

Flitspeiling jongeren over klimaat

Rapportage

M230612

Bram van der Lelij
Talia Cohen Rodrigues
Christy Braam

18-8-2023

b.vanderlelij@motivaction.nl
t.cohenrodrigues@motivaction.nl
c.braam@motivaction.nl

Inhoud

Achtergrond	3
Onderzoeksverantwoording	4
Managementsamenvatting	5
Resultaten	8



Achtergrond

In opdracht van het ministerie van EZK heeft Motivaction International B.V. een flitspeiling uitgevoerd onder jongeren naar hun kennis, houding en gedrag ten aanzien van klimaat en duurzaamheid.

Achtergrond

Om in 2050 klimaatneutraal te zijn heeft het kabinet in het Coalitieakkoord 2021-2025 aangegeven het doel voor 2030 in de Klimaatwet aan te scherpen tot ten minste 55% CO₂-reductie. De Rijksoverheid hanteert hierbij verschillende beleidsinstrumenten waarvan communicatie er één is.

Vanaf eind augustus start een koepelcampagne gericht op het algemeen Nederlands publiek. Er is een wens om in deze campagne een specifieke communicatieaanpak of campagne gericht op jongeren mee te nemen.

Doelstelling

Het ministerie van EZK wil een beeld krijgen van kennis, houding en gedrag van jongeren ten aanzien van klimaat, duurzaamheid en het klimaatbeleid van de Rijksoverheid.. Deze inzichten worden gebruikt om de campagne aan te scherpen voor de doelgroep jongeren.

Onderzoeksvragen

- Wat is het kennisniveau van jongeren over klimaat en duurzaamheid?
- Wat is de houding van jongeren ten aanzien van klimaat en duurzaamheid?
- Wat is de intentie van jongeren om duurzaam gedrag te vertonen? In hoeverre maken jongeren al duurzame keuzes?
- Wat weten jongeren over het klimaatbeleid van de Rijksoverheid en hoe kijken zij hier tegenaan?

Onderzoeksverantwoording

Methode, doelgroep en steekproef

Het onderzoek is online uitgevoerd onder een steekproef uit de Nederlandse bevolking van 16 t/m 26 jaar. De steekproef bestaat uit 957 jongeren uit het StemPunt-panel van Motivaction en een partnerpanel. Deze steekproef is na weging representatief voor geslacht, leeftijd en genoten opleiding.

Veldwerk

Het veldwerk is uitgevoerd tussen 25 juli en 3 augustus 2023.

Leeswijzer

De resultaten in dit rapport worden gerapporteerd op totaalniveau. In de managementsamenvatting bespreken we daarnaast relevante verschillen op basis van geslacht, leeftijd, opleidingsniveau en stedelijkheidsgraad.

We onderscheiden de volgende **groepen o.b.v. geslacht**:

- Man (n = 486)
- Vrouw (n = 471)

We onderscheiden de volgende **leeftijdsgroepen**:

- 16 t/m 20 (n = 428)
- 21 t/m 26 (n = 529)

We onderscheiden de volgende **genoten opleidingsniveaus**:

- Hoog (n = 432)
- Midden (n = 495)
- Laag (n = 30*)

We onderscheiden de volgende **stedelijkheidsniveaus**:

- Zeer sterk (≥ 2500 omgevingsadressen km²) (n = 160)
- Sterk (1500 tot 2500 omgevingsadressen km²) (n = 219)
- Matig (1000 tot 1500 omgevingsadressen km²) (n = 180)
- Weinig (500 tot 1000 omgevingsadressen km²) (n = 223)
- Niet (<500 omgevingsadressen km²) (n = 158)
- Stedelijkheid onbekend (n = 16*)

*Wegens het kleine aantal respondenten zijn de resultaten voor deze subgroepen indicatief.

Managementsamenvatting (1/3)

Merendeel jongeren vindt dat ze voldoende kennis hebben over klimaatverandering.

- Zo zegt 59% voldoende te weten over de oorzaken en 64% over de gevolgen van klimaatverandering.
- 56% zegt te weten wat ze hier zelf tegen kunnen doen.

Groot deel is in het dagelijks leven bezig met klimaatverandering en duurzaamheid, maar wordt er meestal emotioneel niet sterk door geraakt

- 61% denkt er wel eens over na of ze duurzame keuzes maken en 59% praat weleens met mensen over klimaat- en milieu-issues. De helft voelt zich betrokken bij het thema (49%).
- De meerderheid (67%) gelooft dat klimaatverandering kan worden tegengegaan.
- Iets minder dan de helft voelt zich bezorgd (44%) en verantwoordelijk (39%); verder ervaren zij geen sterke emoties bij klimaatverandering.

De meerderheid heeft de intentie om zijn/haar gedrag te veranderen; een kleiner deel maakt al duurzame keuzes

- 61% is bereid om zijn/haar gedrag te veranderen om klimaatverandering tegen te gaan.
- De duurzame gedragingen die jongeren al zoveel mogelijk zeggen te doen, zijn het scheiden van afval (49%), het bewaren van eten (40%), het pakken van de fiets of OV in plaats van de auto (38%) of het lager zetten van de verwarming (34%). Andere duurzame gedragingen worden in mindere mate genoemd.
- Minder/geen zuivelproducten eten (39%), minder/geen vlees eten (32%) en minder vaak douchen (26%) roepen de meeste weerstand op.

Geld lijkt de belangrijkste reden om wel of geen duurzame keuzes te maken

- Naast het creëren van een gezonde leefomgeving (43%) en betrokkenheid bij het beschermen van het klimaat (38%), is het besparen van geld een belangrijke reden om wel duurzame keuzes te maken (39%).

- Een hoge prijs wordt het vaakst genoemd als reden om juist geen of minder duurzame keuzes te maken (48%).
- In lijn hiermee, zouden kortingen op duurzame producten of diensten jongeren het meest helpen om meer duurzame keuzes te maken (51%).

Twee vijfde vindt dat er niet genoeg wordt gedaan om klimaatverandering tegen te gaan, hoewel kennis over maatregelen ontbreekt

- Jongeren leggen de verantwoordelijkheid vaker bij de Rijksoverheid (49%) en het bedrijfsleven (48%) dan bij burgers (37%); twee op de vijf (40%) vinden dat de overheid niet genoeg doet.
- Dit terwijl de minderheid vindt dat zij voldoende kennis hebben over het klimaatbeleid van de Rijksoverheid en maatregelen van bedrijven.

Klimaat, natuur en milieu staat op plaats 3 van belangrijke onderwerpen voor de volgende Tweede Kamerverkiezingen

- Bijna een derde (31%) van de jongeren zegt dit thema mee te nemen in hun stemkeuze.

Managementsamenvatting (2/3)

Verschillen naar geslacht

- **Vrouwen** geven vaker aan bezorgd te zijn over en betrokken te zijn bij klimaatverandering. Ze geloven vaker dat er iets gedaan kan worden tegen klimaatverandering. Ook zeggen vrouwen al vaker duurzame keuzes te maken, zoals het minder reizen met het vliegtuig, het scheiden van afval en het eten van geen/minder vlees. In lijn met hun betrokkenheid, noemen vrouwen ook meer zaken die hen zouden helpen om duurzame keuzes te maken.
- **Mannen** voelen zich vaker optimistisch, geïnspireerd en strijdbaar als zij nadenken over klimaatverandering. Ook geven zij vaker aan voldoende kennis te hebben over de toestand en oorzaken van klimaatverandering, de maatregelen die het bedrijfsleven neemt en het klimaatbeleid van de Rijksoverheid. Mannen geven vaker aan dat de Rijksoverheid genoeg doet om klimaatverandering tegen te gaan.

Verschillen naar leeftijd

- **16-20 jarigen** geven in vergelijking met **21-26 jarigen** minder vaak aan voldoende kennis te hebben over de maatregelen die het bedrijfsleven neemt en het klimaatbeleid van de Rijksoverheid.

genoeg doet om klimaatverandering tegen te gaan.

- **16-20 jarigen** zijn over het algemeen minder bereid tot duurzaam gedrag; zij geven bijvoorbeeld aan minder geneigd te zijn om minder/geen zuivelproducten en vlees te eten en dat ook in de toekomst niet van plan te zijn.
- Onvoldoende kennis en het gevoel dat hun gedrag niet zo veel verschil maakt zijn voor hen vaker redenen dat zij geen of minder duurzame keuzes maken.
- Hiermee in lijn, hebben zij vaker behoefte aan beloningen en informatie over de gevolgen van hun keuzes voor het klimaat en wat duurzame keuzes hen opleveren. Ook geven ze vaker aan meer aandacht te willen voor klimaat en duurzaamheid in de lessen op school of vervolgopleiding.

Verschillen naar opleiding

- **Hoogopgeleiden** voelen zich in vergelijking met **midden- en laagopgeleiden** vaker bezorgd en somber als zij denken aan klimaatverandering en geven vaker aan zich betrokken te voelen bij duurzaamheid. Ze geloven ook vaker dat er iets gedaan kan worden tegen klimaatverandering en houden zich in het dagelijks leven vaker bezig met duurzaamheid.

- Hoogopgeleiden zijn ook vaker bereid hun gedrag te veranderen en maken al vaker duurzame keuzes, zoals het lager zetten van de verwarming, de fiets of het openbaar vervoer pakken en weinig/geen vlees eten. Hiermee in lijn noemen zij ook meer zaken die hen zouden helpen om duurzame keuzes te maken.
- Zij hebben vaker het gevoel dat duurzaam gedrag hoort, vinden het vaker belangrijk om een gezonde leefomgeving te creëren en krijgen vaker een goed gevoel van duurzame keuzes.
- Tegelijkertijd geven zij vaker als redenen voor minder duurzaam gedrag dat zij genieten van niet-duurzame keuzes, duurzame keuzes te duur vinden en het de taak vinden van de Rijksoverheid om te verduurzamen. Hoogopgeleiden vinden dan ook vaker dat de overheid niet genoeg doet tegen klimaatverandering. **Midden opgeleiden** geven vaker aan geen duurzame keuzes te willen maken, omdat zij vinden dat het niet past bij de persoon die zij zijn.

Managementsamenvatting (3/3)

Verschillen naar stedelijkheid

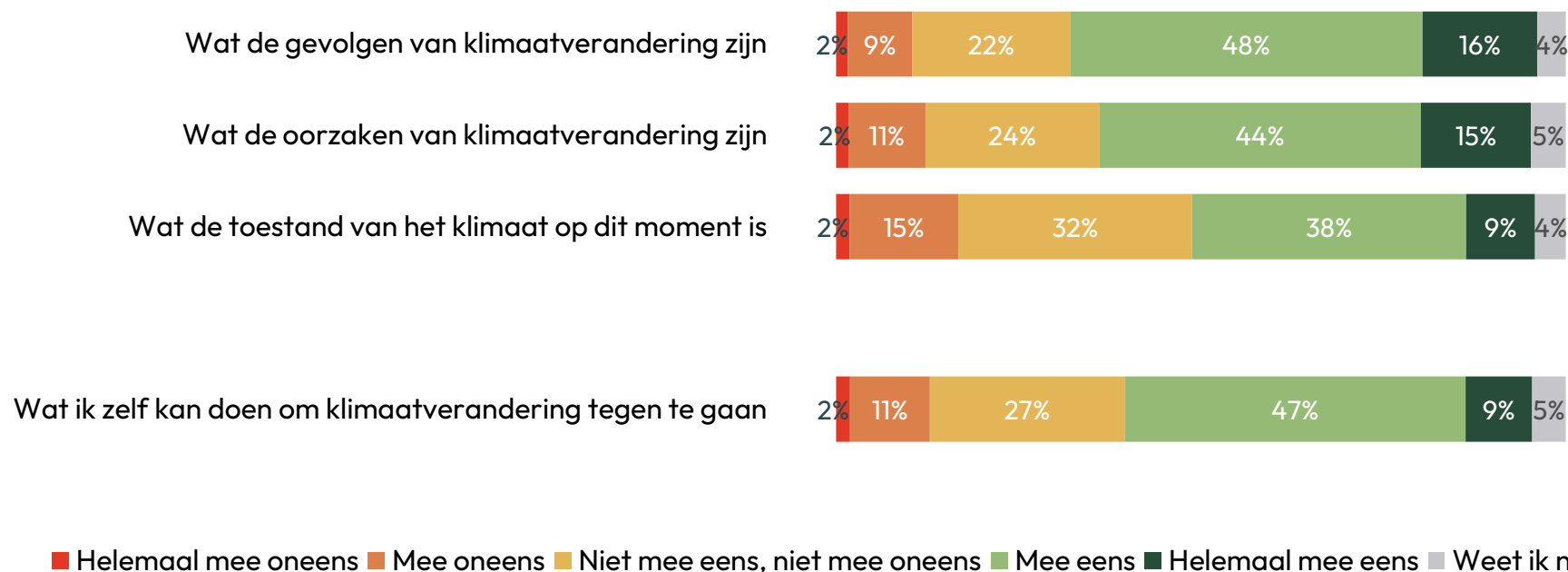
- Jongeren uit een **zeer sterk stedelijke omgeving** geven in vergelijking met de andere groepen vaker aan zich betrokken te voelen bij duurzaamheid. Zij zijn er in hun dagelijks leven vaker mee bezig, bijvoorbeeld door hier met mensen over te praten. Zij denken vaker dat er iets kan worden gedaan tegen klimaatverandering, maar ook dat de Rijksoverheid hier niet genoeg aan doet.
- Wat betreft duurzame gedragingen, zijn jongeren uit een zeer stedelijke omgeving vaker bereid om hun gedrag te veranderen. Zij geven vaker aan de fiets of het openbaar vervoer te pakken, de verwarming lager te zetten en minder/geen vlees te eten. Zij scheiden juist minder vaak hun afval.
- Zij geven vaker aan geholpen te zijn als niet-duurzame keuzes duurder worden gemaakt en als er meer aanbod komt van duurzame producten of diensten.



Resultaten

Kennis: merendeel jongeren vindt dat zij voldoende kennis hebben over klimaatverandering en wat zij zelf kan doen om het tegen te gaan

Ik vind dat ik voldoende kennis heb over...
(Basis - Allen, n=957)

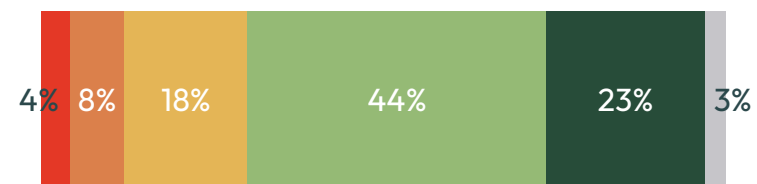


Potentieel: meerderheid gelooft dat klimaatverandering kan worden tegengegaan

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

(Basis - Allen, n=957)

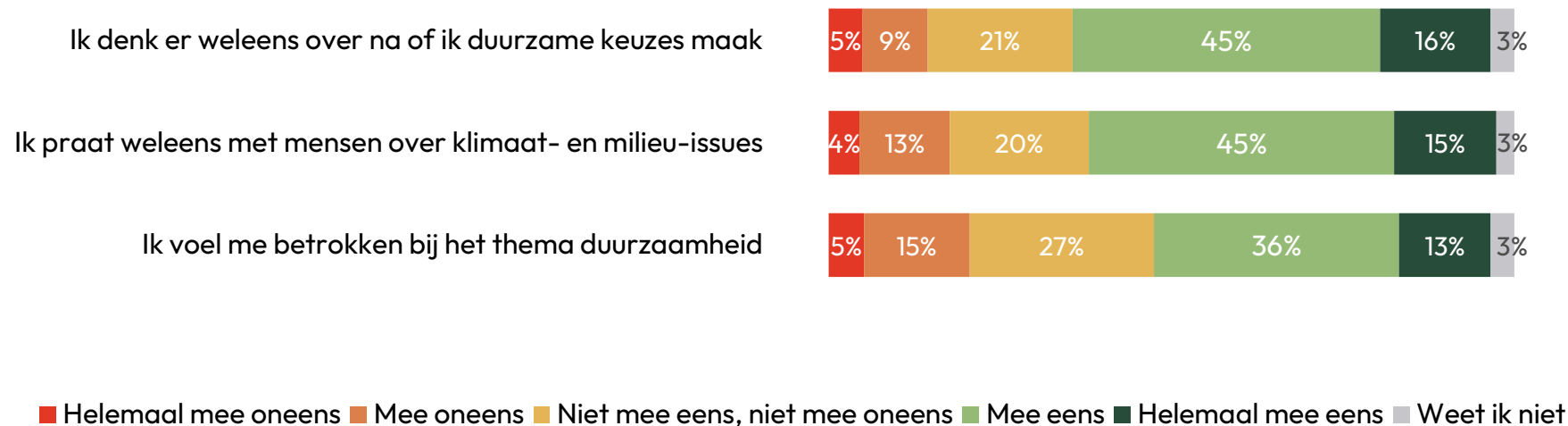
Ik geloof dat er iets gedaan kan worden tegen klimaatverandering



■ Helemaal mee oneens ■ Mee oneens ■ Niet mee eens, niet mee oneens ■ Mee eens ■ Helemaal mee eens ■ Weet ik niet

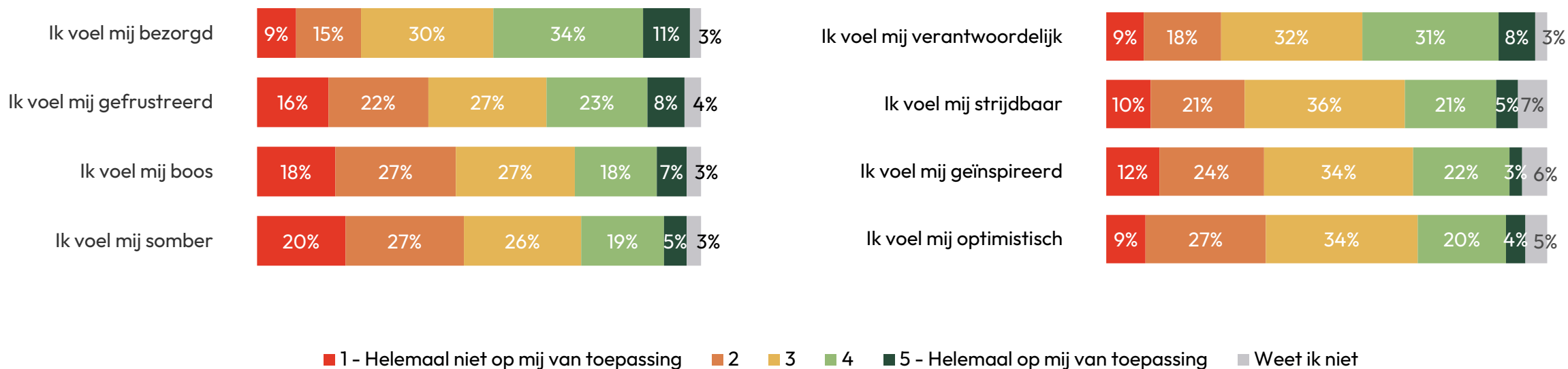
Dagelijks leven: meerderheid houdt zich bezig met klimaat-issues en duurzaamheid; de helft voelt zich betrokken bij het thema

In hoeverre ben je het eens of oneens met de volgende stellingen?
(Basis - Allen, n=957)



Emoties rondom klimaatverandering: iets minder dan de helft voelt zich bezorgd en verantwoordelijk; verder ervaren zij geen sterke emoties bij klimaatverandering

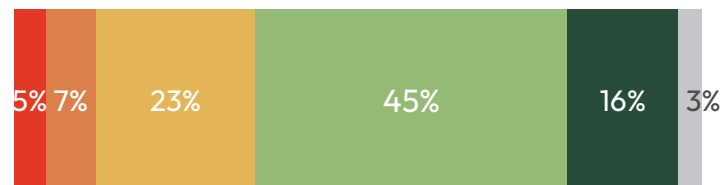
Wanneer je nadenkt over klimaatverandering, in hoeverre zijn de volgende stellingen op jou van toepassing?
(Basis - Allen, n=957)



Gedragsintentie: twee derde is bereid om zijn/haar gedrag te veranderen om klimaatverandering tegen te gaan

In hoeverre ben je het eens of oneens met de volgende stellingen?
(Basis - Allen, n=957)

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

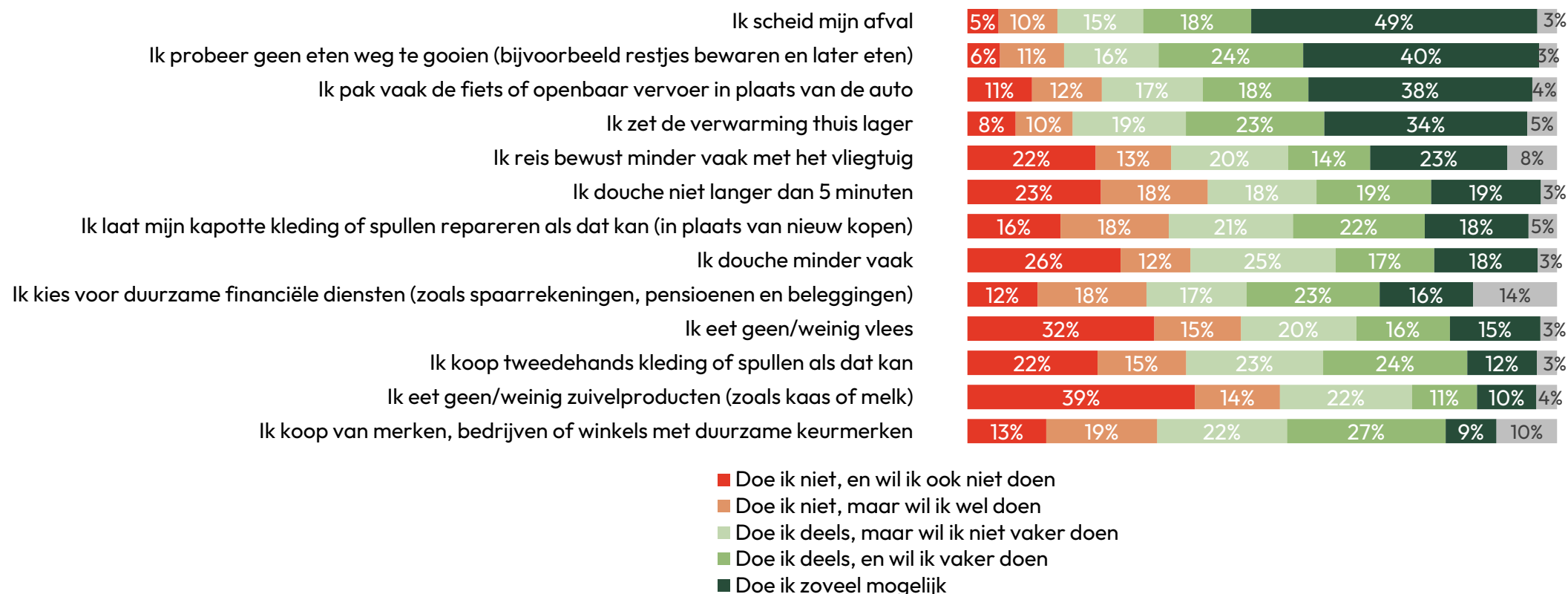


■ Helemaal mee oneens ■ Mee oneens ■ Niet mee eens, niet mee oneens ■ Mee eens ■ Helemaal mee eens ■ Weet ik niet

Duurzaam gedrag: scheiden van afval, bewaren van eten, gebruik van fiets of OV en lager zetten van verwarming worden vaakst door jongeren gedaan; jongeren zijn minst bereid om zuivelproducten of vlees te laten staan, ook niet in toekomst

Welke van onderstaande zaken doe je nu en welke zou je in de toekomst vaker willen doen voor een beter klimaat?

(Basis – Allen, n=957)



Motivatie: naast gezonde leefomgeving en betrokkenheid bij klimaat, is besparen van geld belangrijke reden voor duurzame keuzes; hoge prijs vaakst genoemd als reden tegen duurzame keuzes

Wat zijn voor jou de belangrijkste redenen om...

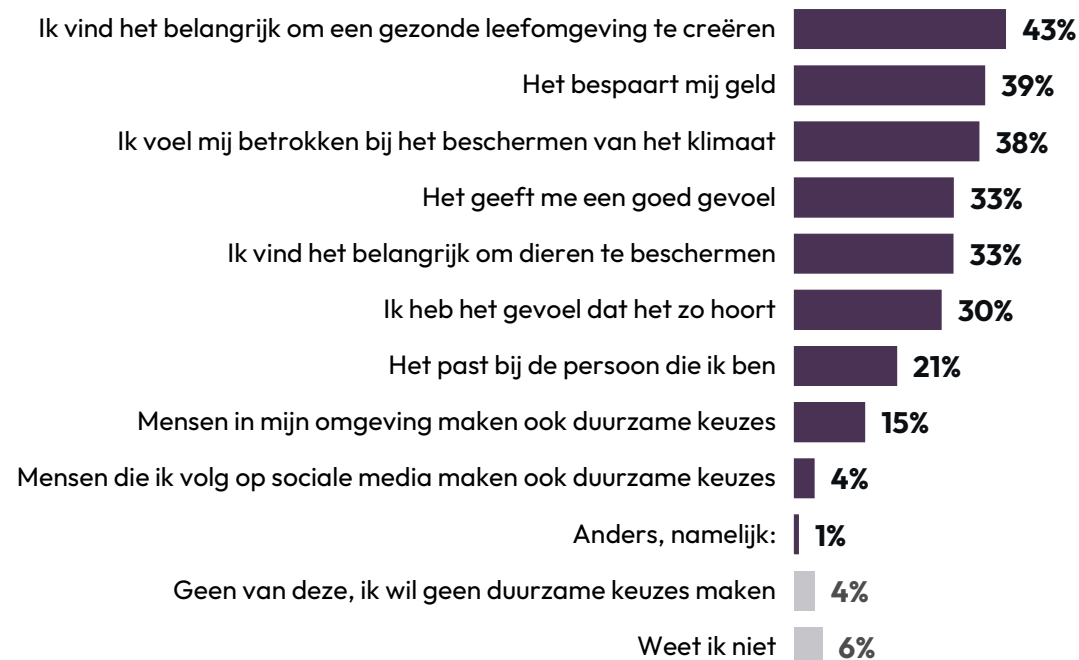
geen of minder duurzame keuzes te maken?

(Basis - Allen, n=957)



wel duurzame keuzes te maken?

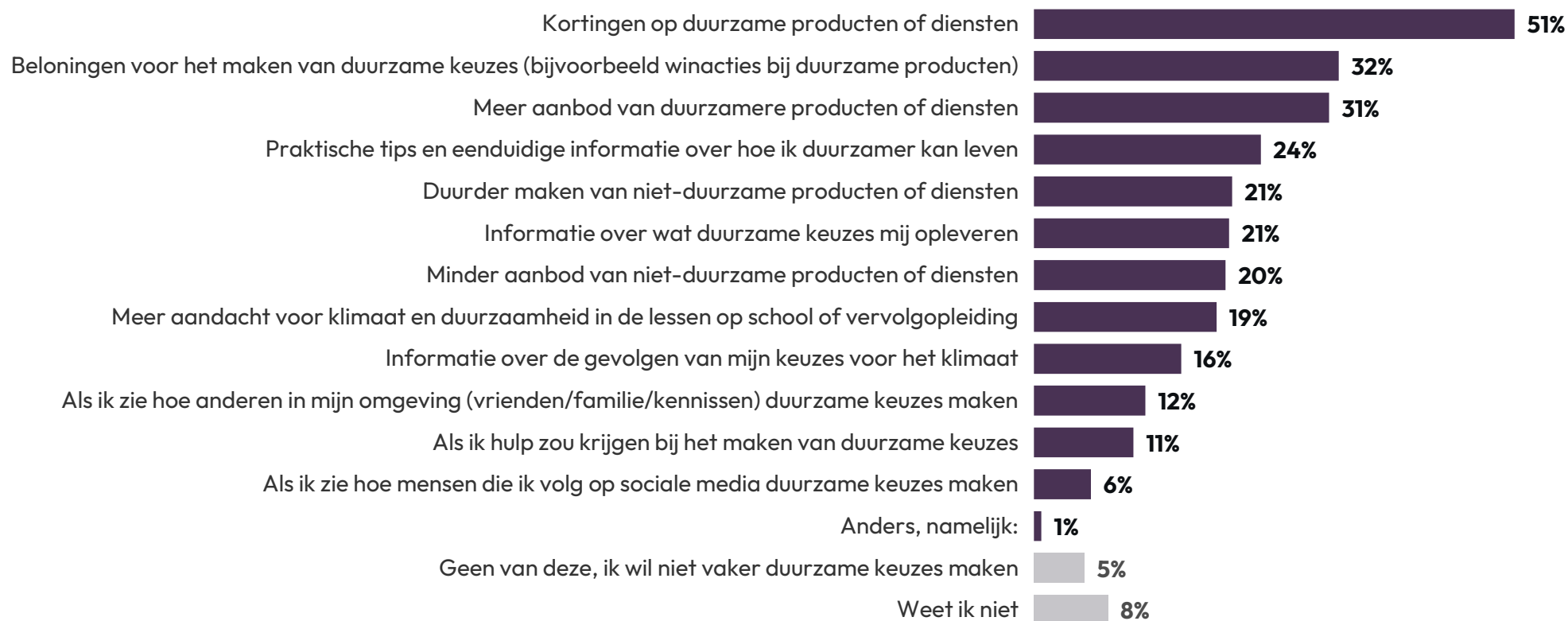
(Basis - Allen, n=957)



Hulp bij duurzame keuzes: kortingen op duurzame producten of diensten zouden jongeren het meest helpen om duurzame keuzes te maken

Wat zou jou helpen om vaker duurzame keuzes te maken?

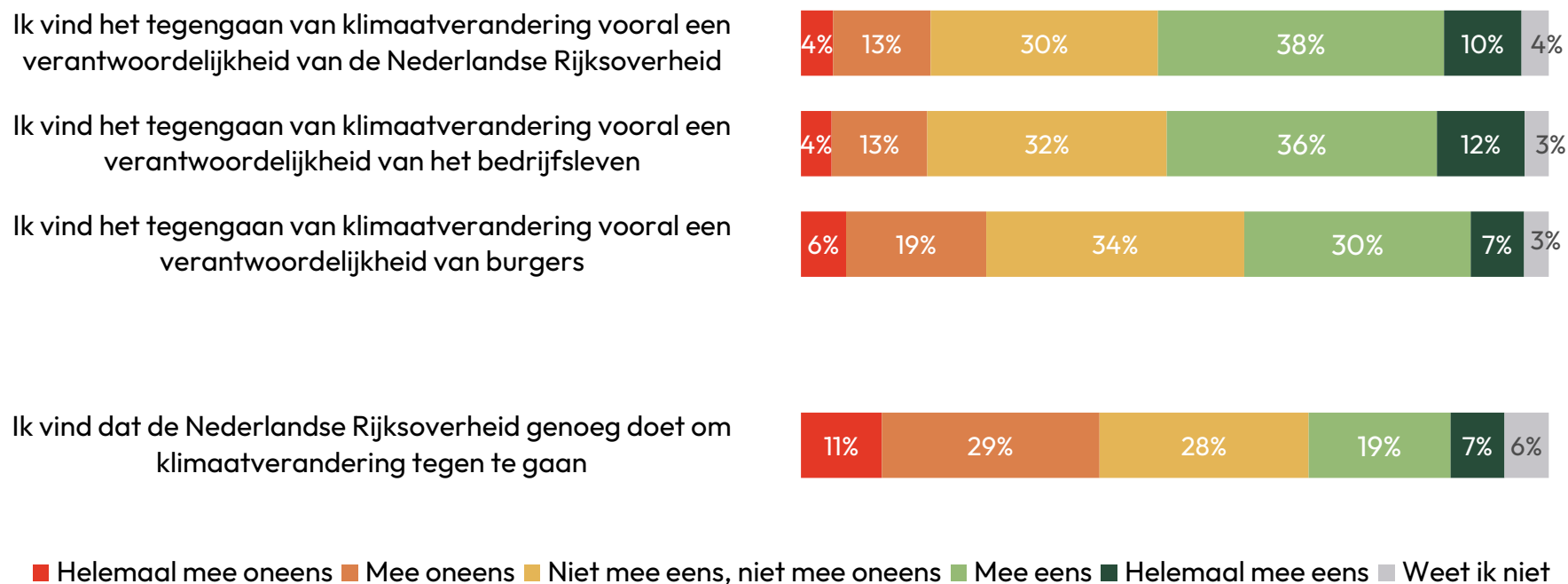
(Basis - Allen, n=957)



Verantwoordelijkheid: jongeren leggen de verantwoordelijkheid vaker bij de Rijksoverheid en bedrijfsleven dan bij burgers; twee op de vijf vinden dat de overheid niet genoeg doet tegen klimaatverandering

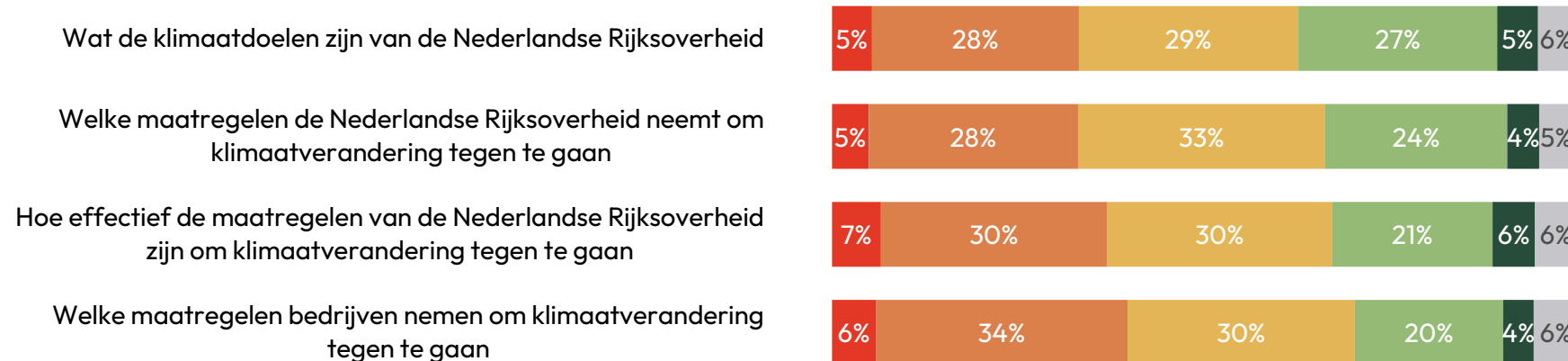
In hoeverre ben je het eens of oneens met de volgende stellingen?

(Basis - Allen, n=957)



Kennis maatregelen tegengaan klimaatverandering: minderheid vindt dat zij voldoende kennis hebben over het klimaatbeleid van de Rijksoverheid en wat bedrijven doen om klimaatverandering tegen te gaan

Ik vind dat ik voldoende kennis heb over...
(Basis - Allen, n=957)

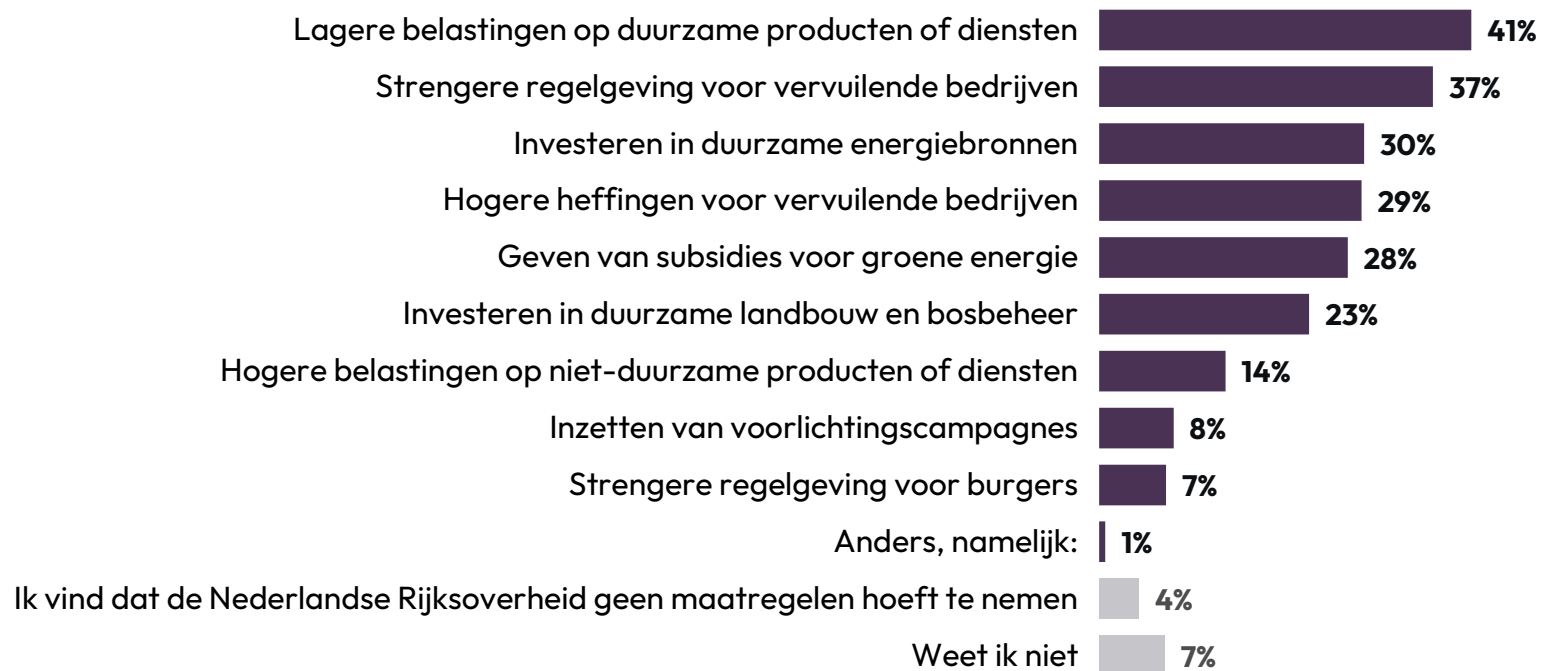


■ Helemaal mee oneens ■ Mee oneens ■ Niet mee eens, niet mee oneens ■ Mee eens ■ Helemaal mee eens ■ Weet ik niet

Maatregelen Rijksoverheid: overheid zou als eerste lagere belastingen op duurzame keuzes en strengere regelgeving voor vervuilende bedrijven moeten doorvoeren

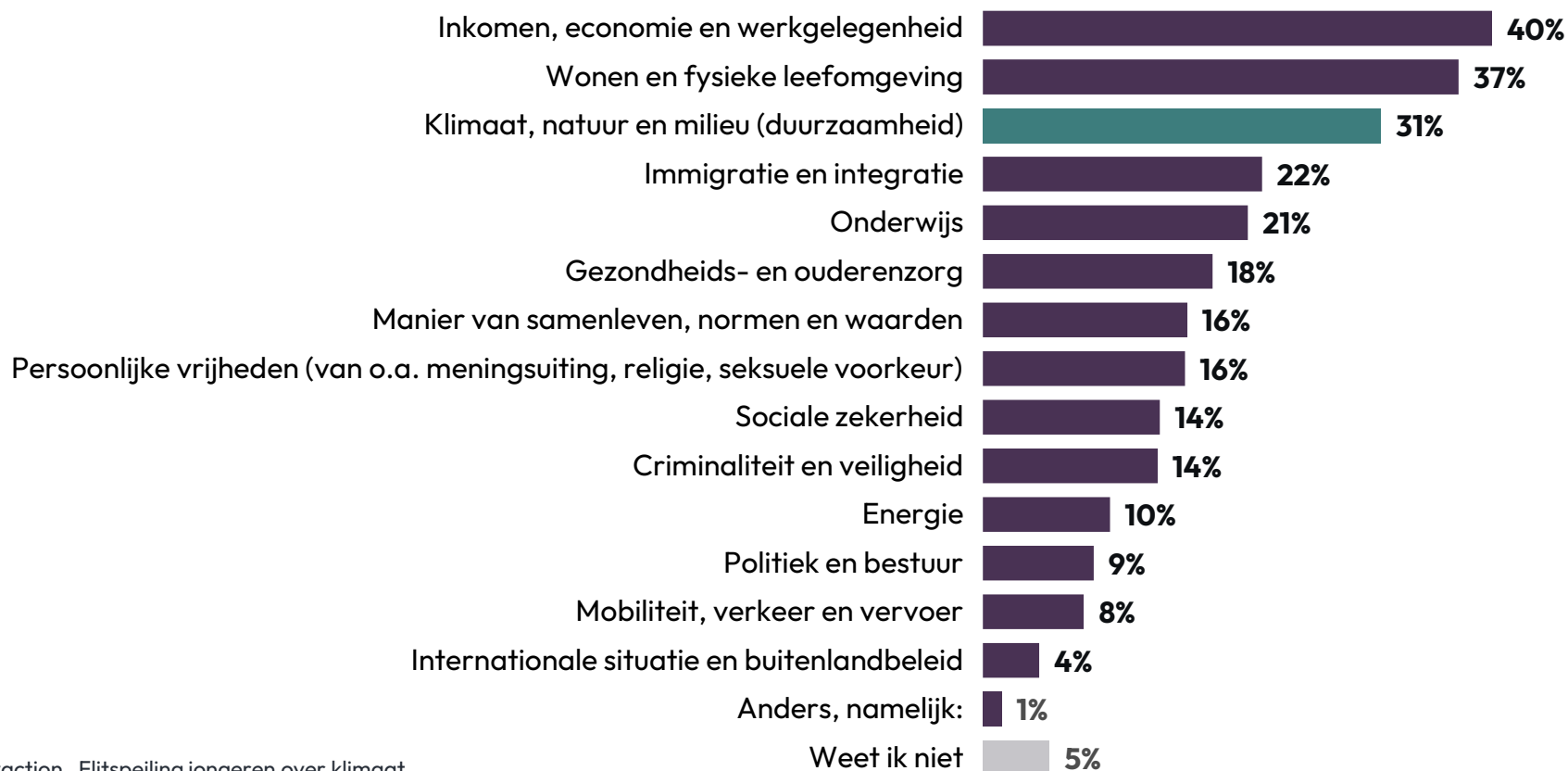
Welke maatregelen moeten er volgens jou als eerste genomen worden door de Nederlandse Rijksoverheid om klimaatverandering tegen te gaan? *Maximaal 3 antwoorden mogelijk.*

(Basis - Allen, n=957)



Belang klimaat en duurzaamheid: bijna een derde baseert stemkeuze bij volgende Tweede Kamerverkiezingen vooral op klimaat, natuur en milieu; deze onderwerpen komen daarmee op derde plek

Aankomende november vinden er Tweede Kamerverkiezingen plaats.
Welke onderwerpen zijn het meest bepalend voor jouw stemkeuze? *Maximaal 3 antwoorden mogelijk.*
(Basis - Allen, n=957)





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

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](#).

meer zien
meer weten
meer betekenen

motivaction
insights and strategy

Flitspeiling jongeren over klimaat

Motivaction International bv

Marnixkade 109F
1015ZL Amsterdam

Postbus 15262
1001MG Amsterdam

020 589 83 83

info@motivaction.nl
www.motivaction.nl

18-8-2023

23