

Oktober 2025

# Onderzoek naar het verantwoord afdanken van fietsaccu's

stichting  
**OPEN**

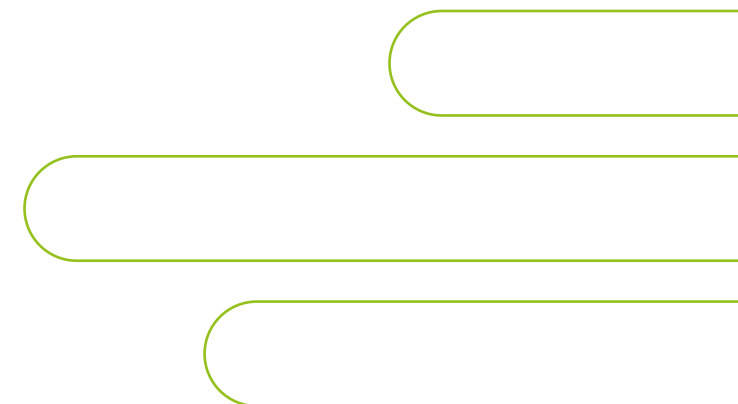


Tim Paulusse  
Joris van de Schoor

Markteffect

# Inhoudsopgave

Onderzoeksverantwoording en leeswijzer	3 t/m 5
Conclusie en aanbevelingen	6 t/m 8
Resultaten	9 t/m 30
<i>Aankoopgedrag elektrische fietsen</i>	<i>10 t/m 14</i>
<i>Huidig gebruik en afdankgedrag</i>	<i>15 t/m 19</i>
<i>Huidige kennis en houding van en tegenover verantwoord afdanken</i>	<i>20 t/m 30</i>
Profiel steekproef	31 t/m 33



Hoofdstuk

# Onderzoeksverantwoording en leeswijzer

# Onderzoeksverantwoording



## Onderzoeksvraag

Hoe ziet het huidige afdankgedrag van consumenten voor fietsaccu's eruit en wat is de kennis, houding en intentie tot gewenst gedrag hiervoor?

### Subvragen

Hoe danken Nederlanders fietsaccu's af?

Wat is de algemene houding van Nederlandse consumenten t.a.v. recyclen/afdanken van fietsaccu's?

Wat zijn de drivers en barriers voor het correct afdanken van fietsaccu's?



## Doelgroep

n=1.010

Nederlandse consumenten van 18 jaar of ouder die een elektrische fiets bezitten, en/of thuiswonende kinderen hebben die een elektrische fiets bezitten

### Toelichting

Met deze steekproef is de foutmarge 3,1%. Dit betekent dat als een resultaat in het onderzoek 50% is, dit in werkelijkheid tussen de 46,9% en 53,1% ligt.



## Methode

Kwantitatief online onderzoek

### Toelichting

De data is verzameld via het onderzoekspanel van Markteffect.



## Dataverzameling

22 september t/m 3 oktober 2025

### Toelichting

De vragenlijst bestond uit 25 vragen (inclusief screenings- en achtergrondvragen)

De gemiddelde invultijd bedroeg 10 minuten.

# Leeswijzer



## Weergave significante verschillen

Wanneer er sprake is van een significant verschil dan wordt deze aan de rechterkant van de pagina weergegeven. De groep(en) die lichtgroen weergegeven worden, scoren significant hoger in vergelijking met groep(en) die donkergroen worden weergegeven. Zie het voorbeeld hiernaast.

Dit betekent in dit geval dat er significant meer mannen dan vrouwen het ergens mee eens zijn of een bepaalde voorkeur hebben voor iets.

Bij meer dan twee subgroepen, is het mogelijk dat verschillen niet van toepassing zijn op alle groepen. In dat geval worden de groepen waar géén sprake is van een significant verschil, niet weergegeven.

Hieronder is een lijst weergegeven van de icoontjes die de verschillende achtergrondkenmerken representeren.\*



Geslacht



Belang van duurzame keuzes



Leeftijd



Vertrouwen in recycling



Aantal fietsen

### Meest bepalende achtergrondkenmerken



Geslacht

Man

20%

Vrouw

14%

Hoofdstuk

# Conclusie en aanbevelingen

# Conclusie

**Slechts een minderheid van Nederlanders met een elektrische fiets heeft hun fietsaccu afgedankt, maar de meesten zijn zich bewust van de juiste methode van afdanken en de risico's van het foutief afdanken ervan. Van degenen die hun accu hebben afgedankt, handelde bijna iedereen correct.**

**Consumenten zien vooral fietsenwinkels, maar ook gemeentes en fabrikanten, als verantwoordelijke partijen om het juiste afdankgedrag te informeren en stimuleren. Deze fietsenwinkels worden al gezien als een betrouwbare partij om accu's bij in te leveren.**

## **Nederlandse consumenten laten hun fietsaccu's voornamelijk afdanken door hun fietsenmaker.**

In Nederland blijkt het vervangen of afdanken van fietsaccu's relatief weinig voor te komen: slechts een op de vijf consumenten met een elektrische fiets heeft dit ooit gedaan.

Wanneer consumenten wel hun accu vervangen of afdanken, doen ze dit met name via hun fietsenmaker. Het zelf afdanken van de accu's komt minder vaak voor.

Van de kleine groep die dit zelf heeft gedaan, heeft het merendeel deze bij de milieustraat ingeleverd. Slechts enkelen geven aan de accu bij het gewone vuilnis te hebben gedaan.

## **Nederlandse consumenten zijn over het algemeen goed op de hoogte van de juiste manier om fietsaccu's af te danken en van de gevaren van verkeerd afdanken.**

Wanneer er open naar wordt gevraagd, noemen bijna alle consumenten een veilige en duurzame methode, zoals het inleveren bij de milieustraat of de fietsenwinkel.

Consumenten zijn zich goed bewust van de risico's van verkeerd afdanken van accu's, waarbij brandgevaar het meest open wordt genoemd.

Hoewel de overgrote meerderheid het brandgevaar erkent, onderschat een deel van de consumenten nog steeds de mogelijke gevaren van verkeerd afdanken.

## **De meeste Nederlandse consumenten zien fietsenwinkels als belangrijke partijen voor het informeren over en stimuleren van het juiste afdanken van fietsaccu's.**

Bijna de helft van de consumenten is niet op de hoogte van inleverpunten voor fietsaccu's in hun omgeving of wil er meer. Consumenten geven ook aan dat betere communicatie en meer media-aandacht het bewustzijn over het juiste afdankgedrag zou bevorderen.

Fietsenwinkels spelen hierin een belangrijke rol; consumenten zien hen als verantwoordelijke partijen en vertrouwen erop dat zij hen via winkelmedewerkers kunnen informeren. Zo hebben winkels een cruciale positie in het bevorderen van veilig en verantwoord afdankgedrag.

# Aanbevelingen

Wat kan er op basis van het onderzoek nog aanbevolen worden?



**Communiceer duidelijker over de gevaren van onjuist afdanken van fietsaccu's.** Hoewel de meeste consumenten zich bewust zijn van de risico's, onderschat een deel het brandgevaar, wat toch tot gevaarlijke situaties kan leiden. Het is daarom belangrijk om gerichte en aansprekende communicatie in te zetten om het bewustzijn te vergroten. Verkopers van elektrische fietsen en accu's zijn hierbij een cruciale schakel, omdat consumenten hen zien als verantwoordelijke partijen voor het stimuleren van correct afdankgedrag. Ook gemeenten en fabrikanten spelen een belangrijke rol in het ondersteunen van deze bewustwording.



**Verbeter de communicatie over inleverpunten, vooral bij de aankoop van fietsen en/of accu's.** Hoewel veel consumenten weten waar ze hun fietsaccu's horen in te leveren, geeft bijna de helft aan niet te weten of / waar de inleverpunten zijn in hun omgeving, of geeft aan er meer te willen. Een beter geïnformeerde consument zal waarschijnlijk vaker correct afdanken, bijvoorbeeld wanneer fietswinkelmedewerkers hierover informeren. Door de communicatie via winkels te versterken, kan het bewustzijn worden vergroot en het juiste afdankgedrag worden bevorderd.



**Onderzoek ook de andere schakels in het recycleproces van fietsaccu's om inzicht te krijgen in wat er gebeurt nadat consumenten hun accu's hebben ingeleverd.** Uit dit onderzoek blijkt dat consumenten goed op de hoogte zijn van het juiste afdanken en dat degenen die hun accu's afgeven dit vrijwel altijd correct doen. Het is echter nog onduidelijk of de accu's via fietsmakers daadwerkelijk bij de juiste verwerkers terechtkomen. Door ook de tussenschakels nader te onderzoeken, kan het volledige proces beter in kaart worden gebracht en kunnen gerichte verbeteringen en strategische aanpassingen worden voorgesteld.

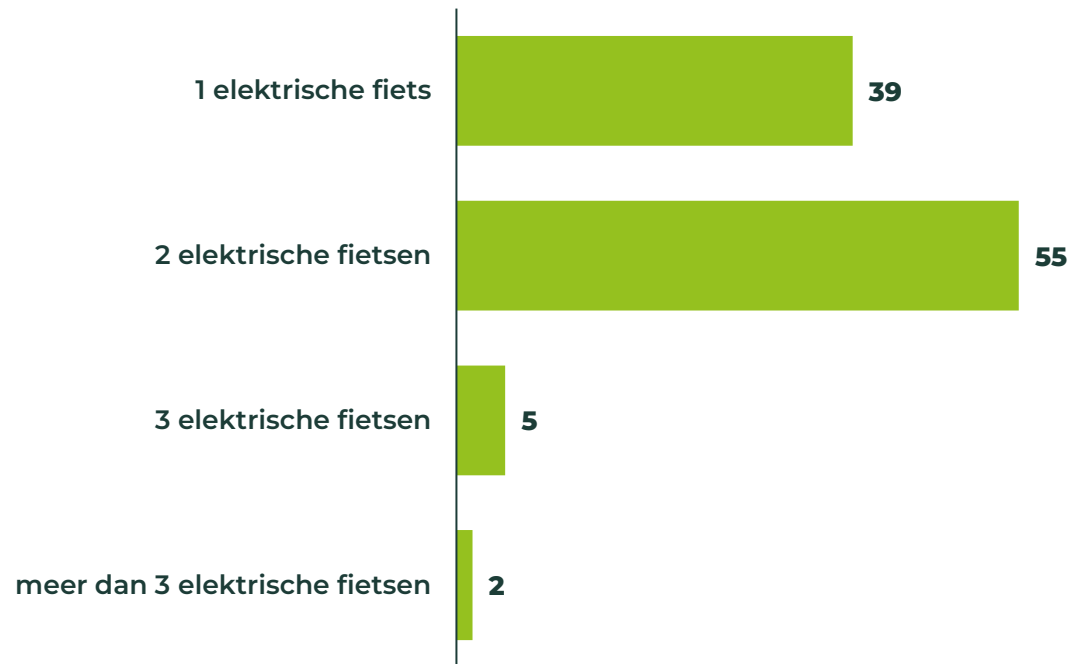
# Resultaten

Hoofdstuk

# Aankoopgedrag elektrische fietsen

# Ruim de helft van de consumenten heeft twee elektrische fietsen binnen hun huishouden; dit is vaker bij mannen en 55-plussers

## Aantal elektrische fietsen (%)

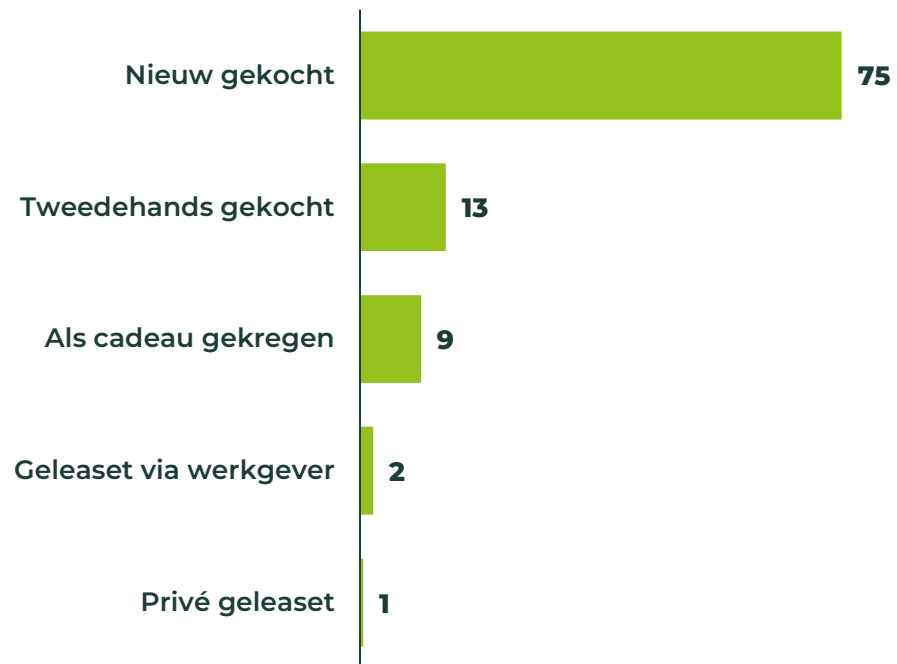


### Meest bepalende achtergrondkenmerken

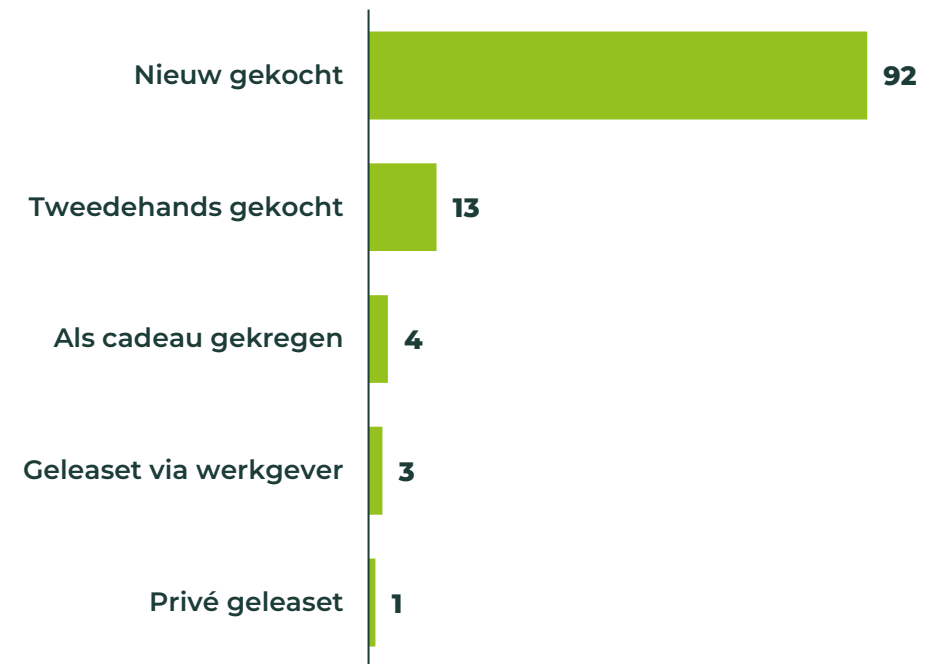
<i>2 elektrische fietsen</i>	
<b>Man</b>	<b>64</b>
<b>Vrouw</b>	<b>47</b>
<i>1 elektrische fiets</i>	
<b>Man</b>	<b>29</b>
<b>Vrouw</b>	<b>48</b>
<i>1 elektrische fiets</i>	
<b>18-34 jaar</b>	<b>68</b>
<b>35-54 jaar</b>	<b>45</b>
<b>55 jaar en ouder</b>	<b>35</b>
<i>2 elektrische fietsen</i>	
<b>18-34 jaar</b>	<b>29</b>
<b>35-54 jaar</b>	<b>47</b>
<b>55 jaar en ouder</b>	<b>59</b>

# Consumenten kopen hun elektrische fietsen voornamelijk nieuw; slechts één op de acht fietsen wordt tweedehands aangeschaft

## Eén elektrische fiets (%)

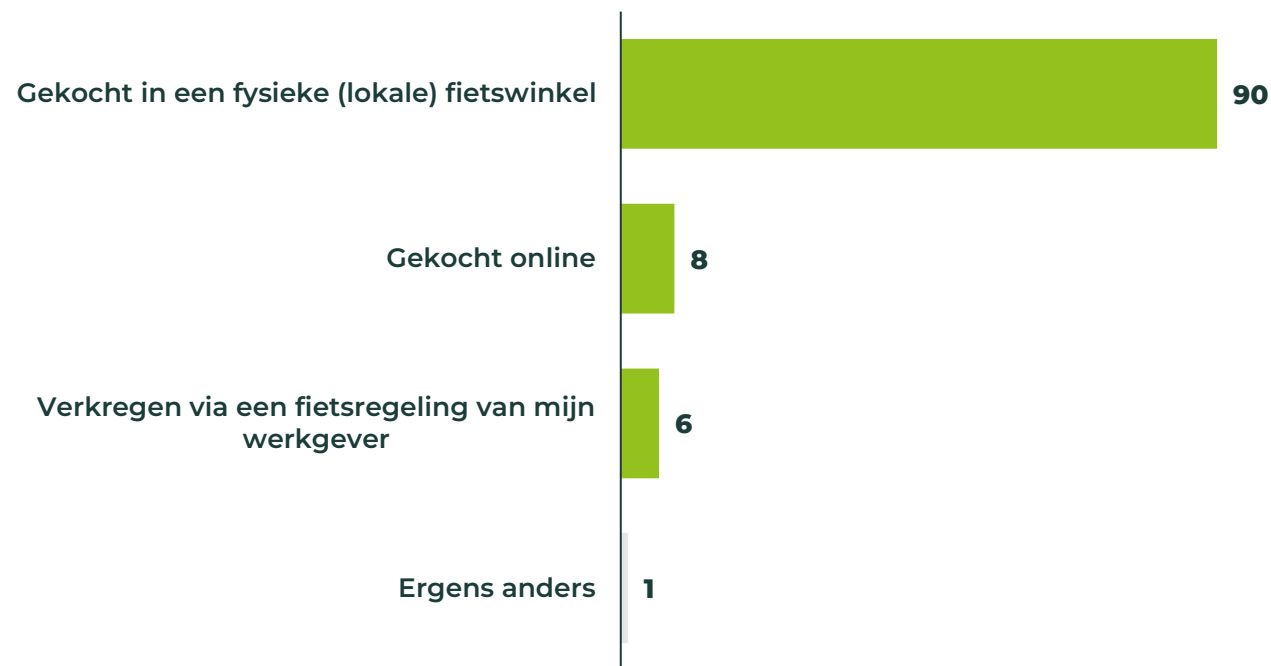


## Twee of meer elektrische fietsen (%)



# Deze nieuwe fietsen worden vooral in fysieke winkels gekocht, maar onder 35-jarigen gebeurt dit vaker online dan bij 35-plussers

## Aankoopkanaal nieuwe fiets (%)

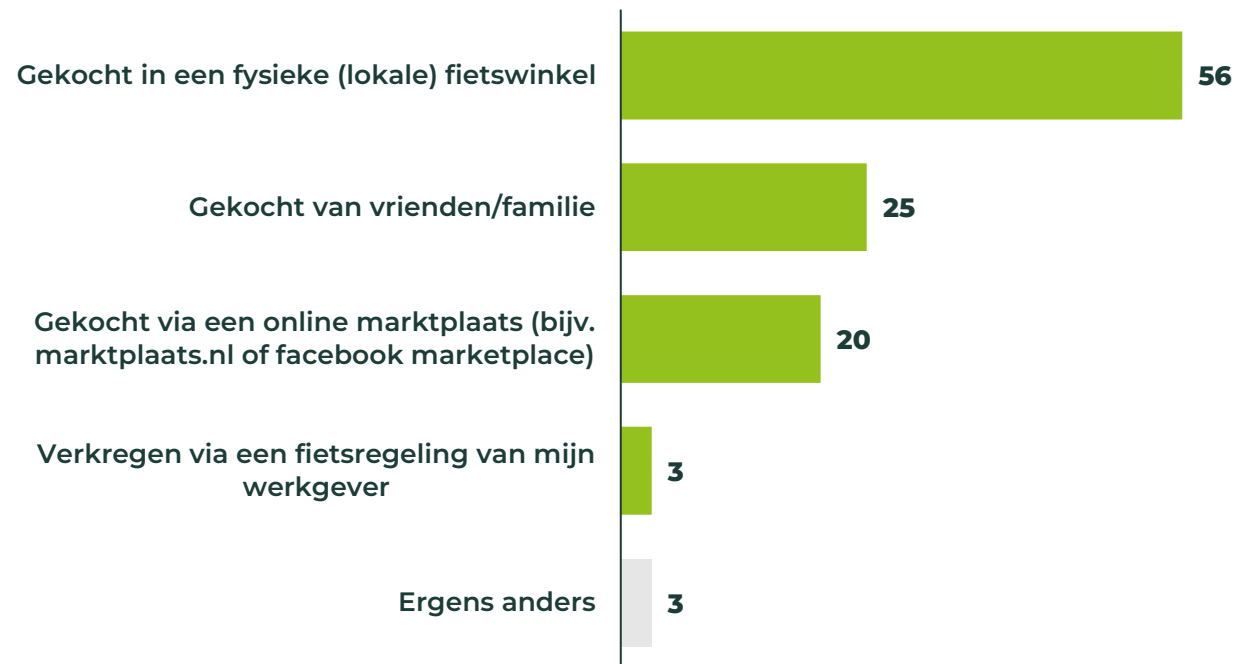


### Meest bepalende achtergrondkenmerken

Gekocht in een fysieke (lokale) fietswinkel		
	18-34 jaar	68
	35-54 jaar	86
	55 jaar en ouder	93
Gekocht online		
	18-34 jaar	23
	35-54 jaar	15
	55 jaar en ouder	5
Gekocht in een fysieke (lokale) fietswinkel		
	1 fiets	83
	2 fietsen	94
Gekocht online		
	1 fiets	13
	2 fietsen	5

# Ook als consumenten tweedehands fietsen kopen doen zij dit voornamelijk in een fysieke fietswinkel

## Aankoopkanaal tweedehands fiets (%)



Meest bepalende achtergrondkenmerken

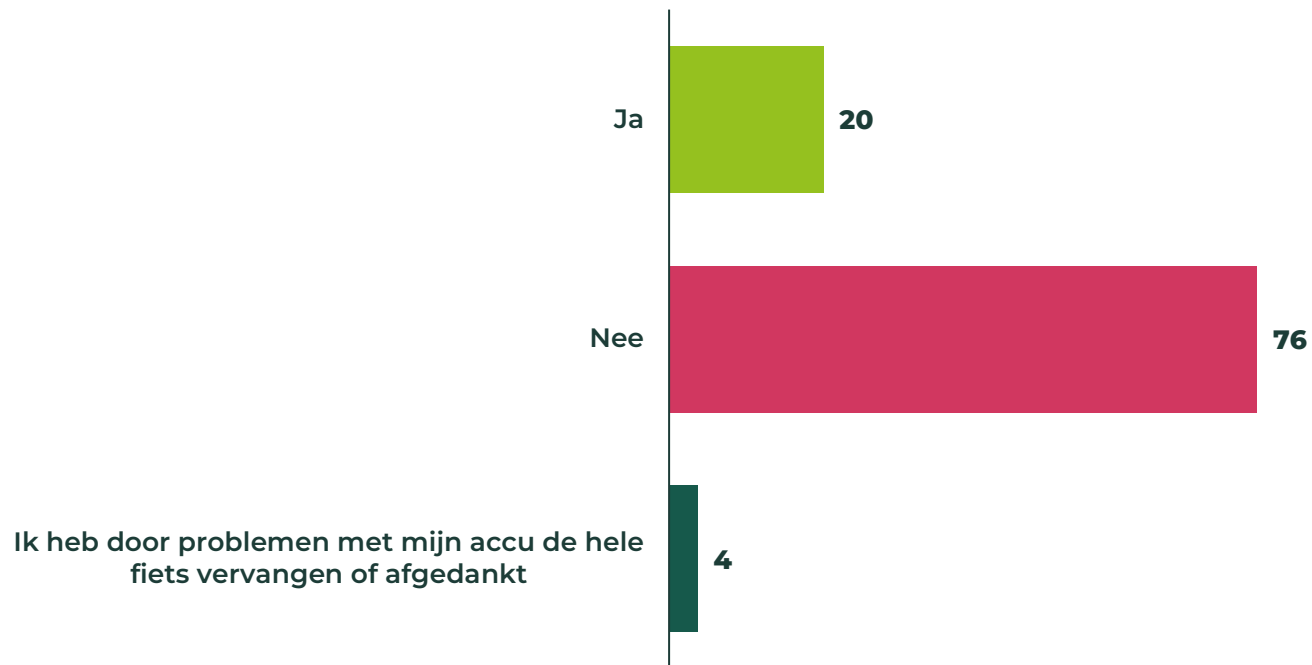
Geen significante verschillen

Hoofdstuk

# Huidig gebruik en afdankgedrag

# Het merendeel van de consumenten heeft zijn of haar fietsaccu nog nooit hoeven vervangen of afdanken

## Vervanging accu (%)



### Meest bepalende achtergrondkenmerken

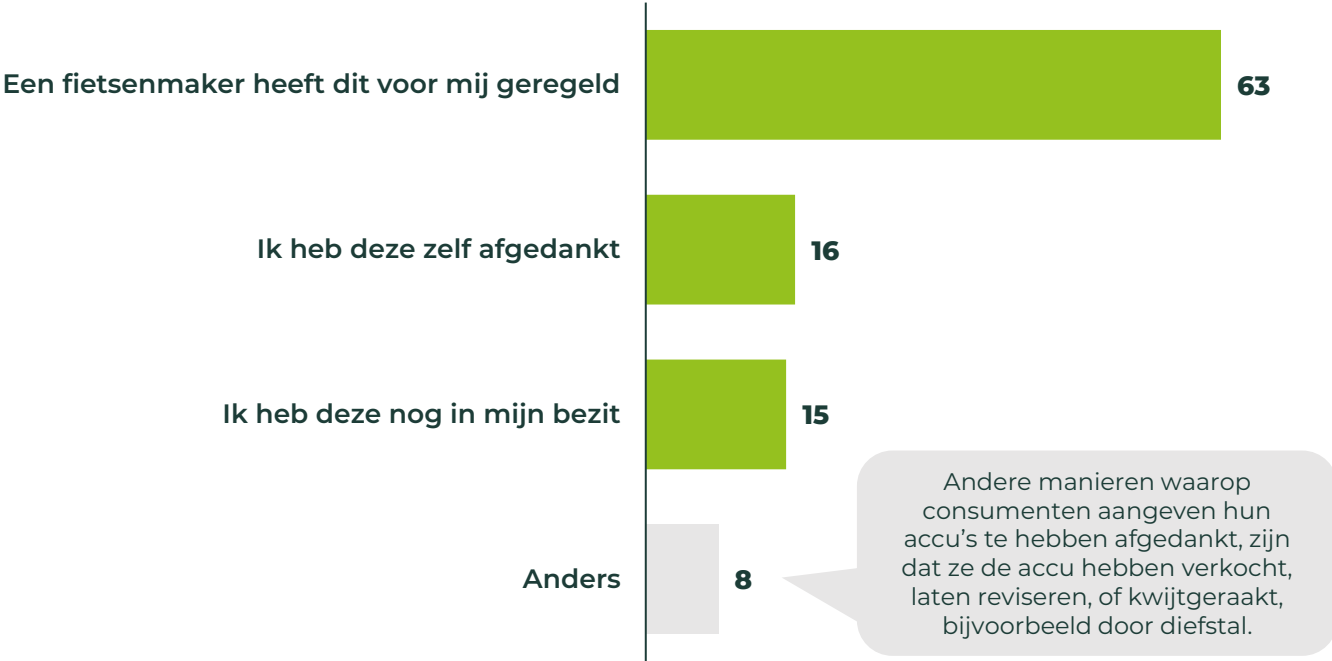
Ja	
1 fiets	15
2 fietsen	21

*Ik heb door problemen met mijn accu de hele fiets vervangen of afgedankt*

1 fiets	6
2 fietsen	2

# De consumenten die hun fietsaccu wel hebben afgedankt, hebben dit voornamelijk door een fietsenmaker laten doen

## Afdankgedrag accu (%)



Meest bepalende achtergrondkenmerken

Geen significante verschillen

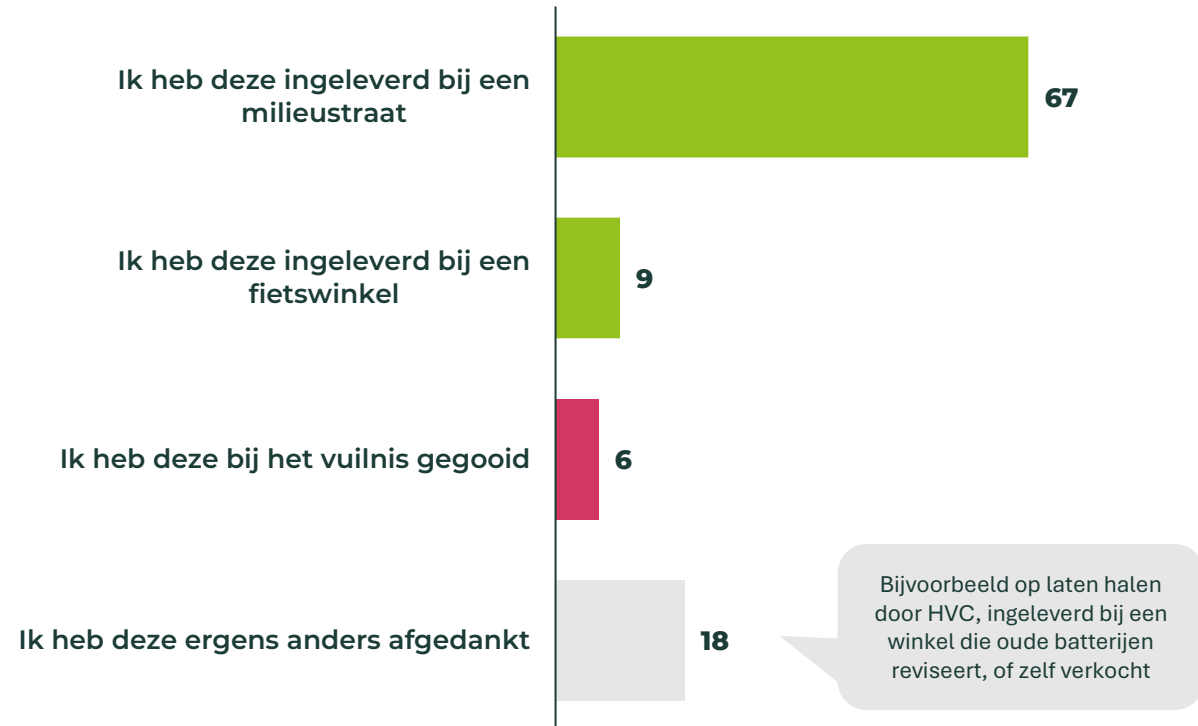
# De consumenten die hun fietsaccu zelf hebben afgedankt, geven aan dat dit geen moeite kost en deden dit vooral bij de milieustraat

## Moeite zelf afdanken accu (%)



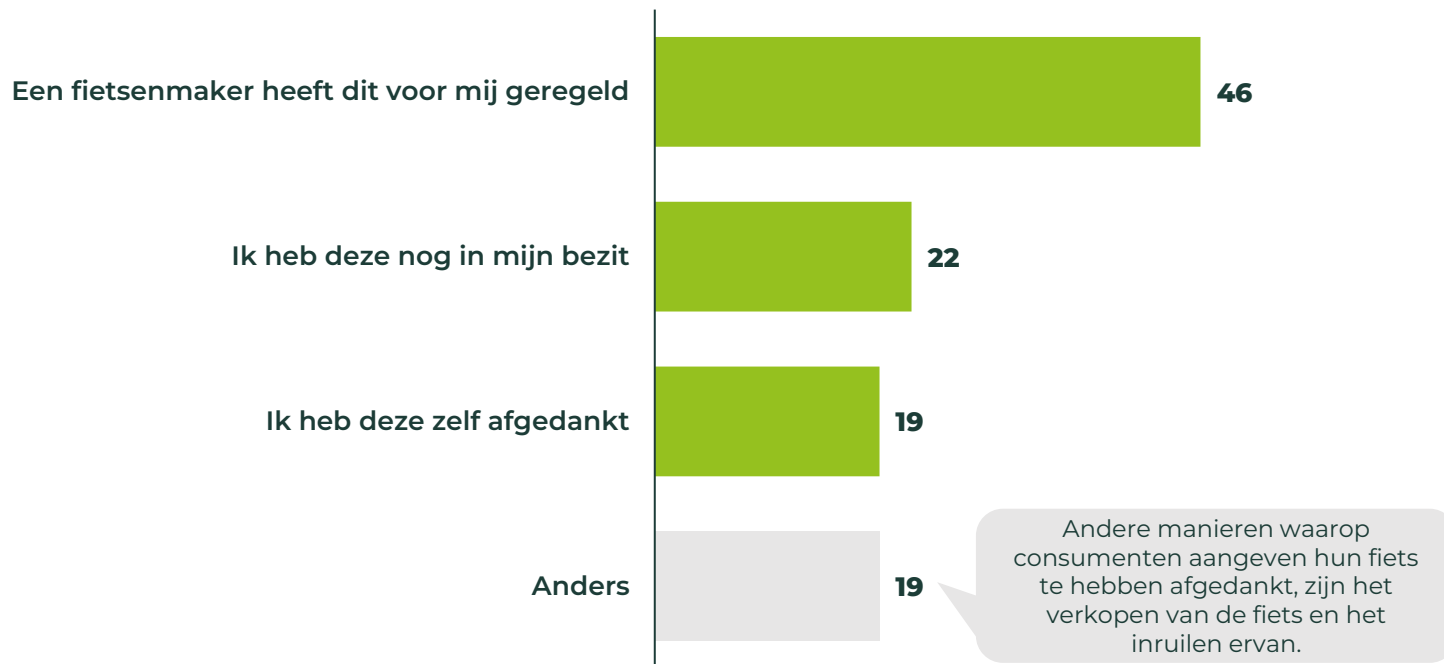
■ Geen moeite ■ Weinig moeite ■ Redelijk wat moeite ■ Veel moeite ■ Zeer veel moeite

## Locatie afgedankte accu (%)



# Consumenten die de volledige fiets hebben afgedankt i.p.v. alleen de accu, deden dit ook met name via de fietsenmaker

## Afdankgedrag volledige fiets (%)



## Reden voor afdanken volledige fiets

De meeste consumenten die de hele fiets afdankten in plaats van alleen de accu, deden dit omdat het voordeliger was dan accuvervanging, of omdat de fiets versleten of verouderd was.

“

*Omdat de accu zo duur was dat het niet meer de moeite waard was.*

“

*Was al 10 jaar oud en er was al duizenden kilometers mee gefietst.*

Hoofdstuk

# Huidige kennis en houding van en tegenover verantwoord afdanken

# Consumenten hebben over het algemeen een goed idee hoe ze hun accu veilig kunnen afdanken

## Veiligste manier afdanken accu's (%)



“

*Accu achterlaten bij de fietsenwinkel waar ik de nieuwe accu heb gekocht. Deze zal de verwijdering verzorgen.*

“

*Naar het milieustation brengen of naar de fietswinkel waar de fiets gekocht is.*

“

*Via de milieustraat of op laten halen als klein chemisch afval (KCA).*

21 Wat is volgens jou de veiligste manier om een accu van een elektrische fiets af te danken?

Basis: Alle respondenten (n = 1010)

Noot: resultaten zijn gebaseerd op een open vraag. Antwoorden zijn geclassificeerd en gekwantificeerd met behulp van AI

# Ook noemt ongeveer de helft van de consumenten spontaan brandgevaar als risico van foutief afdanken

## Risico's verkeerd afdanken accu's (%)



“

*Brand in de vuilniswagen of verbrandingsoven, milieuverontreiniging.*

“

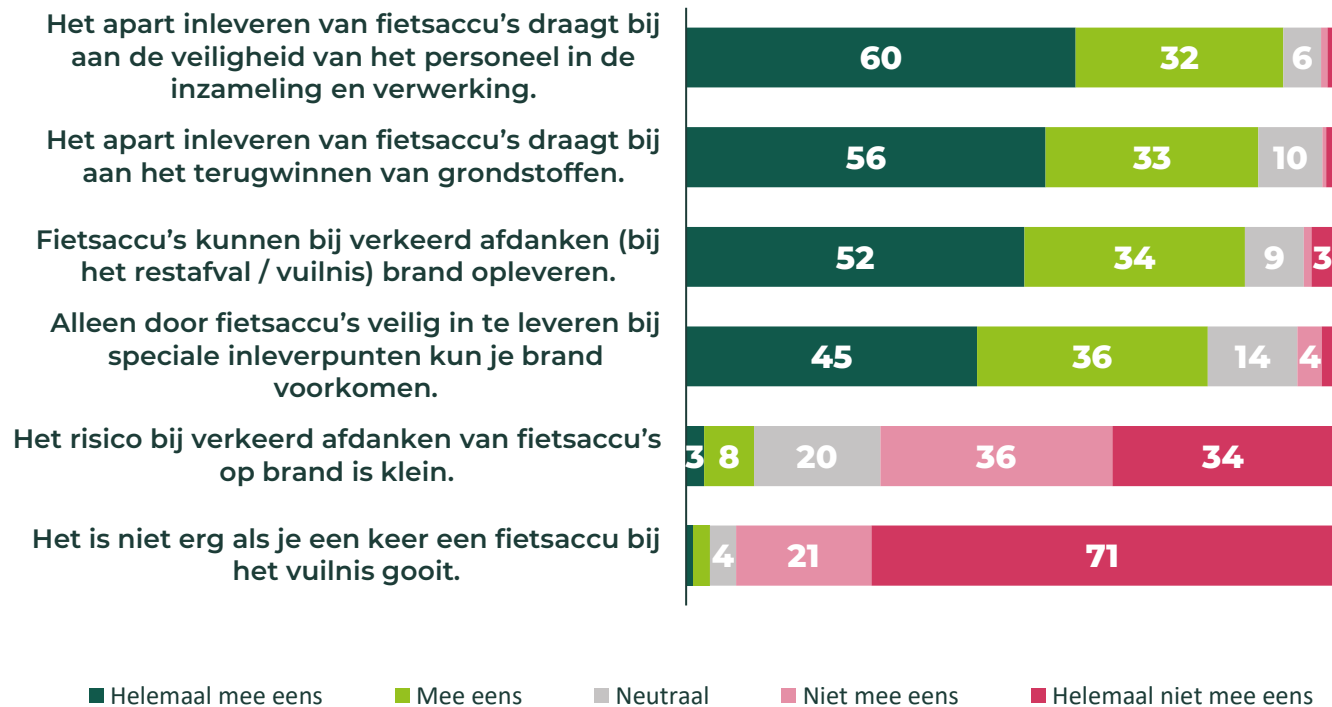
*Milieuschade bij dumpen op straat of brand in de vuilnisophaler bij het huisvuil.*

“

*Milieuschade en eventueel brandgevaar wanneer deze in de vuilnisauto terecht komt.*

# De meeste consumenten zijn zich bewust van het brandgevaar bij het verkeerd afdanken van accu's; toch acht één op de tien het risico klein

## Stellingen verkeerd afdanken (%)



### Top 2 box % (Helemaal) mee eens



Meer **mannelijke consumenten**, en consumenten **onder de 55 jaar oud**, geven aan dat het risico van brand bij verkeerd afdanken klein is, dan **vrouwen of 55-plussers**.

92

88

86

81

10

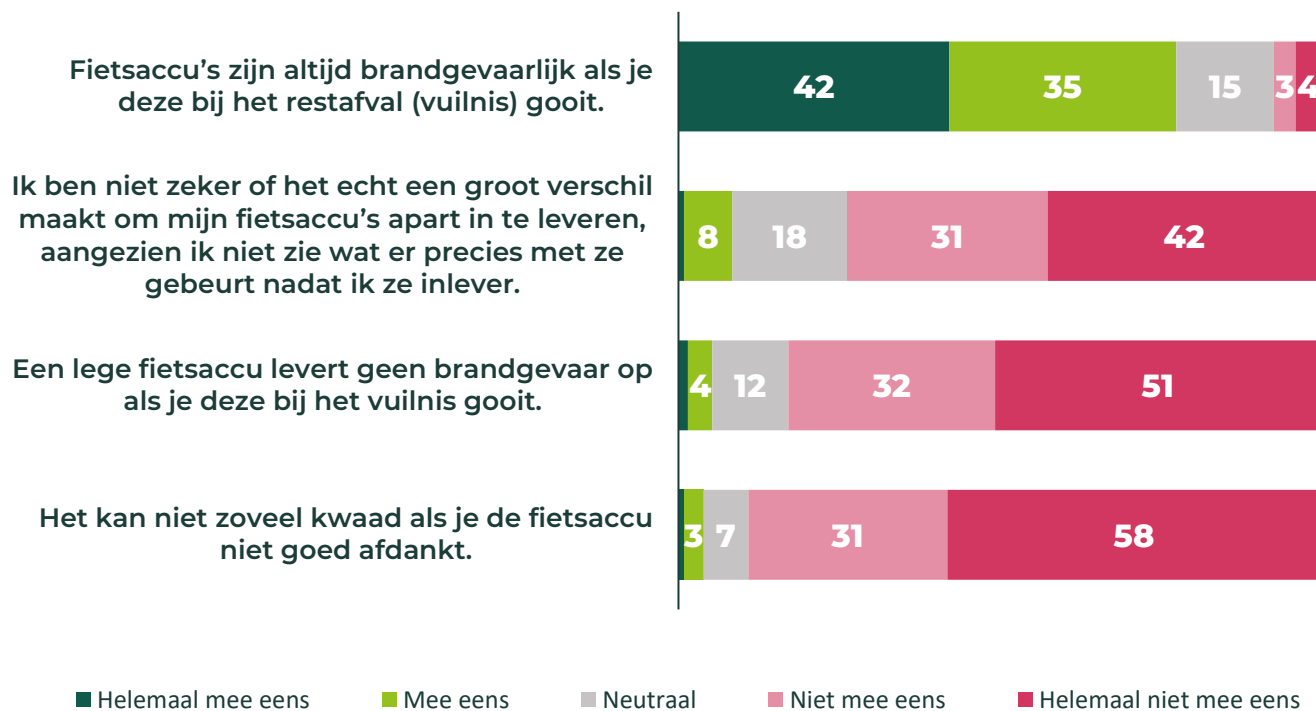
4



*Als de accu leeg is, is er geen kans op brand, omdat er geen ontsteking door temperatuur kan plaatsvinden.*

# Ook niet iedereen is ervan overtuigd dat foutief afdanken altijd brandgevaarlijk is; slechts driekwart ziet dit altijd als brandgevaarlijk

## Stellingen brandgevaar accu's (%)



**Top 2 box**  
% (Helemaal) mee eens

Meest bepalende achtergrondkenmerken



Voor alle stellingen, op de eerste stelling na, geldt dat consumenten **onder de 55 jaar** vaker aangeven het (helemaal) eens te zijn met de stellingen in vergelijking met **55-plussers**.

78

8

5

4

# Wel wordt er bijna unaniem aangegeven dat consumenten zich verantwoordelijk voelen voor het op de juiste wijze afdanken

## Mate van verantwoordelijkheid (%)



■ Heel erg verantwoordelijk ■ Een beetje verantwoordelijk ■ Niet verantwoordelijk ■ Helemaal niet verantwoordelijk

Consumenten voelen zich over het algemeen zeer verantwoordelijk om hun fietsaccu op de juiste wijze af te danken. **Zij geven aan dat dit normaal is**, dat dit is iets wat hoort. **Je hebt het aangeschaft dus je bent ook verantwoordelijk voor de afdanking ervan**. Tevens geven consumenten aan dat het **beter is voor het milieu** en dat het **geen grote moeite** is.

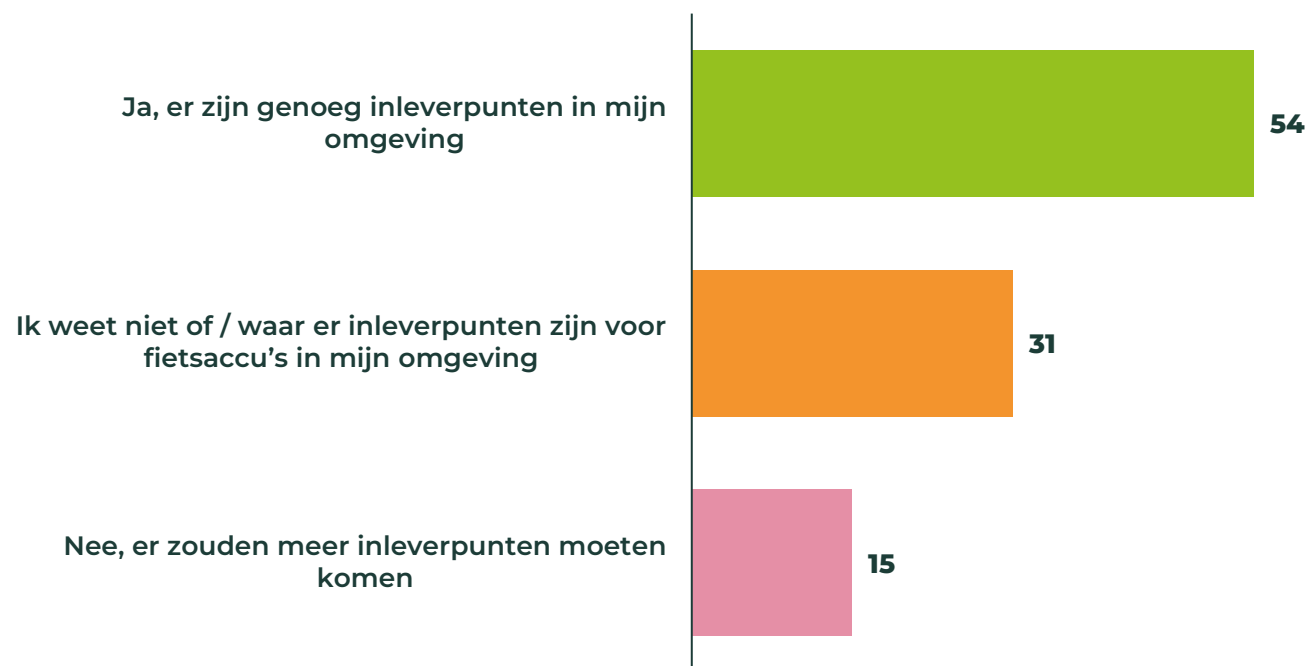
Het twintigtal consumenten dat zich niet verantwoordelijk voelt geeft aan dat dat komt omdat zij **de accu niet zelf inleveren of dat de fietswinkel daarvoor verantwoordelijk** is. Opvallend hierbij is dat bijna voor al deze consumenten geldt dat de accu **wél op de juiste wijze wordt afgedankt, zij doen dit alleen niet zelf**. Een enkeling geeft aan niet te weten waar hij of zij het moet inleveren of dat de milieustraat te ver weg is. Zij geven dan ook dat er meer bewustwording moet worden gecreëerd, bijvoorbeeld door meer promotie.

In hoeverre voel je je verantwoordelijk om fietsaccu's op de juiste wijze af te danken? Waarom voel jij je wel of niet verantwoordelijk? | Basis: Alle respondenten (n = 1010)

Wat zou er voor zorgen dat jij je in de toekomst wel verantwoordelijk zou voelen om fietsaccu's op de juiste wijze af te danken? | Basis: Respondenten die zich niet verantwoordelijk voelen (n = 22) *Let op, lage n. Hierdoor zijn deze resultaten indicatief van aard*

# 55-plussers vinden het aantal inleverpunten voor fietsaccu's voldoende; jongeren weten het niet of willen er meer

## Voldoende recycle inleverpunten accu's (%)

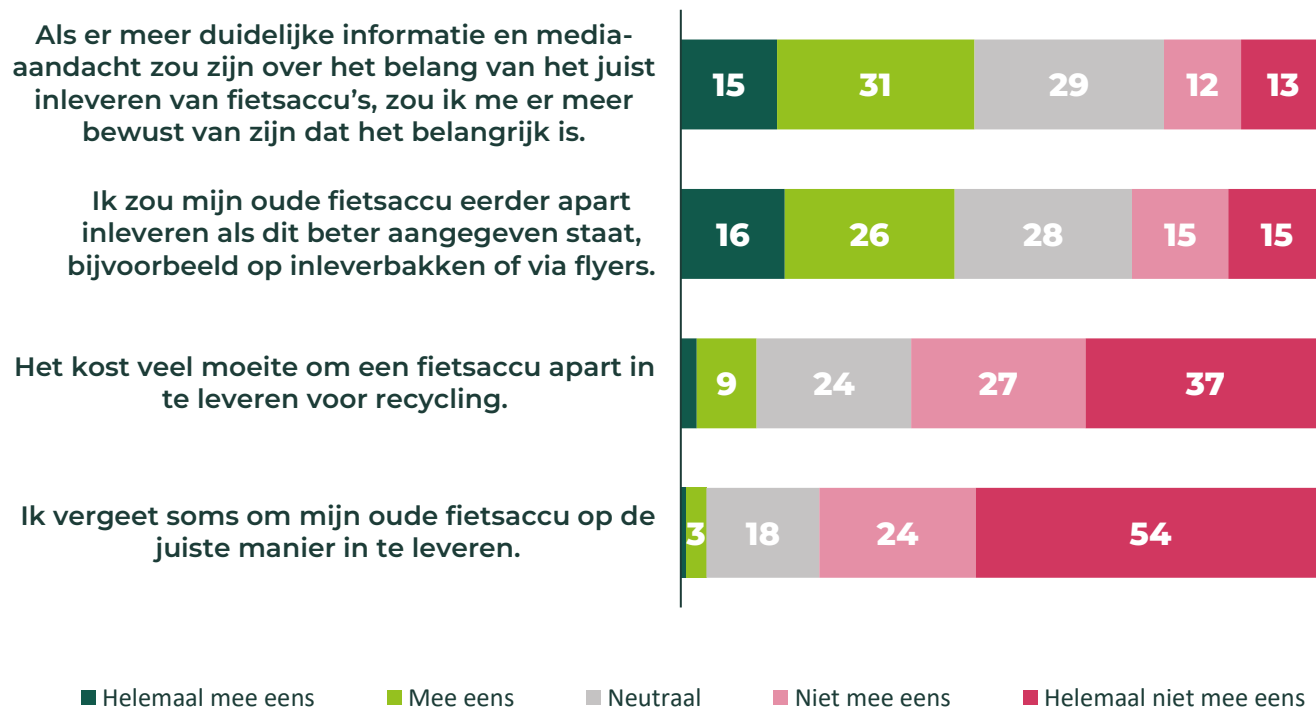


### Meest bepalende achtergrondkenmerken

-  Met name **55-plussers** vinden dat er genoeg inleverpunten zijn, vergeleken met consumenten **jonger dan 55**.
-  Meer **mannen** dan **vrouwen** vinden dat er genoeg inleverpunten zijn in hun omgeving. Vrouwen zijn vaker onzeker of deze er zijn, of waar deze zijn.
-  Consumenten die **duurzame keuzes heel erg belangrijk vinden** geven vaker aan dat er genoeg inleverpunten in hun omgeving zijn, vergeleken met consumenten **die dit minder belangrijk vinden**.
-  Consumenten die **veel vertrouwen hebben in de juiste verwerking van afgedankte accu's** geven vaker aan dat er genoeg inleverpunten in hun omgeving zijn, dan consumenten die hier **minder vertrouwen in hebben**.

# Betere informatievoorziening kan bijdragen aan meer bewustwording en stimuleren dat accu's apart worden ingeleverd

## Stellingen informatievoorziening en moeite (%)



**Top 2 box**  
% (Helemaal) mee eens

Meest bepalende achtergrondkenmerken



46

Voor alle stellingen behalve de bovenste geldt dat consumenten **onder de 35 jaar** vaker aangeven het (helemaal) eens te zijn met de stellingen in vergelijking met **55-plussers**.



42

Consumenten die **duurzame keuzes belangrijk vinden**, zijn het vaker eens dat meer informatie en media-aandacht over het juist inleveren van fietsaccu's zouden helpen om het belang daarvan beter te begrijpen, dan consumenten die daar **neutraal tegenover staan**.

12

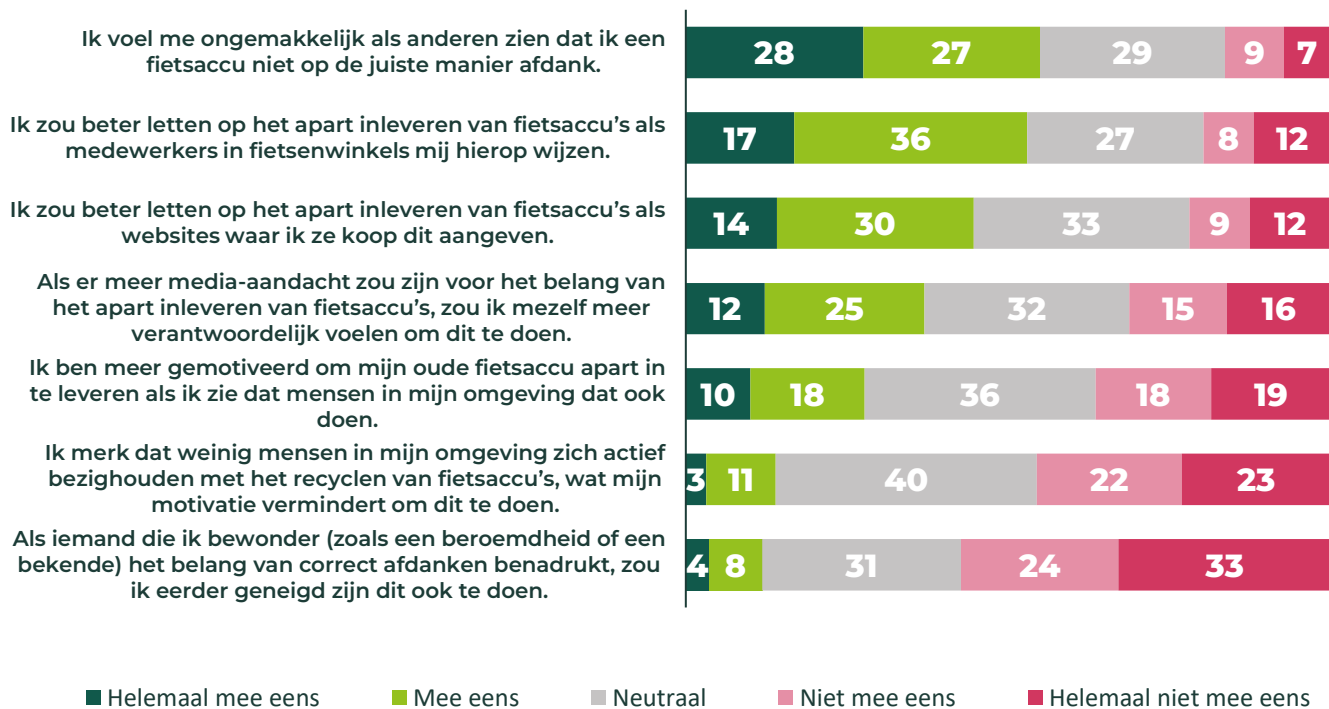


4

Consumenten die **veel vertrouwen hebben in de juiste verwerking van gerecyclede accu's**, vinden het minder vaak veel moeite om een accu in te leveren dan consumenten met **slechts een beetje vertrouwen of die er neutraal tegenover staan**.

# Ook kunnen omgevingsfactoren het juist afdanken bevorderen; met name de verkopers van de fietsen / accu's spelen hierin een rol

## Stelling omgevingsbeïnvloeding accu's (%)



## Top 2 box % (Helemaal) mee eens

### Meest bepalende achtergrondkenmerken



# Consumenten zien dan ook vooral de winkel, fabrikant en gemeente als verantwoordelijken voor het bevorderen van juiste afdanking

## Verantwoordelijkheid instanties (%)



“

*Fietsenwinkels en leasemaatschappijen kunnen goede voorlichting geven bij de aanschaf of lease van een elektrische fiets. Gemeente is verantwoordelijk voor voldoende inlevermogelijkheden.*

“

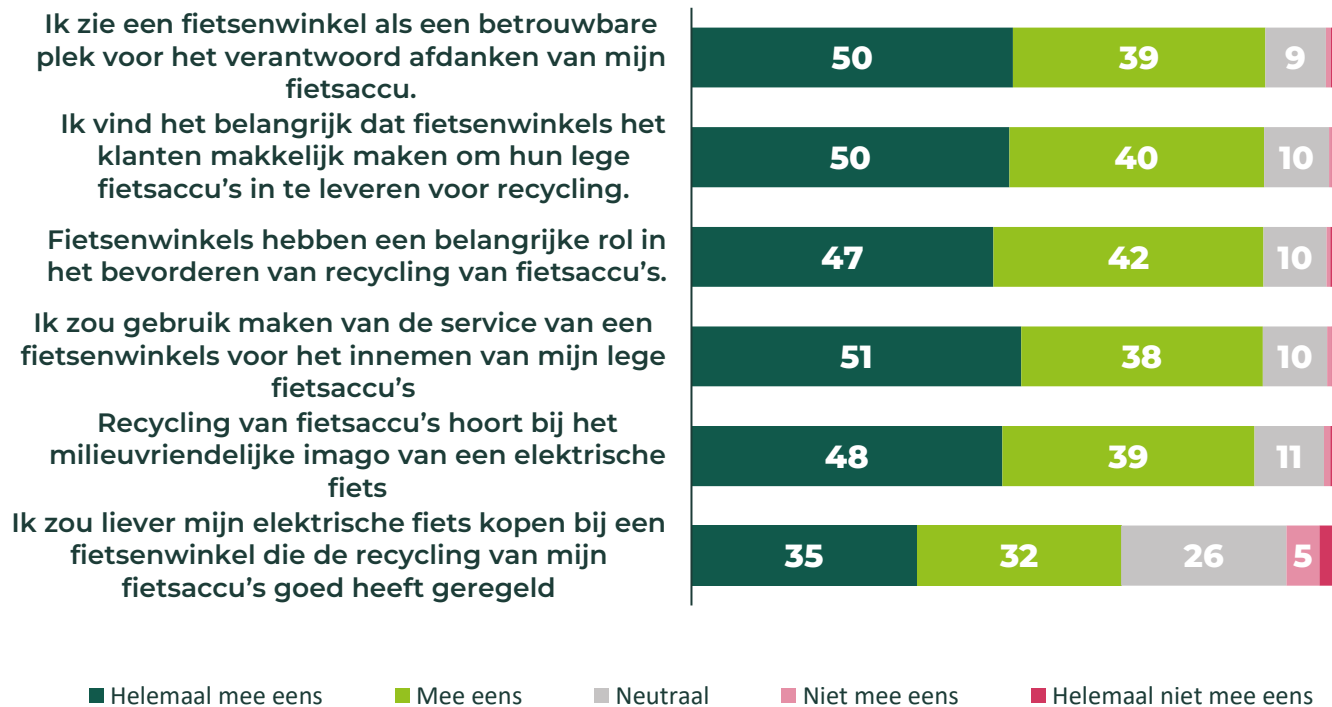
*Ik vind het vrij logisch dat je een (fiets)accu niet bij het restafval moet gooien. Andere mensen weten dat misschien niet en daar heeft in ieder geval de gemeente een voorlichtingstaak.*

“

*In eerste instantie moet een leverancier je erop wijzen hoe en waar je een oude accu (als het nodig is) kunt inleveren. Op dit moment wordt veel aandacht gevraagd voor het opladen van accu's en het brandgevaar. Het zou goed zijn om ook aandacht voor het inleveren te vragen.*

# Vrijwel alle consumenten zien fietsenwinkels als betrouwbare inzamelpunten voor accu's, mits dit gemakkelijk wordt gemaakt

## Stellingen fietsenwinkels (%)



### Top 2 box % (Helemaal) mee eens

#### Meest bepalende achtergrondkenmerken

89



Voor alle stellingen geldt dat **55-plussers** vaker aangeven het (helemaal) eens te zijn met de stellingen in vergelijking met consumenten **onder de 55 jaar**.

89



Dit geldt ook voor **zij die duurzame keuzes belangrijk vinden**, ten opzichte van **zij dit niet minder belangrijk vinden**.

89

89



Daarnaast geldt dit ook voor **consumenten die vertrouwen hebben in de juiste verwerking van afgedankte accu's**, tegenover **hen die hier minder vertrouwen in hebben**.

88

67

Hoofdstuk

# Profiel steekproef

# Profiel steekproef (n=1010)

Let op!  
Door afronding  
kan het  
voorkomen dat  
percentages  
optellen tot 99%  
of 101%.

## Geslacht



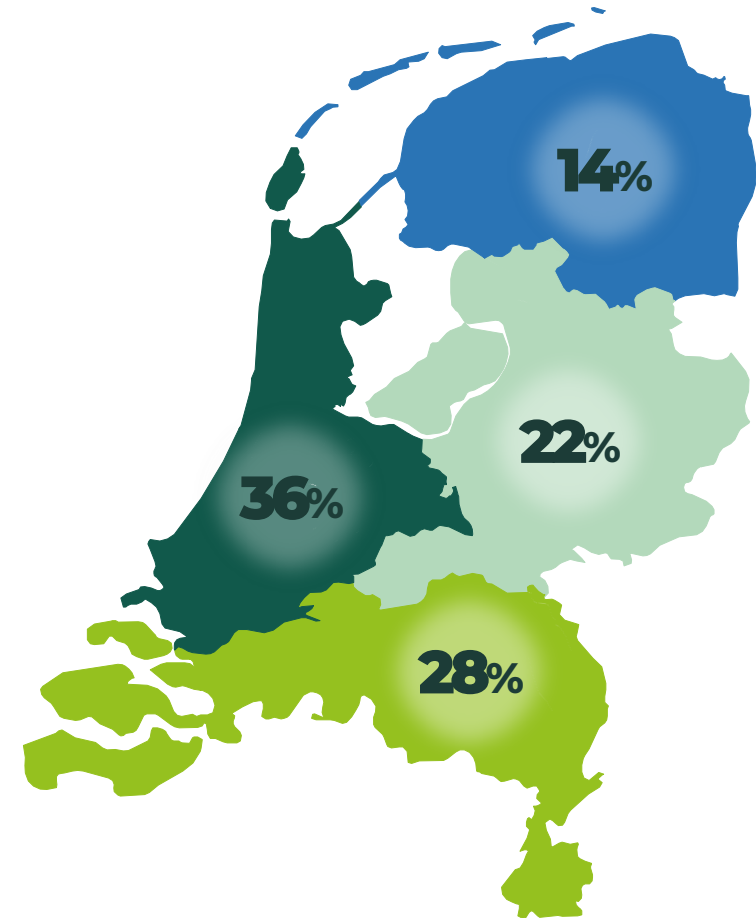
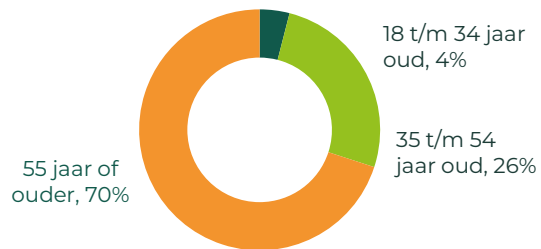
## Arbeidssituatie

Gepensioneerd	44%
Loondienst parttime	22%
Loondienst fulltime	20%
Niet werkzaam	7%
ZZP/ondernemers	4%
Anders	3%

## Opleiding

Laag	18%
Midden	40%
Hoog	42%

## Leeftijd



# Profiel steekproef (n=1010)

Let op!  
Door afronding  
kan het  
voorkomen dat  
percentages  
optellen tot 99%  
of 101%.

## Informatievoorziening

Zelf zoeken	41%
Zoekmachines	37%
Specifieke websites	23%
Krant	18%
Familie/kennissen/vrienden	17%
Winkel/supermarkt	12%
Sociale media	5%
AI-tools	4%
Anders	5%
Weet ik niet	5%
Geen behoefte	18%

## Belang duurzame keuze

Heel erg belangrijk	31%
Belangrijk	50%
Neutraal	16%
Niet belangrijk	2%
Helemaal niet belangrijk	2%

## Vertrouwen recycling

Veel vertrouwen	54%
Een beetje vertrouwen	31%
Neutraal	13%
Geen vertrouwen	1%
Helemaal geen vertrouwen	1%

Hoofdstuk

# Colofon

# Colofon



**Tim Paulusse**  
Research Expert  
06-35605267  
t.paulusse@markteffect.nl



**Joris van de Schoor**  
Client consultant  
06-28745795  
j.vandeschoor@markteffect.nl

**Markteffect B.V.**  
markteffect.nl

**Locatie Eindhoven**  
Schimmelt 46  
5611 ZX Eindhoven

+31 40 239 22 90

**Locatie Amsterdam**  
Herengracht 454  
1017 CA Amsterdam

+31 20 770 75 79

Disclaimer ©

Dit rapport is gemaakt door Markteffect B.V., exclusief te behoeve van gebruik door de opdrachtgever(s). Dit rapport is incompleet zonder te refereren aan, en zal alleen in samenloop worden gezien met, de mondelinge toelichting verzorgd door Markteffect B.V. Dit rapport is eigendom van de opdrachtgever(s) en mag niet worden onthuld aan derden of gebruikt voor elk ander doel zonder vooraf schriftelijke toestemming van Markteffect B.V. of de opdrachtgever(s).

De informatie in dit rapport geeft de visie weer van Markteffect B.V. op basis van door middel van onderzoek gevonden feiten. Tijdens dit onderzoek heeft Markteffect B.V. vertrouwd op de accuratesse en volledigheid van beschikbare informatie van publieke en private bronnen gebruikt voor dit marktonderzoek. Markteffect B.V. en haar werknemers wijzen elke verantwoordelijkheid af betreffende het gebruik van deze rapportage.

