plastic afval	3%	2%
De hele verpakking bij het grof vuil	2%	2%
De hele verpakking bij de milieustraat	1%	2%
Weet niet/geen mening	5%	5%

[Klik hier](#) om terug te gaan naar de hoofdtekst

Bijlage | Tabellen waarom oneens dat hotel een duurzame keuze is

Waarom ben je het er (deels) mee oneens dat dit hotel een duurzame keuze is? (Basis - Vindt het hotel geen duurzame keuze)	Juiste claim (n=243)	Onjuiste claim (n=259)
Het wordt niet onderbouwd/te weinig informatie	22%*	33%**
Zegt weinig over duurzaamheid	14%**	4%*
Het is aan de gasten om water besparend te zijn	8%**	0%*
Hotels zijn niet duurzaam	6%	6%
Het is onzin	5%*	10%**
Het is een verdienmodel/verkooptruc	3%	3%
Ik begrijp het niet	2%	3%
Dit is voor mij geen beslissende factor	0%	1%
Overige antwoorden	11%	8%
Weet niet/geen antwoord	32%	34%

[Klik hier](#) om terug te gaan naar de hoofdtekst

Bijlage | Tabel: waarom eens dat hotel een duurzame keuze is

Waarom ben je het er (deels) mee eens dat dit hotel een duurzame keuze is? (Basis - Vindt het hotel een duurzame keuze)	Juiste claim (n=327)	Onjuiste claim (n=276)
Het besparen van water is een duurzame keuze	37%**	0%*
Te weinig informatie	7%*	17%**
Goed dat ze dit doen (algemeen)	4%	3%
Ze besteden er aandacht aan	3%*	11%**
Een duurzaam hotel bestaat niet	2%	1%
Het is nog de vraag of het duurzaam is	2%	4%
Het klinkt geloofwaardig	1%*	7%**
Door het woord duurzaam	0%*	5%**
Overige antwoorden	11%**	5%*
Weet niet/geen antwoord	33%*	47%**

[Klik hier](#) om terug te gaan naar de hoofdtekst

Bijlage | Tabel: voordelen van het hotel

Welke voordelen denk je dat dit hotel heeft op het gebied van duurzaamheid? (Basis - Vindt het hotel een duurzame keuze)	Juiste claim (n=327)	Onjuiste claim (n=276)
Goed voor natuur, milieu en/of klimaat	91%**	73%*
Goed voor dierenwelzijn	17%	19%
Goed voor mensen (bijv. arbeidsomstandigheden of leefbare of betere lonen)	16%*	41%**
Anders, namelijk:	1%	2%
Weet ik niet	4%*	15%**

[Klik hier](#) om terug te gaan naar de hoofdtekst

Bijlage | Tabel: waarom oneens dat schoenen een duurzame keuze zijn

Waarom ben je het er (deels) mee oneens dat deze schoenen een duurzame keuze zijn? (Basis - Vindt de schoenen geen duurzame keuze)	Juiste claim (n=303)	Onjuiste claim (n=291)
Ongeloofwaardig	21%**	9%*
Onduidelijk/te weinig informatie	19%	21%
Minder uitstoot is niet hetzelfde als duurzaam	8%**	0%*
Het is niet controleerbaar	6%**	2%*
Duurzame sneakers bestaan niet	5%	4%
De term eco-score zegt me niets	4%*	32%**
Het is nog de vraag of het duurzaam is	3%**	0%*
Ik kijk niet naar de eco score als ik schoenen koop	1%	1%
Ik koop geen schoenen online/sneakers	1%	0%
Overige antwoorden	5%	3%
Weet niet/geen antwoord	35%	31%

[Klik hier](#) om terug te gaan naar de hoofdtekst

Bijlage | Tabel: waarom eens dat schoenen een duurzame keuze zijn

Waarom ben je het er (deels) mee eens dat deze schoenen een duurzame keuze zijn? (Basis - Vindt de schoenen een duurzame keuze)	Juiste claim (n=253)	Onjuiste claim (n=257)
De productie is duurzaam	24%**	6%*
Onduidelijk/te weinig informatie	11%	9%
Het eco-score label geeft aan of het ecologisch verantwoord is	5%*	10%**
Klinkt geloofwaardig	4%	3%
Door de a score	3%*	13%**
Ongeloofwaardig	3%**	1%*
Vergeleken met andere schoenen is het duurzaam	2%	2%
Ik ben niet bekend met de eco-score	1%	3%
Respondent is positief (algemeen)	1%	1%
Door het woord eco	0%*	9%**
Overige antwoorden	5%	6%
Weet niet/geen antwoord	44%	44%

[Klik hier](#) om terug te gaan naar de hoofdtekst

Bijlage | Tabel: voordelen schoenen

Welke voordelen denk je dat deze schoenen hebben op het gebied van duurzaamheid? (Basis - Vindt de schoenen een duurzame keuze)	Juiste claim (n=253)	Onjuiste claim (n=257)
Goed voor natuur, milieu en/of klimaat	72%	76%
Goed voor mensen (bijv. arbeidsomstandigheden of leefbare of betere lonen)	35%*	44%**
Goed voor dierenwelzijn	24%*	37%**
Anders, namelijk:	0%	0%
Weet ik niet	8%	9%

[Klik hier](#) om terug te gaan naar de hoofdtekst

Bijlage | Tabel: waarmee schoenen volgens Nederlanders mee zijn vergeleken

Het paar schoenen heeft zoals aangegeven Eco-Score A. Daarmee verschilt het paar schoenen van andere schoenen. Met welke (soorten) schoenen denk je dat het paar schoenen is vergeleken? (Basis - allen)	Juiste claim (n=816)	Onjuiste claim (n=824)
Met andere sneakers (sportschoenen) die er op dit moment te koop zijn	35%**	28%*
Met een oudere collectie schoenen	11%	9%
Met alle (soorten) schoenen die er op dit moment te koop zijn	11%*	16%**
Met alle schoenen van de desbetreffende webwinkel	6%*	9%**
Anders, namelijk:	3%	3%
Weet niet/geen mening	34%	35%

[Klik hier](#) om terug te gaan naar de hoofdtekst

Bijlage | Tabel: waarom oneens dat auto een duurzame keuze is

Waarom ben je het er (deels) mee oneens dat een auto van dit merk een duurzame keuze is? (Basis - Vindt de auto geen duurzame keuze)	Juiste claim (n=336)	Onjuiste claim (n=264)
Een te ruime tijds marge	25%**	13%*
Onduidelijk/te weinig informatie	12%	12%
Ongeloofwaardig	8%	10%
40% is te weinig	8%**	0%*
Duurzame auto's bestaan niet	7%*	14%**
Het valt nog te bezien of dit haalbaar is	4%	6%
Niet haalbaar/niet realistisch	3%	6%
Het is een verdienmodel/verkooptruc	2%	2%
Een auto die ik nu koop rijdt niet meer in 2050/is dan niet meer duurzaam	1%	0%
Hoe bewijs je dat	1%	0%
Overige antwoorden	9%	9%
Weet niet/geen antwoord	27%	31%

[Klik hier](#) om terug te gaan naar de hoofdtekst

Bijlage | Tabel: waarom eens dat auto een duurzame keuze is

Waarom ben je het er (deels) mee eens dat een auto van dit merk een duurzame keuze is? (Basis - Vindt de auto een duurzame keuze)	Juiste claim (n=260)	Onjuiste claim (n=324)
Minder CO2 uitstoot is beter voor het milieu	28%**	19%*
Een goed doel/streven	3%	5%
Onduidelijk/te weinig informatie	3%	3%
Het valt nog te bezien of dit haalbaar is	3%*	8%**
Een (te) ruime tijds marge	3%	2%
Het zal wel elektrisch zijn/elektrisch rijden is duurzaam	3%	2%
Het gaat niet alleen om de uitstoot	3%	6%
Omdat het verplicht/een algemeen streven is	2%	1%
Ongeloofwaardig	2%	2%
Ze besteden er aandacht aan	1%	1%
Klinkt geloofwaardig	0%*	3%**
Overige antwoorden	7%	6%
Weet niet/geen antwoord	45%	46%

[Klik hier](#) om terug te gaan naar de hoofdtekst

Bijlage | Tabel: voordelen auto van dit merk

Welke voordelen denk je dat een auto van dit merk heeft op het gebied van duurzaamheid? (Basis - Vindt de auto een duurzame keuze)	Juiste claim (n=260)	Onjuiste claim (n=324)
Goed voor natuur, milieu en/of klimaat	85%	83%
Goed voor dierenwelzijn	26%	23%
Goed voor mensen (bijv. arbeidsomstandigheden of leefbare of betere lonen)	18%*	27%**
Anders, namelijk:	1%	2%
Weet ik niet	7%	5%

[Klik hier](#) om terug te gaan naar de hoofdtekst

Bijlage | Tabel: wanneer men denkt dat het automerk hun CO2-uitstoot gaat verminderen

Wanneer denk je dat het automerk hun CO2-uitstoot gaat verminderen? (Basis - allen)	Juiste claim (n=824)	Onjuiste claim (n=816)
Zijn ze al mee begonnen	31%	37%
Beginnen ze mee in 2023	14%	9%
Beginnen ze mee in 2030	11%	15%
Beginnen ze mee in 2050	7%	3%
Beginnen ze nooit mee	8%	7%
Weet niet/geen mening	28%	29%

[Klik hier](#) om terug te gaan naar de hoofdtekst

Bijlage | Tabel: waarom oneens dat laserprinter een duurzame keuze is

Waarom ben je het er (deels) mee oneens dat deze laserprinter een duurzame keuze is? (Basis - Vindt de laserprinter geen duurzame keuze)	Juiste claim (n=393)	Onjuiste claim (n=389)
Dit blijkt nergens uit/advertentie is niet duidelijk	47%**	27%*
Duurzame printers bestaan niet	6%*	14%**
Te opdringerig/ik bepaal zelf welke printer ik koop	6%**	0%*
Advertentie is nietszeggend/Link printer en vogelnest onduidelijk	2%*	7%**
Het is een verdienmodel/verkooptruc	2%	4%
Advertentie is ongeloofwaardig	2%*	7%**
Respondent is negatief (algemeen)	1%*	7%**
Overige antwoorden	5%	7%
Weet niet/geen antwoord	30%	30%

[Klik hier](#) om terug te gaan naar de hoofdtekst

Bijlage | Tabel: waarom eens dat laserprinter een duurzame keuze is

Waarom ben je het er (deels) mee eens dat deze laserprinter een duurzame keuze is? (Basis - Vindt de laserprinter een duurzame keuze)	Juiste claim (n=119)	Onjuiste claim (n=167)
Laserprinter gebruikt minder/geen inkt	7%**	0%*
Het is duurzaam (algemeen)	3%	3%
Laser is minder vervuilend dan inktjet	2%	5%
Te weinig informatie	2%	5%
Het is nog de vraag of het duurzaam is	1%	4%
Het klinkt geloofwaardig	1%	1%
De advertentie duidt op duurzaamheid	1%*	17%*
Ongeloofwaardig	1%	3%
Overige antwoorden	10%	7%
Weet niet/geen antwoord	73%**	56%*

[Klik hier](#) om terug te gaan naar de hoofdtekst

Bijlage | Tabel: voordelen laserprinter

Welke voordelen denk je dat deze laserprinter heeft op het gebied van duurzaamheid? (Basis - Vindt de laserprinter een duurzame keuze)	Juiste claim (n=119)	Onjuiste claim (n=167)
Goed voor natuur, milieu en/of klimaat	36%*	61%**
Goed voor mensen (bijv. arbeidsomstandigheden of leefbare of betere lonen)	26%	29%
Goed voor dierenwelzijn	16%	25%
Anders, namelijk:	3%	2%
Weet ik niet	30%**	19%*

[Klik hier](#) om terug te gaan naar de hoofdtekst

Wij verminderen onze footprint



Motivaction
is ISO 14001-
gecertificeerd



Motivaction
gebruikt
energiezuinige
auto's



Motivaction
gebruikt groene
stroom



Motivaction
gebruikt uitsluitend
papier met een FSC-
label

Auteursrecht

Het auteursrecht op dit rapport ligt bij de opdrachtgever. Voor het vermelden van de naam Motivaction in publicaties op basis van deze rapportage - anders dan integrale publicatie - is echter schriftelijke toestemming vereist van Motivaction International B.V.

Beeldmateriaal

Motivaction heeft datgene gedaan wat redelijkerwijs van ons verwacht kan worden om de rechthebbenden op beeldmateriaal te achterhalen. Mocht u desondanks menen recht te kunnen doen gelden op gebruikt beeldmateriaal, neem dan contact op met Motivaction.

Pers- en publicatiebeleid

Het vermelden van de naam van Motivaction in persberichten en/of andere publicaties over door Motivaction uitgevoerd onderzoek is gebonden aan een aantal voorwaarden, zoals vastgelegd in ons [Pers- en publicatiebeleid](#).

Motivaction International B.V.

Marnixkade 109F
1015ZL Amsterdam

Postbus 15262
1001MG Amsterdam

020 589 83 83

info@motivaction.nl

www.motivaction.nl

Weet wat mensen drijft.

motivaction
insights and strategy