



Nationaal Klimaat Platform

Kansen en knelpunten in de klimaattransitie

Paloma Bunck
Rebecca van der Grient
Gerard van der Werf

M230431



p.bunck@motivaction.nl
r.vandergrient@motivaction.nl
g.vanderwerf@motivaction.nl

Inhoud

Achtergrond	3
Methode en opzet	4
Conclusies	5
Leeswijzer	6
Resultaten	7
Niet iedereen weet hoe het zit met de oorzaken en gevolgen van klimaatverandering	8
Meerderheid burgers wil mee in de klimaattransitie	13
Veel Nederlanders hebben het gevoel niet te kunnen bijdragen aan de klimaattransitie	20
Deepdive en communicatie doelgroepen	25
Wat hebben Nederlandse burgers nodig om mee te gaan in de klimaattransitie?	30
Bijlage – Overige resultaten	35
Bijlage – Onderzoeksinformatie	41



Achtergrond

In opdracht van Felix Wolf van het Nationaal Klimaat Platform, heeft Motivaction International bv een onderzoek uitgevoerd naar de kansen en knelpunten in de klimaattransitie onder de Nederlandse bevolking.

Doel

Het doel van het NKP is om het kabinet te kunnen adviseren op het klimaatbeleid. Hiervoor wil het NKP beter begrijpen hoe burgers kunnen en willen bijdragen aan de klimaattransitie. Het doel van dit onderzoek is om te ontdekken tegen welke barrières burgers aanlopen in de klimaattransitie. Daarmee identificeren we de knelpunten en kansen voor klimaatbeleid.

Het onderzoek geeft antwoord op de volgende vragen:

- Wat weet de Nederlandse bevolking over de klimaattransitie?
- Wil de Nederlandse bevolking bijdragen

aan de klimaattransitie?

- Kan de Nederlandse bevolking bijdragen aan de klimaattransitie en zo ja, hoe? Wat hebben zij nodig van de overheid om te kunnen bijdragen?
- Wat hebben Nederlandse burgers nodig om mee te gaan in de klimaattransitie?

Naast het beantwoorden van deze vragen, identificeren we verschillende doelgroepen. We kijken naar verschillen tussen burgers in verschillende regio's en andere sociaal demografische kenmerken zoals leeftijd. Ook maken we gebruik van het waardensegmentatie model van Motivaction en de bijhorende onderstromen. Deze onderstromen geven meer inzicht in waarden, drijfveren, motivaties en de juiste tone of voice om te communiceren met de doelgroepen.

Methode en opzet

Kwantitatief onderzoek

Dit onderzoek is uitgevoerd door middel van een kwantitatief online onderzoek (CAWI).

Vragenlijst

De vragenlijst is opgesteld door Motivaction in samenspraak met het NKP. Om focus aan te brengen in het onderzoek richt de vragenlijst zich op sociaal, technische en economische aspecten en op de gebieden mobiliteit, energie en woonomgeving. De vragenlijst volgt een structuur van weten, naar willen, naar kunnen, naar doen. De gemiddelde invultijd bedroeg circa 12 minuten.

Doelgroep en steekproef

Het onderzoek is uitgevoerd onder het Nederlandse publiek. De steekproef (n=1.271) betrof burgers tussen de 25 en 80 jaar. De steekproef is representatief voor Nederland. De steekproef is geworven uit het Stempunt-panel van Motivaction. De steekproef is achteraf gewogen op leeftijd, geslacht, opleidingsniveau, regio en Mentality-milieu¹.

Veldwerk

Het veldwerk is verzorgd door Motivaction. Het veldwerk vond plaats van 26 mei t/m 30 mei 2023.

¹ Het Mentality-model is een marktsegmentatiemodel dat in Nederland wordt gebruikt om consumenten te categoriseren op basis van hun houding, levensstijl, en waarden. Het model is ontwikkeld door Motivaction.



Het draagvlak onder burgers voor de klimaattransitie en –beleid is groot, maar burgers ervaren verschillende belemmeringen om zelf mee te (kunnen) gaan in de klimaattransitie.

Niet iedereen weet hoe het precies zit met de oorzaken en gevolgen van klimaatverandering

- Een relatief grote groep burgers weet onvoldoende wat de menselijke impact is op klimaatverandering. 45% ziet klimaatverandering vooral als een natuurverschijnsel of ontkent het bestaan ervan helemaal.
- Een deel van de burgers weet niet wat zij zelf kunnen doen en waar zij informatie kunnen krijgen. 11% zegt wel bij te willen dragen, maar er te weinig vanaf te weten.
- Een kwart van de burgers weet niet bij wie de verantwoordelijkheid ligt voor de klimaattransitie.

Meerderheid burgers wil mee in de klimaattransitie

- Meerderheid burgers maakt zich zorgen over klimaatverandering.
- Burgers ervaren binnenlandse sociale vraagstukken urgenter dan energie en klimaat.
- 70-50% vindt transitie op de thema's energie (70%), wonen (56%) mobiliteit (52%) en landbouw (51%) relevant

Veel Nederlanders hebben het gevoel niet te kunnen bijdragen aan de klimaattransitie

- Gebrek aan middelen (hoe geld vrij te maken, moeite met leningen).
- Gebrek aan vaardigheden (om info te verwerven en verwerken).
- Gebrek aan kennis / handelingsperspectief.
- Geen eigen huis.

Wat hebben Nederlandse burgers nodig om mee te gaan in de klimaattransitie?

We identificeren drie groepen:

- Duurzamen: 40% wil bijdragen aan klimaattransitie en doet dat ook
- Middengroep: 31% wil bijdragen aan de klimaattransitie maar ervaart barrières
- Behoudenden: 13% heeft moeite met de klimaattransitie en wil niet bijdragen aan de klimaattransitie

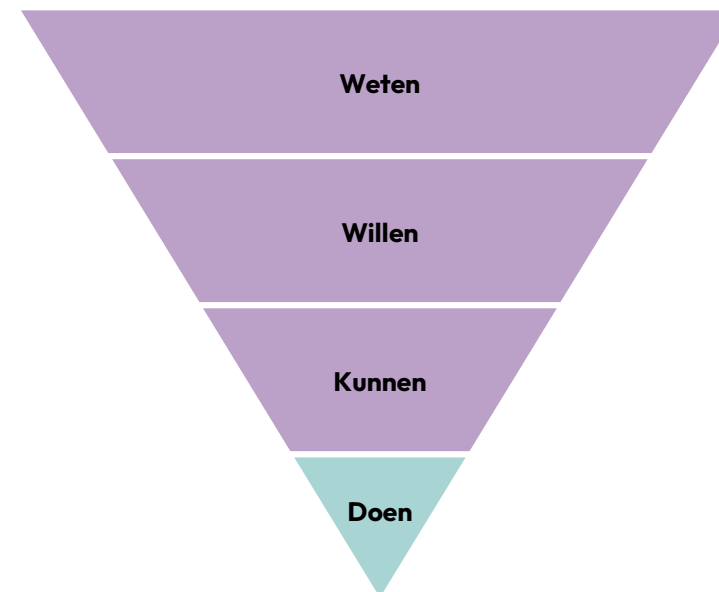
We identificeren wat burgers nodig hebben om mee te gaan in de klimaattransitie:

- Kennis en informatie
- Middelen
- Gelegenheid
- Overheidsbeleid
- Bevestiging vanuit sociale norm
- Inzichtelijk wat het henzelf kan opleveren

Leeswijzer

In deze rapportage werken we volgens een vaste structuur van *weten*, naar *willen*, *kunnen* en *doen*. In de eerste resultatensectie beschrijven we hoe het er voor staat met het kennisniveau over de klimaattransitie onder Nederlandse burgers. Van *weten*, gaan we in de tweede resultatensectie naar *willen*. Hierin omschrijven we de mate waarin Nederlanders zich zorgen maken over het klimaat en bereid zijn zelf duurzame maatregelen te treffen. Vervolgens werken we van *willen* naar *kunnen*. Hoewel burgers wel mee willen in de klimaattransitie, moeten ze dat ook kunnen. In de resultatensectie van *kunnen*, laten we zien wat burgers al doen op gebied van duurzaamheid. Maar vooral, als burgers willen bijdragen, maar dit niet kunnen, waar dat dan aan ligt.

We beschrijven de barrières en drempels die burgers ervaren. Vervolgens gaan we naar het hoofdstuk waarin wordt beschreven wat Nederlandse burgers dan nodig hebben om mee te gaan in de klimaattransitie. Hierin stijgen we boven de huidige resultatensecties uit en betrekken we ook andere onderzoeken, en onze eigen kennis en expertise op dit thema, om tot concrete adviezen en aanbevelingen te komen. Na dit hoofdstuk volgt er nog een deepdive op drie verschillende doelgroepen: de duurzamen, de middengroep en de behoudenden. Hierin omschrijven we wat hen beweegt en hoe je met ze communiceert.



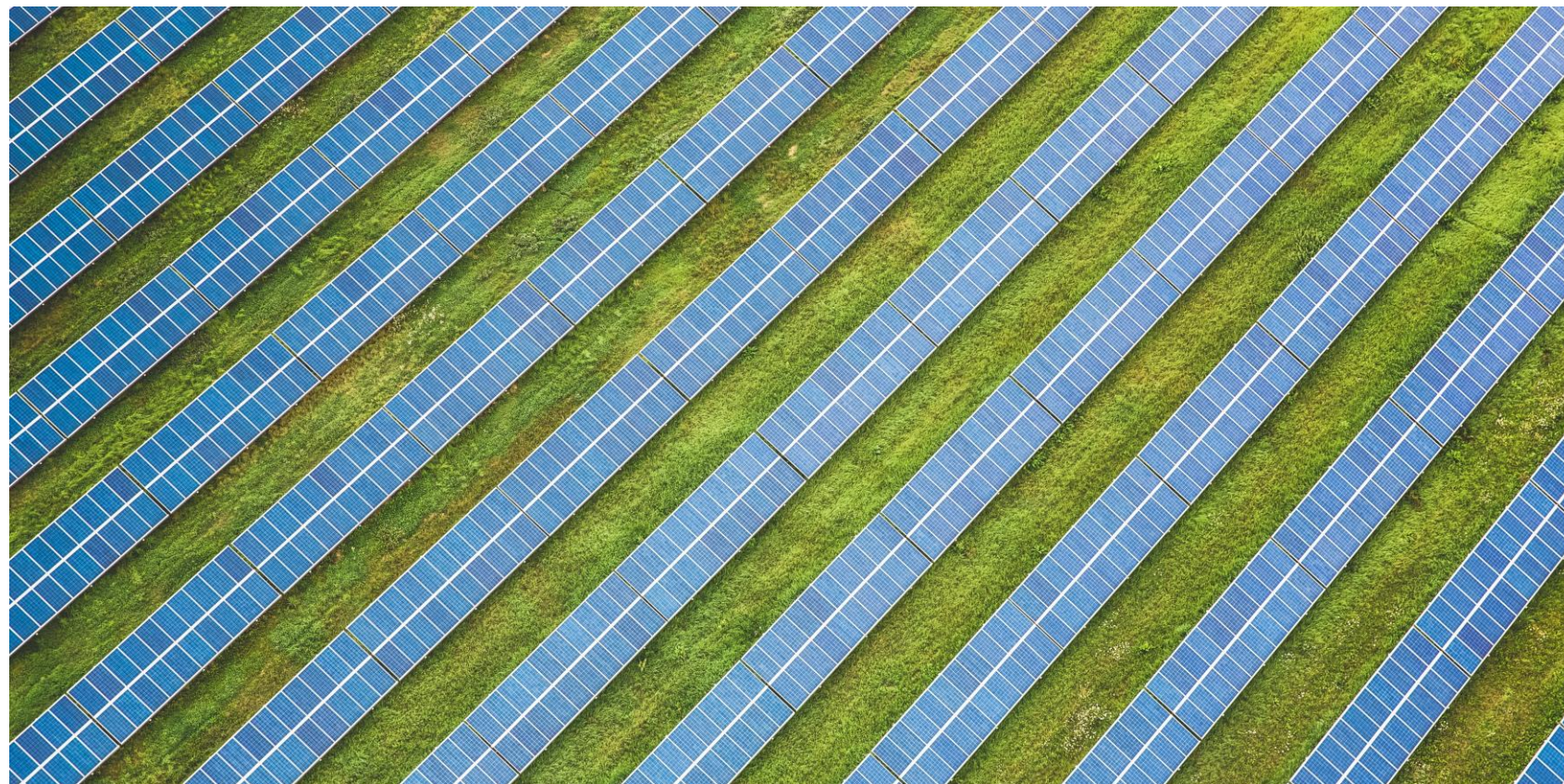
Sociaal-demografische kenmerken

In deze blokjes omschrijven we relevante verschillen op sociaal-demografische kenmerken zoals leeftijd en opleiding.



Kennis en expertise

In deze blokjes beschrijven we aanvullende inzichten op basis van eerder door Motivaction uitgevoerd onderzoek of op basis van onze kennis en expertise op het gebied van duurzaamheid en klimaat.



Resultaten




**Niet iedereen weet hoe het zit met de oorzaken en gevolgen van
klimaatverandering**

Een relatief grote groep weet onvoldoende wat de menselijke impact is op klimaatverandering

Klimaatverandering wordt ontkend door 5% van de burgers. Daarnaast is er een groep van 39% die klimaatverandering vooral wijdt aan de natuur. Hoewel dat niet geheel onjuist is – klimaatverandering is er altijd al geweest –, dienen we de klimaatverandering op dit moment vooral aan de mens te wijden. 55% van de Nederlandse bevolking is daarvan op de hoogte.

Van de burgers die denken dat klimaatverandering niet bestaat, zegt bijna iedereen dat we niets kunnen, en niets hoeven te doen, tegen klimaatverandering. Burgers die zeggen dat klimaatverandering vooral een natuurschijnsel is, denken vooral dat we niets kunnen doen tegen klimaatverandering. Burgers die klimaatverandering aan de mens toewijden, zeggen vooral dat we op de goede weg zijn om klimaatverandering tegen te gaan, maar dat we nog veel meer moeten doen.



We zien geen verschillen in leeftijdscategorieën of geslacht. Hoog opgeleiden zeggen vaker dat klimaatverandering vooral door de mens wordt veroorzaakt (69%). Laag opgeleiden zeggen vaker dat klimaatverandering vooral een natuurschijnsel is (48%).



Ander onderzoek bevestigt dat kennis over de *impact* van klimaatverandering sterk samenhangt met de houding rondom klimaatverandering.

Welk van de onderstaande meningen komt het beste overeen met jouw mening?
(Basis - allen, n=1.271)



Sommige burgers weten niet wat je zelf kunt doen en waar informatie te verkrijgen

Een kwart (25%) van de Nederlandse bevolking geeft aan dat zij zelf actief op zoek gaan naar informatie rondom duurzame oplossingen. We zien ook een groep burgers die aangeeft te weinig af te weten van de klimaattransitie (11%) en niet weet waar zij relevante informatie kunnen vinden (9%).

Het merendeel van de Nederlandse burgers weet goed hoe ze energie kunnen besparen. Toch is er ruimte voor verbetering. Een groep van 16% geeft aan dat zij onvoldoende weten hoe ze energie kunnen besparen. 23% geeft aan dat zij niet genoeg informatie hebben over hoe ze hun energieverbruik kunnen verminderen.

Kennis is een knelpunt voor deze burgers en weerhoudt hen ervan om bij te dragen aan de klimaattransitie. Dit knelpunt biedt daarentegen wel kansen: zorgen voor heldere, goed vindbare en persoonlijk relevante informatie.



Uit ander onderzoek blijkt dat 14% van de Nederlandse burgers geen idee heeft wat zij zouden kunnen doen om klimaatverandering tegen te gaan. Ook geeft 56% aan dat zij niet precies weten wat ze kunnen doen om hun eigen CO2-uitstoot te verminderen.

Kennis en informatiebehoefte

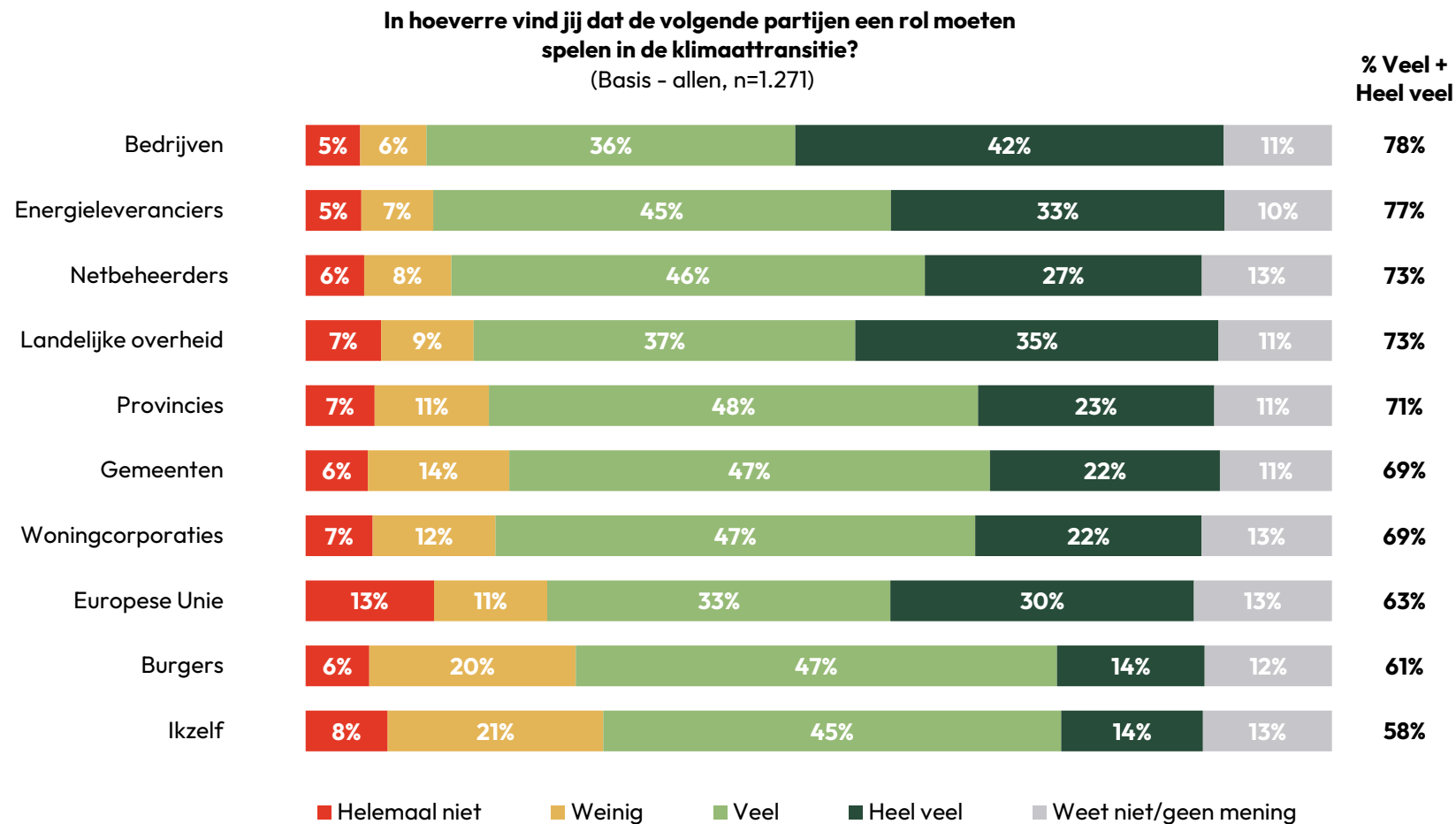
(Basis - allen, n=1.271)



Een kwart van de burgers weet niet bij wie de verantwoordelijkheid ligt voor de klimaattransitie

Driekwart van de Nederlanders houdt bedrijven, energieleveranciers, netbeheerders en de landelijke overheid verantwoordelijk voor de klimaattransitie. De verantwoordelijkheid wordt het minst bij burgers zelf gelegd: 61% houdt burgers in het algemeen verantwoordelijk, 58% zichzelf.

We zien ook een groep van tussen de 10% en 13% die *weet niet* antwoordt en niet goed weet wie er een rol moet spelen in de klimaattransitie.



Krappe meerderheid ziet problemen met fossiele brandstoffen.

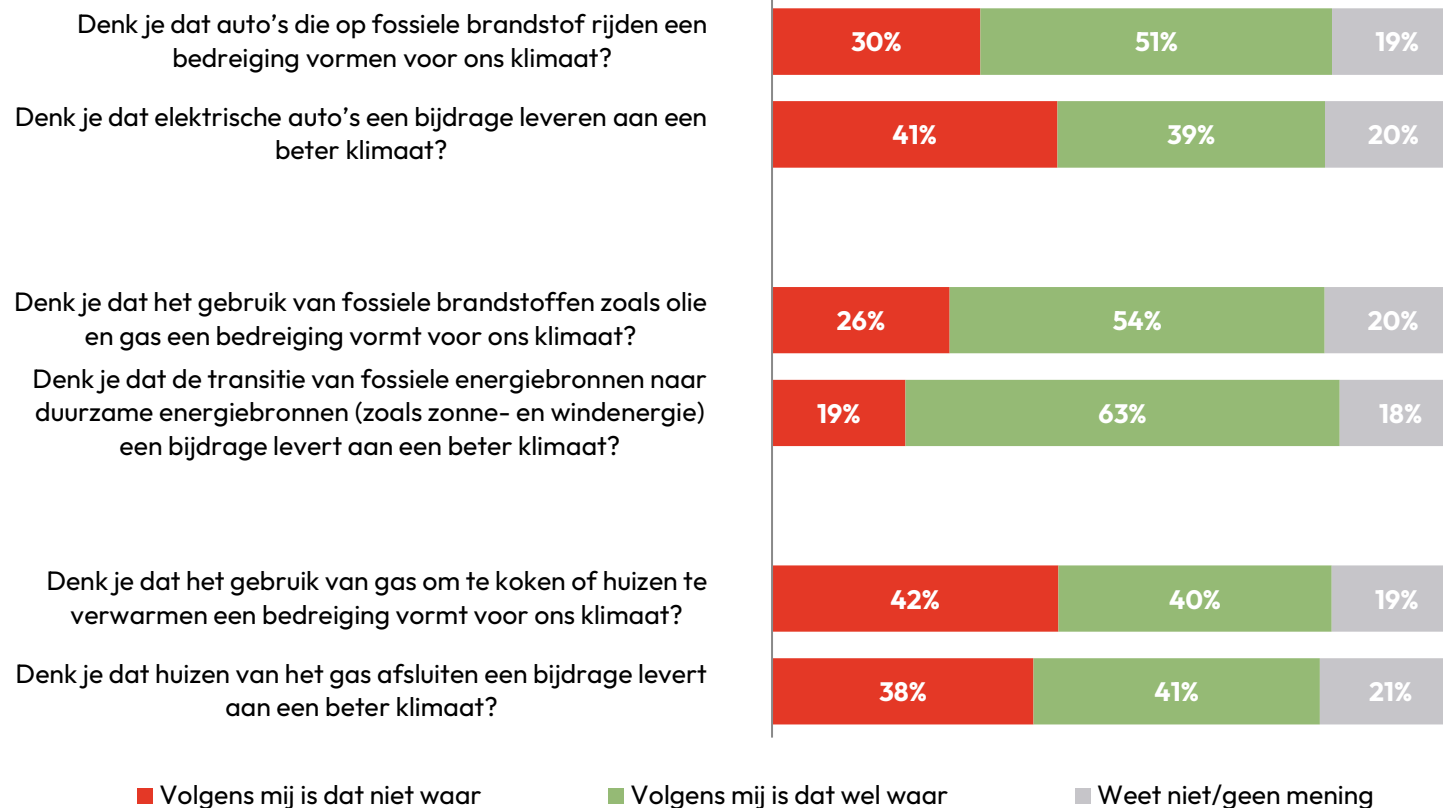
Met betrekking tot gas (voor verwarmen en koken) staken de stemmen.

Meer dan de helft van de burgers (51% en 54%) is van mening dat fossiele brandstof een probleem oplevert voor ons klimaat. Echter er zijn ook relatief grote groepen die denken dat dat niet waar is. Het gebruik van fossiele brandstof voor autorijden (30%) koken en het huis verwarmen (42%) vormen volgens hen geen bedreigingen voor het klimaat. 26% denkt überhaupt dat het gebruik van fossiele brandstoffen zoals olie en gas geen bedreigingen zijn.

Zoals gezegd is er ook een (grote) groep die deze bedreigingen wel inziet en die ook de oplossingen erkent: elektrisch rijden (39%), duurzame energiebronnen zoals zonne- en windenergie (63%), en huizen van het gas af (41%) worden gezien als bijdragen aan een beter klimaat.

Circa één op de vijf antwoordt met 'weet niet/geen mening'. Deze groep kan simpelweg niet inschatten of de voorgelegde bedreigingen en oplossingen kloppen.

Denk je dat...
(Basis - allen, n=1.271)



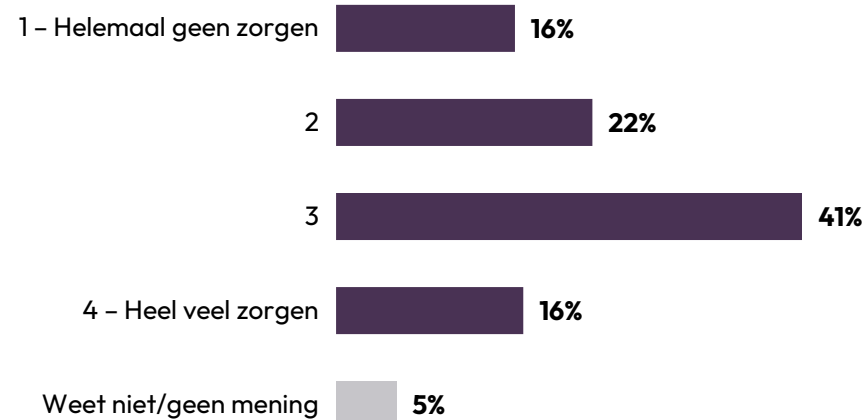


Meerderheid burgers wil mee in de klimaattransitie

Een grote meerderheid maakt zich enige tot heel veel zorgen over klimaatverandering

57% van de burgers maakt echt zorgen over klimaatverandering. Ook zien we een groep van 16% die zich helemaal geen zorgen maakt over klimaatverandering en een groep van 22% die zich slechts in geringe mate zorgen maakt.

In hoeverre maak jij je zorgen over klimaatverandering?
(Basis - allen, n=1.271)

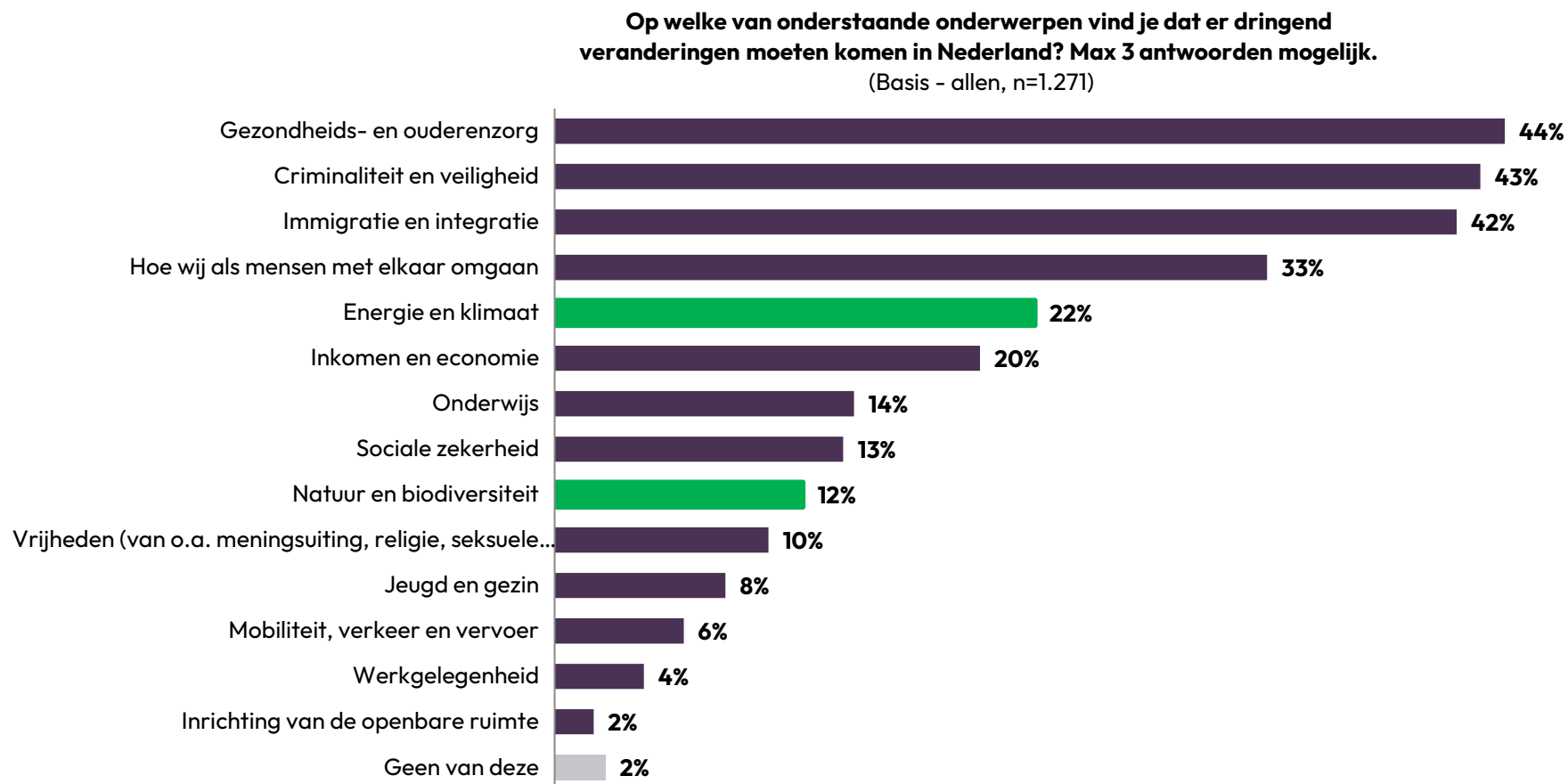


Deze cijfers komen overeen met eerder door Motivaction uitgevoerde onderzoeken.

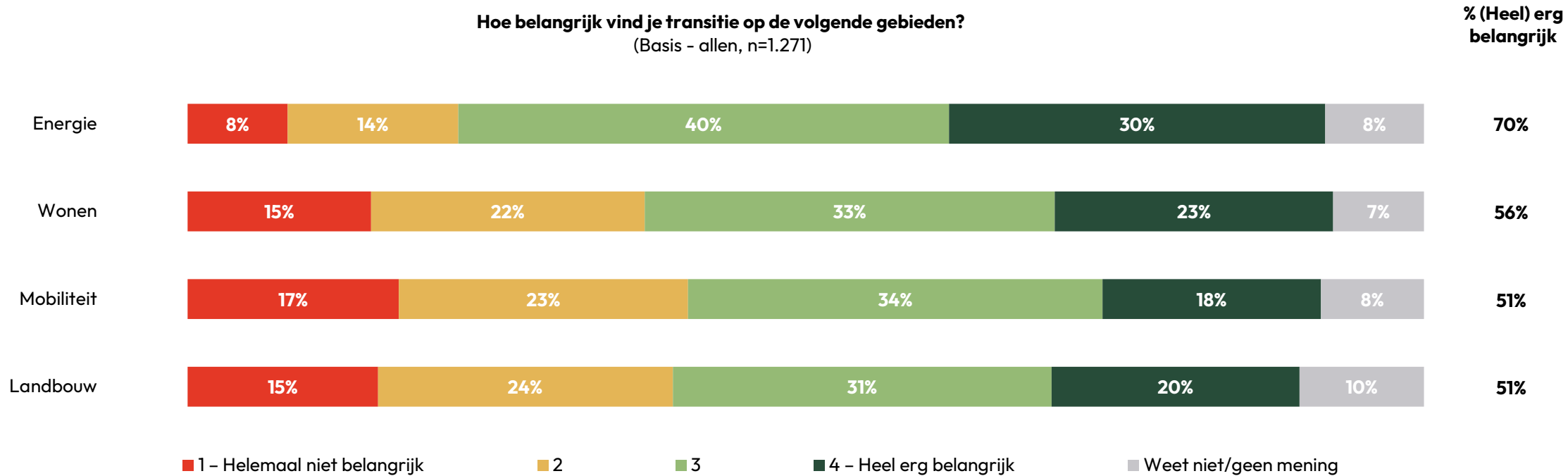


Uit andere onderzoek weten we dat 34% van de Nederlandse burgers zich (zeer) gemotiveerd voelt om keuzes te maken die helpen om klimaatverandering tegen te gaan.

Burgers ervaren binnenlandse sociale vraagstukken urgenter dan energie en klimaat



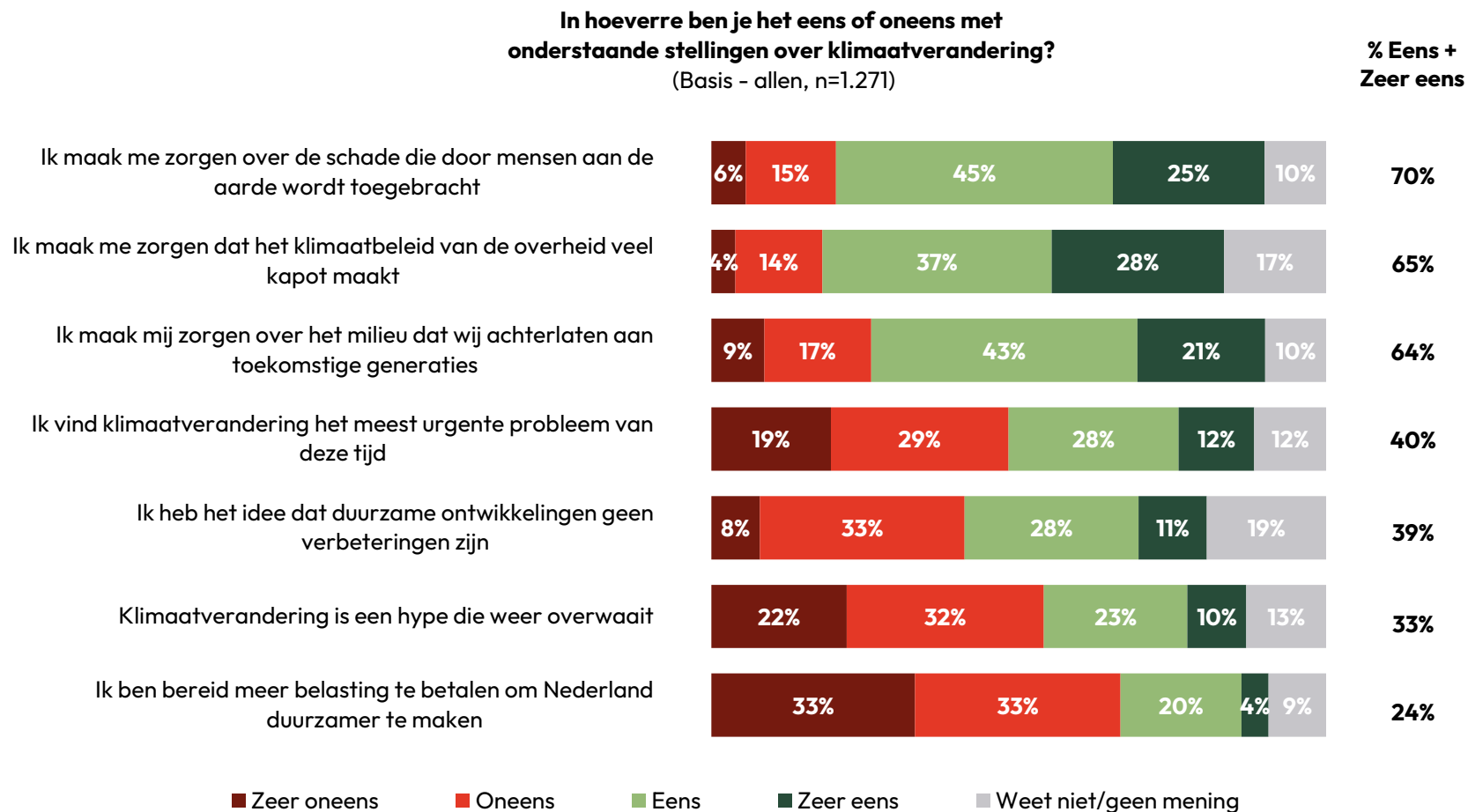
50-70% vindt transitie op verschillende thema's belangrijk



Ambivalente houding rondom de urgentie om klimaatverandering aan te pakken

Aan de ene kant zien we een ruime meerderheid (70%) die zich zorgen maakt over schade aan de aarde en hoe wij het milieu achterlaten aan toekomstige generaties (64%). Toch vindt niet iedereen klimaatverandering het meest urgente probleem van deze tijd (40%). Ook is lang niet iedereen bereid meer belasting te betalen om Nederland duurzamer te maken (24%).

Een groep van maar liefst 65% maakt zich zorgen dat het klimaatbeleid van de overheid veel kapot maakt en 39% denkt dat duurzame ontwikkelingen geen verbeteringen zijn. Een derde van de Nederlandse burgers denkt dat klimaatverandering een hype is die weer over zal waaien.



Houding ten opzichte van klimaatverandering hangt sterk samen met aanpak

De manier waarop burgers naar klimaatverandering kijken, hangt samen met hun houding ten opzichte van zorgen en aanpak. Wanneer mensen het idee hebben dat de mens een grote rol speelt in klimaatverandering, maken ze zich meer zorgen en hebben ze een grotere behoefte aan maatregelen om klimaatverandering aan te pakken.

Het valt op dat in alle groepen een meerderheid het gevoel dat het klimaatbeleid van de overheid veel kapot maakt.

Dit kan zijn omdat er een groep is die van mening is dat er te veel offers moeten worden gebracht voor een probleem dat niet bestaat of groter wordt gemaakt dan het is (de groep die klimaatverandering ontkent of als een natuurverschijnsel ziet). Daarnaast is er een groep die van mening is dat er op dit moment onvoldoende actie wordt ondernomen. Door te weinig te doen, ontstaat er meer schade (de groep die de mens als veroorzaker van klimaatverandering ziet).

<i>Mate dat men het eens of zeer eens is met de stelling</i>	Klimaatverandering bestaat niet (5% van Nederland)	Klimaatverandering is een natuurverschijnsel (39% van Nederland)	Klimaatverandering wordt vooral veroorzaakt door de mens (55% van Nederland)
Ik maak me zorgen over de schade die door mensen aan de aarde wordt toegebracht	29%	50%	88%
Ik maak me zorgen dat het klimaatbeleid van de overheid veel kapot maakt	75%	74%	58%
Ik maak mij zorgen over het milieu dat wij achterlaten aan toekomstige generaties	22%	43%	83%
Ik vind klimaatverandering het meest urgente probleem van deze tijd	16%	20%	57%
Ik heb het idee dat duurzame ontwikkelingen geen verbeteringen zijn	70%	59%	23%
Klimaatverandering is een hype die weer overwaait	85%	57%	11%
Ik ben bereid meer belasting te betalen om Nederland duurzamer te maken	12%	15%	32%

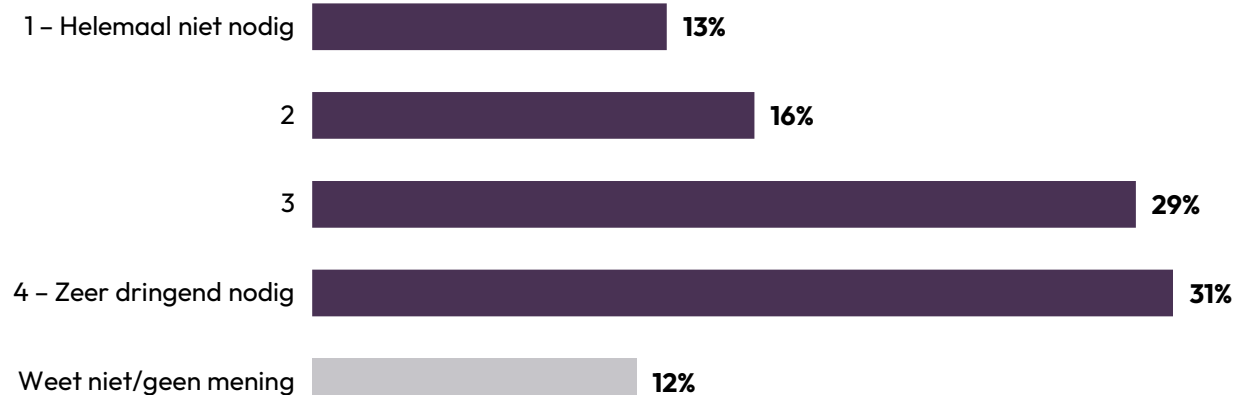
Meerderheid vindt overheidsbeleid voor klimaattransitie nodig

Ondanks de ambivalente houding, is toch 60% van de Nederlanders voor overheidsbeleid op het gebied van de klimaattransitie.

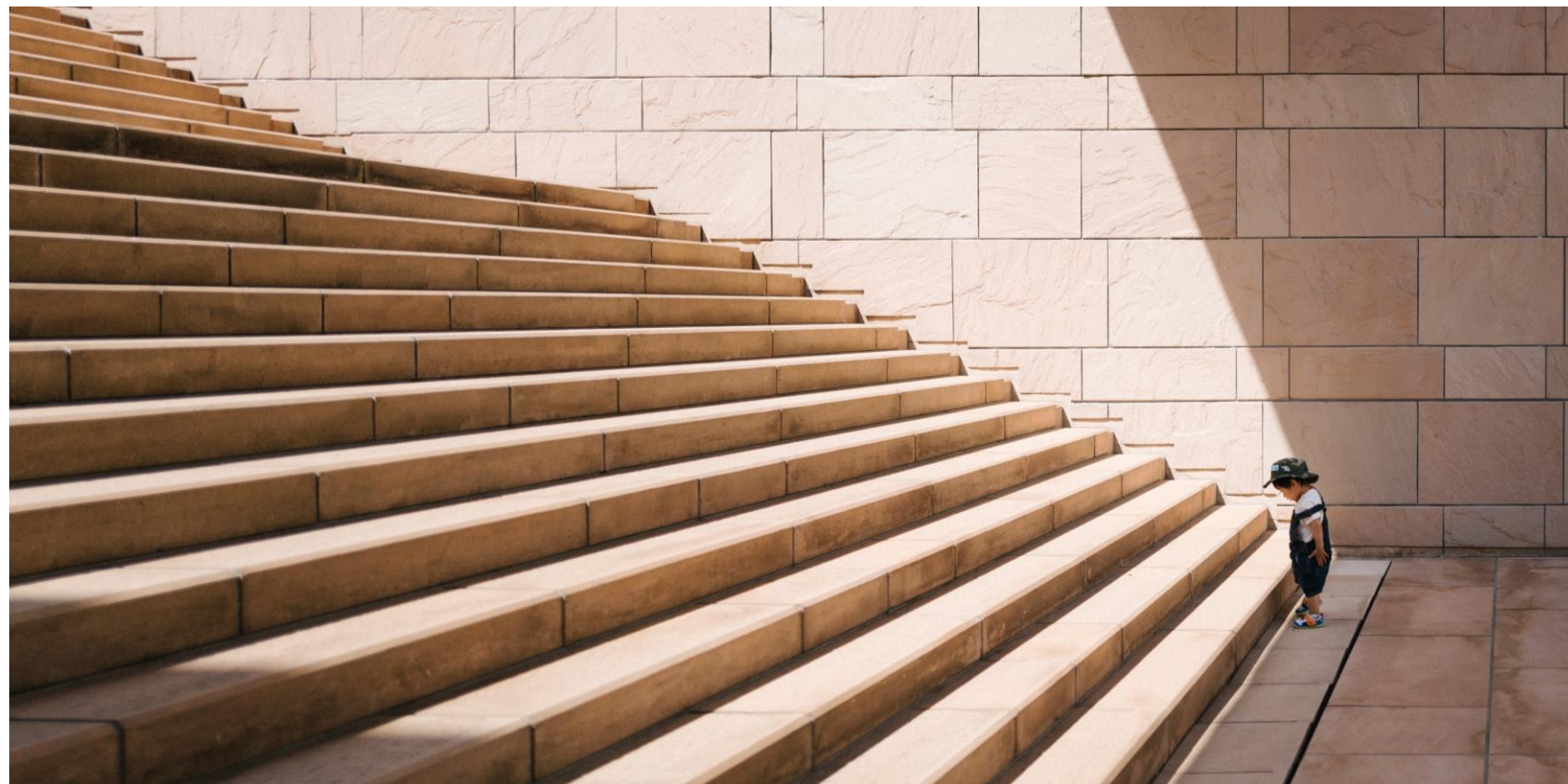
13% vindt het helemaal niet nodig en 16% maar in beperkte mate. Samen is dit een forse groep van bij 30%

In hoeverre vind jij overheidsbeleid voor de klimaattransitie nodig?

(Basis - allen, n=1.271)



Uit ander onderzoek blijkt dat 50% van de burgers het positief vindt dat de overheid maatregelen neemt om klimaatverandering tegen te gaan. Toch weten maar weinig Nederlanders wat het overheidsbeleid voor het klimaat inhoudt.



Veel Nederlanders hebben het gevoel niet te kunnen bijdragen aan de klimaattransitie

Welke barrières ervaren Nederlandse burgers?

Op de volgende drie pagina's tonen we verschillende duurzame maatregelen die burgers kunnen nemen op het gebied van **wonen**, **energie** en **mobiliteit**. In dit onderzoek is gevraagd of men de maatregelen heeft, barrières ervaart in het kunnen nemen van deze maatregelen of dat men deze maatregelen niet wil. De barrières die zijn voorgelegd zijn:

- Ik kan dit niet betalen
- Ik weet niet hoe ik dit moet aanpakken
- Ik wacht tot mijn huidige product vervangen moet worden
- Mijn woning is hier niet geschikt voor
- Ik woon in een huurwoning en dit is de verantwoordelijkheid van de eigenaar

Om de grafieken op de volgende pagina's leesbaar te houden, zijn de barrières geclusterd als één categorie ('Dit wil ik, maar ik ervaar barrières').

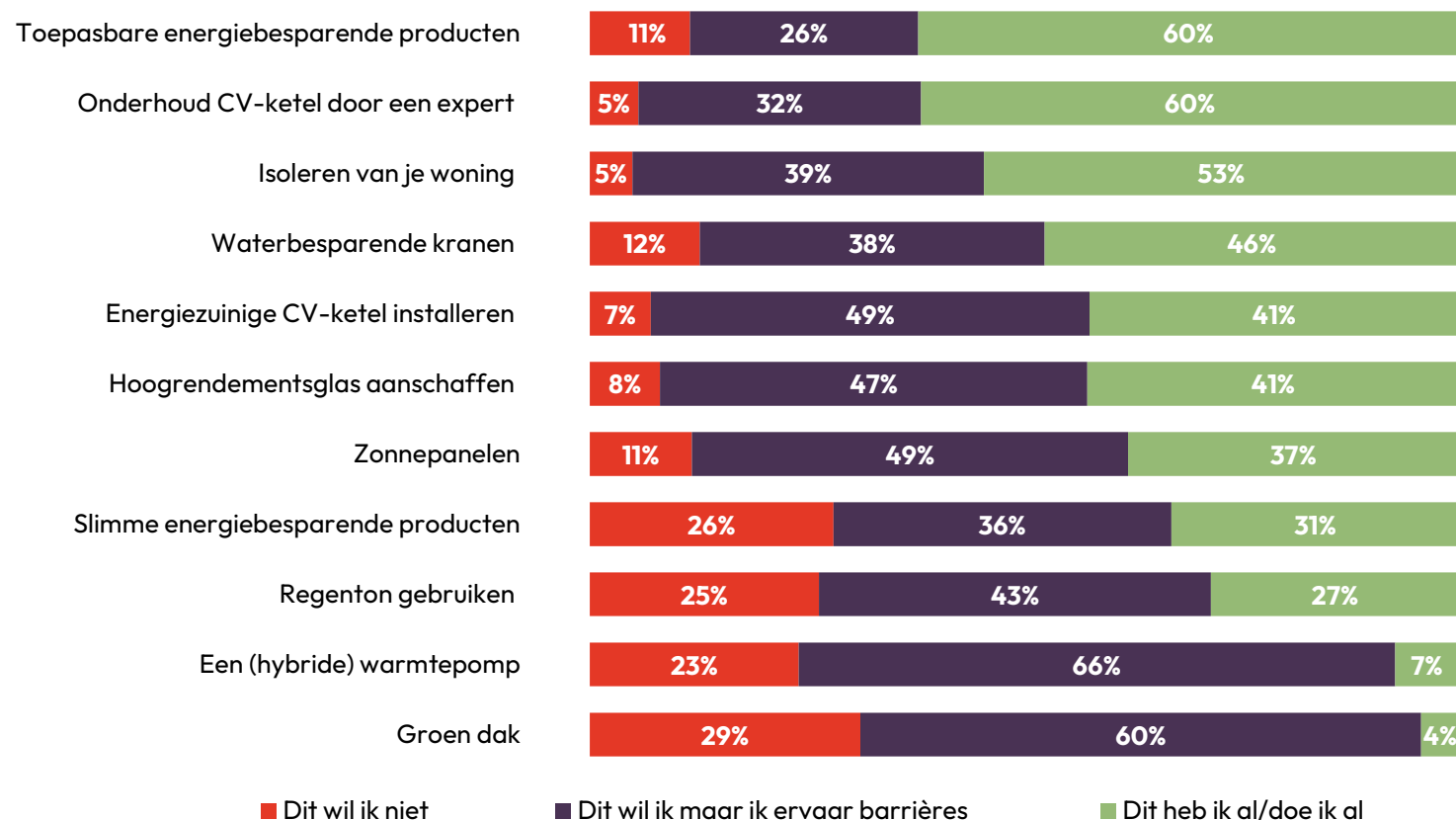
Op basis van de antwoorden concluderen we dat een aantal burgers nu niet mee kan in de klimaattransitie door een gebrek aan middelen, kennis, know-how en handelingsperspectief, en hun woonsituatie.



Een grote groep burgers wil woning verduurzamen maar ervaart barrières

Maatregelen op het gebied van woning verduurzaming

(Basis - allen, n=1.271)



Uit ander onderzoek blijkt dat burgers die zonnepanelen, een warmtepomp, spouwmuurisolatie en/of dakisolatie overwegen, de volgende elementen hun over de streep zouden trekken:

- Als het henzelf geen extra geld kost
- Als zij er subsidie voor krijgen
- Als zij er meer van weten
- Als het makkelijk is om te doen
- Als het helpt klimaat-verandering tegen te gaan

Bovenstaande inzichten benadrukken de drempels van middelen, kennis en gelegenheid. Begeleid burgers in het proces d.m.v. subsidies, kennis verstrekking, uitleggen hoe ze het moeten aanpakken (en of dit makkelijk is). En benadruk de voordelen voor het milieu want er soms wordt er getwijfeld aan de klimaatvoordelen van een bepaalde actie.

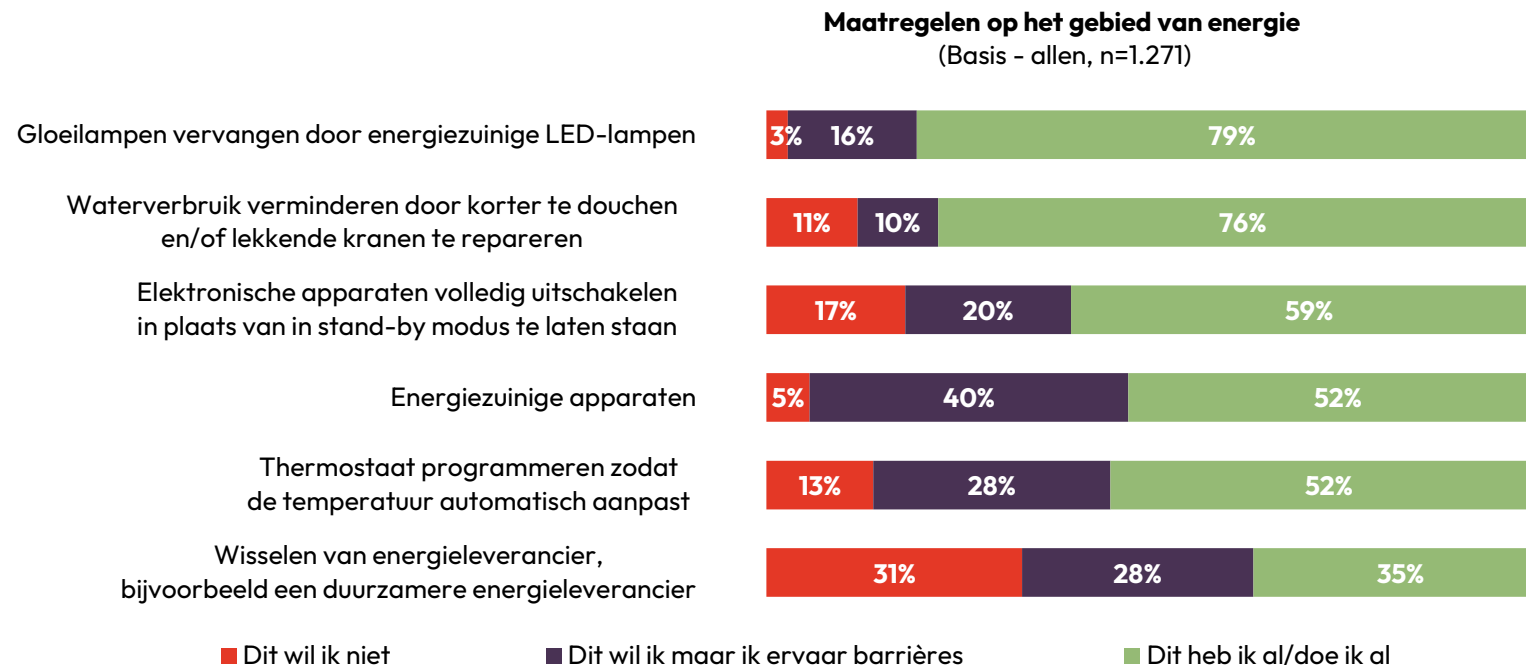


Ook op het gebied van energie is er een groep burgers die maatregelen wil nemen maar barrières ervaart

Op het gebied van energie zien we dat er LED lampen en korter douchen goed zijn ingeburgerd en dat er weinig weerstand wordt ondervonden.

De meeste moeite hebben mensen met het vinden en gebruiken van energiezuinige apparaten.

Ook blijkt dat 31% niet van energieleverancier wil veranderen en dat nog eens 28% bij deze stap barrières ondervindt.



Ook op het gebied van mobiliteit is er minder bereidheid

Bij mobiliteit geven mensen vaker aan een aantal duurzame opties niet te willen. Vooral het gebruik van deelauto's stuit op weerstand, maar ook het gebruik van OV en het compenseren van CO2 uitstoot voor vliegreizen is niet populair.

Het gebruik van een elektrische auto kent nog barrières. Op basis van ander onderzoek weten we dat dit vooral met de investering te maken heeft en met de actieradius van elektrische auto's.

Uit ander onderzoek blijkt waarom Nederlandse burgers de auto naar hun werk pakken. Voor de mensen die niet naar het werk fietsen, is voor 50% afstand de reden is. Andere barrières zijn niet in de regen willen fietsen (27%), of niet onverzorgd willen aankomen (21%).

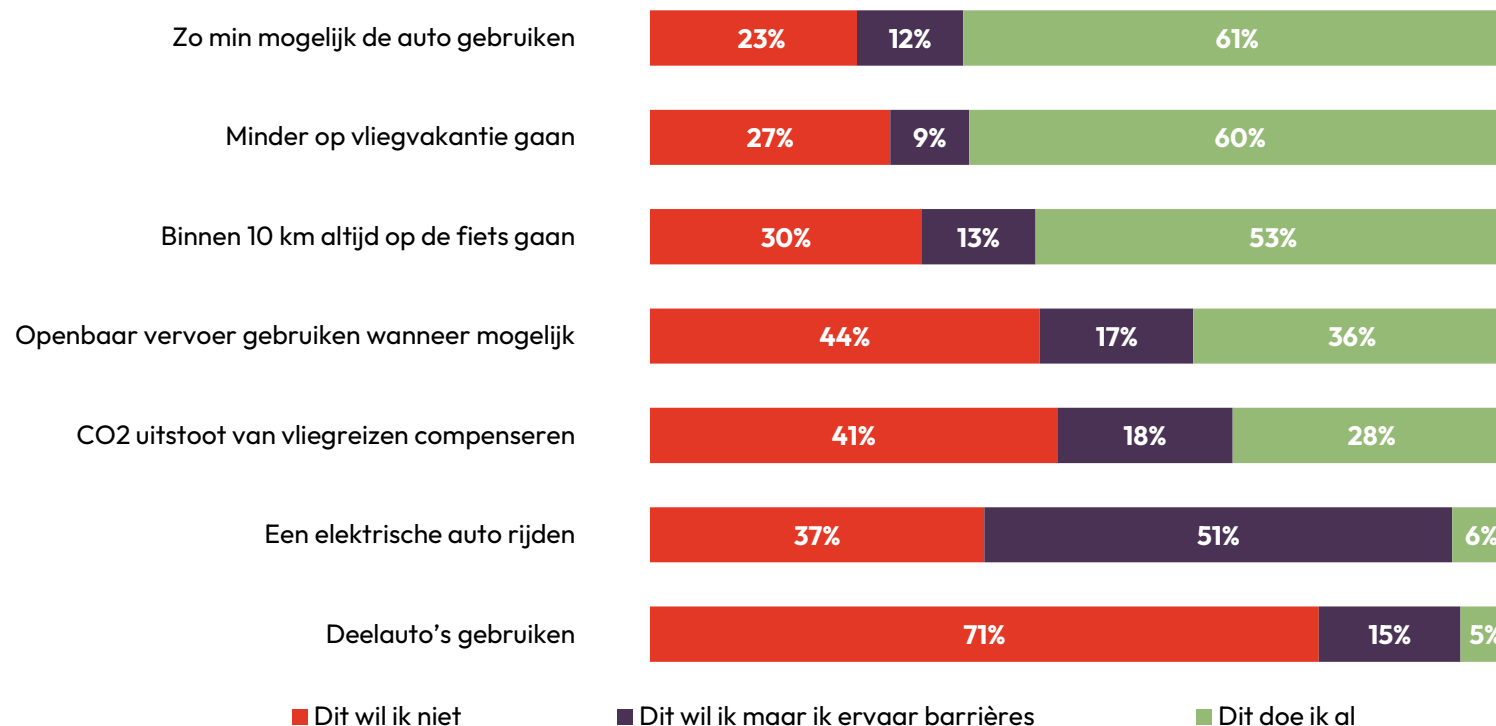
Mensen ervaren ook meerdere drempels om het OV naar werk te gaan:

- Werk is slecht bereikbaar met OV (45%)
- OV-reizen duurt te lang (42%)
- OV-reizen maakt hen minder flexibel (36%)
- OV-reizen is te duur (24%)
- Overstappen met OV (17%)
- Vertragingen in het OV (17%)



Maatregelen op het gebied van mobiliteit

(Basis - allen, n=1.271)





Deepdive en communicatie doelgroepen

We kunnen drie soorten groepen identificeren

Nederlanders is gevraagd in hoeverre zij vinden dat ze zelf bijdragen aan de verduurzaming van de samenleving. Op basis van hun antwoorden zijn er grofweg drie groepen te onderscheiden:

1. Degenen die aangeven dat zij bijdragen aan de verduurzaming (duurzamen, 40%);
2. Degenen die wel willen bijdragen, maar daar belemmeringen in ervaren (middengroep, 31%);
3. Degenen die niet mee willen in de verduurzaming van de samenleving (behoudenden, 13%).

In dit hoofdstuk maken we een verdieping op deze drie groepen.

We zien weinig verschillen in leeftijdscategorieën verdeeld over de drie groepen. De middengroep heeft relatief iets meer jongvolwassenen tussen de 25 en 34 jaar.

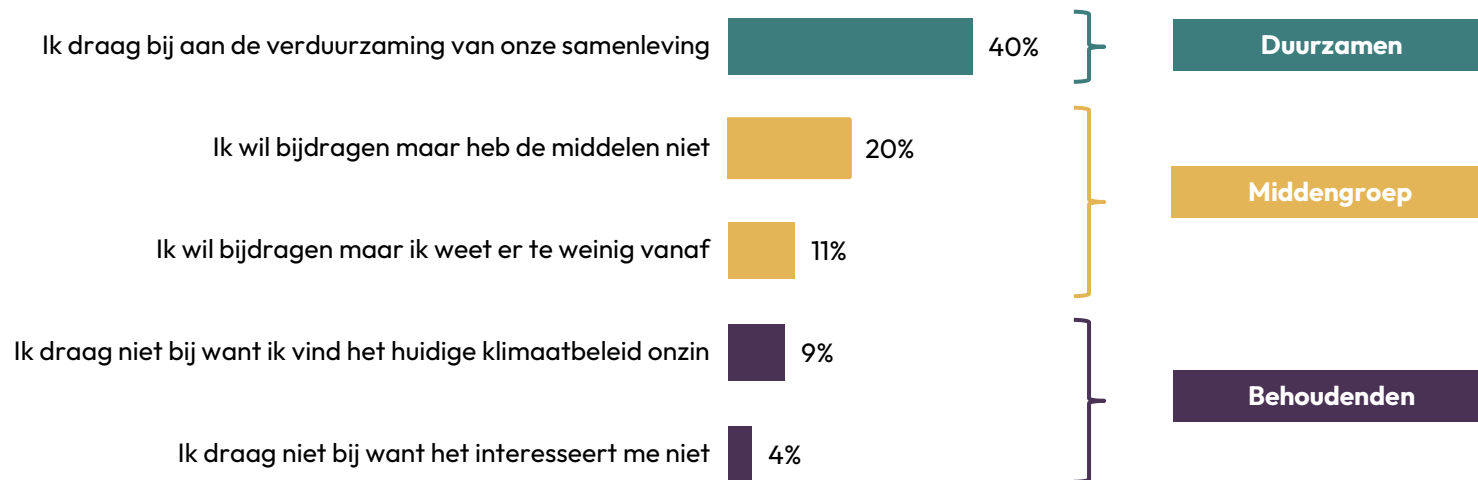
De duurzamen bestaan relatief uit meer hoog opgeleiden. De middengroep en behoudenden bestaan meer uit laag opgeleiden.

Duurzamen verdienen vaker boven modaal.



In hoeverre vind je dat jij zelf bijdraagt aan de verduurzaming van onze samenleving?

(Basis - allen, n=1.271)



Individen van de middengroep voelen de urgentie om klimaatverandering tegen te gaan

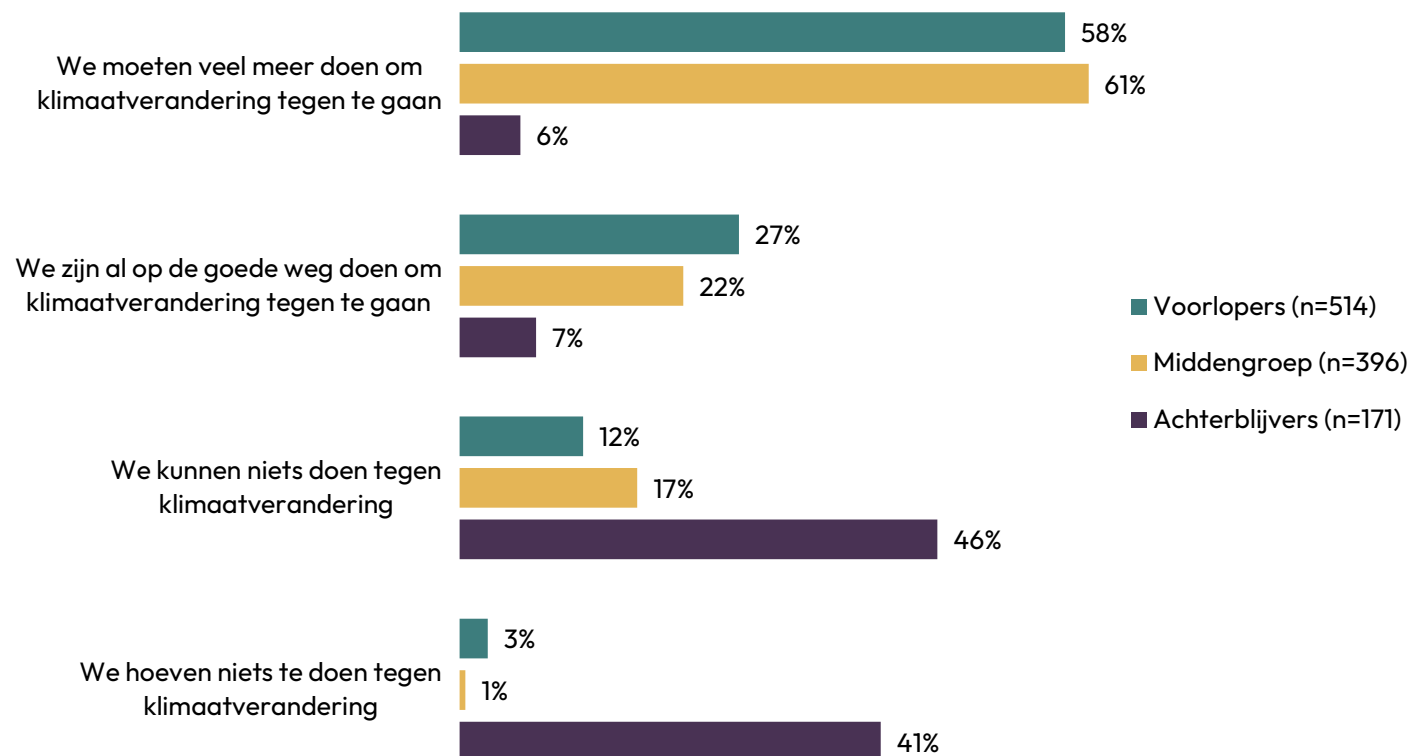
Er is een tweedeling zichtbaar in de mate van gevoelde urgentie om klimaatverandering tegen te gaan.

Zowel duurzamen als de middengroep zijn over het algemeen van mening dat er meer inspanningen nodig zijn. Onder beide groepen vindt een kwart dat we al op de goede weg zijn.

Onder de behoudenden heerst een gelaten houding (we kunnen niets meer doen of we hoeven niets te doen).

Welk van de onderstaande meningen komt het beste overeen met jouw mening?

(Basis - groepen, n=1.070)



Middengroep wil mee in klimaattransitie maar vindt het moeilijk om gedrag aan te passen

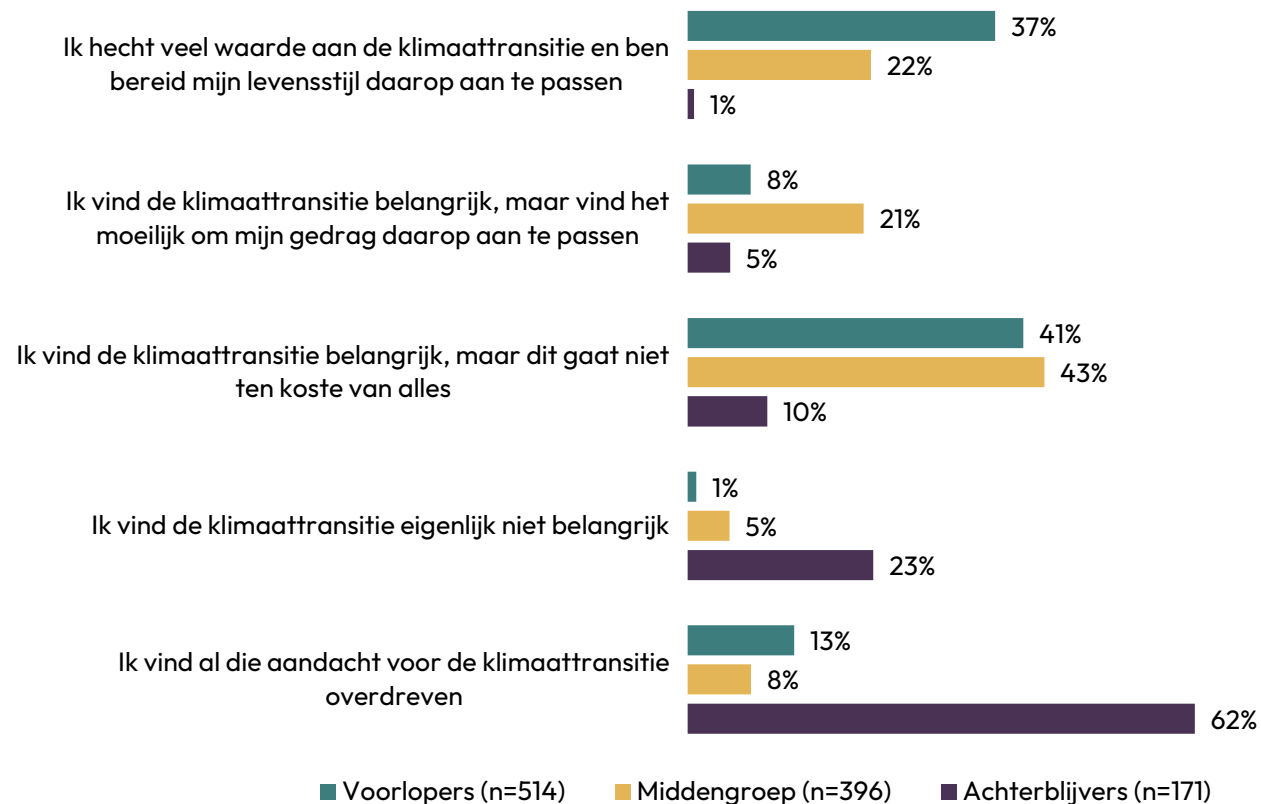
We zien een grotere bereidheid van de middengroep om bij te dragen aan de klimaattransitie. 22% is bereid hun levensstijl aan te passen. Maar 21% geeft ook aan het moeilijk te vinden om gedrag aan te passen.

De behoudenden laten zien dat ze niet mee willen: ze vinden het niet belangrijk (23%) of vinden de aandacht voor het klimaat overdreven (62%).

Op de volgende pagina's gaan we dieper in op de groepen. Hoe kijken zij aan tegen klimaatverandering en duurzaam gedrag en wat zijn waarden en drijfveren achter hun gedrag.

Welke uitspraak is het meest op jou van toepassing?

(Basis - groepen, n=1.070)



Overzicht van de groepen op zorgen, rol mens en overheid, eigen rol en de sociale omgeving

	Koploper	Middengroep	Behoudenden
Zorgen	<ul style="list-style-type: none"> 69% maakt zich zorgen over klimaatverandering Maakt zich zorgen over schade aan de aarde en toekomstige generaties en ziet klimaatverandering als urgent probleem 	<ul style="list-style-type: none"> 69% maakt zich zorgen over klimaatverandering Maakt zich zorgen over schade aan de aarde en toekomstige generaties ziet klimaatverandering als urgent probleem 	<ul style="list-style-type: none"> 10% maakt zich zorgen over klimaatverandering Vindt duurzame ontwikkelingen geen verbeteringen, ziet klimaatverandering als een hype, maakt zich zorgen dat het klimaatbeleid van de overheid veel kapot maakt
Rol mens en overheid	<ul style="list-style-type: none"> Driekwart gelooft dat klimaatverandering door de mens komt Vindt het belangrijk dat er een transitie plaats gaat vinden op het gebied van landbouw, mobiliteit, energie en wonen. Driekwart noemt overheidsbeleid voor de klimaattransitie nodig. 	<ul style="list-style-type: none"> Twee derde gelooft dat klimaatverandering door de mens komt Vindt het belangrijk dat er een transitie plaats gaat vinden op het gebied van landbouw, energie en wonen. Driekwart noemt overheidsbeleid voor de klimaattransitie nodig. 	<ul style="list-style-type: none"> Negen op de tien noemen klimaatverandering een natuurverschijnsel of een niet bestaand verschijnsel. Vindt het niet nodig dat er een transitie plaatsvindt. Circa één op de tien noemt overheidsbeleid voor de klimaattransitie nodig.
Eigen rol	<ul style="list-style-type: none"> 31% is bereid meer belasting te betalen voor een duurzamer Nederland 79% houdt zichzelf verantwoordelijk voor klimaattransitie Hebben vaak al duurzame maatregelen getroffen op het gebied van energie, woning verduurzaming en mobiliteit 	<ul style="list-style-type: none"> 26% is bereid meer belasting te betalen voor een duurzamer Nederland 67% houdt zichzelf verantwoordelijk voor klimaattransitie Willen graag duurzame maatregelen getroffen op het gebied van energie, woning verduurzaming en mobiliteit, maar ervaren barrières 	<ul style="list-style-type: none"> 6% is bereid meer belasting te betalen voor een duurzamer Nederland 11% houdt zichzelf verantwoordelijk voor klimaattransitie Zijn minder of niet geïnteresseerd in de meeste duurzame maatregelen op het gebied van energie, woning verduurzaming en mobiliteit
Sociale omgeving	<ul style="list-style-type: none"> 44% geeft aan dat vrienden en kennissen ook voor meer beleid op klimaattransitie zijn 	<ul style="list-style-type: none"> 37% geeft aan dat vrienden en kennissen ook voor meer beleid op klimaattransitie zijn 32% houdt mening over klimaattransitie voor zich, uit angst voor ruzie of discussie 	<ul style="list-style-type: none"> 11% geeft aan dat vrienden en kennissen voor meer beleid op klimaattransitie zijn 52% geeft aan dat vrienden en kennissen lacherig doen over aandacht voor klimaattransitie



Wat hebben Nederlandse burgers nodig om mee te gaan in de klimaattransitie?

Wat hebben Nederlandse burgers nodig?

In de vorige hoofdstukken stonden de resultaten van het huidige onderzoek centraal en zijn de drie gevonden groepen in het onderzoek uitgelicht. In dit hoofdstuk beschrijven we op basis van dit onderzoek én inzichten uit andere onderzoeken onze visie hoe burgers ondersteund kunnen worden in de klimaattransitie. Dit doen we aan de hand van de volgende onderwerpen:

1. Kennis en informatie
2. Middelen
3. Gelegenheid
4. Overheidsbeleid
5. Bevestiging vanuit sociale norm
6. Inzichtelijk wat het henzelf kan opleveren



Wat hebben Nederlandse burgers nodig?

1. Kennis en informatie

Een deel van de burgers is niet goed op de hoogte van de oorzaken, gevolgen en impact van klimaatverandering. Daarnaast geeft een deel van de burgers aan niet precies te weten wat zij zelf kunnen doen om klimaatverandering tegen te gaan. Zonder de juiste informatie, hebben burgers ook de neiging hun eigen handelen goed te praten (“het vliegtuig vertrekt toch ook wel zonder mij, dus niet instappen heeft geen zin”), te ontkennen (“ik ben maar één persoon, wat ik doe heeft geen impact”), of extern te attribueren (“ik wil wel afval scheiden maar dat heeft alleen zin als mijn huisgenoten het ook doen”). Zolang burgers zich niet willen laten informeren, blijft een verandering in (duurzaam) handelen uit. Met betrekking tot kennis en informatie, willen wij de volgende adviezen meegeven:

- Wees ervan bewust dat informatie vaak niet pro-actief uit eigen initiatief wordt opgezocht door burgers. Biedt informatie dus actief zelf aan.
- Zorg dat informatie goed vindbaar en helder en eenduidig is. In het geval burgers wél zelf op zoek gaan naar informatie, moet zoveel mogelijk worden voorkomen dat ze in een informatiedool terecht komen en daardoor afhaken.
- Bied informatie aan over de voordelen die burgers zelf kunnen ervaren door duurzaam handelen (bijv. zonnepanelen die geld opleveren, besparing op de energierekening, comfort in huis, etc). Het heeft de voorkeur om de gewenste maatregelen niet duurzaam te motiveren, maar in te zetten op argumenten zoals eigen financieel voordeel die met name voor de middengroep en de behoudenden relevant zijn.
- Zorg voor heldere communicatie, ondersteund met figuren, iconen of afbeeldingen. Gebruik eenvoudig taalgebruik dat toegankelijk is voor iedereen.
- Informatieverstrekking moet gaan over weten wat er kan en weten hoe het kan (bied zowel kennis als handelingsperspectief en know-how).
- Maak de informatie persoonlijk relevant voor de lezer. Laat de informatie aansluiten bij momenten dat de burger er voor open staat.
- Deel successen vanuit de overheid en bedrijven. Sommige burgers hebben het gevoel dat de overheid en het bedrijfsleven niks doen aan klimaatverandering. Daardoor houden zij hun hakken in het zand wat betreft hun eigen handelen. De tendens is dan “als de overheid en bedrijven niks doen, hoef ik het ook niet” of “het heeft toch geen zin dat ik iets doe, zolang de overheid en bedrijven niks ondernemen”. We weten dat de overheid en bedrijven grote stappen nemen om klimaatverandering tegen te gaan. Om burgers mee te krijgen in de klimaattransitie, is het dus zaak om de successen van het uitgevoerde beleid wijd te delen.

2. Middelen

Veel burgers geven aan niet te kunnen bijdragen aan de klimaattransitie omdat zij hier de middelen niet voor hebben. Daarom is het belangrijk deze burgers goed te informeren over eventuele subsidies die zij kunnen aanvragen. Ook kan het helpen te benadrukken dat er veel duurzaamheidsmaatregelen zijn die, na een investering, uiteindelijk ook weer geld kunnen opleveren (zoals zonnepanelen). Ook zijn er genoeg kleine acties die burgers kunnen ondernemen tegen klimaatverandering die geen geld kosten. Attendeer hen hierop.

Wat hebben Nederlandse burgers nodig?

3. Gelegenheid

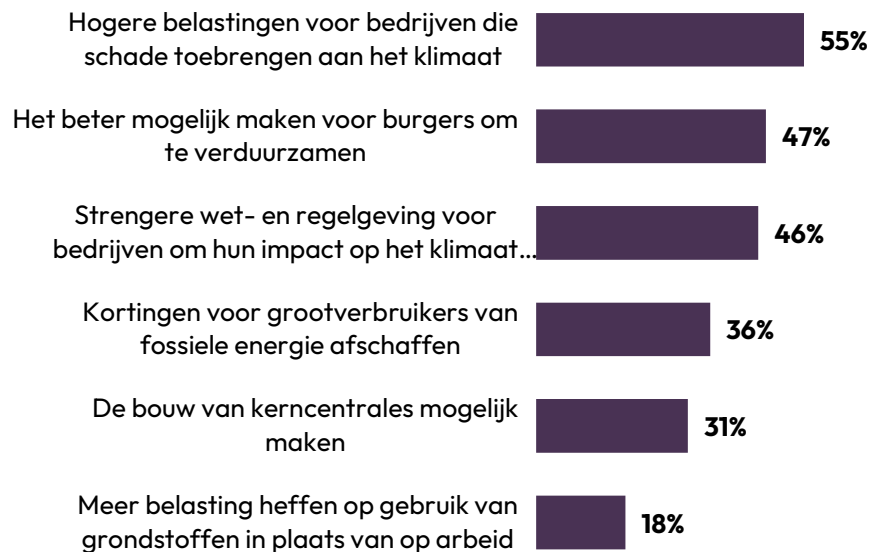
Burgers kunnen nog de beste intenties hebben om goed te handelen voor het klimaat, als zij niet de gelegenheid hebben, houdt het op. Een goed voorbeeld hiervan is de deelauto. Maak het burgers makkelijk.

4. Overheidsbeleid

Driekwart van de Nederlanders (duurzamen en middengroep) vinden klimaatbeleid vanuit de overheid (zeer) dringend nodig. Zoals ook beschreven bij 'kennis en informatie' is het belangrijk vanuit de overheid meer successen op klimaatbeleid te delen.

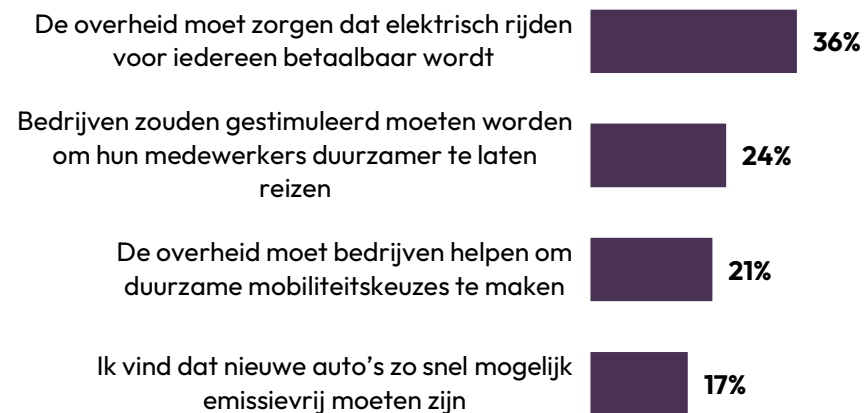
Wat zou overheidsbeleid voor de klimaattransitie moeten zijn volgens jou?

(Basis - allen, n=1.271)



Stellingen over vervoer, % (zeer) eens

(Basis - allen, n=1.271)



Wat hebben Nederlandse burgers nodig?

5. Bevestiging vanuit de sociale norm

We weten dat burgers gevoelig zijn voor sociale normen. Veel mensen beoordelen hun gedrag als 'goed' of 'fout' op basis van wat anderen doen, zoals hun vrienden. Als het niet duidelijk is wat anderen doen, is de kans groter dat mensen het gemakkelijkste gedrag vertonen, wat vaak neerkomt op niets doen. Uit het huidige onderzoek blijkt dat met name bij de middengroep de sociale norm diffuus is. Ze bevinden zich in een omgeving waarin sommige vrienden positief staan tegenover de klimaattransitie, terwijl ze zich tegelijkertijd geïsoleerd voelen en het onderwerp 'klimaat' vermijden uit angst voor discussies of conflicten. Het zal deze groep helpen als ze bevestiging krijgen dat ze niet alleen zijn en dat veel anderen het gewenste gedrag ook vertonen. (Bijvoorbeeld: steeds meer mensen pakken de fiets naar hun werk).

6. Inzichtelijk wat hen kan opleveren

Duurzamen zijn intrinsiek gemotiveerd om duurzaam te handelen. Voor deze groep blijft het belangrijk om te benoemen dat hun gedrag bijdraagt aan een betere wereld.

In de middengroep en zeker voor de behoudenden is dit niet vanzelfsprekend. Extrinsieke motivatie factoren, zoals geld, spelen vaker een rol. Daarom is het belangrijk om uit te leggen aan de middengroep en behoudenden welke voordelen zij zelf kunnen behalen met duurzaam gedrag.

Uit ander onderzoek blijkt dat Nederlanders zich zorgen maken dat maatregelen tegen klimaatverandering vooral geld zal kosten, en niet per se iets oplevert (40%). Het is dus belangrijk om uit te leggen wat hun acties kunnen opleveren voor hen zelf (financieel en in comfort).

Overige adviezen / food for thought

- Een reden dat mensen het beste voor kunnen hebben met de planeet, maar niet duurzaam handelen, is onwetendheid. Een voorbeeld: bijvriendelijke plantjes in de tuin zetten die onder giftige bestrijdingsmiddelen zitten. Wat niet weet, wat wél deert. Hoogleraar omgevingspsychologie Linda Steg: 'Mensen weten niet van bepaalde duurzame opties af of ze beoordelen deze bij gebrek aan kennis negatief. De overheid kan daar verandering in brengen met voorlichting en door mensen de voordelen van duurzaam gedrag te laten ervaren.'
- De woonomgeving blijft een barrière voor duurzaam handelen. Burgers die bijvoorbeeld niet in een woonhuis wonen, ervaren een drempel om te investeren in duurzame maatregelen zoals zonnepanelen en warmtepompen. We kunnen niet iets veranderen aan burgers hun woning en woonomgeving maar probeer deze burgers toch mee te krijgen door voorlichting te geven over wat ze wél kunnen doen. Daarnaast is er beleid nodig om huurbazen te stimuleren tot duurzame investeringen.



Bijlage – overige resultaten

Houding klimaattransitie (1/2)

Welk van de onderstaande meningen komt het beste overeen met jouw mening?
(Basis - allen, n=1.271)



Houding klimaattransitie (2/2)

Welke uitspraak is het meest op jou van toepassing?

(Basis - allen, n=1.271)

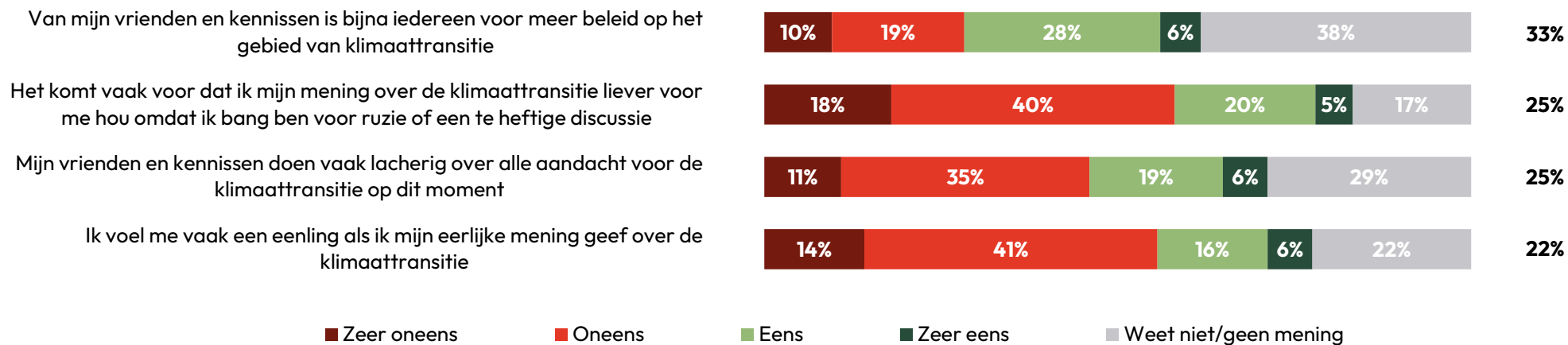


Sociale norm

In hoeverre ben je het eens of oneens met onderstaande stellingen?

(Basis - allen, n=1.271)

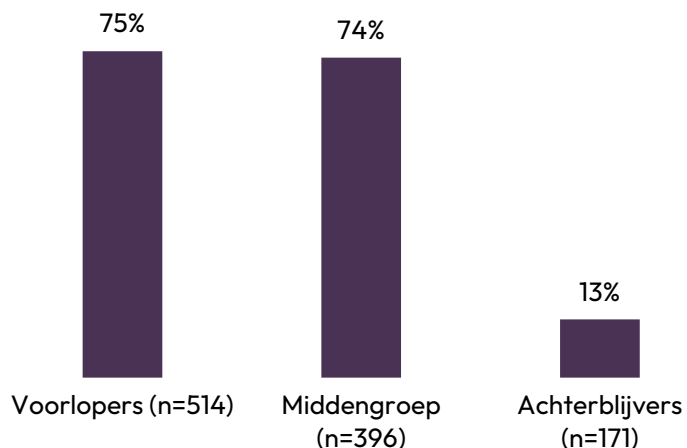
% Eens +
Zeer eens



Behoefte overheidsbeleid en sociale norm voor de drie groepen

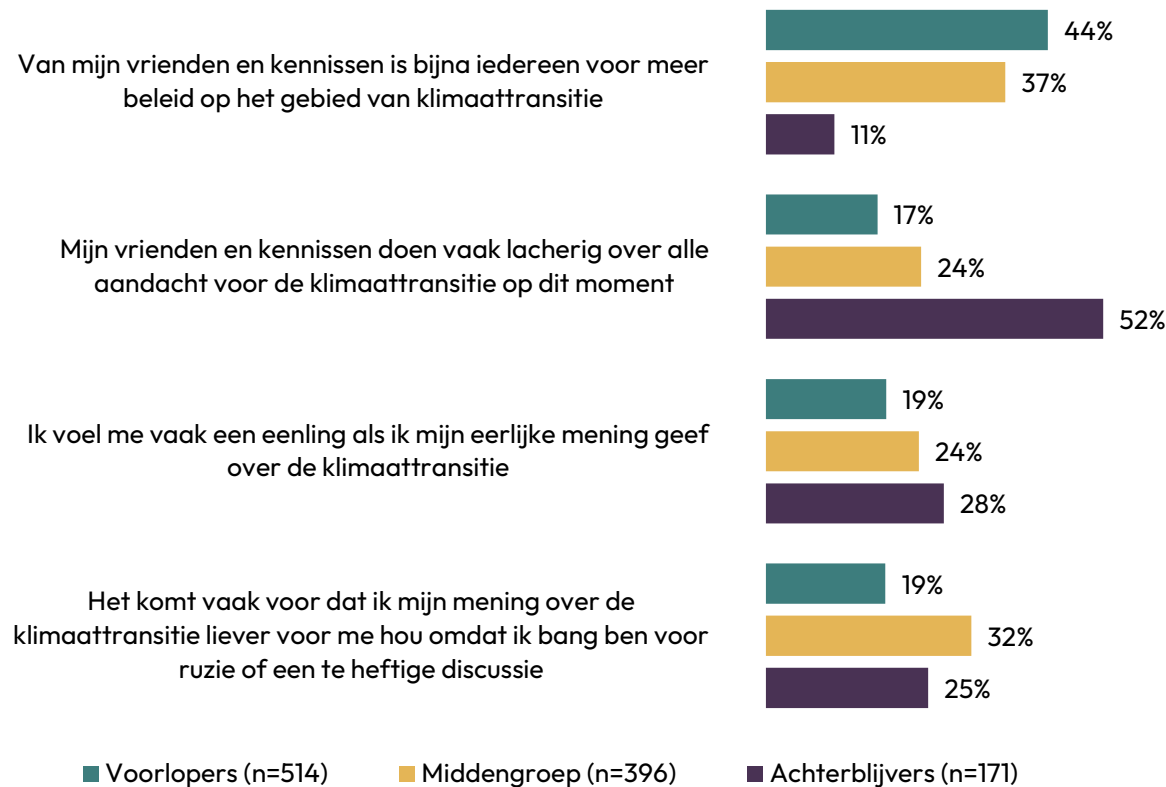
% Vindt overheidsbeleid voor klimaattransitie (zeer) dringend nodig

(Basis - groepen, n=1.080)



In hoeverre ben je het eens of oneens met onderstaande stellingen?

(Basis - groepen, n=1.080)





Bijlage – onderzoeksinformatie

Bijlage - Onderzoekstechnische informatie, kwantitatief

Veldwerkperiode

Het veldwerk is uitgevoerd in de periode 26 mei 2023 t/m 30 mei 2023.

Methode respondentselectie

Uit het StemPunt-panel van Motivaction.

Incentives

De respondenten hebben als dank voor deelname aan het onderzoek punten voor het StemPunt spaarprogramma ontvangen.

Weging

De onderzoeksdata zijn gewogen (zie ook bijlage gewogen en ongewogen data), daarbij fungeerde het Mentality-ijkbestand als herwegingskader. Dit ijkbestand is wat betreft sociodemografische gegevens gewogen naar de Gouden Standaard van het CBS.

Bewaartermijn primaire onderzoeksbestanden

Digitaal beschikbare primaire onderzoeksbestanden worden tot tenminste 12 maanden na afronden van het onderzoek bewaard. Hetzelfde geldt voor schriftelijke primaire bestanden zoals ingevulde vragenlijsten. Een uitzondering

vormen beeld- en geluidsopnames van respondenten, deze worden ten hoogste 6 maanden bewaard.

Overige onderzoekstechnische informatie

Overige onderzoekstechnische informatie en een exemplaar van de bij dit onderzoek gehanteerde vragenlijst is op aanvraag beschikbaar voor de opdrachtgever.

Bijlage - Ongewogen en gewogen data

Leeftijd	Ongewogen n	Ongewogen %	Gewogen n	Gewogen %
25 t/m 34 jaar	124	9,8%	216	17,0%
35 t/m 44 jaar	160	12,6%	237	18,6%
45 t/m 54 jaar	257	20,2%	285	22,5%
55 t/m 64 jaar	312	24,5%	250	19,6%
65 t/m 80 jaar	418	32,9%	284	22,3%

Opleidingsniveau	Ongewogen n	Ongewogen %	Gewogen n	Gewogen %
Hoog (wo/hbo)	365	28,7%	347	27,3%
Middel (havo/vwo/mbo/mavo)	603	47,4%	609	47,9%
Laag (ibo/basisschool/geen opleiding)	303	23,8%	315	24,8%

Geslacht	Ongewogen n	Ongewogen %	Gewogen n	Gewogen %
Mannen	681	53,6%	606	47,7%
Vrouwen	590	46,4%	665	52,3%

Regio	Ongewogen n	Ongewogen %	Gewogen n	Gewogen %
3 grote gemeenten	141	11,1%	150	11,8%
West	372	29,3%	374	29,4%
Noord	126	9,9%	127	10,0%
Oost	266	20,9%	261	20,5%
Zuid	314	24,7%	310	24,4%
Randgemeenten	52	4,1%	51	4,0%

Mentality	Ongewogen n	Ongewogen %	Gewogen n	Gewogen %
Moderne burgerij	270	21,2%	309	24,3%
Opwaarts mobielen	144	11,3%	175	13,8%
Postmaterialisten	150	11,8%	126	9,9%
Nieuwe conservatieven	129	10,1%	110	8,6%
Traditionele burgerij	193	15,2%	185	14,5%
Kosmopolieten	164	12,9%	155	12,2%
Postmoderne hedonisten	144	11,3%	125	9,8%
Gemaksgeoriënteerden	77	6,1%	86	6,8%

Literatuurlijst

- Nederland over milieu- en klimaatissues en de rol van de overheid, de burger en het bedrijfsleven (Milieu Centraal) (2023): <https://www.milieucentraal.nl/professionals/factsheets-en-rapporten/consumentenonderzoek-klimaat-en-consuminderen/>
- Gascrisis en energiebesparing (in opdracht van Milieu Centraal) (Motivaction) (2023): <https://www.milieucentraal.nl/professionals/factsheets-en-rapporten/consumentenonderzoek-gascrisis-en-energiebesparing/>
- Monitor campagne 'Iedereen Doet Wat' (in opdracht van min. EZK) (Motivaction) (2022): <https://www.rijksoverheid.nl/documenten/rapporten/2022/02/09/rapportage-monitor-campagne-iedereen-doet-wat>
- Publieksmonitor Klimaat en Energiemonitor 2021 (in opdracht van min. EZK)(Motivaction): <https://www.rijksoverheid.nl/documenten/rapporten/2021/10/11/publieksmonitor-klimaat-en-energie-2021-motivaction>
- COVID-19 en verduurzaming van de woning (in opdracht van min. EZK)(Motivaction) (2021): <https://www.rijksoverheid.nl/documenten/publicaties/2021/04/22/covid-19-en-verduurzaming-van-de-woning>
- Communicatieonderzoek Klimaat (in opdracht van min. EZK) (Mare) (2021): <https://open.overheid.nl/documenten/ronl-ea31fc8b-599f-43ad-ac61-22c2d2fb1889/pdf>
- Publieksmonitor Klimaat en Energiemonitor 2019 (in opdracht van min. EZK) (Motivaction): <https://www.rijksoverheid.nl/documenten/rapporten/2020/01/16/publieksmonitor-klimaat-en-energie-2019-motivaction>

Auteursrecht

Het auteursrecht op dit rapport ligt bij de opdrachtgever. Voor het vermelden van de naam Motivaction in publicaties op basis van deze rapportage - anders dan integrale publicatie - is echter schriftelijke toestemming vereist van Motivaction International bv

Beeldmateriaal

Motivaction heeft datgene gedaan wat redelijkerwijs van ons verwacht kan worden om de rechthebbenden op beeldmateriaal te achterhalen. Mocht u desondanks menen recht te kunnen doen gelden op gebruikt beeldmateriaal, neem dan contact op met Motivaction.

Pers- en publicatiebeleid

Het vermelden van de naam van Motivaction in persberichten en/of andere publicaties over door Motivaction uitgevoerd onderzoek is gebonden aan een aantal voorwaarden, zoals vastgelegd in ons [Pers- en publicatiebeleid](#).



Wij verminderen onze footprint

Motivaction
is ISO 14001-gecertificeerd

Motivaction gebruikt
energiezuinige auto's

Motivaction gebruikt
groene stroom

Motivaction gebruikt uitsluitend
papier met een FSC-label

meer zien
meer weten
meer betekenen

motivaction
insights and strategy

Motivaction International bv

Marnixkade 109F
1015ZL Amsterdam

Postbus 15262
1001MG Amsterdam

020 589 83 83

info@motivaction.nl
www.motivaction.nl