



Duurzaamheid in Nederland

*Houding, beleving en gedrag van
verschillende doelgroepen*

Marco Sodderland, Merel Zuiderduin

11 september 2019

Rapportage

B4460



motivaction
research and strategy

Inhoudsopgave

Achtergrond en doelstelling	3
Mentality en Vijf tinten groener	4
Methode en opzet	7
Resultaten	9
• Profielen	10
• Positie van duurzaamheid in verhouding tot andere maatschappelijke thema's	16
• Houding en perceptie duurzaamheid	26
• Vervoer, voeding en wonen	32
• Duurzaamheid in de toekomst	43
• Insights	48
Bijlage	62

Achtergrond & Doelstelling

In opdracht van de Raad voor de leefomgeving en infrastructuur (Rli), heeft Motivaction International B.V. een onderzoek uitgevoerd naar de houding, de beleving en het gedrag omtrent het begrip duurzaamheid, zowel over het onderwerp op zich, als in relatie tot andere maatschappelijke thema's, bij verschillende doelgroepen in Nederland.

De Rli is een traject over inclusieve transities gestart, #VerbindendVerduurzamen, waarin wordt verkend hoe diverse maatschappelijke ontwikkelingen en de verduurzaming van de samenleving met elkaar samenhangen en elkaar beïnvloeden. De resultaten van dit traject zullen in het voorjaar van 2020 gepresenteerd en besproken worden tijdens het congres VerbindendVerduurzamen.

Motivaction heeft voor het onderzoek gebruikgemaakt van het segmentatiemodel 'Vijf tinten groener' dat Nederlanders indeelt in vijf groepen gebaseerd op de houding en achterliggende waarden op het gebied van duurzaamheid. Omdat wij al veel over deze groepen in kaart hebben gebracht, is deze studie uitgevoerd met een combinatie van deskresearch (analyse van secundaire kwantitatieve bronnen) en verdiepend primair onderzoek (kwalitatief).

De doelstelling van het onderzoek is:

Inzicht verkrijgen in kennis, attitudes, ideeën, behoeften, verwachtingen en (brein)posities met betrekking tot verduurzaming van de samenleving en hoe dat zich verhoudt tot andere maatschappelijke thema's.

Mentality en Vijf tinten groener

Het Vijf tinten groener-model (VTG) is gebaseerd op Mentality. Motivaction voert sinds 1997 jaarlijks op eigen initiatief een grootschalig schriftelijk en online onderzoek uit onder de Nederlandse bevolking naar waarden en drijfveren. Dit is het Mentality-onderzoek. Aan de hand van dit onderzoek en kwalitatief vooronderzoek (levensdiepte-interviews) hebben we een model ontwikkeld van de Nederlandse bevolking op basis van waarden en drijfveren. Met deze 'zachte' kenmerken kunnen we veel beter begrijpen en (statistisch) verklaren waarom burgers bepaalde opinies hebben en zich op een bepaalde manier gedragen dan op basis van alleen 'harde' socio-demografische kenmerken.

We onderscheiden acht sociale milieus die elk op eigen wijze in het leven staan. Iemand kan ingedeeld worden in een sociaal milieu op basis van scores op circa 60 stellingen over diverse domeinen van het leven: doelen in het leven, maatschappij, milieu en overheid, werk, vrije tijd, consumeren en sociale relaties.

De structuur van het model blijkt nauwelijks aan verandering onderhevig: de meest grondige revisie was in 2002 toen we een achtste milieu – de nieuwe conservatieven – toevoegden. De *omvang* van de milieus is iets veranderlijker: met name de traditionele burgerij krimpt geleidelijk en de opwaarts mobielen worden juist langzaam groter. Deze veranderingen komen door het verdwijnen van generaties en de opkomst van nieuwe generaties. Hierover hebben we geschreven in ons boek 'De grenzeloze generatie en de eeuwige jeugd van hun opvoeders' (Nieuw Amsterdam, 2009).

Het Mentality-model is sinds 1997 in vele honderden onderzoeken gebruikt voor opdrachtgevers in diverse sectoren, variërend van wetenschappelijke instellingen als Milieu- en Natuurplanbureau, de universiteiten van Tilburg en Utrecht, SCP en WRR tot commerciële bedrijven als Unilever en Achmea. En uiteraard overheden, variërend van ministeries tot Rijkswaterstaat en van provincies tot gemeenten.

Regelmatig bekijken onze methodologen of het model de Nederlandse samenleving nog voldoende weerspiegelt en wat de actuele omvang van de milieus is.

Mentality en Vijf tinten groener

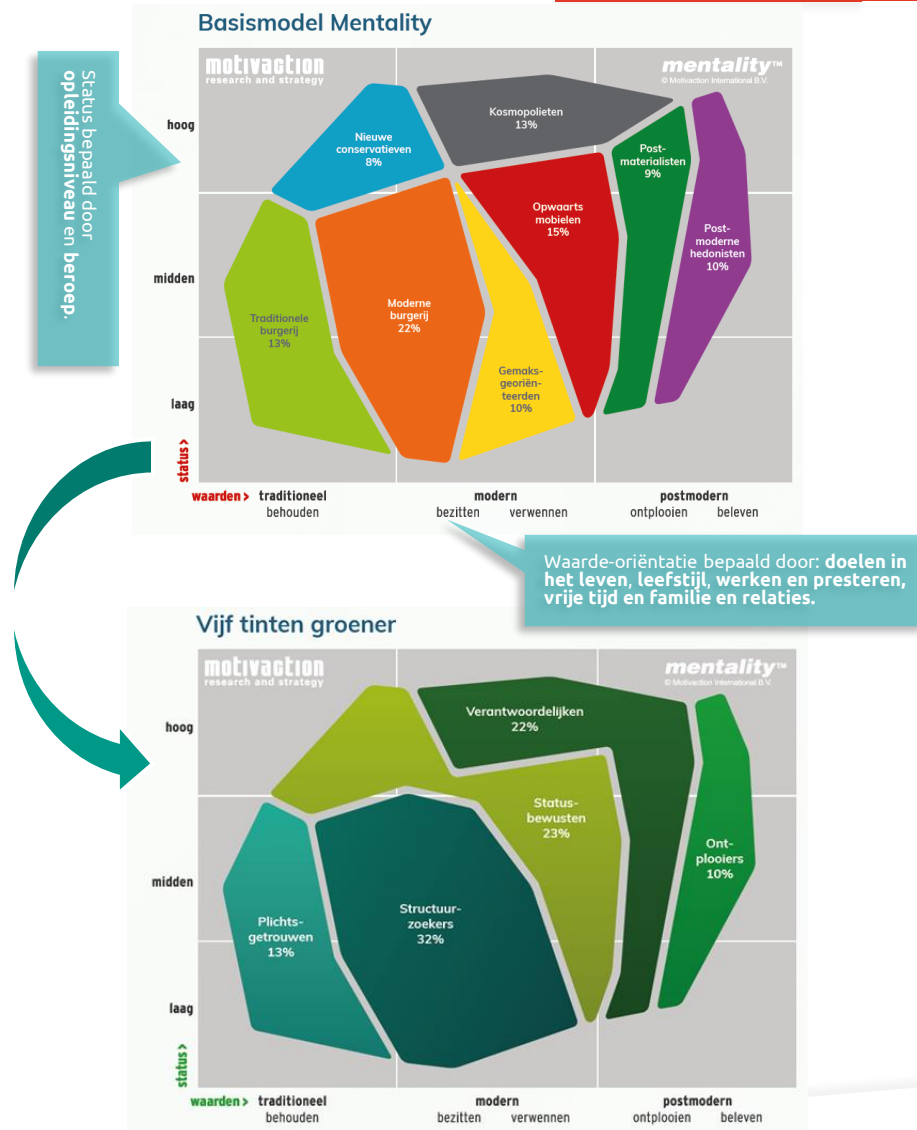
De verschillende sociale milieus met hun karakteristieke waardenprofielen zijn globaal ingedeeld aan de hand van drie waardenoriëntaties:

- een traditionele gekenmerkt door de waarde 'behouden';
- een moderne gekenmerkt door de waarden 'bezitten', 'verwennen', 'genieten';
- een postmoderne gekenmerkt door de waarden 'ontplooiën' en 'beleven'.

Deze waardenoriëntaties zijn bij de schematische, modelmatige weergave van de sociale milieus als uitgangspunt genomen en zijn bepalend voor de horizontale as van de milieu-index. De verticale as van de milieu-index is samengesteld op basis van sociaaleconomische status.

Sociaaleconomische status wordt alleen gebruikt voor de schematische weergave; het speelt geen rol bij de toewijzing van respondenten aan een sociaal milieu (waarin alleen waardenoriëntaties een rol spelen).

De Mentality-milieus hebben hun eigen kijk op duurzaamheidskwesties. Om die reden zijn de milieus verder gesegmenteerd, waaruit vijf onderscheidende duurzaamheidsstijlen voortkwamen: de Vijf tinten groener-segmentatie (VTG).



Kernkarakteristieken Vijf tinten groener

Sommige groepen zijn makkelijker tot duurzaamheidsinitiatieven te verleiden dan andere. Verantwoordelijken (kosmopolieten, postmaterialisten) zijn er bijvoorbeeld prima bij te betrekken. Ontplooiers (postmoderne hedonisten) zien duurzaamheid als onderdeel van hun persoonlijke ontwikkeling en groei en kunnen om die reden wellicht interessant zijn. Plichtsgetrouwen (traditionele burgerij) zijn al uit zichzelf bereid sober te leven. Structuurzoekers (moderne burgerij, gemaksgoerïenteerden) hebben weinig met duurzaamheid en zijn daarom lastiger te motiveren duurzamere keuzes te maken. Voor statusbewusten (opwaarts mobiele en nieuwe conservatieven) is duurzaamheid bijzaak, het product of de dienst moet vooral (financieel) aantrekkelijk zijn.

Maatschappij: interesse in technologische ontwikkelingen, staan open voor vernieuwing en verandering, hiërarchisch, kritisch, ondernemerschap.

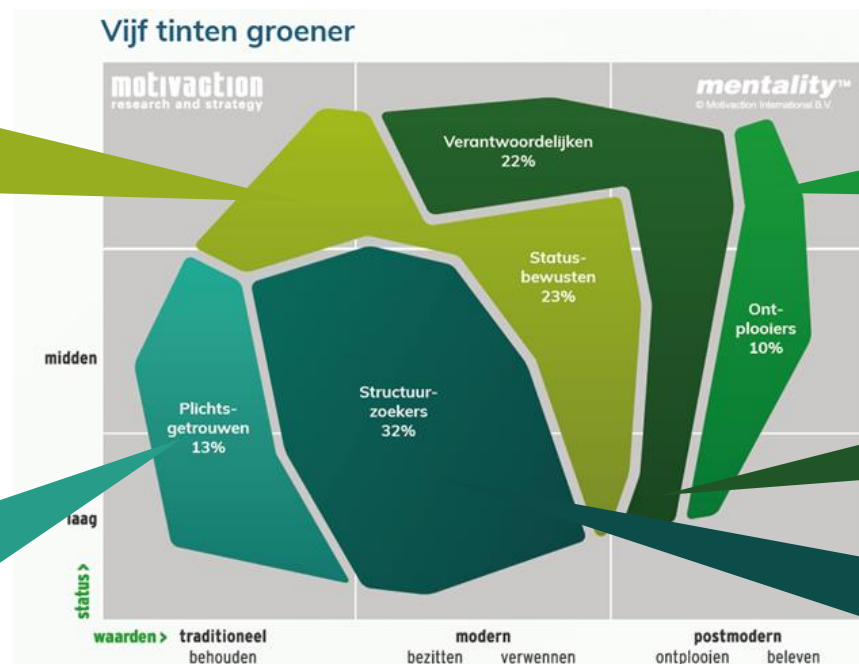
Duurzaamheid: geïnteresseerd, kritisch, statussymbool.

Communicatie: wees een gelijkwaardige gesprekspartner, niet te belerend. Maak het nieuwste van het nieuwste, de win-win-situatie en de slimme investering aantrekkelijk.

Maatschappij: maatschappelijk betrokken, solidair met minderheden en betrokken bij het milieu.

Duurzaamheid: zeer sober ingesteld. Duurzaam? Dat doe je toch gewoon.

Communicatie: focus op het hier en nu, en de waarde voor het gezin. Maak het simpel, geef voorbeelden. Geef informatie via regionale dagbladen en vakbladen en wees helder wie de afzender is: gevoelig voor autoriteit.



Maatschappij: weinig betrokken, tolerant, gelijke kansen, werken ondergeschikt aan privé.

Duurzaamheid: duurzaam, zolang het de vrijheid niet aantast.

Communicatie: gebruik het feit dat ze continu actief zijn op sociale media en speel in op hun behoefte dat ze steeds up-to-date willen zijn.

Maatschappij: maatschappijkritische idealisten, wereldburgers, maatschappelijk en politiek geëngageerd en georiënteerd, tolerant.

Duurzaamheid: geïnteresseerd, kritisch, en eigen bijdrage is vanzelfsprekend.

Communicatie: feitelijk, niet belerend. Spreek aan op maatschappelijke verantwoordelijkheid, lokaal en internationaal en wijs op mogelijkheden.

Maatschappij: behoefte aan: autoriteit, regels, erkenning, waardering, weinig interesse in politiek.

Duurzaamheid: ongeïnteresseerd. Een beter milieu begint niet bij mij...

Communicatie: geef garanties en zekerheden en ga uit van ontzorgen ('wij regelen alles'). Benadruk persoonlijke relevantie zoals geldbesparing, een investering die zich terugverdient en doe dat op een persoonlijke, eenvoudige wijze zonder jargon.

Methode en opzet

Voor het verdiepende, kwalitatieve onderzoek hebben we gebruik gemaakt van een e-Safari*: onze online community tool. Hierbij hebben we 16 respondenten 7 dagen lang gevolgd. Ze hebben open vragen beantwoord, creatieve opdrachten uitgevoerd en gediscussieerd in een forum. Deze week heeft geleid tot 12 insights** die de basis kunnen zijn voor werktrajecten en vervolgonderzoek. Daarnaast heeft de e-Safari veel visueel materiaal en citaten opgeleverd, waarvan een deel in dit rapport terug te vinden is.

De respondenten voor de e-Safari zijn geworven door onze daartoe gespecialiseerde afdeling M-Select. Hierbij is rekening gehouden met de volgende selectiecriteria:

n=16 respondenten, verdeeld over de Vijf tinten groener-milieus:

n=4 Structuurzoekers

n=3 Plichtsgetrouwen

n=3 Statusbewusten

n=3 Verantwoordelijken

n=3 Ontplooiers

Binnen de milieus: een spreiding naar geslacht, leeftijd, opleiding, gezinssamenstelling, regio.

Van de n=16 respondenten die aan de e-Safari zijn begonnen, zijn er **n=14** die uiteindelijk alle opdrachten hebben gedaan.

**In de bijlage is een sheet opgenomen met meer informatie over de e-Safari*

***Aan het begin van de resultatensectie (pagina 53) over de insights is meer informatie opgenomen over hoe wij een insight opbouwen*



Resultaten:
profielen



Leeswijzer Resultaten

Kwalitatief onderzoek

Een deel van de inzichten in dit rapport is gebaseerd op kwalitatief onderzoek. Kwalitatief onderzoek is vooral verkennend en inventariserend van aard. Centraal staan ervaringen, beweegredenen en argumenten. Aan de gegeven aantallen kunnen geen conclusies verbonden worden voor de doelgroep als geheel.

Rapportstructuur

In dit document beschrijven we eerst de conclusies en het advies, gevolgd door een resultatensectie. De resultaten zijn verlevendigd met citaten van de deelnemers.

Naast het kwalitatieve onderzoek hebben we deskresearch uitgevoerd op bestaande (secundaire) data van Motivaction. We geven door middel van onderstaande iconen op iedere sheet (linksboven) in het rapport aan welke resultaten uit de deskresearch komen en welke uit de e-Safari.



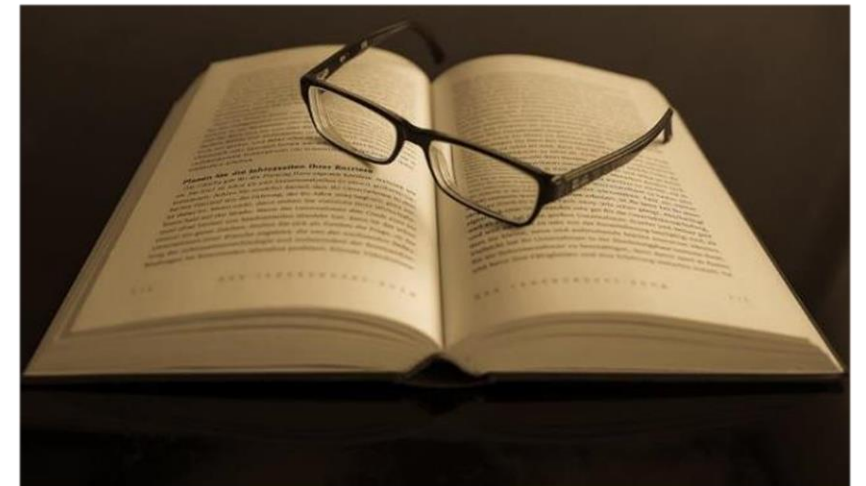
**Resultaten uit
deskresearch**



**Resultaten
uit e-Safari**



**Resultaten
uit deskresearch
en e-Safari**





Plichtsgetrouwen



Profiel



Plichtsgetrouwen hechten sterk aan traditionele normen en waarden, en het gezin. Ze houden van een rustig en regelmatig leven en godsdienst speelt daarin vaak een belangrijke rol. Plichtsgetrouwen zijn maatschappelijk betrokken. Deze betrokkenheid en het feit dat zij veel waarde hechten aan het gezin maken ook dat zij zich verantwoordelijk voelen om de wereld goed achter te laten voor de volgende generaties.



Achtergrondkenmerken



- ♀ Relatief meer vrouwen dan mannen
- 🕒 Relatief veel ouderen (60+)
- 🎓 Relatief laag opleidingsniveau
- 💶 Relatief laag inkomensniveau
- 🏠 Honkvaster (minder verhuisgeneigd)

Dagelijks leven



Hobby's: tuinieren, vrijwilligerswerk, concertbezoek (klassiek), fietsen, wandelen

Belangrijk in het leven: familie, veiligheid, gemeenschap, rust en regelmaat, fatsoen

“ Normen en waarden, een goede opleiding, respect voor elkaar en de natuur. ”

Zelfbeeld



Creatief
 Spontaan
 Empathisch
 Intelligent
 Eerlijk
 Verlegen
 Rustig
 Introvert
 Vrolijk

“ *Mijn geloof in God is het allerbelangrijkste in mijn leven. Verder heb ik altijd geprobeerd om het beste voor mijn vrouw en kinderen te bereiken.* ”



Structuurzoekers



Profiel



Structuurzoekers houden van een gemakkelijk en regelmatig leven. Ze leven in het hier en nu en vinden genieten en gezelligheid zeer belangrijk. Als het gaat om duurzaamheid, zijn structuurzoekers de hekkensluiters. In het dagelijks leven houden ze zich weinig bezig met dit onderwerp.

Achtergrondkenmerken



- Relatief meer vrouwen dan mannen
- Gemiddeld van leeftijd
- Laag tot middelhoog opgeleid
- Gemiddeld inkomensniveau
- Honkvaster (minder verhuigeneigd)

Zelfbeeld



Leider
Sympathiek
Kordaat
Zelfstandig
Sociaal
Duidelijk
Hartelijk
Eerlijk

Dagelijks leven



Hobby's: hond uitlaten, motorrijden, sporten, dagje uit met de kids, puzzelen

Belangrijk in het leven: gezin, gezelligheid, genieten, comfort, geen gedoe, lekker leven

“
*Genieten van je dierbaren om je heen.
Het kan zomaar ineens over zijn en je
krijgt nooit meer een nieuwe kans.*
”

“
Iedere dag is een feest en zo leef ik ook: dag bij dag! Je maakt en doet het uiteindelijk allemaal zelf. En ik heb gemerkt dat als je een ander blij kunt maken je alleen nog maar meer plezier hebt.
”





Statusbewusten








Profiel

Statusbewusten zijn individualistisch ingesteld en hun maatschappelijke betrokkenheid is terug te zien in ondernemerschap. Ze zijn ambitieus, prestatiegericht en zien de toekomst positief tegemoet. Ze streven in hun leven naar luxe en succes of hebben die al bereikt. Meer dan anderen lopen statusbewusten warm voor technologische ontwikkelingen en innovatieve producten. Ze beschikken vaak als eersten over de nieuwste snufjes en schromen niet die aan anderen te laten zien.



Achtergrondkenmerken

-  Relatief meer mannen dan vrouwen
-  Relatief veel jongeren (<24)
-  Relatief hoog opleidingsniveau
-  Relatief hoog inkomensniveau
-  Meer verhuiscgeneigd

Dagelijks leven

Hobby's: sporten, series en films kijken, borrelen met vrienden, uit eten gaan

Belangrijk in het leven: carrière maken, avontuurlijkheid, genieten, comfort, status

“ Ik ben zelf altijd heel eerlijk en direct. Soms iets te, maar ik vind liegen het ergste wat er is. ”

Zelfbeeld

Eerlijk
Ondernemend
Zorgzaam
Ambitieus
Perfectionistisch
Aardig
Trouw
Behulpzaam
Avontuurlijk

“ Ik wil graag dingen bereiken en ben bereid hier hard voor te werken. Ook vind ik het belangrijk om tijd aan mijzelf te besteden, omdat ik in het verleden weleens tegen een muur aan ben gelopen. ”



Verantwoordelijken



Profiel



Verantwoordelijken dragen graag hun steentje bij aan een duurzamere samenleving en zien duurzaamheid allerminst als een hype. Ze zijn zich erg bewust van hun ecologische voetafdruk en het effect daarvan op toekomstige generaties. Zo maken verantwoordelijken zich oprecht zorgen over regionale en mondiale milieuschade. Deze groep is niet tegen innovaties op het gebied van duurzaamheid, maar ze hebben soms wel hun bedenkingen.



Achtergrondkenmerken



- Relatief meer vrouwen dan mannen
- Relatief veel ouderen (60+)
- Relatief hoog opleidingsniveau
- Relatief hoog inkomensniveau
- Gemiddeld verhuiscgeneigd

Dagelijks leven



Hobby's: wandelen, hardlopen, fietsen, kunst & cultuur, lezen, koken, films kijken

Belangrijk in het leven: idealisme, status verdieping, bewust leven, zingeving

“

In mijn vrije tijd loop ik graag hard buiten in de natuur.

”

Zelfbeeld



Leergierig
Verbondenheid
Energiek
Energie Flexibel
Genieten
Positief
Creatief
Onderzoek

“

Ik vind het belangrijk om het leven voluit te leven vanuit jezelf. Je missie leven. Uiteindelijk hebben we allemaal iets te leren hier op aarde, we zijn niet voor niets hier.

”



Ontplooiers



Profiel



Ontplooiers staan open in het leven en gaan actief op zoek naar nieuwe ervaringen. Persoonlijke vrijheid is het uitgangspunt voor deze groep. Ontplooiers willen graag zelf een bijdrage leveren, creatief meedenken over oplossingen en volgen niet blindelings de massa. Ze kiezen hun eigen weg en nemen beslissingen met als doel zichzelf te ontwikkelen. Ontplooiers zijn optimistisch en toekomstgericht. Ze denken eerder in kansen dan in bedreigingen. Door hun brede interesse en omdat ze open staan voor veel verschillende activiteiten, is hun aandacht vaak vluchtig.



Achtergrondkenmerken



- Relatief meer mannen dan vrouwen
- Relatief jonger
- Relatief hoog opleidingsniveau
- Relatief hoog inkomensniveau
- Gemiddeld verhuisc geneigd

Dagelijks leven



Hobby's: koken, reizen, tijd doorbrengen met vrienden/familie, series kijken, lezen

Belangrijk in het leven: vrijheid, progressie, ervaringen, elkaar helpen, tolerantie

“ *iets betekenen voor je medemens. Samen iets tot een goed einde brengen. Genieten van het leven.* ”

Zelfbeeld



Solist
Eigenwijs
Menselijk
Behulpzaam
Hulpvaardig
Positief
Enthousiast
Eerlijk
Doorzetter

“ *Ik vind het belangrijk om in harmonie te leven met de mensen om me heen, en daarbij zo min mogelijk schade te berokkenen aan anderen of aan de omgeving. Ik doe graag iets extra's als ik daarmee een ander kan helpen.* ”



Resultaten:
positie van duurzaamheid

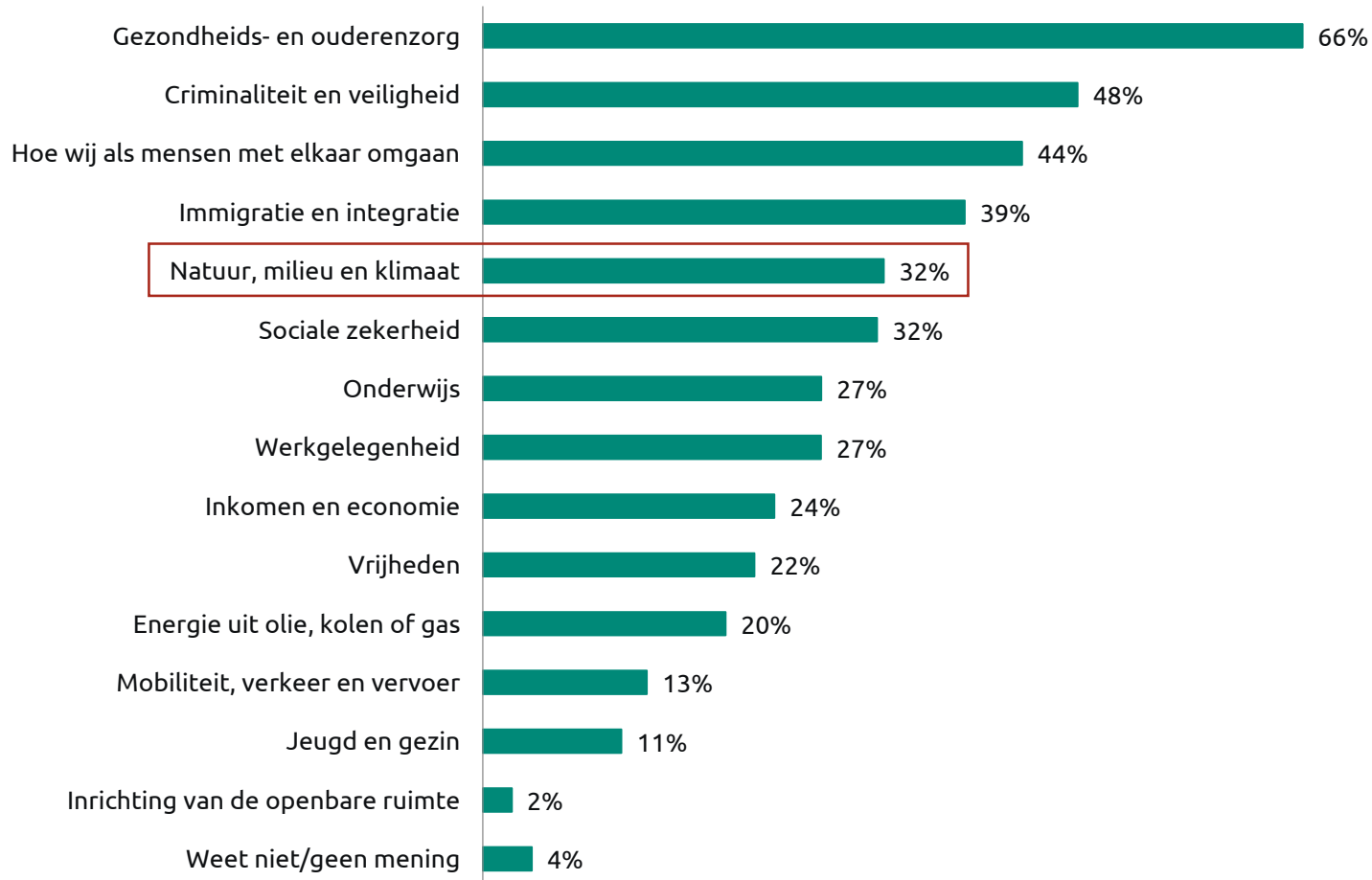




Relatief belang duurzaamheid

Om het belang dat burgers aan duurzaamheid hechten te kunnen bepalen, is in ander Motivaction-onderzoek* aan een representatieve steekproef van 2.300 Nederlanders gevraagd aan te geven van welke maatschappelijke onderwerpen zij vinden dat er dringend veranderingen moeten komen in Nederland.

Circa een derde van de Nederlanders vindt dat duurzaamheid (in dezen weergegeven als 'natuur, milieu en klimaat') dringend aandacht nodig heeft (32%). Hetzelfde geldt voor 'sociale zekerheid'. Duurzaamheid neemt weliswaar een top-5-positie in, maar vergeleken met enkele andere thema's, zoals 'immigratie en emigratie' (39%), 'hoe wij als mensen met elkaar omgaan' (44%), 'criminaliteit en veiligheid' (48%), en met name 'gezondheids- en ouderenzorg' (66%) is de urgentie gemiddeld te noemen.



Op welke van onderstaande onderwerpen vind je dat er dringend veranderingen moeten komen in Nederland?

Basis: Allen, n= 2.299

*Bron: Onderzoek 'Monitor Energie' (i.o.v. min EZK en daar ook te downloaden)

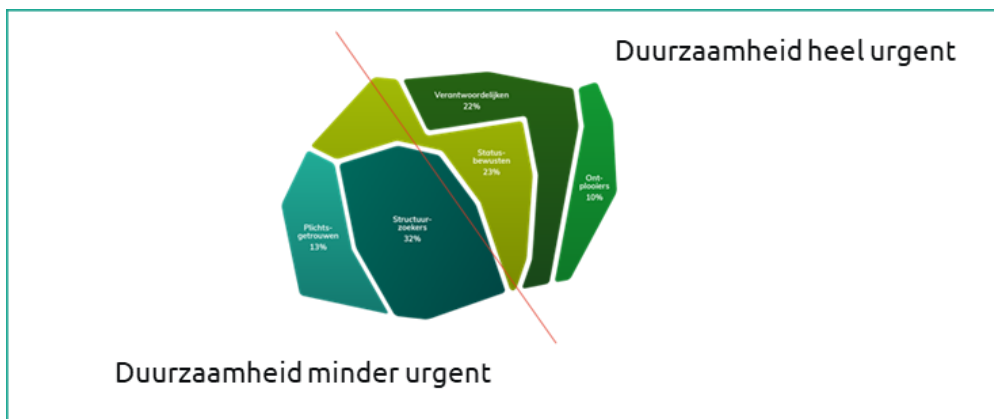


Relatief belang duurzaamheid | VTG

De tabel rechts toont de urgentie van duurzaamheid (natuur, milieu en klimaat) per VTG-segment te midden van andere thema's.

In het algemeen kan worden gesteld, dat hoe rechtser men zich in het VTG-model bevindt, hoe urgenter men duurzaamheid acht.

	SB	PG	SZ	VW	OP	Allen
Gezondheids- en ouderenzorg	57%	79%	69%	67%	63%	66%
Criminaliteit en veiligheid	52%	62%	56%	33%	31%	48%
Hoe wij als mensen met elkaar omgaan	38%	51%	39%	53%	39%	44%
Immigratie en integratie	50%	38%	40%	31%	31%	39%
Natuur, milieu en klimaat	33%	17%	21%	52%	42%	32%
Sociale zekerheid	30%	38%	32%	34%	26%	32%
Onderwijs	28%	20%	27%	33%	24%	27%
Werkgelegenheid	24%	29%	36%	20%	20%	27%
Inkomen en economie	25%	18%	28%	21%	19%	24%
Vrijheden	17%	24%	22%	27%	21%	22%
Energie uit olie, kolen of gas	20%	10%	11%	32%	30%	20%
Mobiliteit, verkeer en vervoer	15%	10%	12%	13%	17%	13%
Jeugd en gezin	10%	19%	13%	7%	7%	11%
Inrichting van de openbare ruimte	4%	1%	2%	2%	3%	2%
Weet niet/geen mening	4%	6%	4%	1%	7%	4%



Op welke van onderstaande onderwerpen vind je dat er dringend veranderingen moeten komen in Nederland?
Basis: Allen, n= 2.299
Bron: Onderzoek 'Monitor Energie' (i.o.v. min EZK en daar ook te downloaden)



Relatief belang duurzaamheid | VTG

De tabel hieronder laat zien dat elk VTG-segment van mening is dat er in de gezondheids- en ouderenzorg het meest urgent veranderingen moeten komen. Duurzaamheid ('natuur, milieu en klimaat') is voor statusbewusten (5e plek), verantwoordelijken (3e) en ontplooiers (2e) relatief belangrijk. Voor structuurzoekers (10e) en plichtsgetrouwen (11e) is de positie van duurzaamheid minder prominent.

	Plichtsgetrouwen	Structuurzoekers	Statusbewusten	Verantwoordelijken	Ontplooiers
1	Gezondheids- en ouderenzorg	Gezondheids- en ouderenzorg	Gezondheids- en ouderenzorg	Gezondheids- en ouderenzorg	Gezondheids- en ouderenzorg
2	Criminaliteit en veiligheid	Criminaliteit en veiligheid	Criminaliteit en veiligheid	Hoe wij met elkaar omgaan	Natuur, milieu en klimaat
3	Hoe wij met elkaar omgaan	Immigratie en integratie	Immigratie en integratie	Natuur, milieu en klimaat	Hoe wij met elkaar omgaan
4	Sociale zekerheid	Hoe wij met elkaar omgaan	Hoe wij met elkaar omgaan	Sociale zekerheid	Immigratie en integratie
5	Immigratie en integratie	Werkgelegenheid	Natuur, milieu en klimaat	Onderwijs	Criminaliteit en veiligheid

Op welke van onderstaande onderwerpen vind je dat er dringend veranderingen moeten komen in Nederland?
Basis: Allen, n= 2.299
Bron: Onderzoek 'Monitor Energie' (i.o.v. Min EZK en daar ook te downloaden)



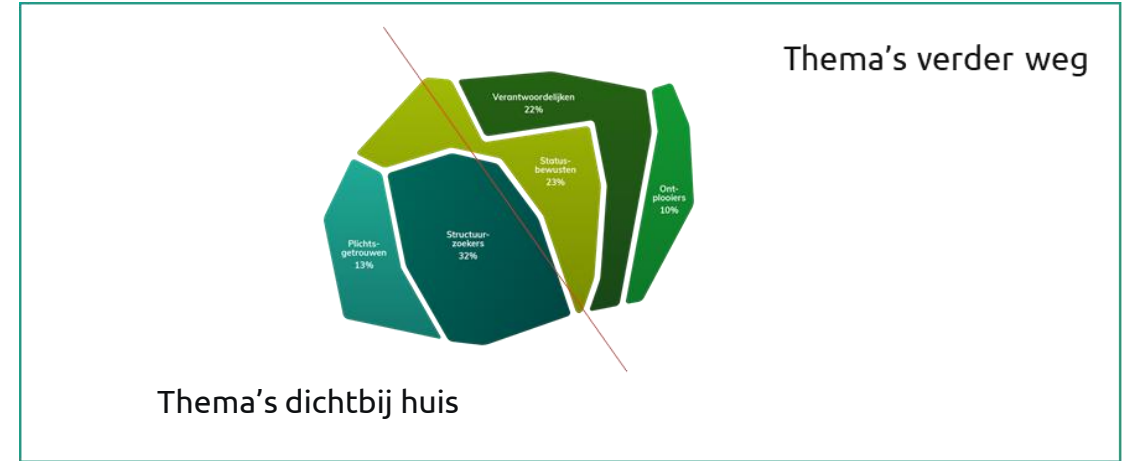
Spontane positie van duurzaamheid

In de e-Safari worden duurzaamheid en klimaatproblematiek spontaan met name genoemd als belangrijk maatschappelijk onderwerp door ontplooiers, verantwoordelijken en statusbewusten.

Ze noemen duurzaamheid als een van de thema's waarmee ze zoal bezig zijn. Andere thema's die ze in dit verband spontaan noemen zijn: individualisering van de samenleving, kwaliteit van het onderwijs, vereenzaming van ouderen en migratie

Plichtsgetrouwen en structuurzoekers zijn vooral bezig met andere thema's, zoals sociale zekerheid, veiligheid en zaken die spelen in hun persoonlijke kring zoals de gezondheid van familieleden.

Vanuit diverse andere studies van Motivaction weten we dat personen die zich meer aan de linkerkant in het VTG-model bevinden, zich vooral bezighouden met thema's die zich dicht bij huis bevinden. Voor personen aan de rechterzijde van de lijn is de blik op de wereld breder en de belevingswereld groter.



Na een spontane verkenning van maatschappelijke thema's, hebben we geholpen vijf maatschappelijke thema's voorgelegd:

- criminaliteit & veiligheid
- arbeidsmarkt & werkgelegenheid
- hoe wij als mensen met elkaar omgaan
- immigratie & integratie
- natuur, milieu & klimaat

We hebben het belang en de perceptie van deze thema's uitgevraagd. Op de volgende sheets worden de resultaten hiervan besproken.



Belang en perceptie criminaliteit & veiligheid

- Voor vrijwel alle deelnemers is criminaliteit en veiligheid een belangrijk thema. Voor sommigen (met name **ontplooiers**) is het echter meer een hygiënefactor en minder een relevant thema waar men veel mee bezig is.
- Hoeveel iemand met dit thema bezig is, hangt af van hoe veilig die zich voelt en wat de perceptie is van de status van veiligheid in Nederland.
- **Plichtsgetrouwen** en **structuurzoekers** voelen zich het minst veilig en maken zich het meeste zorgen over de veiligheid en criminaliteit in Nederland. Ze noemen bijvoorbeeld de toename van georganiseerde misdaad en verwachten dat de situatie alleen maar zal verslechteren, zeker aangezien Nederland in hun ogen steeds voller wordt en iedereen naar de grote steden trekt.
- Samen met **statusbewusten** zijn dit ook de groepen die pleiten voor zwaardere straffen en zich zorgen maken over het rechtssysteem.
- **Verantwoordelijken** vinden het een belangrijk thema, maar maken zich minder zorgen. Criminaliteit en veiligheid hebben voor deze groep wel met elkaar te maken, maar veiligheid is een gevoel en criminaliteit gaat over werkelijke gebeurtenissen.
- Samen met **statusbewusten** en **ontplooiers** zijn **verantwoordelijken** zich er sterk van bewust dat de media een negatief gevoel rondom criminaliteit en veiligheid aanjagen en ze zien dit als een probleem.

“ Ik heb het gevoel dat het onveiliger wordt in Nederland. Hoe dit komt weet ik niet, de cijfers zeggen blijkbaar iets anders. Misschien omdat er meer aandacht aan wordt besteed en tegenwoordig alles wordt gefilmd en op internet wordt gezet. **(Plichtsgetrouwe)** ”

“ Ik denk dat Nederland over het algemeen een van de veiligere landen is met relatief weinig criminaliteit. Ik maak me dus niet zo'n zorgen. **(Ontplooiër)** ”

“ Ik vind het steeds slechter gaan, zo veel narigheid in Nederland. De straffen moeten hier veel hoger en de criminelen, die moeten harder aangepakt worden. **(Statusbewuste)** ”





Belang en perceptie arbeidsmarkt & werkgelegenheid

- Hoe belangrijk dit thema voor iemand is, hangt sterk af van de persoonlijke situatie. Iemand die bijna afstudeert, net een nieuwe baan heeft of juist op zoek is, is meer bezig met dit thema dan anderen.
- De meeste deelnemers vinden dat het momenteel goed gaat met de arbeidsmarkt vanwege de lage werkloosheid. Hierdoor is dit thema ten opzichte van de andere thema's minder relevant voor ze. Er bestaan bij bepaalde groepen echter wel zorgen over de toekomst.
- **Plichtsgetrouwen** maken zich zorgen over robotisering en arbeidsmigranten die de werkgelegenheid in de weg zitten. Daarnaast zien ze vergrijzing als een groot probleem voor toekomstige generaties.
- **Structuurzoekers** maken zich over dezelfde problemen zorgen en zien daarnaast dat er momenteel steeds hogere eisen komen voor lagere functies, wat voor werkloosheid kan zorgen bij lager opgeleiden.
- **Statusbewusten** signaleren wel problemen, bijvoorbeeld het stijgende aantal zzp'ers, maar maken zich slechts in beperkte mate zorgen.
- **Verantwoordelijken** hebben het meeste vertrouwen in de arbeidsmarkt en zien het sociale systeem van Nederland als vangnet.
- **Ontplooiers** zien het als golfbeweging. Het gaat nu goed, straks gaat het weer minder. Alleen robotisering is een mogelijk probleem voor de toekomst.

“ *Het enige waar ik me zorgen over maak, is de stroom van arbeidsmigranten uit het oosten van Europa. Dit brengt een hoop criminaliteit met zich mee, de goedwillende uitgezonderd. Het begint nu al vormen aan te nemen die niet wenselijk zijn. (Structuurzoekers)* ”

“ *Ik heb het niet zo vaak over werkgelegenheid met anderen, omdat bijna iedereen in mijn omgeving werk heeft en nooit lang zonder heeft gezeten. (Statusbewuste)* ”

“ *De arbeidsmarkt is goed in Nederland. Er zijn tal van mogelijkheden voor mensen zowel nationaal als internationaal. Daarnaast is er een vangnet in de vorm van de WW-uitkering, dat is zeker een groot pluspunt dat we hebben in Nederland. (Verantwoordelijke)* ”





Belang en perceptie onderlinge omgang door mensen

- Dit is voor vrijwel iedereen een belangrijk thema dat sterk verband houdt met andere thema's. Men geeft aan dat er nog grote stappen te maken zijn en dat er een aantal trends gaande zijn in de samenleving die zorgwekkend zijn, zoals verregaande individualisering en lage verdraagzaamheid, weinig begrip en respect. Dit zijn thema's die in de persoonlijke kring wel besproken worden, maar die in het publieke debat meer aandacht verdienen. De mate waarin men zich er zorgen over maakt en de aspecten die zorgwekkend zijn, verschillen erg per segment.
- **Plichtsgetrouwen** en **structuurzoekers** ervaren een gebrek aan wederzijds respect en een verlies van normen en waarden. **Structuurzoekers** maken zich daarnaast zorgen over het toenemende individualisme, het steeds korter wordende lontje en gebrek aan geduld. Zij wijten dit deels aan het idee dat Nederland steeds voller wordt: hoe meer mensen, hoe meer meningen. Dat maakt zaken steeds gevoeliger en niets kan meer gezegd worden. Ze ervaren een gebrek aan vrijheid van meningsuiting.
- **Verantwoordelijken** maken zich deels zorgen over de verdraagzaamheid, maar zien ook hoop bij de jongere generaties.
- **Statusbewusten** en **ontplooiers** maken zich niet erg veel zorgen. Het enige dat ze als een probleem ervaren, nu en zeker voor de toekomst, is het toegenomen individualisme. Dit wijten ze grotendeels aan social media. Deze groepen zien de 'oplossing' vooral buiten zichzelf (de overheid) terwijl andere segmenten aangeven zélf (mede) verantwoordelijk te zijn voor de toekomst.

“Dit gaat niet goed, het individualisme en de verkilling worden steeds erger. (**Plichtsgetrouwe**)”

“Uiteraard ben je daar regelmatig mee bezig. Ik vind dit een vorm van normen en waarden. Gelukkig woon ik in een dorp waar iedereen elkaar nog groet als je elkaar tegenkomt. (**Structuurzoeker**)”

“Door de individualisering en ontzuiling is het belangrijk geworden om aan jezelf en je eigen mening te werken. Dat is op zichzelf positief. Maar we slaan (natuurlijk) een beetje door en dat zal wel weer een beetje bijtrekken in de komende decennia. (**Ontplooiër**)”





Belang en perceptie immigratie & integratie

- Dit is een belangrijk en gevoelig thema voor iedereen. Door de aandacht in de media en politiek, zijn velen er meer mee bezig dan met andere thema's.
- **Plichtsgetrouwen** maken zich zorgen over dit thema. Met name de integratie is in hun ogen een groot probleem. Als immigranten zich beter zouden aanpassen aan de Nederlandse cultuur zou dat veel oplossen.
- **Structuurzoekers** zijn het meest immigratie-kritisch. Ze maken zich grote zorgen over de instandhouding van de Nederlandse cultuur, de huizenmarkt, arbeidsmarkt en toenemende criminaliteit. Hun oplossing is grenzen dicht en asielzoekers terugsturen zodra het weer veilig is in eigen land.
- **Statusbewuststen** zijn verdeeld. Aan de ene kant zien ze de problemen die immigratiestromen met zich meebrengen, maar ze zien ook de noodzaak om vluchtelingen op te vangen. Ze maken zich daarnaast zorgen over de polariserende rol van de media wat betreft dit onderwerp. Strengere regelgeving zou een oplossing kunnen zijn voor deze groep.
- **Verantwoordelijken** maken zich met name zorgen over de mogelijke gevolgen van slechte integratie: verregaande intolerantie van de Nederlandse samenleving en resulterende conflicten in de toekomst.
- **Ontplooiers** maken zich vooral zorgen over de situatie van immigranten in Nederland en het toenemende rechts extremisme. Ze pleiten voor een meer menselijke aanpak en meer tolerantie.

“ Zolang er geen stop op zit en de grenzen open blijven en iedereen maar binnen kan lopen, gaat het echt de verkeerde kant op en zullen we over 20 jaar propvol zitten. Laat staan de andere problemen die daardoor ontstaan. Dat werkt natuurlijk op vele vlakken door hè. **(Structuurzoeker)** ”

“ Niemand lijkt zich te realiseren dat we allemaal bewoners zijn van dezelfde planeet. De personen die het een goed idee vonden om stukken grond af te bakenen alleen voor het eigen volk, hebben ontzettend veel ellende gecreëerd. **(Ontplooiër)** ”

“ Gelukzoekers mogen komen maar weet wel waar je naartoe gaat. Het moet niet zo zijn dat je ook jouw cultuur ten koste van alles wilt doordrukken. Dit werkt averechts. En dat geeft de populistten nog meer draagvlak. Je leeft samen... **(Verantwoordelijke)** ”





Belang en perceptie natuur, milieu & klimaat

- Hoe belangrijk dit thema is, verschilt zeer. Voor de postmoderne milieus (**verantwoordelijken** en **ontplooiers**) is dit een van de belangrijkste thema's. Ze maken zich grote zorgen over de toekomst van de aarde. Ze zien dit als mondiaal probleem waar alle landen én individuen aan bij moeten dragen. Zelf doen ze wat ze kunnen binnen de grenzen van een comfortabel leven en ze zouden graag van anderen meer zien.
- **Statusbewusten** zijn verdeeld. Waar de één er veel mee bezig is en bijvoorbeeld geen vlees eet omwille van het milieu, denkt de ander dat het allemaal wel meevalt en dat er vooral veel geschreeuwd wordt. Ook de verantwoordelijkheid van andere landen wordt aangehaald.
- Structuurzoekers zijn klimaatkritisch en weten niet zeker of ze echt in de opwarming van de aarde geloven. De berichtgeving is tegenstrijdig, de regels vanuit de overheid te streng. Indien er meer subsidie zou zijn om groen te investeren, willen ze best meedoen, maar vanuit eigen initiatief gaan ze dit niet doen. Andere thema's zijn vele malen belangrijker.
- **Plichtsgetrouwen** zijn verdeeld. Sommigen zijn veel met dit thema bezig, anderen vinden dat het allemaal wel wat minder mag met de 'klimaatpolitie'. Andere thema's zijn belangrijker voor hen.

“ *Deze vind ik het belangrijkste! Ik denk dat wel duidelijk is dat wij de balans een beetje té zeer aan het verstoren zijn. (Ontplooiër)* ”

“ *Wat ik goed vind is bijv. het gratis ophalen/brengen van oud papier, plastic/blik enz. Dit stimuleert ook echt om te scheiden (wij hebben enorm veel plastic afvalzakken per week!) (Plichtsgetrouwe)* ”

“ *Door de extreme berichtgeving gaat de geloofwaardigheid er van af. Mensen worden moe van het eindeloos gebakkelei omtrent het milieu. Het wordt te veel opgedrongen en dat veroorzaakt weerstand. Mensen willen beloond worden, nu is het meer het bestraffende vingertje. (Verantwoordelijke)* ”

“ *Dat we afval scheiden, dat we ons bewust zijn van energie en water. Dat we dat minder moeten gebruiken. Ook slimme meters, top gewoon. (Statusbewuste)* ”





Resultaten:
houding en perceptie duurzaamheid





Plichtsgetrouwen en duurzaamheid



- Plichtsgetrouwen leven een relatief duurzaam bestaan, soms vanuit een groene drijfveer maar ook vaak vanuit een natuurlijke bescheidenheid en soberheid die deel uitmaken van wie ze zijn en waar ze voor staan. Zo gaan ze bijvoorbeeld zuinig om met water en energie omdat dit zo hoort.
- Bij duurzaamheid denken ze vooral aan zaken die dicht bij hen staan en die in het dagelijks leven gedaan kunnen worden om een bijdrage te leveren aan een duurzame toekomst, zoals: afval scheiden en flessen inleveren, groene stroom afnemen en gebruik maken van het OV.
- Ze vinden het belangrijk dat de aarde leefbaar blijft voor toekomstige generaties en nemen daar graag verantwoordelijkheid voor.
- Hierbij leunen ze echter wel op wat de overheid faciliteert en doen daaraan mee. Deze groep heeft een incentive nodig om duurzaam te leven en voelt weinig intrinsieke motivatie.
- Bij een deel van deze groep komt de keuze voor een duurzaam leven voort uit religieuze overtuiging: zuinig zijn op de schepping.

“

Duurzaam betekent voor mij: windmolens, zonnepalen om zo groene energie te stimuleren en spaarlampen, elektrische auto's waardoor er geen benzine getankt hoeft te worden en er geen vieze dampen meer de lucht in gaan.

”

“

Tuurlijk lees en hoor je er wel over in de media maar dat gaat eerlijk gezegd langs mee heen. De regering moet het stimuleren en aantrekkelijk maken voor de Nederlanders dan komen ze wel over de brug. Ik praat er eigenlijk nooit over met anderen.

”





Structuurzoekers en duurzaamheid



- Duurzaamheid is voor structuurzoekers met name belangrijk voor de toekomst van hun kinderen en kleinkinderen. Uit zichzelf voelen ze weinig motivatie om duurzame keuzes te maken.
- Bij het begrip 'duurzaamheid' denkt deze groep aan de aspecten van het dagelijks leven waarbij duurzaamheid een rol speelt, zoals: vervoer, energie, plastic en afval.
- Er bestaan veel drempels voor structuurzoekers op het gebied van duurzaamheid: prijs(perceptie) is de belangrijkste, maar ook gemakzucht speelt een grote rol en daar zijn ze eerlijk over. Daarnaast vinden zij duurzaamheid een wereldwijd probleem dat Nederland niet kan en niet (alleen) moet willen oplossen.
- Op nationaal niveau ligt de verantwoordelijkheid voor het oplossen van het probleem in hun ogen bij de overheid en niet bij burgers. Er moet alleen ook weer niet te veel overheidsgeld aan besteed worden ten opzichte van andere maatschappelijke problemen. Vooral financiële steun in de vorm van subsidies of belastingvoordeel wordt verwacht.

“
Er wordt nogal betuttelend gedaan. Wij moeten duurzamer worden en in Duitsland worden ze gewoon beloond met subsidies als je je op het gas laat aansluiten.
 ”

DUURZAAMHEID VOOR HEEL DE WERELD



“
Het is jammer dat we soms vanwege geld niet duurzaam genoeg kunnen zijn. Als er bijvoorbeeld subsidie zou zijn voor elektrisch rijden, dan zouden we dat liever doen.
 ”

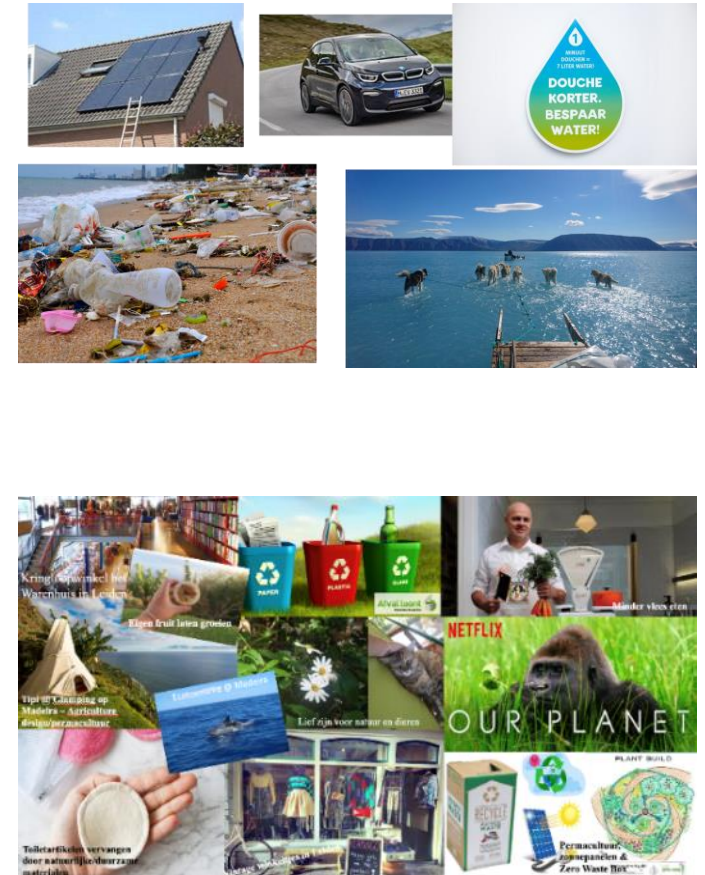


Statusbewusten en duurzaamheid



- Duurzaamheid is de afgelopen jaren een steeds belangrijker thema geworden voor deze groep. Door de aandacht die het onderwerp krijgt in de media en de samenleving, zijn ze zich meer bewust geworden van het probleem en wat eraan te doen is.
- Voor een deel heeft de trend van toenemend belang te maken met werkelijke motivatie, voor een deel met conformisme en status (niet duurzaam is achterhaald). Men praat dan ook veel over dit thema met anderen.
- Statusbewusten denken bij duurzaamheid sterk aan dingen als afval scheiden, zonnepanelen en elektrisch rijden, maar ook aan wat de mens de wereld aandoet zoals het doen uitsterven van diersoorten en al het plastic in de zee.
- Ze doen de dingen die haalbaar zijn zonder hun levensstijl extreem aan te passen. Ze scheiden bijvoorbeeld hun afval, maar blijven vliegen want ze willen niet inleveren op unieke ervaringen.
- Ze zien zeker ook een rol voor de overheid weggelegd, maar dan met name als inspirator. De overheid dient mensen bewust te maken van duurzame mogelijkheden zonder dat het voelt als een verplichting.

“
Duurzaamheid is voor mij best wel belangrijk. Ik had er vroeger een stuk minder mee, maar ik ben de laatste twee jaar steeds meer bewust geworden over wat we eigenlijk aanrichten. Ik denk dat het voor de mens ook goed is om weer dichterbij de natuur te staan. Daarom probeer ik weinig voedsel te verspillen, weinig weg te gooien, afval te scheiden, minder vlees te eten, letten op licht en water verbruik etc.
 ”





Verantwoordelijken en duurzaamheid



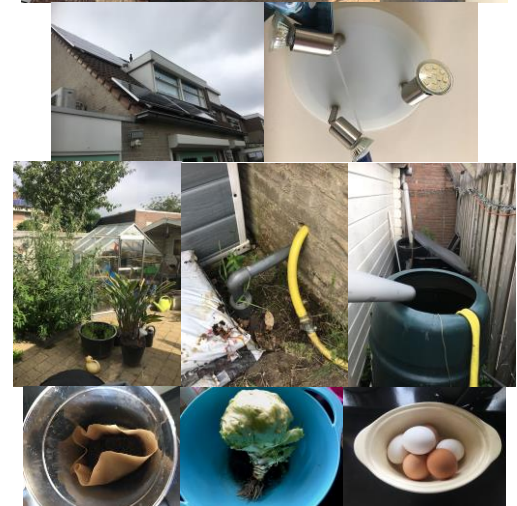
- Verantwoordelijken beschouwen een duurzame levensstijl als vanzelfsprekend. De één gaat daar verder in dan de ander. Zo horen we voorbeelden van iemand die alle groenten en fruit zelf verbouwt, de tuin sproeit met regenwater en eigen compost maakt. Daartegenover staat iemand die de meer 'standaard' zaken doet zoals zonnepanelen aanleggen en afval scheiden.
- Verantwoordelijken denken bij duurzaamheid zowel aan de wereldwijde problematiek als aan wat ze zelf kunnen bijdragen aan het verbeteren van deze situatie.
- De verantwoordelijkheid voor het leiden van een duurzaam leven, legt deze groep bij zowel bij de overheid als bij het individu. Ze zien het als een probleem dat met zijn allen opgelost dient te worden. Deze verantwoordelijkheid ziet de verantwoordelijke niet altijd terug bij anderen, hetgeen soms tot irritatie kan leiden.
- Hierbij zien ze ook een belangrijke rol voor het onderwijs weggelegd om de jonge generaties het belang van duurzaamheid in te laten zien, evenals handvatten te bieden om duurzaam te leven.



“ Voor mijn tuin gebruik ik eigengemaakte compost en water vang ik op voor de planten. ”



“ Met duurzaamheid ben je altijd bezig. Je merkt dat velen het als een ver van hun bed show ervaren. Ze hebben de mond vol van toekomst voor hun kinderen, maar willen zelf zo veel mogelijk hun 'luke' leventje houden. Gemak is kwaad voor duurzaamheid. En geld! Hoe goedkoper, hoe liever. ”





Ontplooiers en duurzaamheid

- Ontplooiers zijn bewust bezig met duurzaamheid in het dagelijks leven. Ze nemen het standaard mee in hun overweging voor bijvoorbeeld een vervoermiddel of de aanschaf van een product. Het is echter niet altijd doorslaggevend en soms kiezen ze er bewust voor om duurzaamheid los te laten en te gaan voor bijvoorbeeld gemak.
- Dit is tevens een groep die soms duurzame keuzes maakt op basis van andere drijfveren. Zo is een treinreis voor een ontplooiër vaak comfortabeler dan vliegen. Dat het ook duurzamer is, is dan een leuke bijkomstigheid.
- Ze zien duurzaamheid als een mondiaal thema en denken aan zaken als het kappen van de regenwouden, het uitsterven van diersoorten en internationale afspraken zoals het akkoord van Parijs.
- Ze brengen hun eigen leven op orde, maar laten anderen vrij. Ze proberen wel te stimuleren, maar waken ervoor belerend te zijn.
- Een deel van de verantwoordelijkheid voor het aanpakken van het probleem, legt deze groep bij de overheid. Bijvoorbeeld door te zorgen voor een goede infrastructuur voor warmtepompen en door strengere regelgeving voor (plastic) verpakkingen.



“*Zaken die ik zoveel mogelijk probeer te doen om mijn steentje bij te dragen: zuinig met energie en water, consuminderen, veel lokale producten eten en terughoudendheid met vlees.*”

“*Centraal op mijn moodboard staat het regenwoud, omdat dit centraal staat bij duurzaamheid: hier moeten we anders mee omgaan!*”

“Sustainable development is development that meets the needs of the present without compromising the ability of future generations to meet their own needs.”
Brundtland Report, 1987

Zorgen voor morgen
NATIONALE MILIEUVERKENNING
1985-2010

GEbruik wat je hebt
DEEL OF RUIJL
TWEEDEHANDS
MAAK
KOOPT

GEbruik wat je hebt
DEEL OF RUIJL
TWEEDEHANDS
MAAK
KOOPT

GEbruik wat je hebt
DEEL OF RUIJL
TWEEDEHANDS
MAAK
KOOPT

GEbruik wat je hebt
DEEL OF RUIJL
TWEEDEHANDS
MAAK
KOOPT

GEbruik wat je hebt
DEEL OF RUIJL
TWEEDEHANDS
MAAK
KOOPT



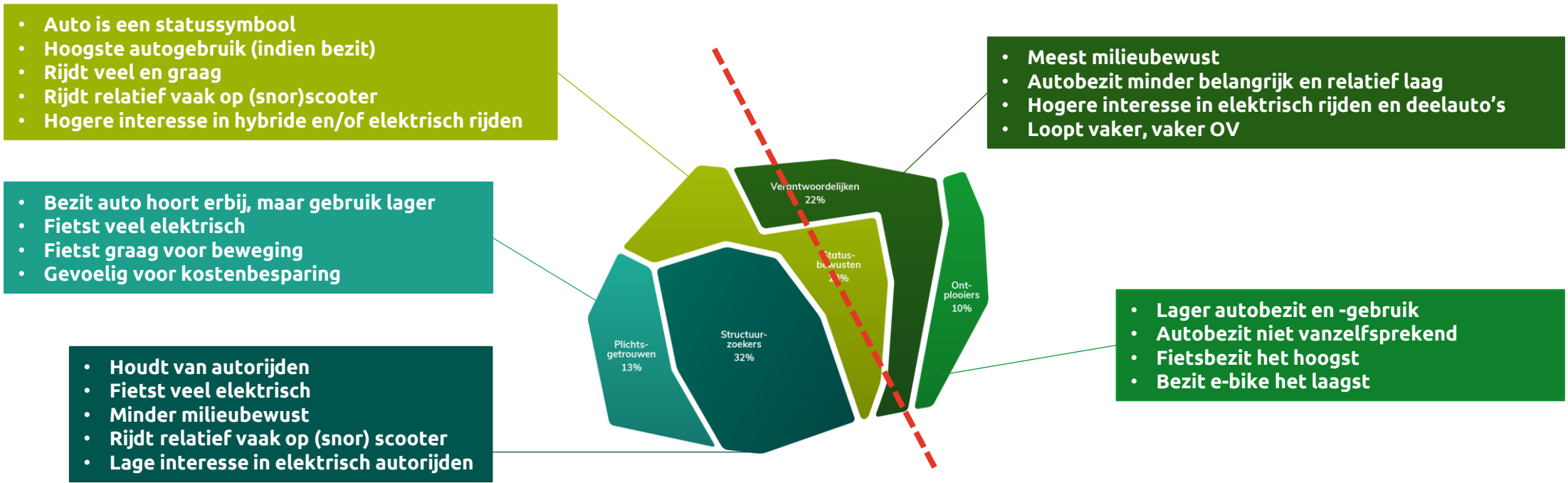
Resultaten:
vervoer, voeding en wonen





Vervoer

De VTG-segmentatie legt veel verschillen met betrekking tot mobiliteit en vervoer aan de dag. Autobezit komt in alle VTG-segmenten voor, maar voor personen in de segmenten aan de linkerkant van de rode lijn zijn autobezit en vaak ook autogebruik, structureel onderdeel van hun dagelijks leven. Milieuaspecten bij de keuze voor een vervoermiddel doen voor deze groepen niet of nauwelijks ter zake. Voor verantwoordelijken en ontplooiers, beide aan de (post)moderne rechterzijde van het model, is autobezit niet alleen minder vanzelfsprekend, ook kiezen zij relatief vaker voor alternatieve vervoeropties (ook al hebben ze een (gewone) auto binnen handbereik).





Vervoer

Uit recent onderzoek onder circa 1.000 Nederlanders (Motivaction Omnibusmeting Mobiliteit, voorjaar 2019) blijkt dat Nederlanders in het algemeen de auto een warm hart toedragen. De tabel op deze pagina laat zien dat de houding ten aanzien van auto's van de VTG-segmenten toch verschilt. Statusbewusten zien bijvoorbeeld vaker dan verantwoordelijken en ontplooiers als oplossing voor het fileprobleem toevoegen van meer asfalt aan het Nederlands landschap. Statusbewusten en structuurzoekers ervaren de auto ook daadwerkelijk als belangrijker dan ontplooiers, verantwoordelijken en vooral plichtsgetrouwen.

	SB	PG	SZ	VW	OP	Allen
Er zijn meer wegen nodig om de files in Nederland op te lossen	64%	52%	56%	32%	35%	50%
Binnensteden zouden autovrij moeten worden	43%	49%	37%	54%	43%	44%
Ik zou graag wonen in een autovrije straat	35%	30%	27%	45%	28%	33%
Ik vind het geen probleem als mijn auto niet direct bij mijn woning staat	42%	35%	28%	36%	36%	35%
Autorijden is plezierig en ik doe het graag	80%	60%	72%	60%	64%	69%
Een mooie auto is belangrijk voor mij	58%	20%	47%	21%	27%	39%

In hoeverre ben je het eens met de volgende stellingen?

Basis: Allen, n= 1.037

Bron: Omnibusonderzoek mobiliteit, maart 2019 (eigen initiatief Motivaction)



Vervoer

Ook in de e-Safari zien we dat verantwoordelijken, plichtsgetrouwen en ontplooiers vaak fietsen en gebruik maken van het OV. Structuurzoekers en statusbewusten vliegen relatief vaak en maken vaker gebruik van de auto.

- Opvallend is het dat duurzame keuzes niet altijd worden gemaakt vanuit duurzaamheidsoogpunt. Soms gebeurt het vanuit comfort of voorkeur. Duurzaamheid is dan een fijne bijkomstigheid. Hierbij kan gedacht worden aan vliegangst of aan beperkingen door gezondheidsproblemen van een partner, waardoor men niet voor het vliegtuig zal kiezen. Het resultaat is dan duurzaam, maar de situatie die ertoe leidde heeft er niet veel mee van doen.
- Wat daarnaast opvalt, is dat ook bij a priori (zeer) duurzaam ingestelde mensen (verantwoordelijken) drempels bestaan die een duurzame keuze in de weg staan, zoals reistijd.
- Het grootste 'probleem' wordt gevormd door vliegen. Voor verre reizen zijn er domweg geen alternatieven en niet meer reizen is een *no-go* (met name voor ontplooiers, statusbewusten en verantwoordelijken).
- Voor structuurzoekers speelt duurzaamheid eigenlijk helemaal geen rol in de keuze. Zij nemen vrijwel altijd de auto en zullen ook voor korte afstanden het vliegtuig nemen zolang dit goedkoper is.

Drempels voor het kiezen voor duurzaam vervoer

De drempels zijn voor alle groepen gelijk, maar de nadruk ligt op andere drempels per groep:

- Langere reistijd
 - Alle groepen
- Relatief hoge prijs van het OV
 - Vooral bij structuurzoekers en statusbewusten
- Praktische bezwaren (bijvoorbeeld geen opstaphalte in de buurt, veel moeten overstappen etc.), gebrek aan gemak
 - Vooral door verantwoordelijken genoemd
- Gemakzucht (de auto staat voor de deur)
 - Vooral bij structuurzoekers
- Het weer (als het regent, wordt er minder gefietst)
 - Alle groepen





Vervoer

“
Doorslaggevend is hoe snel/gemakkelijk ik op de plaats van bestemming kan komen. Vaak betekent dit dan toch de auto i.p.v. het openbaar vervoer. Als het gaat om vervoer, doe ik niet veel concessies om het milieu te ontzien.
(Ontplooiër)”

“
De afstand is doorslaggevend en het weer. Als het regent is het niet aantrekkelijk om te fietsen. Duurzaamheid speelt een rol, maar vooral ook de parkeermogelijkheden en -kosten zijn belangrijk.
(Plichtsgetrouwe)”

“
Duurzaamheid speelt geen rol om heel eerlijk te zijn. Het is vooral gemakzucht.
(Structuurzoeker)”

“
Vooral het gemak is doorslaggevend; je stapt voor de deur in en voor iemand anders deur weer uit. Ook prijs weegt mee; we hebben een leaseauto en de trein is nu eenmaal erg duur. Duurzaamheid speelt wel steeds meer een rol; ik probeer vaker te carpoolen uit dit oogpunt. Toch merk ik dat we erg veel kilometers maken met de auto en voel ik me hier soms best schuldig om.
(Statusbewuste)”

“
Duurzaamheid speelt een kleine rol in de afweging. Dit komt met name doordat andere factoren zoals de bereikbaarheid, het weer en de reistijd zwaarder wegen in mijn keuze. Wel moet ik toegeven dat ik me wel bewuster ben wat betreft duurzaamheid dan 5 jaar geleden. Ik kies nu wat vaker voor de trein bijvoorbeeld tijdens het bezoeken van een stad.
(Verantwoordelijke)”



Voeding



Plichtsgetrouwen

Plichtsgetrouwen koken vooral zelf en hebben vaste patronen en gewoontes. Ze zijn minder geneigd iets nieuws te proberen tenzij ze hier via bekenden mee in aanraking komen. Ze zijn van nature bescheiden en behoudend en dat zie je terug in wat ze belangrijk vinden bij eten en drinken: balans tussen lekker en gezond, prijs en aanbiedingen, geen voedselverspilling, eten uit gewoonte/routine, weinig alcohol.



Structuurzoekers

Structuurzoekers eten thuis. Uit eten gebeurt alleen bij speciale gelegenheden. Eten is een gezamenlijke aangelegenheid en moet gezellig zijn. Het is belangrijk dat iedereen het lekker vindt en zo nodig wordt er voor de kinderen iets anders gekookt. Op een vaste dag worden de weekboodschappen gedaan waardoor er weinig spontaniteit is. Eten moet vooral veel, voedzaam, lekker (en een beetje gezond) zijn. Bij het boodschappen doen letten ze op prijs-kwaliteit-verhouding, aanbiedingen.



Statusbewusten

Statusbewusten eten graag gevarieerd en proberen vaak nieuwe dingen. Ze houden van koken (voor anderen) en zoeken hierbij naar een balans tussen lekker en gezond. Ze halen dan graag verse en lokale producten, het liefst biologisch en met weinig toevoegingen. Duurzaamheid speelt een rol indien het een makkelijke keuze is. Statusbewusten gaan graag uit eten en als ze vinden dat ze het verdient hebben bestellen ze iets. Op dat moment mag het ook wel eens ongezond en 'slecht' zijn, dan geven ze zichzelf de ruimte daarvan te genieten.



Verantwoordelijken

Verantwoordelijken eten graag lekker en voedzaam. Gezondheid speelt hierbij een belangrijke rol en ze houden van kwaliteitsproducten die vaak lokaal geproduceerd en biologisch zijn. Deze groep betaalt graag iets meer voor goede producten. Duurzaamheid speelt hierbij zeker een rol. Deze groep eet weinig vlees en als ze het doen halen ze het bij voorkeur bij een kwaliteitsslager. Groente komt uit eigen tuin of van de lokale groenteboer. Deze groep gaat soms uit eten en dat is dan echt een verwenmoment met even wat minder regels.



Ontplooiers

Ontplooiers eten in de regel gevarieerd, lekker én gezond. Ze houden van koken en nieuwe dingen proberen en gaan graag naar het Turkse winkeltje of de lokale brouwerij. Dit is wel duurzaam, maar ze doen het meer voor de charme, de ervaring en de smaak. Sommige keuzes maken ze bewust vanuit een groene drijfveer, ze eten bijvoorbeeld weinig vlees. Uit eten gaan doen ze graag en het liefst bij een nieuwe tent. Dit kan soms zwaarder wegen dan het maken van een verantwoorde keuze.



Voeding

- Het maken van de 'juiste' keuzes op het gebied van voeding blijkt lastig voor alle doelgroepen. Zowel op het gebied van gezondheid als duurzaamheid komt men veel tegenstrijdige informatie tegen, waardoor de 'waarheid' niet meer te achterhalen valt.
- Vooral **verantwoordelijken** en **statusbewusten** ervaren dit als een probleem waarbij ze ondersteuning vanuit de industrie en/of de overheid zouden willen krijgen.
- Het is tegenwoordig wel wat makkelijker om duurzaam te leven op het gebied van voeding dan ongeveer 10 jaar geleden het geval was. Winkels, supermarkten en horecagelegenheden '*enablen*' steeds meer door het aanbod aan te passen.
- Onder duurzaam eten en drinken verstaat men: weinig of geen vlees, duurzaam gevangen vis, biologisch, lokaal geproduceerd, verpakt in zo weinig mogelijk plastic, geen verspilling (restjes bewaren in de vriezer en klikjes opeten).
- De mate waarin de segmenten werkelijk duurzaam eten en drinken verschilt sterk. Net als bij veel andere domeinen zien we dat de postmoderne milieus (**verantwoordelijken** en **ontplooiers**) er meer mee bezig zijn dan de moderne milieus (**plichtsgetrouwen** en **structuurzoekers**), **statusbewusten** zijn op het gebied van eten en drinken relatief duurzaam.

Drempels voor duurzame voeding

Drempels om duurzaam te eten zijn voor alle VTG-segmenten vrijwel gelijk:

- Prijs (of: de prijsperceptie)
- Lastig om gewoontes te doorbreken
- Gemakzucht (vooral structuurzoekers)





Voeding

“

*Ik mis soms een leidraad voor de duurzaamheid van producten. Uit alle keurmerken kan ik geen wijs worden. Als er een sterrenstelsel zou zijn op gebied van duurzaamheid, zou mij dit helpen (1 ster = niet duurzaam, 5 sterren = zeer duurzaam). De overheid zou dit moeten faciliteren, samen met voedselproducenten. **(Statusbewuste)***

”

“

*Als het gaat om voeding, zijn er miljoenen experts. Ik volg mijn eigen koers als het gaat om gezondheid en duurzaamheid. Elke dag leer ik nieuwe dingen, maar ik laat me geen dingen op de mouw spelden. **(Ontplooiër)***

”

“

*Ik voel me totaal niet gemotiveerd op gebied van eten en drinken met duurzaamheid bezig te zijn, alleen dan het scheiden van het afval. Ik zou niet weten wie of wat mij kan beïnvloeden om andere keuzes te maken op dat gebied. **(Plichtsgetrouwe)***

”

“

*Ik heb het er voor over om iets meer te betalen voor lokale producten ten opzichte van de goedkope massaproductie. Je proeft het verschil. Als je iets meer betaalt en je proeft het verschil dan heb je eigenlijk geen oog meer voor wat de extra onkosten zijn. Ik kan dat gemakkelijk zeggen met een goede baan, minima hebben dat een stuk minder gemakkelijk in de keuze. **(Verantwoordelijke)***

”

“

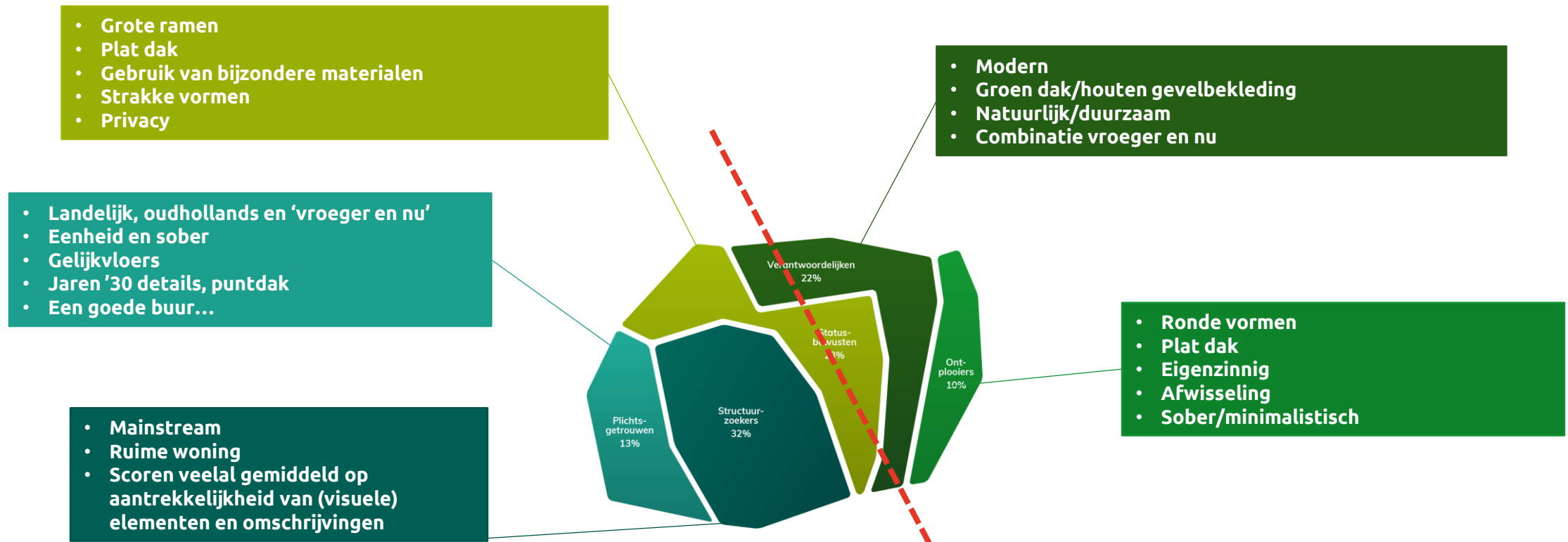
*Ik probeer alles zoveel mogelijk op één plek te kopen, daarmee rekening houdend met mogelijke aanbiedingen. Prijs en kwaliteit speelt hier ook een rol in. Duurzaamheid kijk ik eigenlijk totaal niet naar. Ik ga er vanuit dat de winkel er bij de inkoop rekening mee houdt. Zo niet, jammer dan. Ook de prijs van duurzame producten weerhoudt me er van om deze te kopen. **(Structuurzoeker)***

”



Wonen

Op het gebied van wonen, laten de diverse VTG-profielen verschillende wensen zien. In feite worden alleen verantwoordelijken bij hun woonwensen écht gedreven door duurzaamheid. Andere milieus staan zeker niet afwijzend tegenover duurzaamheid of verduurzaming met betrekking tot wonen, maar hun keuzes worden (vooral) door andere aspecten (zoals besparingen, gebruik van bijzondere materialen of ontwerpen) bepaald.





Wonen

- Zuinigheid in huis gebeurt bij vrijwel alle groepen, maar niet slechts uit duurzaamheidsoverwegingen, ook vanwege de portemonnee.
- De energiemarkt wordt niet als transparant gezien. Het blijft onduidelijk wat wel en geen voordelen oplevert, op de korte of lange termijn. Bovendien is groene stroom een vaag begrip waar niet iedereen in gelooft: als het uiteindelijk toch grijs blijkt te zijn of als niet iedereen het neemt, waarom zou ik het dan doen?
- Alleen **verantwoordelijken** voelen (soms) de behoefte een voorbeeld- of voortrekkersrol aan te nemen.
- Sommigen kiezen voor zonnepanelen. **Verantwoordelijken** en **plichtsgetrouwen** hebben hiervoor duurzame motieven, **Statusbewusten** maken de keuze vanwege de besparing op de energierekening.
- Voor overige duurzame aanpassingen aan het huis, moet er vaak geïnvesteerd worden. Zelfs als dat op de lange termijn financieel iets oplevert, is de ruimte voor die investering er niet altijd. **Statusbewusten, structuurzoekers** en **plichtsgetrouwen** pleiten voor financiële steun vanuit de overheid bij grote investeringen op dit gebied.
- **Plichtsgetrouwen** wonen duurzaam vanuit bescheidenheid en spaarzaamheid. Groene stroom is voor hen vanzelfsprekend, daarbinnen is de prijs doorslaggevend.
- **Structuurzoekers** kunnen nog grote stappen maken op het gebied van duurzaam wonen. Ze gebruiken meer energie dan ze weten dat goed is en deze energie is vaak nog grijs. Kennis over wat het verschil maakt is er onvoldoende.
- **Statusbewusten** wonen vrij duurzaam, maar zijn daarbij vooral financieel gedreven. Deze groep verbruikt weinig, aangezien ze een zeer uithuizig bestaan hebben (carrière én sociaal).
- **Verantwoordelijken** leven bijna als vanzelfsprekend bewust en gaan daarin verder dan de andere groepen. Ze hebben een bredere definitie van duurzaam wonen.
- **Ontplooiers** zijn op het gebied van wonen minder groen dan op andere gebieden, gewoonte heerst bij deze groep. Overstappen van leverancier kan een drempel zijn, of er wordt beslist op basis van prijs.





Wonen

“

Ik wil best duurzamer wonen alleen is het onbetaalbaar en nog altijd op veel fronten onduidelijk. De overheid wil van alles maar komt de burger bijna nergens in tegemoet. Als de overheid subsidies hiervoor in het leven roept dan wil ik er best aan meedoen. Eerder wacht ik het allemaal rustig af.
(Structuurzoeker)

”

“

Groene stroom blijft een grijs gebied. Ik weet het gewoonweg niet...
(Structuurzoeker)

”

“

Tips en trucs mis ik wel als het gaat om duurzaam wonen. Ik zou graag weten hoe het duurzamer kan. Wie het weet mag het zeggen :)
(Verantwoordelijke)

”

“

Ieder jaar sluiten we opnieuw energie af. Liefst groene stroom maar ook een reële prijs. Iets voor mij en iets voor de wereld. Deze keer heeft het goed uitgepakt groene stroom en een mooie prijs. Het moet ook te betalen blijven en daar moeten we toch zelf voor werken.
(Ontplooier)

”

“

Ik voel mij niet gestimuleerd om duurzaam te wonen, omdat ik nog huur en een woning deel. Als ik ga samenwonen zou ik daar beter op letten. Ik zou bijvoorbeeld geen enkel glas willen, want je stookt veel meer in de winter. Maar het zou mij niet uitmaken of er een gasfornuis in zit. Dat kookt toch fijner dan elektrisch. Ook zou ik gestimuleerd worden als een groene energiemaatschappij een goed aanbod zou hebben. Het ligt dus aan gemak én aan prijs.
(Statusbewuste)

”

“

Ik krijg mijn energie van Pure Energie. Een bewuste keuze. Zij nemen mijn terug geleverde zonne-energie af tegen een eerlijke prijs en zij bieden mij de kans om mee te investeren in windmolens. Dit zijn windmolens in mijn directe omgeving. Vind dit heel belangrijk. Hiermee geef ik een duidelijk signaal af dat ik voor groene energie ben en dat het uit mijn eigen omgeving vandaan mag komen.
(Verantwoordelijke)

”



Resultaten:
duurzaamheid in de toekomst





Duurzaamheid in de toekomst

- Er is een groot verschil tussen de mate van optimisme over de toekomst van Nederland. De meeste zorgen bestaan bij **plichtsgetrouwen**, **structuurzoekers** en **verantwoordelijken**. **Statusbewusten** en **ontplooiers** zien wel problemen, maar hebben vertrouwen dat een aantal positieve trends doorzet.
- Op het gebied van duurzaamheid zien we dat alle groepen een zekere mate van zorgen uiten over de toekomst. **Verantwoordelijken**, **ontplooiers** en **statusbewusten** zien het van alle groepen als het meest urgente probleem waar een oplossing voor moet komen.
 - Deze groepen maken zich met name zorgen over: de steeds verder toenemende overbevolking die de klimaatproblematiek alleen maar in de hand werkt, grote wereldmachten die erg achterlopen op het gebied van duurzame ontwikkelingen (bijvoorbeeld China en de Verenigde Staten) waardoor alles wat 'wij' hier doen niet voldoende gaat zijn om een oplossing te vinden.
 - Daarentegen zien met name **statusbewusten** en **ontplooiers** ook ontwikkelingen die hoop bieden, zoals het toenemende aanbod van duurzame producten die hand in hand gaan met bijvoorbeeld een toename van het aantal veganisten. Een ander voorbeeld is 'de jeugd' die zich steeds harder maakt voor duurzame oplossingen; zij worden gezien als de toekomst en de generatie die het verschil gaat maken.
- Waar iedereen het over eens is, is dat duurzaamheid alleen maar in belang gaat toenemen en op meer en meer terreinen een aandachtspunt zal worden. Het antwoord ligt aan de ene kant bij technologische ontwikkelingen en aan de andere kant bij wet- en regelgeving en initiatieven van de overheid.

“

*Ik ben alleen bezorgd over de toename van het aantal inwoners in Nederland en het feit dat het almaar drukker en drukker en voller en voller gaat worden. Is er straks nog wel genoeg ruimte voor iedereen of lopen we elkaar onder de voet.
(Structuurzoeker)*

”





Duurzaamheid in de toekomst: vervoer

- Op het gebied van vervoer, denkt men vooral dat trends die nu al zichtbaar zijn zich verder door zullen zetten: steeds meer elektrisch vervoer, steeds meer zelfrijdend vervoer (niet alleen auto's, maar openbaar vervoer zoals monorails en zelfrijdende bussen).
- Sommigen hebben een meer futuristisch beeld van vervoer in de toekomst, met wegen boven de stad die volledig elektrisch zijn en gestuurd door zonne-energie waar auto's zo ongeveer automatisch overheen glijden.
- Op het gebied van vervoer zijn er relatief weinig zorgen, behalve de betaalbaarheid. Prijzen voor het openbaar vervoer worden nu al als hoog beschouwd en er bestaat vrees dat deze verder zullen stijgen als er 1) steeds meer mensen met het OV gaan en 2) er steeds meer innovaties zullen komen.
- Verder zien we bij bepaalde doelgroepen (vooral **structuurzoekers** en **statusbewusten**) zorgen over de fileproblematiek die alleen maar zal toenemen door een groeiende bevolking, met name in de Randstad.



“
Hoe geweldig zou het zijn als er iets van een monorail zou komen: een onbemand treintje dat dag en nacht tussen de provinciesteden en de randstad rijdt! (Ontplooiër)
”

“
Over 20 jaar zullen er vele malen meer elektrische auto's rijden. Ik denk zelfs dat er dan wegen bestaan voorzien van inductieplaten. Opladen tijdens het rijden. Dat is DE oplossing! (Structuurzoeker)
”

“
Ik maak me wel zorgen om de kosten voor een treinkaartje. Deze stijgen zo snel dat het voor een modaal gezin niet meer te betalen is. Wellicht heeft dit gezin ook geen geld voor een (elektrische) auto en kan het straks nergens meer heen. (Statusbewuste)
”



Duurzaamheid in de toekomst: voeding

- Op het gebied van voeding zien we een duidelijke schifting tussen een optimistisch en een pessimistisch toekomstbeeld.
- Enerzijds denkt men dat we steeds meer vegetarisch en veganistisch gaan eten, steeds meer lokaal geproduceerd en biologisch en dit wordt over het algemeen als een positieve ontwikkeling gezien. Dit beeld bestaat met name bij **ontplooiers** en een deel van de **statusbewusten**.
- Anderzijds is er een groep die denkt dat alles alleen maar meer en meer gekweekt en genetisch gemanipuleerd zal worden. Tot op zekere hoogte denkt men dat dit voortkomt uit noodzaak die ontstaat door overbevolking en de opwarming van de aarde: oogsten zullen mislukken en grond zal minder vruchtbaar zijn. Hierdoor zal er meer gekweekt moeten worden. Er bestaat angst dat hierdoor de prijs voor vers (en daarmee in de perceptie gezond) eten sterk zal stijgen. Deze angst heerst met name bij **verantwoordelijken, structuurzoekers** en **statusbewusten**.
- Plichtsgetrouwen zien niet veel veranderen in 20 jaar en hebben weinig verwachtingen.



“ *Ik denk dat we dan meer biologisch eten, en dat vind ik positief. Biologisch produceren is duurzamer en verantwoord. Ik maak me wel zorgen over de prijzen van groenten en fruit, omdat deze toch wel steeds hoger worden en zo minder betaalbaar worden voor mensen met een lager inkomen. (Statusbewuste)* ”

“ *Ik zag van de week een boek dat heet: 'Vroeger aten we beesten'. Ik hoop dat dit is hoe we in de toekomst kijken naar deze tijd: dat geen vlees eten de norm wordt. Ik denk dat we goed op weg zijn. (Ontplooier)* ”

“ *Ik vrees dat over 20 jaar veel gewassen uit kweek-fabrieken komen. Dan is de grond uitgeput en door vervuiling verzadigd. Dan is dat de enige manier nog aan 'gezonde' groentes te komen. Of dat zo lekker is? (Verantwoordelijke)* ”



Duurzaamheid in de toekomst: wonen

- Bij wonen in de toekomst denkt men dat we over 20 jaar volledig los van gas zullen zijn. Er zijn op het gebied van wonen relatief weinig zorgen bij de verschillende segmenten. De enige overkoepelende zorg is die over het opwekken van voldoende groene energie om in de groeiende energiebehoefte te kunnen voorzien.
- Sommigen (vooral **verantwoordelijken** en **statusbewusten**) en het allemaal steeds meer richting zelfvoorzienend zal gaan, waarbij zonne-energie voor de eigen woning opgewekt zal worden.
- Alleen structuurzoekers maken zich enige zorgen over de betaalbaarheid van woningen voor lagere inkomens, veroorzaakt door de stijgende huurprijzen. Verder zien ze een gebrek aan ruimte in de grote steden. Hierdoor verwacht deze groep dat er steeds meer appartementen en flats bij zullen komen en steeds minder woonwijken.



“

*De daken van alle panden gaan we aanpakken. De dakpannen gaan we vervangen door zonnecel pannen. Dan hoeven we geen zonnepanelen meer op de daken te leggen, maar speciale dakpannen. Het regenwater gaan we opvangen. Niet continue op het riool lozen maar ondergrondse waterbassins. Het water wordt gebruikt voor de tuintjes maar ook de mogelijkheid om bijvoorbeeld het toilet door te spoelen. We gaan zuiniger omspringen met drinkwater. Door het regenwater beter te gaan beheren kunnen we dit 'gratis' water extra gebruik voor talloze doeleinden. **(Verantwoordelijke)***

”

“

*Ik denk dat we dan bijna geen gas meer gebruiken, maar ben wel benieuwd hoe we dan alle elektriciteit die nodig is zullen opwekken. Bij wonen in de toekomst denk ik aan zelfvoorzienend wonen, zodat iedereen zorgt voor zijn eigen energiebronnen. **(statusbewuste)***

”



Resultaten:
insights





Insights

Aan het einde van de e-Safari hebben we 12 insights voorgelegd aan de deelnemers op basis van hun antwoorden gedurende de week.

De insights zijn opgebouwd volgens het overzicht hiernaast. Ze zijn geschreven vanuit de doelgroep en in de 'ik'-vorm.

Per insight hebben we de deelnemers gevraagd aan te geven in hoeverre ze zich in elke insight herkennen, in welke delen wel en niet, en waarom.

Op de volgende sheets zijn de resultaten hiervan weergegeven op volgorde van de insights waarin men zich het meest herkent tot de insights waarin men zich het minst herkent.

Wat is een insight?

Een insight omschrijft emoties, onvervulde behoefte, wens, frustratie, overtuiging, gewoonte. Een insight bevat dus altijd een emotie en bestaat uit 3 bouwstenen:

- Waarheid
- Dilemma
- Wens

Het dilemma biedt - doordat het bedrijf het kan oplossen - een kans voor groei.

Een insight geeft antwoord op het **waarom** achter de observaties. De stappen die je zet om tot een insight te komen:

- Stap 1: Het verzamelen van (klant)observaties (door middel van e-Safari of focusgroepen)
- Stap 2: Bundelen van observaties onder 1 thema (rode draad binnen een aantal observaties)
- Stap 3: Beschrijven van het inzicht (op basis van waarheid-dilemma-wens)

Het verwerven van inzichten kan helpen om nieuwe proposities en concepten op te zetten, en bestaande aan te scherpen. Bij Motivaction werken we vaak met inzicht-gedreven proposities. Deze vervullen de daadwerkelijke behoeften van de doelgroep.



Insights

Insight: Ik vind het belangrijk om de klimaatproblematiek tegen te gaan. Het is alleen frustrerend dat ik het gevoel heb dat alle verantwoordelijkheid hiervoor bij de burgers wordt gelegd. Ik zou willen dat de overheid en grote bedrijven hier een sterkere voorbeeldrol bij zouden aannemen.

Totaal (n=13)	Herken ik me volledig in (n=7)	Herken ik me meer wel in dan niet (n=4)	Herken ik me meer niet in dan wel (n=2)	Herken ik me helemaal niet in (n=0)
Plichtsgetrouwen	n=1	n=1		
Structuurzoekers	n=3			
Statusbewusten	n=1	n=2		
Verantwoordelijken	n=1		n=1	
Ontplooiers	n=1	n=1	n=1	

Dit is de insight die over het totaal genomen het meest herkend wordt. We weten ook van ander Motivaction-onderzoek dat dergelijke sentimenten sterk leven in Nederland. Hoewel alle doelgroepen zich in zekere mate in deze insight herkennen, wordt hij door de (post)moderne segmenten (**ontplooiers** en **verantwoordelijken**) net iets minder herkend dan door de traditionelere doelgroepen (**plichtsgetrouwen**, **structuurzoekers** en **statusbewusten**).

Dat de overheid én grote bedrijven meer een voorbeeldrol kunnen aannemen wordt door alle doelgroepen herkend. De enige nuance bij deze insight waar men zich niet volledig in herkent, gaat over het gevoel dat nu niet álle verantwoordelijkheid bij burgers wordt gelegd.

“ Verantwoordelijkheid eigenlijk voor allemaal maar zij hebben meer geld. En goed voorbeeld doet dan beter volgen. Hoop ik.
(Ontplooiër) ”

“ Amen! Bedrijven boeren tegenwoordig een stuk beter dan voorheen. Laat ze ook maar eens wat dieper in de buidel tasten!
(Structuurzoeker) ”

“ Ik heb niet het idee dat verantwoordelijkheid alleen bij de burger gelegd wordt.
(Verantwoordelijke) ”



Insights

Insight: *Ik heb er best wel wat voor over om duurzaam te leven en het mag voor mij zelf best iets kosten. Ik ben wel bang dat er veel mensen in de samenleving achterblijven omdat ze het niet kunnen betalen. Ik zou willen dat er meer aandacht wordt gegeven aan het helpen van mensen die zich geen duurzame levenswijze kunnen veroorloven.*

Totaal (n=13)	Herken ik me volledig in (n=5)	Herken ik me meer wel in dan niet (n=6)	Herken ik me meer niet in dan wel (n=1)	Herken ik me helemaal niet in (n=1)
Plichtsgetrouwen		n=1		n=1
Structuurzoekers	n=1	n=1	n=1	
Statusbewusten	n=2	n=1		
Verantwoordelijken	n=1	n=1		
Ontplooiers	n=1	n=2		

Deze insight wordt door alle doelgroepen (grotendeels) herkend. Hierbij moet wel rekening gehouden worden met enige mate van sociaal wenselijk antwoorden. Wie hier aangeeft bereid zijn meer te willen betalen of iets te willen doen voor een ander, zal in de praktijk niet per definitie werkelijk bereid zijn dit te doen.

De redenen om het niet volledig met deze insight eens te zijn, zijn: voor sommige deelnemers gaat deze insight over zichzelf i.p.v. over anderen. Voor anderen mag duurzaamheid helemaal niet meer kosten voor henzelf (met name **structuurzoekers**), voor weer anderen bestaat er twijfel over de welwillendheid om duurzaam te leven bij anderen i.p.v. het alleen niet kunnen betalen (met name **verantwoordelijken**).

“ Er wordt vaak aangenomen dat mensen niet duurzamer **WILLEN** leven, maar veel mensen **KUNNEN** het gewoon niet. **(Statusbewuste)** ”

“ De druk moet ook van de ketel. Er wordt teveel nadruk gelegd op duurzaam. Dat mag minder zodat niet iedereen zich hoeft te conformeren naar al dat opgelegde. **(Structuurzoeker)** ”

“ Ik wil het omdraaien. Duurzaam gedrag belonen en anders een boete. Alles is nu te vrijwillig. **(Verantwoordelijke)** ”



Insights

Insight: Als het me niet te veel geld en moeite kost, wil ik best duurzamer leven. Ik voel me nu alleen door de overheid niet gestimuleerd om dit te doen. Ik zou willen dat er meer steun was vanuit de overheid om duurzame keuzes te maken.

Totaal (n=13)	Herken ik me volledig in (n=4)	Herken ik me meer wel in dan niet (n=5)	Herken ik me meer niet in dan wel (n=2)	Herken ik me helemaal niet in (n=2)
Plichtsgetrouwen		n=1	n=1	
Structuurzoekers	n=2	n=1		
Statusbewusten		n=2	n=1	
Verantwoordelijken	n=1			n=1
Ontplooiers	n=1	n=1		n=1

Er is geen eenduidigheid over de vraag of de overheid momenteel wel of niet voldoende doet, dit verschilt per individu (niet per segment). Dat heeft invloed op de mate van herkenning in deze insight. Ook bestaat er bij wat men van de overheid verwacht verschil van mening over wát en hoeveel de overheid zou moeten doen. Voor sommigen betekent het subsidies voor elektrische auto's, voor anderen informatievoorziening over het maken van duurzamere keuzes.

Hoewel de mate van herkenning ook binnen de milieus verdeeld is, zien we dat de **structuurzoekers** zich gemiddeld het meest in deze stelling herkennen. We weten dat deze groep lastig in beweging te krijgen is, tenzij er voor zichzelf voldoende voordeel te behalen valt en wanneer het op een toegankelijke manier kan. De andere groepen zullen sneller initiatief nemen, maar ook zij willen het gevoel hebben gestimuleerd te worden of op zijn minst een goed voorbeeld krijgen om te volgen vanuit de overheid.

“ Ik maak mijn eigen keuzes, maar zou wel sneller vervolgstappen (elektrische auto, warmtepomp) maken als er meer subsidie was. **(Statusbewuste)** ”

“ Het gedeelte van er moeite voor doen daar kan ik me niet in vinden, wil er juist heel veel moeite voor doen. Maar dan moet de overheid wel over de brug komen en dat gebeurt nu helaas niet. **(Plichtsgetrouwe)** ”

“ De overheid heeft genoeg taken. Het individu stimuleren duurzamer te leven is er niet een van. **(Ontplooiër)** ”



Insights

Insight: *Ik doe mijn best om duurzaam te leven. Ik heb alleen het gevoel dat ik het nooit goed kan doen en dat zelfs groene alternatieven toch schadelijk kunnen zijn voor het milieu. Ik zou willen dat ik een beter overzicht heb van wat op de lange termijn werkt en wat niet.*

Totaal (n=13)	Herken ik me volledig in (n=3)	Herken ik me meer wel in dan niet (n=5)	Herken ik me meer niet in dan wel (n=2)	Herken ik me helemaal niet in (n=3)
Plichtsgetrouwen		n=1		n=1
Structuurzoekers	n=2	n=1		
Statusbewusten		n=1	n=2	
Verantwoordelijken	n=1			n=1
Ontplooiers		n=2		n=1

Structuurzoekers herkennen zich het meest in deze insight. Statusbewusten herkennen zich enigszins en de overige segmenten zijn verdeeld. Een deel herkent zich niet in het dilemma en heeft wel het idee dingen goed te kunnen doen. Bij sommige van deze groep is er toch behoefte aan nog meer kennis en informatie.

Een ander deel herkent zich juist wel in het dilemma, maar minder in de wens. Ze hebben het gevoel over voldoende informatie te beschikken, maar zien simpelweg geen oplossing voor het probleem via informatievoorziening. Sommige groene initiatieven zijn nu eenmaal toch schadelijk in hun ogen en dit moet opgelost worden door de overheid of grote bedrijven.

“ Ook hier zouden bedrijven alles een stuk transparanter moeten maken voor de burgers. We worden keer op keer in de zeik genomen!
(Structuurzoeker) ”

“ Persoonlijk heb ik niet het gevoel dat ik het nooit goed kan doen. Ik doe op dit moment wat ik kan doen en dat is altijd beter dan het niet te doen. Maar meer informatie is welkom!
(Verantwoordelijke) ”

“ Heb geen behoefte aan een lange termijn oplossing. Hier en nu moeten er oplossingen komen.
(Plichtsgetrouwe) ”



Insights

Insight: Ik vind dat de samenleving te individualistisch is geworden en dat er te weinig sociaal contact is. Ik vind het alleen lastig om deze trend te doorbreken en meer contact te maken met de mensen om me heen. Ik zou willen dat er meer initiatieven waren waaraan ik kan deelnemen waarbij we weer aandacht voor elkaar hebben en maatschappelijke uitdagingen samen aanpakken.

Totaal (n=13)	Herken ik me volledig in (n=4)	Herken ik me meer wel in dan niet (n=3)	Herken ik me meer niet in dan wel (n=2)	Herken ik me helemaal niet in (n=4)
Plichtsgetrouwen	n=1			n=1
Structuurzoekers	n=1	n=1		n=1
Statusbewusten	n=2	n=1		
Verantwoordelijken		n=1	n=1	
Ontplooiers			n=1	n=2

Statusbewusten en **structuurzoekers** herkennen zich het meest in deze insight, **ontplooiers** het minst. Dit is niet verrassend gezien de aard van deze milieus: **ontplooiers** zijn eigengereide individualisten terwijl **statusbewusten** en **structuurzoekers** meer belang hechten aan interactie en contact met anderen.

Een deel herkent zich wel in de waarheid van deze insights, maar niet in het dilemma. Ze maken prima contact met anderen, maar storen zich wel aan het individualisme om hen heen. De herkenning in de wens loopt zeer uiteen. Een deel heeft er persoonlijk niet zo'n behoefte aan, een ander deel geeft aan al veel van deze initiatieven te kennen en niet het idee te hebben dat er meer van nodig zijn.

“ Ik heb zelf niet zo'n behoefte om meer "samen" te doen. Maar ben het wel ermee eens dat er te weinig sociaal contact is.
(Structuurzoeker) ”

“ Door drukte en stress zoeken mensen elkaar minder op. Ook doe je weinig met de buurt. Dat vind ik jammer, omdat het minder inhoud geeft aan je leven.
(Statusbewuste) ”

“ Ik woon in een stad om anoniem te zijn. Ik heb absoluut geen behoefte aan dergelijke initiatieven.
(Ontplooiër) ”



Insights

Insight: Ik doe mijn best om duurzaam te leven. Het is alleen frustrerend om te zien dat mensen in mijn omgeving dit niet doen; dat voelt als dweilen met de kraan open. Ik zou willen dat ik meer het gevoel had dat iedereen meedoet en dat we samen het verschil maken.

Totaal (n=13)	Herken ik me volledig in (n=4)	Herken ik me meer wel in dan niet (n=2)	Herken ik me meer niet in dan wel (n=4)	Herken ik me helemaal niet in (n=3)
Plichtsgetrouwen	n=1			n=1
Structuurzoekers	n=1	n=2		
Statusbewusten	n=1		n=2	
Verantwoordelijken			n=2	
Ontplooiers	n=1			n=2

Men is zeer verdeeld over deze insight. Structuurzoekers herkennen zich er wat meer in dan de rest, **verantwoordelijken** en **ontplooiers** wat minder. Het overkoepelende sentiment is dat de één inderdaad meer vooroploopt op het gebied van duurzaamheid dan de ander en dat het soms frustrerend kan zijn voor de voorlopers. Daarentegen moet het vooral geen opgelegd iets worden waarbij iedereen elkaar in de gaten houdt. De eigen keuze is belangrijk voor de doelgroep en er bestaat erkenning dat sommige mensen nu eenmaal meer tijd of stimulans nodig hebben. Bij andere innovaties en veranderingen is dat ook vanzelf goed gekomen. Een enkeling trekt deze stelling breder en geeft aan dit vooral op internationaal niveau te voelen. Wij doen het als Nederland goed, maar waar blijven de grote landen?

“ Je moet daar geduld mee hebben en sommige mensen hebben wat meer zetjes in de rug nodig dan anderen.
(Verantwoordelijke) ”

“ Iedereen maakt deze keuze voor zichzelf. Je kunt iemand moeilijk duurzamer maken, het moet uit eigen beweging komen. Ik probeer te doen waar ik zelf invloed op heb.
(Statusbewuste) ”

“ Ik kan me daar naar om maken, maar ik ben geen voorganger in een kerk. Iedereen doet zijn of haar best ga ik vanuit.
(Ontplooiër) ”



Insights

Insight: Ik geloof dat klimaatverandering een wereldwijd probleem is waar we iets aan moeten doen. Het stoort me alleen dat Nederland hierbij het braafste jongetje van de klas wil spelen en veel geld uitgeeft aan duurzame initiatieven. Ik zou willen dat de Nederlandse overheid een meer afwachtende houding aanneemt en meer aandacht besteedt aan andere, nationale maatschappelijke problemen.

Totaal (n=13)	Herken ik me volledig in (n=3)	Herken ik me meer wel in dan niet (n=2)	Herken ik me meer niet in dan wel (n=4)	Herken ik me helemaal niet in (n=4)
Plichtsgetrouwen			n=1	n=1
Structuurzoekers	n=2	n=1		
Statusbewusten	n=1		n=1	n=1
Verantwoordelijken			n=1	n=1
Ontplooiers		n=1	n=1	n=1

Over het algemeen herkennen **structuurzoekers** zich het meeste in deze insight, de overige groepen herkennen zich zo goed als niet. Vooral het aannemen van een meer afwachtende houding valt verkeerd. Dat er van andere landen meer verwacht wordt, komt wel vaak terug, maar dit neemt niet weg dat Nederland een voortrekkersrol kan innemen. Voor sommigen mag dit juist nog sterker en drastischer dan nu.

“ Braafste jongetje? Als je wil dat de mensheid blijft bestaan, zul je juist rigouzeuzer moeten handelen. **(Ontplooiër)** ”

“ Als Nederland kunnen we het voortouw nemen en het goede voorbeeld geven. Laten we een inspiratie zijn voor anderen, ook al zijn ze nog niet overtuigd van de noodzakelijke maatregelen. **(Verantwoordelijke)** ”

“ Eens. Ik denk dat vooral de hele grote landen het verschil kunnen maken. NL is te klein om echt iets te kunnen betekenen. **(Structuurzoeker)** ”



Insights

Insight: *Ik wil graag weten wat ik kan doen om duurzamer te leven. Als ik hierover lees of praat is het alleen zo verwarrend door alle tegenstrijdige informatie die ik krijg. Ik zou willen dat er een betrouwbare bron was die mij op een duidelijke manier vertelt wat ik wel en niet moet doen om duurzaam te leven.*

Totaal (n=13)	Herken ik me volledig in (n=1)	Herken ik me meer wel in dan niet (n=4)	Herken ik me meer niet in dan wel (n=4)	Herken ik me helemaal niet in (n=4)
Plichtsgetrouwen			n=1	n=1
Structuurzoekers	n=1			n=2
Statusbewusten		n=2	n=1	
Verantwoordelijken		n=1	n=1	
Ontplooiers		n=1	n=1	n=1

De mate waarin men zich in deze insight herkent loopt erg uiteen, ook binnen de segmenten. Waar de één voldoende betrouwbare bronnen kent en zich niet herkent in de wens, voelt de ander wel degelijk de verwarring van tegenstrijdige informatie. Dit komt dan juist door een overvloed aan informatie. Ook bronnen die op zichzelf betrouwbaar zijn of lijken, kunnen tegenstrijdige informatie geven.

Het deel dat zich wel herkent in deze insight, wijst naar de overheid om deze betrouwbare bron te kunnen zijn.

“ Je hebt genoeg van dergelijke bronnen, begin bijvoorbeeld maar eens bij Milieu Centraal, dan ben je al een heel eind.
(Ontplooiër) ”

“ Er zijn wel veel bronnen over duurzaamheid, maar vaak kan ik zelf de rode draad hier wel uit filteren.
(Statusbewuste) ”

“ Eén betrouwbare bron die op een duidelijke manier vertelt hoe ik duurzaam moet leven. Dat zou ideaal zijn. Toch denk ik dat dit een illusie is.
(Verantwoordelijke) ”



Insights

Insight: Ik vind het belangrijk dat mijn directe leefomgeving leefbaar en groen blijft. In de discussie over duurzaamheid gaat het alleen te vaak over de aarde als geheel en te weinig over mijn directe leefomgeving en dat stoort me. Ik zou willen dat er meer aandacht was voor de leefbaarheid en duurzaamheid van mijn directe leefomgeving (stad en dorp).

Totaal (n=13)	Herken ik me volledig in (n=2)	Herken ik me meer wel in dan niet (n=2)	Herken ik me meer niet in dan wel (n=7)	Herken ik me helemaal niet in (n=2)
Plichtsgetrouwen	n=1	n=1		
Structuurzoekers			n=3	
Statusbewusten		n=1	n=2	
Verantwoordelijken			n=1	n=1
Ontplooiers	n=1		n=1	n=1

Plichtsgetrouwen herkennen zich in deze insight, de andere groepen niet of nauwelijks. Dit is logisch, aangezien zij ook bij andere aspecten van het dagelijks leven bezig zijn met hun directe omgeving. Zo volgen ze van alle milieus het meest regionale media.

De overige groepen zien het als een beperking om lokaal bezig te zijn met duurzaamheid en vinden juist dat de focus moet liggen op de mondiale problematiek.

“ Het gaat inderdaad om de aarde maar we zijn altijd geneigd om meer aan onze directe omgeving te denken. Dat raakt ons direct. **(Plichtsgetrouwe)** ”

“ Tuurlijk vind ik het fijn als ik ook impact zie in mijn nabije omgeving, maar liever op grotere schaal. **(Statusbewuste)** ”

“ Duurzaamheid aarde zal uiteindelijk ook leefbaarheid van jou woonomgeving betekenen. Met kortzichtig kijken naar jouw directe leefomgeving zul je er niet komen. **(Verantwoordelijke)** ”



Insights

Insight: Als ik een duurzame keuze maak, wil ik graag dat dit effect heeft. Nu voel ik me hierover wel eens onzeker, omdat ik niet het gevoel heb dat ik echt verschil kan maken. Ik zou willen dat ik meer overzicht had van het directe resultaat van mijn duurzame keuzes.

Totaal (n=13)	Herken ik me volledig in (n=1)	Herken ik me meer wel in dan niet (n=3)	Herken ik me meer niet in dan wel (n=4)	Herken ik me helemaal niet in (n=5)
Plichtsgetrouwen			n=1	n=1
Structuurzoekers	n=1	n=2		
Statusbewusten			n=2	n=1
Verantwoordelijken				n=2
Ontplooiers		n=1	n=1	n=1

Alleen **structuurzoekers** herkennen zich in deze insight. De andere groepen struikelen voornamelijk over het woord 'onzeker'. Het gevoel dat hierbij hoort is minder sterk.

Daarnaast begrijpt het merendeel dat de kleine dingen die ze doen geen hele grote effecten heeft. Iemand geeft zelfs aan dat het demotiverend kan werken om te zien hoe weinig effect het gedrag van een individu heeft op het geheel.

Verder zien we dat deze groepen wel goed kunnen inschatten wat de consequenties zijn van hun eigen gedrag als onderdeel van het geheel. Zij hebben een hulpmiddel niet nodig.

“Grosso modo weet ik wel wat duurzame keuzes zijn en wat niet en ik voel me daar nooit onzeker over.
(Ontplooiër)”

“Zo'n overzicht lijkt me wel wat, want nu zie je inderdaad niet de consequenties.
(Structuurzoeker)”

“Ik zoek uit wat de effecten van mijn keuzes zijn en vind dat je hierin zelf ook een verantwoordelijkheid hebt.
(Statusbewuste)”



Insights

Insight: *Ik doe mijn best om duurzamer te leven. Ik vind het alleen lastig om dit op alle vlakken van mijn leven te doen en voel me hypocriet als ik bijvoorbeeld wel biologisch eet, maar vervolgens de auto pak. Ik zou willen dat er meer waardering was voor de dingen die ik goed doe.*

Totaal (n=13)	Herken ik me volledig in (n=1)	Herken ik me meer wel in dan niet (n=2)	Herken ik me meer niet in dan wel (n=3)	Herken ik me helemaal niet in (n=7)
Plichtsgetrouwen	n=1			n=1
Structuurzoekers			n=1	n=2
Statusbewusten		n=1	n=2	
Verantwoordelijken		n=1		n=1
Ontplooiers				n=3

“ *Waarom moet iemand waardering krijgen als hij duurzaam leeft? Dan zou je ook waardering moeten krijgen als je ademt.*
(Verantwoordelijke) ”

“ *Ik voel me niet snel schuldig. Ik probeer mijn best te doen, maar niet ten koste van alles. Ik ga ook lekker met de motor toeren.*
(Structuurzoeker) ”

“ *Op vlees wil ik veel inleveren, omdat ik dit belangrijk vind om milieu redenen, dierenwelzijn en mijn eigen gezondheid. Op vliegen wil ik mij zelf toch minder beperken.*
(Statusbewuste) ”

Deze insight wordt, op wat enkelingen na, niet herkend. Zowel het dilemma als de wens worden tegengesproken. Het gevoel van hypocrisie valt mee. De meesten zijn blij met wat ze kunnen betekenen en nemen het zichzelf niet kwalijk als ze op bepaalde terreinen niet duurzaam leven. In sommige gevallen hebben ze (voor hun gevoel) ook geen keuze. Bijvoorbeeld als openbaar vervoer lastig is vanaf hun woonplaats. Soms is het ook een weloverwogen keuze, of zelfs compensatiegedrag, om op bepaalde vlakken wel duurzaam te zijn en op andere juist helemaal niet.

Daarnaast vindt het merendeel dat waardering van binnenuit moet komen, niet van buitenaf. Hierdoor herkent men zich ook niet in de wens.



Insights

Insight: Ik vind klimaatproblematiek ten opzichte van andere maatschappelijke problemen eigenlijk helemaal niet zo belangrijk. Ik voel alleen wel druk vanuit de samenleving om het belangrijk te vinden. Ik zou willen dat ik beter begreep waar iedereen zich zo druk om maakt.

Totaal (n=13)	Herken ik me volledig in (n=0)	Herken ik me meer wel in dan niet (n=3)	Herken ik me meer niet in dan wel (n=6)	Herken ik me helemaal niet in (n=4)
Plichtsgetrouwen		n=1	n=1	
Structuurzoekers		n=1	n=2	
Statusbewusten		n=1	n=2	
Verantwoordelijken				n=2
Ontplooiers			n=1	n=2

Niemand herkent zich volledig in deze insight en dat heeft per persoon met een ander deel van de insight te maken. De postmoderne milieus herkennen zich hier totaal niet in en vinden de klimaatproblematiek juist erg belangrijk en ook samenhangen met andere maatschappelijke problemen. Sommigen herkennen de druk vanuit de samenleving, maar een groot deel ook niet.

Structuurzoekers die het er bijvoorbeeld wel mee eens zijn dat andere maatschappelijke problemen belangrijker voor ze zijn, voelen deze druk niet. Daarnaast geeft het overgrote deel aan goed te begrijpen waar iedereen zich druk over maakt. Zelfs wie het hier niet mee eens is.

“ Ik denk veel na over de gevolgen en voel mezelf verantwoordelijk om mijn steentje bij te dragen. Dit besef is groter geworden de afgelopen jaren.
(Statusbewuste) ”

“ Als het klimaat slecht is zal het met de maatschappij ook minder gaan
(Verantwoordelijke) ”

“ Ik vind de klimaatproblematiek inderdaad niet heel belangrijk, er zijn wel belangrijkere dingen in het leven. Waar ik me niet in kan vinden is de druk vanuit de samenleving Die voel ik totaal niet.
(Plichtsgetrouwe) ”

Bijlagen



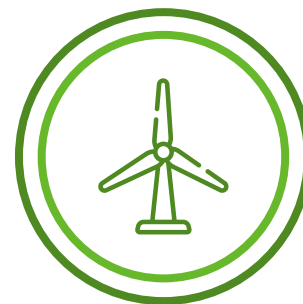
Wij verminderen onze footprint



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 B.V.

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](#).

Algemene Voorwaarden

Artikel 1 – Algemeen

Deze Algemene voorwaarden zijn van toepassing op alle overeenkomsten tussen Motivaction International B.V. (hierna: de **'Opdrachtnemer'**) en een (potentiële) opdrachtgever (hierna: de **'Opdrachtgever'**) met betrekking tot door Opdrachtnemer te verrichten marktonderzoek (hierna: de **'Opdracht'**).

Afwijkingen van deze Algemene voorwaarden kunnen uitsluitend schriftelijk worden overeengekomen en gelden alleen voor de Opdracht waarop zij van toepassing zijn verklaard.

De wijze waarop Opdrachtnemer onderzoek uitvoert, is gecertificeerd conform de ISO-20252-norm voor markt-, opinie-, en sociaal-wetenschappelijk onderzoek, de ISO-27001-norm en de ISO-26362-norm voor accesspanels. Het kwaliteitsmanagement systeem van Opdrachtnemer is gecertificeerd conform NEN-ISO-20252.

Artikel 2 – MOA-voorwaarden

Voor zover in de onderhavige Algemene voorwaarden daar niet expliciet van wordt afgeweken, zijn op alle Opdrachten de Algemene voorwaarden van de MarktOnderzoekAssociatie Nederland (hierna te noemen: de **'MOA-voorwaarden'**) van toepassing. De MOA-voorwaarden zijn te downloaden op www.moaweb.nl onder 'Over de MOA'. Op verzoek worden de voorwaarden toegezonden.

Artikel 3 – Offertes

Met inachtneming van het bepaalde in Artikel 3 van de MOA-voorwaarden gelden door Opdrachtnemer aan Opdrachtgever verstrekte offertes voor een termijn van 30 dagen na dagtekening van de offerte, terwijl Opdrachtnemer zich het recht voorbehoudt om na het verstrijken van deze termijn de planning en/of de kosten, in overleg met Opdrachtgever, aan te passen.

Artikel 4 – Intellectuele eigendomsrechten

Indien bij de uitvoering van de Opdracht door Opdrachtnemer gebruik wordt gemaakt van de door Opdrachtnemer ontwikkelde segmentatiemodellen 'Mentality' en/of 'BusinessLocus', dan wel van daarop gebaseerde nieuw ontwikkelde segmentatiemodellen, geldt dat alle (intellectuele eigendoms)rechten, zowel met betrekking tot die modellen als met betrekking tot de daarmee verzamelde data, aan Opdrachtnemer zullen (blijven) toebehoren.

Het voorgaande betekent, onder meer, dat ingeval Opdrachtgever de met de genoemde segmentatiemodellen verzamelde data van Opdrachtnemer ter beschikking heeft gekregen, Opdrachtgever deze niet zonder schriftelijke toestemming van Opdrachtnemer als basis voor ander onderzoek of doel (dan dat waarop de Opdracht betrekking had) mag gebruiken, of om welke reden dan ook aan derden ter beschikking mag stellen of door derden mag doen gebruiken, bij gebreke waarvan Opdrachtgever schadeplichtig jegens Opdrachtnemer.

Artikel 5 – Facturering

Met inachtneming van het bepaalde in Artikel 8 van de MOA-voorwaarden geschiedt de facturering in twee termijnen: tweederde bij de opdrachtbevestiging en éénderde na afronding van de Opdracht. Opdrachtnemer behoudt zich echter het recht voor van deze bepaling af te wijken en in één termijn te factureren bij opdrachtbevestiging; bedragen tot € 10.000,- zullen altijd in één keer gefactureerd worden.

Deze Algemene voorwaarden van Motivaction International B.V. zijn gedeponeerd bij de Griffie van de Arrondissementsrechtbank te Amsterdam onder nummer 58/2012, versie juni 2012.

Indien in deze offerte sprake is van het aanbieden van door Motivaction International B.V. ontwikkelde of te ontwikkelen software producten, dan zijn naast de Algemene voorwaarden Motivaction International B.V. de Algemene voorwaarden IT-Development Motivaction International B.V. van toepassing. Deze voorwaarden zijn te vinden op de website www.motivaction.nl onder 'Over Motivaction.'



Motivaction International B.V.

Marnixkade 109F
1015ZL Amsterdam

Postbus 15262
1001MG Amsterdam

020 589 83 83

info@motivaction.nl

www.motivaction.nl

Weet wat mensen drijft.

motivaction
research and strategy