

Campagne terugblik

Doe Maar Apart 2025

60% voelt zich schuldig als ze verkeerd afdanken

Onderzoek

Apparaat, batterij of accu altijd veilig inleveren!

Campagne

Doelgroepen



Onderzoek

Waarom goede intenties niet automatisch tot gewenst gedrag leiden

Onderschatten en gebrek aan kennis zorgt voor onveilig gedrag

Hoewel de meeste Nederlanders zich bewust zijn van de risico's en de intentie hebben hun batterijen altijd apart in te leveren lukt niet altijd. Soms vergeten ze het maar ook onderschatten ze toch vaak het effect wat zelfs 1 keer verkeerd afdanken kan hebben: afvalbranden. Ook geven ze aan niet altijd te beschikken over de juiste kennis en vaardigheden.



Inspirerende inzichten

Ruim 80% voelt zich verantwoordelijk om batterijen en accu's veilig af te danken

36% denkt echter niet dat batterijen/accu's bij het restafval altijd brandgevaarlijk is.

74% geeft aan dat batterijen / accu's brand kunnen veroorzaken bij verkeerd afdanken

Meer kennis verhoogt het verantwoordelijkheidsgevoel en meer inleverpunten verhoogt het gemak

60% voelt zich schuldig als ze verkeerd afdanken

Milieuvervuiling wordt als grootste risico gezien bij verkeerd afdanken van batterijen en/of accu's. Daarna volgt brandgevaar.

Duidelijke instructies op het apparaat én bij de inleverpunten zouden ervoor zorgen dat consumenten minder moeite ervaren bij het verwijderen van batterijen /accu's uit een apparaat.

Het niet verwijderen van batterij/accu's gebeurt met name omdat de constructie van het apparaat dit niet toelaat of men onbekend is met het proces

52% zou batterijen / accu's eerder correct afdanken als ze meer wisten over de risico's

Vooral jongeren zijn er niet zeker van of apart inleveren iets uitmaakt omdat ze niet weten wat ermee gebeurt na inleveren.

Bron: 2025 Markteffect

Campagne voeren tijdens 'risicovolle' zomermaanden

In verband met droog afval

Radiocampagne

Bereik: **7.3 miljoen mensen**

Contactfrequentie: **6,1**

Alle spots zijn te beluisteren via doemaarapart.nl/communicatiekit

Extra aandacht voor niche doelgroepen

Mannen, ouderen en jongeren

Extra aandacht voor mannen, jongeren en senioren rondom podcast's

Top 10 Podcasts

Online en Social Media

Aantal impressies via o.a. Facebook, Google, LinkedIn: **RUIM 22 MILJOEN**

Influencers

Populair bij jongeren

Populair bij ouderen

Populair bij bedrijven

Aandacht per risicoproduct

Scheerapparaat kapot?	Batterij leeg?	Doortrust?
Knooppot batterijen leeg?	Controller kaduuk?	E-sigaret afgedankt?
Mobieltelefoon naar de bliksem?	Powerbank naar de knoppen?	Elektrische step totaal loss?

Zichtbaar tijdens de Nationale Wecycleweek van 13 t/m 19 oktober 2025

Ruim **6.8 miljoen** impressies middels reclamemasten

Ruim **1 miljoen** vertoningen op mobile displays

NIET VERGETEN: **DOE MAAR APART.NL**