

The logo for 'jamini' is located in the top right corner. It features the word 'jamini' in a white, lowercase, cursive font, set against a background of horizontal rainbow-colored stripes.

# CONSUMENTENONDERZOEK

Nederland over milieu- en klimaatissues en de rol van de overheid, de burger en het bedrijfsleven



# INLEIDING





# AANLEIDING

Naar aanleiding van het lustrum van Milieu Centraal in 2023 is een consumentenonderzoek uitgevoerd op het gebied van milieu- en klimaatissues en consuminderen. Het onderzoek is uitgevoerd in opdracht van Milieu Centraal onder 1011 Nederlanders uit het panel van onderzoeksbureau Norstat.

# DOELSTELLING

De doelstellingen van het huidige onderzoek zijn:

- Inzicht krijgen in de mening van Nederlanders over de politiek, overheid, de rol van burgers en het bedrijfsleven op het gebied van milieu- en klimaatissues
- Inzicht krijgen in de kennis, houding en het gedrag van Nederlanders over consuminderen

# METHODE

Het onderzoek is kwantitatief uitgevoerd door middel van een online vragenlijst opgesteld door onderzoekers van Milieu Centraal. Deze vragenlijst bestond uit 19 vragen, inclusief 6 sociodemografische vragen.

De steekproef bestond uit 1011 Nederlanders (18-92 jaar) en was na weging representatief op basis van geslacht, leeftijd, opleiding en regio (zie 'Bijlage'). Het veldwerk vond plaats tussen 7 maart 2023 en 20 maart 2023.

# SAMENVATTING



# HOUDING OVER KLIMAAT- EN MILIEU-ISSUES

Nederland maakt zich zorgen en heeft behoefte aan meer duidelijkheid over de impact van klimaatverandering

**Kennis over klimaatverandering: driekwart van de Nederlanders weten de gevolgen van klimaatverandering te noemen.** De meerderheid kan minimaal één gevolg voor de directe leefomgeving opsommen. Hierbij gaat het vooral om gezondheid-gerelateerde aspecten en schade aan infrastructuur.

**Zorgen over het klimaat: 3 op de 4 Nederlanders maakt zich wel eens zorgen over klimaatverandering.** De helft van de Nederlanders ervaart ook wel eens een sociaal dilemma over duurzaam leven, vooral op het gebied van kleding en spullen kopen.

**Toekomst en maatregelen rondom klimaatverandering: mogen duidelijk uitgesproken worden, vinden Nederlanders.** De leiders (in het kabinet maar ook in het bedrijfsleven) mogen zich uitspreken als het gaat om klimaatverandering, vindt de meerderheid (74%). Er is draagvlak om te benoemen dat men minder moet vliegen (54%) en sneller en meer huizen moeten isoleren (67%). De overheid en het bedrijfsleven zijn volgens Nederlanders aan zet: ze zouden eerlijk moeten zeggen waar het op staat en een duidelijkere toekomstvisie uitspreken. Bovendien schat Nederland in dat het onvermijdelijk is dat er regels komen (68%) . Voor klimaatmaatregelen is draagvlak, mits dat het leven niet onnodig duur of minder comfortabel maakt. Vooral jongeren roepen hiertoe op. Er is weinig compensatiegedrag zoals vliegen of een cv-ketel kopen in anticipatie op komende (mogelijke) maatregelen.



# HOUDING OVER KLIMAAT- EN MILIEU-ISSUES

Er is draagvlak voor sturende maatregelen zoals verbieden en belasten om klimaatverandering tegen te gaan.

**Er is steun voor maatregelen om klimaatverandering tegen te gaan:** de meerderheid is 'voor' maatregelen, zelfs als deze impact zullen hebben in het kader van betaalbaarheid of vrijheid. Er is al steun voor het (bestaande) verbod op afval weggooien op straat (bijna 90% steunt dit), maar de meerderheid kan zich ook vinden in het verbieden van enkel glas in woningen (67%), gevolgd door een progressieve vliegtaks (64%).

**Een toekomstige persconferentie zou mogen gaan over klimaat, milieu en energie,** vindt de helft van de Nederlanders. Informatie over passende maatregelen, concrete tips en de gevolgen op het gebied van klimaatverandering zou vooral aan bod moeten komen.

**Wat men vooral nodig heeft om duurzame keuzes te maken is het hebben van goedkopere en gemakkelijkere duurzame opties.** Daarbij vindt de helft van de Nederlanders dat duurzame keuzes beloond zouden moeten worden. Naarmate de leeftijd stijgt vindt men vaker dat men geen duurzame keuzes wil of hoeft te maken, dit geldt ook voor laagopgeleiden en mensen met een lager inkomen.



# CONSUMINDEREN

Er is geen weerstand tegen consuminderen, Nederland is bereid te minderen als dat nodig is.

**Mensen zijn bekend met consuminderen**, maar weinig weten wat de impact van de spullen is die ze hebben en kopen. Zij overschatten de CO2-voetafdruk van hun spullen, maar komen bij de categorie kleding en huishoudelijke apparaten goed in de buurt van de feitelijke uitstoot.

**Er is bereidheid om te consuminderen.** Ondanks het gebrek aan precieze kennis en het feit dat ruim één derde aangeeft dat spullen kopen ze gelukkig maakt (vooral jongeren), vinden de meeste Nederlanders het belangrijk dat we minder gaan consumeren (ook vooral jongeren) en dat het allemaal best wat minder mag. Men is bereid wat comfort op te geven en minder spullen óf gerecyclede spullen te kopen, maar wel onder voorwaarden: het moet betaalbaar blijven en langer meegaan. Vooral in de productcategorieën inrichting en huishoudelijke spullen zijn mensen bereid producten minder vaak te vervangen, maar ook bij ICT en kleding is meer dan de helft hiertoe bereid. Men geeft aan het niet lastig te vinden om te consuminderen met alle verleidingen in de omgeving en bijna de helft van de Nederlanders geven al aan minder spullen te kopen vanwege het milieu.



# HOUDING KLIMAAT- EN MILIEU-ISSUES

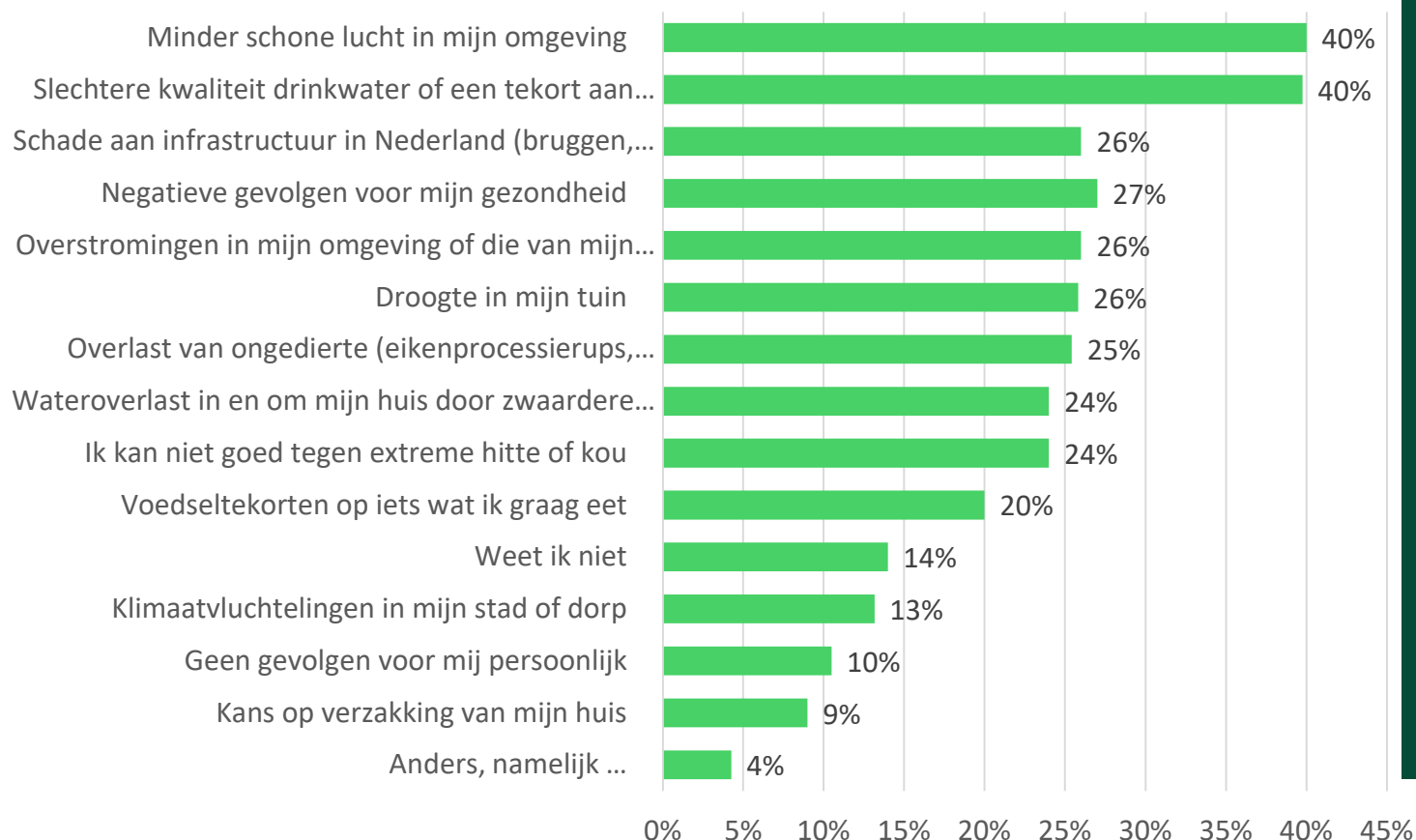




# KENNIS OVER IMPACT KLIMAATVERANDERING

76% heeft minimaal één gevolg van klimaatverandering weten te noemen. Slechts 14% weet echt niet wat voor gevolgen klimaatverandering voor hen zelf of hun leefomgeving zal hebben. Verder maakt men zich met name zorgen over gezondheids-gerelateerde aspecten, zoals minder schone lucht of de kwaliteit van het drinkwater. Ook schade aan infrastructuur en overstromingen in Nederland eindigen hoog op de lijst. In de categorie 'anders, namelijk' zien we met name de afname van de natuur en biodiversiteit terugkomen.

Wat zijn volgens jou de gevolgen van klimaatverandering en milieuvervuiling voor jou persoonlijk tussen nu en 15 jaar vooruit?



Naar mate **opleidingsniveau** toeneemt, weet men **meer gevolgen van klimaatverandering** te noemen.

Aantal mensen dat denkt dat klimaatverandering '**geen gevolgen**' voor hen zal hebben, is het **laagst** in de **hoogste inkomensgroep** (meer dan 60.000€).

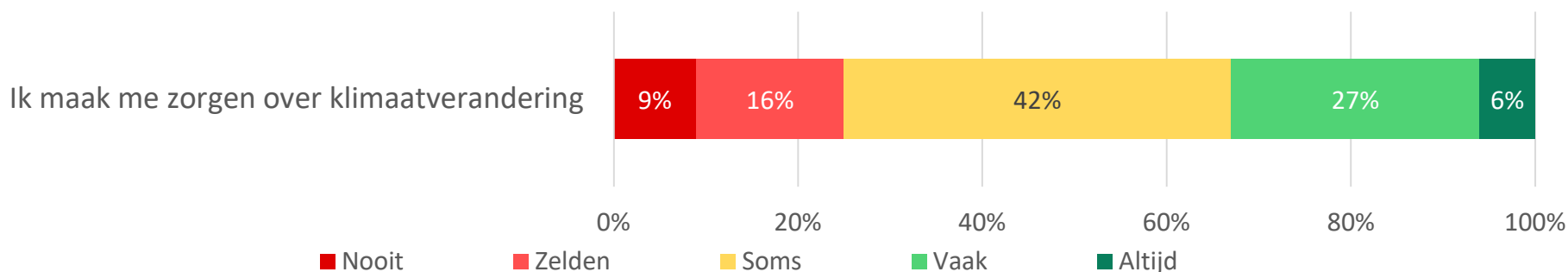
Hoe **ouder**, hoe **minder gevolgen van klimaatverandering** men aankruist. Aandeel **60+ers** wat denkt dat klimaatverandering voor hen geen gevolgen zal hebben is ook **dubbel zo hoog** als in andere groepen.

Hoe **stedelijker**, hoe **meer gevolgen** men kan bedenken van klimaatverandering en met name de zeer landelijke gebieden zeggen vaak dat klimaatverandering voor hen geen gevolgen heeft.

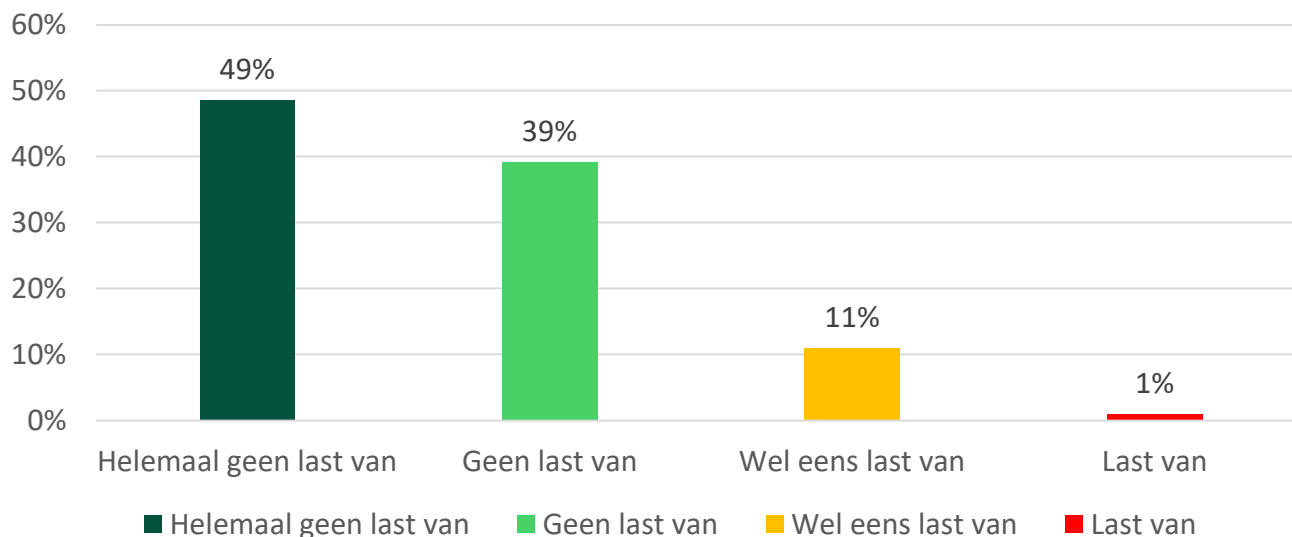
# ZORGEN OVER KLIMAAT

Drie op de vier Nederlanders (74%) maken zich wel eens (soms, vaak of altijd) zorgen over klimaatverandering. Slechts 9% zegt zich eigenlijk nooit zorgen te maken. Op het gebied van depressieve gevoelens (bijvoorbeeld minder plezier kunnen hebben in het dagelijks leven door de zorgen over klimaatverandering), zien we dat 11% daar zelfs al wel eens tegenaan loopt, al scoort minder dan 1% van de respondenten gemiddeld hoog (vaak of altijd) op de stellingen over klimaatdepressie.

In hoeverre maak jij je zorgen over klimaatverandering?



Depressieve gevoelens over klimaat



Hoe hoger het opleidingsniveau, hoe vaker men zich zorgen maakt over klimaatverandering.

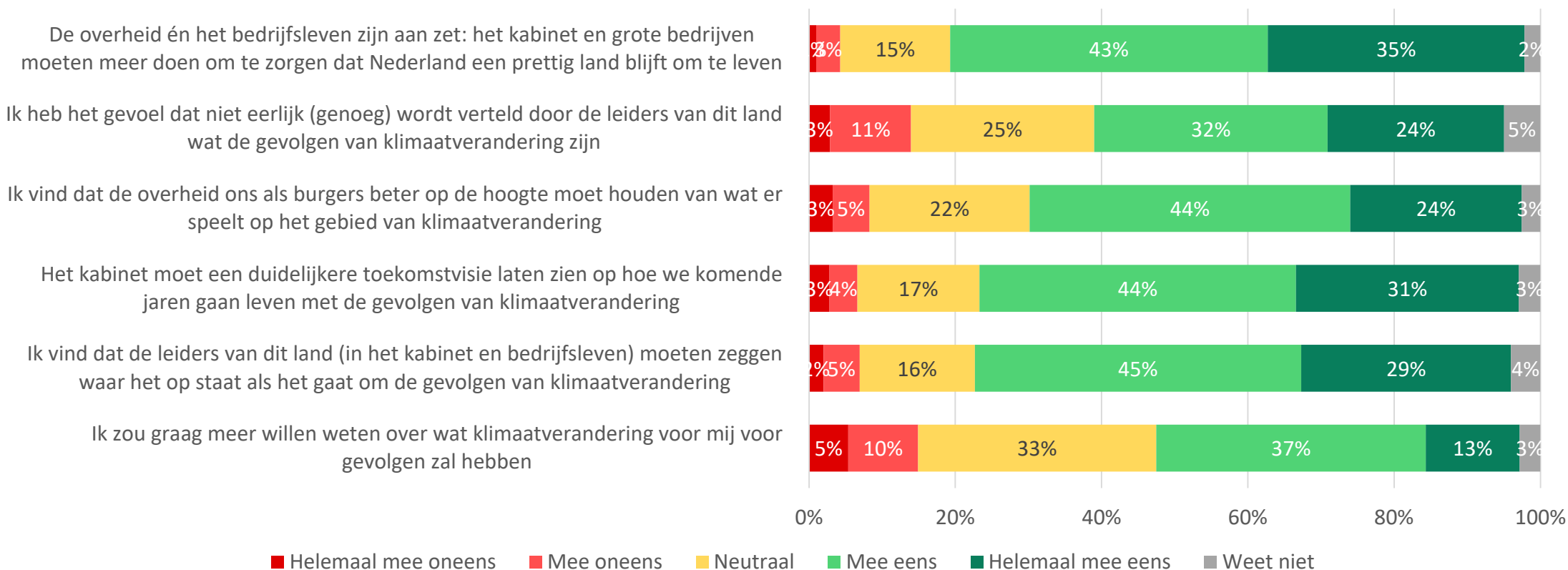
# TOEKOMST EN MAATREGELEN

De respondenten vinden over het geheel genomen dat er een duidelijkere toekomstvisie mag komen op klimaat en dat dat mag worden uitgesproken door de leiders van dit land (in bedrijfsleven en in het kabinet). Men vindt dat zowel overheid als bedrijfsleven aan zet zijn en dat zij ook in de informatievoorziening aan burgers duidelijk moeten zijn.

Hoe hoger het **opleidingsniveau**, hoe vaker men vindt dat het kabinet een duidelijkere toekomstvisie moet laten zien.

Hoe hoger het **opleidingsniveau**, hoe liever men meer wil weten over wat klimaatverandering voor hen voor gevolg zal hebben.

## Wat is jouw mening over de volgende stellingen?



# TOEKOMST EN MAATREGELEN

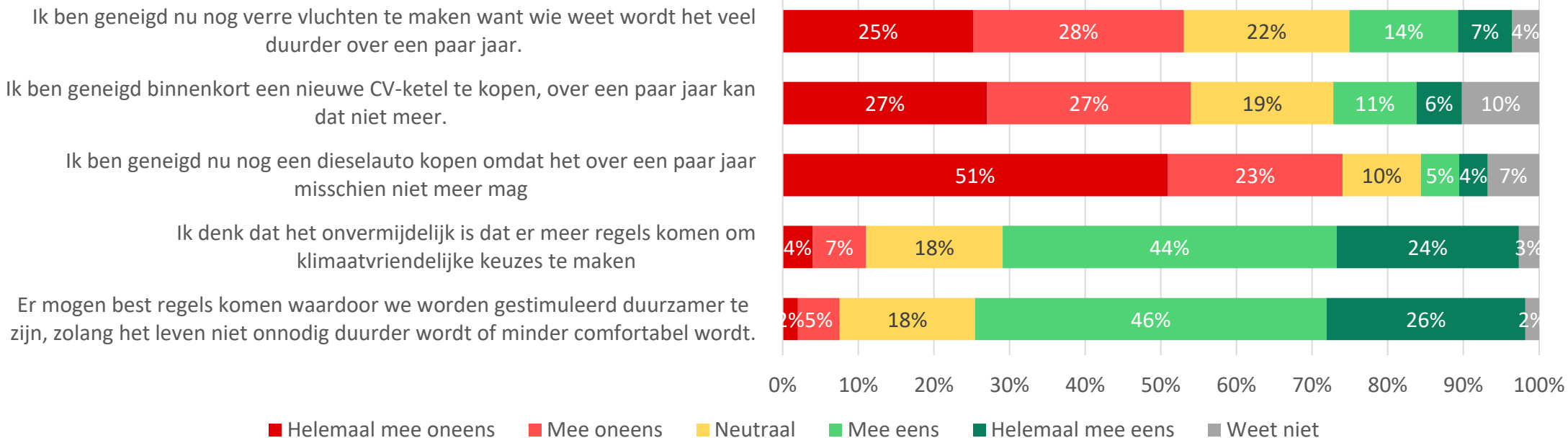
Opvallend is dat het overgrote deel van Nederland denkt dat het onvermijdelijk is dat er meer regels komen. Daar is ook ruim draagvlak voor, mits het leven niet onnodig duurder of minder comfortabel wordt. We zien weinig compensatiegedrag in de vorm van dat consumenten komende jaren – in anticipatie op mogelijke maatregelen, extra vaak niet-duurzame keuzes maken zoals nu nog een CV-ketel kopen of verre vluchten maken.

**60+ers** zijn minder geneigd nu nog verre vluchten te maken of een nieuwe CV-ketel te kopen, uit angst dat het over een paar jaar allemaal duurder is.

Hoe hoger het **opleidingsniveau**, hoe minder men geneigd is om nu nog een dieselauto te kopen, omdat dat over een paar jaar misschien niet meer mag.

Hoe **jonger**, hoe vaker wordt gedacht dat het onvermijdelijk is dat er meer regels komen om klimaatvriendelijke keuzes te maken.

## Wat is jouw mening over de volgende stellingen?



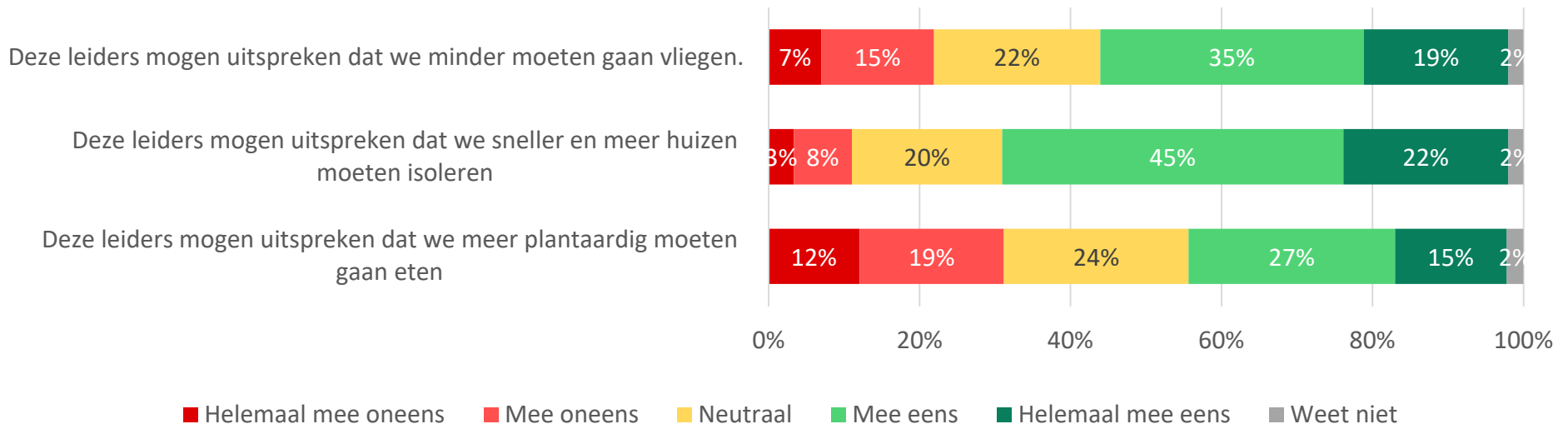
# TOEKOMST EN MAATREGELEN

Aan respondenten is voorgelegd of leiders van Nederland -in zowel bedrijfsleven als de overheid, zich zouden moeten uitspreken over klimaatverandering, ook als dit een onwelgevallige boodschap is. Men is het daar in het algemeen mee eens, met name op het sneller en meer isoleren van huizen, gevolgd door minder vliegen. De onwelgevallige boodschap over ons eetpatroon (meer plantaardig eten), vindt ook steun, maar beduidend minder dan de andere twee thema's.

Hoe **hoger opgeleid**, hoe vaker men het eens is met de stelling dat leiders mogen uitspreken dat we meer plantaardig moeten gaan eten en dat we sneller huizen moeten isoleren.

**Hoog opgeleiden** zijn het ook vaker eens met de stelling dat leiders mogen uitspreken dat we minder moeten gaan vliegen.

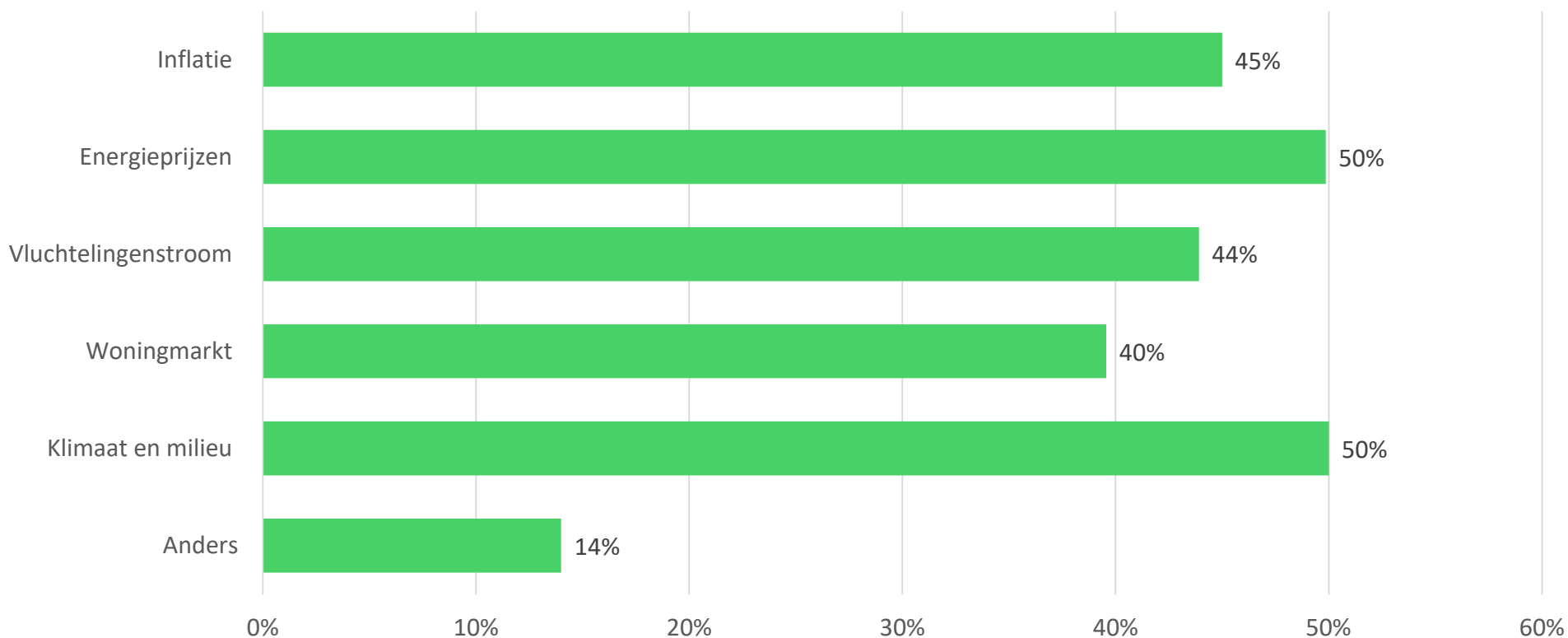
Wat is je mening over de volgende stelling?



# PERSCONFERENTIE BIJ CRISIS

Over welke crisis zou de Minister-President, net als in tijden van corona, van burgers een persconferentie mogen geven? Klimaat, milieu en energie worden hierin het meeste genoemd: door de helft van de Nederlanders. Andere thema's lenen zich er volgens de respondenten ook goed voor. In de categorie 'anders' worden ook een aantal inflatie-gerelateerde thema's genoemd, zoals 'dat alles steeds duurder wordt', maar ook dat een persconferentie niet nodig is en over de 'bestuurscultuur', waarin het Groningendossier, de Toeslagenaffaire worden genoemd en dat de politiek eerlijker moet zijn tegen het volk.

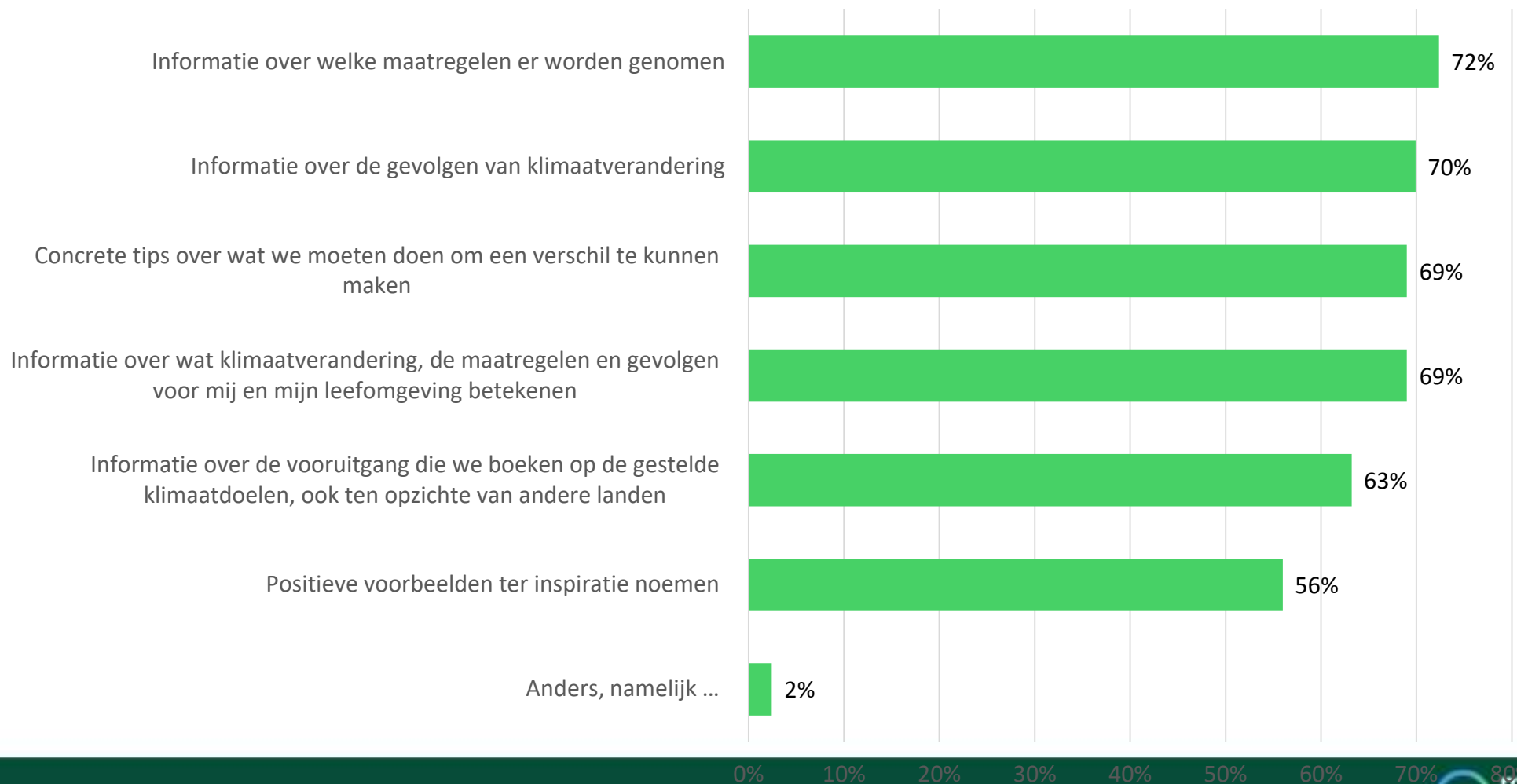
Als de Minister-President een persconferentie over een thema zou moeten geven, net als hij deed in de corona-crisis, waarover zou dit dan moeten gaan?



# PERSCONFERENTIE BIJ CRISIS

Over de inhoud van een dergelijke persconferentie is de meerderheid vrij eensgezind: meer informatie over eigenlijk alles wat met klimaat te maken heeft. Maatregelen, concrete tips, informatie over wat klimaatverandering betekent voor iemand persoonlijk. Inspirerende voorbeelden worden het minst genoemd, maar toch nog meer dan de helft heeft hier behoefte aan.

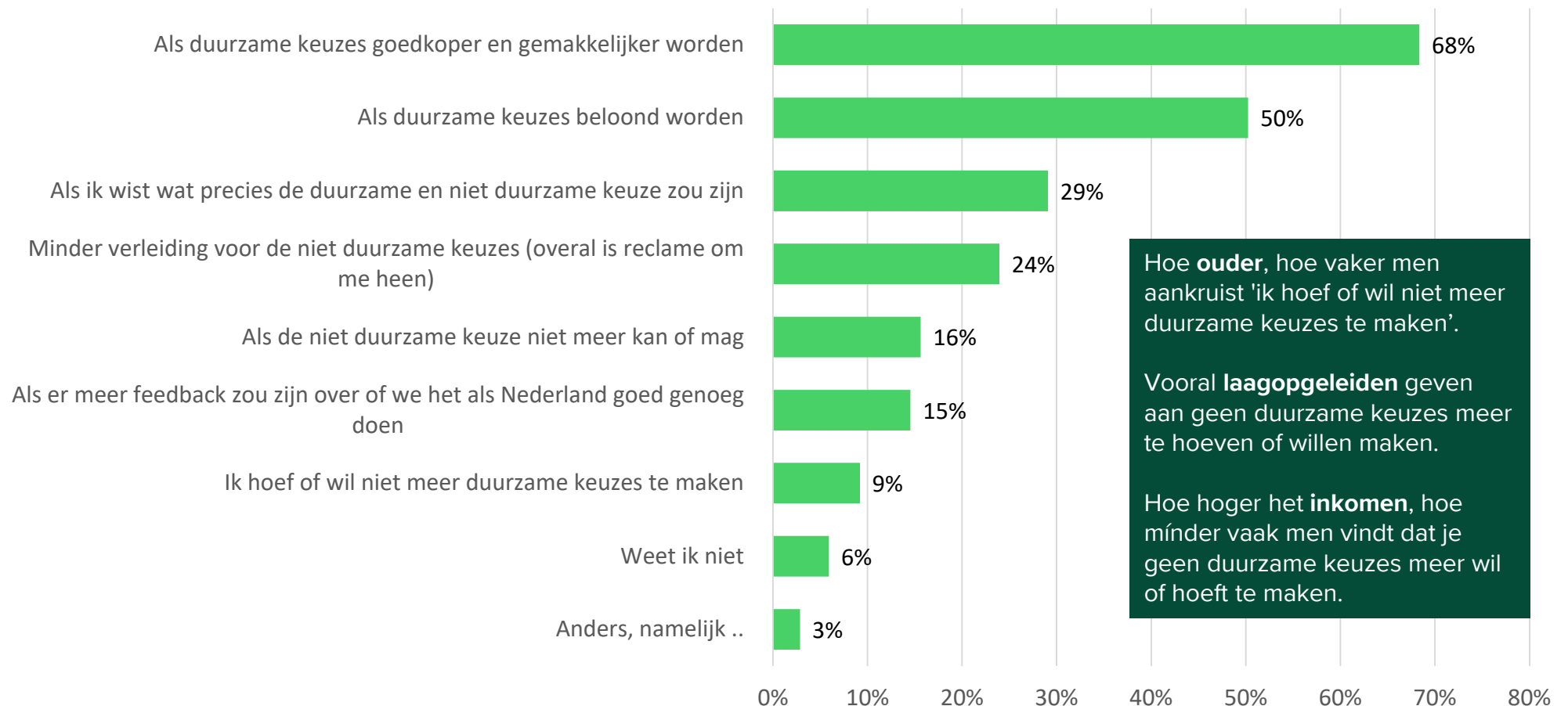
## Wat moet er in zo'n persconferentie aan bod komen?



# WAT IS NODIG OM ANDERE KEUZES TE MAKEN?

De overgrote meerderheid geeft aan dat duurzame keuzes makkelijker en goedkoper zouden moeten zijn. Ook beloningen voor duurzaam gedrag worden ondersteund, waar de steun voor verbieden van niet-duurzame keuzes op weinig steun kan rekenen: men denkt dat dit niet effectief is. Slechts 9% vindt dat ze geen duurzame keuzes meer hoeven of niet willen maken. In de 'anders'-categorie noemt men nog 'als je weet dat het zin heeft', 'het gevoel dat anderen dit ook doen' (een sociale norm), en 'als het goede voorbeeld wordt gegeven'.

## Wat zou jou helpen om meer duurzame keuzes te kunnen maken?





# STEUN VOOR MAATREGELLEN

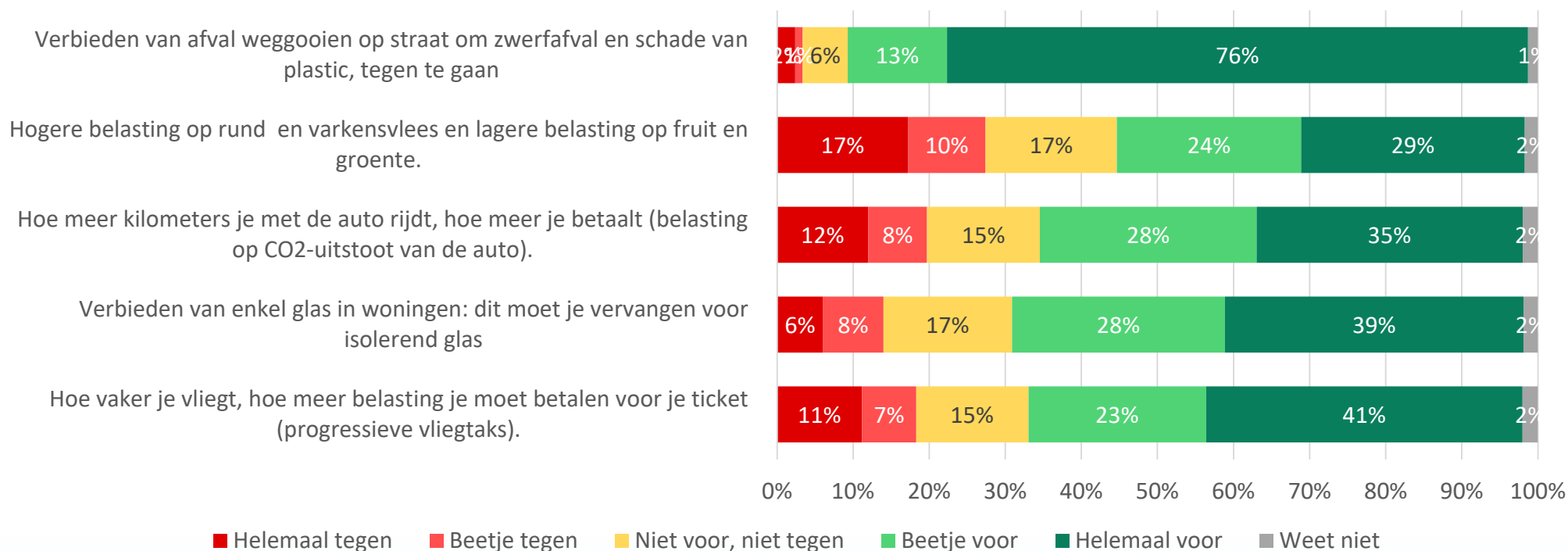
De respondenten konden in de vragenlijst over een aantal maatregelen aangeven in hoeverre ze hier 'voor' of 'tegen' zijn. Opvallend is de steun voor het (bestaande) verbod van afval weggooien op straat, waar driekwart 'helemaal voor' is. De minste steun zien we, wederom in dezelfde trend als waarover leiders zich moeten uitspreken, voor belasten van voeding met een hoge milieu-impact, hoewel nog steeds iets meer dan de helft 'voor' is.

**60+ers** zijn het vaker eens met de stelling dat hoe vaker je vliegt, hoe meer belasting je moet betalen voor je ticket.

**Lager opgeleiden** zijn het vaker oneens met de stelling dat je meer zou moeten betalen als je meer met de auto rijdt. Mensen met een **laag inkomen** zijn het hier juist vaker mee eens.

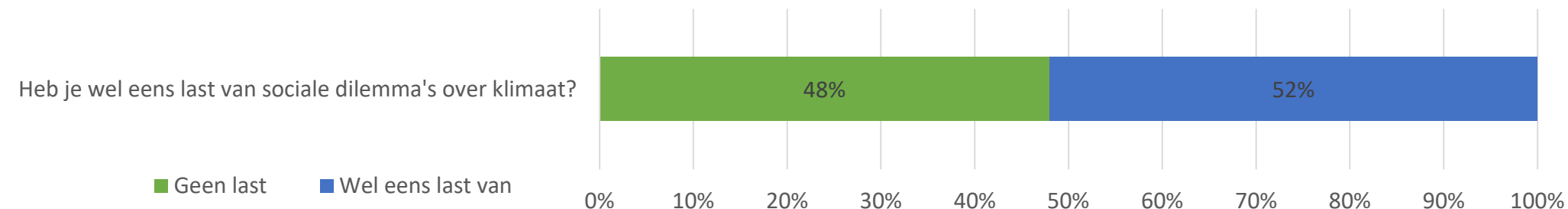
Hoe hoger het **opleidingsniveau** en/of hoe hoger de **stedelijkheid**, hoe vaker men vindt dat er een hogere belasting moet komen op vlees en lager op fruit en groente. Ook mensen met een **hoog inkomen** vinden dit vaker.

## In hoeverre ben jij voor deze maatregelen?



# DILEMMA'S EN SOCIALE OMGEVING

Ongeveer de helft (52%) ervaart wel eens een persoonlijk dilemma in je sociale omgeving in het dagelijks leven op het gebied van duurzaam leven. Met name dilemma's rondom kleding kopen en spullen, komen voor.



Ik zou wel minder of eerlijkere kleding willen kopen, maar ik wil ook mezelf uitdrukken en goed voor de dag komen.



Geen van bovenstaande, maar wel vergelijkbare dilemma's over klimaat



Ik ben blij met mijn nieuwe spullen en wil ze graag laten zien aan mijn vrienden/familie, maar zou ook minder nieuwe spullen willen kopen vanwege het milieu.



Ik wilde met of naar mijn vrienden of familie op vakantie en moet daarvoor vliegen, terwijl ik me ook zorgen maak om de klimaatimpact van vliegen.



Ik wil mijn partner, vrienden of familie eigenlijk aanspreken op hun gedrag en de gevolgen die hun gedrag heeft op klimaat en milieu, maar ik wil ook onze relatie niet op het spel zetten.



Mijn vriendenkring of familie eet graag vlees. Samen in een restaurant of op een barbecue wil ik dan graag meedoen, terwijl ik me ook zorgen maak over de gevolgen van vlees eten op het klimaat.



Ik voel me vaak de enige in mijn sociale omgeving die iets geeft om het klimaat en wil niet bekend staan in de groep als de 'klimaatdrammer', maar maak me wel zorgen over de toekomst.



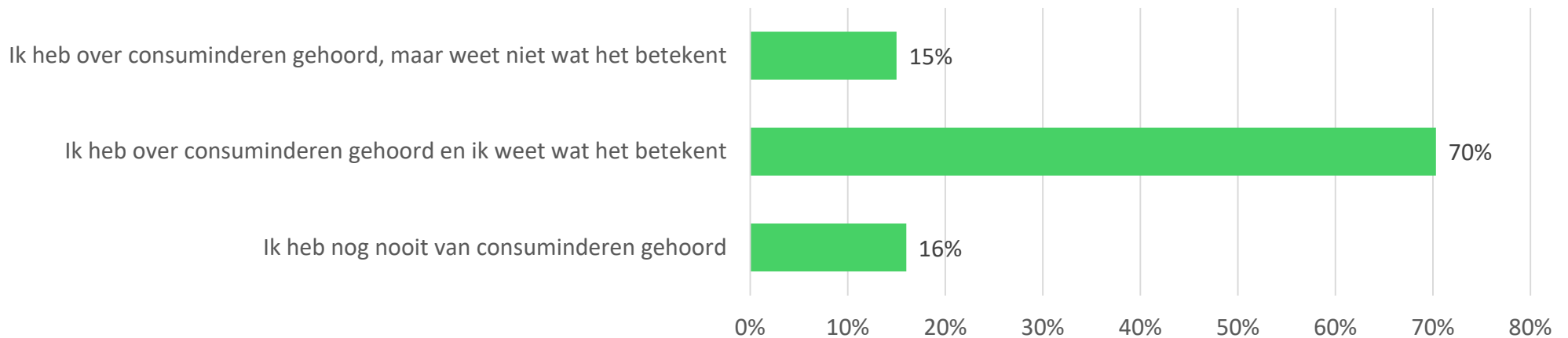
# CONSUMINDEREN



# BEKENDHEID MET CONSUMINDEREN

Het grootste deel van de consumenten (70%) weet wat consuminderen is, slechts 15% heeft hier nog nooit van gehoord. In de volgende pagina's wordt verder toegelicht hoe consumenten denken over consuminderen.

Heb je wel eens over de term 'consuminderen' gehoord?



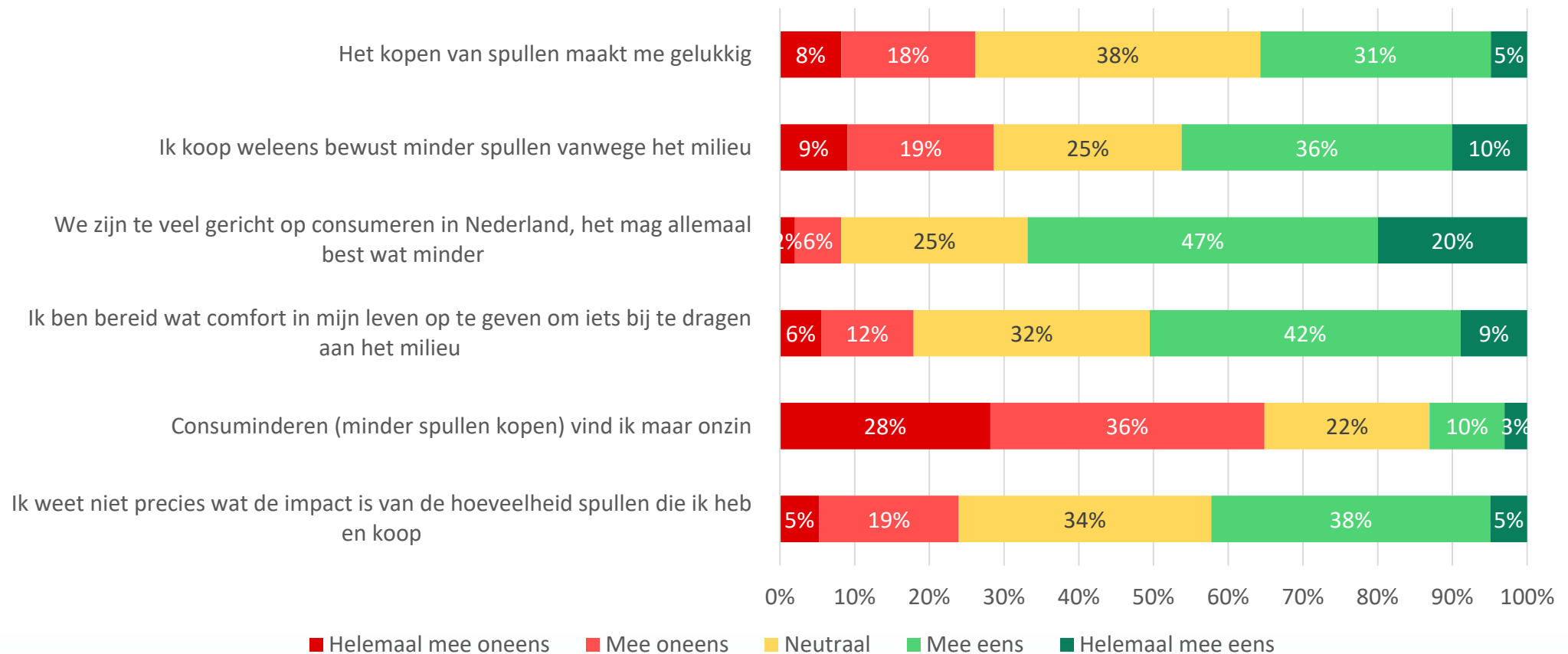
# HOUDING OVER CONSUMINDEREN

Consumenten zeggen bereid te zijn om te consuminderen: 'het mag allemaal best wat minder'. Er is geen weerstand tegen de term 'consuminderen', men vindt het geen onzin. Een mogelijke drempel bij de bereidheid om te consuminderen, is dat men niet precies weet wat de impact is van de spullen die men koopt en dat een groot deel nog denkt dat spullen kopen hen gelukkig maakt.

**Jongeren** worden vaker gelukkig van spullen kopen, ouderen minder vaak.

**Hoger opgeleiden** en **30-45 jarigen** kopen vaker bewust minder spullen vanwege het milieu.

Hoe **hoger opgeleid**, hoe meer mensen bereid zijn om comfort in te leveren om iets bij te dragen aan het milieu en hoe vaker men consuminderen géén onzin vindt.



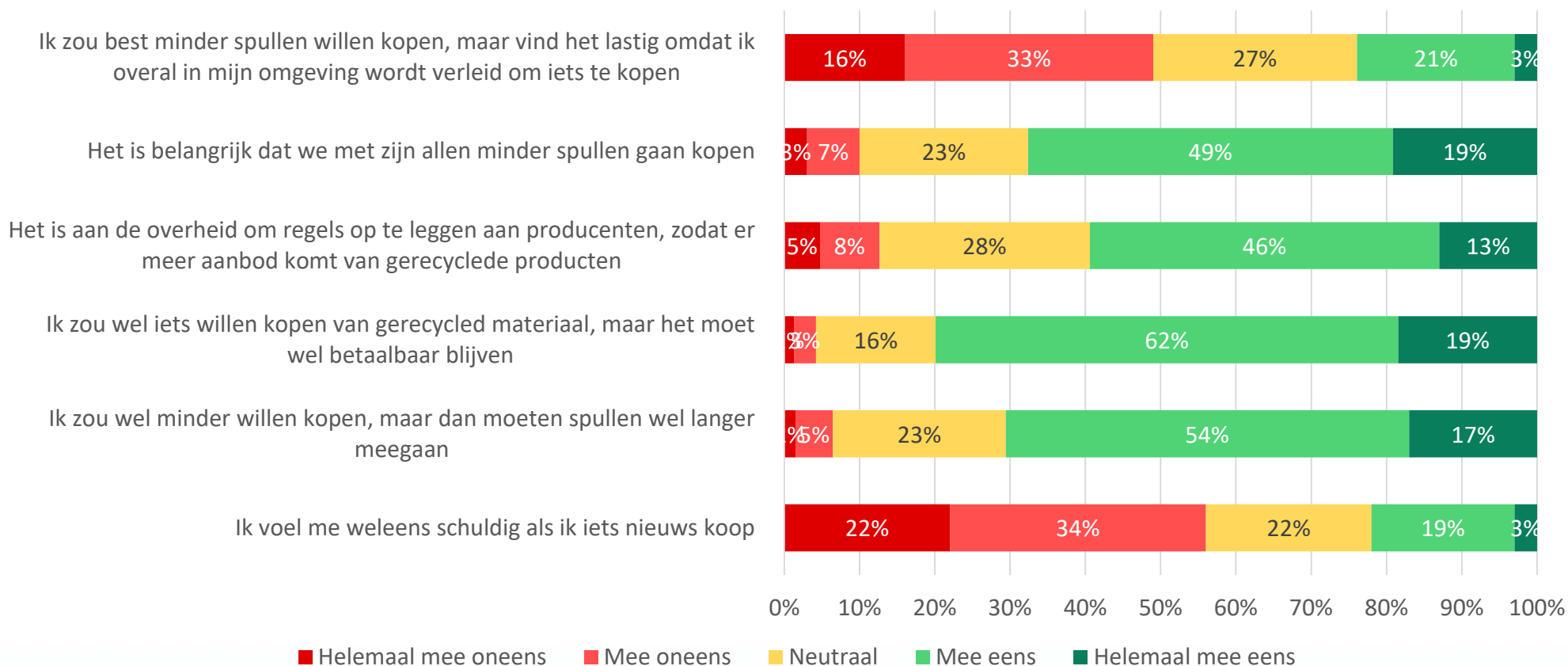
# HOUDING OVER CONSUMINDEREN

Nederlanders vinden het ook belangrijk om met zijn allen minder spullen te gaan kopen, waarbij betaalbaarheid nog steeds heel belangrijk blijft. Ook blijkt dat men belang hecht aan de kwaliteit van spullen: het moet wel lang meegaan, anders wordt minder kopen lastig. Er is vervolgens steun om als overheid regels op te leggen aan producenten, zodat het aanbod gerecyclede producten groter wordt.

Hoe **jonger**, hoe vaker men het belangrijk vindt om minder spullen te kopen en best minder spullen wil kopen, maar dat lastig vindt.

Hoe **jonger**, hoe vaker men het eens is met de stelling dat het aan de overheid is om regels op te leggen aan producenten.

**Ouderen** voelen zich het minst vaak schuldig als ze iets nieuws kopen, **hoog opgeleiden** voelen dit juist wel vaker.

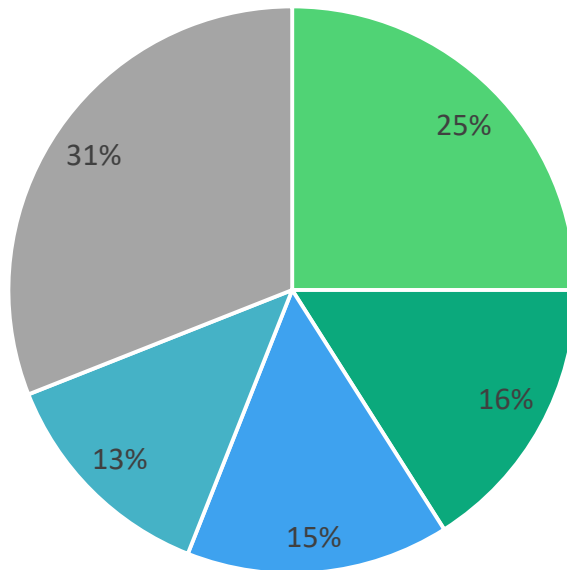


# KENNIS OVER CONSUMINDEREN

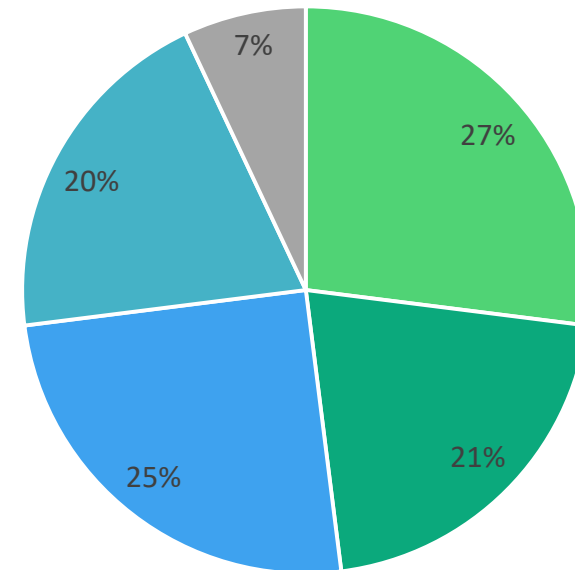
Milieu Centraal heeft berekeningen van de CO<sub>2</sub>- impact van spullen. We hebben aan consumenten voorgelegd of zij kunnen inschatten welke categorie spullen verantwoordelijk is voor hoeveel CO<sub>2</sub>-uitstoot (procentueel). Links is de feitelijke verdeling van CO<sub>2</sub>-uitstoot te zien per huishouden, rechts de inschatting van ongeveer de helft van de respondenten. De andere helft gaf aan het echt niet te weten en gaf geen antwoord op de vraag. Consumenten schatten hun spullen-impact verrassend genoeg vrij hoog in, en dit komt met name omdat ze denken dat hun ICT zorgt voor veel uitstoot (25% in plaats van de daadwerkelijke 15%) en hun meubels (20% in plaats van de feitelijke 13%).

Hoeveel % draagt elke categorie bij aan jouw 'spullen-CO<sub>2</sub>-voetafdruk'?

**Feitelijke uitstoot**



**Gemiddelde inschatting (N = 482)**



■ Kleding ■ Huishoudelijke apparaten ■ ICT ■ Inrichting ■ Overig

■ Kleding ■ Huishoudelijke apparaten ■ ICT ■ Inrichting ■ Overig

\*Exacte vraagstelling: "Onze spullen hebben impact op het milieu. De mate waarin bepaalde producten bijdragen aan deze impact verschilt. Kun je een schatting maken van hoeveel procent de onderstaande producten bijdragen aan de totale impact van jouw spullen op het milieu? (De percentages samen hoeven niet op te tellen tot 100%)."

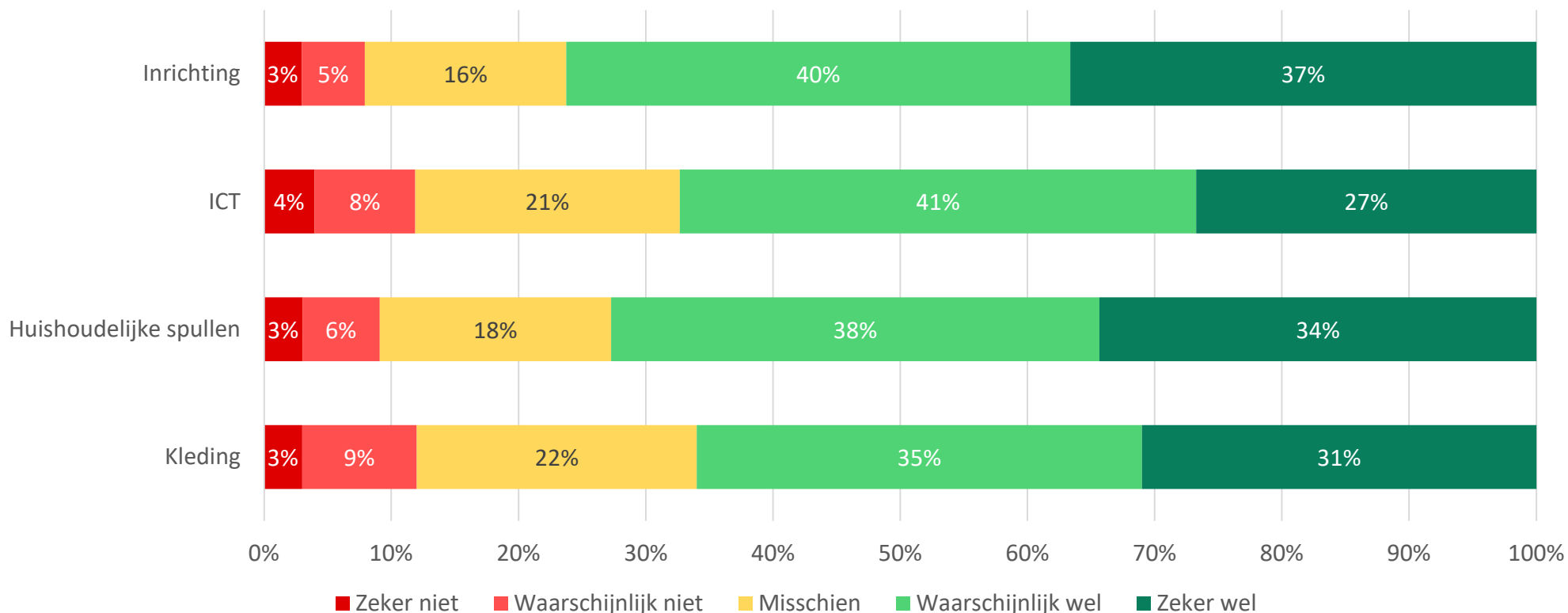
Hoeveel % draagt elke categorie bij aan jouw 'spullen-CO<sub>2</sub>-voetafdruk'?

# BEREIDHEID TOT CONSUMINDEREN

De bereidheid tot minderen is redelijk hoog. Zo'n driekwart van de Nederlanders zou kunnen consuminderen op het gebied van meubels en accessoires voor in huis, gevolgd door huishoudelijke spullen. De bereidheid om minder kleding te kopen of minder ICT-artikelen te kopen is iets lager (rond de 60 à 70%), maar nog steeds is de meerderheid van Nederland enigszins bereid om langer met hun spullen te doen en minder te kopen.

**Jongeren** zijn het minst vaak bereid om minder kleding te kopen, **ouderen** zijn hiertoe juist het meest vaak bereid.

In hoeverre ben je bereid minder ... te kopen?\*



\*Exacte vraagstelling: "In hoeverre ben je bereid om in plaats van steeds een nieuw product te kopen van onderstaande spullen, ervoor te kiezen om het minder vaak te vervangen en er dus langer mee te doen?"



# BIJLAGEN



# METHODE EN RESPONDENTEN

Vanaf 7 maart 2023 heeft Milieu Centraal via onderzoeksbureau Norstat B.V. onder hun consumentenpanel een online vragenlijst afgenomen over klimaat, milieu en consuminderen. De steekproef (N = 1011) kijkt op leeftijd, opleidingsniveau en regio enigszins af van de landelijke (CBS)-cijfers uit 2021. Daarom zijn de data gewogen naar leeftijd, opleidingsniveau en regio. De genoemde percentages in dit rapport geven daarmee een representatief beeld van Nederland.

## VERDELING STEEKPROEF

