

# KLIMAATONDERZOEK

Klimaatverbond - Warmetruiendag  
Januari 2018



# COLOFON

**Uitgave**

I&O Research  
Piet Heinkade 55  
1019 GM Amsterdam  
Tel.nr.: 020-3330670

**Rapportnummer**

2018 / 006

**Datum**

Januari 2018

**Opdrachtgever**

Klimaatverbond

**Auteurs:**

Joran Laméris  
Nora Löb

*Het overnemen uit deze publicatie is toegestaan, mits de bron duidelijk wordt vermeld.*

# INLEIDING

## Aanleiding

Op vrijdag 2 februari 2018 wordt Warmetriendag voor de twaalfde keer gevierd. Sinds 2006 organiseert Klimaatverbond Nederland, een vereniging van ruim 165 decentrale overheden en koplopers in klimaatbeleid, Warmetriendag. Sinds 2013 organiseert Klimaatverbond Nederland deze dag samen met groene energieleverancier Greenchoice. Waar het vaak gaat over isolatie, financiering en technieken in het energiebesparingsdebat, zet Warmetriendag de belangrijkste factor voor succesvolle energiebesparing in het zonnetje: de mens. De Warme trui staat dan ook symbool voor wat mensen zélf kunnen doen om verdere klimaatverandering tegen te gaan. Met Warmetriendag worden mensen geïnspireerd de verwarming lager te zetten en energiebesparingssuccessen te delen.

## Methode

Van 11 december tot 22 december 2017 is er een online onderzoek uitgevoerd. De deelnemers zijn geselecteerd uit het I&O Research Panel. In totaal zijn 7.000 Nederlanders (18+) benaderd. Het I&O Research Panel is geworven op basis van aselechte personen- en huishoudensteekproeven (geen zelfaanmelding). De respondenten hebben geen financiële vergoeding gehad voor hun aanmelding voor het panel. Ook voor deelname aan dit onderzoek kregen respondenten geen vergoeding.

## Respons

Van de 7.000 Nederlanders die benaderd zijn voor dit onderzoek, hebben 2.320 personen deelgenomen aan het onderzoek (respons: 33%).

## Analyse

Op de data is een weging toegepast naar provincie, leeftijd en geslacht. Dit betekent dat de verhoudingen naar provincie, leeftijd en geslacht zijn teruggebracht naar de werkelijk bestaande verhouding in de Nederlandse bevolking. Onder- en bovengemiddelde groepen worden dus opgehoogd en verlaagd. Op deze manier zijn de resultaten representatief voor Nederlanders van 18 jaar en ouder voor wat betreft deze achtergrondkenmerken.

Indien de percentages niet optellen tot 100 procent, is dit het gevolg van afrondingsverschillen.

**Tabel 1**

Sociaal-demografische kenmerken van deelnemers

Geslacht	%	Leeftijd	%	Opleiding	%
Man	53%	18 t/m 34	12%	laag	20%
Vrouw	47%	35 t/m 49	19%	midden	37%
		50 t/m 64	41%	hoog	43%
		65+	28%		

Provincie	%	Provincie (vervolg)	%
Groningen	4%	Utrecht	7%
Friesland	4%	Noord-Holland	17%
Drenthe	3%	Zuid-Holland	21%
Overijssel	7%	Zeeland	2%
Flevoland	2%	Noord-Brabant	15%
Gelderland	12%	Limburg	7%

\* Gewogen statistieken



# KLIMAATVERANDERING

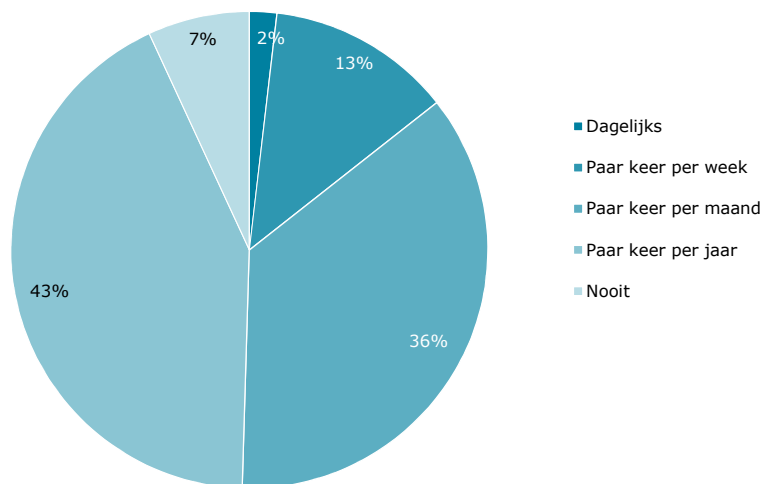
## Gesprek van de dag

Bijna alle Nederlanders hebben, voor het invullen van de vragenlijst, weleens nagedacht over klimaatverandering (92%). Waarvan een zesde dagelijks/ paar keer per week en ruim een derde een paar keer per maand (zie figuur 2).

Onder hoger opgeleiden is dit percentage hoger dan onder lager opgeleiden. Klimaatverandering is daarnaast onderwerp van gesprek in Nederland. Van de personen die weleens over klimaatverandering hebben nagedacht, praat 93 procent hier minstens een paar keer per jaar over met familie, vrienden of collega's. Deze gesprekken vinden meestal plaats naar aanleiding van nieuws over extreme weersomstandigheden of natuurrampen. Ook politici die aandacht hebben voor klimaatverandering vormen een aanleiding om het er met mensen in de omgeving over te hebben. Vrouwen en lager opgeleiden praten minder over klimaatverandering dan mannen en hoger opgeleiden.

**Figuur 2**

Praat u weleens over klimaatverandering met mensen in uw omgeving?



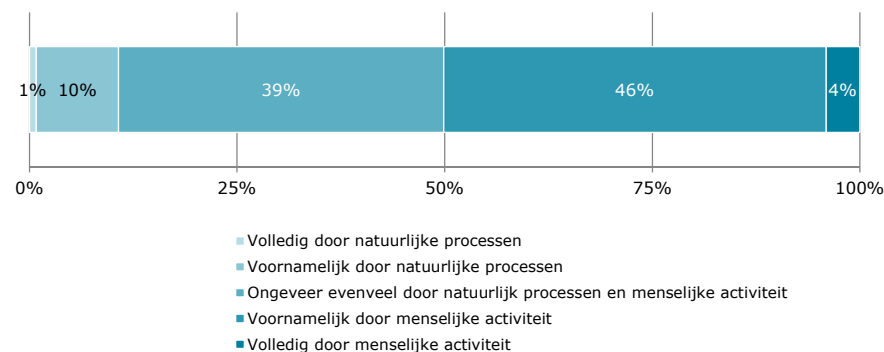
## Fabel of feit?

Bijna alle Nederlanders geloven dat het klimaat op aarde aan het veranderen is (97%). Men is echter verdeeld over de oorzaken van klimaatverandering. De helft van de bevolking meent dat klimaatverandering voornamelijk of volledig door menselijke activiteit wordt veroorzaakt (50%). Twee op de vijf Nederlanders meent dat natuurlijke processen en menselijke activiteit evenredig bijdragen aan de verandering van het klimaat op aarde (39%). De overige Nederlanders zien natuurlijke processen als voornaamste oorzaak van klimaatverandering (11%).

Jongeren geloven vaker dan ouderen dat klimaatverandering hoofdzakelijk veroorzaakt wordt door menselijke activiteit (65% versus 50%). Hoger opgeleiden geloven dit vaker dan lager opgeleiden (57% versus 41%).

**Figuur 3**

Denkt u dat mensen invloed hebben op klimaatverandering of dat dit wordt veroorzaakt door natuurlijke processen?



# KLIMAATOPTIMISME

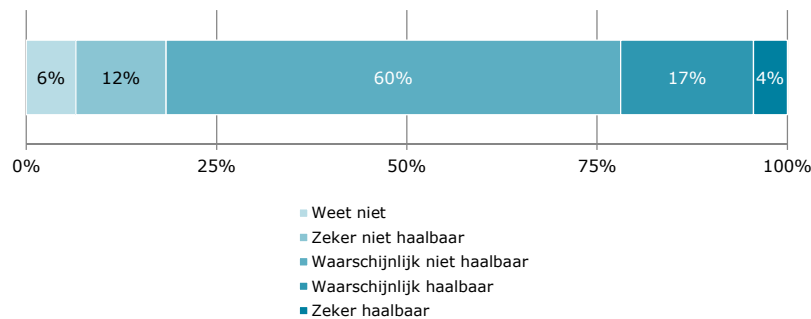
## Weinig vertrouwen Klimaatakkoord

Bijna driekwart van de Nederlanders denkt dat het Parijse klimaatakkoord waarschijnlijk of zeker niet haalbaar is (72%; zie figuur 4). Ouderen en lager opgeleiden zijn pessimistischer dan jongeren en hoger opgeleiden. De pessimisten geven veelal aan dat de (internationale) politiek niet genoeg doet om er daadwerkelijk voor te zorgen dat de klimaatdoelen van Parijs behaald worden. *"Alle landen moeten hun schouders eronder zetten om dit voor elkaar te krijgen. Tot nu toe lukt het niet om eensgezind aan de slag te gaan en niet te kijken of anderen wel genoeg doen"*.

Twee op de vijf Nederlanders meent dat het Parijse klimaatakkoord waarschijnlijk wel haalbaar is (21%). Ook deze personen zijn niet onverdeeld optimistisch. De noodzakelijke voorwaarde om de klimaatdoelen te behalen die door velen van hen genoemd wordt, is dat alle partijen daadwerkelijk doen wat zij beloofd hebben. *"Als grote bedrijven en overheden willen is dit absoluut haalbaar, maar we moeten wel willen"*.

**Figuur 4**

Denkt u dat het Parijse klimaatakkoord uit 2015 haalbaar is?

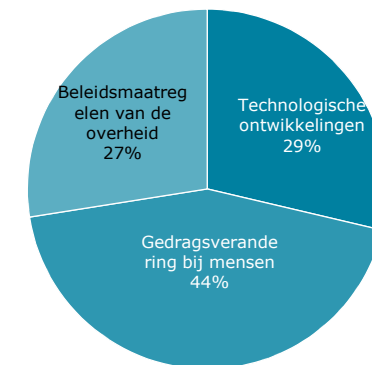


## Een betere wereld begint bij jezelf

De meeste mensen geloven dat het klimaatprobleem het best bestreden kan worden door gedragsverandering bij mensen zelf (44%). Ongeveer een kwart gelooft dat beleidsmaatregelen van de overheid of technologische ontwikkelingen de beste oplossingen zijn, respectievelijk 27% en 29%. Mannen en hoger opgeleiden noemen deze twee oplossingen vaker dan vrouwen en lager opgeleiden.

**Figuur 5**

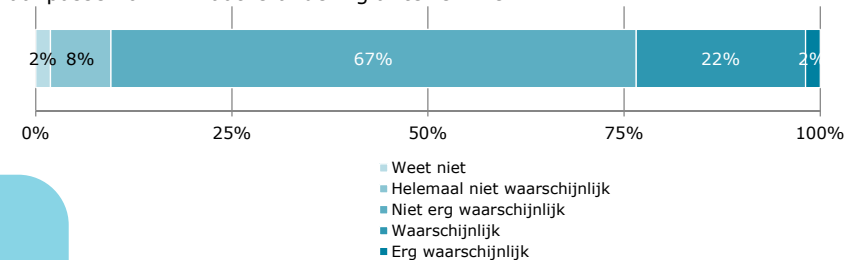
In welk van onderstaande oplossingen voor het klimaatprobleem gelooft u het meest?



Hoewel men het meeste vertrouwen heeft in gedragsverandering van mensen zelf als oplossing voor het klimaatprobleem, acht men het niet erg of helemaal niet waarschijnlijk dat de meeste mensen daadwerkelijk hun gedrag zullen aanpassen (75%). Ouderen zijn optimistischer over de aanpassingsbereidheid van de medemens dan jongeren. 83% van de jongeren acht het onwaarschijnlijk dat de meeste mensen hun gedrag aanpassen versus 65% van de ouderen.

**Figuur 6**

Hoe waarschijnlijk is het volgens u dat de meeste mensen hun gedrag zullen aanpassen om klimaatverandering af te remmen?



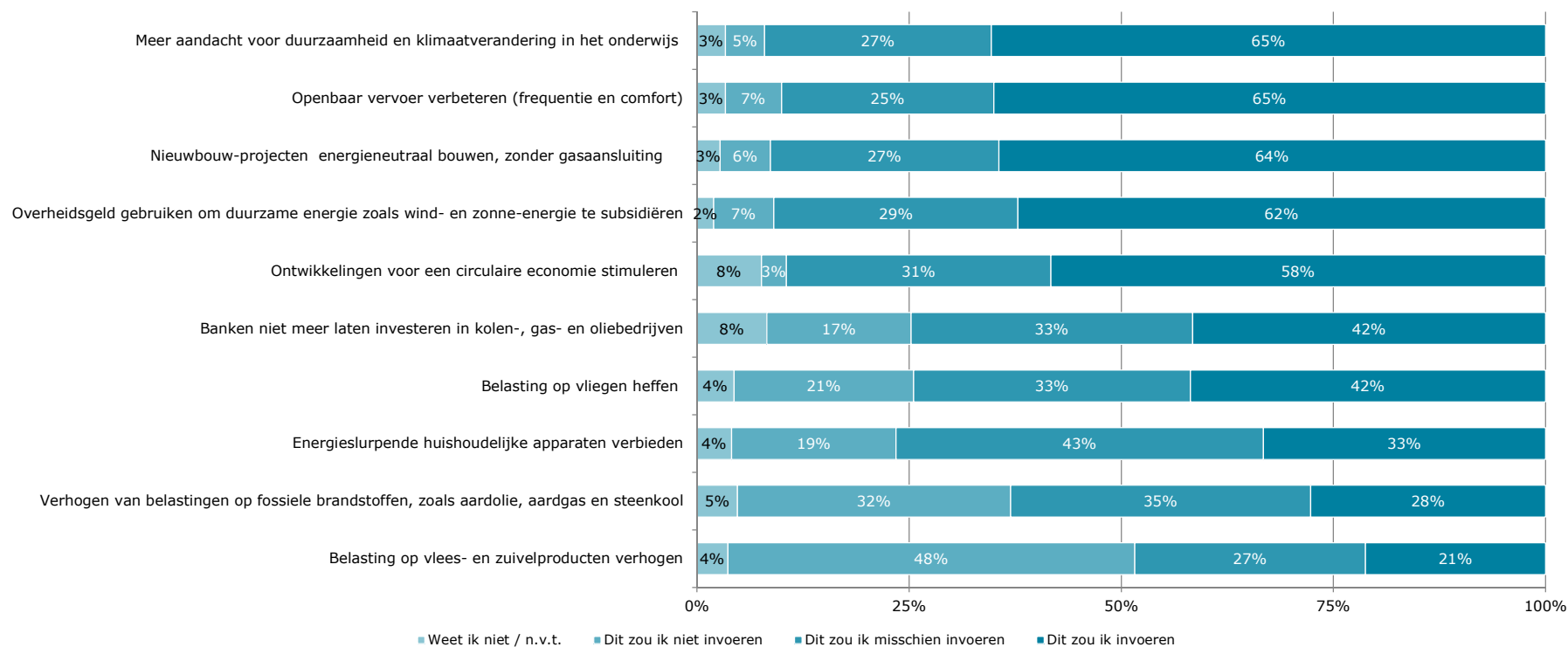
# MAATREGELEN

## Overheid moet voortouw nemen

De meeste draagvlak onder Nederlanders is er voor maatregelen die betrekking hebben op het handelingsperspectief van de overheid. Ongeveer twee derde van de bevolking vindt dat de overheid ervoor moet zorgen dat er meer aandacht voor duurzaamheid en klimaatverandering komt in het onderwijs, dat het openbaar vervoer wordt verbeterd, dat nieuwbouwprojecten energieneutraal zijn en dat wind- en zonne-energie gesubsidieerd wordt. Er is minder draagvlak voor maatregelen om de uitstoot van broeikasgassen tegen te gaan die direct voelbaar zijn in de portemonnee, zoals het verbieden van apparaten die veel energie verbruiken en het verhogen van belasting op fossiele brandstoffen of op vlees- en zuivelproducten. Onder ouderen en lager opgeleiden is er minder draagvlak voor deze maatregelen dan onder jongeren en hoger opgeleiden.

### Figuur 7

Welke maatregelen zou u morgen invoeren om de uitstoot van broeikasgassen te beperken?



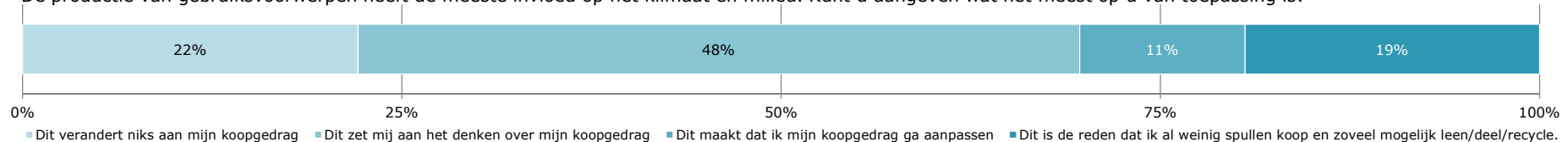
# CONSUMINDEREN

## De productie van gebruiksvoorwerpen

Weinig mensen weten dat de productie van gebruiksvoorwerpen een grotere invloed heeft op het milieu dan landbouw en veeteelt of auto- en vliegverkeer (35%). Deze kennis brengt mensen echter wel op verschillende manieren in beweging. Bijna de helft van de Nederlanders geeft aan dat het ze aan het denken zet over hun koopgedrag (48%). Twee op tien heeft zijn koopgedrag reeds aangepast (19%), onder personen die kennis hebben over dit onderwerp is dit percentage hoger (23%).

### Figuur 8

De productie van gebruiksvoorwerpen heeft de meeste invloed op het klimaat en milieu. Kunt u aangeven wat het meest op u van toepassing is:

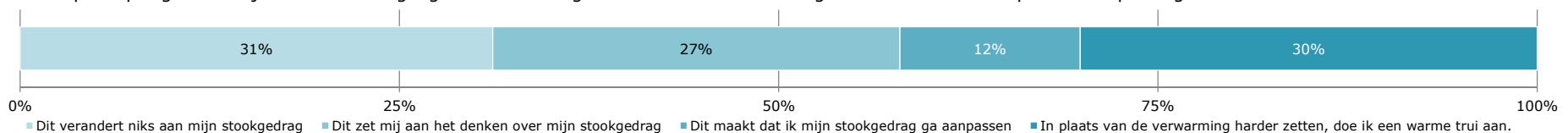


## Energieverbruik verwarming

Veel mensen zijn wel op de hoogte van de 6 procent energiebesparing als ze de verwarming een graad lager zetten (70%). Meer dan twee op de vijf is naar aanleiding hiervan bereid om hun stookgedrag aan te passen of zetten hun verwarming reeds lager (42%). Daartegenover staat dat bijna een derde aangeeft dat deze kennis niks aan hun stookgedrag verandert (31%).

### Figuur 9

Je bespaart per graad dat je de verwarming lager zet 6% energie en 6% CO<sub>2</sub>. Kunt u aangeven wat het meest op u van toepassing is:

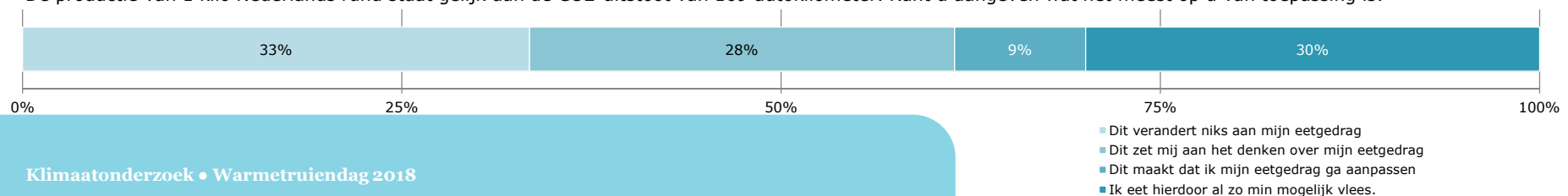


## CO<sub>2</sub>-uitstoot vleesproductie

Weinig mensen weten dat de CO<sub>2</sub>-uitstoot van 1 kilo rundvlees gelijk staat aan 169 autokilometer (32%). Deze kennis brengt mensen echter wel op verschillende manieren in beweging. Drie op tien Nederlanders eten al zo min mogelijk vlees, onder personen die weten hoeveel CO<sub>2</sub>-uitstoot gelijk staat aan 1 kilo rundvlees is dit percentage hoger (41%). Bijna vier op tien Nederlanders denkt hierover na of is van plan zijn eetgedrag aan te passen. Wederom geeft een derde van de bevolking aan dat deze kennis niks verandert aan hun gedrag (33%).

### Figuur 10

De productie van 1 kilo Nederlands rund staat gelijk aan de CO<sub>2</sub>-uitstoot van 169 autokilometer. Kunt u aangeven wat het meest op u van toepassing is:





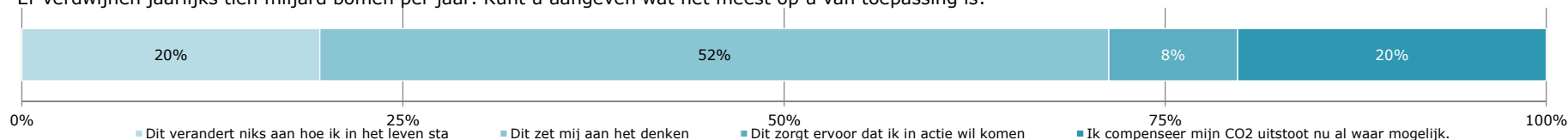
# VERGROENEN

## Bomenkap

Weinig mensen (35%) weten dat dat er per saldo jaarlijks tien miljard bomen van de aarde verdwijnen. Deze kennis zet meer dan de helft van de Nederlanders aan het denken (52%). Meer dan een kwart geeft aan door deze kennis in actie te willen komen of compenseert reeds CO2 uitstoot waar mogelijk (28%). Dit percentage is hoger onder personen die weten hoeveel bomen er jaarlijks verdwijnen (36%).

**Figuur 11**

Er verdwijnen jaarlijks tien miljard bomen per jaar. Kunt u aangeven wat het meest op u van toepassing is:

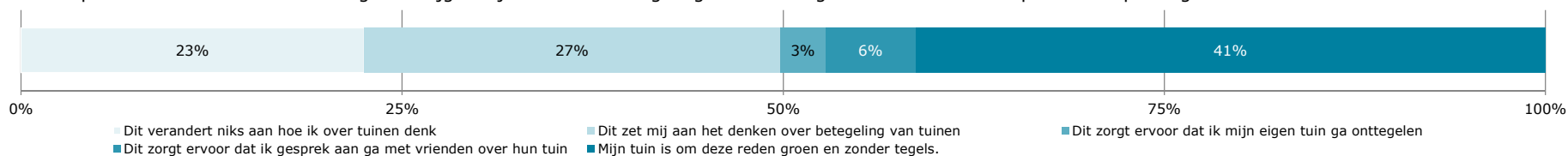


## Tuinbetegeling

Bij elke 10 procent extra betegeling in de stad, stijgt de temperatuur 0.5 graad. Van de Nederlanders met een tuin, heeft twee op de vijf om deze reden geen tegels in de tuin. Een op de tien personen geeft daarnaast aan zijn eigen tuin te gaan onttegelen of vrienden aan te spreken op de tegels in hun tuin (9%). Daartegenover staat dat deze kennis bij bijna een kwart van de Nederlanders niks verandert aan hoe zij over tuinen denken.

**Figuur 12**

De temperatuur in steden kan tot 0.5 graad stijgen bij 10% extra betegeling. Kunt u aangeven wat het meest op u van toepassing is:

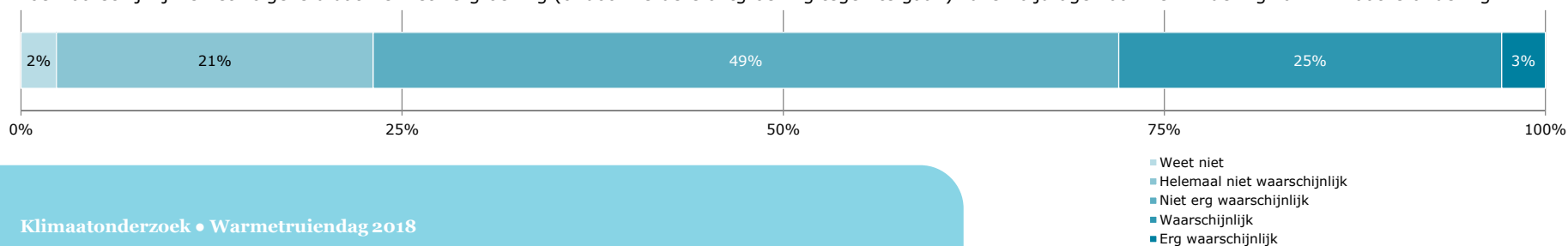


## Vergroening als oplossing voor klimaatprobleem

Ondanks dat de kennis over bomenkap en tuinbetegeling mensen op verschillende manieren in beweging brengt, denkt de meerderheid van de Nederlanders dat het tegengaan van ontgroening (waarschijnlijk) niet zal bijdragen aan het verminderen van klimaatverandering (70%).

**Figuur 13**

Hoe waarschijnlijk is het volgens u dat we met vergroening (of door verdere ontgroening tegen te gaan) zullen bijdragen aan vermindering van klimaatverandering?



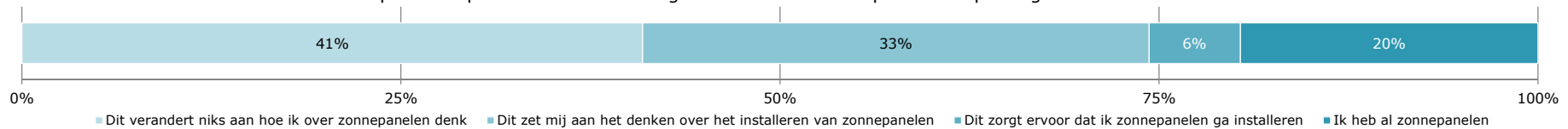
# INNOVATIES

## Zonnepanelen

Relatief veel mensen (55%) weten dat 400.000 huizen zijn voorzien van zonnepanelen. Een derde van de bevolking wordt door deze kennis aangezet tot nadenken over het installeren van zonnepanelen, onder personen die denken dat er minder huizen met zonnepanelen zijn is dit percentage hoger (38%). Zes procent wordt aangezet tot de daadwerkelijke aanschaf van zonnepanelen. Een derde van de Nederlanders geeft aan dat de hoge aanschafprijs hen tegenhoudt om zonnepanelen te installeren. De belangrijkste reden om zonnepanelen aan te schaffen is omdat het beter is voor het milieu (49%). Drie procent geeft aan zonnepanelen aan te schaffen als burens of vrienden dit ook doen.

**Figuur 14**

Eind 2015 hadden 400.000 huizen zonnepanelen op het dak. Kunt u aangeven wat het meest op u van toepassing is:

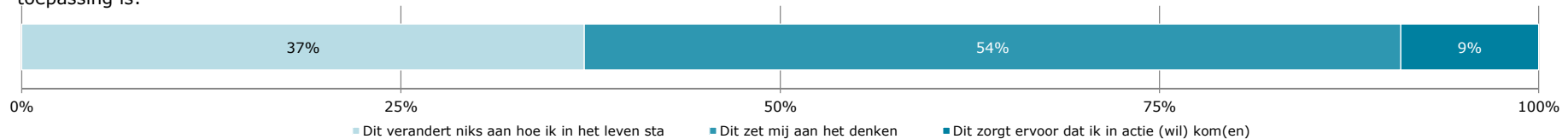


## Uitstoot broeikasgassen

Relatief veel mensen (48%) weten dat in Nederland in 2016 bijna 200 miljoen broeikasgassen zijn uitgestoten. Deze kennis maakt dat een op de tien in actie wil komen (9%). Het zet bovendien meer dan de helft aan het denken (54%). Voor de overige Nederlanders geldt dat deze kennis niks verandert aan hoe ze in het leven staan (37%). Personen die wisten hoe groot de Nederlandse uitstoot was, geven vaker aan dat ze in actie willen komen (12%).

**Figuur 15**

In 2016 is in Nederland 197 miljoen ton CO2 en andere broeikasgassen uitgestoten. Kunt u aangeven wat het meest op u van toepassing is:

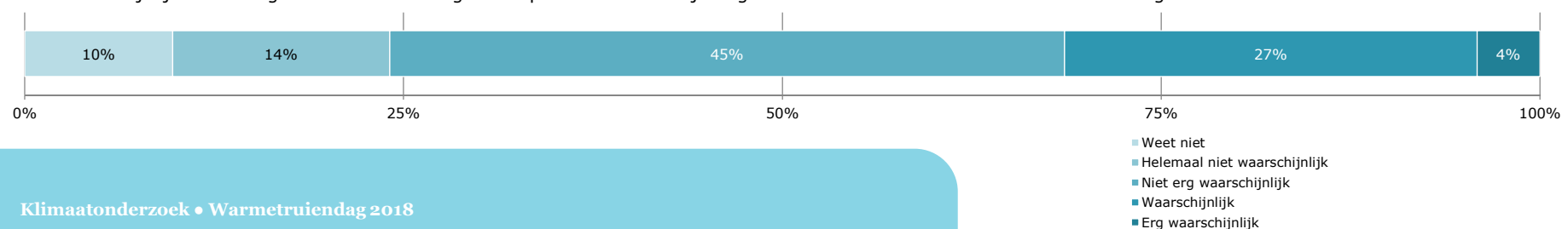


## Opslaan van CO2 als oplossing voor klimaatprobleem

De meerderheid van de Nederlanders (59%) acht het niet waarschijnlijk dat opslaan van CO2 bijdraagt aan het verminderen van klimaatverandering. Ongeveer een derde van de bevolking gelooft hier wel in. Alternatieve energie en elektrische motoren voor voertuigen zijn in de ogen van Nederlanders veelbelovende innovaties.

**Figuur 16**

Hoe waarschijnlijk is het volgens u dat het afvangen en opslaan van CO2 bijdraagt aan het verminderen van klimaatverandering?



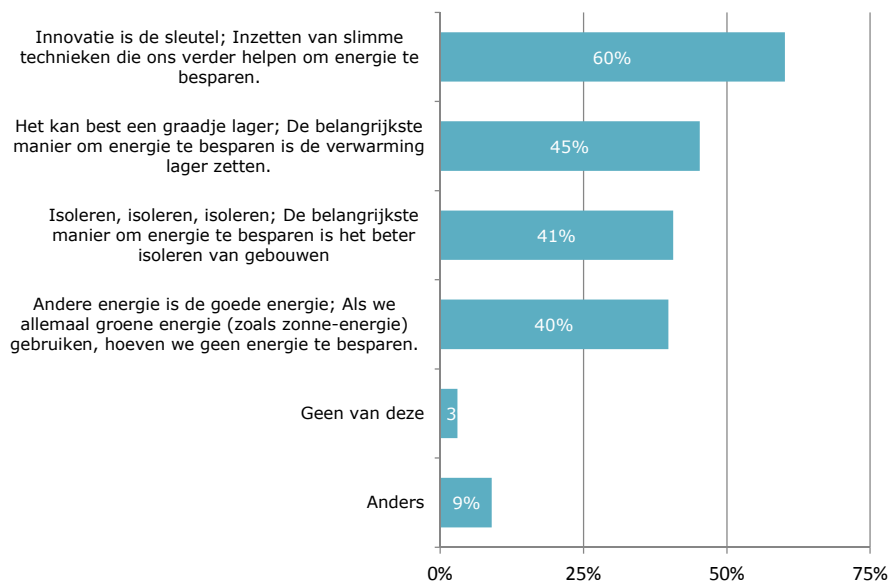
# WARMETRUIENDAG

## Innovatie is de sleutel

De meeste Nederlanders vinden het statement 'Innovatie is de sleutel; inzetten van slimme technieken die ons verder helpen om energie te besparen' bij hen passen (60%). Ongeveer twee op de vijf noemt ook de overige statements omtrent de verwarming lager zetten, gebouwen isoleren en groene energie. Andere statements die genoemd worden: "Ik geloof niet in één van deze mogelijkheden als zaligmakend, maar een combinatie van maatregelen, ook mentaliteitsverandering en bewustwording zijn zeer belangrijk" en "Een beter klimaat begint bij jezelf! Neem je verantwoordelijkheid mensen!".

**Figuur 17**

Welk statement past bij u? (meerdere antwoorden mogelijk)



## Slogan Warmetruiendag

De huidige slogan van de Warmetruiendag 'Verwarm jezelf, niet de wereld' kan op de meeste steun rekenen (44%), bovengemiddeld veel onder jongeren en hoger opgeleiden. Ongeveer een op de vijf mensen vinden de andere twee slogans het best passen bij de Warmetruiendag (22%). 'Samen energie besparen, geeft energie' doet het opvallend goed onder ouderen. De personen die aangaven een andere slogan beter te vinden passen bij de Warmetruiendag 2018 gaven onder meer aan: "Verkloot het niet voor je nageslacht, houd de energiestroom in acht" en "Wees zuinig op de wereld, er is er maar één".

**Figuur 18**

Welke slogan vindt u het best passen bij Warmetruiendag 2018?

