

Natuurbeleid: kennis en houding van burgers

Rapportage communicatieonderzoek

Eric-Jan Klöne

Francine Wattimury

M211851

8 maart 2022



Ministerie van Landbouw,
Natuur en Voedselkwaliteit

motivaction
insights and strategy

Inhoudsopgave

Achtergrond	3
Doel- en probleemstelling	4
Methode en opzet	5
Leeswijzer	6
Conclusies en aanbevelingen	7
Resultaten: algemene houding	10
Resultaten: kennis	18
Resultaten: houding t.a.v. het beleid	21
Resultaten: actiebereidheid	28
Bijlagen	35

Achtergrond

Op verzoek van het Ministerie van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit (LNV) heeft Motivaction een onderzoek uitgevoerd naar de kennis en houding van de Nederlandse bevolking omtrent natuurbeleid en natuurbeleving.

Situatieschets

Met het Programma Natuur gaan het Rijk en de provincies samen met terreinbeherende organisaties de komende jaren samen de natuur verder versterken en verbeteren. Het Programma Natuur is integraal onderdeel van de structurele aanpak stikstof. De samenwerkende organisaties zullen de komende jaren gaan communiceren over en in het kader van het Programma Natuur. Enerzijds met als doel burgers en ondernemers te informeren over het programma en de uitvoering daarvan, anderzijds door hen te betrekken bij de doelen en hen te stimuleren natuurinclusief te denken en doen.

Kennisbehoefte Ministerie van LNV

Doel van het onderzoek is om handvatten te krijgen voor de communicatie voor en over het Programma Natuur, met name over hoe het Rijk, de provincies en terreinbeherende organisaties de communicatie kan laten aansluiten op de kennis, houding en informatiebehoefte van burgers en ondernemers. Ten aanzien van het stimuleren van natuurinclusief gedrag, is het doel om inzicht te krijgen in de mate waarin burgers en ondernemers bereid zijn een actieve rol te vervullen. Het onderzoek heeft in die zin geen betrekking op hoe de samenwerkende organisaties aanzetten tot natuurinclusief gedrag.

Doel- en probleemstelling

De doelstelling voor dit onderzoek luidt:

Inzicht geven in de natuurbeleving van Nederlandse burgers en hun kennis en houding ten aanzien van het natuurbeleid van de overheid.

Deze inzichten helpen LNV om haar communicatie zo goed mogelijk aan te laten sluiten bij de kennis, houding en de informatiebehoefte van burgers. En het zal helpen om strategische keuzes te kunnen onderbouwen.

Hieronder volgt een aantal deelvragen van dit onderzoek, die zijn onder te verdelen in onderzoeksthema's.

Algemene houding:

- Wat verstaat men onder natuur? En wat betekent natuur voor Nederlanders? Welke plek neemt natuur in, in het waardenpatroon?
- Maakt men zich zorgen over de natuur in Nederland en zo ja, waarover precies?
- Welke wensen en behoeften heeft men als het gaat om natuur in hun omgeving?

Kennis:

- Weten burgers dat Nederland een opgave heeft om natuur te herstellen en versterken, en waarom dat nodig is? Van welke problemen met de natuur is men op de hoogte en van welke niet?
- Weten burgers dat overheden een beleid hebben geformuleerd om tot natuurherstel te komen en zo ja, wat weten ze hiervan?

Houding t.o.v. het beleid

- Wat verwacht men van de overheid als het gaat om natuurbeleid?
- Wat vinden burgers van het beleid en de ambities?
- Welke gevoelens en emoties roept het natuurbeleid op?
- Ziet men het belang in van de aanpak door de overheden en partnerorganisaties?
- Welke informatiebehoefte heeft men ten aanzien van het natuurbeleid en de uitvoering daarvan?
- Welke informatie wil men ontvangen, van wie en in welke vorm?

Actiebereidheid

- Welke rol zien burgers voor zichzelf als het gaat om natuurbescherming/-ontwikkeling?
- Zijn zij bereid om zelf een actieve rol te vervullen? Waarom wel/niet? Ervaart men verantwoordelijkheid? In hoeverre heeft men het gevoel invloed te hebben?

Methode en opzet



Onderzoeksmethode en steekproef

Het onderzoek is online uitgevoerd via Stempunt, het online panel van Motivaction. In totaal hebben n=1.840 Nederlanders in de leeftijd van 18 tot en met 80 jaar tussen 13 en 24 januari 2022 deelgenomen aan het onderzoek. Hiervan behoorden n=1.525 respondenten tot een steekproef onder het **algemeen Nederlands publiek**.

Onder dit algemene publiek bevonden zich ook enkele **ondernemers/beslissers** (hierna ondernemers). Aanvullend hebben nog eens n=315 extra ondernemers de vragenlijst ingevuld om tot een voldoende grote groep te komen voor verdiepende analyses. Samen met de ondernemers uit het algemeen Nederlands publiek komt de totale steekproef ondernemers uit op n=357.

De groep **ondernemers** bestaat uit personen die ofwel eigenaar zijn van een MKB bedrijf of groter (in Nederland), ofwel werknemers die beslissingsbevoegdheid hebben op de manier waarop het bedrijf rekening houdt met de natuur in hun omgeving. De organisaties zijn actief in één van de volgende sectoren: vrijetijdseconomie, landbouw, energie, bouw, financiële sector, industrie, delfstoffenwinning, water en infrastructuur. Organisaties met minimaal 10 werknemers (incl. zzp'ers) tellen hierbij als MKB. Voor organisaties actief in de landbouw kan dit ook beneden de 10 werknemers zijn, gezien de verwachte (directe) impact van boeren op de natuur.



Representativiteit

Door middel van steekproeftrekking en weging van de data achteraf zijn de resultaten van het **algemeen publiek** (n=1.525) representatief voor Nederlanders tussen 18 en 80 jaar voor wat betreft geslacht, leeftijd, opleiding, regio en sociaal milieu (Mentality) en alle combinaties daartussen. In dit onderzoeksrapport ligt de focus op de resultaten van deze representatieve groep Nederlanders.

Voor de **ondernemers** (n=357) is rekening gehouden met voldoende spreiding in sectoren. Deze resultaten beschouwen we als indicatief en worden in het rapport op enkele plekken getoond als verdiepend inzicht.



Vragenlijst

Via een link in de uitnodigingsmail voor het onderzoek kwamen respondenten direct in de online vragenlijst terecht. Na enkele selectievragen om de juiste ondernemers te identificeren, kregen de respondenten 26 inhoudelijke vragen (waarvan 7 open vragen). De gemiddelde invulduur (mediaan) bedroeg 12 minuten.

Thema's die in de vragenlijst aan de orde kwamen waren de huidige kennis en bewustzijn van de Nederlandse natuur en bijbehorende problemen, kennis en attitude ten aanzien van het Programma Natuur en de eigen actiebereidheid op het gebied van natuurbehoud en -herstel.

Leeswijzer



Indeling rapportage

De rapportage start met een samenvattende conclusie met de belangrijkste inzichten. Vervolgens tonen we de resultaten in detail. Deze resultaten worden zoals gezegd in de meeste gevallen getoond voor het algemeen Nederlands publiek. Waar relevant worden resultaten voor ondernemers ook apart toegelicht. In de bijlagen worden de meest opvallende resultaten getoond aan de hand van onze Vijf Tinten Groener segmentatie. Een uitleg over de basis voor deze segmentatie staat ook in de bijlagen.



Grafieken

In enkele grafieken tellen de percentages niet op tot honderd procent. In dat geval gaat het om (kleine) afrondingsverschillen. In verband met leesbaarheid worden in bepaalde grafieken percentages van 3% of kleiner niet getoond.

Samenvattende conclusies 1/2

Natuur wordt erg belangrijk gevonden: essentieel voor de mens, om van te genieten en voor te zorgen. Nederlanders vinden het belangrijk om zuinig te zijn op de natuur en vanuit die houding is er in de basis een positieve houding ten aanzien van het beleid dat is gericht op natuurherstel/-ontwikkeling. Kennis over concrete problemen is niet bij iedereen aanwezig: de meerderheid van de Nederlanders maakt zich geen grote zorgen over de natuur. Daardoor is het geen verrassing dat andere maatschappelijke issues, zoals de zorg en woningmarkt, als belangrijker worden gezien: dit zijn voor hen problemen die eerder opgelost moeten worden. In het algemeen lijkt het belang van de natuur en van natuurbeleid bij Nederlanders buiten kijf te staan. Om mensen echter meer te betrekken zullen zij verder geïnformeerd en door het thema geraakt moeten worden. De balans tussen overheid en burgers wat betreft verantwoordelijkheid is daarbij een aandachtspunt. Hoewel een groot deel van de Nederlanders welwillend is om zelf een bijdrage te leveren aan natuurbescherming, leggen zij de verantwoordelijkheid in eerste instantie bij de overheid.

Beeld van natuur is weinig concreet

Een natuurlijk bos of water, flora en fauna, en het liefst veel daarvan. Veel concreter is het beeld van en de wens bij de Nederlandse natuur niet. Zaken als aangelegde parken, moestuinen of groene daken worden dan ook vaak niet als onderdeel van de natuur gezien.

Burgers zijn redelijk natuurbewust, maar natuur is voor hen geen urgent issue

Natuur speelt wel een belangrijke rol voor Nederlanders en zien zij als gelijkwaardig aan mensen, iets om voor te zorgen en om van te genieten. Als urgent issue worden natuur en biodiversiteit echter niet gezien: andere onderwerpen als zorg, woningmarkt en veiligheid hebben meer prioriteit. Een derde van de Nederlanders maakt zich op dit moment zorgen over de natuur. Een meerderheid van de respondenten denkt weleens na over de staat van de natuur, maar volgt dit niet op de voet.

Kennis over specifieke natuurproblemen of -beleid is niet vanzelfsprekend

De lage urgentie die men toekent aan natuur als maatschappelijk issue hangt samen met een gebrek aan kennis over specifieke zaken als het stikstofprobleem, de lage grondwaterstand of teruglopende biodiversiteit.

Weinig Nederlanders zijn dan ook bekend met het in 2020 geformuleerde beleid voor natuurherstel, -behoud en -ontwikkeling, al is dit aandeel onder ondernemers wel iets hoger.

Eerste indruk Programma Natuur overwegend positief

Spontaan is de bekendheid met het Programma Natuur niet hoog, maar na een korte introductie is de eerste indruk van dit programma goed. Een kleine meerderheid staat positief tegenover (de eerste indruk van) het beleid. Men vindt ingrijpen vanuit de overheid in het algemeen - en met het Programma Natuur specifiek - nuttig en belangrijk en de effectiviteit van het programma op natuurbehoud en -ontwikkeling wordt overwegend positief ingeschat. De korte omschrijving van het beleid roept geen sterke emoties op, maar de emoties zijn eerder positief dan negatief.

Deel Nederlanders heeft aanvullende informatiebehoefte

Een kwart van de respondenten wil meer weten over het Programma Natuur. Met name de concrete inhoud van het beleid en bijbehorende acties vinden zij interessant. De helft van deze groep wil ook meer weten over hoe zij zelf kunnen bijdragen aan natuurbehoud en -herstel. Men wordt bij voorkeur geïnformeerd door de gemeente of Rijksoverheid en het liefst via websites.

Samenvattende conclusies 2/2

Verantwoordelijkheid voor de natuur in eerste plaats bij de overheid

De Rijksoverheid wordt door driekwart van de Nederlanders als hoofdverantwoordelijke voor natuurbehoud en -herstel aangewezen met gemeentes en provincies als daarop volgende medeverantwoordelijken. De helft voelt zichzelf ook aangesproken als het op natuur aankomt, maar wel in mindere mate dan dat voor burgers in het algemeen geldt (60%).

Desondanks staat men er voor open zich in te zetten, maar weet het nog niet altijd hoe

Een kleine meerderheid heeft de intentie zich in te zetten voor natuur. Slechts een kleine groep staat hier helemaal niet voor open. Gebrek aan tijd, interesse of ervaren urgentie zijn hier dan de meest genoemde argumenten. Het merendeel staat er echter voor open en heeft het idee zonder al te veel moeite *iets* te kunnen bijdragen. Het is voor hen echter niet altijd duidelijk *wat* zij precies kunnen doen.

Weinig concrete plannen voor de toekomst, ondernemers wel actiever

Naast de informatiebehoefte over *hoe* bij te kunnen dragen en ontbrekende urgentie zien we ook een gebrek aan concrete plannen voor natuurbehoud en -herstel bij Nederlanders. Een kwart onderneemt op dit moment al actie en grofweg 15% zegt plannen te hebben om zich in de toekomst in te zetten voor de Nederlandse natuur. Ondernemers zijn actiever: hier stelt de meerderheid met hun organisatie nu al rekening te houden met de natuur door deze bijvoorbeeld te onderhouden, door hun bedrijf te verduurzamen of door biodiversiteit te bevorderen. Ook hebben ondernemers vaker plannen om in de toekomst in actie te komen.

Natuur als thema lijkt niet erg te leven in sociale omgeving

Steun vanuit de sociale omgeving kan bevorderend werken voor gedrag. Binnen de vrienden- of collega-kring zijn natuur, klimaat of milieu echter niet altijd belangrijke thema's. Voor ondernemers is dit wel iets vaker het geval. Ook vindt de meerderheid van deze groep deze thema's belangrijk voor het imago van hun bedrijf.

Resultaten over de gehele doelgroep gelijkwaardig

Kennis, houding of intentie op het gebied van natuur en natuurbeleid verschillen soms als er naar subgroepen wordt gekeken. Zo zijn ondernemers iets meer uitgesproken over natuurbeleid en op dit moment actiever met natuur bezig. Mensen die het nieuws over natuur op de voet volgen hebben, niet onverwacht, meer kennis over specifieke natuurproblemen en een hogere intentie om zich hiervoor in te zetten. In dit rapport worden de resultaten verdiepend ook bekeken aan de hand van het Vijf tinten groener-model (VTG), dat groepen Nederlanders onderscheidt op basis van drijfveren en waarden. Deze waardenoriëntatie lijkt ook een rol te spelen: sommige groepen voelen zich meer betrokken bij natuurbehoud/herstel dan anderen. Een belangrijke constatering is dat al deze verschillen relatief zijn. In grote lijnen is het geschetste beeld op alle groepen van toepassing. Er is geen subgroep die natuur onbelangrijk vindt of die nog overtuigd moet worden van het belang van natuurbeleid in het algemeen.

Aanbevelingen

De onderzoekers van Motivaction doen de volgende aanbevelingen voor communicatie omtrent het natuurbeleid:

- Communiceer niet alleen over het **wat**, maar ook over het **waarom** van het Programma Natuur. Ga er niet vanuit dat de Nederlander weet welke uitdagingen er zijn op het gebied van natuurbehoud en –herstel. Zonder deze kennis is het niet automatisch duidelijk waarom bepaalde concrete beleidsmaatregelen nodig zijn. Om de communicatie zo goed mogelijk af te stemmen op het kennisniveau, is het noodzakelijk om context mee te geven. In het kielzog hiervan is ook het **hoe** belangrijk. Het programma wordt overwegend positief ontvangen en men staat welwillend tegenover het bieden van een helpende hand. Het is soms echter nog onduidelijk hoe zij dat kunnen doen en welke acties zij kunnen ondernemen.
- Probeer niet alleen te informeren, maar mensen ook te **raken**. Nederlanders ervaren nu relatief weinig urgentie op het gebied van natuur. Uitgesproken zorgen over natuurproblematiek of emoties (weliswaar bij een eerste indruk van het beleid) blijven nog uit. Natuur staat voor veel Nederlanders laag op het lijstje van belangrijke thema's, lager dan bijvoorbeeld klimaat en energie. Communicatie over het Programma Natuur mag daarom best wat emotie oproepen. Hiermee kan het positieve beeld van het beleid worden versterkt, zodat men niet alleen positief oordeelt, maar ook daadwerkelijk het *gevoel* krijgt dat het Programma Natuur belangrijke en goede resultaten oplevert.
- Vind daarin een **balans** tussen **informeren** over het beleid en het **betrekken** van de burger en ondernemer. Hoewel de helft van de Nederlanders zichzelf medeverantwoordelijk voor natuur vindt wijzen zij de overheid als overduidelijke kartrekker aan. De rol van burgers mag daarom deel uitmaken van het verhaal over natuurbeleid, maar niet de hoofdrol spelen.

A woman in a black and white patterned jacket and glasses stands in a busy office hallway, looking upwards. She is surrounded by blurred figures of other people in business attire, suggesting a fast-paced environment. The background features large glass windows reflecting the outdoors.

Resultaten: algemene houding

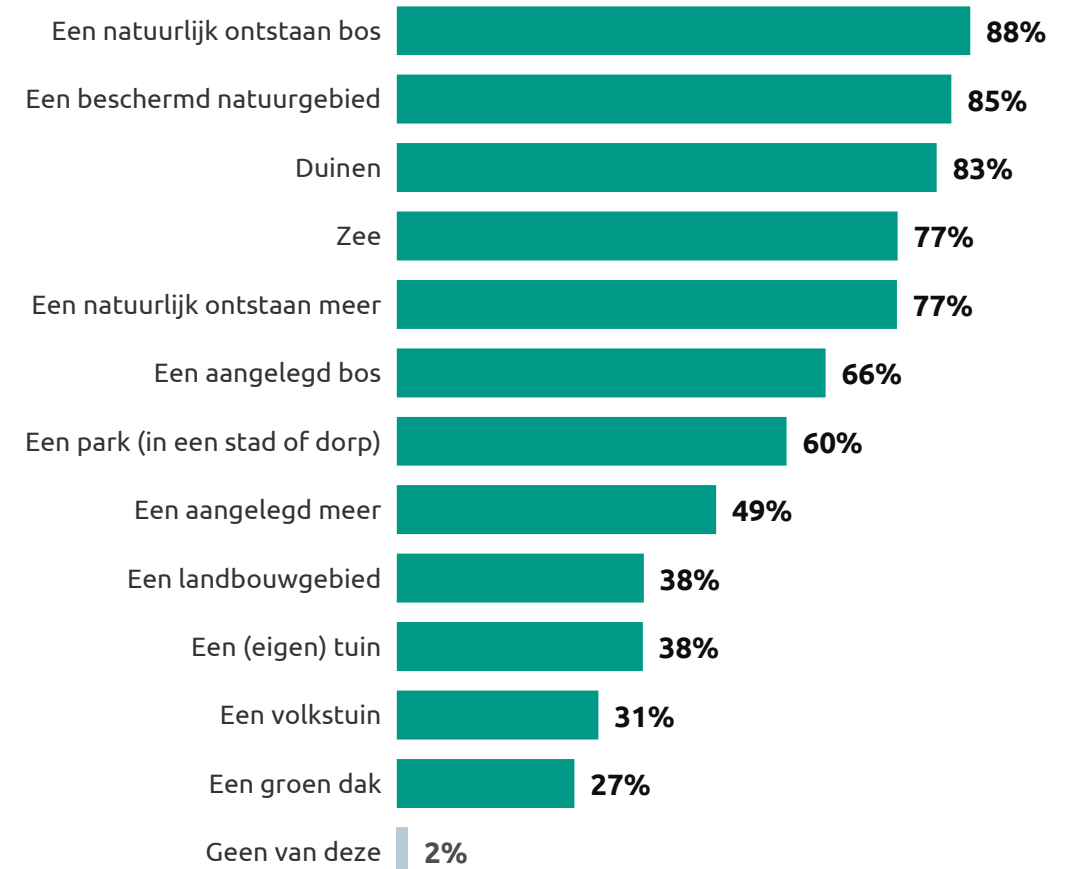


Aangelegde natuur wordt minder als 'de natuur' gezien

Natuurlijk ontstane gebieden als bossen en wateren worden het vaakst als 'de natuur' beschouwd. Dat geldt in mindere mate voor aangelegde natuurgebieden als parken en tuinen. Een aangelegd bos wordt nog door 66% als natuur gezien, maar een volkstuin (31%) en daktuin (27%) kunnen in minder gevallen voor natuur doorgaan. Volgens 38% valt een landbouwgebied onder de natuur.

Welke van onderstaande zaken vallen volgens jou onder 'de natuur'?

(Basis – NL publiek, n=1.525)



Voldoende flora en fauna belangrijk bij natuur in de eigen omgeving

Als het gaat om natuur in de eigen omgeving is er met name behoefte aan veel groen (bomen, planten en struiken, 63%) en dieren (51%). Minder vaak worden onderdelen genoemd die te maken hebben met gebruik van en recreatie in de natuur, zoals wandelpaden (39%), fietspaden (19%), bankjes (14%), mogelijkheden om te sporten (7%) of horeca (6%).

Welke van deze onderdelen vind jij het belangrijkste als het gaat om natuur in jouw omgeving? (Basis – NL publiek, n=1.525)



Natuur speelt belangrijke rol voor Nederlanders

Welke rol speelt natuur precies in het leven van Nederlanders?

Respondenten kregen enkele stellingen voorgelegd die iets zeggen over de manier waarop men naar natuur kijkt of over de rol die natuur inneemt in het leven van mensen.

Over het algemeen is men het vaker eens met stellingen die iets zeggen over de (onmisbare) invloed van natuur op het welzijn van de mens en de zorg die nodig is voor de natuur. Minder vaak is men het eens met uitspraken die de mens boven de natuur plaatsen.

Kun je aangeven in hoeverre je het eens bent met deze stellingen?

(Basis – NL publiek, n=1.525)

	Gemiddelde*	% (zeer) Eens
De natuur is goed voor de psychische en lichamelijke gezondheid van mensen	4,40	91%
Natuurlijke landschappen zijn mooi	4,39	92%
Natuur is iets waar iedereen voor moet zorgen	4,30	88%
Het bestaan van veel verschillende soorten planten en dieren is onmisbaar voor het voortbestaan van de mens	4,29	86%
Mensen kunnen een hoop leren van de natuur	4,26	87%
De natuur laat de mens leven met seizoenen	4,19	86%
Dieren en planten zijn even belangrijk als mensen	4,09	79%
Ik geniet van het ondernemen van activiteiten in de natuur	4,05	79%
Natuur laat mensen voelen hoezeer ze verbonden zijn met het grotere geheel	3,97	75%
Het dagelijks contact met natuur in de leefomgeving geeft een gevoel van thuiszijn en veiligheid	3,92	73%
De natuurlijke leefomgeving is wat elke dorpsgemeenschap uniek maakt	3,88	72%
De natuur laat ons zien hoe wij als mens horen te leven	3,80	66%
In wilde natuur kunnen mensen hun grenzen verkennen en verleggen	3,68	59%
De natuur zorgt voor economische ontwikkeling, werkgelegenheid en groei	3,53	51%
Natuur is voor iedereen lokaal en dicht bij huis te vinden	3,43	51%
De natuur is zelfredzaam en heeft de mens niet nodig voor haar voortbestaan	3,30	46%
'Natuurlijk' is goed, 'onnatuurlijk' is fout	3,26	37%
De mens is de meest succesvolle soort en heerst over de natuur	2,98	33%

*Gemiddelde op 5-puntsschaal met 1=Zeer oneens en 5=Zeer eens

Natuur wordt niet gezien als urgent maatschappelijk issue

Om het belang en de prioriteit van de natuur bij Nederlanders in kaart te brengen werd respondenten gevraagd een top 5 te maken van onderwerpen die volgens hen focuspunten van de nieuwe regering zouden moeten zijn (dit onderzoek vond plaats in januari 2022, vlak na de installatie van het kabinet-Rutte IV). Zorg, de woningmarkt en veiligheid zijn hier de belangrijkste thema's, gevolgd door onderwijs en energie & klimaat.

Natuur & biodiversiteit en stikstof zijn lager in de lijst te vinden. Respectievelijk 16 en 8 procent van de Nederlanders plaatst deze onderwerpen boven in hun ranglijst. 84% en 92% van de Nederlanders vinden natuur & biodiversiteit en stikstof niet bij de vijf meest belangrijkste onderwerpen voor de nieuwe regering horen. Hoewel Nederlanders waarde toekennen aan de natuur (zie vorige pagina), beleven zij dit nauwelijks als een urgent maatschappelijk issue.

Wat zijn de belangrijkste onderwerpen (top 5) waarop de nieuwe regering zich volgens jou zou moeten concentreren?

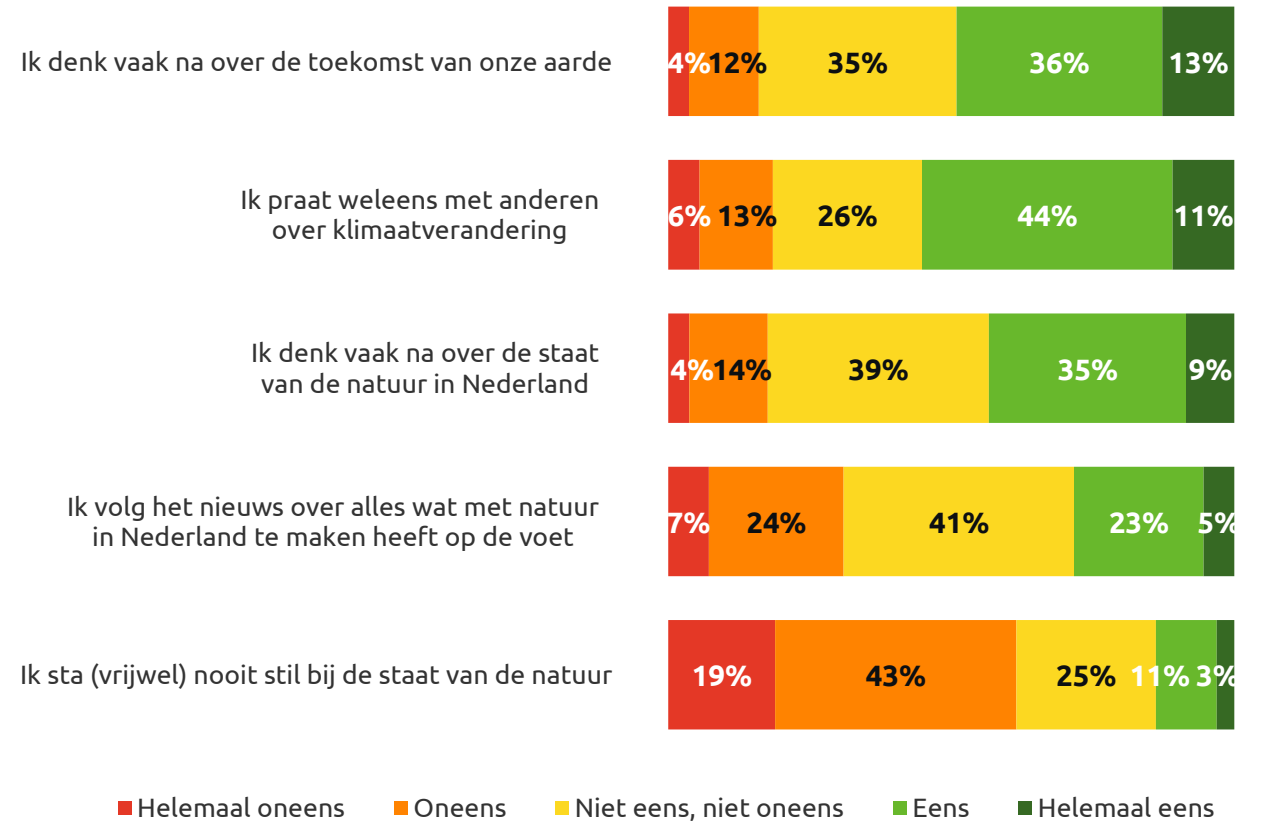
(Basis – NL publiek, n=1.525)

	In top 5	Plek 1	Niet in top 5
Gezondheids- en ouderenzorg	60%	18%	40%
Woningmarkt	57%	12%	43%
Criminaliteit en veiligheid	42%	6%	58%
Onderwijs	39%	6%	61%
Energie en klimaat	38%	12%	62%
Armoedebestrijding	34%	7%	66%
Aanpak coronacrisis	34%	8%	66%
Normen en waarden	30%	6%	70%
Economie en werkgelegenheid	30%	5%	70%
Pensioenen	29%	6%	71%
Immigratie en integratie	20%	4%	80%
Jeugd en gezin	17%	3%	83%
Natuur en biodiversiteit	16%	2%	84%
Vrijheden (van o.a. meningsuiting, religie, seksuele voorkeur)	15%	1%	85%
Defensie	9%	1%	91%
Mobiliteit, verkeer en vervoer	8%	1%	92%
Stikstof	8%	1%	92%
Betere samenwerking binnen de Europese Unie	8%	1%	92%
Kunst en cultuur	5%	1%	95%

Nederlanders zijn redelijk bewust, maar niet heel actief bezig met de staat van de natuur

De helft van de respondenten zegt vaak na te denken over de toekomst van de aarde (49%) en met anderen over klimaatverandering te praten (55%). 44% denkt vaak na over de huidige staat van de Nederlandse natuur. Een minder grote groep (28%) zegt actief al het nieuws over natuur in Nederland te volgen. 14% staat vrijwel nooit stil bij de staat van de natuur; 62% is het niet eens met die stelling.

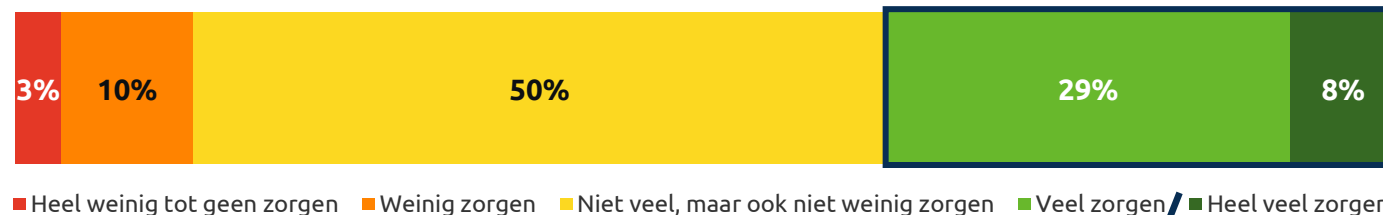
In hoeverre ben je het eens met de volgende stellingen?
(Basis - allen, n=1.525)



Ruim een derde Nederlanders maakt zich zorgen over de natuur

Hiervoor zagen we dat ongeveer de helft van de Nederlanders weleens stilstaat bij de staat van de natuur in Nederland. Ruim een derde (37%) maakt zich hier zorgen om. Deze groep noemt met name het verdwijnen van natuur of groen (21%), specifiek door bouw (19%) en het effect van de mens op de natuur (18%) als redenen voor deze zorgen.

In hoeverre maak jij je zorgen over de huidige staat van de natuur in Nederland? (Basis - NL publiek, n=1.525)



■ Heel weinig tot geen zorgen ■ Weinig zorgen ■ Niet veel, maar ook niet weinig zorgen ■ Veel zorgen ■ Heel veel zorgen

Waar maak je je dan precies zorgen om? Open vraag – Gecodeerde antwoorden

(Basis - NL publiek, (heel) veel zorgen over de huidige staat van de natuur in Nederland, n=564)

Natuur verdwijnt/Minder groen	21%
Natuur wordt opgeofferd voor (woning)bouw	19%
Effect van de mens op de natuur	18%
(Effecten van) klimaatverandering	11%
Afname biodiversiteit	11%
Bomenkap/Ontbossing	8%
Afval (in de natuur)	7%
Stikstofuitstoot	6%
Vervuiling overig	6%
Leefbaarheid voor de mens	5%
Economische groei	4%
Overbevolking	3%
Luchtvervuiling	2%
Boeren	1%
CO2	1%
Overige antwoorden	3%
Weet niet/geen antwoord	22%

"Of er nog genoeg natuur is over 20 jaar."

"We krijgen te veel mensen in Nederland. Daar moeten steeds meer huizen voor komen. Dit gaat ten koste van de natuur"

"De mensen in Nederland (ook ik) putten de natuur uit. We moeten zorgen dat er een natuurlijk evenwicht ontstaat."

A woman in a black and white patterned jacket and glasses stands in a busy office hallway, looking upwards. She is holding a brown bag. Other people are blurred in the background, suggesting movement and activity. The scene is set in a modern office building with large glass windows.

Resultaten: kennis



Kennis over specifieke natuurproblemen niet vanzelfsprekend

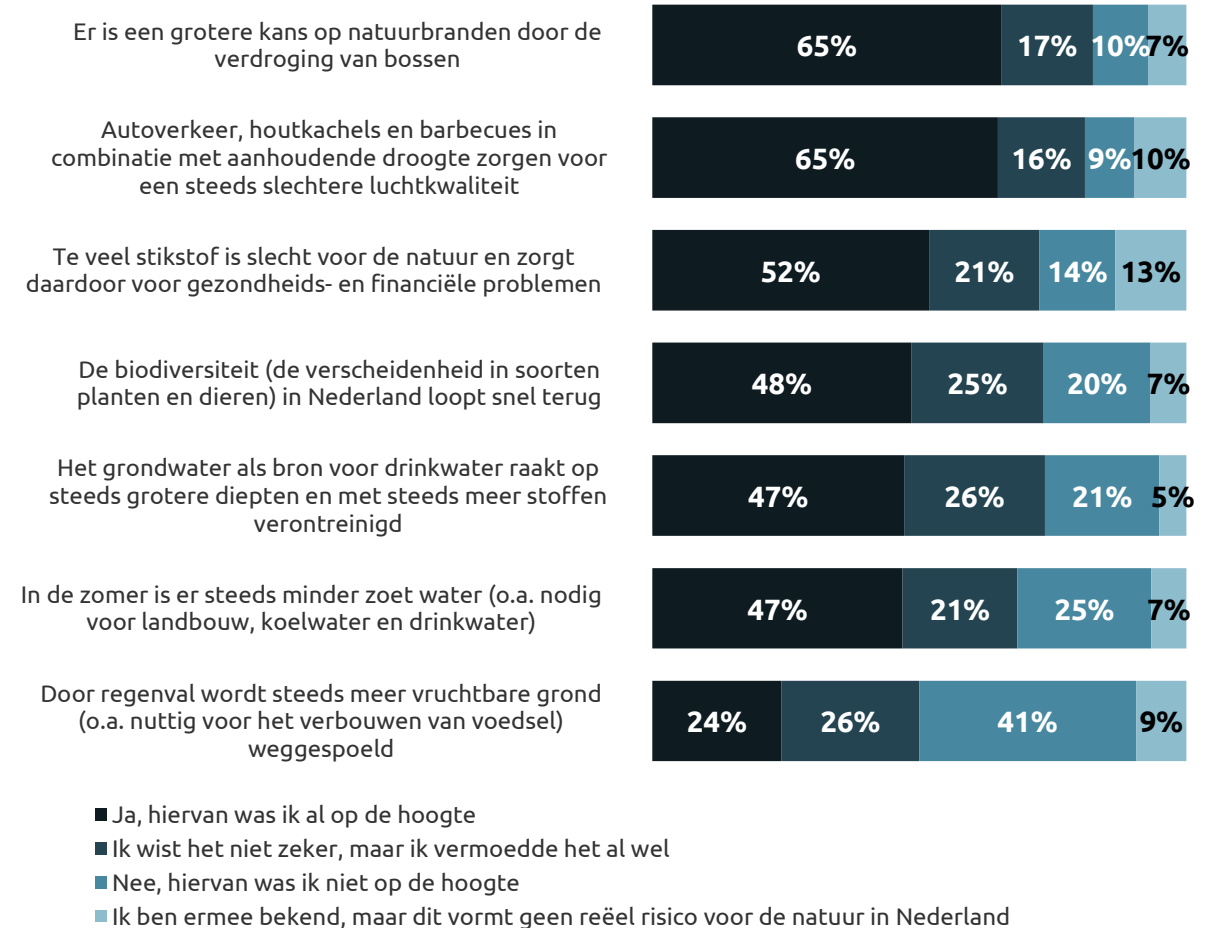
Respondenten kregen enkele specifieke natuurproblemen voorgelegd, met de vraag in hoeverre ze van deze problemen op de hoogte waren. Bewust is de antwoordcategorie 'ik wist het niet zeker, maar vermoedde het al wel' toegevoegd. Bij kennisvragen is er een risico dat mensen moeite hebben om toe te geven dat ze ergens niet (goed) van op de hoogte zijn. Met deze antwoordoptie bieden we daar een tegenwicht aan.

Van de meeste problemen is minimaal de helft van het Nederlands publiek op de hoogte. Dat betekent dat er ook veel Nederlanders niet of minder op de hoogte zijn van deze problemen. 14% ziet bijvoorbeeld stikstof niet als een probleem voor Nederland op dit moment en 34% is hier neutraal over.

Stikstof is op dit moment een probleem voor Nederland
(Basis – NL publiek, n=1.525)



In hoeverre was je voor dit onderzoek op de hoogte van deze problemen voor de natuur in Nederland?
(Basis – NL publiek, n=1.525)



Weinig kennis over het natuurbeleid

Zonder de naam Programma Natuur te noemen werd respondenten gevraagd of zij bekend zijn met het beleid voor natuurherstel en -ontwikkeling.

9% zegt hier mee bekend te zijn en 32% van de Nederlanders zegt enigszins op de hoogte te zijn. Het merendeel (58%) van deze twee groepen kon bij navraag niet omschrijven wat dit beleid inhoudt. Vermindering van stikstofuitstoot (10%) of behoud/bescherming van natuur worden het meest genoemd als onderdeel van het beleid.

- **Ondernemers (n=357)** zijn vaker op de hoogte (21%) of zegt het beleid wel iets (38%).

De rijksoverheid en de provincies hebben in 2020 een nieuw beleid geformuleerd voor natuurherstel en -ontwikkeling. Was je voor dit onderzoek op de hoogte van het bestaan van dit beleid?
(Basis - NL publiek, n=1.525)



Wat houdt dit beleid volgens jou in?
Open vraag – Gecodeerde antwoorden
(Basis - NL publiek, (enigszins) op de hoogte van het nieuwe beleid, n=621)

Stikstofuitstoot verminderen	10%
Behoud/bescherming van natuur	8%
Boeren uitkopen/Minder landbouw	6%
Er wordt te weinig gedaan/Geen goed beleid	5%
Bomen planten/Meer groen	4%
Natuur met rust laten/Ruimte geven aan de natuur	3%
Biodiversiteit bevorderen/herstellen	3%
Respondent is negatief over overheid	2%
Uitstoot/luchtvervuiling beperken	2%
Duurzaam algemeen	1%
Overige antwoorden	8%
Weet niet/geen antwoord	58%



Resultaten: houding t.a.v. het beleid



Eerste indruk Programma Natuur overwegend positief (1/2)

Respondenten kregen vervolgens een (korte) introductie over het Programma Natuur voorgelegd.

In 2020 hebben de Rijksoverheid en provincies een gezamenlijke aanpak aangekondigd om de natuur in Nederland te herstellen en versterken voor in de toekomst. Deze aanpak heet het 'Programma Natuur'.

Aanleiding voor dit programma is bijvoorbeeld het gebrek aan insecten die gewassen bestuiven, verlies van vruchtbare bodems voor voedsel en hittestress. Het verlies aan biodiversiteit (verscheidenheid in soorten planten en dieren) is een van de grootste risico's voor de samenleving en de economie.

Daarom neemt de overheid nu direct al maatregelen en wordt er gewerkt aan een groter herstelproject van 2023 tot 2030. Hierin wordt gekeken naar kwetsbare soorten en dieren, maar ook naar de staat van de bodem, waterhuishouding en verbinding tussen natuurgebieden. Naar natuur binnen én buiten natuurgebieden, die tegen een stootje kan.

De Rijksoverheid en provincies trekken hierin op met lokale overheden en andere lokale (terreinbeherende) organisaties met als doel gezamenlijk voor natuurherstel en -versterking voor in de toekomst te kunnen zorgen.

Eerste indruk Programma Natuur overwegend positief (2/2)

Na deze introductie van het Programma Natuur is de eerste indruk overwegend positief. 51% stelt positief tegenover het programma te staan, 6% heeft een negatieve eerste indruk.

Ook kregen respondenten enkele emoties voorgeschoteld, waarbij ze op een schaal van 0 tot 100 konden aangeven welke emoties de beschrijving bij hen oproept. De figuur hiernaast toont dat de meeste emoties rond de neutrale startpositie (50 punten) zijn gebleven, al scoren positieve emoties als blijheid (58) en optimisme (56) hoger dan negatieve emoties als angst (37) en weerstand (38).

- **Ondernemers (n=357)** ervaren meer emoties dan overige respondenten en deze gaan vaker verschillende kanten op. Bij deze groep blijven de meeste emoties echter ook rond de startscore van 50 hangen. De introductietekst over het Programma Natuur wekt bij hen onder andere meer vertrouwen (56), cynisme (52) en zorgen (57) op.

In hoeverre sta jij positief of negatief tegenover het Programma Natuur?

(Basis – NL publiek, n=1.525)



■ Zeer negatief ■ Negatief ■ Niet positief, niet negatief ■ Positief ■ Zeer positief ■ Weet niet/geen mening

In hoeverre roept het Programma Natuur de volgende emoties bij jou op (1=In zeer lage mate, 100= In zeer hoge mate)? (Basis – NL publiek, n=1.525)

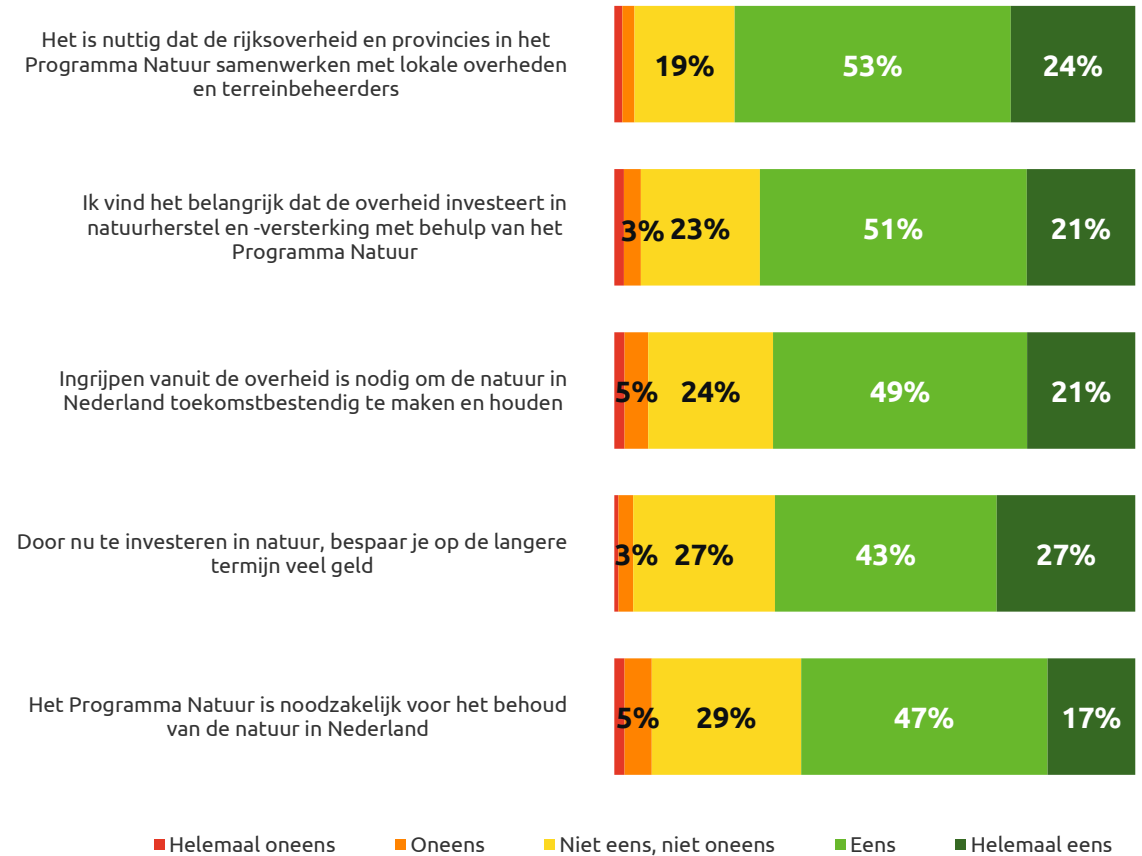


Meerderheid erkent belang en nut Programma Natuur

70% van het Nederlands publiek onderschrijft het belang van ingrijpen vanuit de overheid om de natuur in Nederland bestendig te maken en houden voor de toekomst. Dit geldt ook voor het Programma Natuur specifiek: 72% erkent het belang van het investeren in de natuur door middel van het programma, 77% vindt het nuttig dat daarin wordt samengewerkt met lokale overheden en terreinbeheerders en 64% stelt zelfs dat het Programma Natuur noodzakelijk is voor natuurbehoud.

Los van het programma stelt tot slot 70% dat investeren in natuur op de langere termijn veel geld kan besparen.

In hoeverre ben je het eens met de volgende stellingen? (Basis – NL publiek, n=1.525)

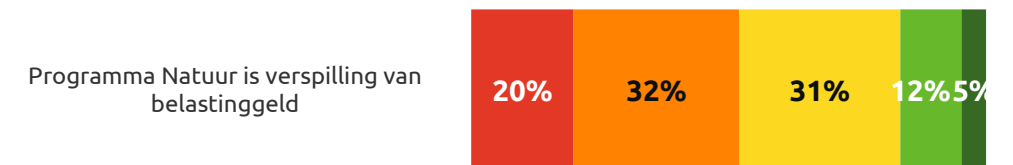
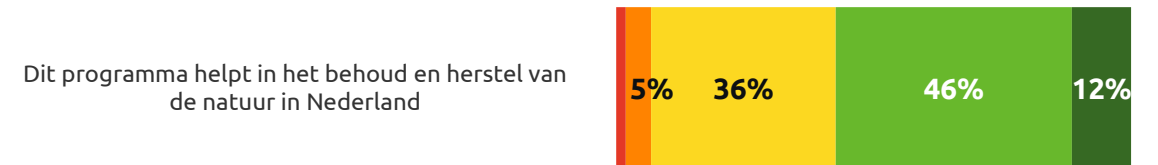


Programma wekt overwegend positieve eerste indruk in effectiviteit voor natuurbehoud en -herstel

De verwachte effectiviteit van het Programma Natuur is na een eerste introductie overwegend positief. 58% denkt dat dit programma zal helpen bij natuurbehoud- en herstel in Nederland. Op de vraag of dit beleid vertrouwen geeft voor de toekomst van de natuur in Nederland antwoordt men neutraal tot positief.

- **Ondernemers (n=357)** vinden weliswaar vaker dat het beleid hen vertrouwen in de toekomst van de natuur geeft (47%), toch is er ook een groter deel respondenten in deze groep die het Programma Natuur na de eerste indruk verspilling van belastinggeld vindt (36%).

In hoeverre ben je het eens met de volgende stellingen? (Basis – NL publiek, n=1.525)



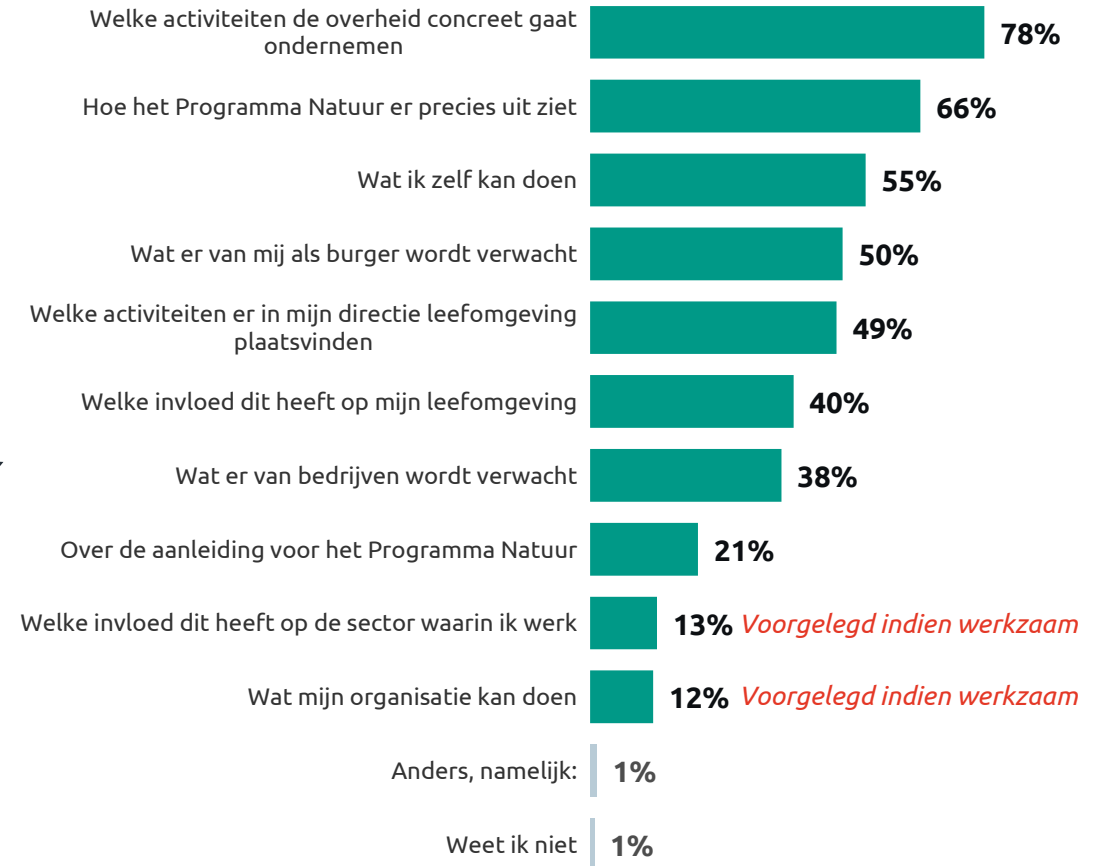
■ Helemaal oneens ■ Oneens ■ Niet eens, niet oneens ■ Eens ■ Helemaal eens

Kwart Nederlanders wil meer weten over het natuurbeleid

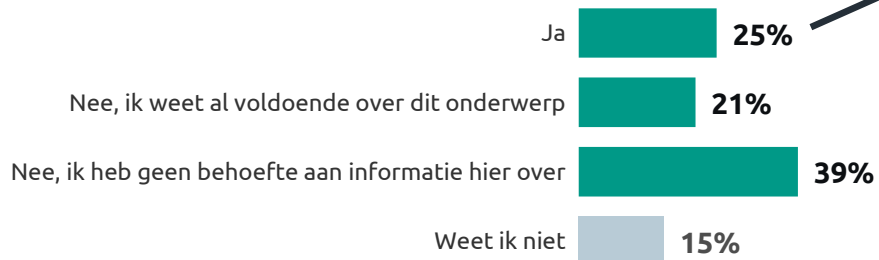
Onder een kwart van het Nederlands publiek is nog behoefte aan aanvullende informatie over het Programma Natuur. 21% zegt al voldoende te weten en 39% heeft geen behoefte aan meer informatie. Als men meer wil weten is dit vooral over de concrete inhoud van het programma (66%) en welke activiteiten daarbij horen (78%). Ruim de helft (55%) wil weten wat zij zelf kunnen bijdragen.

- Een kwart van de **ondernemers (n=357)** is geïnteresseerd in wat hun organisatie kan bijdragen (24%) of welke gevolgen het programma heeft voor hun sector (25%).

Waar zou je dan meer over willen weten?
(Basis – NL publiek, behoefte aan meer informatie, n=399)



Heb je behoefte aan (meer) informatie over het natuurbeleid van de overheid en de uitvoering hiervan in de komende jaren?
(Basis – NL publiek, n=1.525)

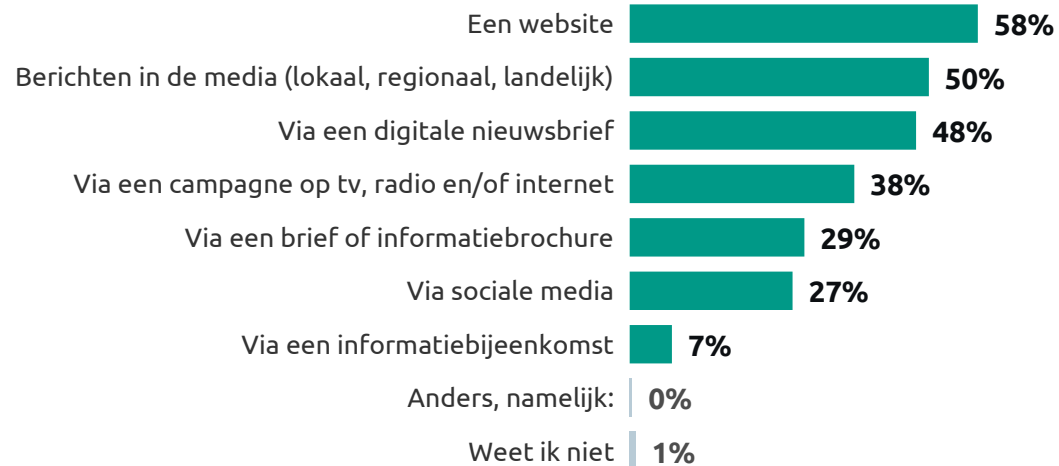


Voorkeur voor informatievoorziening gaat uit naar websites en via de eigen gemeente of Rijksoverheid in het algemeen

Mensen met een aanvullende informatiebehoefte ontvangen die informatie het liefst via websites (58%), berichten in de media (50%) of een digitale nieuwsbrief (48%). De bron van deze informatie is idealiter hun eigen gemeente (64%) of de Rijksoverheid in het algemeen (60%).

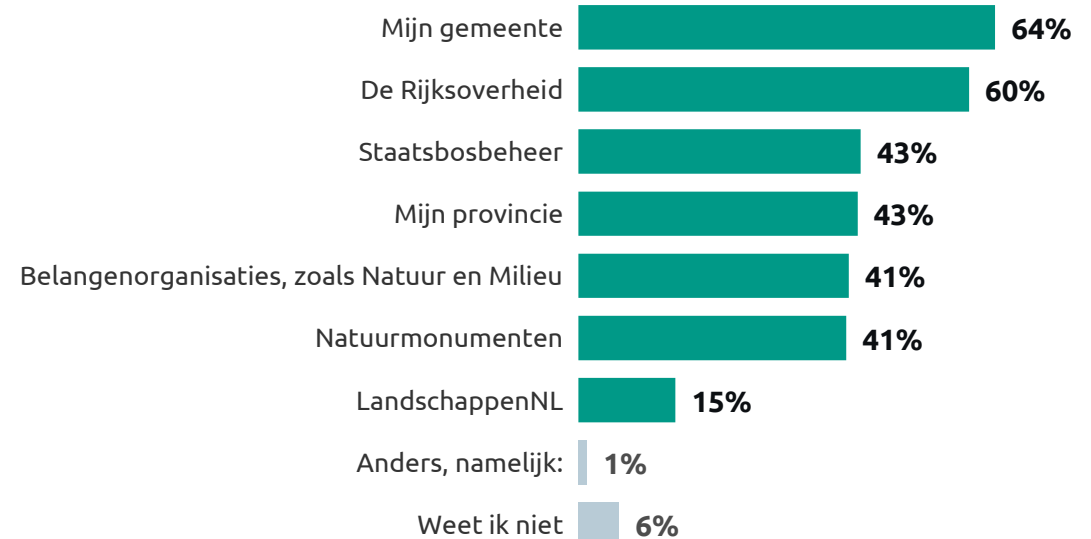
In welke vorm zou je meer informatie willen krijgen over het Programma Natuur?

(Basis – NL publiek, behoefte aan meer informatie, n=376)



Van wie zou je hier meer informatie over willen ontvangen?

(Basis – NL publiek, behoefte aan meer informatie, n=376)



A woman in a black and white patterned jacket and glasses looks upwards with a thoughtful expression. She is surrounded by blurred figures of business professionals in a modern office building with large glass windows. The scene is brightly lit, suggesting a sunny day.

Resultaten: actiebereidheid



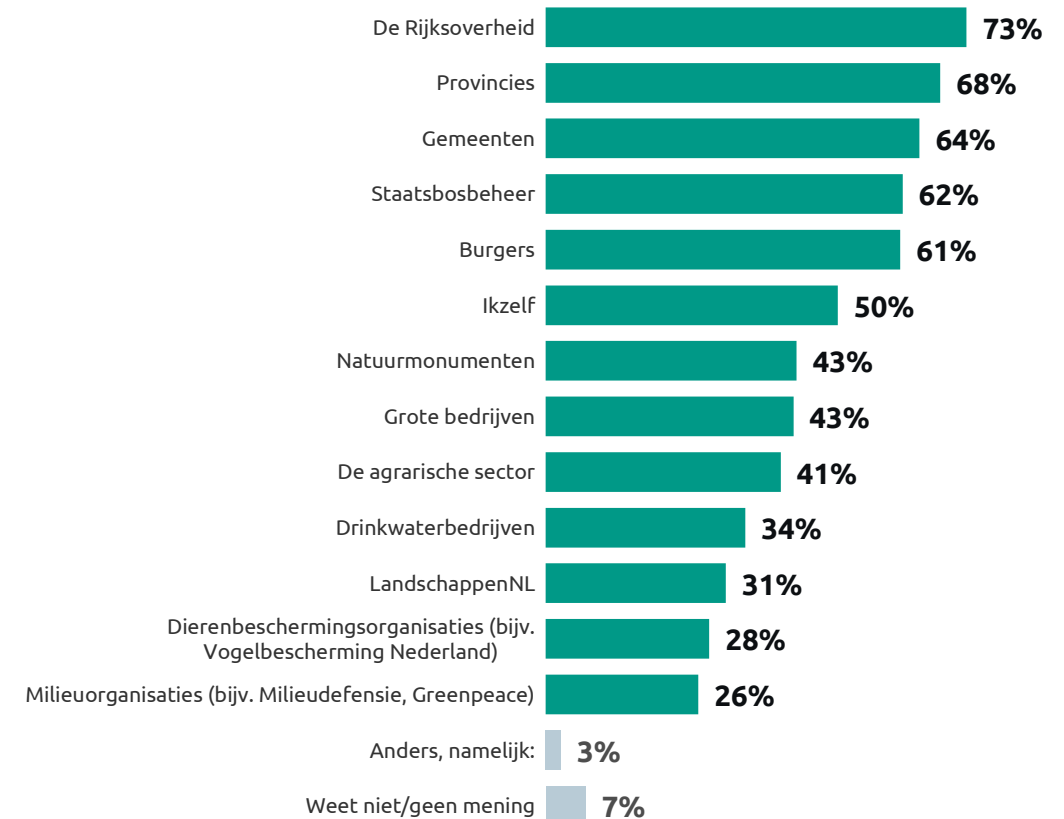
Verantwoordelijkheid voor de natuur wordt in eerste plaats bij de overheid gelegd

De Rijksoverheid wordt als hoofdverantwoordelijke voor natuurbeleid genoemd door het Nederlands publiek (73%) gevolgd door provincies (68%) en gemeenten (64%). Verder vindt 61% burgers in het algemeen verantwoordelijk en daarna pas zichzelf (50%).

- Gemiddeld wijst men 6 verschillende verantwoordelijken aan, bij **ondernemers (n=357)** is dat 5.

Wie zijn er volgens jou verantwoordelijk als het gaat om natuurbescherming/-ontwikkeling in Nederland?

(Basis – NL publiek, n=1.525)



Kleine meerderheid heeft intentie zich in te zetten voor natuur

De helft van de Nederlanders vindt zichzelf medeverantwoordelijk voor de natuur. Net wat vaker (bij 56%) is er de intentie om daadwerkelijk een steentje bij te dragen. 8% stelt dit niet te willen. Als belangrijkste redenen hiervoor worden een gebrek aan tijd (18%) of behoefte/interesse (16%) genoemd. Ook een gebrek aan urgentie ("menselijk ingrijpen is niet nodig") wordt als belangrijk argument aangedragen (12%).

- De intentie om bij te dragen is onder **ondernemers (n=357)** hoger (65%).

Ik wil graag een steentje bijdragen aan natuurherstel/-ontwikkeling

(Basis – NL publiek, n=1.525)



Waarom ben je niet van plan bij te dragen aan natuurherstel?

Open vraag – Gecodeerde antwoorden

(Basis – NL publiek, niet van plan steentje bij te dragen, n=113)

Daar heb ik geen tijd voor	18%
Geen behoefte aan/Geen interesse	16%
Niet nodig/Natuur redt zichzelf	12%
Ik weet niet hoe	10%
Helpt niet (genoeg)/Druppel op een gloeiende plaat	10%
Kost geld	6%
Ik doe al genoeg	6%
Dat is niet mijn verantwoordelijkheid/Taak van de (lokale) overheid	5%
Ik ben hier te oud voor	2%
Ik houd niet van natuur	1%
Overige antwoorden	10%
Weet niet/geen antwoord	14%

"Omdat dat zij zichzelf heel goed kan redden en de mens echt een halt toe roept (...)"

"Heeft geen zin zolang er nog hele grote industriële vervuilers zijn die gewoon hun gang gaan."

Nederlanders willen bijdragen, maar weten niet altijd hoe

Eerder zagen we dat de helft van de Nederlanders zichzelf verantwoordelijk vindt voor natuurbehoud en –herstel en hier aan bij wil dragen.

65% heeft het idee zelf daadwerkelijk iets te kunnen doen om hier aan bij te dragen. Niet goed weten wat zij precies kunnen doen kan hier een drempel vormen (26%). Een kleine groep (11%) vindt bijdragen aan natuurherstel te veel moeite, maar de meerderheid deelt deze mening niet (58% oneens).

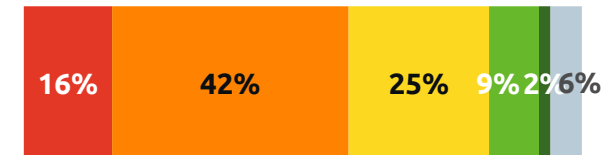
- **Ondernemers (n=357)** vinden het vaker te veel moeite om bij te dragen aan natuurbescherming (25%).

In hoeverre ben je het eens met de volgende stellingen? (Basis – NL publiek, n=1.525)

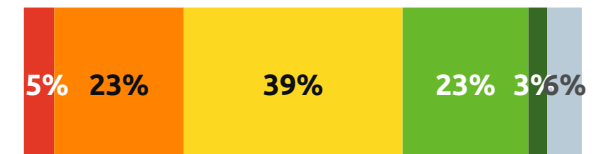
Ik heb het idee dat ik zelf wat kan bijdragen aan de bescherming van de natuur



Ik vind het te veel moeite om bij te dragen aan de bescherming van de natuur



Ik weet niet goed wat ik kan doen om natuurherstel te ondersteunen



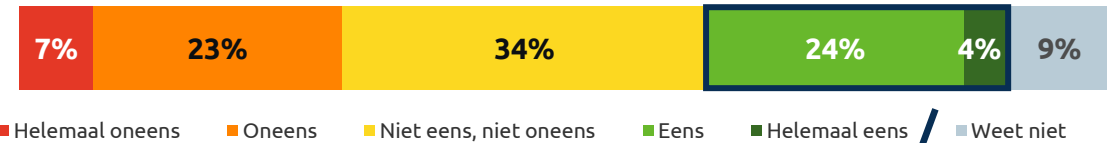
■ Helemaal oneens ■ Oneens ■ Niet eens, niet oneens ■ Eens ■ Helemaal eens ■ Weet niet

Ruim een kwart onderneemt nu al actie; weinig concrete plannen voor de toekomst

Bij 28% van de Nederlanders komt de wil om bij te dragen aan natuurherstel of –ontwikkeling momenteel tot uiting in actie. 30% stelt op dit moment geen dingen in deze richting te ondernemen. Plannen of huidige acties zijn er met name in de vorm van opruimen, afval scheiden, (energie)zuiniger leven, minder of niet met de auto reizen of het hebben van een wilde/groene tuin.

Voor de toekomst is men weinig concreet: 15% heeft plannen om in actie te komen voor de Nederlandse natuur.

Ik onderneem in mijn dagelijks leven regelmatig actie om natuurherstel/-ontwikkeling te ondersteunen (Basis – NL publiek, n=1.525)



Wat ben je van plan en/of doe je nu al om bij te dragen aan natuurherstel/-versterking? (Basis – NL publiek, onderneemt al actie, n=420)

Opruimen/schoon houden

“Troep op straat opruimen, zelf niks weggooien op straat en in de natuur.”

(Energie)zuiniger leven

“Zuinig met water, gas en elektriciteit. Bij mijn boodschappen kopen, opletten wat ik koop.”

Wilde/groene tuin

“Planten en bloemen in mijn tuin om bijen en vlinders te lokken.”

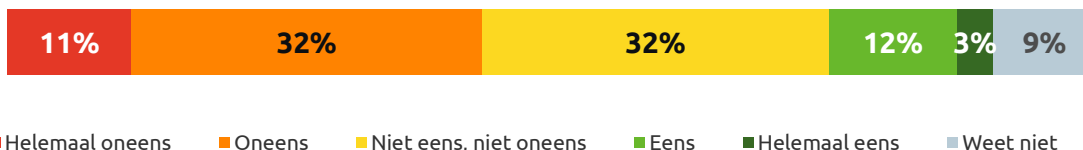
Afval scheiden

“Alle afval scheiden en apart in glasbak, papierbak en bak voor blik en plastic deponeren.”

Minder/niet met de auto

“Minder reizen met de auto en meer met de fiets en/of te lopen of met OV te gaan reizen.”

Ik heb concrete plannen om in actie te komen voor de Nederlandse natuur (Basis – NL publiek, n=1.525)



Ondernemers komen al vaker in actie voor natuur en proberen hier zoveel mogelijk rekening mee te houden

Ten opzichte van Nederlanders in het algemeen (28%) nemen ondernemers momenteel al vaker stappen om de natuur te ondersteunen (41%) en stellen zij zoveel mogelijk rekening te houden met de natuur (60%). Acties die zij nu ondernemen zijn bijvoorbeeld het verduurzamen in het algemeen, zorgen voor meer groen/biodiversiteit, opruimen of schoonhouden van de omgeving. Ondernemers noemen ook vaak dat zij vanuit hun bedrijf al in algemene zin bijdragen of zorgen voor onderhoud en beheer van de natuur.

Ik onderneem met mijn bedrijf regelmatig actie om natuurherstel/ontwikkeling te ondersteunen (Basis - Ondernemers, n=357)



Wat voor soort dingen onderneem je om natuurherstel/ontwikkeling te ondersteunen? (Basis – Ondernemer, onderneemt al actie, n=163)

Draagt vanuit bedrijf bij (algemeen)

"Ik ben boer, dus ik draag naar mijn mening heel veel bij."

Verduurzamen

"Verduurzamen (zonnepanelen, elektrische auto, lokale producten)."

Meer groen/biodiversiteit

"Biodiversiteit bevorderen door zaaien bloemenranden ed. "

Onderhoud/beheer

"Natuurland kopen en onderhouden en zorg voor dragen."

Opruimen/schoon houden

"Plastic opruimen in de berm."

Mijn bedrijf houdt zoveel mogelijk rekening met de natuur (Basis - Ondernemers, n=357)

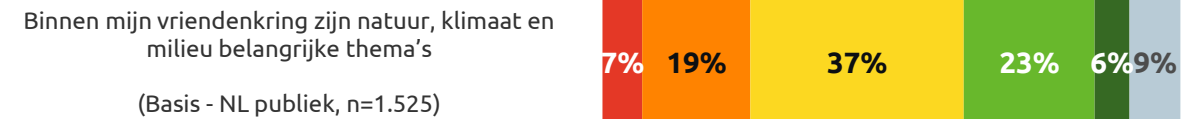
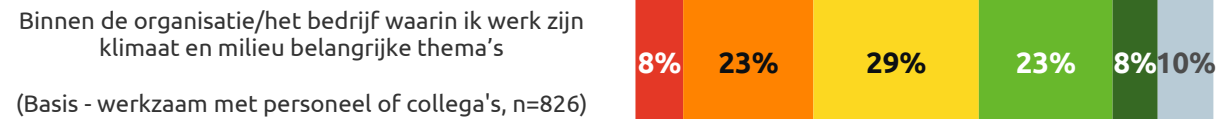


Perceptie dat natuur, milieu en klimaat niet erg leeft in eigen sociale omgeving

Een ondersteunende sociale omgeving tot slot kan bijdragen aan het omzetten van intentie in gedrag. Natuur is in deze sociale omgeving echter niet altijd een belangrijk onderwerp. 31% van de werkende Nederlanders met collega's stelt dat klimaat en milieu op de werkvloer belangrijke thema's zijn, voor 31% is dat niet het geval. Binnen de vriendenkring zijn dit voor 29% van het Nederlandse publiek belangrijke thema's, tegenover 26% waar dat minder het geval is.

- Voor **ondernemers (n=357)** zijn klimaat en milieu binnen de organisatie (49%) of vriendenkring (41%) vaker belangrijke thema's.
- Rekening houden met de natuur kan ook uitstralen naar buiten toe. Zo stelt 65% van de **ondernemers (n=357)** dat dit goed is voor het imago van hun organisatie.

In hoeverre ben je het eens met de volgende stellingen?



■ Helemaal oneens
 ■ Oneens
 ■ Niet eens, niet oneens
 ■ Eens
 ■ Helemaal eens



Bijlagen



Bijlage | Mentality en Vijf tinten groener

In dit rapport worden de resultaten verdiepend ook bekeken aan de hand van het Vijf tinten groener-model (VTG). Dit model 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.

Bijlage | Mentality en Vijf tinten groener

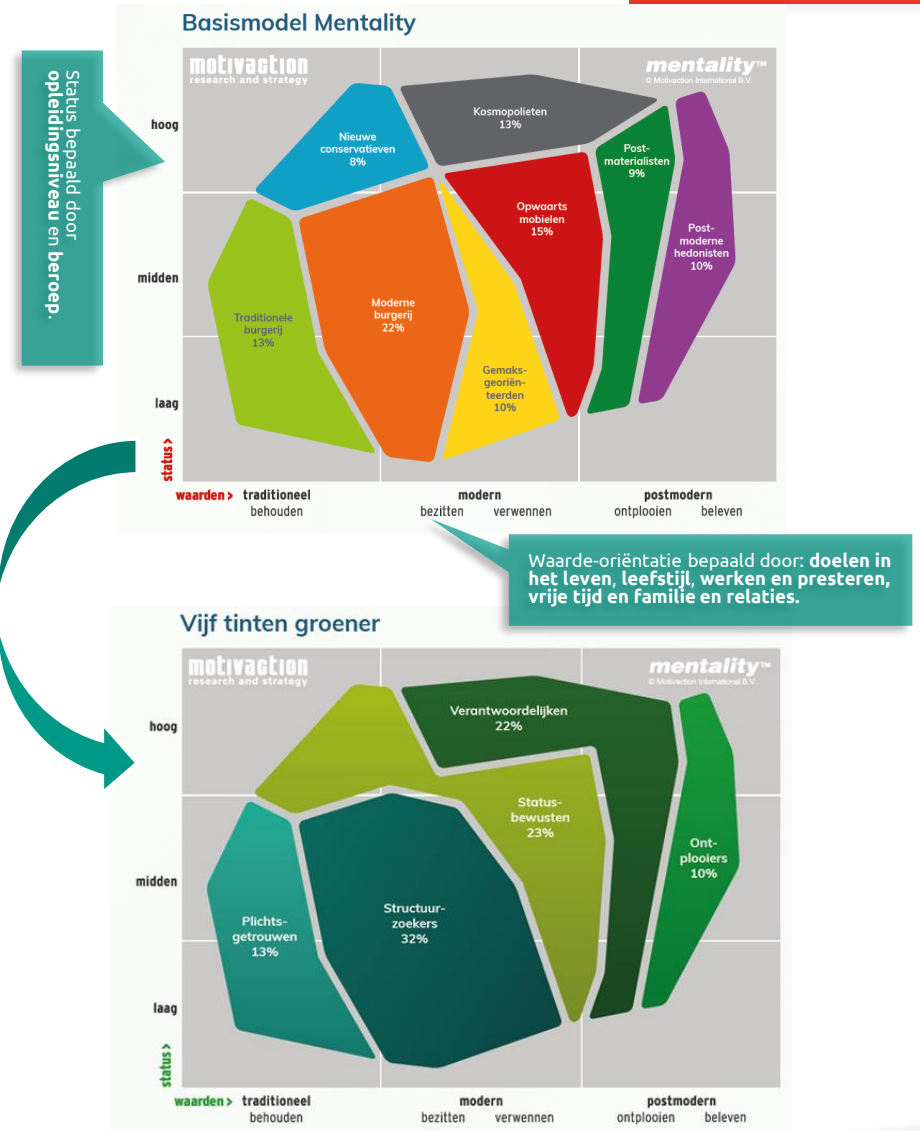
De verschillende sociale milieus met hun karakteristieke waardenprofielen zijn globaal ingedeeld aan de hand van drie waardenoriëntaties:

- 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).



Bijlage | 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, gemaksgereïenteerden) hebben weinig met duurzaamheid en zijn daarom lastiger te motiveren duurzamere keuzes te maken. Voor statusbewusten (opwaarts mobilen 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.

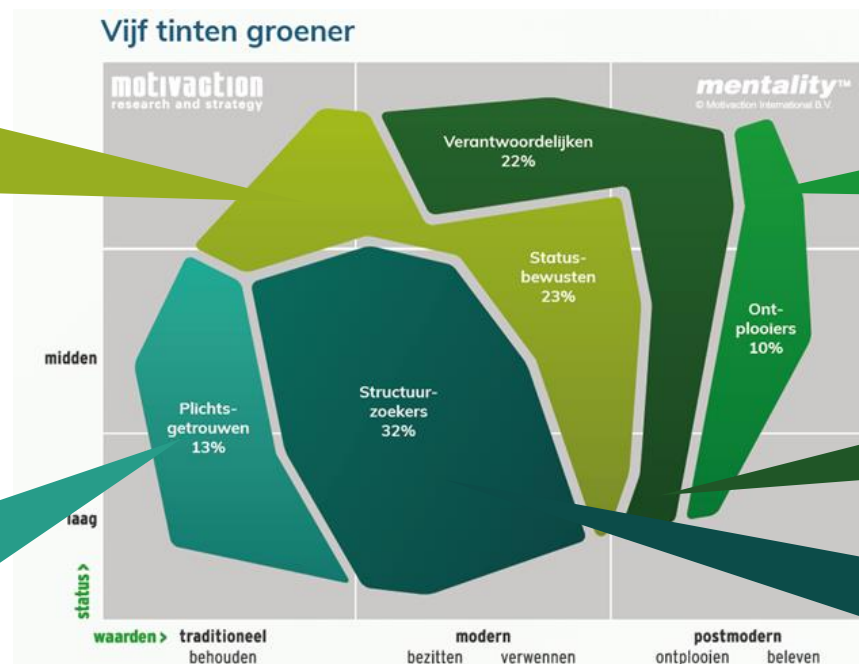
Duurzaamheid: geïnteresseerd, kritisch, statussymbool.

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.

Bijlage | Uitdieping resultaten Vijf tinten groener

Waardenoriëntatie lijkt in dit onderzoek ook een rol te spelen. Zo voelen sommige groepen zich meer betrokken bij natuurbehoud/herstel dan anderen. Een belangrijke constatering is echter dat al deze verschillen relatief zijn. In grote lijnen is het eerder geschetste beeld op alle groepen van toepassing. Er is geen subgroep die natuur onbelangrijk vindt of die nog overtuigd moet worden van het belang van natuurbeleid in het algemeen. In onderstaand overzicht wordt bij enkele resultaten getoond welke groep hier relatief hoog of relatief laag op scoort.

Bewust: Staan het minst vaak stil bij de staat van de natuur.

Zorgen: Maken zich minder vaak zorgen om de natuur.

Geïnformeerd: Zijn minder vaak op de hoogte van natuurproblematiek in het algemeen en beleid Programma Natuur specifiek en hebben minder vaak een informatiebehoefte.

Attitude: Minder vaak positief over Programma Natuur.

Effectiviteit en belang: Vinden Programma Natuur minder vaak belangrijk en nuttig voor natuurbehoud/-herstel.

Verantwoordelijkheid: Vinden minder partijen (mede)verantwoordelijk voor natuur.

Eigen effectiviteit: Weten vaker niet goed wat zij zelf kunnen bijdragen.

Intentie: Lagere intentie om bij te dragen aan natuurbehoud/-herstel.

Sociale omgeving: Klimaat en milieu zijn in vrienden- of collega-kring minder vaak belangrijke thema's.

Gedrag: Onderneemt minder vaak actie op natuurgebied.

Plannen: Heeft minder vaak al concrete plannen om bij te dragen aan natuurherstel/bescherming

Drempels: Vinden het vaker te veel moeite om bij te dragen aan natuurbescherming/-herstel

Sociale omgeving: Binnen organisatie waar zij werken zijn natuur/milieu vaker belangrijke thema's

Plannen: Heeft vaker al concrete plannen om bij te dragen aan natuurherstel/bescherming

Bewust: Staan vaker stil bij de natuur om hen heen.

Zorgen: Maken zich het vaker zorgen om de natuur.

Geïnformeerd: Zijn vaker op de hoogte van natuurproblematiek in het algemeen en beleid Programma Natuur specifiek. Hebben ook vaker een informatiebehoefte.

Attitude: Vaker positief over Programma Natuur.

Effectiviteit en belang: Vinden Programma Natuur vaker belangrijk en nuttig voor natuurbehoud/-herstel.

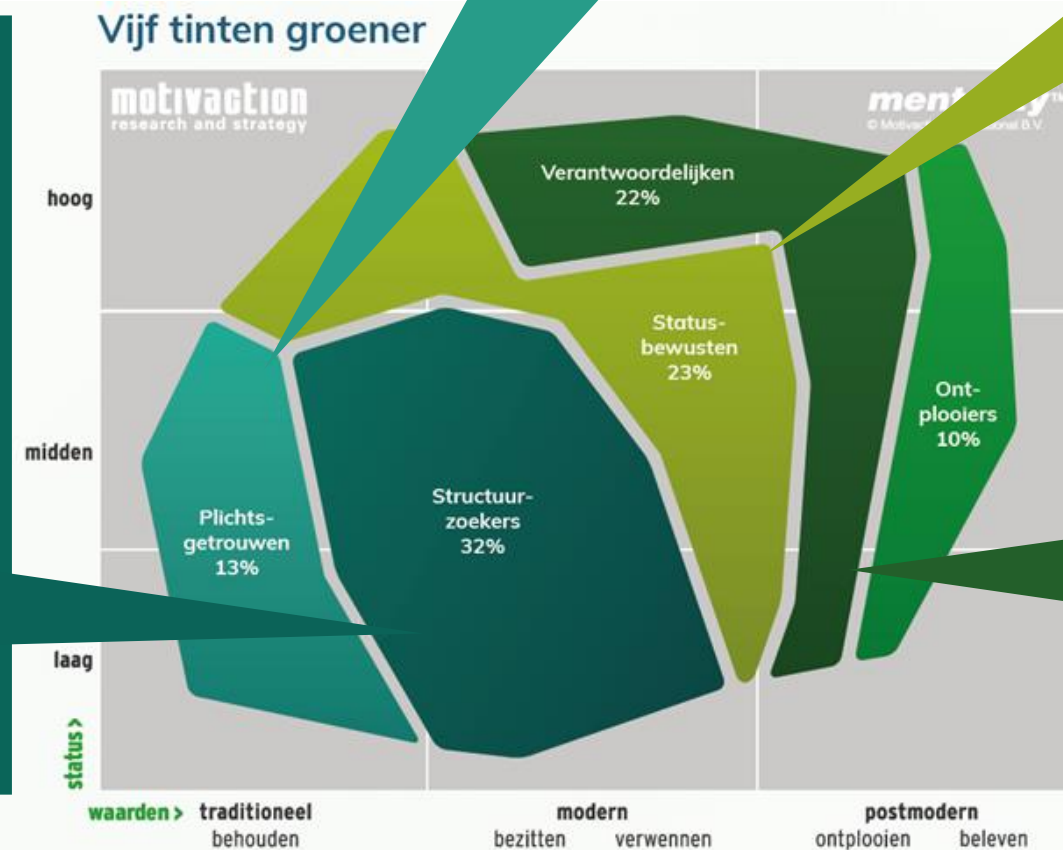
Verantwoordelijkheid: Vinden meer partijen (mede)verantwoordelijk voor natuur.

Eigen effectiviteit: Hebben vaker het idee zelf iets te kunnen bijdragen.

Intentie: Hogere intentie om bij te dragen aan natuurbehoud/-herstel.

Sociale omgeving: Klimaat en milieu zijn in vrienden- of collega-kring vaker belangrijke thema's.

Gedrag: Onderneemt vaker nu al actie op natuurgebied.



Bijlage

Onderzoekstechnische informatie - kwantitatief

Veldwerkperiode

Het veldwerk is uitgevoerd in de periode 13 tot 24 januari 2022.

Methode respondentenselectie

- Uit het StemPunt-panel van Motivaction.
- Door een gespecialiseerd respondentenselectiebureau.

Incentives

- De respondenten hebben als dank voor deelname aan het onderzoek punten voor respectievelijk het StemPunt-spaarprogramma of spaarprogramma van het externe respondentenbureau ontvangen.

Weging

De onderzoeksdata voor het algemeen Nederlands publiek zijn gewogen (zie ook bijlage gewogen en ongewogen data), daarbij fungeerde het Mentality-ijkbestand als herwegingskader. Dit ijkbestand is wat betreft sociodemografische gegevens gewogen naar de Gouden Standaard van het CBS.

Responsverantwoording online onderzoek

In de veldwerkperiode is aan 8.805 personen een uitnodigingsmail verstuurd. Op de slotdatum van het veldwerk (zie bij Veldwerkperiode) was het gewenste aantal vragenlijsten ingevuld en is de toegang tot de vragenlijst op internet afgesloten.

Bewaartermijn primaire onderzoeksbestanden

Digitaal beschikbare primaire onderzoeksbestanden worden tot tenminste 12 maanden na afronden van het onderzoek bewaard. Hetzelfde geldt voor schriftelijke primaire bestanden zoals ingevulde vragenlijsten. Een uitzondering vormen beeld- en geluidsopnames van respondenten, deze worden ten hoogste 6 maanden bewaard.

Overige onderzoekstechnische informatie

Overige onderzoekstechnische informatie en een exemplaar van de bij dit onderzoek gehanteerde vragenlijst is op aanvraag beschikbaar voor de opdrachtgever.

Bijlage | Nederlands algemeen publiek

Ongewogen en gewogen data

Kenmerken	Ongewogen		Gewogen	
	n	%	n	%
Leeftijd				
18 t/m 24 jaar	91	6,0	175	11,5
25 t/m 34 jaar	164	10,8	239	15,7
35 t/m 44 jaar	207	13,6	258	16,9
45 t/m 54 jaar	300	19,7	301	19,8
55 t/m 64 jaar	345	22,6	256	16,8
65 t/m 80 jaar	418	27,4	297	19,4
Opleidingsniveau				
Hoog (wo/hbo)	428	28,1	405	26,5
Middel (havo/vwo/mbo/mavo)	752	49,3	794	52,1
Laag (ibo/basisschool/geen opleiding)	345	22,6	326	21,4
Geslacht				
Mannen	798	52,3	738	48,4
Vrouwen	727	47,7	787	51,6

Kenmerken	Ongewogen		Gewogen	
	n	%	n	%
Regio				
3 grote gemeenten	155	10,2	175	11,5
West	461	30,2	435	28,5
Noord	154	10,1	160	10,5
Oost	325	21,3	323	21,2
Zuid	377	24,7	375	24,6
Randgemeenten	53	3,5	56	3,7
Mentality				
Moderne burgerij	306	20,1	342	22,4
Opwaarts mobilen	206	13,5	242	15,9
Postmaterialisten	202	13,2	144	9,4
Nieuwe conservatieven	140	9,2	126	8,3
Traditionele burgerij	219	14,4	189	12,4
Kosmopolieten	180	11,8	199	13,0
Postmoderne hedonisten	169	11,1	155	10,2
Gemaksgeoriënteerden	103	6,8	129	8,4

Bijlage | Ondernemers

Ongewogen data

Kenmerken	Ongewogen	
	n	%
Regio		
3 grote gemeenten	28	7,8
West	100	28,0
Noord	39	10,6
Oost	83	23,2
Zuid	95	26,6
Randgemeenten	13	3,6
Bedrijfsgrootte		
ZZP	20	5,6
2-9	12	3,4
10-49	90	25,2
50-199	123	34,4
200-499	50	14,0
500+	60	16,8
Onbekend	2	0,6

Kenmerken	Ongewogen	
	n	%
Branche		
Landbouw, bosbouw en visserij	55	15,4
Delfstoffenwinning	2	0,6
Industrie	95	26,6
Energievoorziening	13	3,6
Waterbedrijven en afvalbeheer	4	1,1
Bouwnijverheid	40	11,2
Vervoer en opslag	61	17,1
Financiële dienstverlening	70	19,6
Cultuur, sport en recreatie	17	4,8

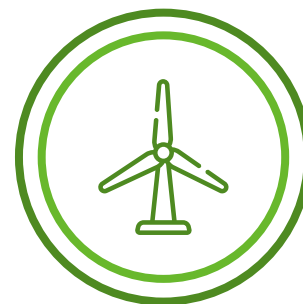
Wij verminderen onze footprint



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](#).

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
insights and strategy