



KLEDING EN DUURZAAMHEID

Rapport naar aanschaf, delen en hergebruik van kleding

Achtergrond



In het voorjaar van 2014 heeft een internationaal onderzoek plaatsgevonden onder **jonge consumenten** (doelgroep 16-35 jaar). Thema was duurzame consumptie in de kledingsector.

De studie is geïnitieerd en uitgevoerd door Copenhagen Business School en gerapporteerd in het rapport *Survey results on fashion consumption and sustainability among young consumers in Germany, the Netherlands, Sweden, the UK and the US in 2014*, uitgegeven door Mistra Future Fashion.

Het veldwerk voor dit onderzoek is in Nederland door GfK uitgevoerd. De beschikbare database biedt een enorme rijkheid aan informatie.

Om meer inzicht te krijgen in consumentengedrag op het gebied van hergebruik van kleding is opnieuw naar dit materiaal gekeken. Uit het beschikbare materiaal is dit rapport samengesteld, dat dieper ingaat op dit onderwerp.

Meer informatie over het uitgevoerde onderzoek is te vinden in de onderzoeksverantwoording in de bijlage.

1 Management Summary

2 Onderzoeksresultaten

3 Onderzoeksverantwoording

4 Contact

Management Summary

Duurzaamheid bij aankoop kleding

Momenteel is het onder jonge consumenten nog niet gebruikelijk om bewust kleding aan te schaffen die op milieuvriendelijke wijze of met biologische of gerecyclede materialen geproduceerd is. Het zijn vooral vrouwen en hoger opgeleiden die hier op letten. Aan de andere kant is het voor ongeveer 4 op de 10 een keuze om met het oog op duurzaamheid eerder tijdloze dan trendy kleding – die snel uit de mode raakt – aan te schaffen.

Gezamenlijk gebruik van kleding

Het gezamenlijk gebruik van kleding is onder jonge consumenten nog niet populair. Hoewel een meerderheid aangeeft het afgelopen half jaar kleding cadeau te hebben gekregen, zijn manieren van kleding lenen, delen, ruilen en huren nog niet ingeburgerd. Maximaal een kwart geeft aan hier gebruik van gemaakt te hebben. Opnieuw zijn het vrouwen die hier meer dan mannen voor open lijken te staan. Vooral met betrekking tot het delen van kleding is de groep van 16-20 jaar actiever dan anderen in de leeftijd tot 35 jaar.

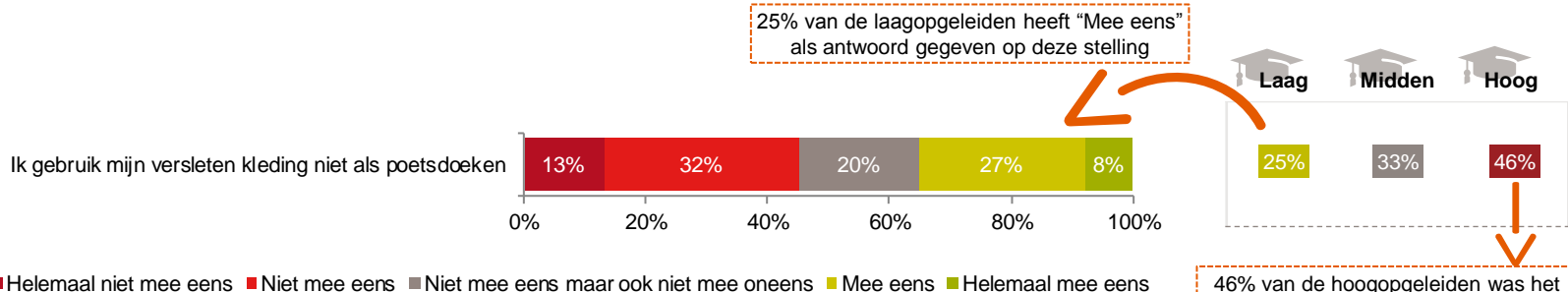
Houding tegenover hergebruik kleding

Slechts weinig jonge consumenten geven aan dat het hergebruiken van kleding of kleding naar een goed doel brengen een tijdrovende zaak is. Aan de andere kant zegt ongeveer een op de drie het wel gemakkelijk te vinden om ongewenste kleding weg te gooien. Een vijfde geeft aan nooit te recyclen, omdat ze niet weten hoe dit aan te pakken. Kennis van manieren waarop kleding gerecycled kan worden, blijkt bij een op de zeven te ontbreken.

Hergebruik van kleding

Kleding geven aan goede doelen is voor jonge consumenten de meest gebruikte manier om van kleding af te komen. Meer dan de helft gaf kleding weg aan familie of vrienden en nagenoeg de helft hield vooral beschadigde of versleten kleding voor zichzelf als poetsdoek. Kleding die vermaakt werd, was veelal beschadigd, versleten of paste niet meer. Ook bij het hergebruiken van kleding zijn het consequent de vrouwen die hier meer gebruik van maken dan mannen.

Leeswijzer rapportage



Opvallende (significante) verschillen tussen doelgroepen

• Vrouwen zeggen meer op duurzaamheid te letten bij de aanschaf van kleding dan mannen. Zo kopen ze bijvoorbeeld vaker kleding van gerecycled materiaal (51% vs. 36%), kopen ze vaker bij tweedehandswinkels (46% vs. 22%), gaan ze vaker voor tijdloze kleding (82% vs. 68%) en letten ze vaker op of de wasvoorschriften (59% vs. 44%).

Vraagtekst en basis voor vraag

Hoe vaak...
Basis: Alle respondenten (n = 1.430)

Onderzoeksresultaten

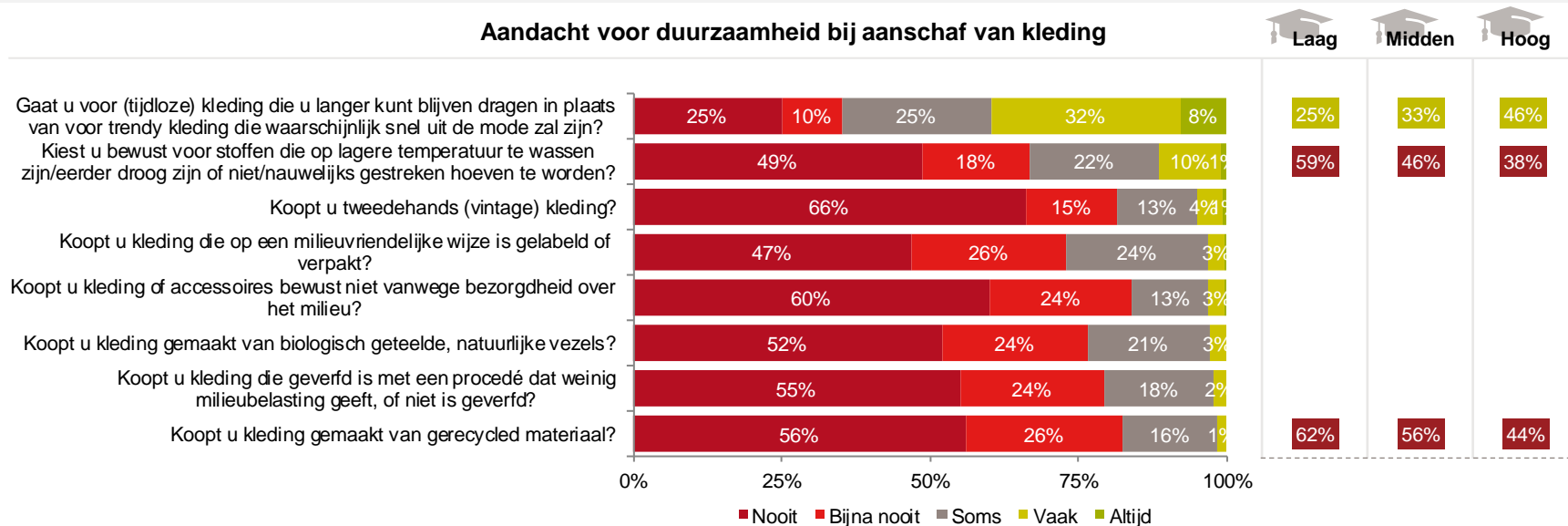
Aandacht voor duurzaamheid bij aankoop kleding

Conclusie:

Slechts een klein deel van jonge consumenten let bij het kopen van kleding op aspecten van duurzaamheid. Vrouwen zeggen er meer op te letten dan mannen. Hoger opgeleiden zeggen er meer op te letten dan lager opgeleiden.

Het is nog niet gebruikelijk om bewust kleding aan te schaffen die op een duurzame(re) manier geproduceerd is.

Aandacht voor duurzaamheid bij aanschaf van kleding



- Jonge vrouwen zeggen meer op duurzaamheid te letten bij de aanschaf van kleding dan jonge mannen. Zo kopen ze bijvoorbeeld vaker kleding van gerecycled materiaal (51% vs. 36%), kopen ze vaker bij tweedehandswinkels (46% vs. 22%), gaan ze vaker voor tijdloze kleding (82% vs. 68%) en letten ze vaker op of de wasvoorschriften (59% vs. 44%).

Hoe vaak...

Basis: Alle respondenten 16-35 jaar (n = 1.430)

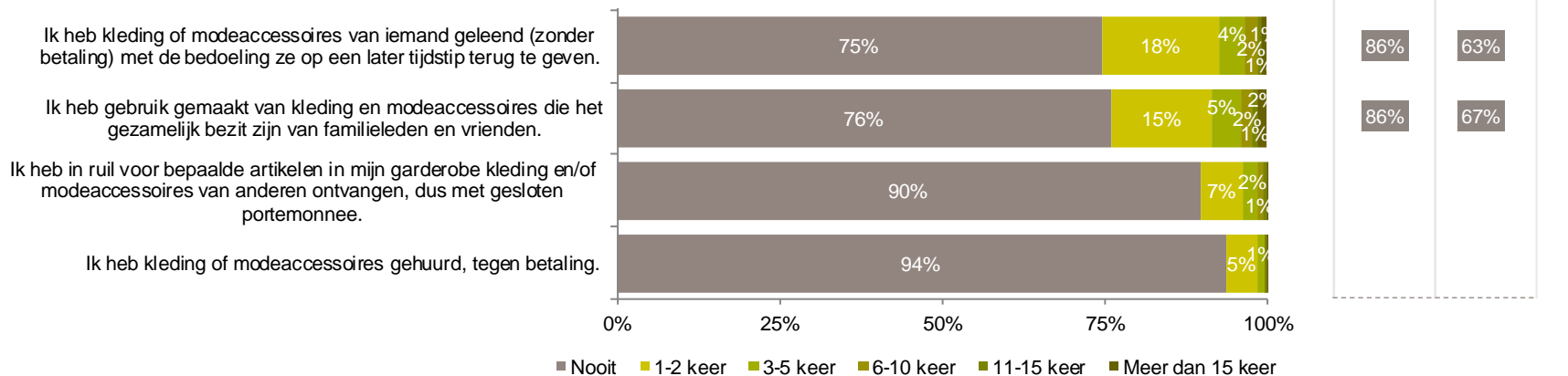
Gezamenlijk gebruik van kleding

Conclusie:

De 'sharing economy' is nog maar zeer beperkt aanwezig binnen de kledingsector. Driekwart van de jonge consumenten heeft nog nooit kleding geruild, geleend of gehuurd.

'Sharing economy' is nog maar beperkt aanwezig in de categorie fashion.

Frequentie gezamenlijk gebruik van kleding afgelopen half jaar



- Jonge mannen zijn minder betrokken bij het gezamenlijk gebruik van kleding dan jonge vrouwen.

Hieronder staat een aantal uitspraken over het gebruik van kleding en aanverwante modeartikelen door meerdere personen gezamenlijk. Geeft u a.u.b. aan hoe vaak u ongeveer van één of meer van de genoemde alternatieven gebruik hebt gemaakt in de afgelopen 6 maanden om kleding en modeartikelen te verwerven.
Basis: Alle respondenten 16-35 jaar (n = 1.430)

Hergebruik van kleding

Conclusie:

Van de methoden om kleding weg te doen wordt door jonge consumenten het weggeven aan goede doelen het meest gebruikt. Inleveren bij de winkel en ruilen wordt het minst gebruikt.

De redenen voor het gebruik van verschillende kanalen om kleding weg te doen verschillen:

Goede doelen → nuttige bestemming / mensen die het kunnen gebruiken

Doorgeven aan familie/vrienden → omdat kleding niet meer past

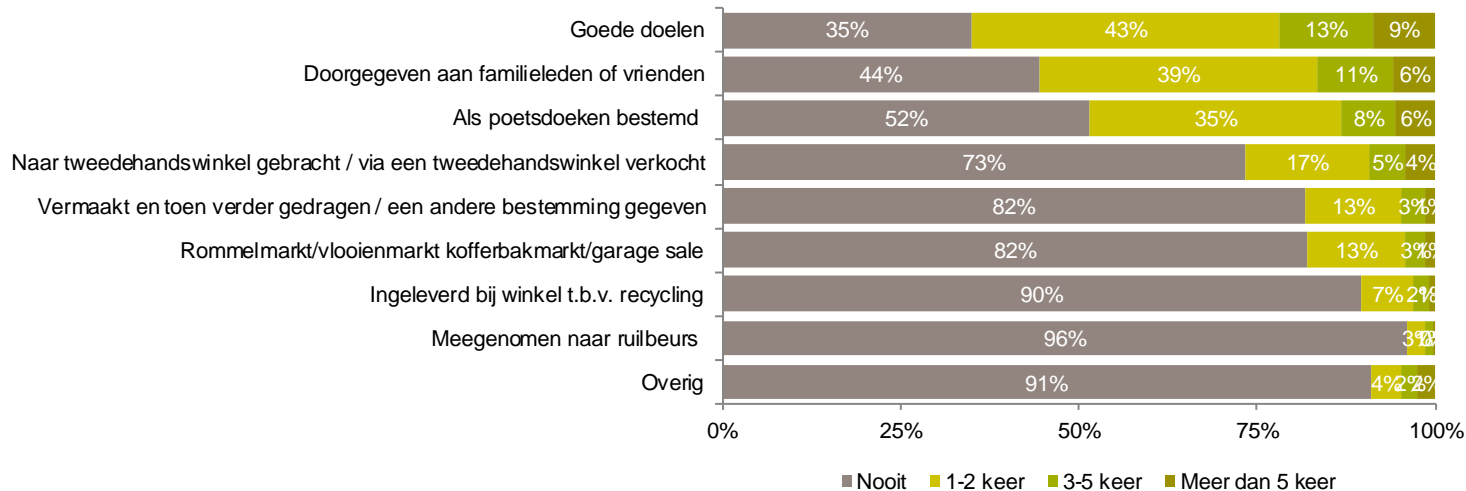
Gebruik als poetsdoeken → als kleding beschadigd/kapot is

Verkoop in tweedehands winkel → diverse redenen

Ingeleverd bij winkel voor recycling → gemakkelijk om er vanaf te komen.

Het recyclen van kleding gebeurt vooral via goede doelen.

Gebruik manieren voor hergebruik van kleding



De meest gebruikte methode om gebruikte kleding weg te doen is door deze weg te geven aan goede doelen, minst gebruikte methoden zijn inleveren bij de winkel voor recycling en ruilen op een ruilbeurs.

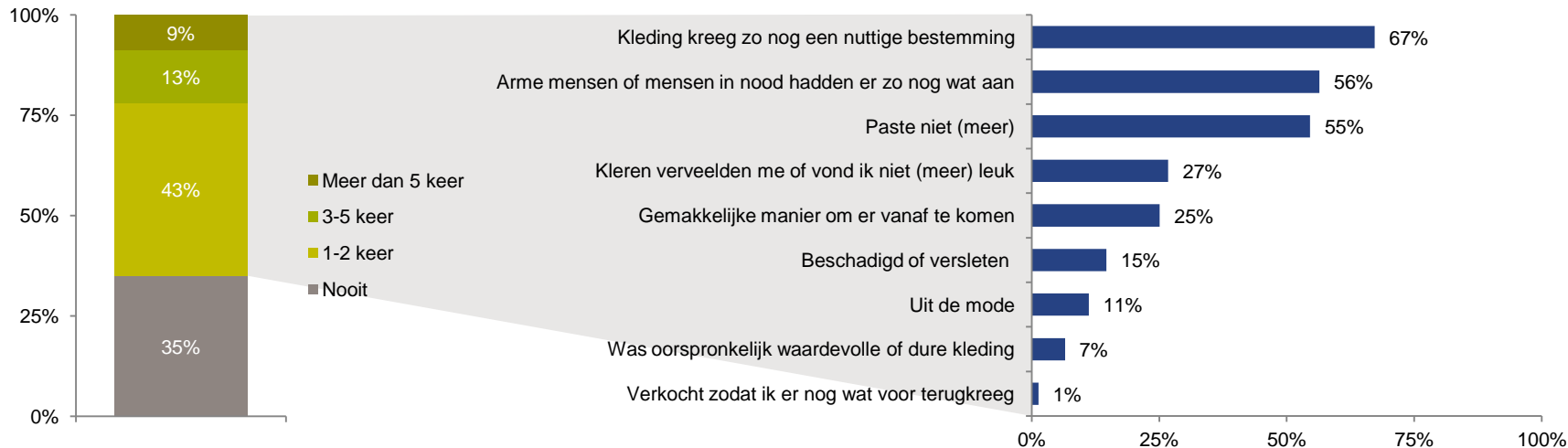
Op de volgende pagina's wordt per methode aangegeven waarom gekozen is voor deze methode.

Hoe vaak hebt u in het afgelopen jaar gebruik gemaakt van de volgende methodes om gebruikte kleding weg te doen?

Basis: Alle respondenten 16-35 jaar (n = 1.430)

Twee derde ziet het goede doel als een nuttige bestemming voor kleding die niet meer wordt gebruikt.

Goede doelen



- Jonge mannen geven vaker dan jonge vrouwen aan het afgelopen jaar geen kleding aan het goede doel te hebben weggegeven (43% vs. 27%).
- Jonge vrouwen hebben bijna tweemaal zo vaak als jonge mannen meer dan 5 keer kleding aan het goede doel gegeven (6% vs. 11%).
- Hoogopgeleide jonge consumenten gaven vaker minstens 1 keer kleding aan goede doelen dan laagopgeleide jonge consumenten (75% vs. 59%).

Hoe vaak hebt u in het afgelopen jaar gebruik gemaakt van de volgende methodes om gebruikte kleding weg te doen?

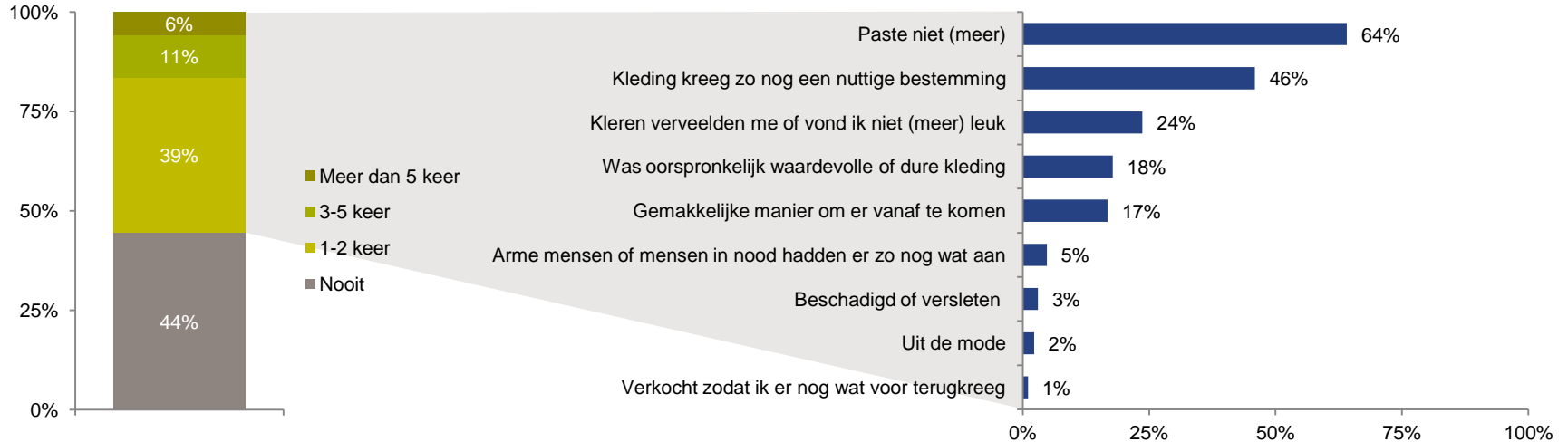
Basis: Alle respondenten 16-35 jaar (n = 1.430)

Waarom hebt u gekozen voor deze methode?

Basis: Respondenten 16-35 jaar die kleding aan goede doelen weg hebben gegeven (n = 929)

Meer dan de helft gaf kleding aan familie of vrienden.

Doorgegeven aan familieleden of vrienden



- Jonge consumenten met een benedengemiddeld inkomen zijn vaker geneigd om kleding aan familie of vrienden door te geven (60%) dan jonge consumenten met een gemiddeld (50%) of bovengemiddeld (49%) inkomen.
- Slechts 34% van de jonge vrouwen gaf afgelopen jaar geen kleding weg aan familie of vrienden, terwijl 55% van de jonge mannen dit niet deed.
- Van de 31-35 jarigen gaf 9% meer dan 5 maal kleding weg aan hun naasten.

Hoe vaak hebt u in het afgelopen jaar gebruik gemaakt van de volgende methodes om gebruikte kleding weg te doen?

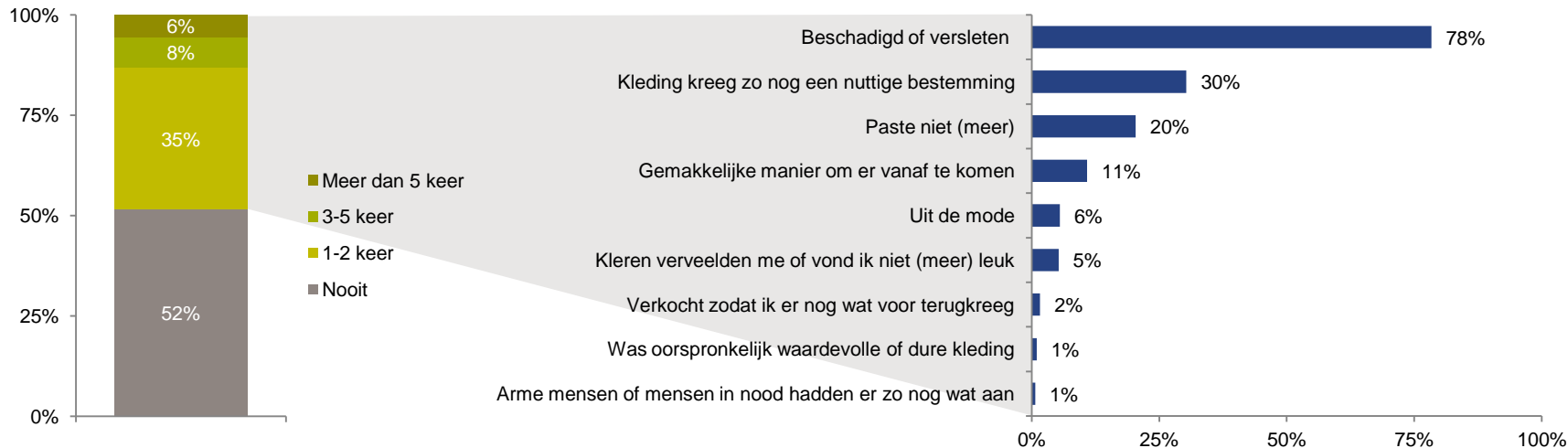
Basis: Alle respondenten 16-35 jaar (n = 1.430)

Waarom hebt u gekozen voor deze methode?

Basis: Respondenten 16-35 jaar die kleding door hebben gegeven aan familie of vrienden (n = 794)

Bijna driekwart gebruikte kleding als poetsdoeken vanwege beschadigde/versleten kledingstukken.

Als poetsdoeken bestemd



- Van de jonge mensen met een bovengemiddeld inkomen gebruikte slechts 42% kleding niet als poetsdoeken, terwijl jonge mensen met een gemiddeld of benedengemiddeld inkomen dit vaker doen (respectievelijk 53% en 54%).
- Ditzelfde geldt voor laagopgeleide jonge consumenten; van hen gebruikte 57% kleding niet als poetsdoek, terwijl dit onder hoogopgeleide jonge consumenten slechts 40% is.

Hoe vaak hebt u in het afgelopen jaar gebruik gemaakt van de volgende methodes om gebruikte kleding weg te doen?

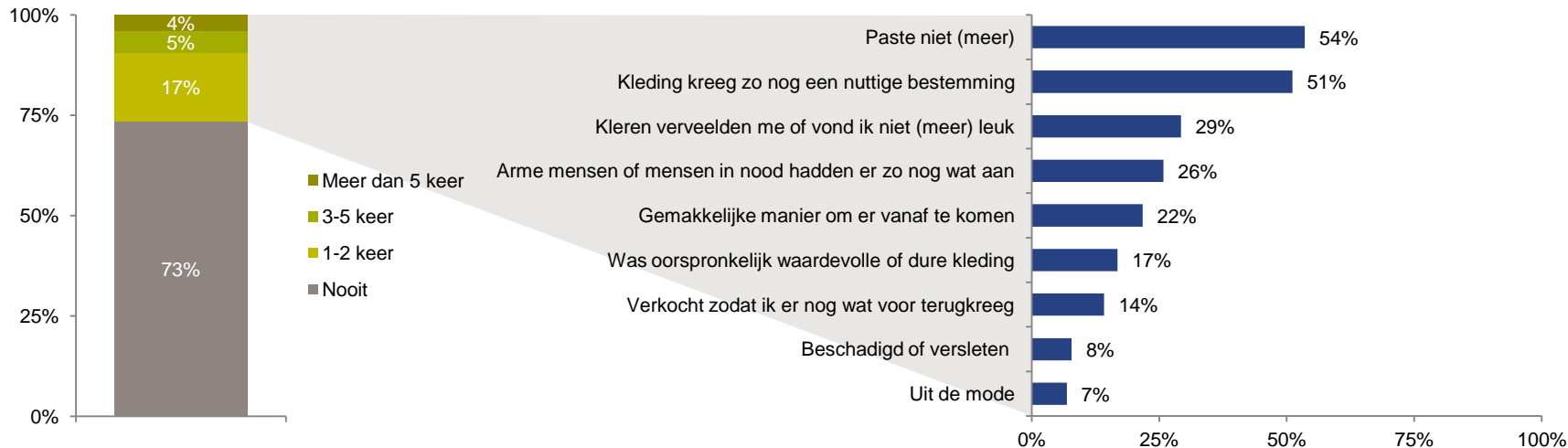
Basis: Alle respondenten 16-35 jaar (n = 1.430)

Waarom hebt u gekozen voor deze methode?

Basis: Respondenten 16-35 jaar die kleding als poetsdoek gebruikt hebben (n = 692)

Een kwart bracht kleding naar tweedehandswinkel

Naar tweedehandswinkel gebracht/via een tweedehandswinkel verkocht



- 34% van de jonge vrouwen bracht kleding naar een tweedehandswinkel, terwijl slechts 19% van de jonge mannen dit deed.
- Jonge consumenten met een bovengemiddeld inkomen deden dit vaker niet (81%) dan jonge consumenten met een benedengemiddeld inkomen (70%).

Hoe vaak hebt u in het afgelopen jaar gebruik gemaakt van de volgende methodes om gebruikte kleding weg te doen?

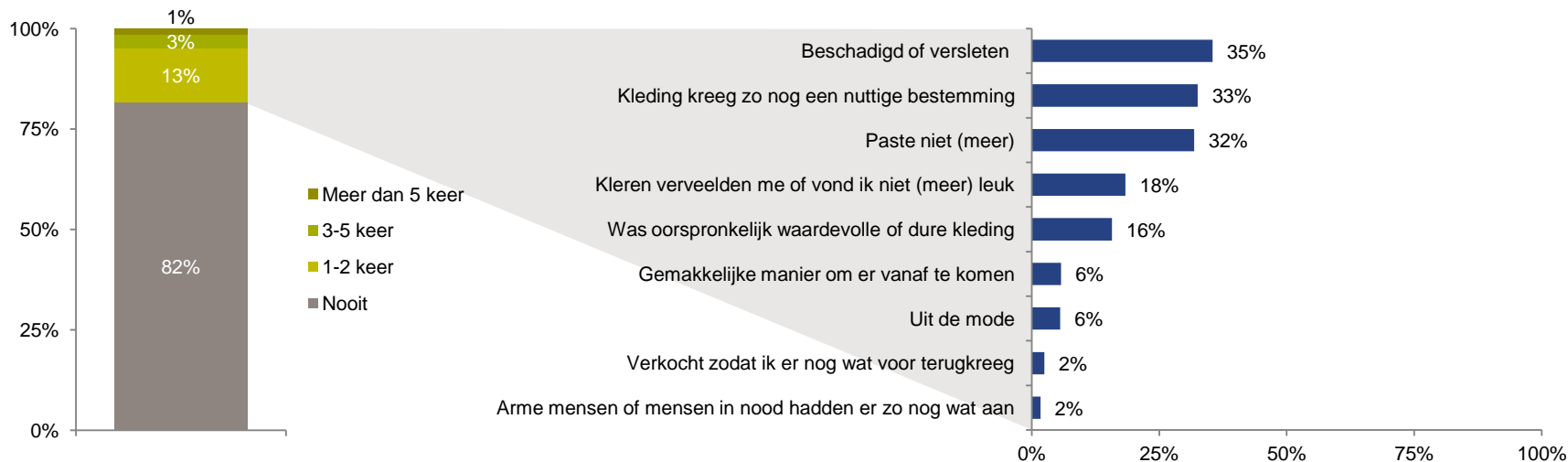
Basis: Alle respondenten 16-35 jaar (n = 1.430)

Waarom hebt u gekozen voor deze methode?

Basis: Respondenten 16-35 jaar die kleding naar een tweedehandswinkel hebben gebracht/via een tweedehandswinkel hebben verkocht (n = 380)

Een derde van iedereen die kleding (ver)maakte, deed dit vanwege beschadigde kleding.

Vermaakt en toen verder gedragen/een andere bestemming gegeven



- Kleding vermaken is populairder bij jonge vrouwen dan bij jonge mannen: 24% gaf aan dit in het afgelopen jaar te hebben gedaan, onder jonge mannen was dit 13%.

Hoe vaak hebt u in het afgelopen jaar gebruik gemaakt van de volgende methodes om gebruikte kleding weg te doen?

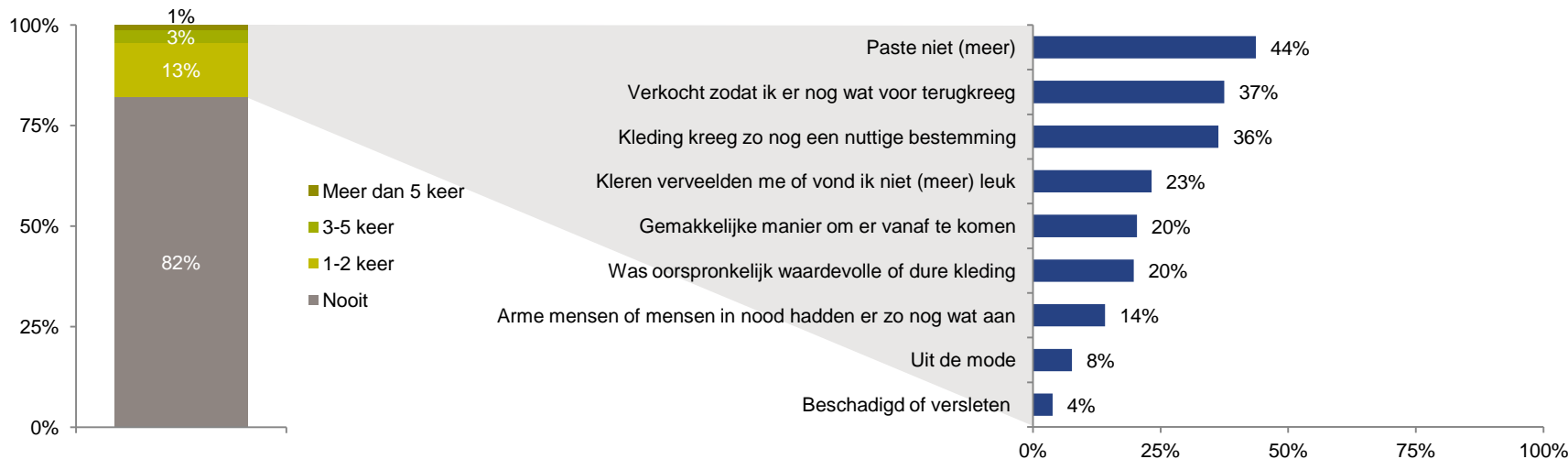
Basis: Alle respondenten 16-35 jaar (n = 1.430)

Waarom hebt u gekozen voor deze methode?

Basis: Respondenten 16-35 jaar die kleding hebben vermaakt en vervolgens hebben gedragen/andere bestemming hebben gegeven (n = 261)

Voor een derde zijn de verdiensten een reden om kleding via een rommelmarkt/garage sale weg te doen.

Rommelmarkt/vlooiemarkt kofferbakmarkt/garage sale



- Opnieuw zijn het jonge mannen die vaker dan jonge vrouwen niet van deze manier gebruik hebben gemaakt (86% vs. 78%).

Hoe vaak hebt u in het afgelopen jaar gebruik gemaakt van de volgende methodes om gebruikte kleding weg te doen?

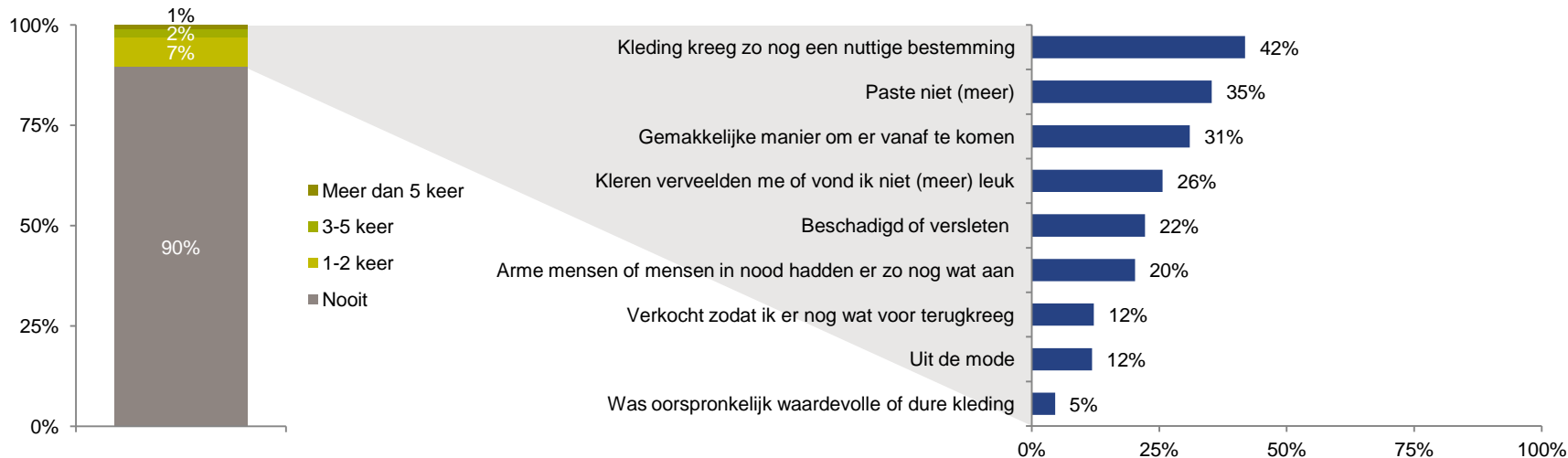
Basis: Alle respondenten 16-35 jaar (n = 1.430)

Waarom hebt u gekozen voor deze methode?

Basis: Respondenten 16-35 jaar die kleding via rommelmarkt/vlooiemarkt/garage sale hebben verkocht (n = 255)

Een op de vijf leverde kleding in bij een winkel voor recycling, omdat de kleding beschadigd of versleten was.

Ingeleverd bij winkel ten behoeve van recycling



- 5% van de jonge mensen met een bovengemiddeld inkomen heeft kleding ingeleverd bij een winkel ten behoeve van recycling, terwijl 13% van de jonge mensen met een benedengemiddeld inkomen dit heeft gedaan.
- Jonge vrouwen maakten vaker dan jonge mannen gebruik van deze optie om van hun kleding af te komen (13% vs. 8%).

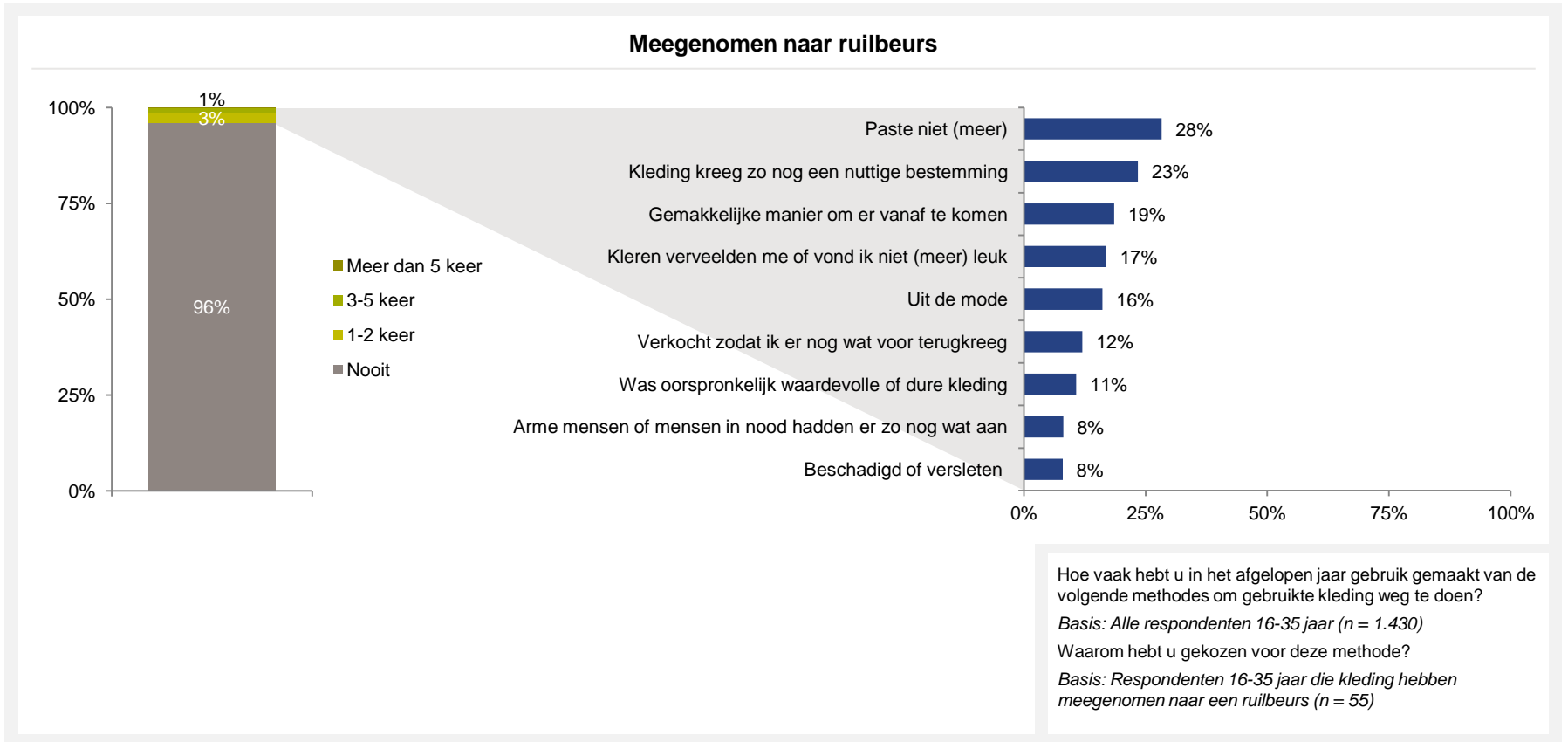
Hoe vaak hebt u in het afgelopen jaar gebruik gemaakt van de volgende methodes om gebruikte kleding weg te doen?

Basis: Alle respondenten 16-35 jaar (n = 1.430)

Waarom hebt u gekozen voor deze methode?


Basis: Respondenten 16-35 jaar die kleding hebben ingeleverd bij een winkel t.b.v. recycling (n = 149)

Eén op de 20 maakte gebruik van een ruilbeurs.



Goede doelen het vaakst als nuttige bestemming gezien.
Kleding die niet meer past vaak aan familie/vrienden gegeven.

Overzicht bestemmingen voor kleding versus redenen voor hergebruik

Bestemming voor gebruikte kleding: 	Reden voor hergebruik								
	Paste niet meer	Beschadigd/versleten	Nuttige bestemming	Verkocht	Waardevolle/dure kleding	Uit de mode	Voor arme mensen/mensen in nood	Gemakkelijk om er zo vanaf te komen	Vond kleren niet leuk meer
Goede doelen	55%	15%	67%	1%	7%	11%	56%	25%	27%
Doorgegeven aan familie/vrienden	64%	3%	46%	1%	18%	2%	5%	17%	24%
Als poetsdoeken bestemd	20%	78%	30%	2%	1%	6%	1%	11%	5%
Naar tweedehandswinkel gebracht/verkocht	54%	8%	51%	14%	17%	7%	26%	22%	29%
Vermaakt en verder gedragen/andere bestemming	32%	35%	33%	2%	16%	6%	2%	6%	18%
Rommelmarkt/kofferbakmarkt/garage sale	44%	4%	36%	37%	20%	8%	14%	20%	23%
Ingeleverd bij winkel t.b.v. recycling	35%	22%	42%	12%	5%	12%	20%	31%	26%
Meegenomen naar ruilbeurs	28%	8%	23%	12%	11%	16%	8%	19%	17%

Houding tegenover hergebruik van kleding

Conclusie:

Bijna 1/3 van de jonge consumenten vindt het wel gemakkelijk om ongewenste kleding weg te gooien. Onder jonge mannen ligt dit aandeel nog hoger.

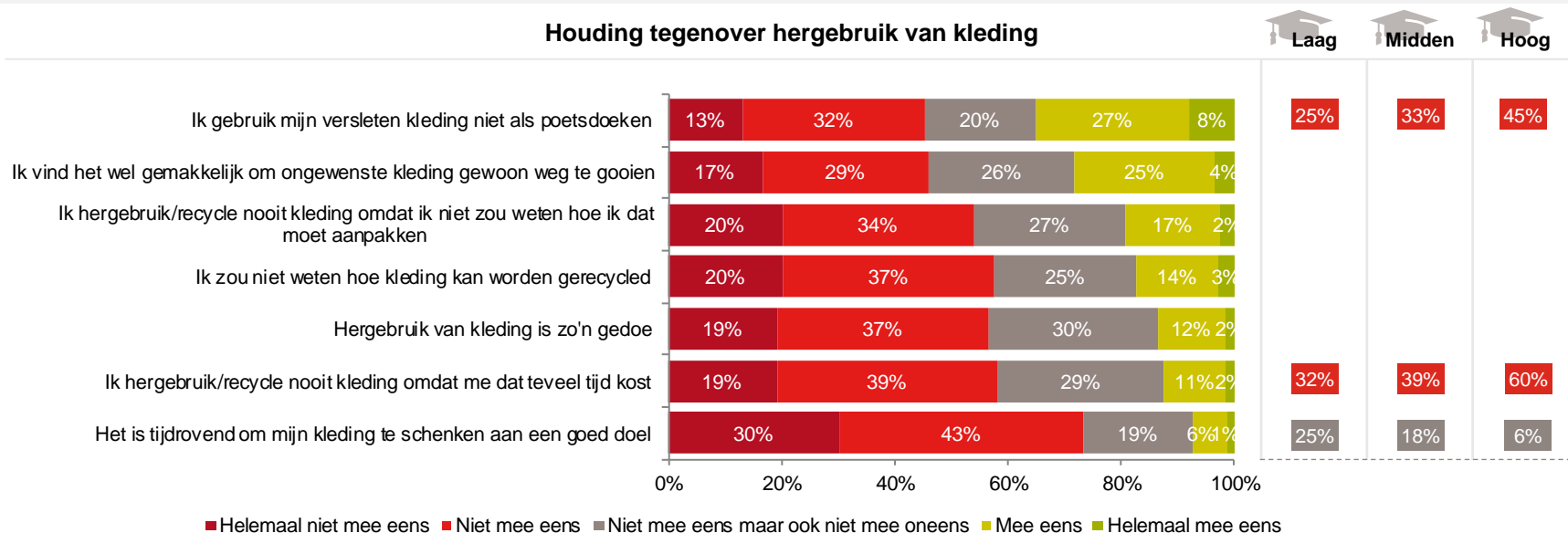
19% van de jonge consumenten hergebruikt/recycled nooit kleding omdat zij niet weten hoe dit aan te pakken. Onder consumenten jonger dan 30 jaar ligt dit aandeel nog hoger.

Andere belangrijke redenen die genoemd worden zijn:

- Het 'gedoe'
- Kost teveel tijd

Een vijfde recyclet geen kleding, omdat men niet weet hoe dit aan te pakken.

Houding tegenover hergebruik van kleding



- Jonge vrouwen zijn het er vaker dan jonge mannen helemaal niet mee eens dat het veel tijd kost om kleding te doneren aan het goede doel (37% vs. 24%), dat hergebruik van kleding een gedoe is (23% vs. 16%), en dat het weggooien van ongewenste wel gemakkelijk is (21% vs. 12%).
- Personen tussen 31 en 35 jaar zijn beter op de hoogte hoe hergebruik van kleding aan te pakken dan mensen van jongere leeftijden: 65% zegt het (helemaal) niet mee eens te zijn met de stelling "Ik hergebruik/recycle nooit kleding omdat ik niet zou weten hoe ik dat aan moet pakken".

In hoeverre bent u het met de volgende uitspraken eens of oneens?

Basis: Alle respondenten 16-35 jaar (n = 1.430)

Onderzoeksverantwoording

Methode



Internetvragenlijst



15 minuten invulduur voor het totale onderzoek



Betreft: kleding en duurzaamheid

Veldwerk



12 juni 2014 tot en met 30 juni 2014



2614 uitnodigingen verstuurd



1430 reacties ontvangen



55% respons

Steekproef



GfK-panel



Personen in de leeftijd van 16-35 jaar



Steekproef binnen doelgroep naar representatief Nederland op basis van leeftijd, geslacht, opleiding en regio



Contact

Contact



Lianne van der Wijst

Industry Consultant Fashion & Lifestyle

+31 162 384 118

+31 6 539 10856

lianne.van.der.wijst@gfk.com

