

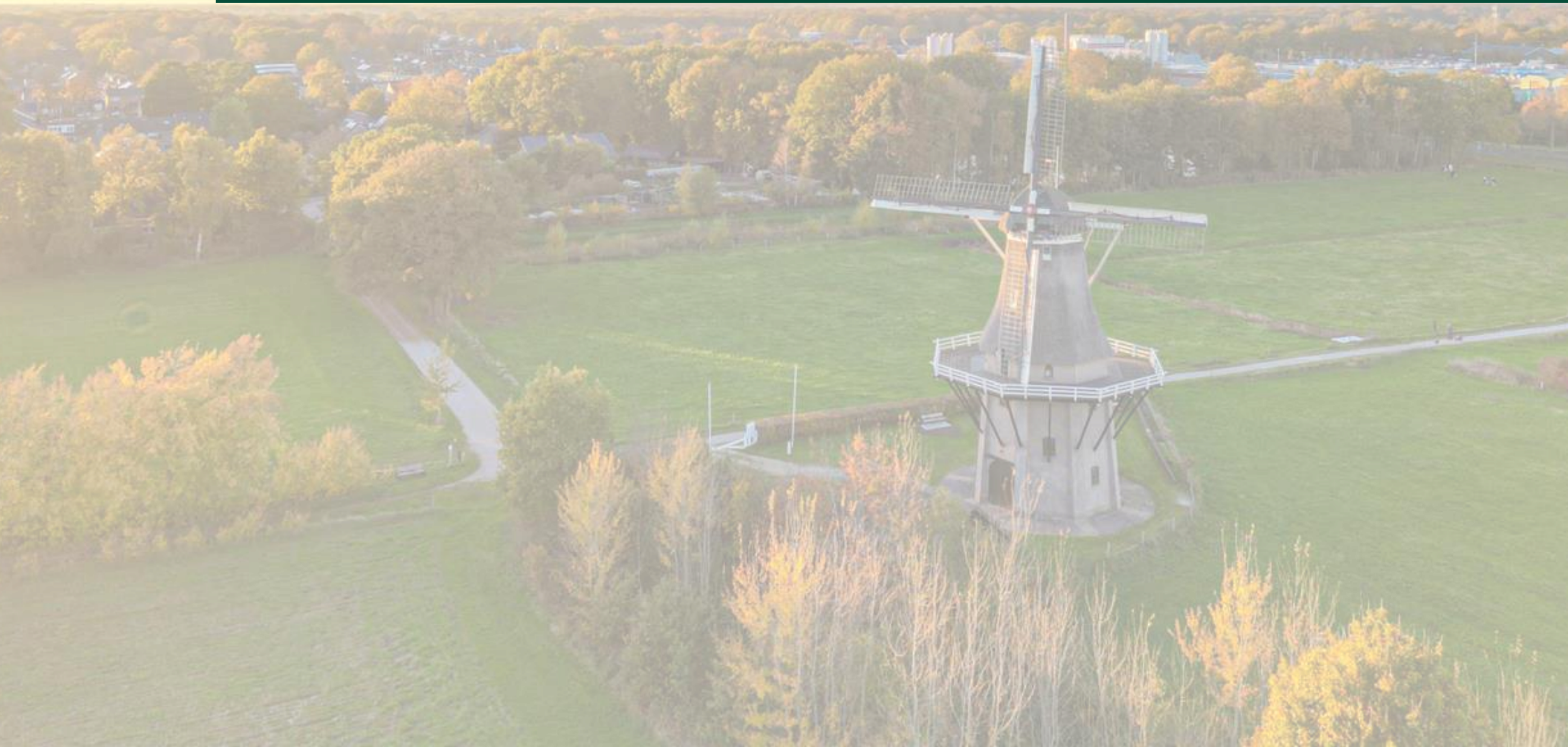


Consumentenonderzoek

Betrokkenheid van Nederlanders bij duurzaamheid en klimaat



INLEIDING





AANLEIDING

Naar aanleiding van de doelstelling van Milieu Centraal om meer inzicht te krijgen in laagbetrokkenen bij duurzaamheid is in 2022 een consumentenonderzoek uitgevoerd op het gebied van duurzaam gedrag en houding. Het onderzoek is uitgevoerd in opdracht van Milieu Centraal onder het panel van marktonderzoeksbureau Motivaction.

DOELSTELLING

De doelstellingen van het huidige onderzoek zijn:

- Inzicht krijgen in verschillen in gedragingen, houding en intenties van laagbetrokkenen tegenover hoogbetrokkenen op het gebied van duurzaamheid en klimaat.

METHODE

Het onderzoek is kwantitatief uitgevoerd door middel van een online vragenlijst opgesteld door onderzoekers van Milieu Centraal. Deze vragenlijst bestond uit 24 vragen, inclusief 6 sociodemografische vragen.

De steekproef bestond uit 1033 Nederlanders (18-80 jaar) en was na weging representatief op basis van geslacht, leeftijd, opleiding en regio (zie 'Bijlage'). Het veldwerk vond plaats in september 2022.

WAT ZIJN LAAGBETROKKENEN?

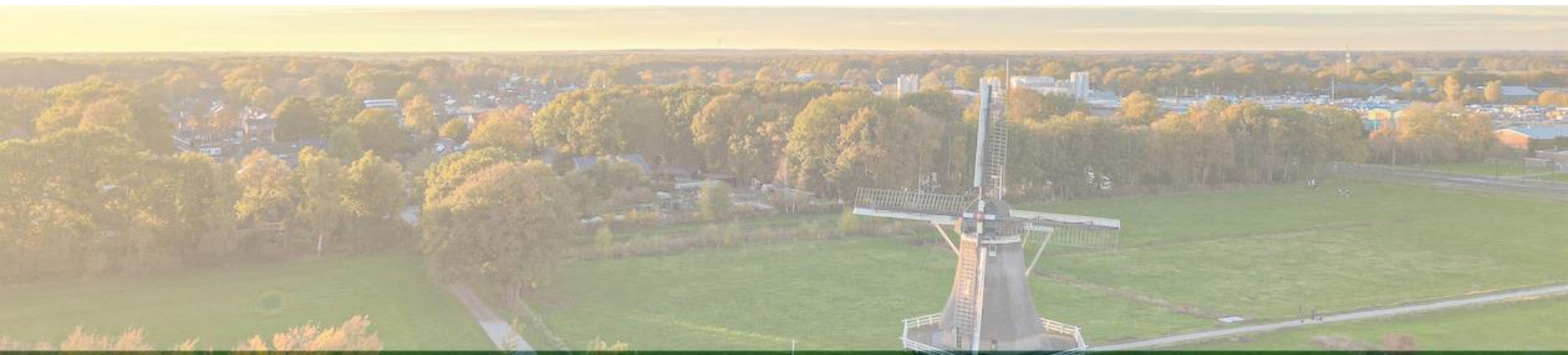
De mate van betrokkenheid is in dit consumentenonderzoek bepaald aan de hand van de scores op de 8 onderstaande items uit het consumentenonderzoek. 23% van de respondenten het gemiddeld gezien 'helemaal mee oneens' of 'mee oneens' met deze stellingen. Deze groep wordt gezien als laagbetrokken.

In hoeverre ben je het eens met de volgende stellingen?

- Ik denk erover na of ik duurzame keuzes maak
- Ik praat weleens met mensen over klimaat- en milieu-issues

In hoeverre ben je het eens of oneens met de volgende stellingen?

- Ik denk erover na wat het effect is van minder vlees eten op het klimaat
- Ik praat weleens met anderen over het effect van minder vlees eten op het klimaat
- Ik denk erover na wat het effect is van minder vliegen op het klimaat
- Ik praat weleens met anderen over het effect van minder vliegen op het klimaat
- Ik denk erover na wat het effect is van energiebesparing in mijn huis op het klimaat
- Ik praat weleens met anderen over het effect van energiebesparing in huis op het klimaat



SOCIODEMOGRAFISCHE KENMERKEN

LAAGBETROKKENEN

Op basis van deze betrokkenheid vragen komen een aantal sociodemografische kenmerken van laagbetrokkenen naar voren. Laagbetrokkenen vormen **23% van de respondenten** in dit onderzoek.



Iets vaker man (53% tegenover 46% vrouw)



Vooraf uit Noord Nederland, het minst vaak uit Oost Nederland



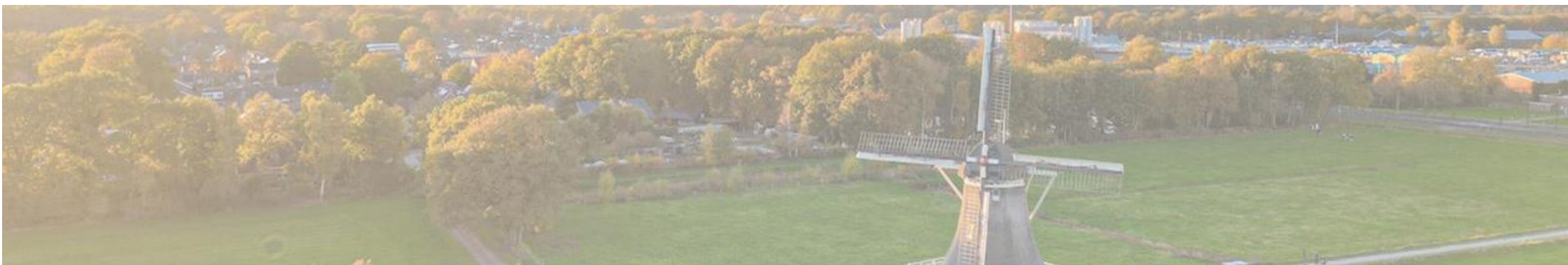
Iets vaker beneden modaal inkomen



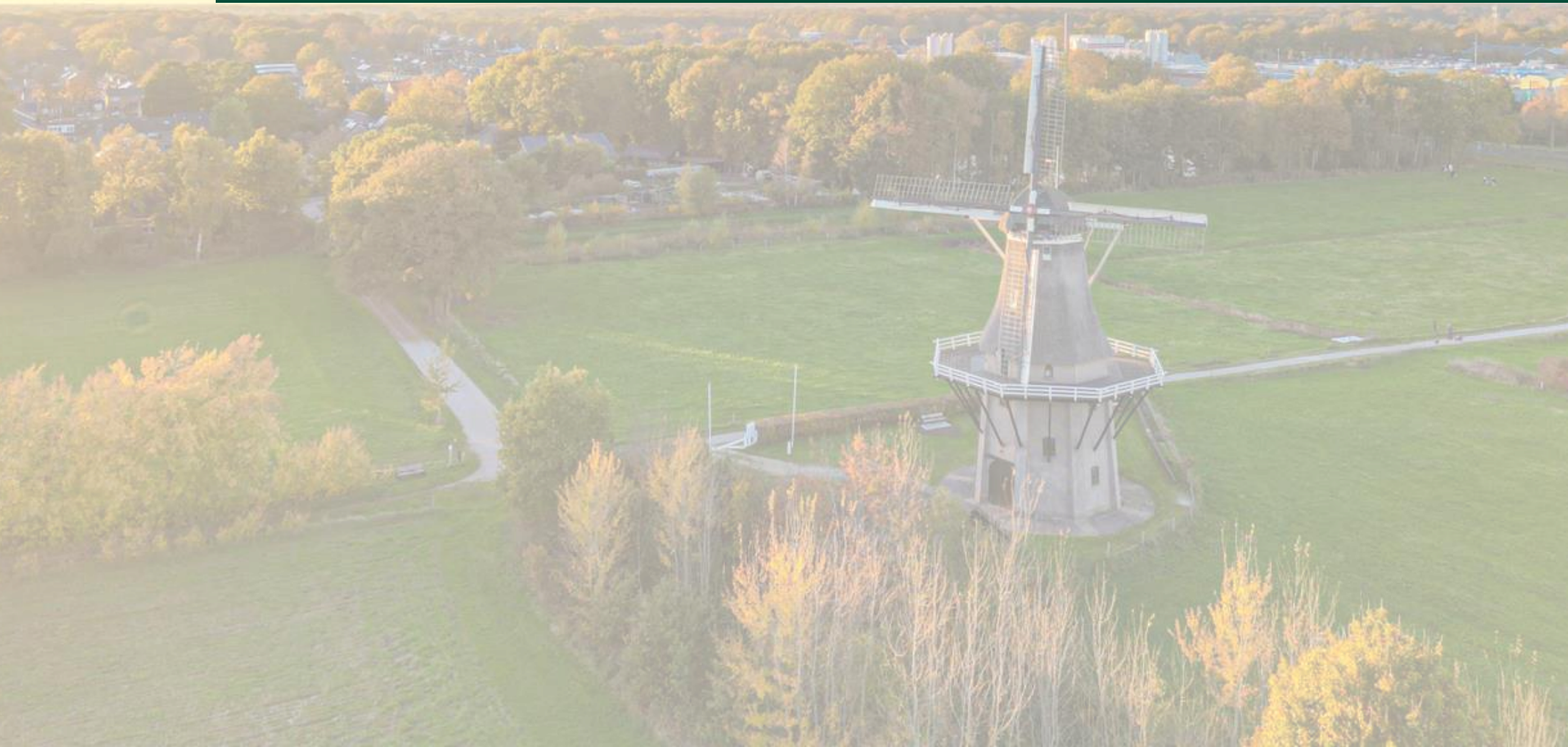
Vooraf 55 t/m 64 jaar



Vooraf midden- en laagopgeleid



SAMENVATTING



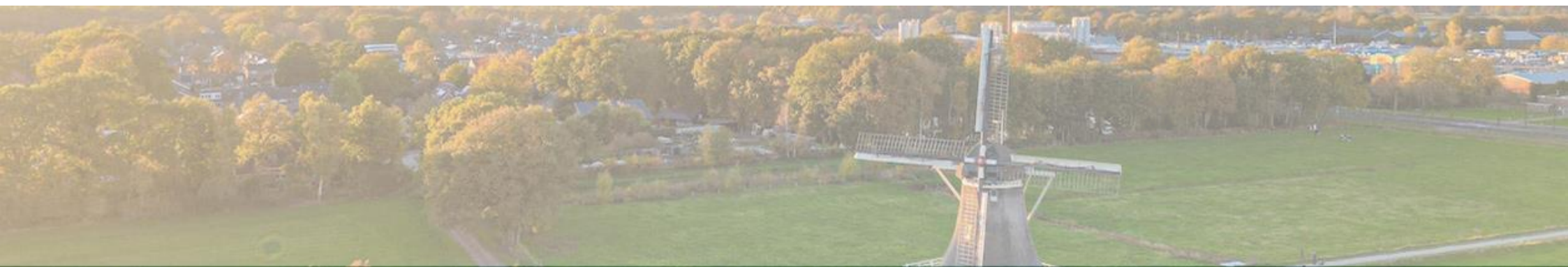
LAAGBETROKKENEN MINDER DUURZAAM

Zowel zorgen om klimaatverandering, als bereidheid en intenties tot duurzaam gedrag zijn bij laagbetrokkenen lager dan bij hoog betrokkenen. Duurzaam gedrag is ook minder frequent onder laagbetrokkenen.

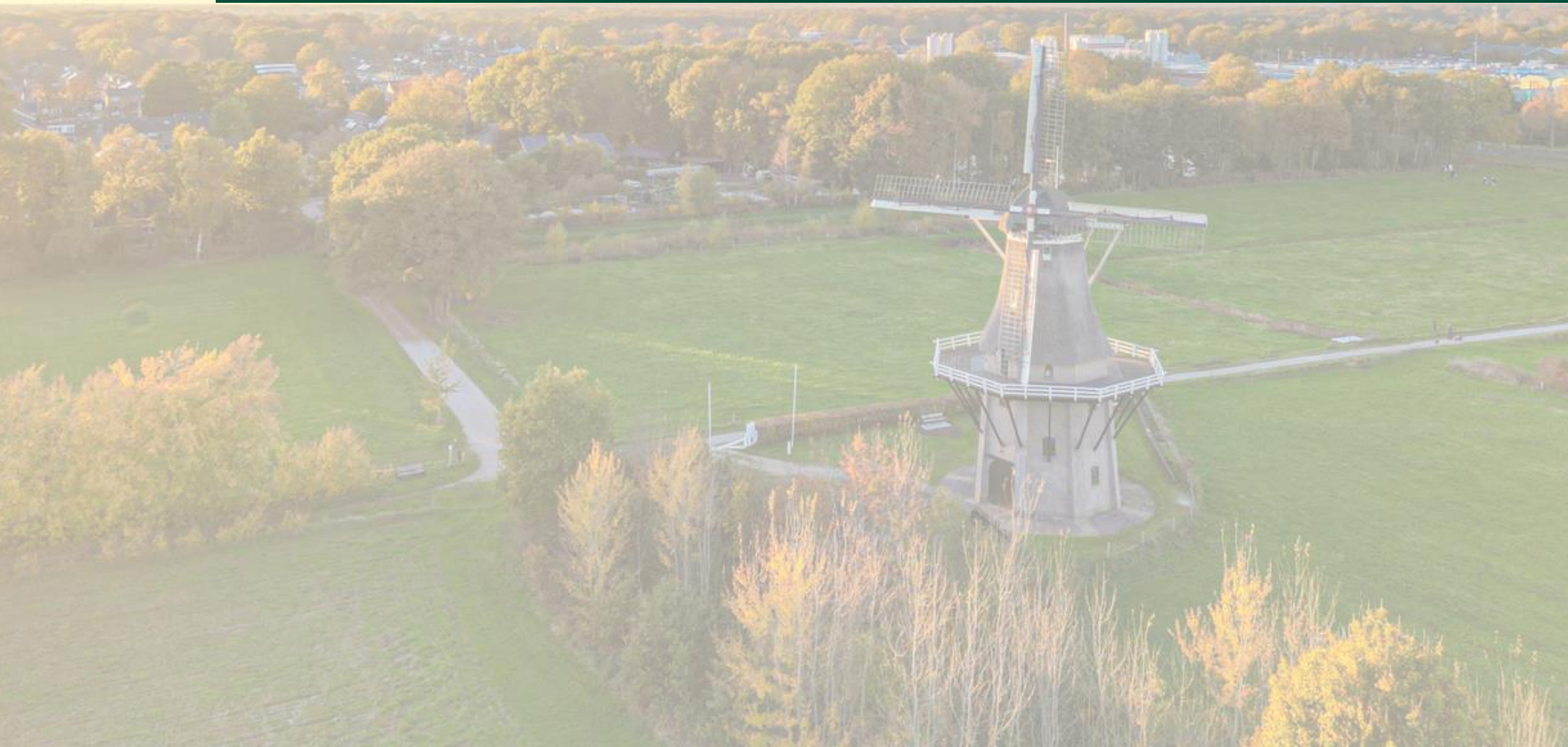
Hoog betrokkenen vertonen vaker duurzame gedragingen. Energiebesparende maatregelen in huis, zoals uitsluitend ledlampen kopen, wasmachine en vaatwasser volladen voor gebruik en de thermostaat uit of lager zetten worden vaker laten zien door hoog betrokkenen. Hetzelfde geldt voor de mate van vleesconsumptie. Hoog betrokkenen geven ook in totaal meer maatregelen aan die zij doen om energie te besparen. De was ophangen in plaats van de droger gebruiken en het aantal vliegreizen zijn daarentegen niet significant vaker aanwezig bij een van de groepen.

Zorgen om klimaatverandering minder aanwezig bij laagbetrokkenen. Dit uit zich ook in de eigen gevoelens van betrokkenheid bij het thema duurzaamheid.

Laagbetrokkenen ook minder vaak van plan om duurzame gedragingen te vertonen vanwege het klimaat. Hierbij gaat het om minder vlees consumeren, minder vliegen en energie besparen in huis. Laagbetrokkenen geven ook een lagere bereidheid aan om gedrag te veranderen om klimaatverandering tegen te gaan. Het graag kopen van spullen die niet nodig zijn wordt niet significant vaker aangegeven bij een van de groepen, al geven laagbetrokkenen vaker aan het hier helemaal niet mee eens te zijn, dus dit niet graag te doen.



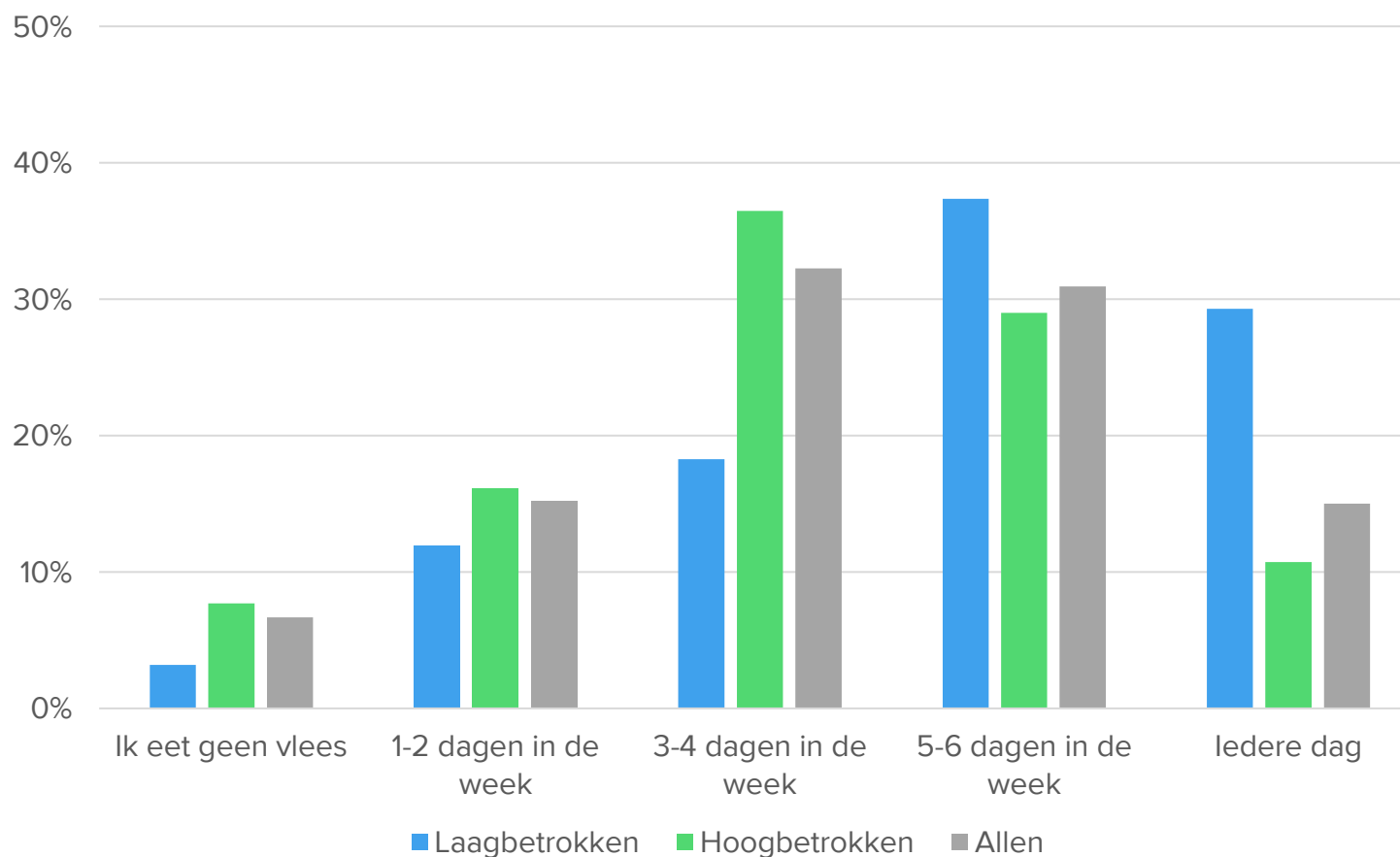
RESULTATEN



VLEESCONSUMPTIE HOGER BIJ LAAGBETROKKENEN

De meeste Nederlanders eten meerdere dagen per week vlees bij de hoofdmaaltijd. Laagbetrokkenen eten vaker 5 of meer dagen in de week vlees bij de avondmaaltijd. Hoogbetrokkenen eten vaker geen vlees.

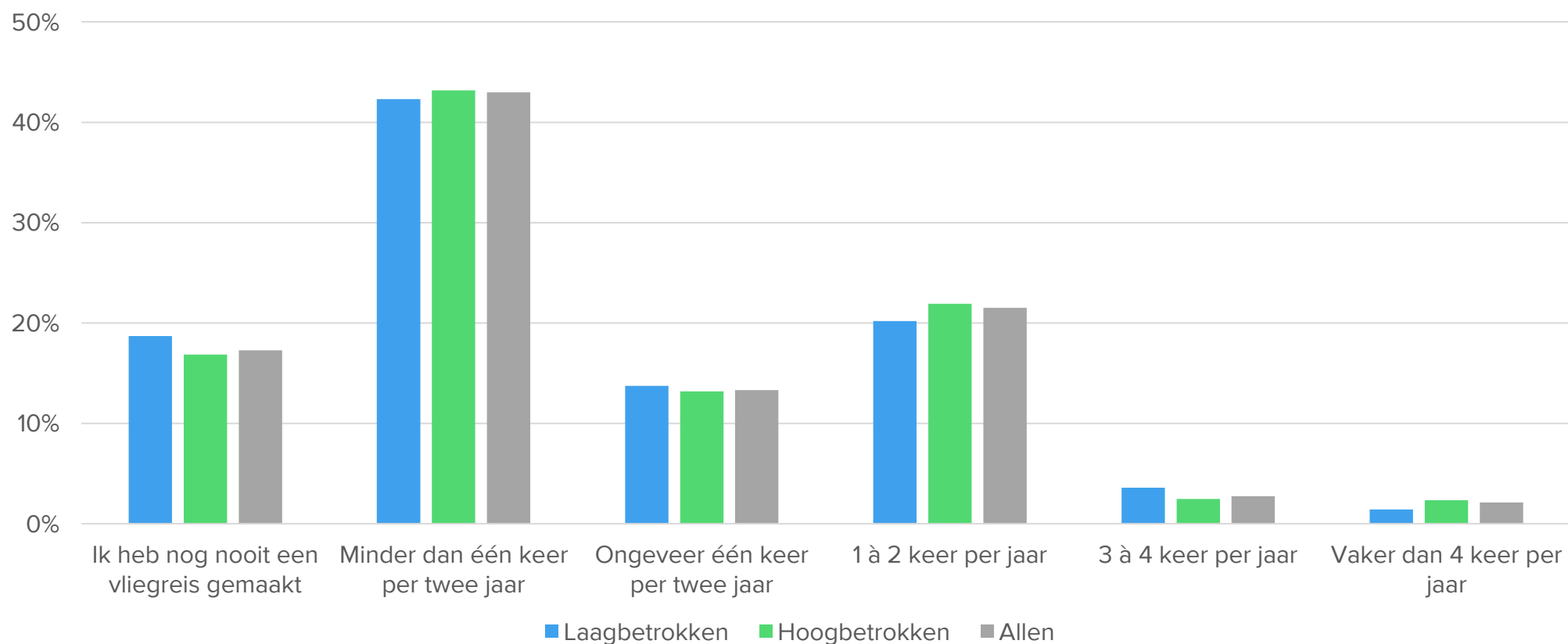
Hoe vaak per week eet je vlees bij je avondmaaltijd?



GEEN SIGNIFICANTE VERSCHILLEN BIJ VLIEGEN TUSSEN LAAG- EN HOOGBETROKKENEN

De meeste Nederlanders geven aan minder dan één keer per twee jaar te vliegen.

Hoe vaak ga jij per jaar met het vliegtuig op reis (bijvoorbeeld voor vakantie, zaken of familiebezoek)?*

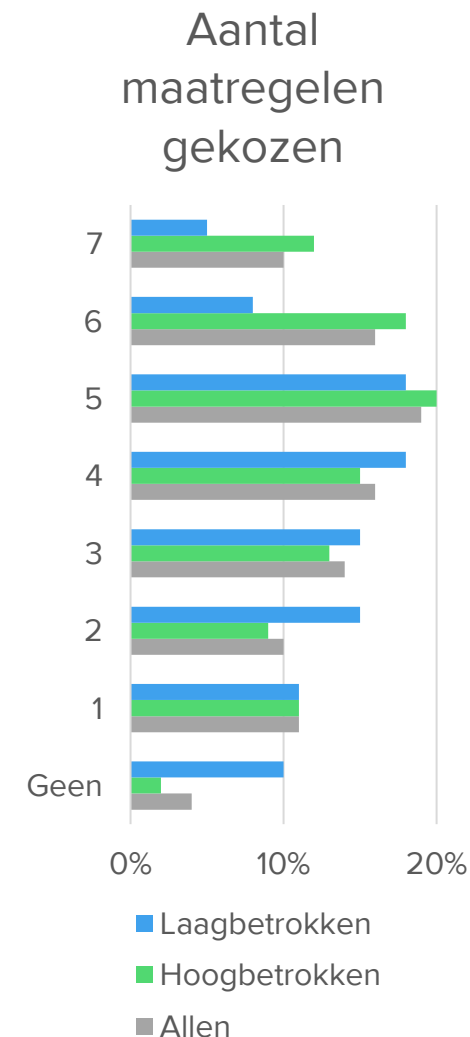
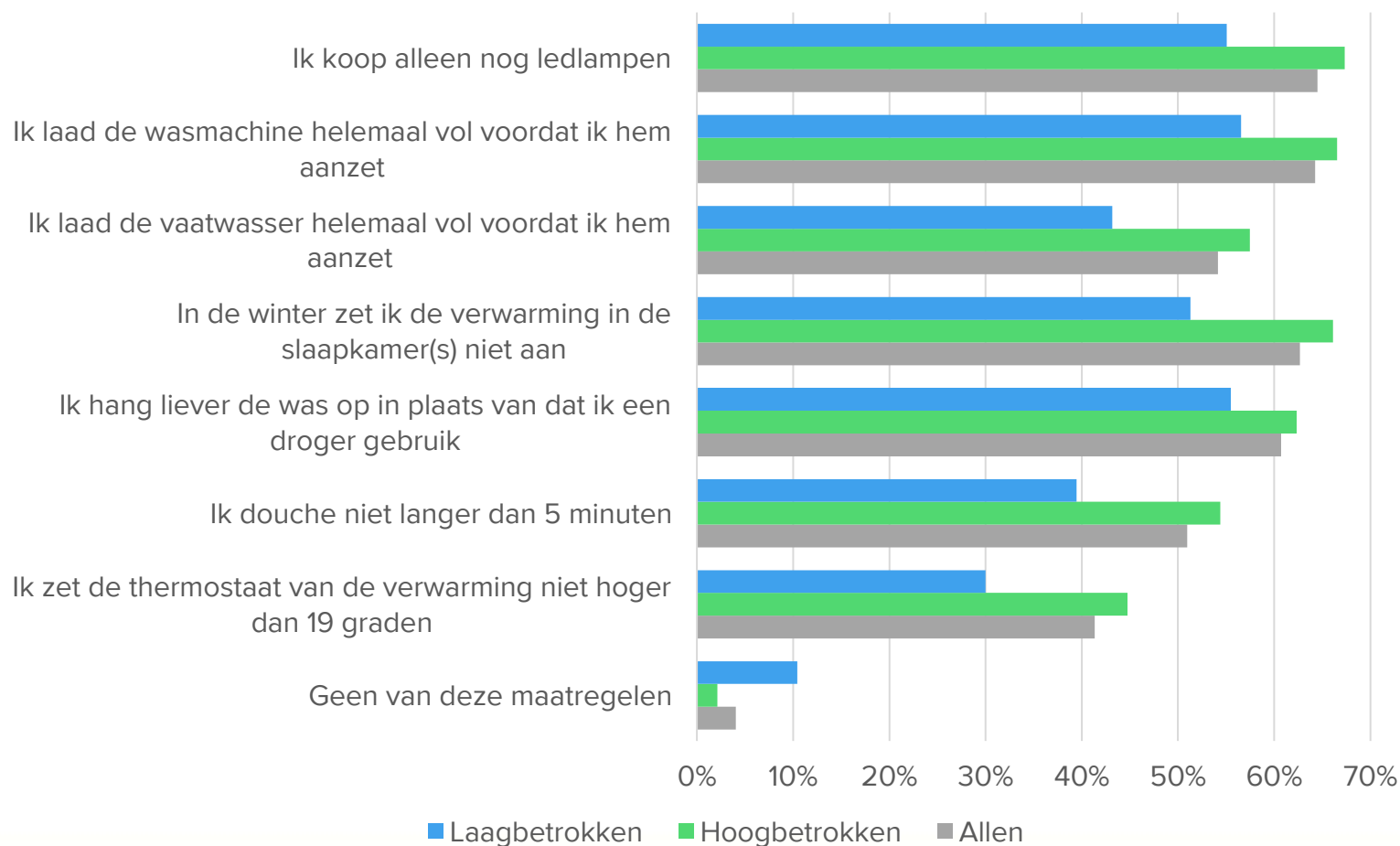


* Exacte vraagstelling: "Hoe vaak ga jij per jaar met het vliegtuig op reis (bijvoorbeeld voor vakantie, zaken of familiebezoek)? Heen en terug telt als 1 vliegreis. Denk hierbij aan de tijd voor en/of na Corona"

ENERGIEBESPARENDE MAATREGELEN IN HUIS VOORAL DOOR HOOGBETROKKENEN

Laagbetrokkenen scoren op alle onderstaande energiebesparende maatregelen lager dan hoogbetrokkenen. Zij kiezen in totaal ook minder maatregelen en geven vaker aan geen van deze maatregelen te nemen.

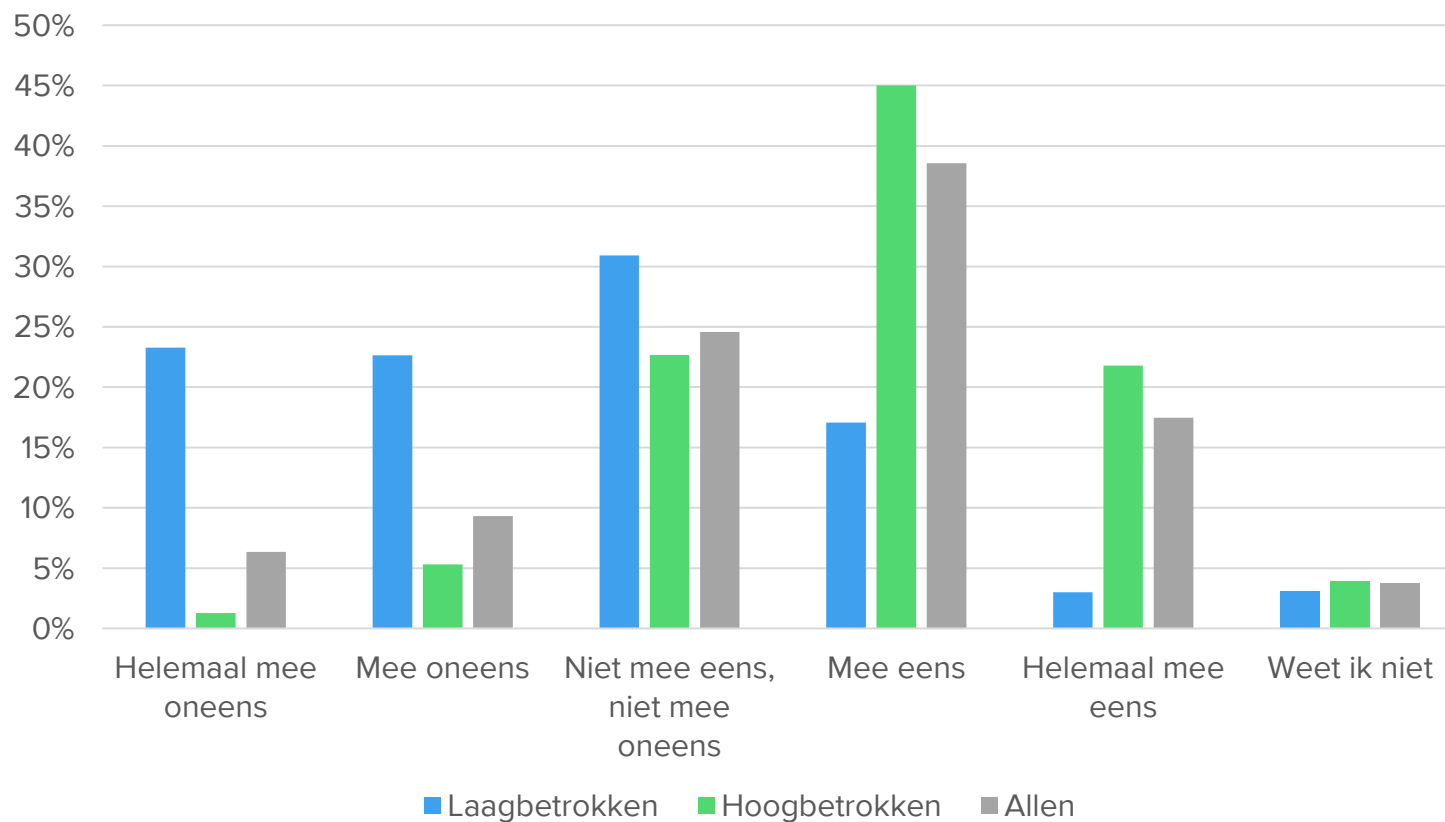
Welke van de volgende dingen doe jij meestal in huis om energie te besparen?



LAAGBETROKKENEN MAKEN ZICH MINDER VAAK ZORGEN OVER KLIMAATVERANDERING

De meeste Nederlanders antwoordden 'mee eens' op de stelling of ze zich zorgen maken over klimaatverandering.

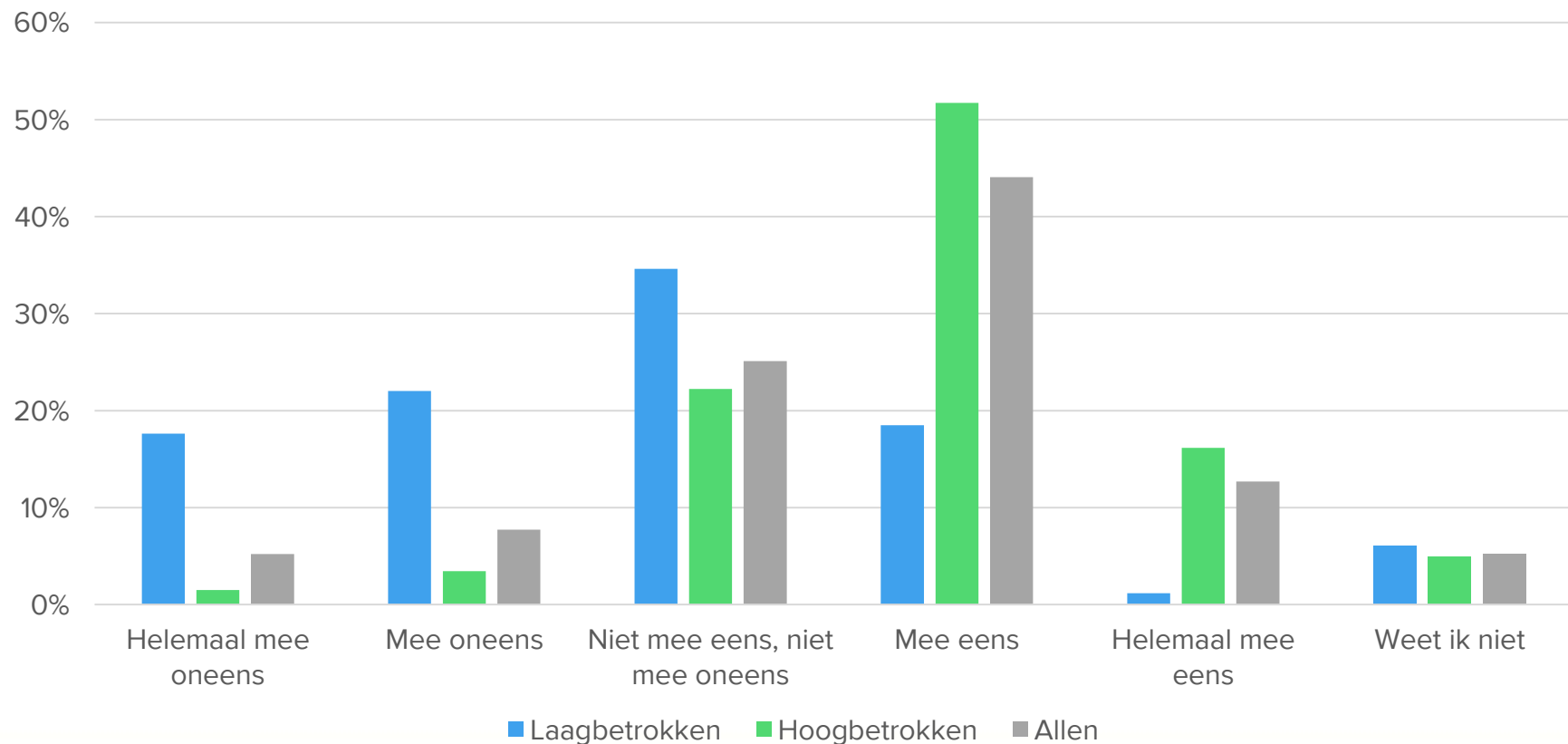
Ik maak me zorgen over klimaatverandering



BEREIDHEID OM GEDRAG TE VERANDEREN LAGER BIJ LAAGBETROKKENEN

De meeste Nederlanders antwoorden mee eens, dus zijn bereid om hun gedrag te veranderen.

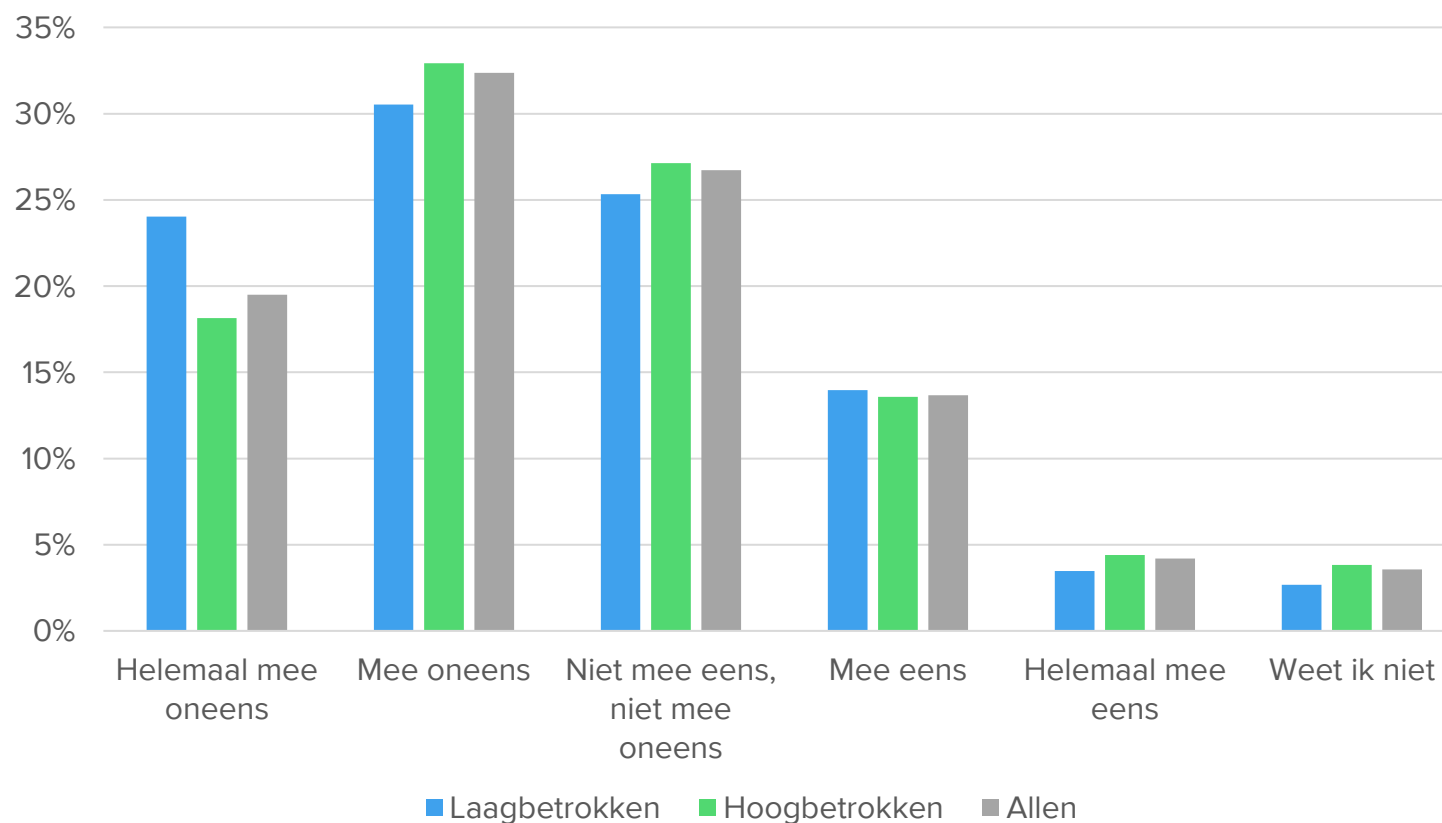
Ik ben bereid mijn gedrag te veranderen om klimaatverandering tegen te gaan



ONNODIG NIEUWE SPULLEN KOPEN ONGEVEER GELIJK BIJ HOOG- EN LAAGBETROKKENEN

De meeste Nederlanders geven aan niet graag nieuwe spullen te kopen als ze het niet echt nodig hebben. Laagbetrokkenen zijn het opvallend vaker helemaal oneens met de stelling dat ze graag nieuwe spullen kopen, ook als ze het niet echt nodig hebben.

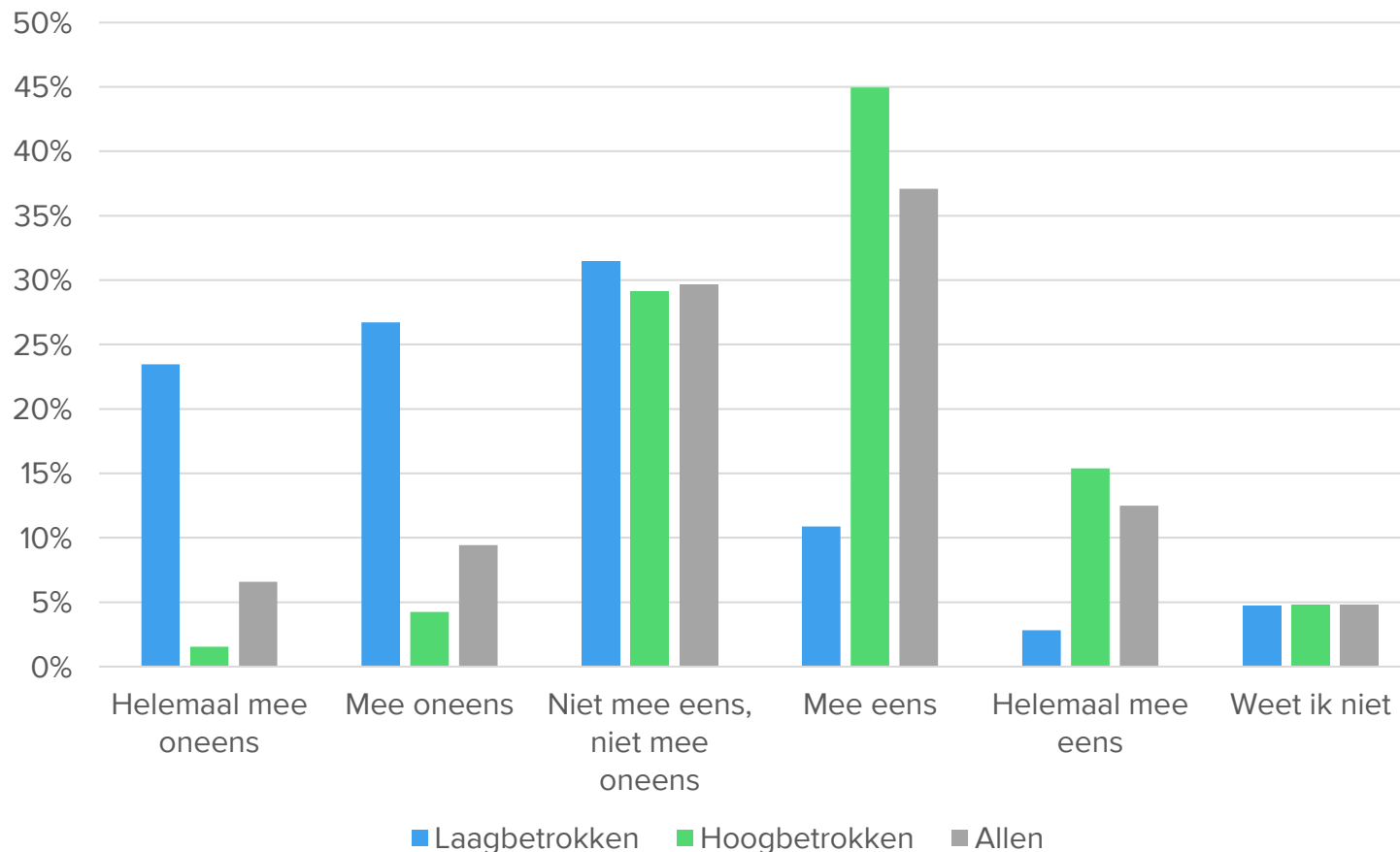
Ik koop graag nieuwe spullen, ook als ik ze niet echt nodig heb



LAAGBETROKKENEN GEVEN ZELF AAN ZICH BETROKKEN TE VOELEN BIJ DUURZAAMHEID

Over het algemeen voelen Nederlanders zich betrokken bij het thema duurzaamheid. Bij expliciet uitvragen naar de mate van betrokkenheid geven laagbetrokkenen vaker aan zich helemaal niet betrokken te voelen bij het thema duurzaamheid en hoogbetrokkenen vaker dat ze zich wel betrokken voelen.

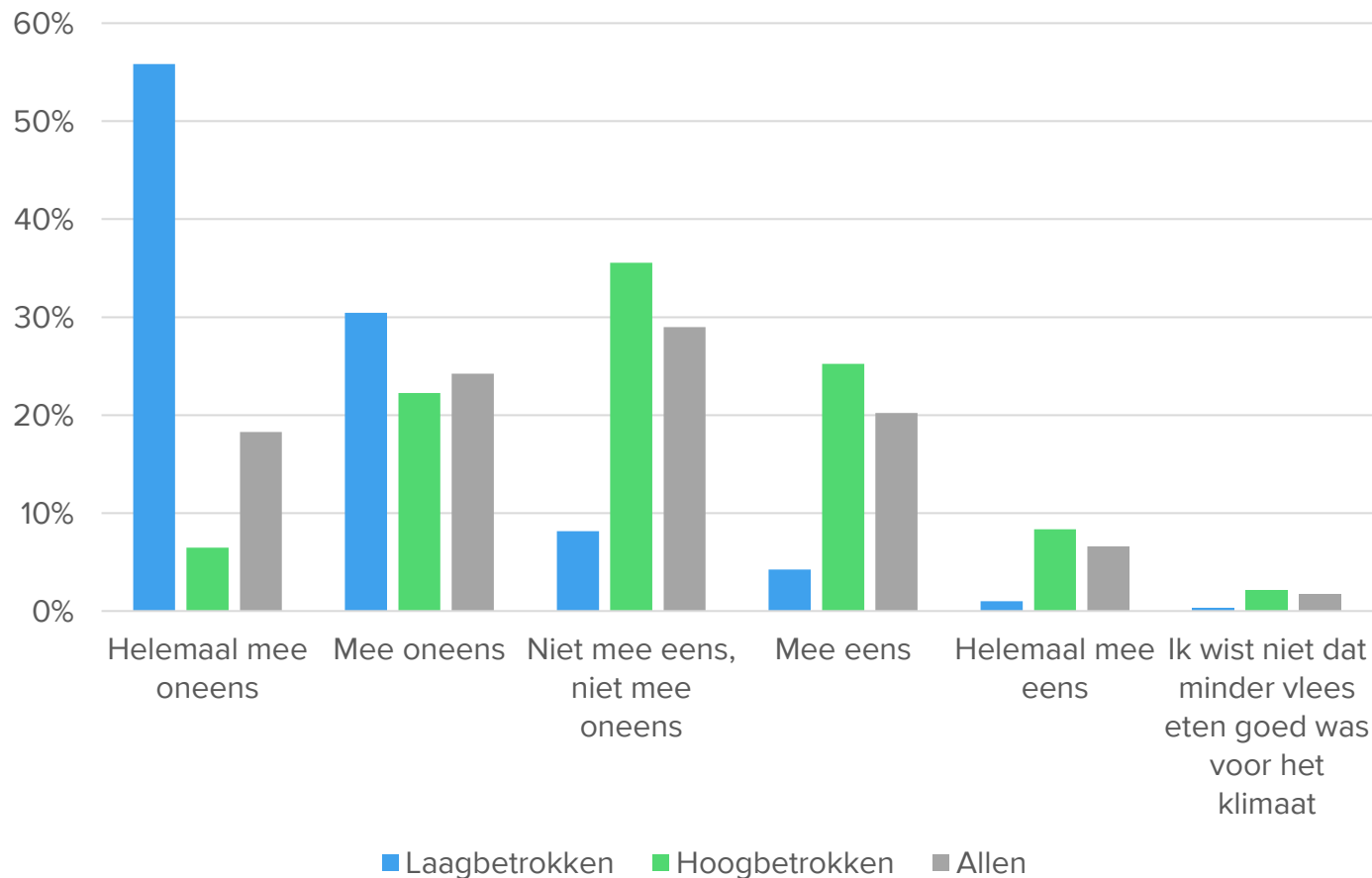
Ik voel me betrokken bij het thema duurzaamheid



LAAGBETROKKENEN MINDER VAAK VAN PLAN MINDER VLEES TE ETEN

Nederlanders zijn vooral neutraal in hun plannen om minder vlees te eten. Van de mensen die wel eens vlees eten, zijn hoogbetrokkenen vaker van plan minder vlees te eten. Laagbetrokkenen zijn het een stuk vaker helemaal oneens met de stelling.

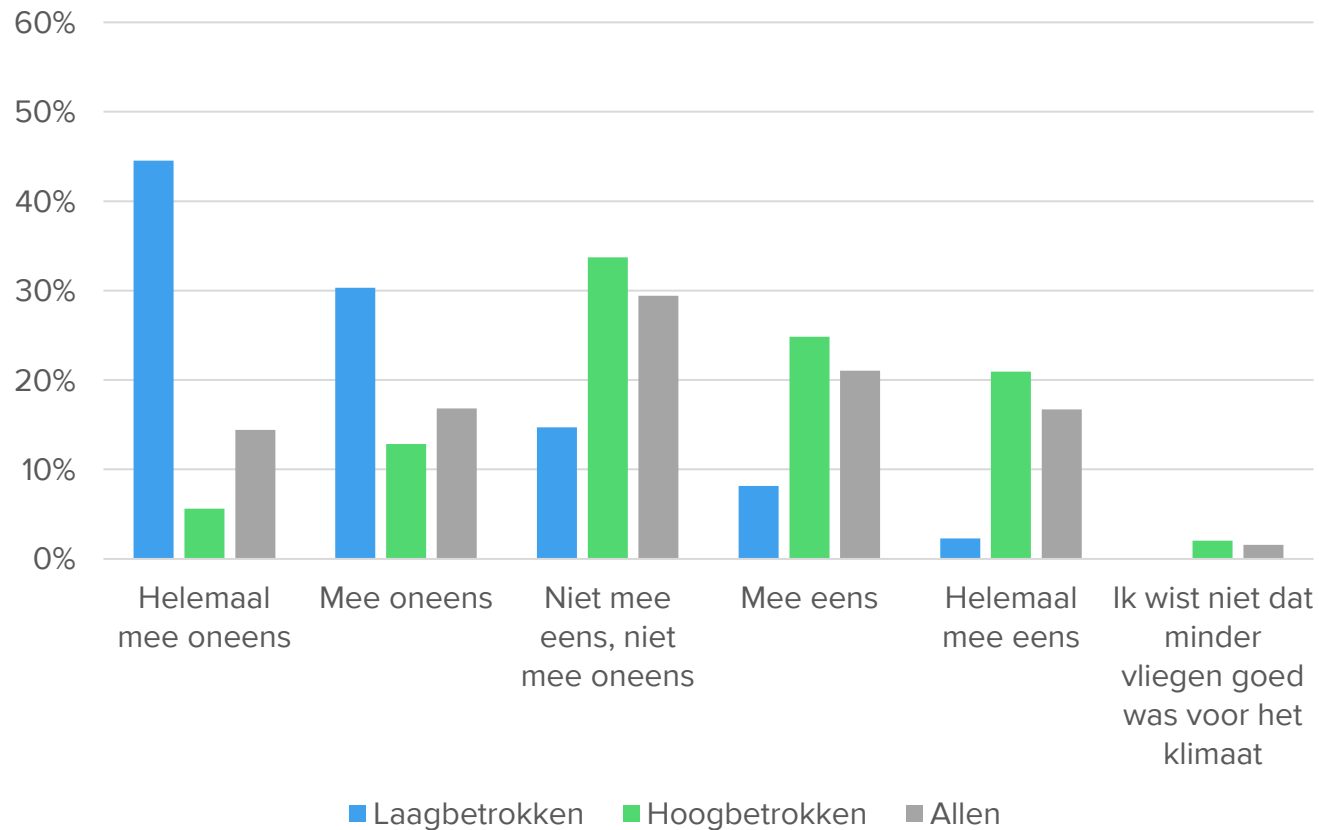
Vanwege het klimaat ben ik van plan om minder vlees te gaan eten



HOOGBETROKKENEN VAKER VAN PLAN OM MINDER TE VLIEGEN VANWEGE HET KLIMAAT

Van de mensen die wel eens een vliegreis hebben gemaakt, zijn laagbetrokkenen vaker niet van plan om minder te vliegen. Over het algemeen zijn Nederlanders het eerder eens dan oneens, maar vooral neutraal.

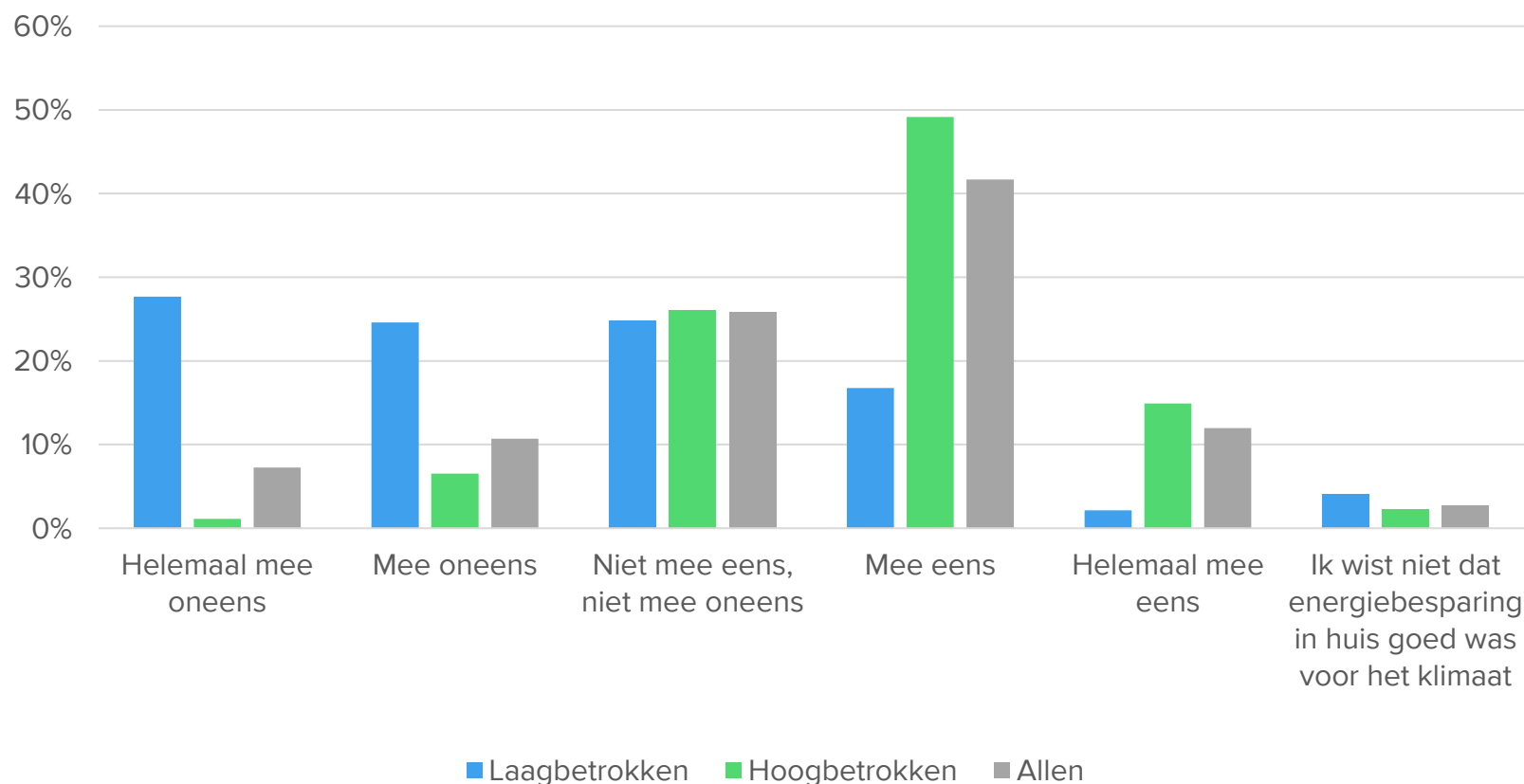
Vanwege het klimaat ben ik van plan om minder te gaan vliegen



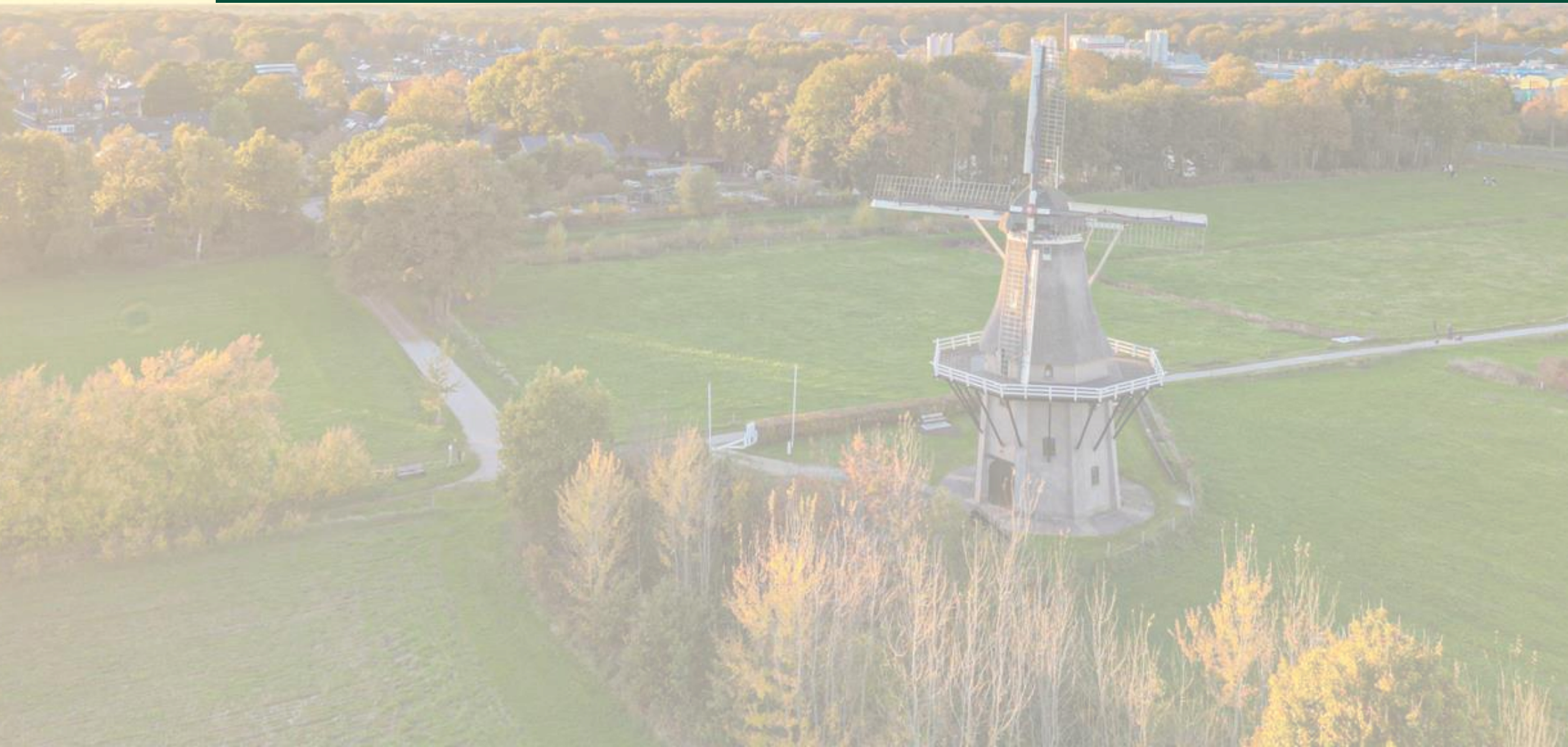
LAAGBETROKKENEN MINDER VAAK VAN PLAN OM MEER ENERGIE TE BESPAREN IN HUIS

De meeste Nederlanders zijn van plan vanwege het klimaat meer energie te besparen in huis. Hoogbetrokkenen zijn dit vaker van plan dan laagbetrokkenen.

Vanwege het klimaat ben ik van plan om meer energie te besparen in huis



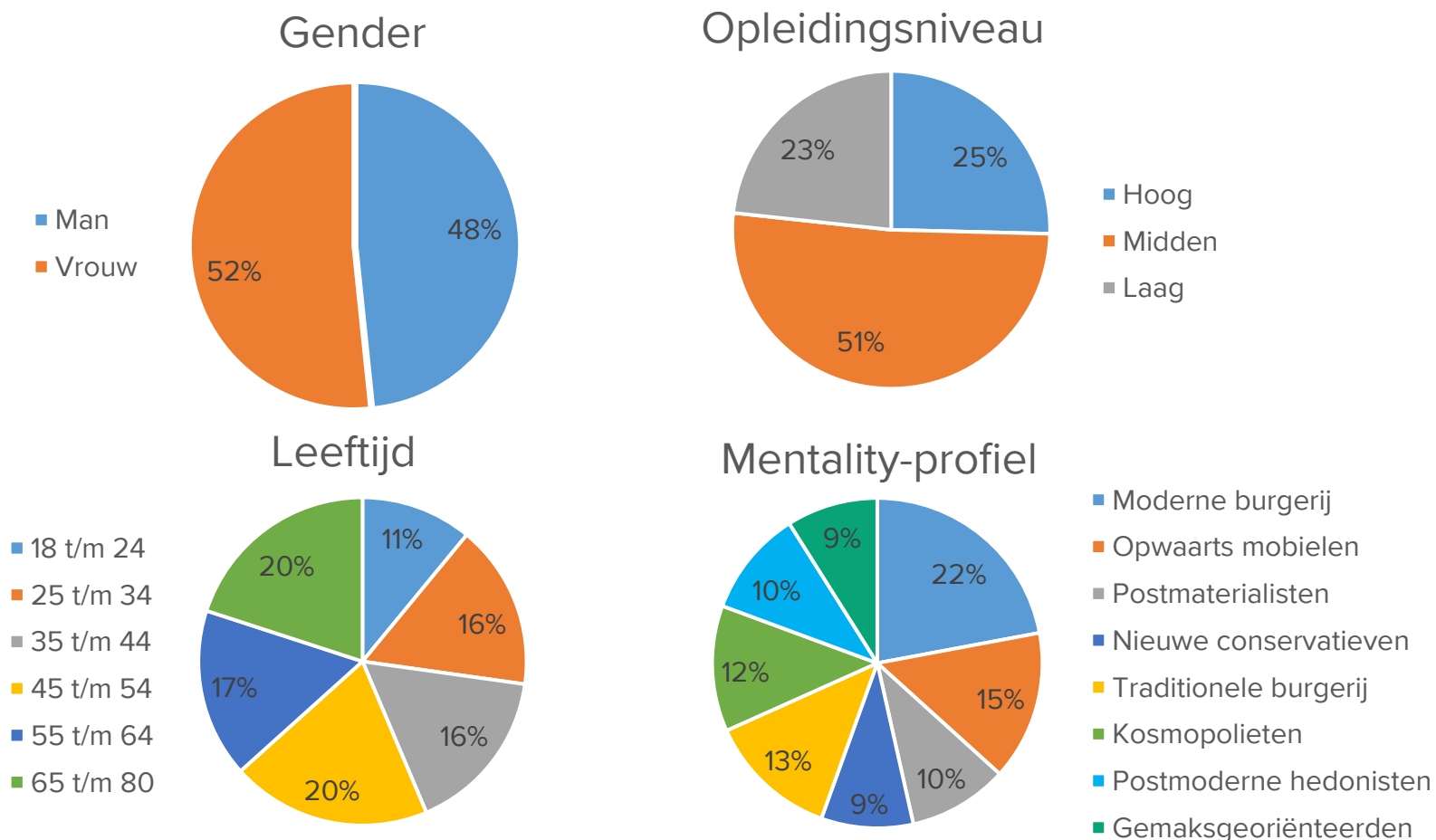
BIJLAGEN



METHODE EN RESPONDENTEN

In september 2022 heeft Milieu Centraal via marktonderzoeksbureau Motivaction onder hun consumentenpanel een online vragenlijst afgenomen over betrokkenheid bij duurzaam gedrag en houding. De data zijn gewogen naar leeftijd, geslacht, opleidingsniveau en Mentality-profiel¹ en de interacties daartussen. De genoemde percentages in dit rapport geven daarmee een representatief beeld van Nederland.

VERDELING STEEKPROEF



¹ Het Mentality-model van Motivaction onderscheidt 8 type mensen op basis van waarden en leefstijl.



Milieu Centraal
info@milieucentraal.nl

www.milieucentraal.nl