

# Onderzoek duurzaam gedrag

## Factsheet



**Auteurs:** André Kamphuis  
Roos Thijssen

**Projectnummer**  
B3797

**Datum**  
8 februari 2019

**motivaction**  
research and strategy

**Postadres**  
Postbus 15262  
1001 MG Amsterdam  
E [moti@motivaction.nl](mailto:moti@motivaction.nl)  
T +31 (0)20 589 83 83  
W [www.motivaction.nl](http://www.motivaction.nl)

**Bezoekadres**  
Marnixkade 109  
1015 ZL Amsterdam



Bankrelatie: Rabobank 3447.44.817, IBAN: NL77 RABO 0344 744 817, BIC/ SWIFT: RABONL2U. Dossiernummer Motivaction International B.V. bij KvK Amsterdam: 17090769. BTW: 0080.73.090.B.01. Prijsopgaven en leveringen geschieden conform de Leveringsvoorwaarden gedeponeerd ter Griffie van de Arrondissementsrechtbank te Amsterdam.



# Inhoudsopgave

<b>1</b>	<b>Achtergrond</b>	<b>1</b>
<b>2</b>	<b>Methode en opzet</b>	<b>1</b>
<b>3</b>	<b>Resultaten</b>	<b>2</b>
	<b>Bijlage: Onderzoekstechnische informatie</b>	<b>6</b>
	<b>Bijlage: Gewogen en ongewogen data</b>	<b>7</b>
	<b>Auteursrecht</b>	<b>8</b>

# 1 Achtergrond

In opdracht van Milieu Centraal, heeft Motivaction International B.V. een onderzoek uitgevoerd naar de houding en het gedrag van een representatieve groep Nederlanders ten aanzien van het thema duurzaamheid. Milieu Centraal heeft behoefte aan inzichten in het duurzame gedrag van mensen en de belemmeringen die ze daarvoor zelf ervaren.

## Aanleiding en doel onderzoek

De hypothese is dat er anno 2018 meer dan ooit gesproken wordt over klimaatverandering en duurzaamheid, maar dat veel mensen het nog lastig vinden om zelf in actie te komen. Het doel van dit onderzoek is om onder meer bloot te leggen in hoeverre Nederlanders het lastig vinden om zich duurzaam te gedragen en waar dat door komt: wat houdt hen tegen om in actie te komen (belemmeringen) en hoe zouden we ervoor kunnen zorgen dat ze dit wél doen? Met de resultaten kan Milieu Centraal aan de slag om mensen toch te verleiden tot kleine aanpassingen in hun dagelijks leven. Want al die kleine acties gezamenlijk, hebben al een grote impact op het klimaat.

*Deze factsheet betreft een samenvattend verslag van de belangrijkste resultaten van het onderzoek. Voor een overzicht van alle resultaten verwijzen we naar de opgeleverde tabellenbestanden.*

# 2. Methode en opzet

## Onderzoeksopzet

Het kwantitatief onderzoek is uitgevoerd door middel van een online vragenlijst. De doelgroep is het Nederlands publiek van 18 t/m 80 jaar. De respondenten zijn geworven uit het ISO-26362-gecertificeerde webpanel van Motivaction: StemPunt. Zie bijlage voor een nadere toelichting op de gehanteerde onderzoeksmethode.

## Steekproef en representativiteit

We hebben een representatieve steekproef gerealiseerd van  $n = 1029$ . De steekproef is representatief op basis van geslacht, leeftijd (18-80 jaar), opleiding, regio, waardenoriëntatie (op basis van het Mentality-model) en interacties daartussen. Representativiteit voor deze kenmerken is verkregen door bij de steekproeftrekking rekening te houden met de verdeling van de Nederlandse bevolking op deze kenmerken en door achteraf de resultaten te wegen. Daarbij fungeerde ons Mentality-ijkbestand als herwegingskader. Dit ijkbestand bevat de verdeling van Mentality-milieus in de bevolking op basis van schriftelijke enquêtes zonder zelfaanmelding en is wat betreft sociodemografische gegevens gewogen naar de Gouden Standaard van het CBS.

## Vragenlijst en veldwerk

Respondenten kregen per e-mail een uitnodiging met daarin een link naar de online vragenlijst. De vragenlijst is in samenwerking met betrokkenen vanuit Johnny Wonder en Milieu Centraal opgesteld en bestond uit 10 vragen, waarvan 8 gesloten vragen en 2 open vragen. Thema's die aan bod zijn gekomen: huidig duurzaam gedrag, gewenst duurzaam gedrag en belemmeringen voor duurzaam gedrag. Het veldwerk is uitgevoerd in de periode 13 tot en met 19 december 2018.

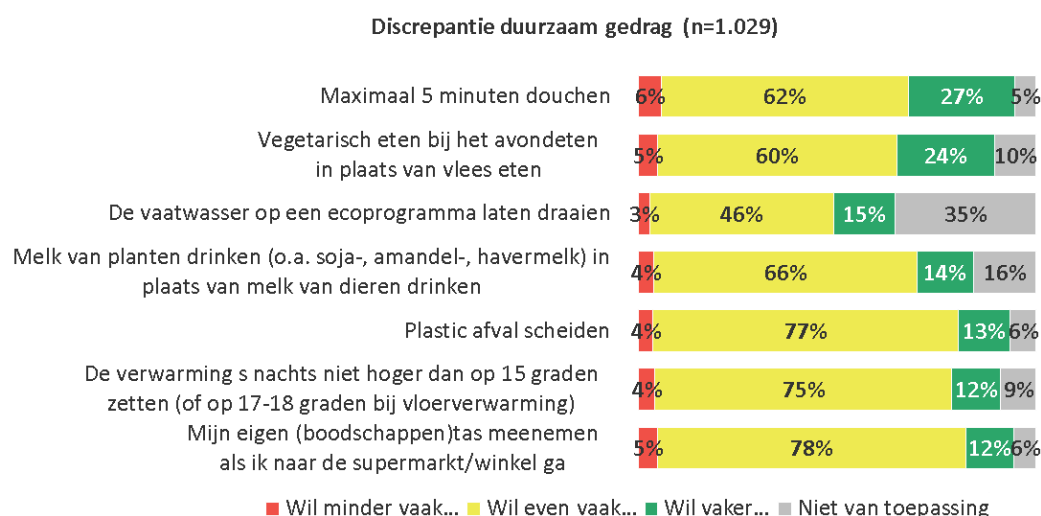
### 3. Resultaten

#### Discrepantie duurzaam gedrag

In het onderzoek hebben we respondenten verschillende duurzame activiteiten voorgelegd en gevraagd hoe vaak ze dat op dit moment ondernemen:

- > Vegetarisch eten bij het avondeten in plaats van vlees eten
- > Melk van planten drinken (o.a. soja-, amandel-, havermelk) in plaats van melk van dieren drinken
- > Plastic afval scheiden
- > Mijn eigen (boodschappen)tas meenemen als ik naar de supermarkt/winkel ga
- > De verwarming 's nachts niet hoger dan op 15 graden zetten (of op 17-18 graden bij vloerverwarming)
- > De vaatwasser op een ecoprogramma laten draaien
- > Maximaal 5 minuten douchen

Vervolgens hebben we de respondenten gevraagd hoe vaak ze de betreffende activiteiten zouden willen ondernemen. Op die manier komt naar voren wat het verschil is tussen het huidige gedrag dat mensen vertonen en het door hen zelf wenselijke gedrag, de discrepantie in duurzaam gedrag. In onderstaande grafiek weergeeft de categorie 'wil vaker...' deze discrepantie aan, dat is de activiteit die men vaker zou willen ondernemen dan op dit moment het geval is.



De discrepantie in duurzaam gedrag is het grootste voor korter douchen en vegetarisch eten.

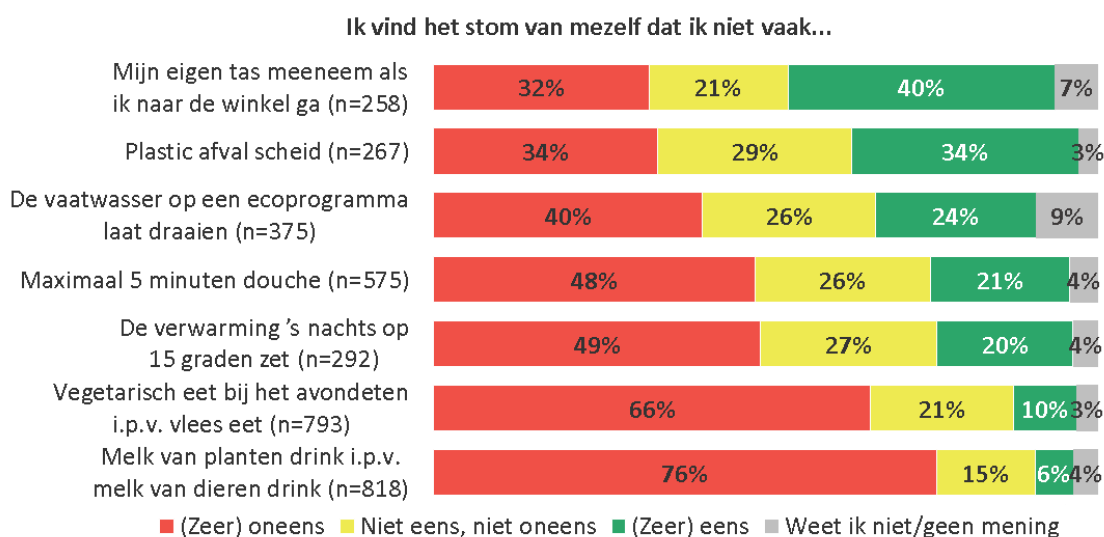
- Circa een kwart van de Nederlanders zou vaker maximaal 5 minuten willen douchen (27%) en/of zou vaker 's avonds vegetarisch willen eten (24%).
- Over het algemeen geeft 62%-78% aan het duurzame gedrag even vaak te willen ondernemen.
- Ongeveer 5% aan het duurzame gedrag minder vaak te willen ondernemen dan ze op dit moment doen.

Als we Nederlanders – met discrepantie in hun duurzame gedrag – vragen wat hen tegenhoudt om de duurzame activiteit vaker te ondernemen, geven zij onder andere de volgende belemmeringen voor:

1. **Korter douchen:** het is lekker om lang te douchen, mensen hebben langer nodig om hun haren te wassen. “Ik heb gewoon langer de tijd nodig om mijn haren goed te wassen.” en “ik hou gewoon te veel van douchen, lekker met douchegel shampoo etc. erbij”
2. **Vegetarisch eten:** vlees is te lekker, de omgeving (partner/gezin) wil vlees eten, onbekend met vleesvervangers/vleesvervangende recepten, vleesvervangers zijn niet lekker. “Ik vind vlees heel erg lekker en de rest van het gezin vindt de vervangende vlees producten niet zo lekker.”
3. **Vaatwasser op ecoprogramma:** tijd en de mate van schoonheid. “met ecoprogramma duurt het altijd langer.” “Ik heb het idee dat dat langer duurt en de vaat er niet echt schoner op wordt.”
4. **Plantaardige melk drinken:** onbekendheid met het product en de smaak. “Ik weet niet hoe het smaakt als het net zo lekker is en minder belastend voor het milieu dan zou ik dat zeker doen.”
5. **Plastic afval scheiden:** plastic afval wordt niet opgehaald in de regio, het kost extra moeite, geen ruimte in huis, het lijkt geen zin te hebben. “Geen zin in, heb niet veel ruimte om het apart te houden” en “Bakken zitten altijd vol, daarom nooit plastic afval gescheiden.”
6. **Verwarming laag zetten:** belang van aangename temperatuur in huis is groter, vergeten het te doen, anderen in huis willen het niet. “Ik wil het aangenaam in huis houden en laat in de winter de verwarming op 18 graden staan.” en “Ik vind het prettiger, mijn vrouw helaas niet.” en “Mijn man is een koukleum.”
7. **Eigen tas meenemen naar de winkel:** men heeft niet standaard een ‘extra’ tas bij zich “Vergeet het vaak mee te nemen.”

### Het zichzelf kwalijk nemen van onduurzaam gedrag

We hebben Nederlanders die aangaven een duurzame activiteit (bijna) nooit te vertonen, gevraagd of ze het stom van zichzelf vinden dat ze die betreffende activiteit niet vaak doen. Het is opvallend dat bij de twee gedragingen met de meeste discrepantie (korter douchen en vegetarisch eten) mensen het niet per sé stom van zichzelf vinden dat ze dat niet vaak doen. Dat geldt meer voor: een eigen tas meenemen naar de winkel (40%) en plastic afval scheiden (34%).



In het vervolg lichten we vier duurzame gedragingen nader toe. Deze zijn gekozen omdat het óf gedragingen zijn die mensen relatief nog niet zoveel doen maar vaker zouden willen doen (korter douchen en vegetarisch eten) en daarom potentie hebben óf omdat het een gedraging betreft die mensen relatief regelmatig uitvoeren maar er toch ook mensen zijn die het nooit doen en het zichzelf kwalijk nemen dat ze het niet vaak doen (eigen tas meenemen en plastic afval scheiden):

1. Maximaal 5 minuten douchen (grootste discrepantie; 72% doucht weleens maximaal 5 minuten )
2. Vegetarische eten (grootste discrepantie; 49% eet weleens 's avonds vegetarisch)
3. Eigen tas meenemen naar de winkel (meeste ongemak, 95% neemt weleens een eigen tas mee naar de winkel)
4. Plastic afval scheiden (meeste ongemak; 81% scheidt weleens plastic afval)

### 1. Maximaal 5 minuten douchen

- Circa een kwart (26%) van de Nederlanders zegt op 5-7 dagen maximaal 5 minuten te douchen.
- 18-34 jarigen (35%) geven significant vaker aan nooit maximaal 5 minuten te douchen ten opzichte van 65-80 jarigen (14%). 25-34 jarigen (40%) zeggen tevens vaker dat ze niet weten hoe lang ze per dag onder de douche staan dan 65plussers (25%). Jongeren – 18-24 jarigen (45%) en 25-34 jarigen (36%) – vinden het vaker onprettig om te douchen met een waterbesparende douchekop dan ouderen – 54-64 jarigen (19%) en 65plussers (14%).
- Stedelingen (37%) - inwoners van de 3 grote gemeenten: Amsterdam, Rotterdam, Den Haag - vinden het significant vaker stom van zichzelf dat ze niet korter douchen dan andere Nederlanders (21%).

### 2. Vegetarisch eten bij het avondeten i.p.v. vlees

- Bijna de helft van de Nederlanders (49%) eet tijdens het avondeten weleens vegetarisch in plaats van vlees.
- Vier op de tien (41%) vinden een maaltijd zonder vlees armoedig.
- De meerderheid van de 18-24 jarigen (60%) dineert weleens vegetarisch en bijna een vijfde (18%) zou op 5-7 dagen per week vegetarisch willen eten in plaats van vlees.
- 25-34 jarigen (17%) vinden het significant vaker stom van zichzelf dat ze niet vaker vegetarisch eten dan de rest van de Nederlanders (10%).
- Hoger opgeleiden (72%) dineren significant veel vaker vegetarisch dan lager opgeleiden (25%) en zouden daarnaast ook vaker vegetarisch willen eten (resp. 74% vs. 29%).
- Noorderlingen (51%) geven vaker geen wens te hebben om vaker vegetarisch te eten 's avonds dan de rest van Nederland (37%). Zij (52%) vinden een maaltijd zonder vlees dan ook het vaakst armoedig in vergelijking met de andere regio's (41%).

### 3. Eigen tas meenemen naar de winkel

- De overgrote meerderheid (95%) van de Nederlanders neemt weleens een eigen tas mee naar de winkel, terwijl 40% het toch stom van zichzelf vindt dat ze het niet vaker doen.
- Een eigen tas meenemen naar de winkel lijkt vanzelfsprekend gedrag geworden.

### 4. Plastic afval scheiden

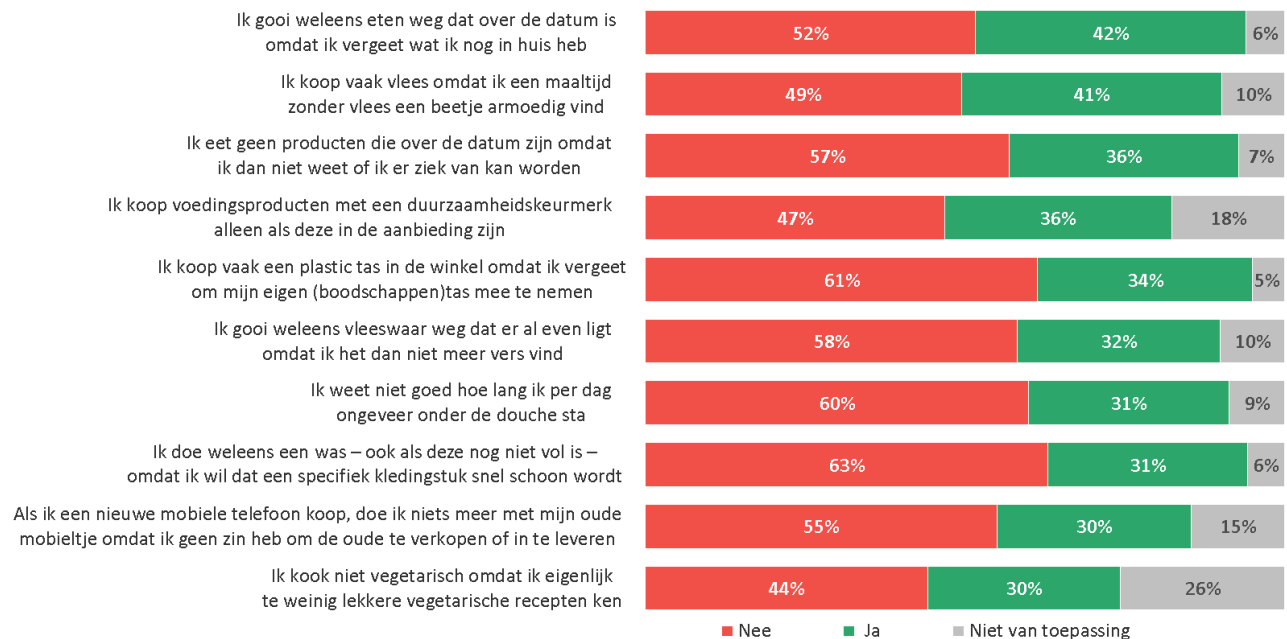
- Acht op de tien (81%) Nederlanders scheiden weleens plastic afval op maandelijkse/dagelijkse basis. 13% zou vaker plastic afval willen scheiden.
- 15% van de Nederlanders scheidt geen plastic omdat het toch allemaal weer op één hoop terecht komt. Vooral 25-34 jarigen (23%) zijn hier vaker sceptisch over meer dan 65plussers (8%).
- Ouderen – 55-64 jarigen (8%) en 65-80 jarigen (6%) geven vaker aan dat ze vaker plastic afval zouden willen scheiden dan 25-34 jarigen, hoewel zij (28%) het vaker stom van zichzelf vinden dat ze geen plastic afval scheiden dan de 55-64 jarigen (51%).

- In de 3 grote gemeenten (19%) en West (18%) is de discrepantie van plastic afval scheiden significant groter dan in de oostelijke en zuidelijke (8%) regio's.
- In de 3 grote steden (40%) en in West (22%) zeggen mensen vaker geen ruimte te hebben om plastic afval te scheiden. Daarnaast geven de stedelingen (20%) ook significant vaker aan dat ze het vies vinden om plastic verpakkingen te scheiden van ander afval ten opzichte van de rest van Nederland (8%).

### Top 10 belemmeringen voor duurzaam gedrag

Nederlanders vinden de volgende voorgelegde zaken met betrekking tot de thema's voeding, afval en energie en huis relatief het vaakst op zichzelf van toepassing.

Top 10 belemmeringen duurzaam gedrag (n=1.029)



### Advies om in het dagelijks leven net iets duurzamer te leven

Als we respondenten vragen\* welke tips ze voor anderen hebben om in hun dagelijks leven te doen of te veranderen om net iets duurzamer te leven, refereren ze vaak aan de duurzame gedragingen in het onderzoek.

#### Meest gegeven tips:

- LED verlichting installeren
- Minder (vlees) eten
- Korter douchen
- Minder spullen in het algemeen kopen
- Afval scheiden
- Vaker de fiets pakken

#### Ook genoemd:

- Geen boodschappen doen als je honger hebt
- Verwarming lager zetten voordat je gaat slapen

Het kennisniveau van Nederlanders met betrekking tot duurzaam gedrag lijkt op peil, het in de praktijk brengen van die kennis blijkt nog lastig en niet naar eigen wens.

*\*Deze vraag is open gesteld. De antwoorden zijn indicatief geteld.*

## Bijlage: Onderzoekstechnische informatie

Kwantitatief onderzoek	
<b>Veldwerkperiode</b>	
–	Het veldwerk is uitgevoerd in de periode 13 tot en met 19 december 2018
<b>Methode respondentenselectie</b>	
–	Uit het StemPunt-panel van Motivaction.
<b>Incentives</b>	
–	De respondenten hebben als dank voor deelname aan het onderzoek een punten voor het StemPunt spaarprogramma ontvangen
<b>Weging</b>	
–	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.
<b>Responsverantwoording online onderzoek</b>	
–	In de veldwerkperiode is aan 3310 personen een uitnodigingsmail verstuurd. Op de slotdatum van het veldwerk (zie bij Veldwerkperiode) was het gewenste aantal vragenlijsten ingevuld en is de toegang tot de vragenlijst op internet afgesloten
<b>Bewaartermijn primaire onderzoeksbestanden</b>	
–	Digitaal beschikbare primaire onderzoeksbestanden worden tenminste 12 maanden na afronden van het onderzoek bewaard. Beeld- en geluidsopnames op cd en niet digitaal beschikbare schriftelijke primaire bestanden zoals ingevulde vragenlijsten, worden tot 12 maanden na afronden van het onderzoek bewaard.
<b>Overige onderzoekstechnische informatie</b>	
–	Overige onderzoekstechnische informatie en een exemplaar van de bij dit onderzoek gehanteerde vragenlijst is op aanvraag beschikbaar voor de opdrachtgever.



## Bijlage: Gewogen en ongewogen data

Kenmerken	Ongewogen		Gewogen	
	N	%	N	%
<b>Geslacht</b>				
Mannen	532	51,7	501	48,7
Vrouwen	497	48,3	528	51,3
<b>Leeftijd</b>				
18 t/m 24 jaar	67	6,5	110	10,7
25 t/m 34 jaar	119	11,6	166	16,1
35 t/m 44 jaar	166	16,1	173	16,8
45 t/m 54 jaar	212	20,6	201	19,5
55 t/m 64 jaar	212	20,6	170	16,5
65 t/m 70 jaar	253	24,6	208	20,3
<b>Opleidingsniveau</b>				
Hoog (wo/hbo)	285	27,7	272	26,4
Middel (havo/vwo/mbo/mavo)	536	52,1	524	50,9
Laag (ibo/basisschool/geen opleiding)	208	20,2	233	22,7
<b>Regio</b>				
3 grote gemeenten	96	9,3	119	11,6
West	295	28,7	306	29,7
Noord	106	10,3	103	10,0
Oost	209	20,3	216	21,0
Zuid	290	28,2	248	24,1
Randgemeenten	33	3,2	37	3,6
<b>Mentality</b>				
Moderne burgerij	214	20,8	229	22,3
Opwaarts mobilen	134	13,0	153	14,9
Postmaterialisten	118	11,5	96	9,3
Nieuwe conservatieven	92	8,9	91	8,8
Traditionele burgerij	149	14,5	139	13,5
Kosmopolieten	128	12,4	131	12,8
Postmoderne hedonisten	121	11,8	105	10,2
Gemaksgeoriënteerden	73	7,1	85	8,2

## 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 B.V. Zie ook ons [Pers- en publicatiebeleid](#).

### 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.