



# Jaar na verbod op gratis verstrekking: circa 70% minder plastic tassen uitgegeven door retailers

Rapport – impact verbod gratis plastic tassen onder retailers | april 2017

# Inhoudsopgave

---

Situatie en centrale vraagstelling

---

Conclusies en aanbevelingen

---

Resultaten

Telefonisch onderzoek onder retailers

Harde cijfers uit de markt

Vergelijking resultaten retailers en markt

---

Bijlagen

Onderzoeksverantwoording

Colofon

In opdracht van:



Ministerie van Infrastructuur en Milieu

Diede van Delft

Consultant

[diede.vandelft@samr.nl](mailto:diede.vandelft@samr.nl)

033 330 3327

# Situatie en centrale vraagstelling

# Wat is de impact van het verbod op plastic tasje?

Vanaf 1 januari 2016 is het in Nederland verboden om gratis plastic tassen te verstrekken. Nu het verbod bijna een jaar van kracht is, is het Ministerie van Infrastructuur en Milieu benieuwd wat de impact is van dit verbod.

In dit rapport beschrijven we de impact die het verbod heeft gehad onder retailers. Dit hebben we op twee verschillende wijzen onderzocht. Ten eerste door een kwantitatief telefonisch onderzoek te doen onder winkeliers, ten tweede door 'harde' cijfers van tassenverkoop en -productie op te halen bij 16 relevante spelers in de markt van tassen en verpakkingen (handelaars, brancheverenigingen en fabrikanten). Door deze data te combineren komen we tot een helder beeld van de impact van het verbod.

## De centrale vraag is:

Wat is het effect van het verbod op gratis plastic tassen?

### De volgende onderzoeksvragen hebben we beantwoord met het telefonische veldwerk:

Wat merken retailers in Nederland hiervan: hoe ervaren zij dat het verbod 'valt'? (algemene beleving)

Wat is het effect op de hoeveelheid en wijze van uitgifte van plastic tassen?

Wat is het effect op toe- of afname van de uitgifte van tassen van andere materialen? (welke nog wel gratis verstrekt mogen worden)

Welke alternatieven worden er geboden?

Nemen consumenten nu vaak zelf een tas mee?

In het contact met de handelaars, brancheverenigingen en fabrikanten is de data over de impact van het verbod op de uitgifte getoetst door te vragen naar verschillen in verkoopcijfers. Ook is in deze gesprekken gevraagd naar de algemene ervaringen van de markt rondom de wet.

# Conclusies

## Verbod op gratis verstrekking plastic tassen leidt tot 70% afname verstrekking bij retailers

Afname plastic tassen rond 70% minder

Na de invoering van het verbod op gratis verstrekking van plastic tassen is er een afname te zien van gemiddeld 71% onder retailers. Er zijn geen opvallende verschillen te zien tussen warenhuizen, food-retail (bakkers, slaggers etc) en markthandel. Groothandelaren en producenten zien ook een afname. Percentages die genoemd worden lopen uiteen, maar het grootste deel ligt tussen de 60-80%: een beeld dat aansluit bij de beleving van de retailers.

Veelal positieve reacties retailers op verbod: goed voor milieu

De meeste winkeliers staan achter het verbod, en vinden het goed dat er aandacht gegeven wordt aan het milieu. Wel was het in het begin even wennen. Anderen zijn, een jaar na de invoering, nog steeds erg ontevreden over het verbod. Deze onvrede zien we meer onder de food-retail en de markthandel, dan onder warenhuizen. Volgens de helft van de winkeliers (in alle drie de branches) heeft het communicatiemateriaal van het ministerie bijgedragen aan de acceptatie van het verbod.

Verbod kent ook enkele bezwaren

De belangrijkste bezwaren tegen het verbod worden door zowel winkeliers als handelaars in tassen genoemd. Dit zijn: twijfels aan de effectiviteit van het beleid, de ontoereikendheid van papieren tassen, een lager service-gevoel en in mindere mate de snelle invoering van het verbod.

Vooral eigen tas mee voor boodschappen

Food-retailers (bakkers, slaggers etc) en markthandelaars zien relatief vaker dat klanten een eigen tas meenemen, dan winkeliers in warenhuizen (58% en 59% versus 41%).

Plastic tassen worden nu op de markt vaker actief aangeboden (30%) dan in warenhuizen of food-retail winkels (beide 13%)..

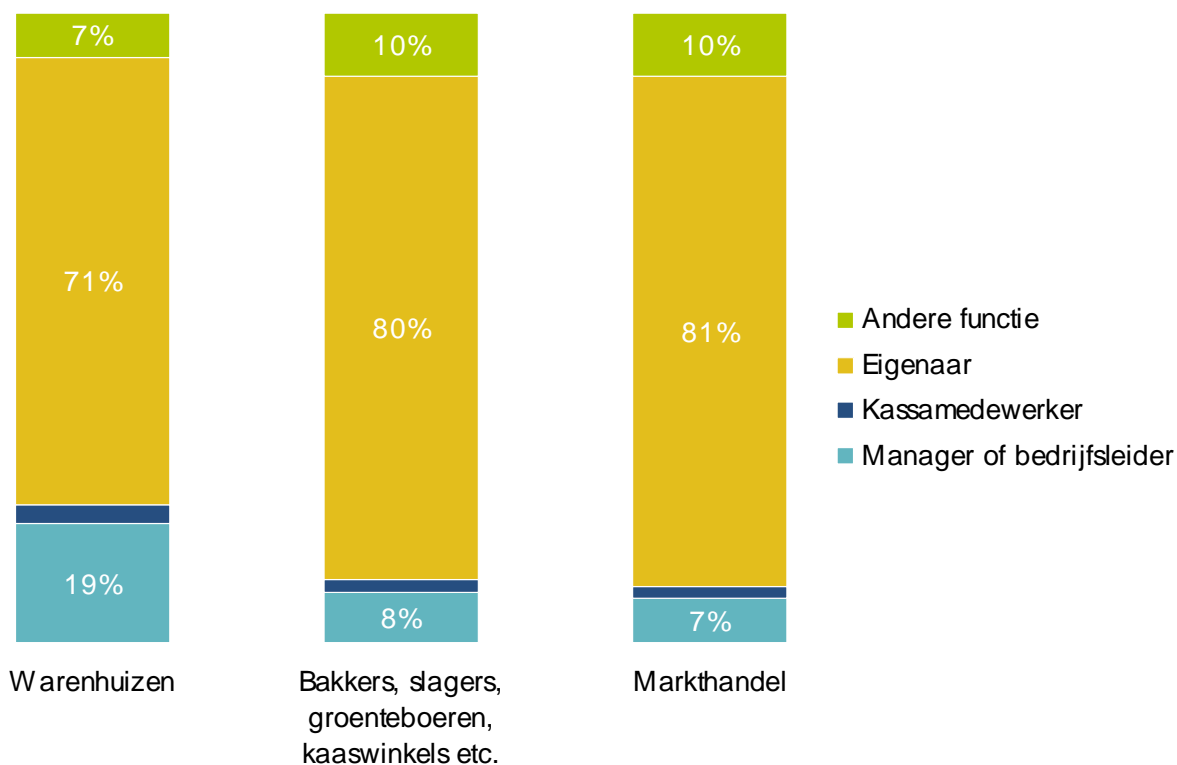
Verschuiving naar papier zichtbaar

30% van de retailers biedt een papieren tas aan als alternatief voor de plastic tas. Meestal worden deze gratis verstrekt.

Groothandelaren geven ook aan dat er een toename in de verkoop van papieren tassen is: enkele handelaren kunnen een stijging rond de 30% beamen, de meeste kunnen er geen percentage aan hangen. Zowel door retailers als door handelaren worden vraagtekens gezet bij de milieuvriendelijkheid van papier.

# Resultaten – telefonisch kwantitatief onderzoek

# Merendeel doelgroep was eigenaar



Vraag: Wat is uw rol binnen de winkel of onderneming?

Basis: alle respondenten (n=300)

Van de 300 respondenten die zijn geïnterviewd voor dit onderzoek, zijn veruit de meeste ondervraagden de eigenaar van de winkel waar zij werken. Per groep (warenhuizen, bakkers etc. en markthandel) zijn 100 mensen geïnterviewd.

Ondervraagden die geen manager, kassamedewerker of eigenaar zijn, noemen dat zij bijvoorbeeld mede-eigenaar zijn, of 'medewerker'. Alle ondervraagden zijn verantwoordelijk voor inkoop of uitgifte van plastic tassen.



## Ervaring verbod – Warenhuizen

Winkeliers in warenhuizen ervaren het verbod veelal positief, al zijn er ook winkeliers die er meer moeite mee hebben. Voor iedereen was het wennen. Veel warenhuizen vinden het een goede regeling en zien dat consumenten het goed oppakken. Negatievere winkeliers focussen op de lastige effecten van het verbod. Ze zien het als een vermindering in service en vinden het lastig om geld te vragen voor een tasje. In specifieke gevallen is het ook niet handig; sommige producten (zoals sieraden) kunnen niet gemakkelijk meegegeven worden zonder tasje. Daarnaast noemen sommige winkeliers dat zij het scheef vinden dat ze zelf veel plastic binnen krijgen met leveringen van goederen.



- Eerst dachten we dat het nadelen zou geven. Maar we beleven het goed. We vragen 5cent voor de tasjes, meeste mensen kopen ze niet.
- Prima, werkt goed. De mensen hebben dit snel opgepakt.
- Het bevalt mij prima. Het scheelt een hoop tasjes.
- Ik vind het wel positief. Ik merk dat mensen nu toch een eigen tas meebrengen, zodat er minder plastic in het milieu terecht komt. Dat vind ik een belangrijke zaak.
- Ik heb bij Kika een collectebus gevraagd en wanneer een klant een tasje wilt, dienen zij minimaal 20 cent te doneren. Het verbod vind ik wel oké.
- Ik vind het goed. Het scheelt heel veel plastic. In het begin was het moeilijk. Ze gingen eerst boodschappen doen en hadden dan geen extra tas mee, nu wel.
- Voor mij perfect. Reken gewoon geld voor een tasje. Van de 1000 mensen hebben er 999 een tasje bij zich of ze nemen het zo mee!



- Lastig. Mensen vinden het niet altijd even handig. Wij hebben een product dat niet los kan worden meegegeven. Het is dus aanpassen.
- Ik ervaar het dubbel. Als ik zie hoeveel kleding er bij mij in plastic wordt aangeleverd, dan schrik ik daarvan en vind ik het onzin dat ik geen plastic tasjes meer mag meegeven.



- Als klanten voor veel geld iets kopen, voel ik mij beschaamd om dan nog eens extra geld te vragen voor een plastic tasje.
- Ik vind het zo af en toe, toch wel lastig. Je kunt nu toch wel minder service verlenen door dit verbod, het is onhandig als mensen hun spullen moeten dragen met hun handen.
- Ik verkoop sieraden, de klanten stoppen de sieraden niet graag los in de tas. De toeristen snappen het helemaal niet.
- Ik vind het wederom een probleem dat bij de winkelier wordt neergelegd, terwijl ze bij de producenten zouden moeten zijn.

## Ervaring verbod – Bakkers, slagers, groenteboeren, kaaswinkels etc.

Binnen de groep food-retail zien we dat de meeste winkeliers (overwegend) positief zijn over het verbod. Vaker dan onder binnen de warenhuizen zien we echter ook winkeliers die het er erg moeilijk mee hebben. Bij negatieve winkeliers speelt duidelijk mee dat de producten hygiënisch verpakt moeten worden. Dat is in sommige gevallen niet te doen zonder plastic. Deze winkeliers, met name slagers en vishandelaars, vinden het daarom lastig om zich aan het verbod te houden. Opvallend is ook dat sommige vishandelaars aangeven dat zij niet weten of ze uit hygiëne oogpunt wel plastic tassen mogen gebruiken (geldt ook voor markthandel).



- Voor onze winkel is het fijn. Vanwege de biowinkel zat de eigenaar een reden te zoeken om tassen niet gratis weg te geven en de overheid heeft hen nu geholpen.
- Wij juichen dat toe, wij waren hier altijd al mee bezig. Wij hebben ook geen plastic tassen, maar papieren tassen. Voor ons is het een goede ingreep.
- Ik vind het op zich in zoverre positief, dat wij deze in het verleden gratis meegeven en nu kunnen verkopen. Bovendien is het gebruik van plastic tasjes aanzienlijk verminderd.
- Het gaat helemaal goed, bijna niemand koopt een tas meer. Een goede invloed.
- Ik vind het erg positief voor het milieu en kosten.



- Aan de ene kant vind ik het goed, maar er zijn bijvoorbeeld kleine kinderen die geen tas mee hebben en dan vind ik het sneu om te vragen.
- Onprettig, ik hou er niet van als dingen mij opgelegd worden, maar het werkt wel.
- Op zich geeft het een stukje bewustwording voor de klant, maar met vers artikelen is het lastiger. Minder fris uit hygiëne.



- Aan de ene kant vind ik het goed, maar voor ons product is het niet handig, omdat mensen nu met een papierenzakje weglopen, wat er niet uit ziet. Nu ben ik verplicht om een papieren tasje weg te geven, hetgeen duurder is en milieubelastender om te maken, dan een plastic tasje.
- Vreselijk, erg veel mensen zijn boos weg gelopen, het heeft mij veel klanten gekost.
- Verschrikkelijk. Ten eerste is het uit hygiënisch oogpunt niet te doen. Ze nemen een tas mee en zetten toonbank. We hebben sinds 2 weken besloten dat een tasje 1 cent kost en die berekenen wij automatisch op de kassabon. Het was anders niet te doen.

## Ervaring verbod – Markthandel

Ook in markthandel lopen de meningen uiteen, de meningen zijn ook vaker uitgesproken positief of negatief dan in andere branches. In deze branche worden de meeste kritische noten geplaatst bij het verbod. Klanten nemen vaak eigen tassen mee en zijn er vaak al aan gewend. Het is wel lastiger met impuusaankopen of bijvoorbeeld kledingaankopen. Papieren tassen voldoen niet altijd.



- Ik vind het een heel goed verbod. Ik vind het alleen maar goed. De mensen moeten er even aan wennen. Ze nemen zelf vaak een tas mee. Als ze 5 cent moeten betalen van een tasje vinden ze het ook prima. Ik hoef geen dozen vol tasjes meer in te kopen.
- Super! De mensen nemen keurig hun tassen mee.
- Ik kan er helemaal achter staan, de mensen zijn er al aan gewend. Eerst moesten ze er nog aan wennen dat er geen gratis tasjes werden verstrekt. Maar nu neemt het grootste deel zelf een tasje mee.
- Voor ons is het geen probleem, mensen hebben eigenlijk altijd een tas bij zich.
- Heel makkelijk. De mensen wisten het allemaal. We hebben plastic tasjes praktisch niet uitgegeven. Er wordt heel weinig om gevraagd.

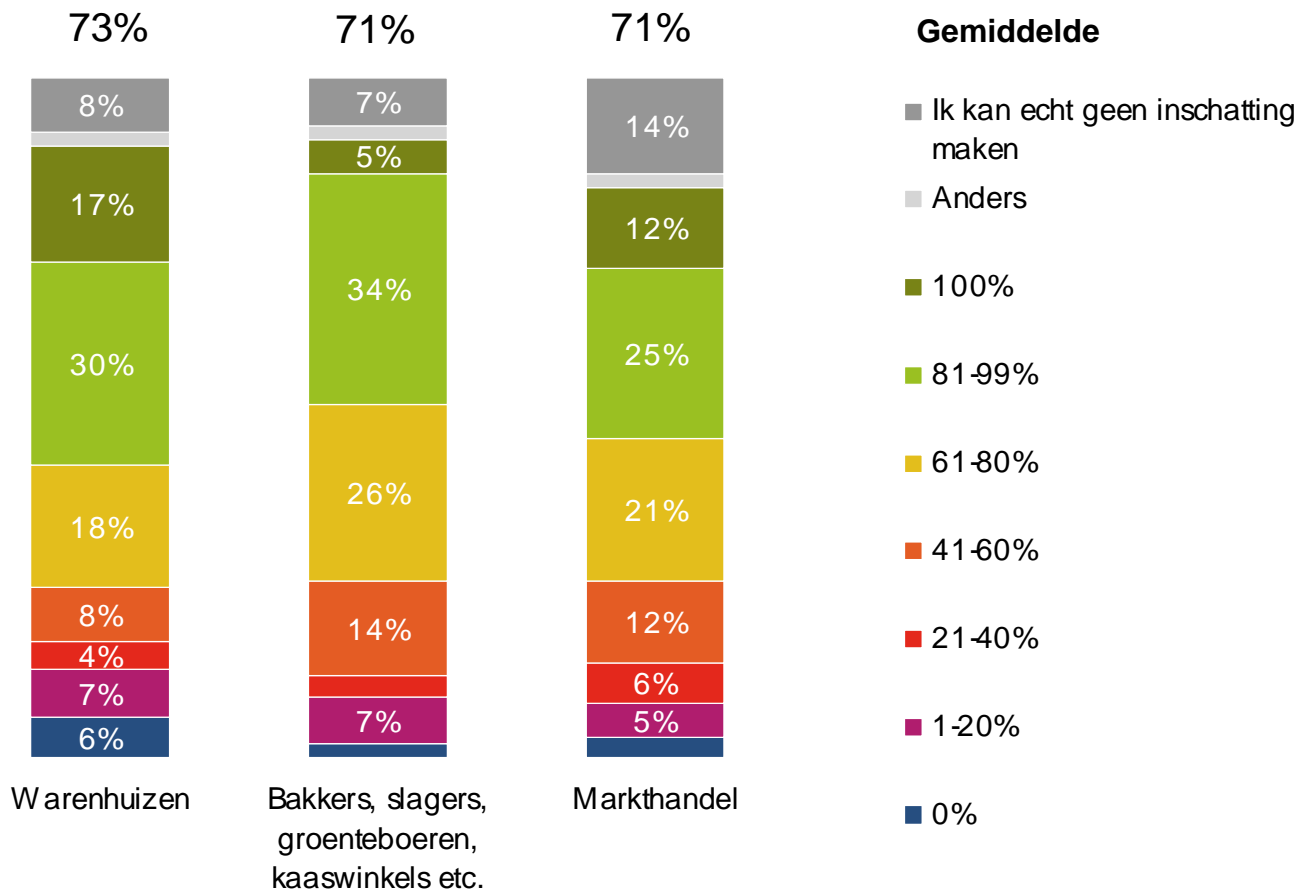


- Op zich is het voor het milieu goed. Wij gebruiken papieren tassen en plastic tassen voor vis. De plastic tassen zijn noodzakelijk, omdat het mogelijk is dat de vis kan gaan lekken door de papieren tas heen. Maar mensen moeten wel de plastic tassen kopen.
- Beetje afhankelijk van de klanten, de een heeft wel een tas de ander niet. De mensen vinden het niet fijn om er voor te betalen. Je kan het uitleggen dat het voor het ministerie moet, maar dat wordt niet altijd begrepen. Het is onplezierig om er een discussie over te voeren.



- Ik begrijp het wel maar niet in elke branche vind ik het goed. Als ik met kleding bezig ben dan kan ik dat niet in een oud tasje stoppen, wat mensen zelf mee nemen. Dan komt het er niet netjes uit. Als mensen het willen ruilen zitten er vlekjes in.
- Soms lastig, bijvoorbeeld als het regent is het niet handig om een papieren tas te geven dan wordt de inhoudt vochtig of schuurt het papier. Bovendien zijn de papieren tassen duurder dan de plastic tassen.
- Ik vind het een beetje een slechte zaak. Voor het milieu is het goed. Maar als ik een product koop en ik moet tien cent bijbetalen voor een plastic tasje, dan vind ik dit belachelijk. Ik schaam mij er zelf soms voor als ik aan de klanten op de markt vijf cent voor een tasje moet vragen.
- Ik vind het geen prettig verbod. Ik vind het namelijk naar de klanten toe vervelend om geld te vragen voor een plastic tasje.

# Gemiddeld worden 71% minder tassen uitgegeven dan voor het verbod



Vraag: Kunt u een inschatting maken van hoeveel plastic tassen er minder worden uitgegeven sinds het verbod op gratis verstrekking?

Basis: alle respondenten (n=300)

Over de hele lijn gezien geven winkeliers aan dat zij gemiddeld 71% minder tassen uitgeven dan voor het verbod. Er zijn geen significante verschillen zichtbaar tussen de drie groepen. Wel wordt door warenhuizen significant vaker dan bakkers etc. aangegeven dat zij 100% minder tassen uitgeven.

# Wat is er nodig om (nog) minder plastic tassen uit te geven?

## Warenhuizen



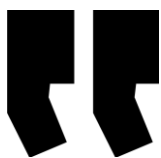
- Wij hebben duidelijke afspraken gemaakt met de klanten over de plastic tassen die nu verkocht worden. En verder levert het niet veel op om nog iets anders te doen.
- Ik denk dat het niet menselijk en noodzakelijk is. Ze zijn gemaakt door hergebruikt plastic. Ze verplichten me tot papieren tassen waar bomen voor gekapt moeten worden. De afvalstoffen van de productie van papieren tassen is hoger dan die van plastic tassen.
- Plastic tassen letterlijk verbieden.
- Je zou een wettelijke prijs moeten stellen die hoger ligt. Maar ik denk niet dat het veel meer verschil maakt.

## Bakkers/slagers/groenteboeren/kaaswinkels etc.



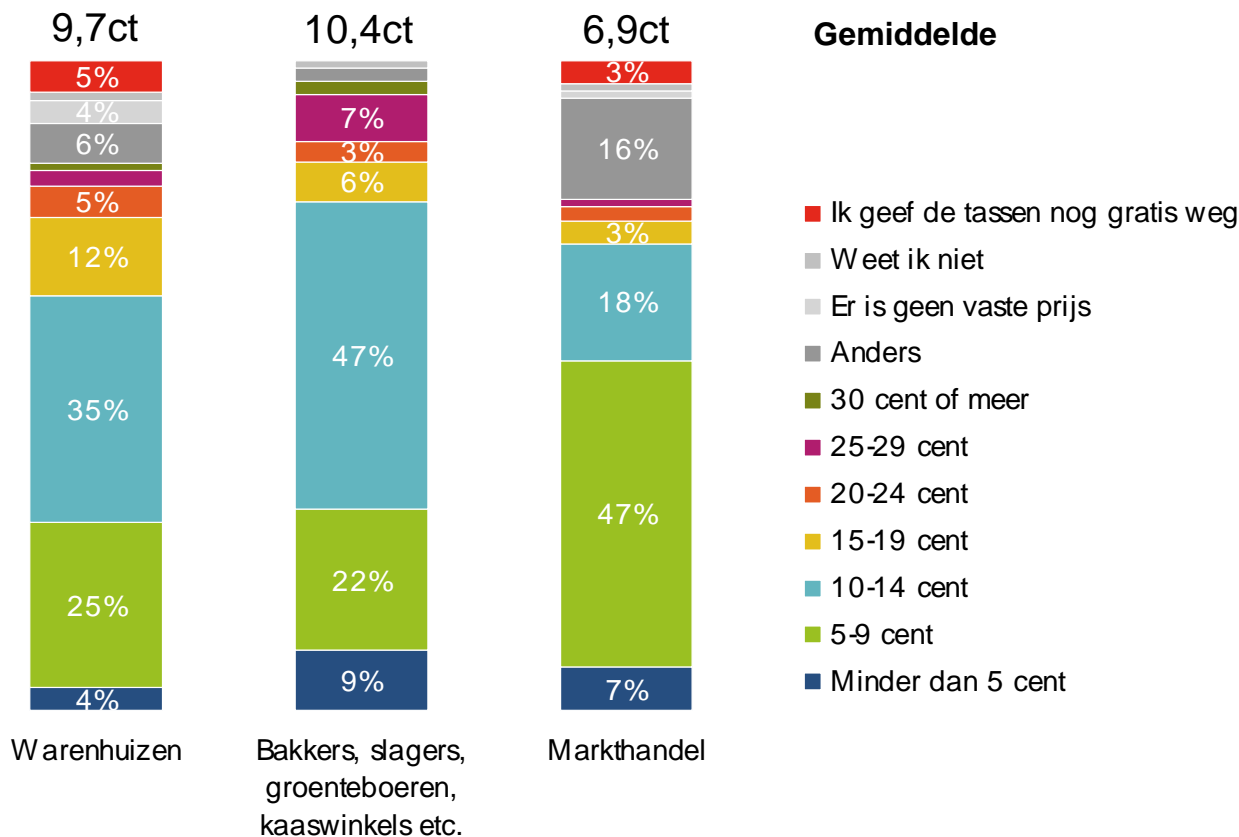
- Ik denk dat minder haast niet meer kan. Het is nu alleen puur als iemand een tas vergeten is.
- Het is een kwestie van de klant opvoeden. Ook eventueel het hergebruik van plastic tassen stimuleren kan helpen.
- Herhaling van de boodschap, dat er tasjes meegenomen moeten worden door de mensen. De bewustwording moet door herhaling aangewakkerd blijven.
- Misschien is het uitgeven van statiegeld-plastic tassen of het uitgeven van papieren tassen een goed idee om het aantal plastic tassen (nog) verder terug te dringen.

## Markthandel



- Ik denk dat dat bij de winkeliers heel moeilijk is. Dit gaat eigenlijk over geld. De klanten worden benadeeld als er geld om gevraagd wordt. Zo wordt er een slaatje uit geslagen.
- Ik denk dat mensen nog meer gestimuleerd moeten worden om een eigen tasje mee te nemen. Ze moeten hierin gestimuleerd blijven worden, omdat het nog niet vast in hun systeem zit.
- Ik denk dat het niet kan. Op een andere manier kan er wel op plastic gelet worden. Hoe producten aangeleverd worden. Te veel plastic.

# Tassen zijn op de markt het goedkoopst



Vraag: Hoeveel kost een plastic tas in uw winkel?

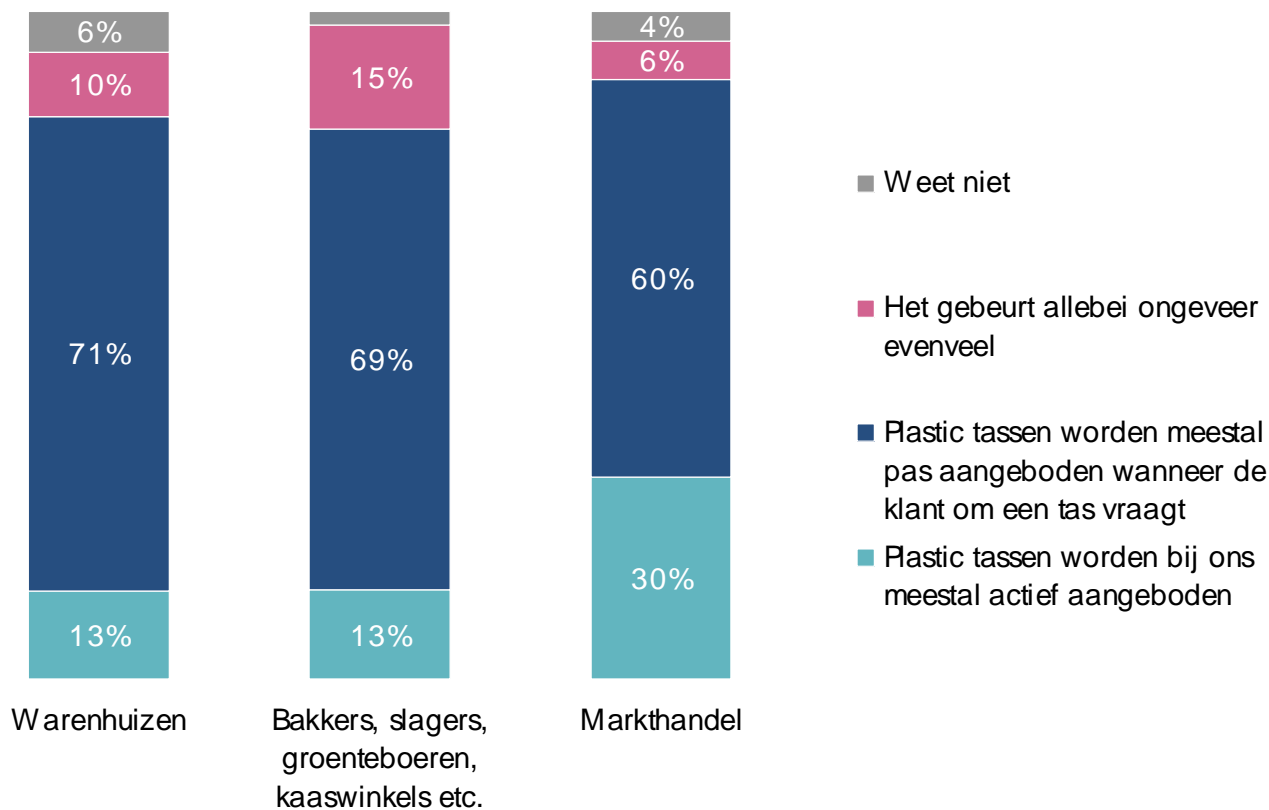
Basis: alle respondenten die plastic tassen uitgeven (n=269)

Waar een tas bij warenhuizen en bakkers etc. gemiddeld 10 cent kost, betaalt men er op de markt gemiddeld 7 cent voor. Dit is een significant verschil.

Op de markt kost 45% van de plastic tassen exact 5 cent. In warenhuizen kost 31% van de tassen 10 cent, bij bakkers etc. is dat 46%. Daarmee zijn dat de meest gehanteerde prijzen voor tassen in de betreffende branches.

16% van de antwoorden bij markthandel vallen niet in één van de categorieën. De respondenten geven aan dat ze geen plastic tassen meer hebben, gebruikte tassen meegeven of de prijs van de tas incalculeren in het aankoopbedrag.

# Plastic tassen op de markt het vaakst actief aangeboden

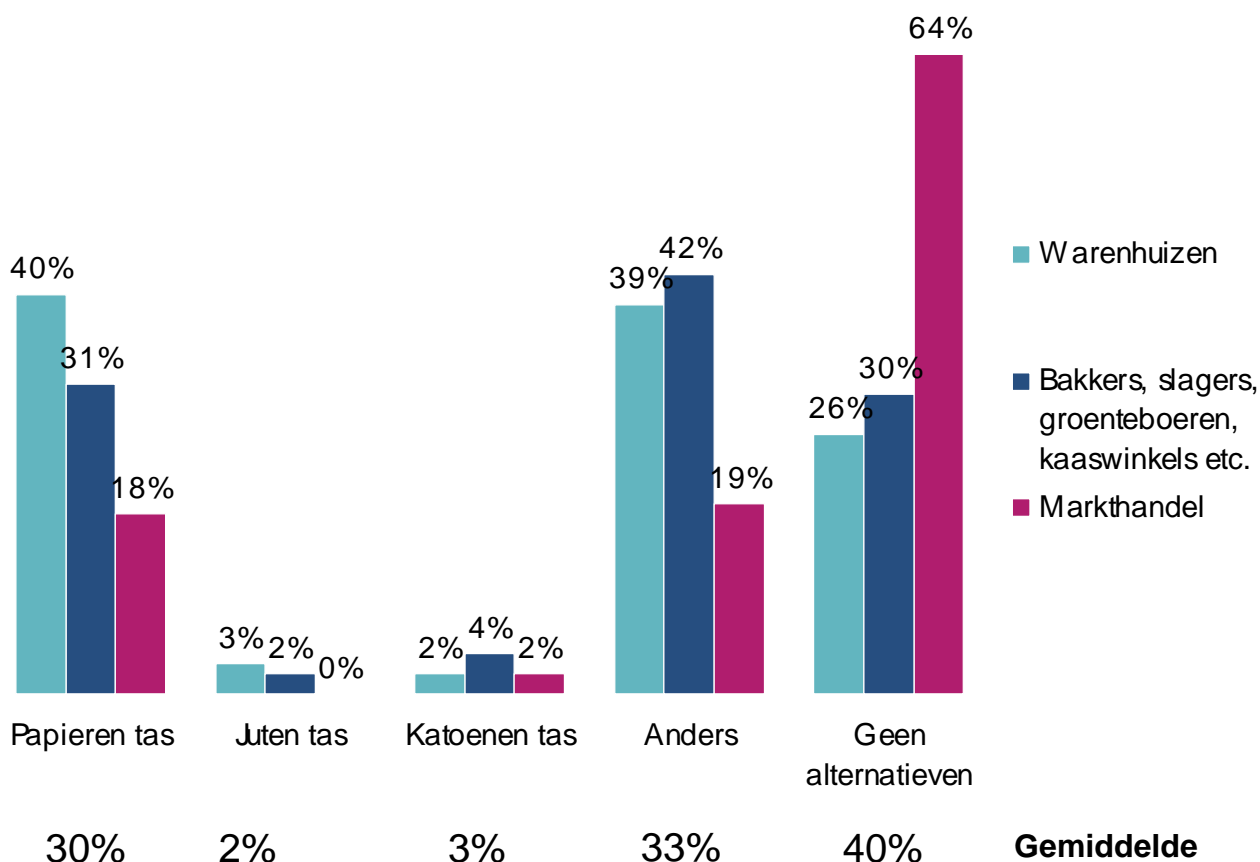


Vraag: Biedt u plastic tassen altijd aan, of geeft u een tas als de klant daar om vraagt?

Basis: alle respondenten die plastic tassen uitgeven (n=269)

Bij warenhuizen en in bakkers etc. biedt men slechts in 13% van de gevallen plastic tassen actief aan. Bij markthandel is dit aandeel significant hoger; in 30% van de gevallen wordt de tas daar actief aangeboden.

## Op de markt wordt meestal geen alternatief aangeboden



Vraag: Wat zijn alternatieven die in uw winkel geboden worden voor de plastic tas?

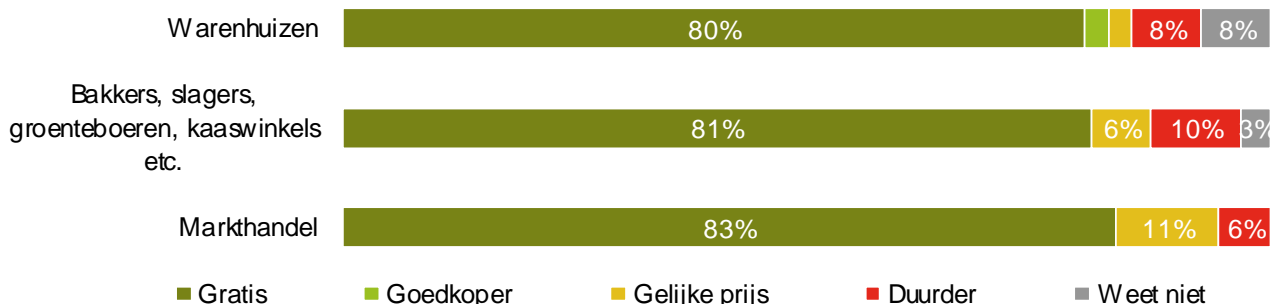
Basis: alle respondenten (n=300)

Wanneer we kijken naar de alternatieven die men aanbiedt voor de plastic tas, zien we dat vooral op de markt (nog) geen alternatieven worden aangeboden. Binnen de warenhuizen en bij bakkers etc. gebeurt dit wel vaker. Opvallend is dat de categorie 'anders' hier vrij groot is. Vooral dozen en papieren zakken (zonder hengsels) worden veel genoemd. Ook big shoppers worden genoemd, dit zijn grote stevige boodschappentassen die o.a. bij supermarkten worden verkocht.

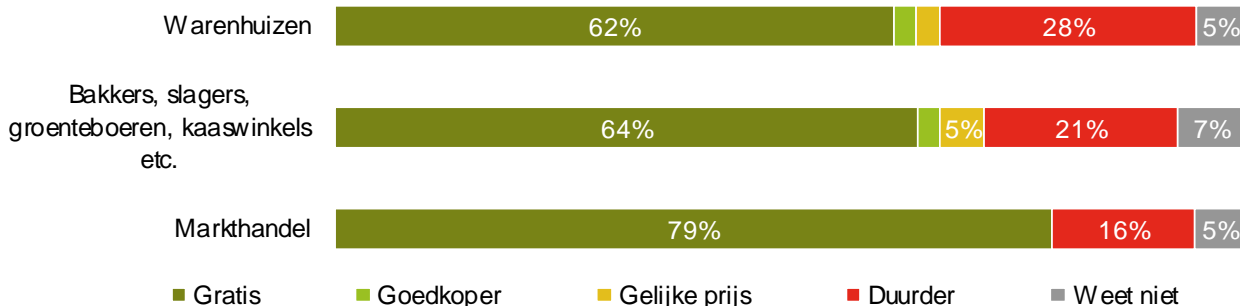


# Papieren tassen meestal gratis mee gegeven

## Papieren tas (n=89)



## Ander alternatief (n=100)



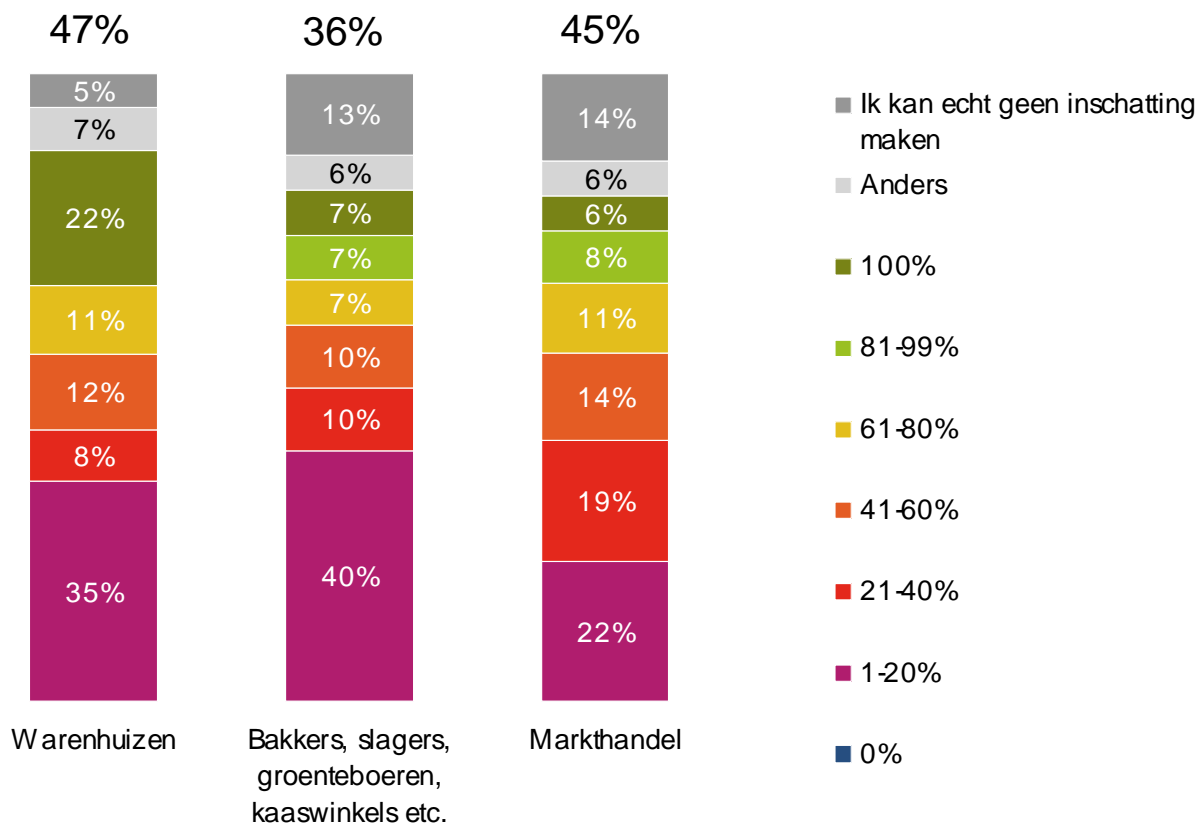
Vraag: Moeten klanten betalen voor deze alternatieven? Zo ja, zijn deze alternatieven duurder of goedkoper dan een plastic tas voor de klant?

Basis: alle respondenten die dat type alternatieve tas verstrekken.

Als een papieren tas mee gegeven wordt, is die meestal gratis. Van de andere alternatieven (buiten papier, jute en katoen), is een groot deel gratis. Het gaat dan met name om de papieren zakken en de doosjes. Big shoppers zijn vaak juist duurder dan plastic tassen.

De alternatieven jute en katoen worden door te weinig winkeliers gebruikt om hier betrouwbare uitspraken over te doen (n=5 en n=8 respectievelijk).

# Alternatieven worden in minder dan de helft van de gevallen verstrekt



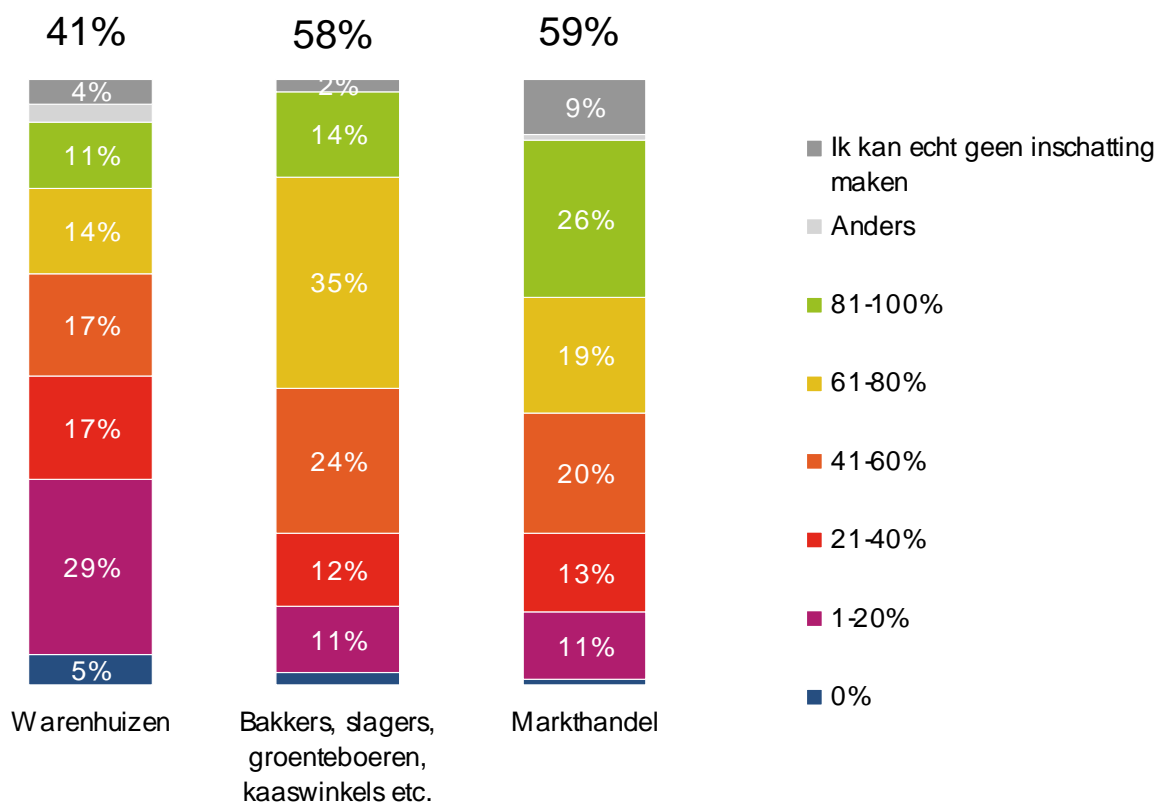
Vraag: Bij welk deel van de aankopen worden alternatieven (gratis) meegegeven of verkocht?

Basis: alle respondenten die alternatieven bieden voor de plastic tas (n=180)

Winkeliers die alternatieven voor de plastic tas aanbieden geven aan dat zij deze alternatieven bij minder dan de helft van de aankopen verstrekken (ofwel gratis meegeven of verkopen). Op dit gemiddelde zijn geen significante verschillen te zien tussen de branches.

Wel geven warenhuizen significant vaker dan bakkers etc. of markthandelaars aan dat zij in 100% van de gevallen het alternatief meegeven/verkopen.

# Men neemt vooral een tas mee naar de bakker of de markt

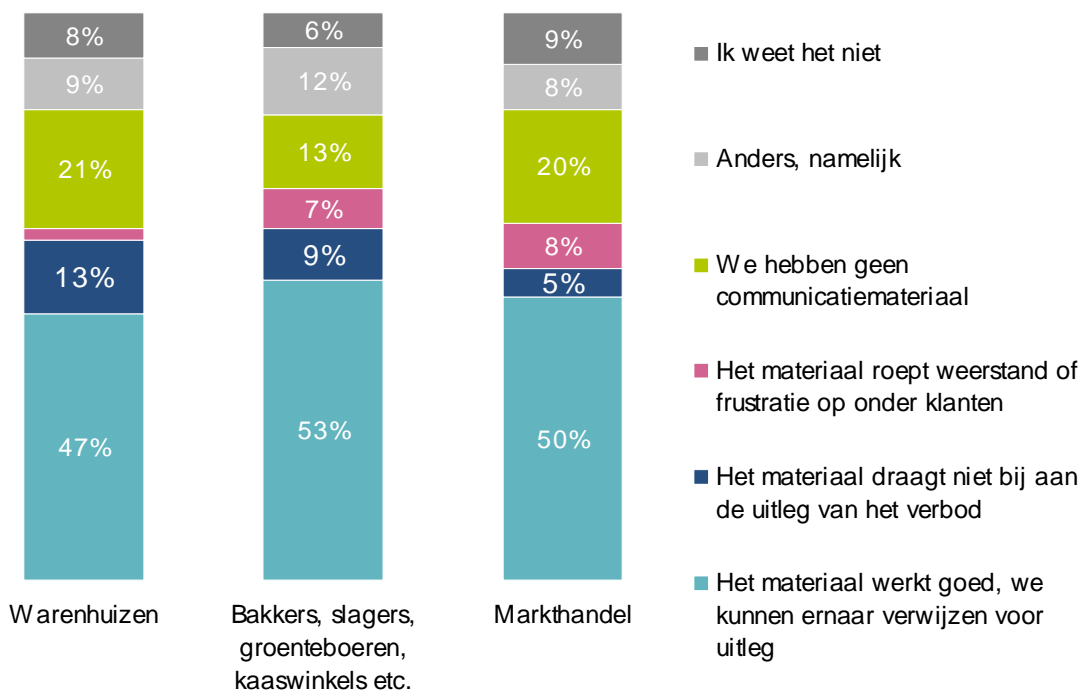


Vraag: Welk deel van de klanten neemt een eigen tas mee?

Basis: alle respondenten (n=300)

Als gevraagd wordt naar het aandeel van de klanten die een eigen tas meenemen, zien we een duidelijk verschil tussen de 'dagelijkse boodschappen' die gedaan worden bij de bakker, slager of de markt, en de impulsieve aankopen die vaker gedaan worden in warenhuizen. Voor de dagelijkse boodschappen nemen grofweg zes op de tien klanten een eigen tas mee, bij het kopen bij warenhuizen is dit aandeel slechts vier op de tien klanten. Dit verschil is significant.

# Communicatiemateriaal draagt volgens de helft van de winkeliers bij aan de acceptatie van het verbod



Vraag: In hoeverre draagt dit materiaal (communicatiemateriaal, verstrekt door het ministerie) volgens u bij aan de acceptatie van het verbod onder klanten?

Basis: alle respondenten (n=300)

Het door het Ministerie verstrekte materiaal (stickers, posters) draagt volgens de helft van de winkeliers bij aan de acceptatie van het verbod. Dit aandeel is over de branches heen gezien vrijwel gelijk. Wel geven warenhuizen significant vaker dan markthandelaars aan dat het materiaal niet bijdraagt aan de uitleg van het verbod.

Daarbij wordt bij één op de vijf warenhuizen en markthandelaren aangegeven dat er geen communicatiemateriaal is. Sommige retailers gaven aan het materiaal wel ontvangen maar niet gebruikt te hebben (bijvoorbeeld omdat ze vonden dat het al goed gecommuniceerd werd door henzelf of de overheid), maar omdat het niet de focus van het onderzoek was is er geen solide inzicht waarom er geen communicatiemateriaal is geweest of gebruikt.

# Heeft u nog opmerkingen wat betreft het verbod op de gratis uitgifte van plastic tassen?

## Warenhuizen



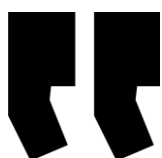
- Soms ongemakkelijk, maar het is goed zo. Mensen accepteren het goed.
- Ik vind het raar dat je bij de supermarkten gewoon plastic tasjes kan pakken. Op een papieren tas zit ook drukinkt, is dat niet slecht voor het milieu?
- Ze zouden eigenlijk de winkeliers een toegift moeten geven/subsidie, omdat er nu minder reclame wordt gemaakt doormiddel van de tasjes. Dat is jammer. Duurzame tassen zijn voor de kleine ondernemers niet te betalen.
- Ik snap het en soms ook niet. Als ik zie wat er in plastic binnen komt bij ons. Dan is het een druppel op een gloeiende plaat het verbod op de tasjes. Ik denk dat er veel vervuilendere dingen zijn. Het is even wennen.
- Ik vind het een goede zaak. Er word veel aan bijgedragen aan bewustwording voor het milieu en verkwisting van de tasjes.

## Bakkers/slagers/groenteboeren/kaaswinkels etc.



- Ik sta er voor de volle 100% achter dat de regel is ingevoerd. Ik gaf veel tasjes in de week weg en dit is afgenomen.
- Ik heb er geen opmerkingen over. Wij staan erachter, er moeten wel alternatieven zijn.
- Het is belachelijk, als ik een klant heb die veel geld uitgeeft, dan krijgt hij van mij dat tasje gratis. Dan kan ik toch niet vragen om een dubbeltje.
- Persoonlijk vind ik het een "kruimelactie", zeker als ik kijk hoeveel er aan plastic vanuit de leveranciers wordt gebruikt. Vanuit Den Haag zouden ze beter de producenten van de tasjes aan kunnen pakken.

## Markthandel



- Het verbaast me hoe snel mensen er aan gewend zijn. Eigenlijk zouden de plastic tassen helemaal niet beschikbaar moeten zijn. Het liefst alles uitbannen maar dat gaat niet. Je zou wel willen maar het moet ook kunnen met bepaalde producten.
- Haal het maar eraf. Laat ons die plastic tas maar meegeven. Ik ben er van overtuigd dat heel veel mensen goed afval scheiden.
- Er zou een betere verspreiding van het communicatiemateriaal naar de bedrijven moeten zijn. Wij hebben in ieder geval niets ontvangen.

# Resultaten – Vergelijking met harde data

# Handelaren beamen veelal grote daling in afname plastic tassen sinds het verbod op gratis verstrekking

Retailers geven aan dat zij gemiddeld 71% minder plastic tassen uitgeven, dan zij voor het verbod deden. Het beeld van een flinke daling wordt bij het merendeel van de gesprekken die gevoerd zijn met handelaren en producenten van plastic tassen bevestigd.

In onderstaande tabel zijn de cijfers opgenomen van handelaars en producenten die cijfers konden noemen over de daling in de afname van plastic tassen. Het is lastig om er een gemiddelde aan te hangen, aangezien er veelal een range aan percentages wordt genoemd. Een oorzaak hiervan is omdat er door sommige handelaren nog onderscheid wordt gemaakt in type plastic tas en afname per segment.

Wanneer we naar alle percentages kijken zien we deze uiteen lopen van -25% tot -100% (waarbij de mediaan tussen de -70% en -75% ligt). Het grootste deel ligt tussen de 60%-80%: een beeld dat aansluit bij de beleving van de retailers.

Bedrijf	Daling plastic-afname in %	Uitleg
Groothandel in verpakkingsmaterialen (A)	50% - 60%	Onbedrukt: -50% (-60% voor hemdtassen) (gebaseerd op harde cijfers)
Groothandel in verpakkingsmaterialen (B)	25% - 75%	Onbedrukt: -25% (gebaseerd op harde cijfers). Bedrukt: -75% (schatting).
Groothandel in verpakkingsmaterialen (C)	50% - 75%	Geen cijfers over aantallen tassen (al kan een afname van 50%-75% kloppen). Dunne (gratis) plastic tassen worden in een deel van de gevallen vervangen door dikke tassen waar meer geld voor gevraagd kan worden. Effectief stijgen hierdoor de kilo's plastic met+10%
Producent van plastic tassen	57% - 75%	DKT (tassen met verstevigd uitgestanst handvat): -57%. Lusdraagtassen: -75%. Gebaseerd op harde cijfers.
Groothandel exclusief in draagtassen (A)	50% - 100%	Hoger segment: van gelamineerde tassen over naar recyclebaar (100%) Middensegment: Grote ketens: -50%, waarbij plastic tassen worden behouden. MKB en kleine ketens: -100%, waar is overgestapt op papier. Lager segment: -70%-85%. Gebaseerd op harde cijfers.
Groothandel exclusief in draagtassen (B)	60% - 70%	-60% tot -70%. Gebaseerd op harde cijfers.
Groothandel exclusief in draagtassen (C)	80% - 100%	-80% bij grote ketens. -100% bij kleine ketens. Gebaseerd op harde cijfers.
Groothandel exclusief in draagtassen (D)	85%	Naar schatting was de afname eerst 60-70%, nu 10%. Dit is een daling rond de 85%

## Het afgelopen jaar is een ook een stijging in afname van papieren tassen waargenomen door handelaren

30% van de winkeliers geeft aan dat zij een papieren tas aanbieden als alternatief voor de plastic tas. Dat beeld wordt door een aantal groothandelsaren in plastic tassen en andere verpakkingsmaterialen bevestigd. De meeste groothandelaren die we gesproken hebben en die inzicht hebben in de eventuele stijging van het gebruik van papieren tassen, geven een percentage aan dat rond de 30% ligt (het aantal groothandelaren/producenten dat harde percentages kon leveren was echter klein). Een andere groothandel, exclusief in draagtassen, geeft aan dat zij een stijging zien van 60%-70%. Deze toename komt zowel voort uit een overgang van plastic naar papier van hun eigen klanten, alsmede van nieuwe klanten die eerder elders hun plastic tassen afnamen. Producenten van papieren verpakkingen geven aan dat zij een stijging zien in de productie, maar dat zij niet aan kunnen geven of dit door het verbod komt. Sommige orders komen daar duidelijk direct uit voort, van anderen is dat niet één op één vast te leggen. Al met al kunnen we stellen dat een aandeel van 30% toename van papieren tassen niet tegengesproken wordt door de harde cijfers, maar dat niet met stelligheid te zeggen is dat het onderschreven wordt.

Bedrijf	Stijging papier afname (in %)
Groothandel in verpakkingsmaterialen (A)	+30% (gebaseerd op harde cijfers)
Groothandel in verpakkingsmaterialen (B)	+25% (gebaseerd op harde cijfers)
Groothandel in verpakkingsmaterialen (C)	+30-40% (gebaseerd op harde cijfers)
Groothandel exclusief in draagtassen (B)	+60%-70% (gebaseerd op verkoopcijfers)
Groothandel exclusief in draagtassen (C)	+100% bij kleine ketens (gebaseerd op harde cijfers)
Groothandel exclusief in draagtassen (D)	Duidelijke stijging, geen percentages
Producent van papieren verpakkingen (A)	Duidelijke stijging, geen percentages
Producent van papieren verpakkingen (B)	Duidelijke stijging, geen percentages



# Overeenkomstige zorgen: effectiviteit beleid, problemen papieren tassen, service en snelle invoering verbod

**In de gesprekken met handelaars en producenten komen veel dezelfde zorgen naar voren die ook geuit zijn door retailers. De belangrijkste hierin zijn:**

## - **Effectiviteit beleid**

Retailers noemen met regelmaat dat zij zich afvragen wat de impact van het verbod op gratis plastic tassen is, als zij kijken naar de hoeveelheid plastic waarin de producten verpakt zijn die zij aangeleverd krijgen. Ook worden er vraagtekens gezet bij de hoeveelheid controles; men vraagt zich af of er genoeg gecontroleerd wordt op het verbod.

Handelaars en producenten noemen daarnaast ook dat zij in sommige gevallen een één op één verschuiving zien van plastic naar papier. Naar aanleiding van onderzoeken die gepubliceerd zijn over de milieubelasting van de productie van papieren tassen, vragen zij zich af of de plank nu niet mis geslagen wordt. Ook het vervoer en de opslag van papieren tassen nemen zij mee in hun overwegingen. Daarnaast zijn er veel verschillende soorten papieren tassen die allen hun eigen impact hebben op het milieu.

## - **Problemen met papieren tassen**

Naast de milieubelasting zijn er ook andere beperkingen van papieren tassen. Zo zijn ze duurder (tot 5 keer duurder) en werken ze niet goed als het regent, of als men er vochtige etenswaren in vervoert. Ze zijn kwetsbaarder, waardoor de inhoud er soms uit valt. Ook zijn papieren tassen niet makkelijk opnieuw te gebruiken. Deze redenen maken dat retailers niet in alle gevallen overstappen op papieren tassen.

## - **Service**

Met name in het MKB en in het hogere mode retail segment ziet men het als een gebrek aan service om geld te vragen voor een plastic tas. Bij grotere winkelketens wordt hier minder moeite mee ervaren. Als gevolg van dit 'schaamtegevoel' gaan sommige MKB'ers over op papieren tassen, hoewel die duurder zijn en deze MKB'ers het soms sowieso al moeilijk hebben. Bij grotere winkelketens heerst dit gevoel minder.

## - **Snelle invoering verbod**

Na een lange aanloop is het verbod vorig jaar vrij plotseling ingevoerd. Voor tassenhandelaars betekende dat verwarde klanten aan de telefoon, twee dagen voor kerst. Dat heeft een negatieve invloed gehad op hun gevoel bij het verbod. Voor retailers was het ook vervelend, sommigen van hen hadden al plastic tassen ingekocht voor 2016.

# Overzicht gesprekken groothandels in verpakkingsmaterialen en producent

## Groothandel in verpakkingsmaterialen (A)

**Markt:** Retailers, 'van bakker tot Bijenkorf'.

**Harde cijfers:** Lustassen en DKT: -50%, hemdtassen: -60%, biokunststof: -50%. Papier: +30% (maar geen grote speler in de markt dus wellicht geen goede representatie).

**Andere opmerkingen:** De daling is vooral zichtbaar in het MKB, waar voornamelijk hemdtassen werden gebruikt. Bij grotere aankopen is het makkelijker om de hoge kosten van papieren tassen te verantwoorden.

## Groothandel in verpakkingsmaterialen (B)

**Markt:** Met name MKB, bakkers, slagers, groenteboeren etc.

**Harde cijfers:** Onbedrukt: -25% (3 miljoen tassen). Bedrukt lastig te zeggen, schatting: 75%. Papier: +25% (maar kleiner aandeel omzet, 250.000 extra tassen).

**Andere opmerkingen:** De consument pakt het gemakkelijk op, maar MKB ondernemers vinden het lastig geld te vragen voor tassen. Ze zien het als service die nu niet geboden kan worden. Kleine aantallen plastic tassen zijn duurder om te kopen. Papieren tassen zijn vijf keer zo duur en daardoor ook geen goed alternatief.

## Groothandel in verpakkingsmaterialen (C)

**Markt:** Retailers, de 'food' kant.

**Harde cijfers:** Geen harde cijfers over aantallen (al kan 50%-75% afname kloppen). Verschuiving naar zwaardere tassen, daardoor is percentage verwerkt plastic +10%. Papier: +30%-40%

**Andere opmerkingen:** Grote vraagtekens bij de effectiviteit van het beleid, ze verwerken nu juist meer plastic dan voorheen. Eerder gaven sommige supermarkten nog gratis dunne tasjes weg. Dat mag niet meer, waardoor deze supermarkten nu meer zwaardere tassen verkopen (met winst). Ook voor de papieren tassen wordt geld gevraagd. Het is vooral een extra inkomstenbron voor supermarkten. Biologisch afbreekbare tassen zouden meer gestimuleerd moeten worden, en gratis verstrekt.

## Producent van plastic tassen

**Markt:** Groothandels in plastic tassen, leveren ook direct aan retailers.

**Harde cijfers:** DKT draagtassen: -57%. LUSDraagtassen: -75%.

**Andere opmerkingen:** Veel tassen komen uit het Oostblok en Turkije. Daarnaast komen de hemdtassen veelal uit het verre oosten. Hier is niet altijd zicht op omdat dat niet altijd via groothandels verloopt.

# Overzicht gesprekken

## Groothandel exclusief in draagtassen (A)

**Markt:** Hoog, midden en laag segment retail.

**Harde cijfers:** Hoog segment: 100% over van gelamineerde tassen naar recyclebaar papier (aantallen gelijk). In het middensegment zijn twee opties te zien. Een deel van de retailers behoudt plastic tassen, maar neemt nu 50% minder af. De rest is overgestapt naar papier: daarbij is het gebruik van plastic tassen gestopt (en dus een afname van 100%). Voornamelijk de kleine ketens en het MKB zijn overgestapt op papier, de grotere ketens hebben vooral plastic tassen behouden. Lager segment: plastic gehouden, -70%-85% in aantallen.

**Andere opmerkingen:** Erg plotseling verbod, vlak voor kerst, verwarring in de markt. Voor internationale ketens is het verwarrend, Nederland houdt andere regels aan dan andere landen (vooral bij laminaten). In het middensegment wordt ook aan cross-selling gedaan; juist duurdere tassen (shoppers, opvouwbaar polyester tasjes) verkopen als extra artikel. Het effect is groter dan hij verwacht had, er is minder burgerlijke ongehoorzaamheid dan verwacht en mensen zijn minder vaak bereid om te betalen voor het tasje. Fabrieken in Turkije geven aan dat de orders opdrogen.

## Groothandel exclusief in draagtassen (B)

**Markt:** Kwalitatief betere mode retail.

**Harde cijfers:** Plastic: -60%-70%. Papier: +60%-70% ('goedkope' kraft tassen, inclusief bedrukking). Toename papier uit zowel eigen als nieuwe klanten. Ook toename in luxe polyester en nylon tassen.

**Andere opmerkingen:** Na een overrompend begin, met de aankondiging twee dagen voor kerst, is de rust in de markt nu enigszins wedergekeerd. Sommige klanten gaan weer terug naar plastic, omdat consumenten gewend zijn aan de wetgeving en minder problemen hebben met betalen. Een andere reden om terug te gaan naar plastic is de milieu-impact van papier, zowel in productie als in opslag en vervoer. Een papieren tas heeft een groter volume dan een plastic tas, dat werkt ook door in transport. Ook kunnen vooral kleine winkels minder op voorraad houden. Soms wordt milieu vriendelijkheid nu boven klantvriendelijkheid gesteld door retailers. Modewinkels waar het goed gaat, gaan over op papier, modewinkels waar het minder goed gaat houden plastic. De wetgeving is soms onduidelijk, omdat sommige tassen met coating wel mogen en andere niet. Het zou beter zijn als de regels over de linie gelijk zouden zijn. Ook bijvoorbeeld voor webshops, waar veel plastic gebruikt wordt, nog meer dan in stenen winkels.

## Groothandel exclusief in draagtassen (C)

**Markt:** Retailers, zowel grote ketens als MKB.

**Harde cijfers:** Grote ketens: -80%. Kleinere klanten: 100% over naar papier, aantallen blijven gelijk.

**Andere opmerkingen:** Nederland is het beste jongetje van de klas, nergens anders in Europa zijn de regels zo streng. Is papier wel echt beter? Het is goed daar over na te denken. Papier is niet zaligmakend.

# Overzicht gesprekken

## Groothandel exclusief in draagtassen (D)

**Markt:** Retailers, mode.

**Harde cijfers:** -85%

**Andere opmerkingen:** Kleine zelfstandigen vinden het vooral lastig. Het duurdere segment blijft doorgaan met gelamineerde tassen. De rust na de invoering van het verbod is nu wedergekeerd. De economie trekt aan, mensen durven weer te investeren. In het begin wist men niet zo goed wat men aan moest met het verbod, inmiddels gaat het beter. Ze verkopen bijvoorbeeld plastic tassen en geven het geld aan het goed doel.

## Producent van papieren verpakkingen (A)

**Markt:** Papieren tassen en zakken, veel export naar Europa.

**Harde cijfers:** geen

**Andere opmerkingen:** Er is duidelijk een toename in uitgevoerde producties te zien ten opzichte van dezelfde periode vorig jaar. Het is echter lastig te zeggen of dat komt door het verbod op gratis plastic tassen, omdat de economie nu ook aantrekt. Zij exporteren ook veel naar de rest van Europa, daar is het verbod nog niet van kracht. Het definitieve verbod zal nog impact hebben voor hen.

## Producent van papieren verpakkingen (B)

**Markt:** Papieren zakken (zonder bodem of hengsels).

**Harde cijfers:** geen

**Andere opmerkingen:** Er is zeker een verschil te zien, dit is niet uit te drukken in percentages of aantallen. Dit vanwege de andere factoren die hierbij meespelen. Sommige orders zijn wel een direct gevolg van het verbod op gratis plastic tassen. Bijvoorbeeld papieren zakken van een groter formaat bij boekhandels. Ook zijn er (met name food-)retailers die nu meer zakken of grotere zakken afnemen dan voorheen. Het is niet duidelijk of deze stijging voortkomt uit het verbod, uit het wegvallen van concurrenten of uit het aantrekken van de economie. Wel heeft de contactpersoon in 25 jaar in de zakken nog nooit een toename van volume gezien, en is dat nu wel zichtbaar.

# Bijlage

# Onderzoek in vogelvlucht

METHODE  
Telefonisch onderzoek  
Uitnodiging per telefoon

---

DOELGROEP EN  
STEEKPROEF  
Doelgroep: retailers, in 3 doelgroepen:  
- Warenhuizen  
- Bakkers, slaggers, groenteboeren, kaashandels etc.  
- Markthandel  
Bij voorkeur zijn bedrijfsleider/managers geïnterviewd, anders kassamedewerkers  
Steekproefkader: Retailersbestand, i.s.m. Realtime Lead Group  
Steekproef: netto 300 respondenten (100 per doelgroep)

---

RESPONS  
Totaal zijn 1273 klanten van retailers uitgenodigd deel te nemen aan het onderzoek. Netto hebben 300 klanten deelgenomen, een respons van 24%.

---

TELEFONISCH  
VELDWERK  
Het veldwerk heeft plaatsgevonden vanaf 16 november tot en met 25 november.  
De gemiddelde invultijd van de vragenlijst bedroeg: 5 minuten

---

VELDWERK  
NAAR HARDE  
CIJFERS  
Het veldwerk naar de harde cijfers heeft plaatsgevonden tussen 15 november en 5 december. Vanuit het Ministerie zijn er telefoonnummers aangeleverd van brancheorganisaties, die op hun beurt weer contacten van handelaars en producenten hebben gedeeld. Met deze producenten en handelaars zijn wij in gesprek gegaan om de af- en toename van plastic en papieren tassen te bepalen. Deze contacten leidden ons wederom tot verdere contacten. In totaal is met 16 brancheorganisaties en bedrijven gesproken.





SAMR

Marktonderzoek wordt marktvinden

Met marktonderzoek is niets mis. En ook niet met data. Sterker nog: wij gebruiken beide. Maar alléén onderzoek levert geen inzicht in welke kansen er in de sterk veranderende markt liggen. Om daar achter te komen moet je verder gaan. Voorbij het onderzoek. Voorbij de data-analyse. Let wel, die gooien we niet weg. We gaan ze anders gebruiken. En vooral, aanvullen.

Dus vaarwel marktonderzoek.  
Marktvinden is wat wij doen!