

NEDERLANDERS & DE WERELD 2015

KALEIDOS
RESEARCH **6**



Kaleidos Research is hét onderzoeksbureau op het terrein van mondiale vraagstukken. Kaleidos Research onderzoekt hoe Nederlanders zich relateren aan de wereld en zich verhouden tot mondiale vraagstukken. We werken daarin samen met, en in opdracht van, overheid en politiek, maatschappelijke organisaties, wetenschap en bedrijfsleven. Maar ook informeert en betreft Kaleidos Research Nederlanders zelf bij deze mondiale vraagstukken.

Kaleidos Research is onderdeel van Stichting NCDO.

Heeft u vragen of opmerkingen over dit onderzoek of wilt u op de hoogte worden gehouden van nieuw onderzoek, neem dan contact op met Kaleidos Research via info@kaleidosresearch.nl.

Illustratie omslag: Kim Verschoor

ISBN: 978-90-74612-70-8

Amsterdam, december 2015

KALEIDOS
RESEARCH

**Pakhuis de Zwijger
Piet Heinkade 181 H
1019 HC Amsterdam
www.kaleidosresearch.nl
twitter: @kaleidosR**

NEDERLANDERS & DE WERELD 2015

EVELIEN BOONSTOPPEL

SAMENVATTING

In *'Nederlanders & de Wereld 2015'* beschrijven we voor het vierde opeenvolgende jaar hoe duurzaam Nederlanders van 18 jaar en ouder zich gedragen. Ook laten we zien in hoeverre Nederlanders zich verbonden voelen met de rest van de wereld.

Wel of niet duurzaam?

Of Nederlanders zich wel of niet duurzaam gedragen, is lastig te zeggen. Dit verschilt erg per type gedrag. Zo laten maar weinig Nederlanders de kraan lopen tijdens het tandenpoetsen maar eten er tegelijkertijd veel Nederlanders vaak vlees.

Weinig ontwikkeling in duurzaam gedrag

Het duurzame gedrag van Nederlanders is de afgelopen jaren min of meer stabiel gebleven. Nederlanders zijn zich in 2015 niet duurzamer gaan gedragen ten opzichte van de afgelopen drie jaar. Ze eten nog net zo vaak vlees, gooien nog net zo vaak voedsel weg en gebruiken nog net zo vaak de droger. Positief nieuws is dat Nederlanders zich in ieder geval ook niet minder duurzaam zijn gaan gedragen. Deze stabiliteit lijkt in sterk contrast te staan met de toenemende aandacht die er in de samenleving is voor het thema duurzaamheid. Mogelijk vindt er gedragsverandering op kleinere schaal plaats, die we niet kunnen vangen met onze onderzoeksmethode. Het kan ook zijn dat het even duurt voor de aandacht voor duurzaamheid zijn weerslag vindt in het daadwerkelijke gedrag van de Nederlandse burger.

Aankoop biologische producten niet de norm

Weinig Nederlanders menen dat het kopen van biologische producten in de eigen sociale kring gebruikelijk is. Nederlanders schatten het aantal keren dat hun vrienden, familie en collega's deze producten kopen laag in. Het merendeel van die omgeving doet dit naar inschatting soms, een aanzienlijk deel zelfs nooit. De

cijfers impliceren eerder het andere uiterste, namelijk dat het in de eigen kring gebruikelijk is om géén biologische producten te kopen. Daarnaast zijn er relatief veel Nederlanders die aangeven geen idee te hebben over wat vrienden en familie wel en niet kopen. Dit impliceert dat mensen weinig met elkaar praten over welke producten men in het boodschappenmandje legt. Nederlanders die zelf relatief vaak biologische producten kopen, schatten ook het biologische koopgedrag van hun naasten hoger in.

Geen druk om biologische producten te moeten kopen

Nederlanders ervaren naar eigen zeggen weinig druk vanuit de omgeving om biologische producten te kopen. Ruim twee op de drie Nederlanders menen dat hun omgeving níet van hen verwacht dat ze biologische producten kopen. Slechts een klein aantal geeft aan dat de naaste omgeving deze verwachting wel heeft. Dit zijn de Nederlanders die zelf ook relatief vaak biologische producten kopen.

Sociale omgeving beïnvloedt milieuvriendelijk gedrag

Er is een samenhang tussen het ingeschatte koopgedrag van de omgeving (de sociale norm) en de druk die men ervaart vanuit diezelfde sociale kring om aan de norm te voldoen (groepsdruk). Nederlanders die denken dat biologisch koopgedrag gewaardeerd wordt door de omgeving, schatten de mate waarin hun naasten zelf deze producten kopen ook hoger in. Ook kopen deze Nederlanders zelf relatief vaak biologische producten. Het eigen gedrag, het ingeschatte koopgedrag van naasten en de druk die men voelt vanuit de omgeving, zijn dus allemaal aan elkaar gerelateerd.

Positieve emoties over eigen milieuvriendelijke gedrag

Over het algemeen zijn Nederlanders best tevreden met hun eigen milieuvriendelijke gedrag; als men aan het eigen milieuvriendelijke gedrag denkt, dan hebben positieve emoties de overhand. Dit geldt ook voor Nederlanders die zich in de praktijk niet heel duurzaam gedragen. Een mogelijke verklaring ligt in de lage groepsdruk die zij ervaren. Nederlanders voelen maar weinig druk vanuit de omgeving om biologische producten te kopen. Waarom zouden ze zich dan ook schuldig of beschaamd voelen, zolang niemand iets van ze verwacht?

Negatieve emoties over milieuvriendelijke gedrag anderen

Opvallend is dat het milieuvriendelijke gedrag van andere Nederlanders vooral negatieve emoties oproept, ook onder de Nederlanders die zelf helemaal niet zo milieuvriendelijk bezig zijn. Wellicht is hier sprake van ‘*do-gooder derogation*’ (weerstand tegen ‘heilige boontjes’). Ook zou het kunnen zijn dat Nederlanders de lat hoger leggen voor anderen dan voor zichzelf, bijvoorbeeld vanuit de veronder-

stelling dat die ander meer te besteden heeft en dus ook vaker relatief dure biologische producten kan en moet kopen.

Minder voorkeur voor eigen normen en waarden

Het aandeel Nederlanders dat de voorkeur geeft aan de eigen normen en waarden boven die van andere culturen, is iets afgenomen. Vorig jaar zagen we hierin nog een duidelijke toename. Daarnaast is men iets minder overtuigd geraakt van het feit dat Nederlanders meer kansen moet hebben op een baan in Nederland dan een Pool. Verder vinden zes op de tien Nederlanders dat moslims gelijkwaardig zijn aan mensen met een ander geloof. Dit is gelijk aan de jaren hiervoor.

Pessimistischer over eigen bijdrage aan oplossen wereldproblemen

Over het algemeen lijken Nederlanders zich bewust van de onderlinge afhankelijkheid in de wereld. Voor een deel is deze onderlinge afhankelijkheid volgens hen dan ook in ons eigen belang. De helft van de Nederlanders meent dat rijke landen voordeel hebben bij het oplossen van armoede in arme landen. Als het gaat om het geloof in de eigen bijdrage – cruciaal voor een duurzame en gelijkwaardige wereld – is men echter een stuk minder overtuigd. Krap vier op de tien Nederlanders menen dat zij door de keuzes die ze maken in het dagelijkse leven, wereldproblemen kunnen helpen oplossen. Dit geloof in de eigen bijdrage is afgenomen ten opzichte van 2014.

Blik meer naar buiten

Een deel van de resultaten impliceert dat Nederlanders weer meer over de eigen landgrenzen heen kijken. Het aandeel Nederlanders dat vindt dat de Nederlandse overheid zich alleen op problemen binnen Nederland moet richten, is afgenomen ten opzichte van 2013 en 2014. Tegelijkertijd is er een toename in het aandeel Nederlanders dat vindt dat Nederland arme landen moet helpen met het oplossen van hun problemen. Bijna de helft van de Nederlanders onderschrijft deze stelling. Zelf voelen Nederlanders zich in mindere mate verantwoordelijk voor armoede in de wereld: een kwart zegt zich verantwoordelijk te voelen als ze zien hoe arm sommige mensen in de wereld zijn. De verantwoordelijkheid van de Nederlandse overheid is volgens Nederlanders groter dan de eigen verantwoordelijkheid in het oplossen van wereldwijde armoede.

Draagvlak voor overheidsinspanningen ontwikkelingshulp gestegen

Het aandeel Nederlanders dat het overheidsbudget voor ontwikkelingshulp wil verlagen, is het laagst sinds 2006. De positieve trend die zich vorig jaar openbaarde, heeft zich daarmee in 2015 definitief doorgezet. Een derde is van mening dat de overheid minder geld aan ontwikkelingshulp moet geven. In 2012 was nog

bijna de helft van de Nederlanders voor het verlagen van het budget. Het aandeel Nederlanders dat de overheidsuitgaven aan hulp graag ziet toenemen, is het afgelopen jaar iets gegroeid. Ongeveer de helft van de Nederlanders vindt dat de overheidsbesteding aan ontwikkelingshulp gelijk moet blijven. Daarmee heeft het draagvlak voor het budget voor ontwikkelingshulp het dieptepunt uit 2012 voorlopig achter zich gelaten.

Meer solidariteit, minder eigenbelang

De combinatie van hulp en handel is voor Nederlanders in mei 2015 iets meer vanzelfsprekend dan in januari 2013. Dit betekent niet dat er ook een vergelijkbare verschuiving is in de belangen die ontwikkelingshulp volgens Nederlanders zou moeten dienen. Er is juist meer steun voor hulp gemotiveerd vanuit solidariteit aan de allerarmsten, en minder steun voor hulp enkel gemotiveerd vanuit de eigen belangen van Nederland. We zagen eerder dat het draagvlak voor ontwikkelingshulp is toegenomen. De resultaten tonen aan dat dat deze stijging niet het gevolg is van het nieuwe beleid van minister Lilianne Ploumen, waarin naast hulp ook handel een centrale plaats kreeg. Waarschijnlijker is dat het toegenomen draagvlak het gevolg is van de aantrekkende binnenlandse economie: nu het weer beter gaat in Nederland hebben Nederlanders meer oog voor problemen buiten de eigen landgrenzen.

INHOUDSOPGAVE

SAMENVATTING	2
1. INLEIDING	8
1.1 Wat is mondiaal burgerschap	11
1.2 Dit onderzoek	12
2. DUURZAAM GEDRAG	13
2.1 Consumentengedrag	13
2.2 Energie & water	19
2.3 Mobiliteit	21
2.4 Recycling en omgang met afval	25
2.5 Informatie zoeken	26
2.6 Mening geven	29
2.7 Doneren aan goede doelen	30
2.8 Vrijwilligerswerk	32
2.9 Politieke participatie	33
2.10 Tot slot	35
3. HOUDING	36
3.1 Gelijkwaardigheid	36
3.2 Wederzijdse afhankelijkheid	40
3.3 Gedeelde verantwoordelijkheid	43
3.4 Tot slot	45

4. DE INVLOED VAN DE OMGEVING OP DUURZAAM GEDRAG	46
4.1 Groepsnormen en groepsdruk	47
4.2 Rol van emoties	52
4.3 Tot slot	55
5. NEDERLANDERS EN ONTWIKKELINGSSAMENWERKING	56
5.1 Steun voor overheidsbudget	56
5.2 Het belang van ontwikkelingssamenwerking	59
5.3 Hulp en handel	61
5.4 Tot slot	64
LITERATUUR	65
VERANTWOORDING	72

1. INLEIDING

Voor het vierde opeenvolgende jaar hebben we onderzocht hoe Nederlanders met hun alledaagse gedrag (bewust of onbewust) bijdragen aan een gelijkwaardige, rechtvaardige en duurzame wereld. Kiezen zij voor fairtrade en laten ze de auto staan? Ook hebben we onderzocht hoe Nederlanders denken over wereldwijde vraagstukken. Moeten we hier bijdragen aan de oplossing voor problemen buiten onze eigen landsgrenzen? Zijn mensen wereldwijd volgens Nederlanders gelijkwaardig aan elkaar? En hoe denken Nederlanders zelf een steentje bij te kunnen dragen aan het oplossen van problemen als klimaatverandering?

Vrede en veiligheid

Deze gedragingen en houding zijn cruciaal in een wereld die vraagt om wereldburgers die grensoverschrijdend denken. Reeds vorig jaar maakten grote conflicten en spanningen onmiskenbaar duidelijk dat we op de wereld met elkaar verbonden zijn. Onder meer de uitbraak van de dodelijke ziekte ebola hield de wereld in de greep. Terreur van Islamitische Staat (IS) in Irak en Syrië zorgde voor angst en onrust. Ook dit jaar joegen terroristische organisaties burgers wereldwijd angst aan. Toeristische trekpleisters in Egypte en Tunesië waren het doelwit van bloedige aanvallen. Ook Parijs ging gebukt onder terreur. In januari pleegde terroristen een aanslag op de redactie van het satirische tijdschrift Charlie Hebdo. En op een vrijdagavond in november schoten zelfbenoemde IS-strijders 130 onschuldige Parijzenaren dood. Die laatste aanslag vergrootte eens te meer het besef dat de strijd tegen terreur vraagt om een gezamenlijke aanpak van wereldleiders. Zelfs de bekoelde relatie tussen Rusland en de VS leek met dit doel voor ogen voor even ontdooit. Vrede en veiligheid waren al met al beeldbepalende thema's in 2015.

Europese samenwerking onder druk

Ook Europa krijgt indirect te maken met de gevolgen van spanningen in onder meer Syrië, Eritrea en Libië. Migrantengroepen die deze conflictgebieden proberen te

ontvluchten, zorgen voor een oplopende migratiedruk. Vluchtelingen proberen per boot via de Middellandse Zee of over land via Turkije en de zogenaamde ‘Balkan-route’ Europa te bereiken. Vooral de druk op Duitsland en Hongarije is groot. De problematiek rondom de opvang van deze vluchtelingen stelt de onderlinge solidariteit tussen Europese lidstaten op de proef. Zo komen bijna alle bootvluchtelingen aan in Italië of Griekenland, waardoor deze grenslanden in Zuid-Europa onevenredig worden belast. Deze Zuid-Europese landen verzochten daarom andere EU-landen om hen te ontzien door de opvang van deze vluchtelingen eerlijker te verdelen. Veel (Oost-Europese) landen waren echter niet bereid hun grenzen te openen voor een opgelegd aantal vluchtelingen. Niet alleen de vluchtelingenstroom bedreigt echter de Europese onderlinge solidariteit. Ook intern zijn er strubbelingen. Griekenland dreigde eerder dit jaar met een vertrek uit de eurozone. Uiteindelijk ging de storm rondom deze ‘Grexit’ weer liggen, maar de crisis liet zien dat Europese samenwerking niet in beton gegoten is. Deze wederkerigheid tussen Europese landen stond in 2015 stevig onder druk, terwijl het crucialer dan ooit lijkt dat Europese landen met elkaar samenwerken.

Binnenlandse ontwikkelingen

De wereld en Europa waren het afgelopen jaar toneel van gespannen onderlinge verhoudingen en grensoverschrijdende uitdagingen. Binnen Nederland waren er daarentegen voorzichtig positieve berichten over onder meer het herstel van de binnenlandse economie. De huizenmarkt lijkt zich volledig te hebben hersteld: de prijzen stijgen en de verkoop neemt toe. Ook is het consumentenvertrouwen gestegen. Het aantal bijstandsuitkering is voor het eerst sinds zeven jaar gestabiliseerd. Alleen de werkloosheid blijft relatief hoog.

De klimaattop in Parijs eind dit jaar leek in ieder geval een positieve impuls te geven aan het bewustzijn rondom duurzaamheid in Nederland. De vraag hoe Nederland in de toekomst schoner en duurzamer te maken, stond bij veel partijen hoog op de agenda (zie ook hoofdstuk 2). Naast diverse statements en oproepen, waren er ook veel positieve concrete initiatieven met het oog op duurzaamheid. Zo deed supermarktketen Jumbo de plofkip in de ban en beloofde de gemeente Amsterdam dat het openbaar vervoer over 10 jaar geheel elektrisch rijdt. Opmerkelijk was daarnaast de historische uitspraak van de Haagse Rechtbank in de zogenaamde Klimaatzaak aangespannen door duurzaamheidsorganisatie Urgenda. Dit vonnis dwong de Nederlandse Staat zijn klimaatbeleid op te schroeven om ervoor te zorgen dat we in 2020 25 procent minder broeikasgas produceren dan in 1990. Het kabinet zelf pleitte voor een nieuw voedselbeleid. Dit nieuwe beleid moet onder andere voedselverspilling tegengaan en op de lange termijn voldoende duurzaam voedsel garanderen.

BOX 1: KLIMAAT IN DE SPOTLIGHTS

In het afgelopen jaar heeft het klimaat wereldwijd veel aandacht gekregen. Zo is er bij het opstellen van de opvolgers van de Milenniumdoelen extra aandacht besteed aan dit thema. Op de lijst van de zeventien nieuwe *sustainable development goals* (SDGs) prijkt onder meer de aanpak van klimaatverandering. In december 2015 volgde de belangrijke VN klimaatop in Parijs om invulling te geven aan dit nieuwe werelddoel. Hierbij maken 195 landen afspraken over hoe klimaatverandering gezamenlijk tegen te gaan.

In eigen land zette duurzaamheidsorganisatie Urgenda het klimaat op de kaart door de zogenaamde ‘Klimaatzaak’. Ook de grote Nederlandse banken riepen op tot een meer duurzaam beleid met oog op klimaatverandering. De overheid zelf liet bij monde van staatssecretaris Dijkema (Verkeer & Milieu) weten dat de tijd van vrijblijvendheid voorbij

is. *“Het klimaat is een verantwoordelijkheid van ons allemaal”*, zei Dijkema in de aanloop naar de VN Klimaatop (Rijksoverheid, 2015).

Het klimaat en de schadelijke gevolgen van klimaatverandering staan niet voor niks hoog op de agenda: 2014 bleek het warmste jaar ooit en 2015 gaat dit record zeer waarschijnlijk alweer verbreken (World Meteorological Organization, 2015). Wetenschappers voorspellen dat deze temperatuursverhoging op den duur grote gevolgen heeft, zoals overstromingen en hittegolven. Hierdoor verdwijnen (delen van) landen, wordt de voedselproductie bedreigd en sterven diersoorten uit. Nederlanders lijken deze urgentie echter nog niet te erkennen. Gevraagd naar wat volgens hen de belangrijkste van de zeventien geformuleerde nieuwe werelddoelen zijn met het oog op een betere wereld, staat de aanpak van klimaatverandering niet hoger dan een 12^e plek (Boonstoppel, 2015).

Blik meer naar buiten?

Hoe zit het met de Nederlandse burgers? Is er ook onder Nederlandse consumenten een toenemend bewustzijn rondom duurzaamheid dat zich vertaalt naar steeds duurzamer gedrag? En betekenen de positieve berichten over de aantrekkelijke economie dat men de blik weer meer naar buiten richt? In de afgelopen jaren zagen we een toenemende focus op binnenlandse problemen. Eerst de problemen hier oplossen, en dan pas verder kijken, leek de overheersende gedachte. Zien we nu het met de economie weer beter gaat een verschuiving in prioriteiten? De uitdaging rondom de opvang van vluchtelingen liet al zien dat deze ‘omslag’ in houding geen vanzelfsprekendheid is. De stijgende migratiedruk op Nederland zorgt ogenschijnlijk voor veel verdeeldheid. Waar Nederlanders zich enerzijds van hun meest solidaire kant lieten zien (bijvoorbeeld door massaal kleding in te zamelen), waren er anderzijds grootschalige protesten tegen de komst van

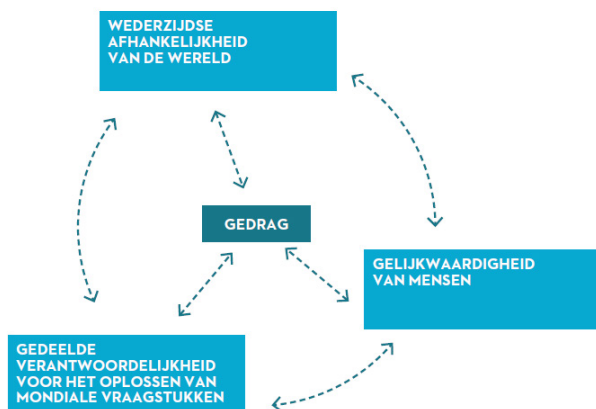
opvanglocaties. Welke houding is nu representatief voor het huidige sentiment in Nederland? Deze vragen hebben allemaal betrekking op de vierde editie van 'Nederlanders & de Wereld'. Al deze elementen vatten we samen onder de noemer *mondiaal burgerschap*.

1.1 WAT IS MONDIAAL BURGERSCHAP?

Mondiaal burgerschap is in een eerdere verkenning theoretisch en conceptueel uiteengezet (Carabain, Keulemans, Van Gent, & Spitz, 2012). Dit resulteerde in de volgende definitie:

'De mondiale dimensie van burgerschap uit zich in gedrag dat recht doet aan de principes van wederzijdse afhankelijkheid, de gelijkwaardigheid van mensen en de gedeelde verantwoordelijkheid voor het oplossen van mondiale vraagstukken.'

Bij het begrip mondiaal burgerschap staat de persoonlijke inzet om een bijdrage te leveren aan een betere wereld centraal. Het draait niet alleen om draagvlak, maar vooral om gedrag.



FIGUUR 1.1

Grafische weergave van de definitie van mondiaal burgerschap

Negen categorieën van gedrag vormen samen de basis voor mondiaal burgerschap: 1) zuinig omgaan met water en energie; 2) mobiliteit; 3) recycling en omgaan met afval; 4) consumentengedrag; 5) informatie zoeken; 6) je mening geven over mondiale vraagstukken; 7) politieke participatie; 8) doneren aan goede doelen; en 9) vrijwilligerswerk. Bij elk van deze gedragingen hebben Nederlanders *hier* ook invloed op de kwaliteit van natuur en/of samenleving elders in de

wereld. Het (al dan niet) duurzame gedrag doet daarmee recht aan de drie principes van wederzijdse afhankelijkheid, gelijkwaardigheid van mensen en de gedeelde verantwoordelijkheid voor het oplossen van mondiale vraagstukken¹.

1.2 DIT ONDERZOEK

In dit onderzoek staat zoals gezegd de mate waarin Nederlanders gedragen en opstellen als mondiaal burger centraal. In hoofdstuk 2 zetten we uiteen hoe duurzaam Nederlanders zich gedragen. We vergelijken daarbij de cijfers met die van vorige jaren en kijken zo of er een negatieve of positieve ontwikkeling is. Hoofdstuk 3 richt zich op de houding van Nederlanders. Hoe groot is het besef van wederzijdse afhankelijkheid? Vinden Nederlanders dat mensen wereldwijd gelijkwaardig zijn aan elkaar? En beschouwen zij het oplossen van mondiale vraagstukken als een gedeelde verantwoordelijkheid waar ze ook zelf een bijdrage aan kunnen leveren? Hoofdstuk 4 zoomt nader in op het effect van de sociale omgeving op duurzaam gedrag. In hoeverre is de aankoop van biologische producten de norm binnen de eigen sociale kring? En ervaart men druk vanuit de omgeving om biologische aankopen te doen? Ook kijken we welke emoties het eigen milieuvriendelijke gedrag en het milieuvriendelijke gedrag van andere Nederlanders oproepen. Hoofdstuk 5 behandelt de maatschappelijke steun voor overheidsinspanningen op het gebied van ontwikkelingssamenwerking. Hierin kijken we hoe de steun onder de Nederlandse bevolking voor ontwikkelingssamenwerking zich in de afgelopen jaren heeft ontwikkeld. Ook kijken of de combinatie van hulp en handel sinds 2013 meer ingeburgerd is geraakt onder Nederlanders. En wat betekent dit voor het belang dat ontwikkelingshulp volgens Nederlanders zou moeten dienen: staat zorg voor de allerarmsten voorop of de eigen belangen van Nederland?

1

Een nadere toelichting op de gedragingen staat in het eerste rapport over Nederlanders & de Wereld uit 2012 (Carabain, Van Gent, & Boonstoppel, 2012)

2. DUURZAAM GEDRAG

Supermarkten doen de plofkip in de ban, banken roepen op tot meer ‘groene transparantie’ en hoogleraren pleiten voor het sluiten van alle kolencentrales in Nederland. De Haagse rechtbank deed daar nog een schepje bovenop door de Nederlandse Staat te dwingen de uitstoot van broeikasgassen terug te dringen. Allemaal ogenschijnlijk positieve ontwikkelingen met het oog op de leefbaarheid in de wereld. Maar zien we deze ontwikkeling ook terug in het gedrag van Nederlandse burgers? In welke mate dragen zij met de keuzes die zij maken (al dan niet bewust) bij aan een betere leefomgeving, hier en daar?

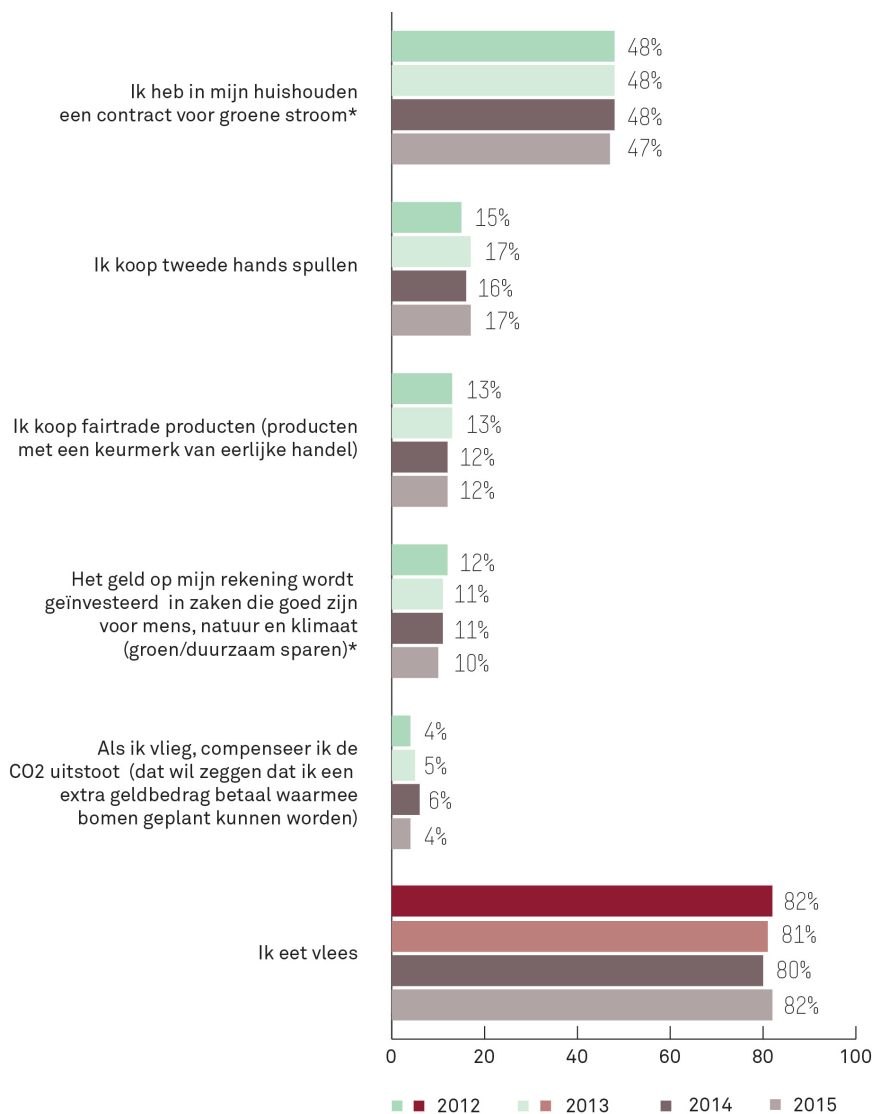


2.1 CONSUMENTENGEDRAG

Als consument staan we dagelijks voor verschillende keuzes die de duurzaamheid van de samenleving en de natuur beïnvloeden. Kiezen we voor de trein of gaan we met de auto? Kopen we een nieuwe fiets of gaan we voor een tweedehands exemplaar? Met keuzes als deze leveren we zelf een bijdrage aan het tegengaan van mondiale uitdagingen als klimaatverandering, hoe groot en complex deze problemen ook lijken te zijn.

Acht op de tien Nederlanders eten vaak vlees

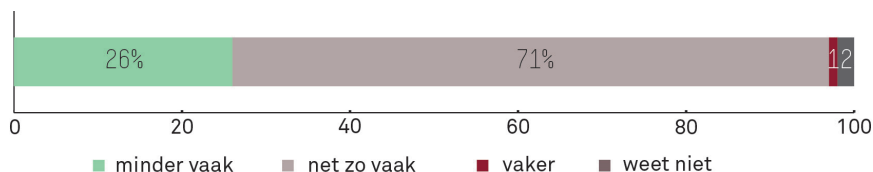
In oktober haalde de Vegetarische Slager Jaap Korteweg (ondernemer van het jaar 2015) via de verkoop van obligaties in slechts drie weken maar liefst 2,5 miljoen euro op. Met dit geld zal volgend jaar in Breda de grootste ‘vegetarische vleesfabriek’ ter wereld worden gebouwd (De vegetarische slager, 2015). Dit succes sluit aan bij andere ontwikkelingen in Nederland die de suggestie wekken dat Nederlanders steeds minder vlees eten. Zo zijn vegetarische kookboeken al enige tijd ongekend populair. Eerder concludeerde onderzoekers al dat ‘vleesminderen’ in Nederland steeds meer ingeburgerd raakt (Dagevos, Voordouw, Van Hoeven, Van



FIGUUR 2.1A

Consumentengedrag (% ja () en vaak of (bijna) altijd, n = 2.076, gewogen resultaten).*

der Weele, & De Bakker, 2012). Ook wij hebben gevraagd aan Nederlanders of ze het afgelopen jaar meer of minder vlees zijn gaan eten ten opzichte van het jaar ervoor. Maar liefst 1 op de 4 (26%) geeft aan dat zij in de afgelopen 12 maanden minder vaak vlees hebben gegeten (zie figuur 2.1b). Dit zou een mooie ontwikkeling zijn met het oog op duurzaamheid. De productie van vlees legt namelijk een grote druk op de natuur: zo kost het maken van 1 kilo rundvlees zo'n 15.000 liter water en stoot een koe jaarlijks net zoveel broeikasgassen uit als vier auto's (Spitz, 2013).



FIGUUR 2.1B

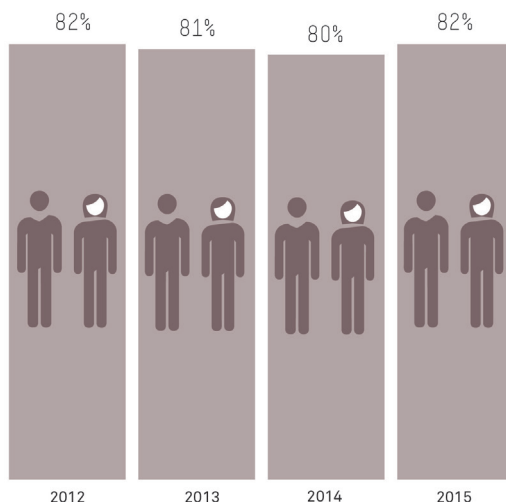
Heeft u afgelopen 12 maanden dan meer of minder vaak vlees gegeten in vergelijking met het jaar ervoor? (n = 2.076, gewogen resultaten).

Aanvullende analyses laten echter tegelijkertijd zien dat het aantal Nederlanders dat aangeeft vaak of altijd vlees te eten, het afgelopen jaar niet is afgenomen. Sterker nog, er sprake van een kleine toename van 80 procent in 2014 naar 82 procent in 2015 (zie figuur 2.1c). De eigen inschatting over het minderen van vlees komt dus niet overeen met het aantal keer dat men vlees zegt te eten. Zijn we nou wel of niet minder vlees gaan eten in Nederland? 'Harde' cijfers over het aantal kilo vlees dat we in Nederland eten zou hier uitsluitsel over kunnen geven. Probleem is dat deze cijfers echter maar lastig te achterhalen zijn (zie box 2).

Overigens stunden de grote supermarkten in Nederland nog altijd volop met goedkoop vlees. Voor 2015 registreerde Wakker Dier de eerste drie kwartalen een recordaantal aanbiedingen (Wakker Dier, 2015b). Er zijn daarnaast veel meer stunts voor goedkoop en merkloos vlees, dan voor vlees met keurmerk of voor vegetarische alternatieven. Staatssecretaris van Dam (Economische Zaken) voelt desondanks niks voor een wettelijk verbod op de 'kiloknaller'. Volgens hem ligt de verantwoordelijkheid bij de vleessector en de consument, en niet bij de overheid (Nu.nl, 2015b).

Bijna de helft van de Nederlandse huishoudens heeft groene stroom

Nederlandse huishoudens kunnen voor hun energie kiezen uit diverse leveranciers die gebruik maken van verschillende brandstoffen en technieken van stroomopwekking. Een onderscheid wordt daarbij vaak gemaakt tussen grijze en groene



FIGUUR 2.1C

Ik eet vlees (% vaak of (bijna) altijd, n = 2.076, gewogen resultaten).

BOX 2: ETEN NEDERLANDERS MINDER VLEES?

'Nederlander eet weer minder vlees', kopte WakkerDier optimistisch in een persbericht (Wakker Dier, 2015a). Onderzoekers van het LEI laten in een rapport in opdracht van de organisatie zien dat Nederlanders tussen 2005 en 2014 minder vlees zijn gaan eten (Verhoog, Wijsman & Terluin, 2015). De afgelopen vier jaar is het aantal kilo vlees dat we per jaar per persoon eten met bijna één kilo per jaar gedaald: van 80 kilo in 2011 naar 76 kilo in 2014. De afname komt omdat Nederlanders de afgelopen jaren minder varkensvlees en minder rundvlees zijn gaan eten. Volgens Centrale Organisatie voor de Vleessector (COV) zijn de cijfers over de dalende vleesconsumptie echter verteke-

nend (Centrale Organisatie voor de Vleessector, 2015). Zij wijzen erop dat veel producten waarin vlees is verwerkt, niet zijn meegenomen in de berekening. Zo vallen kant-en-klaar producten als lasagne buiten de methode van het LEI om het totale 'verbruik' van vlees en vleeswaren in Nederland vast te stellen. Aangezien juist deze categorie van 'gemaksproducten' groeit in populariteit, geven de cijfers nu een onvolledig beeld, aldus het COV. Probleem is dat de werkelijke cijfers over de aankoop en consumptie van vlees niet bekend zijn. Onder andere de informatie over voorraden van vlees in koelhuis is ontoereikend voor een 'harde' berekening.

stroom. Groene stroom is stroom die verkregen is uit ‘groene’ energiebronnen zoals wind, water, zon en biomassa. Om het etiket groen te krijgen, mag de stroomopwekking geen schadelijke gevolgen hebben voor het klimaat.

Evenals in 2013 en 2014 is dit jaar het aantal abonnees in Nederland met groene stroom ongewijzigd ten opzichte van het jaar ervoor (zie figuur 2.1A). Bijna de helft (47%) van de Nederlanders zegt thuis een energiecontract voor groene stroom te hebben. Opvallend is dat tien procent van de Nederlanders niet weet of de stroom in zijn of haar huishouden groen is. Er is dus nog veel onwetendheid over de herkomst van de stroom gebruikt in het huishouden.

Dat bijna de helft van de Nederlanders een contract voor groene stroom heeft, betekent trouwens niet dat ook de helft van de elektriciteit die in Nederland wordt geproduceerd groen is. De productie van groene stroom in Nederland beslaat slechts tien procent van het totale elektriciteitsverbruik in Nederland (StatLine, 2015a). Het overige deel van de geleverde energie wordt ‘vergroend’ door middel van de aankoop van zogenaamde groencertificaten in het buitenland. Volgens de ‘stroomranking’ is de productie van energie in Nederland het afgelopen jaar zelfs alleen nog grijzer geworden in plaats van groener (Consumentenbond, Natuur & Milieu, Greenpeace, HIVOS, Wereld Natuur Fonds & WISE, 2015). De onderzoekers van onderzoeksbureau CE Delft beoordelen alle Nederlandse energiebedrijven als minder duurzaam dan in 2014. Dit is met name te wijten aan een toename in de productie van stroom uit kolen.

Eén op de acht Nederlanders koopt regelmatig fairtrade producten

In supermarkten en winkels heeft de consument de keuze uit allerlei keurmerken die moeten verleiden tot een aankoop die (relatief) duurzaam is voor mens en milieu. Eén zo’n keurmerk is het fairtrade of Max Havelaar keurmerk. Dit keurmerk garandeert eerlijke handel, onder meer door boeren en arbeiders in ontwikkelingslanden eerlijk te belonen. Eén op de acht Nederlanders geeft aan vaak of altijd producten met een dergelijk keurmerk van eerlijke handel aan te schaffen (zie figuur 2.1A). Dit aandeel is niet toe- of afgenomen ten opzichte van voorgaande jaren.

Volgens de Duurzame Voedselmonitor 2015 maakte het fairtrade of Max Havelaar keurmerk in 2014 elf procent uit van de totale bestedingen van consumenten aan duurzaam geproduceerd voedsel. Deze totale bestedingen aan duurzaam voedsel bereikten in 2014 een nieuw record met 2,6 miljard euro (Logatcheva, 2015).

Eén op de tien Nederlanders heeft een groene spaarrekening

Duurzaamheid lijkt binnen de financiële wereld steeds meer ‘salonfähig’ te worden

BOX 3: DUURZAAMHEID TREND IN FINANCIËLE SECTOR?

Binnen de financiële sector lijkt duurzaamheid een trend. Zo brachten de Nederlandse banken in aanloop naar de Klimaattop in Parijs een gezamenlijk statement naar buiten waarin ze bij overheid en bedrijven aandringen op een meer duurzaam beleid (Nederlandse Vereniging van Banken, 2015). Ze presenteerden daarbij onder meer een tienstappenplan om klimaatverandering tegen te gaan. Ook eisen ze meer ‘groene transparantie’: banken willen weten hoe vervuilend bedrijven zijn, zodat ze daar hun investeringsbeleid op kunnen afstemmen (NOS, 2015a). Daarnaast gaven twee grote pensioenfondsen ABP en PGGM aan hun investeringsbeleid te verduurzamen. Critici menen dat deze ‘omslag’ niet meer is dan een pr-stunt om het gebrekkige imago op te vijzelen. De praktijk blijft vaak nog achter bij deze groene beloftes.

Zo berekende de Eerlijke Bankwijzer (een initiatief van onder andere Oxfam) dat de banken in 2014 zelf 27 miljard investeerden in fossiele brandstoffen (Eerlijke Bankwijzer, 2015). De financiering van hernieuwbare energie besloeg slechts 5 procent van alle investeringen in energiebronnen. Ondanks dat dit aandeel de afgelopen jaar is gestegen, stelt de Eerlijke Bankwijzer dat dit nog niet in verhouding staat tot de investeringen die nodig zijn om klimaatverandering daadwerkelijk aan te pakken (Nu.nl, 2015a). Vooral ING investeert veel in schadelijke energiebronnen. De bank investeert acht keer meer in fossiele dan in duurzame energie. ING liet eind dit jaar weten te stoppen met investering in nieuwe kolencentralen en –mijnen. Of dit het begin is van werkelijke groene revolutie, zullen de komende jaren moeten uitwijzen.

BOX 4: KLIMAATZAAK

Eind juni 2015 deed de rechter een historische uitspraak. Met het vonnis dwong de Haagse rechtbank de Nederlandse Staat in 2020 25 procent minder broeikasgassen uit te stoten ten opzichte van 1990. Het is voor het eerst in de geschiedenis dat een staat door de rechter wordt gedwongen een serieus klimaatbeleid te voeren. De ‘klimaatzaak’ was in 2013 aangespannen door duurzaamheidsorganisatie Urgenda, samen met 900 Nederlanders. Volgens Marjan Minnesma, directeur bij Urgenda, is het realiseren van een duurzame

samenleving te belangrijk om alleen aan politici over te laten. Politici hebben de plicht om Nederlandse burgers te beschermen. Omdat klimaatverandering grote gevaren met zich meebrengt (zoals overstromingen en droogte) schieten zij volgens Minnesma met het huidige ineffectieve klimaatbeleid daarin tekort. De Nederlandse Staat heeft aangekondigd in hoger beroep tegen het vonnis te gaan. Waarschijnlijk zullen er nog jarenlange slepende procedures volgen voordat er een definitieve uitspraak volgt.

(zie box 3). Banken lijken zich bijvoorbeeld steeds bewuster van de mogelijke maatschappelijke impact van hun investeringen. Zo stelden de grote Nederlandse banken eind dit jaar in een gezamenlijk statement dat ze voortaan alleen nog aan ‘groene’ bedrijven lening willen verstrekken (Nederlandse Vereniging van Banken, 2015). Banken kunnen ook het spaargeld van klanten gebruiken om bewust te beleggen. Bij een groene spaarrekening is de voorwaarde dat deze belegging bijdraagt aan een eerlijke en meer duurzame samenleving. Beleggingen in de wapenindustrie (niet ongebruikelijk bij niet-groene spaarrekeningen) zijn daarbij bijvoorbeeld uit den boze.

Nederlanders zelf lijken niet in toenemende mate geïnteresseerd in wat er met hun spaargeld gebeurt. Het aantal Nederlanders met een groene rekening is nagenoeg gelijk aan 2014. Eén op de tien Nederlanders zegt een dergelijke groene spaarrekening te hebben (zie figuur 2.1A). Net als vorig jaar is opvallend dat een groot deel aangeeft niet te weten of het geld op zijn of haar rekening wordt geïnvesteerd in duurzame doelen. Eén op de drie Nederlanders heeft geen idee voor welke beleggingen zijn of haar spaargeld wordt gebruikt.



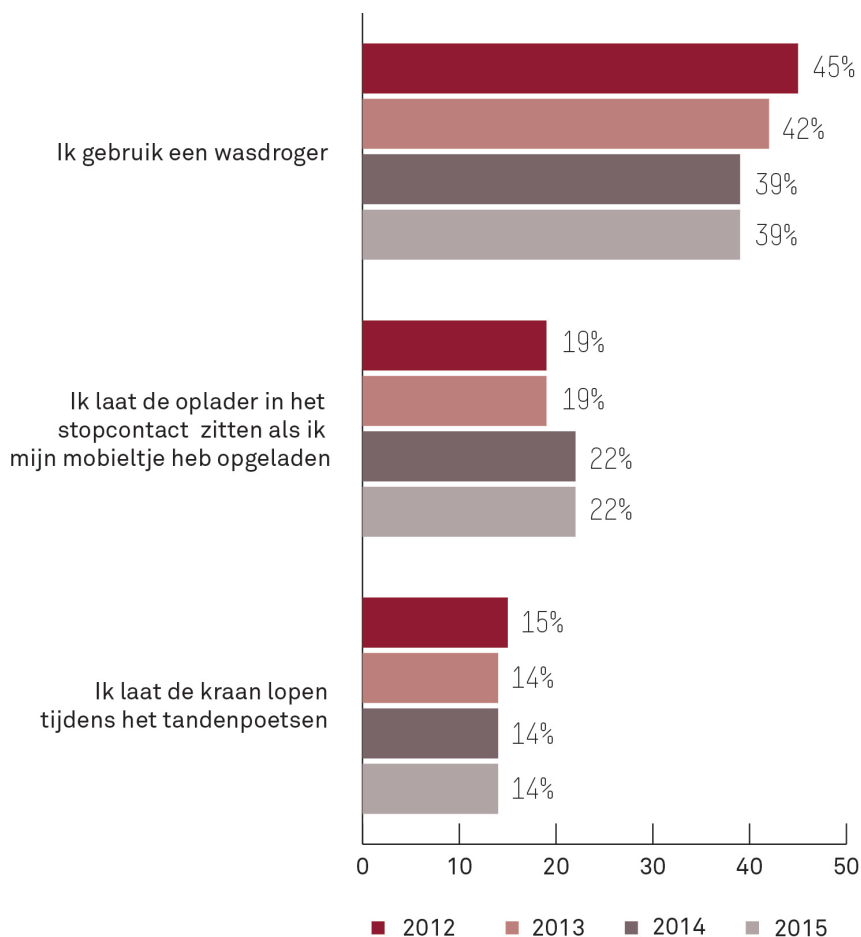
2.2 ENERGIE & WATER

De klimaattop in Parijs heeft ook Nederland een belangrijke impuls gegeven om stil te staan bij de schadelijke gevolgen van ons huidige energieverbruik in Nederland. Zo zagen we al eerder dat Nederlandse banken een oproep deden tot meer groene transparante. In de Trouw riepen ruim 60 hoogleraren op alle kolencentrales in Nederland te sluiten (Bouma, 2015). Ook vanuit de politiek waren er groene geluiden: Jesse Klaver (GroenLinks) en Diederik Samsom (PvdA) namen samen het initiatief voor een nieuwe klimaatwet. Bovendien deed de rechtbank dit jaar een historische uitspraak door de Nederlandse overheid te dwingen om een serieus klimaatbeleid te voeren. Deze rechtszaak was aangespannen door duurzaamheidsorganisatie Urgenda (zie box 4).

Volgens de auteurs van de Tweede Energieverkenning bevindt de Nederlandse energievoorziening zich op een ‘kantelpunt’: het aandeel hernieuwbare energie zal versneld toenemen en het energieverbruik blijft dalen (Schoots & Hammingh, 2015). De onderzoekers geven wel aan dat de overheid een langetermijnperspectief op het klimaat- en energiebeleid nodig heeft om deze ingezette daling vast te houden. Hoe zit het met energieverbruik van Nederlanders? Is er ook een omslag in hun gedrag waar te nemen?

Vier op de tien Nederlanders gebruiken vaak een wasdroger

Ook dit jaar zegt vier op de tien (39%) Nederlanders vaak of bijna altijd de wasdroger te gebruiken (zie figuur 2.2). Dit is hetzelfde aantal als vorig jaar, maar nog altijd een vermindering ten opzichte van 2012. Toen meldde nog 45 procent vaak gebruik te maken van de wasdroger. Nederlanders kiezen sindsdien blijkbaar vaker voor een alternatief, zoals het drogen van de was aan de waslijn of de droger alleen te gebruiken als hij helemaal vol zit. Aangezien een wasdroger met zo'n zeven procent van het totale stroomverbruik één van de grootste energiever-



FIGUUR 2.2

Zuinig omgaan met energie en water (% vaak of (bijna) altijd, n = 2.076, gewogen resultaten).

bruikers in het huishouden is, kan een gematigd gebruik veel energie besparen (Energieonderzoek Centrum Nederland, Energie-Nederland, & Netbeheer, 2014).

Eén op de vijf laat opgeladen mobiele telefoon in oplader zitten

Opladers die in het stopcontact blijven zitten nadat de mobiel is opgeladen, zijn zogenaamde ‘sluipverbruikers’. Een oplader gebruikt namelijk stroom zolang hij in het stopcontact zit, ook als er geen mobieltje meer aanhangt. Eén op de vijf Nederlanders verspilt op deze manier onnodig energie. Dit aandeel is al jarenlang stabiel (zie figuur 2.2).

Eén op de zes laat water lopen tijdens het tandenpoetsen

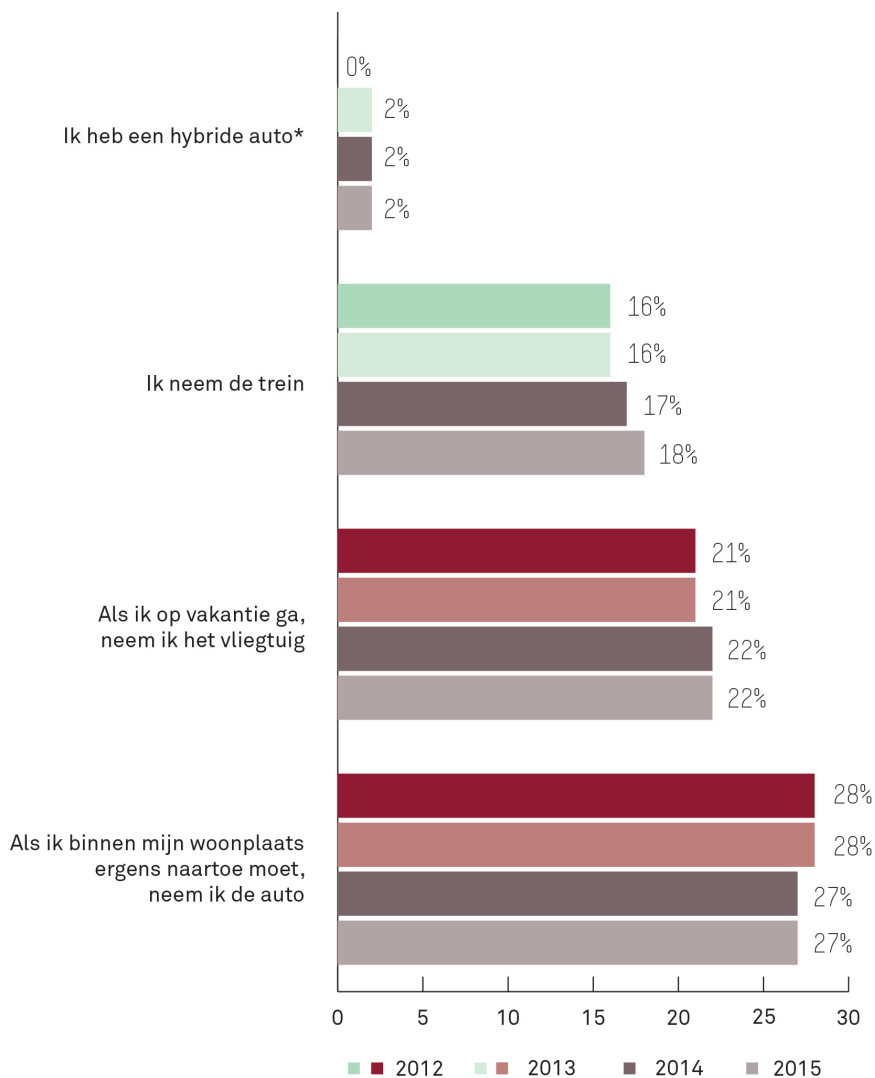
Bovenop al het water dat nodig is bij de productie van bijvoorbeeld ons eten en onze kleding, verbruiken Nederlanders zelf gemiddeld nog eens twaalf emmers water per dag, oftewel 119 liter (Van Thiel, 2014). Dit water hebben we nodig bij het douchen en het doorspoelen van het toilet, maar ook bij simpele dingen als het poetsen van onze tanden. Eén op de zes Nederlanders laat tijdens het poetsen de kraan lopen (zie figuur 2.2). De meeste Nederlanders draaien de kraan dus dicht tijdens het tandenpoetsen, en besparen op deze manier water. Natuurlijk gaat het hier om kleine beetjes. Toch kan deze simpele handeling uiteindelijk tot een grotere waterbesparing leiden, als men vanuit hetzelfde bewustzijn in het vervolg bijvoorbeeld ook korter gaat douchen.



2.3 MOBILITEIT

Nederlanders reizen graag en veel. In totaal werden het afgelopen jaar 35 miljoen vakanties geboekt (NBTC-NIPO Research, 2015). De helft van deze trips had een buitenlandse bestemming, waarbij Duitsland, Frankrijk en Spanje de meest geliefde vakantie landen waren. Daarnaast zijn Nederlanders dagelijks vaak met de auto onderweg naar werk, studie of andere bestemmingen. Ons land telt bijna acht miljoen personenauto's. Daarnaast zijn er nog ruim twee miljoen bedrijfswagens (StatLine, 2015b). Al dit gereis put grondstoffen uit en zorgt voor de uitstoot van schadelijke stoffen zoals fijnstof en CO₂. Deze gassen dragen bij aan het broeikas-effect.

Technologische ontwikkelingen kunnen deels tegenwicht bieden aan deze ‘vervoersdrift’. Zo zijn er duurzame alternatieven voor fossiele brandstoffen op de markt. De elektrische auto is daarvan de bekendste. Consumenten kunnen zelf door de keuzes die zij maken de uitstoot van schadelijke stoffen dus beperken. Ieder type vervoersmiddel heeft zijn eigen milieubelasting. Zo is een fiets



FIGUUR 2.3

*Mobiliteit (% vaak of (bijna) altijd, n = 2.076, gewogen resultaten). * Hybride auto als nieuwe categorie in 2013 toegevoegd.*

natuurlijk milieuvriendelijker dan een auto. Hoe duurzaam zijn Nederlanders in hun keuze voor het vervoersmiddel dat zij gebruiken?

Eén op de vijf Nederlanders pakt vaak de trein

Bijna één op de vijf Nederlanders (18%) zegt in 2015 regelmatig met de trein te reizen (zie figuur 2.3). Dit aantal is gelijk ten opzichte van vorige jaren. Deze Nederlanders dragen daarmee bij aan het verminderen van luchtvervuiling. Reizen per trein is namelijk ruim vijf keer minder belastend voor het milieu dan als men dezelfde afstand met de auto zou afleggen. (Milieu Centraal, z.j.-a). Naar eigen zeggen stoot een treinreis met NS gemiddeld 90 procent minder CO₂ uit dan eenzelfde reis met een auto (Nederlandse Spoorwegen, 2015). Sinds begin 2015 rijden de treinen van NS voor de helft op groene stroom uit windenergie. Het voornemen is om in 2018 geheel op groene stroom te rijden.

Eén op de vier neemt de auto voor ritjes binnen de woonplaats

Voor het bepalen van de milieudruk speelt de afstand die men aflegt ook een rol. Het gebruik van de auto voor een korte afstand zorgt voor relatief veel vervuiling. Omdat de motor koud is en er door stoplichten vaak geremd en opgetrokken moet worden, zorgt een kort ritje voor relatief veel verbruik en uitstoot van schadelijke gassen. Bovendien hebben veel mensen last van deze extra uitstoot, omdat het autorit aflegt in dichtbevolkte omgeving zoals de eigen woonplaats (Consumentenbond, z.j.). Ondanks deze milieubelasting pakt in 2015 nog altijd ruim een kwart van de Nederlanders (27%) de auto wanneer zij ergens binnen hun woonplaats moeten zijn (zie figuur 2.3). De opkomst van de milieuvriendelijke elektrische fiets als alternatief lijkt hier dus geen invloed op te hebben.

Eén op de vijf kiest vaak voor vliegtuig om op vakantie te gaan

Nederlanders gaan gemiddeld genomen drie keer per jaar op vakantie (NBTC-NIPO Research, 2015). In 2015 pakten Nederlanders daarbij nog net zo vaak het vliegtuig als in voorgaande jaren. Ruim een op de vijf (22%) geeft aan vaak of altijd een vliegreis te maken wanneer zij op reis gaan (zie figuur 2.3). Voor het milieu maakt het nogal wat uit of men kiest voor de trein, de auto of de bus. Dit is ook weer afhankelijk van de bestemming van de reis en de afstand die er wordt afgelegd. Zo is vooral voor korte afstanden het vliegtuig een slechte keus. Een stedentrip naar Berlijn met het vliegtuig belast het milieu acht tot tien keer meer dan wanneer men de touringcar had genomen om naar de Duitse hoofdstad te gaan (Milieu Centraal, z.j.-b).

Twee op de 100 Nederlandse huishoudens hebben een hybride auto

Het aantal Nederlanders dat zegt een hybride auto te hebben is met twee procent

al drie jaar op rij stabiel (zie figuur 2.3). Toch lijkt het aantal laadpalen in Nederland waar men elektrische auto's kan 'stekkeren' gestaag toe te nemen. Ook het RvO meldt een groei van het aantal elektrische auto's dat wordt verkocht. Volgens de laatste cijfers rijden er tot eind oktober 2015 ruim 68.000 volledig elektrische of hybride auto's op de Nederlandse snelwegen (Rijksdienst voor Ondernemend Nederland, 2015). Deze telling is exclusief 'standaard' modellen zoals de Toyota Prius. Ook al groeit het aantal hybride auto's in Nederland, ten opzichte van totale wagenpark aan acht miljoen personenauto's beslaat het aantal elektrische auto's natuurlijk nog altijd maar een klein aandeel.

BOX 5: DIESELGATE

Door de zogenaamde 'Dieselgate' kwam de uitstoot van schadelijke stoffen door auto's weer even volop in de aandacht. In de zomer van 2015 kwam aan het licht dat Volkswagen jarenlang fraudeerde met zijn dieselwagens om zo aan de strenge Amerikaanse norm voor de uitstoot van stikstof (NOx) te kunnen voldoen. Met behulp van slimme software manipuleerde Volkswagen de Amerikaanse emissietesten. Deze zogenaamde 'sjoemelsoftware' herkende wanneer de auto in een testomgeving stond en schakelde vervolgens over op een speciale modus. Hierdoor viel de stikstofscore tijdens de test veel lager uit dan bij eigenlijk gebruik op de weg. Het schandaal zorgde voor veel ophef en leidde onder meer tot ontslag van de kopman van Volkswagen. Het bedrijf maakte na de bekendmaking een vrije val op de beurs. Opmerkelijk was echter dat de ophef over het voorliegen en manipuleren groter leek dan de

ophef over de mogelijke schadelijke gevolgen voor het milieu. Voor Nederland heeft Dieselgate vooralsnog weinig effect: de uitstoot van stikstof is in Nederland geen vereiste voor energielabels (ANWB, 2015). Deze zijn enkel gebaseerd op de uitstoot van CO₂. Bovendien gelden in Nederland voor dieselauto's ruimere eisen dan voor benzineauto's. Ook het luchtkwaliteitsbeleid in Nederland hoeft niet te worden aangepast: deze is reeds gebaseerd op de werkelijke uitstoot zoals gemeten op de snelwegen. Nederlandse consumenten lijken zich vooralsnog weinig aan te trekken van het schandaal: de verkoop van Volkswagen auto's in het najaar steeg ten opzichte van dezelfde periode in 2014. Waarschijnlijk komt dit omdat veel Nederlanders nog voor het einde van het jaar een zogenaamde plug-inhybride auto willen kopen, voordat de gunstige fiscale regels voor deze auto's begin 2016 worden aangescherpt (Nu.nl, 2015c).



2.4 RECYCLING EN OMGANG MET AFVAL

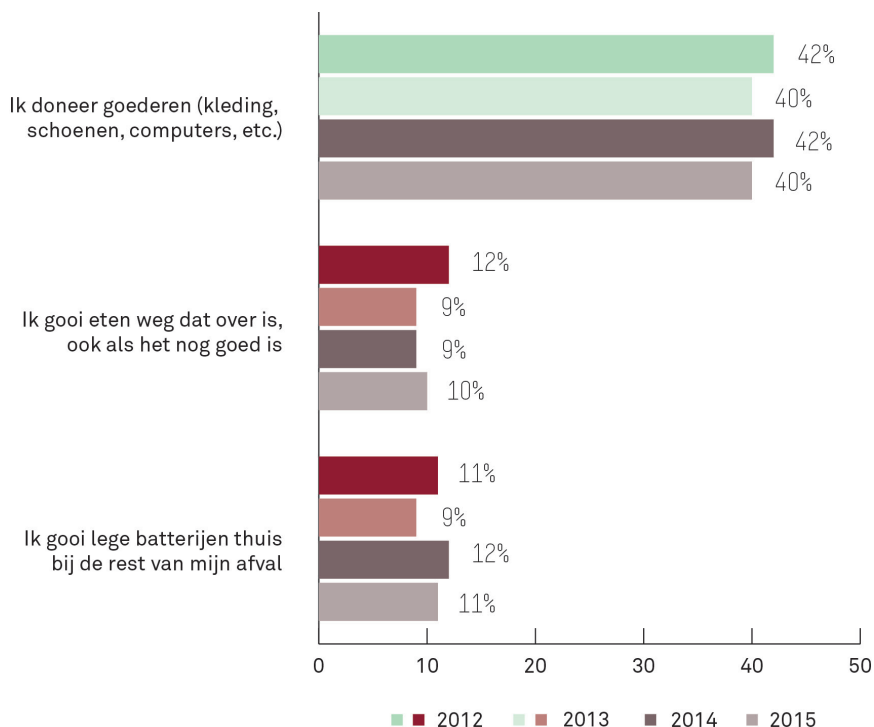
De groeiende berg afval is één van de grootste vraagstukken van deze tijd. We produceren op de wereld jaarlijks gezamenlijk miljarden tonnen aan afval (Carabain, Spitz, & Keulemans, 2012). Deze berg kan slinken door onder andere meer en beter te recycleren. Vergeleken met andere welvarende landen is Nederland een voorloper op het terrein van recycling en afvalverbranding (Carabain et al, 2012). Dit jaar waren er ook enkele opvallende en ludieke initiatieven op gebied van recycling. Zo bezorgt een Haags bedrijf het afval afkomstig van het WK beachvolleybal in Den Haag een tweede leven. Van grote spandoeken worden onder andere Ipad-hoesjes gemaakt (Den Haag FM, 2015). Ook het afval verzameld op de grote NS-stations zal worden hergebruikt. Van de bijna drie miljoen kilo ingezamelde afval zal ruim 2,5 miljoen kilo worden verwerkt tot grondstof voor nieuwe producten (Van Gansewinkel, 2015). En kampeerspullen achtergelaten door bezoekers van het festival Solar werden uitgedeeld aan kringloopwinkels en opvang voor daklozen (Redactie De Limburger, 2015).

Eén op de tien gooit eten weg dat nog goed is

Voedselverspilling staat al enige jaren hoog op de agenda. Zo deelde supermarktketen Albert Heijn in samenwerking met het Voedingscentrum vorig jaar één miljoen gratis 'Eetmaatjes' uit om te voorkomen dat men onnodig veel eten maakt dat dan later weer in de prullenbak belandt. Dit jaar startte SIRE een campagne om voedselverspilling tegen te gaan. Met een spotje en de website 'Kliekipedia.nl' probeerde de stichting Nederlanders op ideeën te brengen hoe overgebleven restjes en kliekjes te verwerken tot een volwaardige maaltijd (SIRE, 2015). Deze bewustwording is hard nodig: per jaar gooien alle Nederlanders samen voor zo'n 2,6 miljard euro aan voedsel weg (Temminghoff & Damen, 2013; Van Westerhoven, 2013). Onze cijfers laten zien dat één op de tien Nederlanders vaak eten weggooit dat eigenlijk nog goed is. Dit aandeel is al drie jaar op rij stabiel (zie figuur 2.4).

Twee op de vijf Nederlanders doneren vaak afgedankte goederen

Twee op de vijf Nederlanders brengen hun afgedankte spullen en kleding niet naar het grofvuil, maar doneren deze goederen aan anderen (zie figuur 2.4). Hiermee dragen ze bij aan het slinken van de afvalberg. Afgelopen zomer bleek eens te meer dat Nederlanders en gul zijn in het delen van deze spullen en kleding die ze zelf niet meer nodig hebben. Knuffels, slaapzakken en zakken met kleding werden massaal ingezameld om oorlogsvluchtelingen te helpen. Het Centraal Orgaan opvang asielzoekers (COA) riep zelfs op om geen spullen meer te brengen omdat er een tekort aan opbergruimte was.



FIGUUR 2.4

Recycling en omgang met afval (% vaak of (bijna) altijd, n = 2.076, gewogen resultaten).



2.5 INFORMATIE ZOEKEN

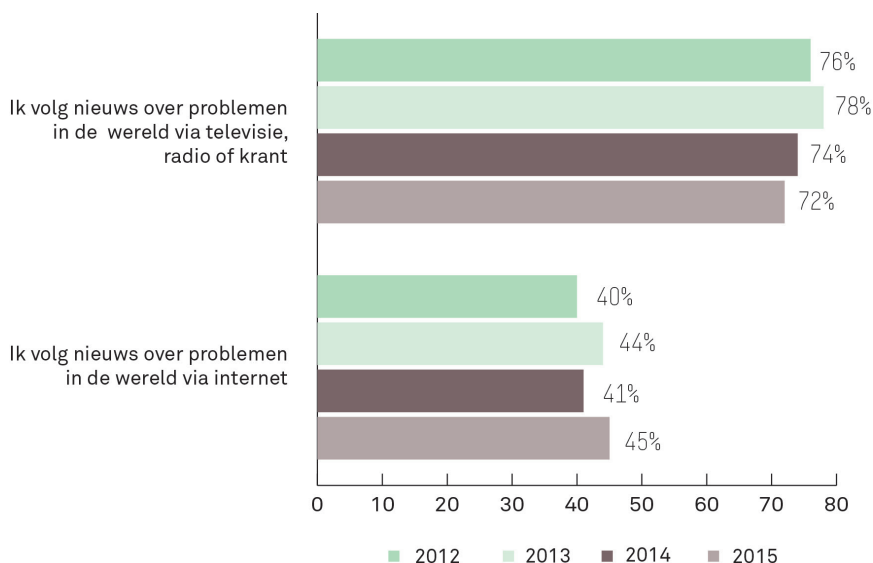
Via diverse kanalen komt er een continue stroom aan nieuwsberichten onze kant op. Nieuws uit binnen- én buitenland. Deze informatie maakt dat we weten wat er speelt in de rest van de wereld. Het vergroot de kennis over problemen die verder reiken dan de Nederlandse landsgrens en het helpt een mening te vormen over wereldwijde vraagstukken. De mate waarin men deze informatie opzoekt, zegt iets over de betrokkenheid bij de wereld.

Zeven op de tien volgen vaak wereldnieuws via traditionele offline media

Het aantal Nederlanders dat nieuws over problemen in de wereld volgt via traditionele media (krant, radio of tv) is voor het derde achtereenvolgende jaar licht gedaald: 72 procent zegt dit vaak of altijd te doen, tegenover 74 procent vorig jaar (zie figuur 2.5). Dit is natuurlijk nog altijd een aanzienlijk deel van de bevolking. Met name de Nederlandse papieren kranten hebben het zwaar: zij zien hun oplagen al jaren op rij gestaag afnemen (NOS, 2015b).

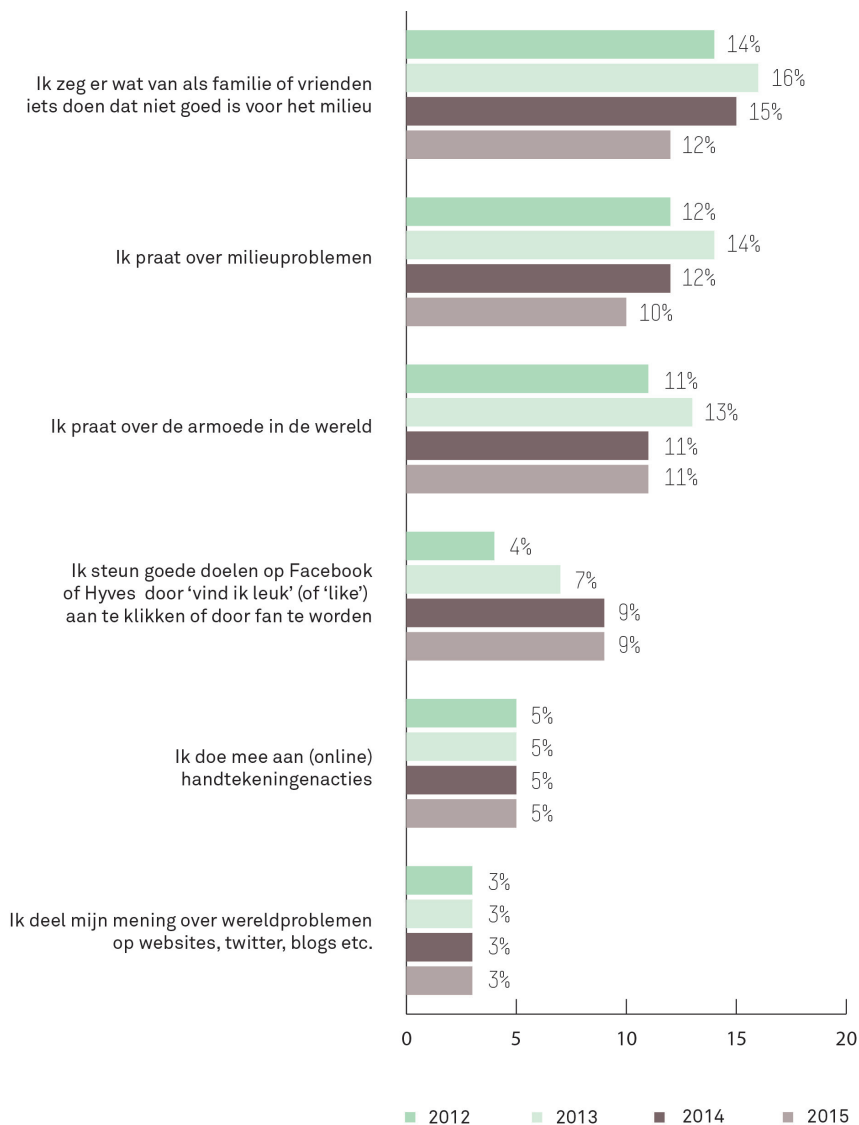
Vier op de tien volgen vaak wereldnieuws via online media

Tegenover de daling in het gebruik van traditionele offline media, staat een stijging van het volgen van wereldnieuws via online kanalen. Waar in 2014 nog 41 procent vaak nieuws via mobiel of computer volgde, is dit nu toegenomen tot 45 procent (zie figuur 2.5). De afname in offline media lijkt dus voor een deel gecompenseerd te worden door een toename in het gebruik van online media. Ondanks de gestegen populariteit, blijven online kanalen voor nieuws over de wereld wel nog altijd minder populair dan de traditionele kanalen als radio en tv.



FIGUUR 2.5

Informatie zoeken (% vaak of (bijna) altijd, n = 2.076, gewogen resultaten).



FIGUUR 2.6
Mening geven (% vaak of (bijna) altijd, n = 2.076, gewogen resultaten).



2.6 MENING GEVEN

Door met naasten te praten over wat je belangrijk vindt, wordt de norm binnen de eigen sociale kring aangescherpt. Het bevestigt verwachtingen over wat binnen de eigen groep wel of niet algemeen geaccepteerd gedrag is, zoals het weggooien van afval op straat (zie ook hoofdstuk 4). Uiteindelijk kunnen gespreken in kleine kring via deze weg zelfs veranderingen op grote schaal veroorzaken (Newson, Postmes, Lea, & Webley, 2005). Hoe vaak zijn onderwerpen als milieuproblemen en wereldwijde armoede gespreksonderwerp onder Nederlanders?

Eén op tien praat vaak over armoede of milieuproblemen

Armoede in de wereld of milieuproblemen zijn niet vaak onderwerp van gesprek: één op de tien geeft aan het hier vaak over te hebben (zie figuur 2.6). Als we vragen waarom Nederlanders hier niet over praten, zegt het merendeel dat men geen interesse heeft in het onderwerp (zie box 6).

Eén op de acht wijst naasten terecht

Het terecht wijzen van naasten zoals familie en vrienden kan anderen wellicht overtuigen hun gedrag te veranderen. Nederlanders lijken zich niet graag te

BOX 6: MILIEUPROBLEMEN GEEN GELIEFD GESPREKSONDERWERP

Maar weinig Nederlanders praten over milieuproblemen. Bijna één op de drie (31%) Nederlanders zegt dit zelfs helemaal nooit te doen. Veruit de meesten van hen geven aan geen interesse in het onderwerp te hebben. Er is dus een gebrek aan intrinsieke belangstelling, zowel bij henzelf als bij de gesprekspartners. Sommigen geven aan dat het simpelweg niet ter sprake komt, zonder daarvoor een specifieke reden te hebben. Anderen vinden andere onderwerpen belangrijker. Een enkeling geeft aan dat praten geen zin heeft om werkelijk iets te veranderen in de wereld. Het zijn vooral Nederlanders jonger dan 35 jaar en lager opgeleiden die nooit over milieuproblemen praten. Bij Nederlanders die hier wel (eens)

over praten, zijn vrienden het vaakst gesprekspartner. Twee op de drie brengt (63%) dit onderwerp ter sprake bij vrienden. Ook familie (57%) en de partner (53%) zijn vaak genoemde gesprekspartners. Onder de ouders spreekt twee op de vijf met hun kinderen over milieuproblemen. Nederlanders die vaak over milieuproblemen praten zijn vaker hoger opgeleid en relatief oud. Ook gedragen zij zich duurzamer dan Nederlanders die hier niet over praten. Op deze manier heeft het praten over milieuproblemen een polariserend effect: communicatie over dit onderwerp versterkt de norm onder de groep waarbij milieuvriendelijk gedrag al gebruikelijk is, terwijl de niet-duurzamen onverschillig blijven.

bemoeien met het milieuonvriendelijke gedrag van anderen: twaalf procent zegt er wat van als familie of vrienden iets doen dat niet goed is voor het milieu (zie figuur 2.6). Dit aantal is kleine een daling ten opzichte van vorige jaren.

Weinig Nederlanders uiten online mening over wereldproblemen

Social media als Twitter en Facebook lijken soms één grote online uitlaatklep voor alles wat Nederlanders bezighoudt. Toch zijn er relatief weinig Nederlanders die aangeven hun betrokkenheid met de wereld online te delen (zie figuur 2.6). Slechts 3 procent doet dit vaak doormiddel van blogs of twitter. Ook het tekenen van online handtekeningenacties is niet populair: 5 procent geeft aan dit vaak te doen. Het online steunen van goede doelen is gebruikelijker: 9 procent zegt dit vaak te doen. Dit is hetzelfde aandeel als in 2014, waarmee de positieve trend die in 2013 werd ingezet, niet is doorgezet.



2.7 DONEREN AAN GOEDE DOELEN

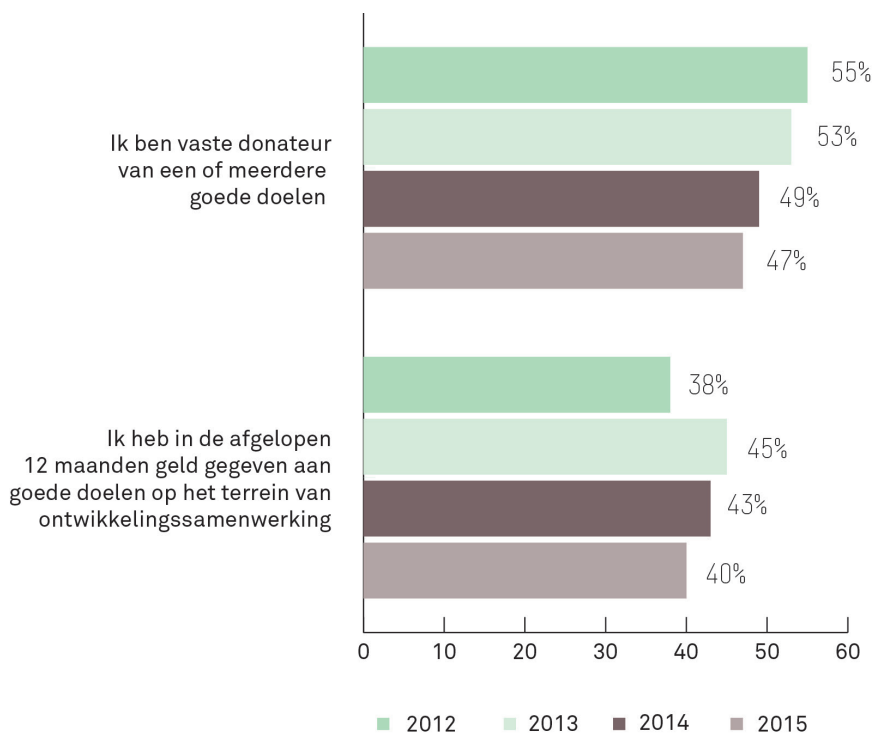
Nederland is traditiegetrouw gul met het geven aan goede doelen. Relatief veel Nederlanders geven aan goede doelen, wat resulteert in een 5^e plek in de zogenaamde World Giving Index, een vergelijking van geefgedrag aan goede doelen wereldwijd (Charities Aid Foundation, 2015). Ondanks deze hoge ranking, heeft de goededoelensector in Nederland het moeilijk. Nederlanders hebben maar weinig geloof in goede doelen: de helft van de Nederlanders vindt dat deze doelen vaak niet effectief zijn (Bekkers, Schuyt & Gouwenberg, 2015). Begin 2015 was er echter een positief bericht. Marketingbureau WWAV meldde op basis van cijfers van Het Nederlandse Donateurspanel dat het donateursvertrouwen blijft stijgen (WWAV, 2015). Dit groeiende vertrouwen is volgens auterus een weerspiegeling van de positieve berichten over een verbeterende economie en het groeiende consumentenvertrouwen.

Helft is vaste donateur van een goed doel

Goede doelen in Nederland hebben vooral steeds meer moeite met het binden van hun donateurs voor langere termijn. Nederlanders geven liever incidenteel dan dat zij zich verbinden met een vast donateurschap aan een goed doel (WWAV, 2015). Ook onze cijfers laten zien dat het aantal Nederlanders dat zegt vaste donateur te zijn van een goed doel, voor het derde jaar op rij is gedaald. Waar vorig jaar nog 49% structureel gaf aan een of meerdere doelen, is dit aantal dit jaar gedaald tot 47% (zie figuur 2.7). Bij het begin van de studie in 2012 had nog 55% van de Nederlanders een vast donateurschap.

Vier op de tien geven geld aan ontwikkelingshulp

Vier op de tien Nederlanders geven aan dat zij het afgelopen jaar geld hebben gegeven aan ontwikkelingshulp (zie figuur 2.7). Er is sprake van een daling ten opzichte van 2014, ondanks de zware aardbeving die Nepal trof in april 2015. Vaak zorgen dergelijke omvangrijke natuurrampen voor een piek in donaties op dit terrein. De Nederlandse ontwikkelingssector kampt met een imago probleem. Volgens cijfers uit het Geven in Nederland onderzoek uit 2015 vindt één op de drie Nederlanders het zinloos om geld aan ontwikkelingshulp te geven (Bekkers et al., 2015). Men twijfelt of deze hulp wel effectief is in het bestrijden van armoede. Veel Nederlanders denken dat het geld terecht komt bij frauderende regeringsleiders, die enkel uit zijn op zelfverrijking (zie ook hoofdstuk 5).



FIGUUR 2.7

Doneren aan goede doelen (% vaste donateurs, n = 2.076, gewogen resultaten).

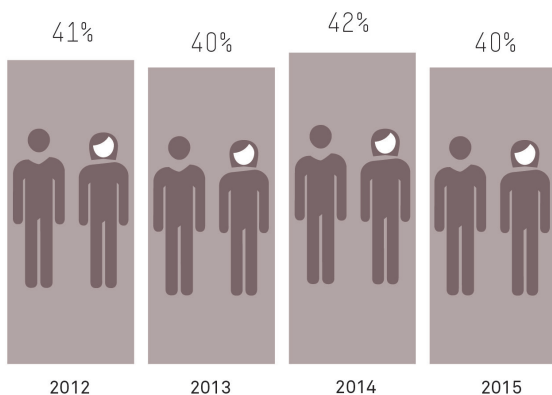


2.8 VRIJWILLIGERSWERK

Net als het geven van geld aan goede doelen, heeft Nederland ook een rijke traditie in het doen van vrijwilligerswerk. Nu de Nederlandse overheid zich verder terugtrekt, wordt er een steeds groter beroep gedaan op deze maatschappelijke bijdrage. In de Troonrede van 2013 riep Koning Willem-Alexander op tot een ‘participatiemaatschappij’. In hoeverre geven Nederlanders gehoor aan deze oproep tot meer maatschappelijke inzet?

Vier op de tien Nederlanders doen vrijwilligerswerk

Van alle Nederlanders heeft 40 procent zich in 2015 minimaal één keer ingezet als vrijwilliger (zie figuur 2.8). Dit aandeel is al vier jaar min of meer stabiel. De trend is eerder dalend, dan dat het aandeel vrijwilligers in Nederland toeneemt. De oproep vanuit de overheid tot meer participatie is vooralsnog niet terug te zien in een stijgend aandeel Nederlanders dat vrijwilligerswerk doet. Waarschijnlijk is dit te wijten aan het feit dat Nederlanders steeds vaker mantelzorg verlenen aan hun naasten (eveneens gemotiveerd door een terugtrekkende overheid en een versoerd zorgstelsel). Deze hulp aan naasten valt niet onder de officiële definitie van vrijwilligerswerk. Hoogleraar René Bekkers wijst er in een interview met Reformatorisch Dagblad op dat juist vrijwilligers vaker mantelzorg verlenen dan Nederlanders die geen vrijwilligerswerk doen. *“Omdat je je tijd slechts één keer kunt besteden, gaat de toenemende mantelzorg daarmee ten koste van de inzet voor georganiseerd vrijwilligerswerk”*, aldus Bekkers (RD.nl, 2015).



FIGUUR 2.8

Vrijwilligerswerk (% vrijwilligers, n = 2.076, gewogen resultaten).

BOX 7: VRIJWILLIGERS HELPEN ASIELZOEKERS

Dat Nederlanders graag andere mensen helpen, bleek afgelopen zomer. Na de publicatie van de aangrijpende foto van het Syrische jongetje Aylan, wilden veel Nederlanders 'iets doen' om de vele oorlogsvluchtelingen te helpen. Het aantal Nederlanders dat zich als vrijwilliger aanmeldde bij de twee grootste organisaties (Rode Kruis en Vluchtelingenwerk) groeide explosief. Zo zag het Rode Kruis

zijn vrijwilligersbestand van oproepkrachten in drie maanden tijd stijgen van 6.000 naar 34.000 Nederlanders (Van der Velden, 2015). Nog nooit eerder zagen de organisaties zo'n groei in het aantal vrijwilligers. Ruim 47.000 Nederlanders meldde zich sinds september aan als vrijwilliger bij deze organisaties: dat is één vrijwilliger voor elke asielzoeker die naar Nederland kwam.



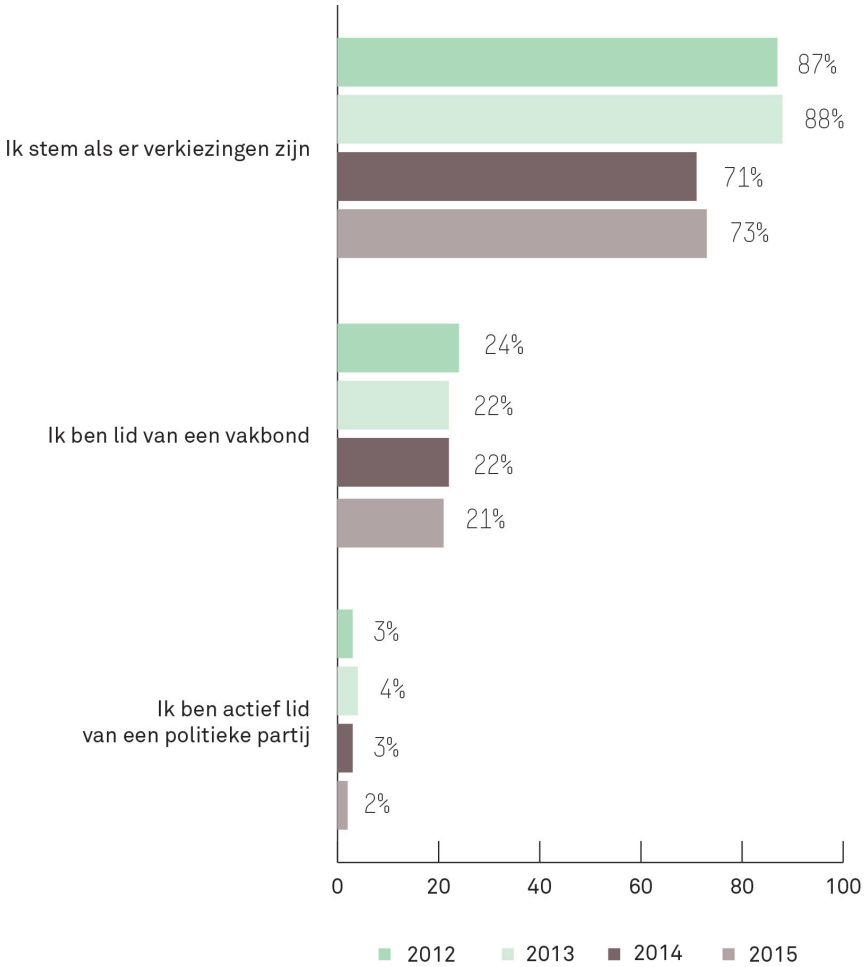
2.9 POLITIEKE PARTICIPATIE

Burgers kunnen in Nederland via verschillende democratische wegen het politieke beleid in de gewenste richting sturen. Door bijvoorbeeld te stemmen voor een partij die voor overheidsbestedingen aan ontwikkelingssamenwerking is, kan men bedingen dat Nederland ook aandacht besteedt aan problemen buiten de eigen grenzen. Het is hiervoor wel cruciaal dat je je stem en je mening laat horen. Hoe politiek actief zijn Nederlanders?

Bijna driekwart van de Nederlanders stemt bij verkiezingen

Vorig jaar noteerde we een opmerkelijke daling in het aantal Nederlanders dat zegt te stemmen bij verkiezingen. Waar in 2013 nog 88 procent aangaf vaak of altijd te stemmen wanneer er verkiezingen zijn, was dat in 2014 gedaald tot 71 procent. De verklaring hiervoor zochten we in het feit dat de dataverzameling samenviel met de onpopulaire Europese Verkiezingen. Waarschijnlijk was men zich op het moment van het invullen van de vragenlijst er meer dan anders van bewust dat men niet altijd stemt als er verkiezingen zijn. Hoe is dat dit jaar? Het aantal 'structurele stemmers' is wel iets toegenomen (van 71% naar 73%), maar er is geen sprake van volledig herstel ten opzichte van 2012 en 2013 (zie figuur 2.9). Wellicht dat dit komt door een andere relatief impopulaire verkiezing die in maart 2015 plaatsvond. De verkiezing voor de Provinciale Staten trok 48 procent van de stemgerechtigden.

Het aantal Nederlanders dat lid is van een vakbond (21%) en het aantal Nederlanders dat actief lid is van een politieke partij (2%) is ongewijzigd ten opzichte van vorig jaar.



FIGUUR 2.9
Politieke participatie (% ja (), n = 2.076, gewogen resultaten).*



2.10 TOT SLOT

Of Nederlanders zich wel of niet duurzaam gedragen, is lastig te zeggen. Dit verschilt erg per type gedrag. Zo laten maar weinig Nederlanders de kraan lopen tijdens het tandenpoetsen maar eten er tegelijkertijd veel Nederlanders vaak vlees. Wat we op basis van de cijfers wel kunnen zeggen is dat dit duurzame gedrag de afgelopen jaren min of meer stabiel is gebleven. Nederlanders zijn zich in 2015 niet duurzamer gaan gedragen ten opzichte van de afgelopen drie jaar. Nederlanders eten nog net zo vaak vlees, gooien nog net zo vaak voedsel weg en gebruiken nog net zo vaak de droger. Positief nieuws is dat zij zich in ieder geval ook niet minder duurzaam zijn gaan gedragen.

Deze stabiliteit staat in contrast met de toenemende aandacht die er in de andere lagen van de samenleving lijkt de zijn voor het thema duurzaamheid. Met de klimaattop in Parijs als aanjager, spraken diverse partijen in Nederland zich hardop uit tegen klimaatverandering en voor een meer groen beleid. Zelfs de financiële sector – over het algemeen niet bekend om zijn ‘groene’ karakter – riep de Nederlandse overheid op tot een strikter klimaatbeleid en meer groene transparantie.

Zijn de Nederlandse burgers en consumenten de enige die (nog) geen gehoor geven aan deze ontwikkelingen? Het dagelijkse gedrag is uiteindelijk cruciaal om de wereld duurzamer te maken en de leefomstandigheden hier en daar te verbeteren. Natuurlijk kan het zijn dat er een gedragsverandering op kleinere schaal plaatsvindt, die we niet kunnen vangen met onze data. Zo is de stap van ‘soms’ naar ‘vaak’ gedrag vertonen best een grote stap in sommige gevallen. Het kan ook zijn dat het effect op de consument met een vertraagd effect op gang komt. Duurzaamheid is in ieder geval een onderwerp waar op ‘hoog niveau’ en door diverse partijen over gesproken wordt. Wellicht haalt dit duurzaamheid uit de taboesfeer. Dit zal het duurzame gedrag in Nederland waarschijnlijk ten goede komen. Mensen hebben vaak weinig moeite om gedrag te vertonen waarvan men denkt dat dat gedrag door anderen als normaal wordt beschouwd. Vooralsnog wordt duurzaamheid slechts door een selecte groep als vanzelfsprekend beschouwd. In hoofdstuk 4 gaan we hier verder op in.

3. HOUDING

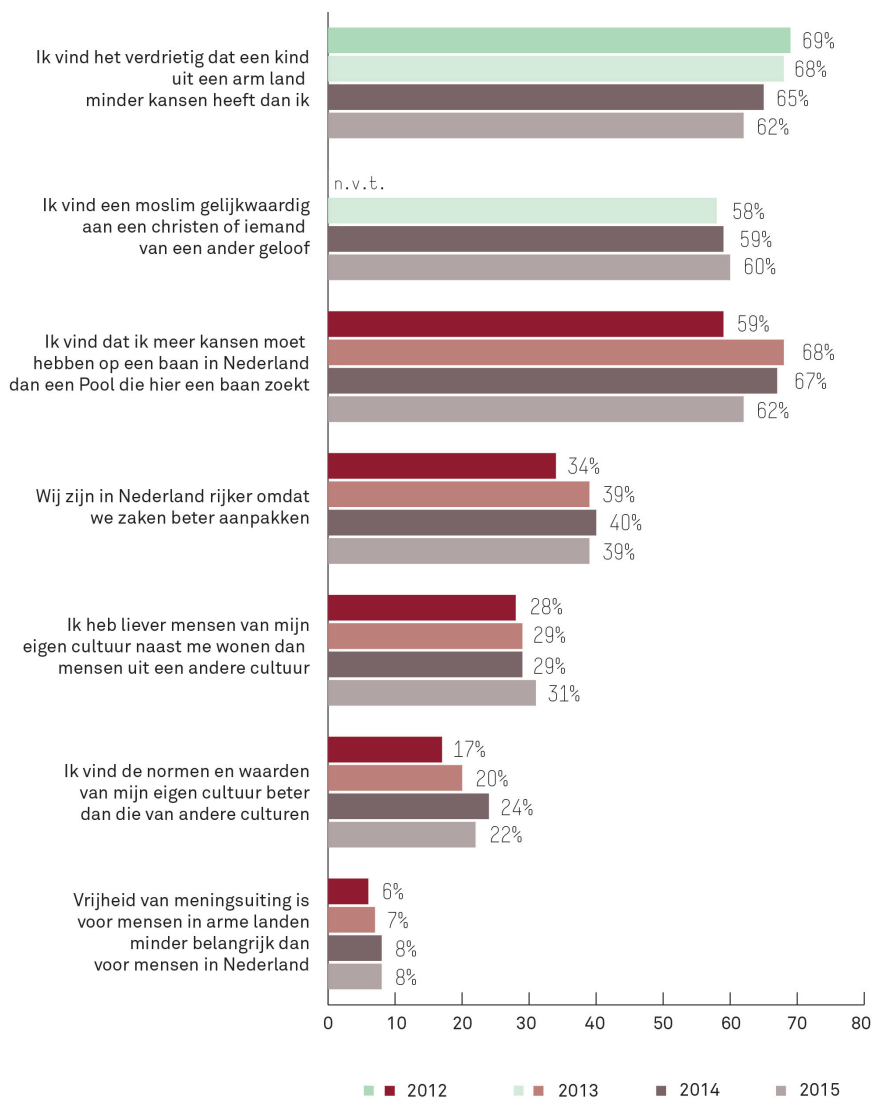
In voorgaande hoofdstukken is ingegaan op wat Nederlanders doen. In dit hoofdstuk kijken we naar wat Nederlanders *vinden*. Zijn mensen wereldwijd volgens Nederlanders gelijkwaardig aan elkaar? In hoeverre voelt men zich betrokken met wat er ergens anders op de wereld gebeurt? De drie principes die mondiaal burgerschap onderschrijven - gelijkwaardigheid, wederzijdse afhankelijkheid en gedeelde verantwoordelijkheid – staan hierbij centraal. Vorig jaar concludeerden we dat de onderlinge samenhang tussen de drie principes gecompliceerd is. Ondanks een groeiend besef van de wederzijdse afhankelijkheid in de wereld, vond men de eigen normen en waarden in toenemende mate beter dan die van een andere cultuur. Ook het aandeel Nederlanders dat van mening was dat de overheid zich op problemen *binnen* de landsgrenzen moet richten, nam in 2014 toe. Deze opvattingen leken erg afhankelijk te zijn van de binnenlandse economische omstandigheden. In onzekere tijden is men geneigd zich meer op de situatie in eigen land te richten. Het is interessant om te zien of Nederlanders dit jaar - nu de economie aantrekt - de principes van gelijkwaardigheid en gedeelde verantwoordelijkheid ook weer meer onderschrijven².

3.1 GELIJKWAARDIGHEID

In de voorgaande jaren bleek dat Nederlanders minder overtuigd waren geraakt van de gelijkwaardigheid van mensen wereldwijd (Boonstoppel & Van Elfrinkhof, 2014). Steeds meer Nederlanders onderschreven bijvoorbeeld de stelling dat de normen en waarden van de eigen cultuur beter zijn dan die van andere culturen. Ook de stelling dat Nederlanders hier meer kans moet hebben op een baan dan

2

Voor een uitgebreide analyse naar verschillen in houding tussen verschillende groepen Nederlanders, verwijzen we naar eerder edities van 'Nederlanders & de Wereld'. Hier kwam onder andere naar voren dat er vooral een verschil in houding is tussen hoger en lager opgeleide Nederlanders. Waar de laatste groep een vrij gesloten houding heeft, hebben hoger opgeleiden een meer 'open' blik (Boonstoppel & van Elfrinkhof, 2014).



FIGUUR 3.1

Gelijkwaardigheid (% (helemaal) mee eens, n=2076, gewogen resultaten).

een Pool, vond eerder veel bijval. Dit jaar zien we een licht positieve ontwikkeling (zie figuur 3.1). Het aandeel Nederlanders dat de eigen normen en waarden prevalent leert boven die van andere culturen, is iets afgenomen (van 25% naar 22%).

Zes op de tien menen meer recht te hebben op baan dan een Pool

Daarnaast zijn Nederlanders iets minder overtuigd geraakt van het feit dat een Nederlander meer kansen moet hebben op een baan in Nederland dan een Pool die hier een baan zoekt. Hoewel nog altijd het merendeel van de Nederlanders vindt dat hij of zij een grotere kans op een baan zou moeten hebben, zien we een duidelijke afname (van 67% naar 62%). Dit zou het gevolg kunnen zijn van de aantrekkende economie. Vorig jaar zagen we al dat de krappe Nederlandse arbeidsmarkt zeer waarschijnlijk de achterliggende verklaring is voor de grote steun voor deze stelling (Boonstoppel & Van Elfrinkhof, 2014).

Drie op de tien hebben liever buurman van de eigen cultuur

Tegenover deze twee positieve ontwikkelingen staat dat het aandeel Nederlanders dat zegt liever mensen van de eigen cultuur als buren te hebben, iets is gestegen. Waar vorig jaar nog 29 procent onderschreef dat ze liever mensen van dezelfde cultuur naast

zich hebben wonen, is dit jaar 31 procent het met deze stelling eens (zie figuur 3.1). Tegelijkertijd is het dus voor de meerderheid van de Nederlanders nog altijd om het even uit welke cultuur de buurman of buurvrouw komt.



Zes op de tien vinden moslims gelijkwaardig aan mensen met ander geloof

Ook lijken de meeste Nederlanders mensen geen onderscheid te maken tussen mensen met verschillende religies: zes op de tien Nederlanders meent dat moslims gelijkwaardig zijn aan mensen met een ander geloof (zie figuur 3.1). Dit aandeel is gelijk aan voorgaande jaren. In het licht van de vele terroristische aanslagen dit jaar uit naam van de islam is dit een positief gegeven. Vaak is de vrees dat door deze aanslagen moslims in toenemende mate worden geassocieerd met terroristen, en daardoor negatiever worden beoordeeld. Of Nederlanders ook positief denken over moslims valt uit deze cijfers niet direct op te maken, maar zij zien moslims in ieder geval niet als minder gelijkwaardig dan christenen.

Vier op de tien Nederlanders geloven dat onze rijkdom te danken is aan het feit dat we zaken hier beter aanpakken dan in minder rijke landen. Aansluitend zien

we in hoofdstuk 5 dat armoede in andere landen juist vaak geweten wordt aan slecht bestuur en corruptie.

BOX 8: WERELDWIJDE BETROKKENHEID

Betrokkenheid zegt iets over de mate waarin men zich verbonden voelt met anderen. Deze verbondenheid motiveert mensen bijvoorbeeld om zich in te zetten voor het gezamenlijk oplossen van wereldwijde problemen als armoede. De reikwijdte van betrokkenheid lijkt echter begrenst. Wat ver weg is, is onbekend en onbekend maakt onbemind. Eerder onderzoek toonde al aan dat de Nederlandse bevolking zich meer zorgen maakt over een probleem dat zich 'daar' afspeelt naarmate de nadelige effecten ervan ook 'hier' duidelijk zichtbaar zijn (Boonstoppel, 2013).

Gevraagd naar de mate waarin Nederlanders zich betrokken voelen bij gebeurtenissen op verschillende niveaus, blijkt dat Nederlanders zich het meest betrokken voelen bij wat er in de eigen wijk gebeurt: 58 procent zegt zich (erg) verbonden te voelen met de eigen woonwijk. Op kleine afstand volgt betrokkenheid met Nederland (58%), de woonplaats (55%) en de regio (53%). Gebeurtenissen in de wereld kunnen op een stuk minder betrokkenheid rekenen; drie op de tien (30%) voelt zich verbonden met de wereld. Het minst betrokken voelen Nederlanders zich echter bij Europa (27%).

Lokale en nationale kwesties kunnen dus duidelijk op de meeste betrokkenheid rekenen; de betrokkenheid hierbij is bijna twee keer zo

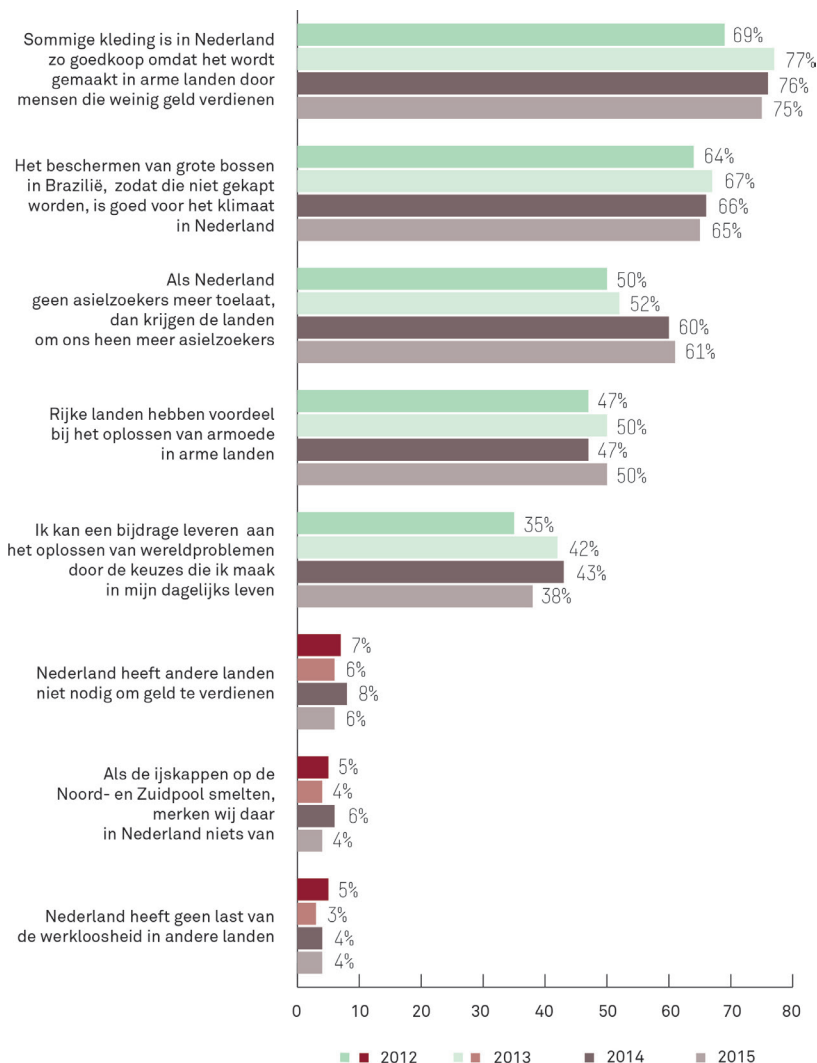
groot als betrokkenheid bij mondiale of Europese vraagstukken. Opvallend is echter dat de betrokkenheid niet evenredig afneemt met het oplopen van de schaalgrootte. Zo voelt men zich meer betrokken bij wat er in Nederland gebeurt dan bij wat er zich in de regio afspeelt. Ook kunnen wereldproblemen op meer betrokkenheid rekenen dan gebeurtenissen binnen Europa. Wat verder weg is, leidt dus niet in alle gevallen automatisch tot minder betrokkenheid.

Verbondenheid op lokaal niveau betekent niet dat men zich minder betrokken voelt bij gebeurtenissen op veel grotere schaal. Nederlanders die zich verbonden voelen met de eigen wijk of stad, voelen zich ook meer verbonden met de wereld dan Nederlanders die geen verbintenis voelen met de eigen wijk. Andersom houdt een brede blik op de wereld niet in dat men geen oog meer heeft op wat er zich afspeelt binnen de eigen wijk.

In het algemeen geldt dat hoger opgeleiden zich meer betrokken voelen bij Nederland, Europa en de wereld. Er is geen verschil in betrokkenheid op lokaal niveau (woonwijk, stad, regio) tussen hoger en lager opgeleiden. Nederlanders jonger dan 35 jaar voelen zich over de hele linie (van wijk tot wereld) minder betrokken dan oudere Nederlanders.

3.2 WEDERZIJDSE AFHANKELIJKHEID

De onderlinge verwevenheid in de wereld maakt dat wat we hier in Nederland doen of laten, de leefomstandigheden elders in de wereld beïnvloedt (en vice versa). In hoeverre zijn Nederlanders zich hiervan bewust?



FIGUUR 3.2

Wederzijdse afhankelijkheid (% (helemaal) mee eens, n=2076, gewogen resultaten).

Nederlanders zijn zich over het algemeen bewust van de wederzijdse afhankelijkheid in de wereld. Zo zijn er maar weinig Nederlanders (4%) die geloven dat wij in Nederland niets zouden merken van het smelten van de ijskappen op de Noord- en Zuidpool. Daarnaast is maar een klein deel (6%) van mening dat Nederland andere landen niet nodig heeft om geld te verdienen. Eveneens een kleine groep (4%) ontkent dat Nederland geen last heeft van werkloosheid in andere landen.

Zes op de tien erkennen gedeeld probleem opvang asielzoekers

Als Nederland geen asielzoekers meer zou toelaten, dan krijgen volgens 61 procent van de Nederlanders de landen om ons heen meer asielzoekers. We zagen vorig jaar een duidelijke toename in dit besef.

Deze stijging kon mogelijk worden verklaard door de toenemende aandacht in de media voor het probleem rondom de vluchtelingenstroom naar Europa. Ook dit jaar domineerde de Europese vluchtelingen crisis het nieuws. Dat zes op de tien het grensoverschrijdende karakter van de uitdagingen rondom de opvang van asielzoekers erkennen, betekent overigens niet dat men vindt dat Nederland daarom coulant moet zijn in het opnemen van asielzoekers (zie box 9).



Driekwart erkent dat kleding goedkoop is door arbeiders in lageloonlanden

Het gegeven dat we hier goedkope kleding kunnen kopen omdat het wordt gemaakt in arme landen door mensen die weinig geld verdienen, wordt door driekwart van de Nederlanders onderkent (zie figuur 3.2). We zagen sinds 2013 (na de fabrieks-ramp in Bangladesh) een stijging in dit besef. Het lijkt erop dat deze tragedie blijvende indruk heeft gemaakt, en het besef rondom de arbeidsomstandigheden in lageloonlanden permanent heeft vergroot.

Helft denk dat rijke landen voordeel hebben in oplossen armoede in arme landen

Over het algemeen lijken Nederlanders zich bewust van de onderlinge afhankelijkheid in de wereld. Voor een deel is deze onderlinge afhankelijkheid volgens Nederlanders in ons eigen belang. De helft van de Nederlanders menen dat rijke landen voordeel hebben bij het oplossen van armoede in arme landen. In hoofdstuk 5 gaan we nader in op de belangen die ontwikkelingshulp volgens Nederland hoofdzakelijk zou moeten dienen.

BOX 9: OPVATTINGEN OVER MIGRATIE

Onderzoek van Kaleidos Research uit de zomer van 2015 laat zien dat Nederlanders zich enigszins dubbelhartig opstellen over migratie: aan de ene kant lijken zij begaan met het lot van migranten, maar aan de andere kant willen zij de verantwoordelijkheden liever buiten de deur houden (Boonstoppel, 2015). Nederlanders zien de migranten die naar ons land komen eerder als een bedreiging dan als een verrijking: zo denkt twee op de vijf dat migranten die zich hier vestigen banen af pakken. Slechts één op de vijf vindt migranten een verrijking voor de samenleving. Ook denkt een aanzienlijk deel van de bevolking dat er (te) veel mensen van andere nationaliteiten in ons land wonen.

Overschatting asielaanvragen

Deze enigszins gesloten houding van Nederlanders komt mogelijk voort uit het beeld dat men heeft van de asieldruk op Nederland. Het merendeel is er – onterecht – van overtuigd dat Nederland (veel) meer aanvragen te verwerken krijgt dan de omliggende landen. Daarnaast wordt het absolute aantal aanvragen door een derde (fors) te hoog ingeschat. En hoe hoger men de druk op ingeschat, hoe negatiever men denkt over migranten.

Gedeelde verantwoordelijkheid, maar wel op vrijwillige basis

Nederlanders beseffen goed dat Nederland

niet het enige land is dat te maken heeft met de uitdagingen die migratie met zich meebrengt. Slechts een kwart van de Nederlanders meent dat alleen de Zuid-Europese landen verantwoordelijk zijn voor de opvang van bootvluchtelingen. Wanneer het echter aankomt op een concrete invulling van deze gedeelde verantwoordelijkheid, is men minder enthousiast. Nederlanders lijken een gedeelde verantwoordelijkheid te erkennen, maar dan wel op vrijwillige basis en zonder financiële verplichting.

Ogenschijnlijke tegenstrijdigheid

Opinies over migratie zijn lastig te meten. Een mening wordt onder andere gevormd door berichtgeving in de media. Vluchtelingen die worden neergezet als ‘gelukszoekers’, krijgen minder begrip dan bootvluchtelingen geportretteerd als Syriërs op de vlucht voor oorlog. Ook is migratie een complex en veelomvattend vraagstuk. Zodoende zijn meningen over dit onderwerp soms ogenschijnlijk tegenstrijdig. Hierbij geldt in het algemeen dat hoe dichterbij de gevolgen, hoe groter het verzet. “Ja, vluchtelingen moeten geholpen worden. Nee, ik wil geen asielzoekerscentrum in mijn straat”. Dit verklaart waarom Nederlanders enerzijds massaal knuffels en kleding inzamelen, terwijl er anderzijds grootschalige protesten tegen opvangcentra voor vluchtelingen zijn.

Vier op de tien geloven in eigen bijdrage oplossen wereldwijde problemen

Als het gaat om het geloof in de eigen bijdrage – cruciaal voor een duurzame en gelijkwaardige wereld – dan zijn Nederlanders een stuk minder overtuigd. Krap vier op de tien Nederlanders menen dat zij door de keuzes die ze maken in het dagelijkse leven, wereldproblemen kunnen helpen oplossen (zie figuur 3.2). Dit geloof in de eigen bijdrage is afgenomen ten opzichte van vorig jaar. Waar in 2014 nog 43 procent dacht dat het eigen gedrag van invloed was, is dit in 2015 gedaald naar 38 procent. Nederlanders zijn in 2015 dus pessimistischer geworden over de bijdrage die men zelf kan leveren in de strijd tegen mondiale uitdagingen als klimaatverandering.

3.3 GEDEELDE VERANTWOORDELIJKHEID

Mondiaal burgerschap impliceert niet alleen dat mensen gelijkwaardig zijn en afhankelijk zijn van elkaar, maar ook dat men de verantwoordelijkheid deelt voor problemen die de nationale grenzen overstijgen. In de inleiding opperden we de vraag of Nederlanders – nu het weer wat beter gaat met de economie – misschien de blik weer meer naar buiten richten. Voelen zij zich medeverantwoordelijk voor problemen als natuurrampen en armoede in het buitenland?

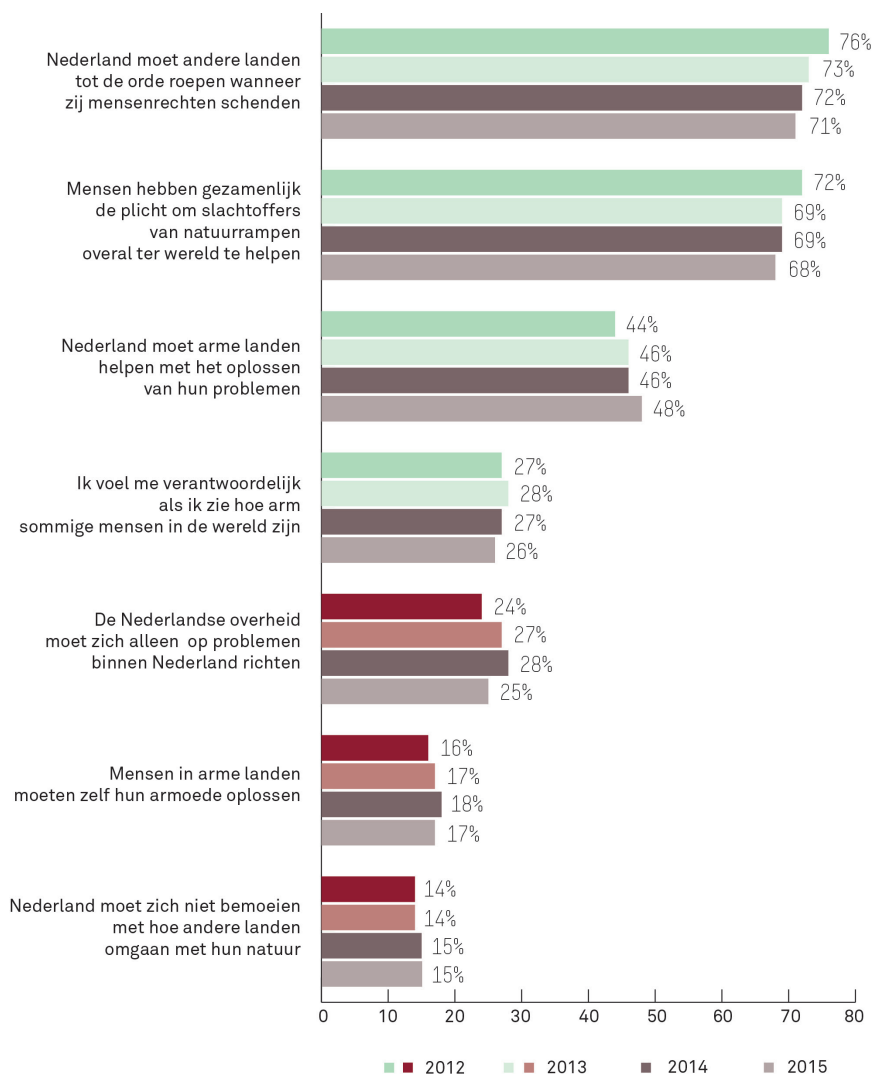
Blik iets meer naar buiten gericht

Twee stellingen impliceren dat Nederlanders weer over de landgrenzen heen durven kijken. Hoewel nog altijd een kwart vindt dat de Nederlandse overheid zich alleen op problemen binnen Nederland moet richten, is dit wel een afname ten opzichte van de twee jaren ervoor. Tegelijkertijd is er een toename in het aantal Nederlanders dat vindt dat Nederland arme landen moet helpen met het oplossen van hun problemen. Bijna de helft van de Nederlanders (48%) onderschrijft deze stelling. Daarnaast is slechts 17 procent van mening dat mensen in arme landen zelf hun armoede moeten oplossen.

Kwart voelt zich verantwoordelijkheid voor arme mensen in de wereld

De bestrijding van armoede in ontwikkelingslanden is volgens Nederlanders dus niet alleen de verantwoordelijkheid van deze landen zelf. Ook Nederland moet hierin een bijdrage leveren. Zelf voelen Nederlanders zich in mindere mate verantwoordelijk voor armoede in de wereld: een kwart (26%) zegt zich verantwoordelijk te voelen als ze zien hoe arm sommige mensen in de wereld zijn.

De verantwoordelijkheid van de Nederlandse overheid is volgens Nederlanders groter dan de eigen verantwoordelijkheid in het oplossen van wereldwijde armoede.



FIGUUR 3.3

Gedeelde verantwoordelijkheid (% (helemaal) mee eens, n=2076, gewogen resultaten).

Zeven op de tien vinden dat Nederland andere landen terecht moet wijzen

De taak van de overheid omvat volgens Nederlanders meer dan armoedebestrijding alleen. De Nederlandse overheid dient volgens zeven op de tien Nederlanders andere landen aan te spreken wanneer de mensenrechten in dat land in het geding komen. Ook dient de Nederlandse overheid milieuvervuiling van andere landen in de gaten te houden; maar een klein deel (15%) is van mening dat Nederland zich níet moet bemoeien met hoe andere landen omgaan met de natuur.

Hulp na een natuurramp is tenslotte volgens de meeste Nederlanders een vanzelfsprekendheid. Ruim twee derde (68%) vindt dat mensen de gezamenlijke verplichting hebben om slachtoffers van natuurrampen wereldwijd te helpen.

3.4 TOT SLOT

Ook in 2015 worden de drie principes - gelijkwaardigheid, verantwoordelijkheid en afhankelijkheid - over het algemeen breed gesteund. Daarnaast zien we een licht positieve ontwikkeling op sommige stellingen die impliceren dat Nederlanders de blik weer meer naar buiten richten. Zo is het aandeel Nederlanders dat vindt de Nederlandse overheid zich alleen op problemen binnen Nederland moet richten, afgenomen. Tegelijkertijd is er een toename in het aantal Nederlanders dat vindt dat Nederland arme landen moet helpen met het oplossen van hun problemen. Bijna de helft van de Nederlanders onderschrijft deze stelling.

Ook het aantal Nederlanders dat de voorkeur geeft aan de eigen normen en waarden boven die van andere culturen, is iets afgenomen. Vorig jaar zagen we hierin nog een duidelijke toename. Nederlanders zijn daarnaast minder overtuigd geraakt van het feit dat een Nederlander meer kansen zou moeten hebben op een baan in Nederland dan een Pool. Toch vindt nog altijd het merendeel van de Nederlanders dat hij of zij een grotere kans op een baan zou moeten hebben..

Nederlanders zijn zich ook in 2015 over het algemeen bewust van de onderlinge afhankelijkheid in de wereld. Volgens Nederlanders is deze onderlinge afhankelijkheid deels in ons eigen belang. De helft van de Nederlanders meent dat rijke landen voordeel hebben bij het oplossen van armoede in arme landen. Als het gaat om het geloof in de eigen bijdrage – uiteindelijk cruciaal voor een duurzame en gelijkwaardige wereld – dan is men echter een stuk minder overtuigd. Krap vier op de tien Nederlanders menen dat zij door de keuzes die ze maken in het dagelijkse leven, wereldproblemen kunnen helpen oplossen. Bovendien is dit geloof in de eigen bijdrage afgenomen ten opzichte van vorig jaar. Nederlanders zijn dus pessimistischer dan vorig jaar over de invloed die de eigen keuzes in het dagelijkse leven kunnen hebben op mondiaal niveau.

4. DE INVLOED VAN DE OMGEVING OP DUURZAAM GEDRAG

In voorgaande edities van *Nederlanders & de Wereld* zijn verschillen in duurzaam gedrag tussen groepen Nederlanders al uitgebreid aan bod gekomen. Zo bleek bijvoorbeeld dat hoger opgeleiden zich vaker duurzaam gedragen dan lager opgeleiden (zie box 10). Een belangrijke factor is hierbij echter onderbelicht gebleven: de invloed van de sociale omgeving waarin iemand zich bevindt. Deze sociale context heeft – meer dan we misschien zelf denken – een grote impact op ons doen en laten. Hoe persoonskenmerken (zoals educatie, leeftijd) gedrag beïnvloeden hangt dus ook af van de omgeving waarin men zich begeeft. In dit hoofdstuk gaan we nader in op deze contexteffecten: voelen Nederlanders druk vanuit de omgeving om zich duurzaam te gedragen? Wat weten zij eigenlijk over het duurzame gedrag van hun naasten? In het verlengde hiervan kijken we ook naar emoties. Emoties als schuld en schaamte zijn ‘sociale’ emoties die kunnen aanzetten tot duurzaam gedrag. Welke emotie voelen wij als we denken aan ons eigen duurzame gedrag en dat van andere Nederlanders?

4.1 GROEPSNORMEN EN GROEPDRUK

Wat we denken dat anderen van ons verwachten, heeft een grote invloed op hoe we ons gedragen, ook al zijn we ons er hier niet altijd van bewust (Nolan, Schultz, Cialdini, Goldstein, & Griskevicius, 2008). Wat vrienden denken, wat ouders doen en wat burens laten, bepaalt mede ons eigen standpunt en ons handelen. We willen namelijk graag ergens bij horen. Uit angst voor afwijzing of reputatieschade, gedragen we ons dan ook volgens de normen waarvan we denken dat die gelden voor die specifieke groep. Deze sociale normen werken als groepsgebonden voorschriften van (on)wenselijk gedrag (Cialdini & Trost, 1998).

Er is een verschil tussen zogenaamde *injunctieve* normen (wat we volgens de ‘sociale standaard’ wel of niet zouden moeten doen) en zogenaamde *descriptieve* normen (wat men doet in de praktijk). Descriptieve normen leiden we indirect af

BOX 10: VERKLARINGEN VOOR DUURZAAM GEDRAG

In eerdere edities van 'Nederlanders & de Wereld' hebben we uitgebreid onderzocht hoe Nederlanders onderling van elkaar verschillen in hun duurzame gedrag. Een aantal persoonskenmerken gaan stevast samen met meer duurzaam gedrag. Zo hangen *opleidingsniveau*, *leeftijd*, en *religiositeit* allemaal positief samen met duurzaam gedrag (Carabain, Van Gent, & Boonstoppel, 2012). Met andere woorden: hoe hoger opgeleid, hoe ouder en hoe religieuzer, hoe vaker men zich duurzaam gedraagt. Ook *vrouwen* gedragen zich over het algemeen groener dan mannen (Boonstoppel & van Elfrinkhof, 2014). Dit wordt voor een deel verklaard door de waarden die men onderschrijft. Met name het belang dat men hecht aan onbaatzuchtige zorg voor het welzijn van anderen (*altruïstische waarden*) beïnvloedt de mate van duurzaam gedrag sterk. Hoger opgeleiden onderschrijven deze waarden vaker dan lager opgeleiden, wat maakt dat zij zich duurzamer gedragen. Dit geldt ook voor ouderen, gelovige Nederlanders en vrouwen.

De relatie met de hoogte van het *inkomen* is niet eenduidig (Boonstoppel & van Elfrinkhof, 2013). Zowel lage als hoge inkomensgroepen gedragen zich duurzaam. Bij huishoudens met een laag inkomen lijkt dit het directe gevolg van een gebrek aan geld. Zij kunnen zich geen wasdroger of vliegvakanties veroorloven. Duurzaam gedrag is zo het (onbewuste) resultaat van besparingsmotieven. Voor de hogere inkomensgroepen lijkt de bestedingsruimte echter minder doorslaggevend. Het duurzame gedrag van deze Nederlanders wordt verklaard door eigenschappen die samenhangen met een hoog inkomen, zoals een hoger opleidingsniveau. Niet alleen verschilt de relatie met inkomen per type gedraging, ook binnen de inkomensgroepen zelf is het gedrag divers. Niet iedere Nederlander met hetzelfde inkomen vertoont ook hetzelfde gedrag. Duurzaam gedrag is dus in ieder geval niet per definitie een 'elitaire' aangelegenheid enkel weggelegd voor de Nederlanders met hoge inkomens, zoals nog wel eens wordt verondersteld.

op basis van (de perceptie van) het gedrag van anderen. Dit gedrag komt niet altijd overeen met wat de injunctieve norm eigenlijk voorschrijft. Zo toonden Cialdini, Reno en Kallgren (1990) met hun onderzoek aan dat mensen in een vervuilde omgeving vaker hun afval op de grond gooien dan in een schone omgeving. Blijkbaar is rommel op de grond een teken dat anderen zich ook niet houden aan de voorgeschreven norm om afval in de afvalbak te gooien. Hierdoor zijn we sneller geneigd zelf ook onze rommel op straat te gooien. Gedrag van anderen kan de invloed van algemeen geldende voorschriften dus overstijgen. De behoefte om bij de groep te horen, is daarmee soms nog groter dan de vraag of deze norm wel 'goed' gedrag voorschrijft. Zo kan de wens om onderdeel uit te maken van een

groep ‘voetbalhooligans’ aanzetten tot geweld en vernieling, simpelweg omdat deze groep dit negatieve gedrag als descriptieve norm verheven heeft.

Sociale norm en duurzaam gedrag

Sociale druk en het naleven van sociale normen is één van de meest effectieve middelen om gedrag te doen veranderen (Raad voor de leefomgeving en infrastructuur, 2014). Ook als het om duurzaam gedrag gaat, speelt dit onbewuste en algemeen geaccepteerde ‘normgedrag’ een rol, zowel in positieve als in negatieve zin, zo blijkt uit divers onderzoek (Harland, Staats, & Wilke, 1999; Jenny, Mosler, & Díaz López, 2004; Keizer, Lindenberg, & Steg, 2008). De overheid maakt in verschillende campagnes al gebruik van groepsdruk om gewenst gedrag te stimuleren. Zo wordt er via posters of bordjes bij veel gemeenschappelijke afvalbakken gewezen op het goede gedrag van buurtgenoten. ‘De meesten mensen in de straat houden het schoon’, staat er op deze borden te lezen. Ook Plastic Heroes (de campagne om Nederlanders plastic te laten inzamelen) maakt gebruik van dit mechanisme met de slogan: ‘Plastic afval kan je beter scheiden, dat weet toch iedereen?’.

Aankoop biologische producten

In ons onderzoek is gevraagd in hoeverre Nederlanders denken dat in eigen kring duurzaam gedrag de norm is, en in hoeverre zij druk vanuit directe omgeving ervaren om (ook) aan deze norm te voldoen. We nemen hierbij de aankoop van biologische producten als indicator voor duurzaam gedrag. Biologische producten vertegenwoordigen ruim een derde van alle consumentenbestedingen aan duurzame producten (Logatcheva, 2015). Uit een studie van Wageningen Universiteit

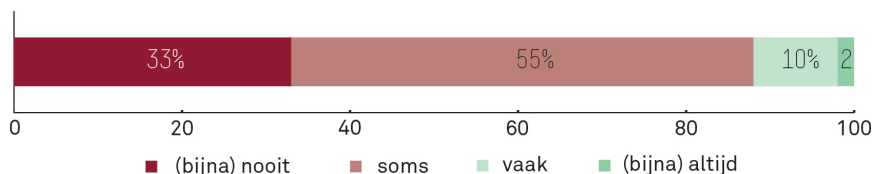
BOX 11: SOCIALISATIE

In 2013 is al eens één aspect van de invloed van de sociale omgeving op duurzaam gedrag belicht, namelijk de invloed van de ouders op het eigen gedrag (Boonstoppel & van Elfrinkhof, 2013). Hieruit blijkt dat zowel het gedrag als de houding van de ouders tijdens de opvoeding bepalend zijn voor het eigen gedrag op volwassen leeftijd. Kinderen uit gezinnen waar gepraat werd over waarden als gelijkwaardigheid, gedragen zich zelf als volwassenen bewuster dan kinderen uit gezinnen waarin dit niet werd gedaan. Dit geldt ook

voor gezinnen waar kinderen werden gewezen op onnodige energieverstopping. Kinderen kopiëren dus niet alleen het duurzame gedrag van hun ouders tijdens hun jeugd (Hogeling & van Gent, 2014), ook op latere leeftijd vertonen ze een vergelijkbaar gedrag als dat van hun ouders. Het zijn vooral de ouders met een religieuze achtergrond en de ouders van hoger opgeleiden die hun kinderen bepaalde opvattingen over duurzaamheid en gelijkwaardigheid meegeven.

bleek dat Nederlandse consumenten biologische producten sterk associëren met milieuvriendelijkheid, wat weer een publieksvriendelijke vertaling is van het begrip duurzaamheid (Onwezen, Van 't Riet & Bartels, 2011). Bovendien is de aankoop van deze producten in de meeste gevallen een bewuste keus voor duurzaam gedrag. Dit in tegenstelling tot bijvoorbeeld de onbewust duurzame keus om geen wasdroger te gebruiken, simpelweg omdat men geen wasdroger kan betalen (zie ook box 10.³

Nederlanders zeggen zelf niet vaak biologische producten te kopen (zie figuur 4.1). Eén op de drie doet dit naar eigen zeggen zelfs nooit. De helft van de Nederlanders koopt soms biologische producten. Een kleine 12 procent doet dit vaak of altijd. Wat weten Nederlanders over het biologische aankoop gedrag van hun naasten?



FIGUUR 4.1

Hoe vaak koopt u biologische producten?

Hoe vaak denken ze dat anderen in hun omgeving (familie, vrienden, collega's) deze producten kopen? Dit zegt iets over de inschatting van de groepsnorm binnen de eigen sociale kring (Cialdini & Goldstein, 2004).

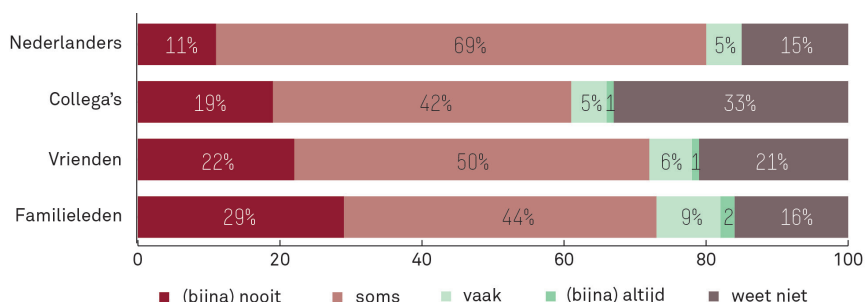
Biologische aankoop niet de norm

Maar weinig Nederlanders menen dat het kopen van biologische producten in eigen kring gebruikelijk is (zie figuur 4.2). Nederlanders schatten het aantal keren dat de omgeving deze producten koopt over het algemeen laag in. Het merendeel van de omgeving doet dit naar inschatting soms, een aanzienlijk deel zelfs nooit. Biologisch aankoopgedrag is dus geen vanzelfsprekendheid binnen de eigen omgeving. De cijfers impliceren eerder een omgekeerde norm, namelijk dat het in de eigen kring gebruikelijk is om géén biologische producten te kopen. Ook schat men het koopgedrag van de eigen omgeving gemiddeld lager in dan dat van

³

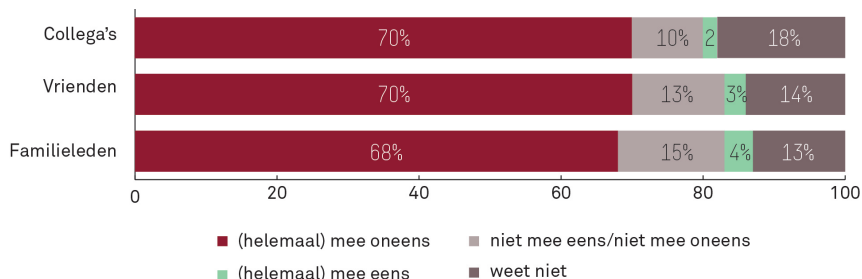
Een nadeel van deze selectie is dat biologische aankopen ook deels inkomensafhankelijk zijn. Biologische producten zijn vaak duurder dan niet-biologische producten (Consumentenbond, 2013). Hierdoor is het voor lage inkomens waarschijnlijk minder vanzelfsprekend dat deze aankopen de norm zijn binnen de eigen kring. Regressie analyse laat zien dat Nederlanders met een relatief hoog inkomen vaker biologische producten kopen.

Daarnaast is het opvallend dat veel Nederlanders geen idee zeggen te hebben over het koopgedrag van hun naasten. Hoe groter de afstand, hoe groter de onwetendheid. Met name over het gedrag van collega's heeft men geen idee: één op de drie zegt niet te weten of en hoe vaak hun collega's biologische producten kopen. Dit impliceert dat het onderwerp bij veel Nederlanders niet ter sprake komt op de werkvloer. Zoals in hoofdstuk 2 al is beschreven, is communicatie over wat men als 'normaal gedrag' beschouwt essentieel voor de zichtbaarheid van sociale normen.



Een analyse bevestigt dat duurzaam gedrag een vorm van groepsgegedrag is: Nederlanders die zelf relatief vaak biologische producten kopen⁴, schatten ook het koopgedrag van hun naasten hoger in. Het eigen gedrag komt dus overeen met het ingeschatte gedrag van hun naasten. Andersom geldt dit ook: Nederlanders die zelf geen biologische producten kopen, denken dat de omgeving dit ook niet doet.

Naast een inschatting van het koopgedrag van anderen, hebben we Nederlanders ook gevraagd of zij opgelegde druk vanuit de omgeving ervaren om biologische producten te moeten kopen. In hoeverre denkt men dat de eigen sociale kring meent dat zij dit gedrag zouden moeten vertonen?



FIGUUR 4.3

'Mijn vinden dat ik biologische producten zou moeten kopen'

Nederlanders ervaren naar eigen zeggen weinig druk vanuit de omgeving. Ruim twee op de drie Nederlanders menen dat hun naasten *niet* van hen verwachten dat ze biologische producten kopen (zie figuur 4.3). Slechts een klein aantal (4%) geeft aan dat de naaste omgeving deze verwachting wel heeft. Dit zijn de Nederlanders die zelf ook relatief vaak biologische producten kopen. Met hun eigen gedrag lijken deze Nederlanders daarmee te voldoen aan de heersende norm in hun omgeving.

Overigens hoeft een ontkenning van de stelling niet te betekenen dat men geen druk ervaart. Alleen geldt deze dan in omgekeerde zin: de norm binnen de eigen kring is om géén biologische producten te kopen en de meeste Nederlanders lijken zich daaraan te conformeren. Daarnaast zijn veel Nederlanders zich zoals gezegd niet bewust van de invloed die de omgeving uitoefent op het eigen gedrag. Een ontkenning van de stelling dat de omgeving verwacht dat men biologische producten koopt, betekent dus niet per definitie dat deze Nederlanders zich niet laten leiden door de verwachtingen van anderen.

Er is een samenhang tussen het ingeschatte koopgedrag van de omgeving (de sociale norm) en de druk die men ervaart vanuit diezelfde sociale kring om aan de norm te voldoen (groepsdruk). Nederlanders die denken dat biologisch koopgedrag gewaardeerd wordt door de omgeving, schatten de mate waarin naasten zelf deze producten kopen ook hoger in. Het eigen gedrag, het ingeschatte koopgedrag van naasten en de druk die men voelt vanuit de omgeving, zijn dus allemaal aan elkaar gerelateerd. Dit bevestigt de invloed van de sociale omgeving op milieuvriendelijk gedrag.

Samenvattend is het kopen van biologische producten voor heel veel Nederlanders niet de norm binnen de eigen sociale kring. Ook ervaart men ook geen druk vanuit de omgeving om deze producten te kopen.

4.2 ROL VAN EMOTIES

In lijn van het effect van sociale normen op ons gedrag, zoomen we nu nader in op de rol van emoties. Emoties hebben – net als normen – een sociale functie. Ze motiveren mensen hun gedrag aan te passen zodat we ons goed voelen over onszelf (Bagozzi & Pieters, 1998). Zo roept de emotie schaamte angst op om buiten de groep te vallen. ‘Fast-fashion’ ketens als de H&M en de Primark zullen door sommige Nederlanders dan ook vermeden worden, omdat zij zich schamen als anderen zien dat zij hier hun kleding kopen. Anderzijds zullen anderen zich juist schamen als zij biologische producten kopen, bang om door vrienden te worden bestempeld als ‘geitenwollensok’.

Ook schuldgevoelens kunnen milieuvriendelijk gedrag motiveren. Een medewerker van Greenpeace zal zich waarschijnlijk schuldig voelen als hij met het vliegtuig op stedentrip gaat. Om zich beter te voelen, zal hij de volgende keer wellicht toch voor een milieuvriendelijker alternatief kiezen. Positieve emoties als tevredenheid en trots geven tegelijkertijd juist de bevestiging dat men zich ‘goed’ gedraagt. Zo kan men trots op zichzelf zijn als men de auto heeft laten staan en in plaats daarvan de fiets heeft gepakt. Hiermee voldoen we aan de (opgelegde) norm van milieuvriendelijk gedrag, wat zorgt voor een tevreden gevoel. Om dit gevoel te behouden, zal men in het vervolg wellicht dezelfde keus maken. Zowel negatieve als positieve emoties kunnen ons milieuvriendelijke gedrag dus motiveren (Onwezen, Antonides, & Bartels, 2013; Onwezen, Bartels, & Antonides, 2014).

Tevreden over eigen gedrag, beschaamd over gedrag van anderen

Aan Nederlanders is gevraagd welke emotie zij voelen als ze denken aan hun eigen milieuvriendelijke gedrag en het milieuvriendelijke gedrag van de rest van Nederland⁵. Een opvallende bevinding is dat het eigen gedrag veel vaker positieve emoties oproept dan het gedrag van andere Nederlanders. Als we denken aan ons eigen milieuvriendelijke gedrag, dan maakt ons dat voornamelijk tevreden, gelukkig en voldaan. Als we denken aan het milieuvriendelijke gedrag van andere Nederlanders, dan zijn we echter vooral bezorgd, teleurgesteld en beschaamd (zie tabel 4.1). Dit terwijl we eerder in figuur 4.2 zagen dat het biologisch aankoopgedrag van de gemiddelde Nederlander relatief hoog werd ingeschat.

Emoties bij eigen gedrag

Nederlanders lijken dus over het algemeen tevreden met hun huidige milieuvrien-



5

Respondenten is gevraagd om bij 17 emoties hun gevoel aan te geven op een schaal van 1 (helemaal niet) tot 7 (heel erg). De schaal is gebaseerd op een schaal zoals gebruikt door Bagozzi & Pieters (1998).

TABEL 4.1

Top vijf emoties eigen milieuvriendelijke gedrag en milieuvriendelijke gedrag van rest van Nederland (gem. score schaal 1 - 7).

EIGEN GEDRAG		GEDRAG REST VAN NEDERLAND	
Tevreden	4,11	Bezorgd	3,36
Gelukkig	3,75	Teleurgesteld	3,23
Voldaan	3,67	Beschaamd	3,14
Blij	3,66	Boos	2,97
Trots	3,51	Gefrustreerd	2,96

delijke gedrag. Dit geldt met name voor Nederlanders die zich relatief duurzaam gedragen⁶. Voor deze groep is het verschil tussen positieve gevoelens over hun eigen gedrag en negatieve emoties over andermans gedrag groter. Zij zijn meer uitgesproken positief over hun eigen gedrag dan Nederlanders die zich minder duurzaam gedragen.

Nederlanders die zich minder duurzaam gedragen, denken dan misschien wel minder uitgesproken positief, ook bij hen zien we echter hetzelfde beeld. Zij oordelen over het algemeen meer positief dan negatief over hun eigen gedrag. Dus ook Nederlanders die bijvoorbeeld nooit biologische producten kopen, voelen meer positieve dan negatieve emoties als zij aan hun eigen milieuvriendelijke gedrag denken.

Emoties bij gedrag van anderen

Nederlanders zijn dus tevreden over hun eigen milieuvriendelijke gedrag. Over het gedrag van hun landgenoten oordelen zij echter voornamelijk negatief. Met name duurzame Nederlanders zijn uitgesproken negatief over het gedrag van andere Nederlanders: het verschil in scores tussen positieve en negatieve emoties is relatief groot. Zij ervaren dus meer uitgesproken negatieve emoties als zij denken aan het gedrag van andere Nederlanders, in vergelijking met Nederlanders die zich niet zo duurzaam gedragen.

Ook Nederlanders die zelf niet milieubewust bezig zijn, voelen echter negatieve emoties bij de gedachte aan het milieuvriendelijke gedrag van andere Nederlan-



⁶

We hebben hierbij de aankoop van biologische producten als indicator genomen voor duurzaam gedrag. Zoals eerder uitgelegd is dit een vorm van bewust duurzaam gedrag dat door consumenten sterk wordt geassocieerd met milieuvriendelijkheid. Analyse laat zien dat deze gedraging positief samenhangt met andere bewuste duurzame gedragingen, zoals de aankoop van fairtrade producten.

ders. Ook zij zijn bezorgd en teleurgesteld over het gedrag van anderen. Belangrijker nog: het gedrag van anderen roept meer negatieve emoties op dan het eigen gedrag, ondanks het feit dat zij zelf helemaal niet zo milieuvriendelijk bezig zijn.

Zelfoverschatting

Hoe kan het dat Nederlanders die zelf niet zo duurzaam zijn, tóch positief denken over hun eigen gedrag, en dit gedrag bovendien ook nog eens positiever evalueren dan het gedrag van anderen? Dit gegeven is binnen de onderzoeksliteratuur een bekend fenomeen: we zijn geneigd onszelf te overschatten (Eply & Dunning, 2000). Iedereen wil zich graag goed voelen over zichzelf, en schat daarom zijn eigen gedrag vaak hoger en beter in dan dat van anderen. We vinden het erg belangrijk om onszelf als ‘goed’ te zien en hunkeren naar bevestiging van dit positieve zelfbeeld (Sherman & Cohen, 2006; Steele, 1988). Zo kan het zijn dat het goede gedrag van anderen negatieve emoties oproept. We willen niet een slecht gevoel hebben omdat iemand zich milieuvriendelijker gedraagt dan onszelf. Zo worden vegetariërs bespot door vleeseters, niet omdat zij iets doen wat niet goed is, maar omdat vegetariërs vleeseters impliciet wijzen op de steken die ze zelf laten vallen. Vleeseters voelen zich dus aangevallen door het moreel goede gedrag van vegetariërs, wat resulteert in een aversie tegen deze ‘heilige boontjes’ (zogenaamde ‘*do-gooder derogation*’ (zie Minson & Monin, 2012).

Geen excuus

Wat hierin ook mogelijk meespeelt is dat men strenger is voor anderen dan voor zichzelf. Over het algemeen worden tekortkomingen van anderen vaker gezien als ‘eigen schuld’ (interne attributie), terwijl eigen tekortkomingen het resultaat zijn van oorzaken waar we naar eigen zeggen zelf niks aan kunnen doen (externe attributie) (Heider, 1958). Met andere woorden: voor het eigen wangedrag geldt meestal een goed excuus. Andere Nederlanders hebben daarentegen eigenlijk geen goede reden waarom ze zich niet milieuvriendelijk zouden gedragen. In het geval van de aankoop van relatief dure biologische producten, zou men bijvoorbeeld kunnen redeneren dat anderen vaker deze producten zouden moeten kopen, omdat men veronderstelt dat andere Nederlanders meer te besteden hebben dan zij zelf. Ook kan het zijn dat men voornamelijk anderen verantwoordelijk houdt voor de aanpak van milieuproblemen (Bascoul, Schmitt, & Rasolofoarison, 2015). Nederlanders die niet overtuigd zijn van het feit dat zij zelf een bijdrage kunnen leveren aan het oplossen van mondiale uitdagingen, zijn over het algemeen inderdaad negatiever over het gedrag van anderen. Dit impliceert dat zij de lat voor zichzelf laag hebben gelegd, maar tegelijkertijd wel van anderen verwachten dat zij zich milieuvriendelijk gedragen. De norm die men anderen oplegt is dus hoger dan de norm waaraan men zelf moet voldoen.

4.3 TOT SLOT

Wat betekent dit voor de toekomst van duurzaam gedrag in Nederland? Zolang bijvoorbeeld de aankoop van biologische producten nog niet ingeburgerd is, lijken voor gedragsverandering op grote schaal negatieve private emoties als schaamte en schuld bruikbaarere dan positieve emoties als trots en tevredenheid. Nederlanders lijken nu maar weinig intentie te hebben om hun eigen aankoopgedrag te veranderen. Over het algemeen zijn Nederlanders best tevreden met hun eigen milieuvriendelijke gedrag, ook al gedragen zij zich in de praktijk nog niet heel duurzaam. Dat heeft ongetwijfeld te maken met de lage groepsdruk die zij ervaren. Zoals gezien voelen Nederlanders maar weinig druk vanuit de omgeving om biologische producten te kopen. Waarom zouden ze zich dan ook schuldig of beschaamd voelen, zolang niemand iets van ze verwacht?

Voor het vergroten van duurzaam gedrag in Nederland is het de vraag hoe er een kritische massa wordt bereikt die duurzaamheid tot norm verheft. Men heeft over het algemeen geen moeite om gedrag te vertonen waarvan men denkt dat dat gedrag door anderen als normaal wordt beschouwd (Rettie, Burchell, & Barnham, 2011; Rettie, Burchell, & Riley, 2012). Nu is de aankoop van biologische producten nog vaak iets voor een selectieve groep, zo laten ook deze cijfers zien. Door de rest van Nederland wordt duurzaamheid vaak nog gezien als iets voor geitenwollensokken of de elite. Zo associëren Nederlanders de biologische supermarkt keten Marqt – naar eigen zeggen (Smit, 2014) – voornamelijk met ‘elitaire yuppen’. Het milieuvriendelijke gedrag van andere Nederlanders roept dan ook vooral negatieve emoties op, ook onder de Nederlanders die zelf helemaal niet zo milieuvriendelijk bezig zijn. Wellicht is hier sprake van ‘*do-gooder derogation*’. Ook zou het kunnen zijn dat Nederlanders de lat hoger leggen voor anderen dan voor zichzelf, bijvoorbeeld vanuit de veronderstelling dat die meer te besteden hebben en dus ook vaker relatief dure biologische producten zouden kunnen en moeten kopen.

Initiatieven van meer toegankelijke partijen zou deze veronderstelde exclusiviteit mogelijk kunnen doorbreken, en het begrip duurzaamheid gangbaarder kunnen maken. Zo maakte Jumbo eind vorig jaar bekend alle plofkippen voortaan te weren (NOS, 2014) en lanceerde de Albert Heijn de ‘Doe maar lekker duurzaam’ campagne (Albert Heijn, 2015). Tijdens de actie ontvangen 2,5 miljoen Nederlandse huishoudens een cadeaukaart ter waarde van 12,50 euro. Met de kaart kunnen klanten duurzame producten kopen. Een receptenboekje toont voorbeelden van recepten die van maximaal €12,50 die met de actieproducten gemaakt kunnen worden. Hiermee wordt de veronderstelling bestreden dat duurzaam eten onbetaalbaar zou zijn en alleen voor de rijkere Nederlanders haalbaar is.

5. NEDERLANDERS EN ONTWIKKELINGSSAMENWERKING

Naast het duurzame gedrag en de houding van Nederlanders over mondiale vraagstukken, brengen we ook ieder jaar de maatschappelijke steun voor ontwikkelingssamenwerking in Nederland in kaart⁷. Sinds 2006 meten we of Nederlanders vinden dat het budget voor dit beleidsterrein gelijk moet blijven of vergroot of verkleind moet worden. Uit eerder edities bleek dat deze steun fluctueert en afhankelijk is van externe factoren. Zo drukte de afgelopen jaren de economische crisis een grote stempel op het draagvlak voor ontwikkelingshulp. Eerst de problemen in eigen land oplossen en dan pas kijken naar problemen buiten de grens, was lange tijd het overheersende sentiment. De in 2012 aangekondigde grootschalige bezuinigingen werden over het algemeen dan ook breed gedragen door de Nederlanders (Carabain et al., 2013). Hoe zit het nu de crisis op haar retour lijkt? En welk belang zou ontwikkelingshulp volgens Nederlanders moeten dienen; het eigen belang van Nederland of het belang van de allerarmsten?

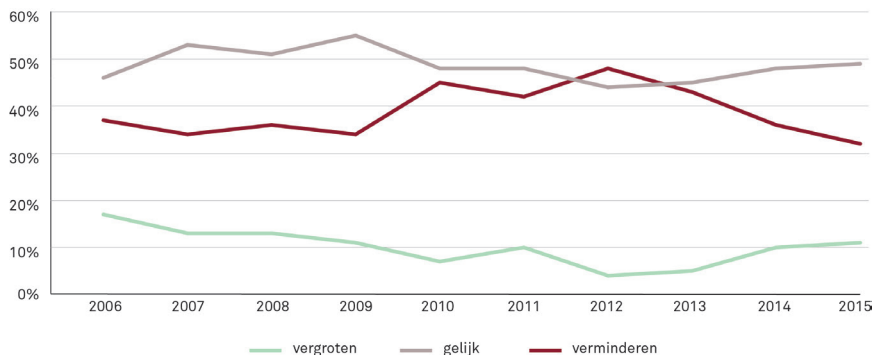
5.1 STEUN VOOR OVERHEIDSBUDGET

Steun voor vermindering budget het laagst sinds 2006

De positieve trend die zich vorig jaar openbaarde, heeft zich in 2015 definitief doorgezet. Het aantal Nederlanders dat het overheidsbudget voor ontwikkelingshulp wil verlagen, is zelfs het laagst sinds de start van de meting in 2006 (zie figuur 5.1). Een derde (32%) is van mening dat de overheid minder geld aan ontwikkelingshulp moet geven: een daling van 4% ten opzichte van vorig jaar. In 2012 was nog bijna de helft (48%) van de Nederlanders voor het verlagen van het budget.

7

We benadrukken dat dit hoofdstuk een beperkte invulling geeft aan het begrip 'draagvlak'. Voor een meer uitgebreide benadering verwijzen we naar NCDO rapport 'Nederlanders & Draagvlak voor ontwikkelingsamenwerking uit 2013 (Carabain, Hoeks, Boonstoppel, & Hogeling, 2013)



FIGUUR 5.1

Steun voor overheidsbudget bestemd voor ontwikkelingssamenwerking (2006-2015).

De meest genoemde reden onder voorstanders van een verlaging van het budget, is nog altijd dat het geld beter kan worden besteed aan binnenlandse problemen. Zolang er in Nederland mensen in armoede leven en afhankelijk zijn van voedselbanken, vindt deze groep Nederlanders het niet gepast om arme mensen in het buitenland te helpen. De zorgplicht van de Nederlandse overheid is volgens hen dus begrensd; de vanzelfsprekendheid waarmee de overheid voor de eigen inwoners moet zorgen, geldt niet voor inwoners van andere landen (zie ook box 12). Onderstaande quotes van respondenten illustreren deze mening.

“We moeten eerst de problemen in ons eigen land oplossen. Meer geld voor thuiszorg bijvoorbeeld.”

“Zolang Nederlanders naar de voedselbank moeten, vind ik dat er meer geïnvesteerd moet worden in de armoede in eigen land.”

Steun voor verhoging budget licht gestegen

De steun voor het verhogen van het budget, strookt met de positieve trend die in 2013 werd ingezet. Het aantal Nederlanders dat de overheidsuitgaven aan hulp graag ziet toenemen, is het afgelopen jaar nog iets gegroeid (van 10% naar 11%). Ongeveer de helft van de Nederlanders (49%) vindt dat de overheidsbesteding aan ontwikkelingshulp gelijk moet blijven. Daarmee heeft het draagvlak voor het budget van ontwikkelingshulp het dieptepunt uit 2012 voorlopig achter zich gelaten. De maatschappelijke steun voor overheidsuitgaven op dit terrein is hersteld naar het niveau van voor de grootschalige bezuinigingen die in dat jaar werden aangekondigd.

De meest genoemde reden onder voorstanders van een verhoogd budget is dat mensen in ontwikkelingslanden het verdienen om geholpen te worden. Nederland is rijk genoeg om een bijdrage te leveren aan het tegengaan van ongelijkheid in de wereld. Voor deze Nederlanders is het motief van solidariteit dus leidend.

“Het solidariteitsprincipe stopt niet bij de grenzen van de EU.”

“Iedereen heeft recht op een goed leven. Wie het al goed heeft moet de ander daarbij helpen.”

Van alle Nederlanders die voor een verhoging van het overheidsbudget zijn, motiveert ongeveer één op de vijf (18%) dit vanuit eigen belang. Zij zijn van mening dat investeringen in arme landen uiteindelijk ook onszelf ten goede komen. Ontwikkeling zorgt onder andere voor minder conflict, en dus voor minder kans op vluchtelingen die hierheen komen. Ook vergroot Nederland de eigen afzetmarkt door economieën in andere landen te verbeteren, aldus de respondenten.

“Het is een vorm van investeren die op meerdere manieren rendement kan opleveren, zowel op korte als lange termijn, lokaal als mondiaal, economisch als ecologisch.”

“Om hun economie te verbeteren, zodat meer verdiend kan worden waarvan wij ook profiteren. En er zullen minder mensen hoeven emigreren om een beter leven te krijgen.”

BOX 12: EIGEN ARMEN EERST

Waarom vinden veel Nederlanders dat geld bestemd voor ontwikkelingshulp beter kan worden besteed aan hulp in eigen land? Denken ze dat de problemen hier groter zijn dan daar? Nee, zo laat onderzoek van Kaleidos Research zien (Boonstoppel, 2015a). Het is voor Nederlanders duidelijk dat de hulpbehoefte in ontwikkelingslanden is groter dan in Nederland. De armen daar hebben volgens Nederlanders minder te eten dan de armen hier in Nederland. Wel hebben Nederlanders minder vertrouwen in het effect van bestedingen in het buitenland. Daarnaast voelt

men zich minder verbonden met de armen in ontwikkelingslanden. Uit het onderzoek blijkt echter vooral dat Nederlanders kritisch zijn ten aanzien van de reikwijdte van de morele zorgplicht van de Nederlandse overheid: deze reikwijdte is volgens Nederlanders begrensd. Het is simpelweg niet de morele plicht van de Nederlandse overheid om ontwikkelingslanden te helpen, hoe groot de hulpbehoefte daar ook is. De vanzelfsprekendheid waarmee de overheid voor Nederlanders moet zorgen, geldt dus niet voor hulpbehoevenden in het buitenland.

BOX 13: TRADITIONELE THEMA'S PRIORITEIT

Als het aan de Nederlandse bevolking ligt, richt het ontwikkelingsbeleid van de Nederlandse overheid zich op klassieke ontwikkelingsthema's. Onderwijs, gezondheidszorg en voedsel staan bij de helft van de Nederlanders in de top drie van gewenste beleidsdoelen (Boonstoppel, 2015b). Daarnaast zien zij het trainen van lokale boeren en het bouwen van scholen en ziekenhuizen als de meest effectieve vormen van ontwikkelingshulp. Veruit het minst populair zijn de zogenaamde

mondiale publieke goederen (grensoverschrijdende vraagstukken die iedereen raken): veiligheid, klimaat en met name migratie staan bij maar een klein deel van de Nederlanders hoog op het prioriteitenlijstje. De link tussen armoede en mondiale vraagstukken wordt sowieso nog niet vaak gelegd: twee op de vijf Nederlanders onderschrijven dat armoede in ontwikkelingslanden onlosmakelijk is verbonden met wereldwijde zaken als klimaatverandering en veiligheid.

BOX 14: ARM DOOR CORRUPTIE EN FRAUDE

We hebben Nederlanders de vraag voorgelegd wat volgens hen de belangrijkste reden is dat er arme mensen in de wereld zijn. Uit de antwoorden op deze open vraag blijkt dat Nederlanders vaak wijzen naar corruptie en slecht bestuur. 'Zakkenvullers' en 'grijpgrage regeringen' die enkel uit zijn op zelfverrijking, zorgen er volgens deze redenatie voor dat mensen in ontwikkelingslanden arm zijn en arm blijven. De oorzaak van armoede is volgens veel Nederlanders is in de kern dus vooral een lokaal probleem. De meeste Nederlanders (66%) denken dat om armoede in de wereld aan te pakken, er ook vooral din-

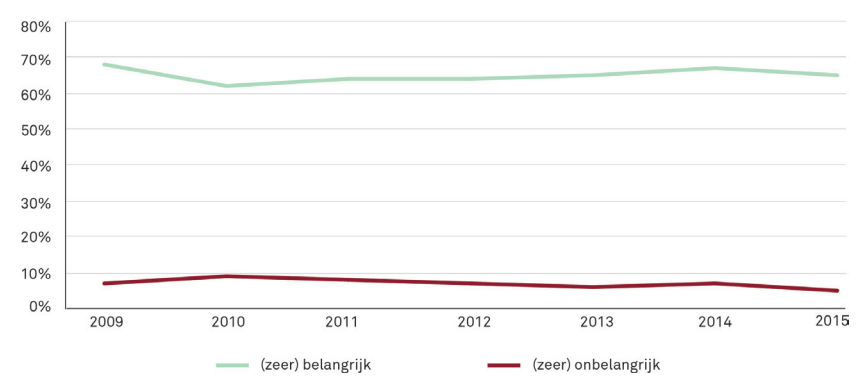
gen moeten veranderen in de arme landen. Betekent dit dat we dan hier helemaal niks hoeven te doen aan de bestrijding van wereldwijde armoede? Nee. Hoewel minder overtuigend, denken tegelijkertijd twee op de vijf Nederlanders (41%) dat er juist vooral dingen in rijke landen moeten veranderen. Er is een overlap tussen deze twee groepen: een deel van de Nederlanders vindt dat zowel in rijke als in arme landen iets moet veranderen. Dit impliceert dat een deel van de Nederlanders het bestrijden van armoede en ongelijkheid wereldwijd als een gedeelde verantwoordelijkheid zien (Boonstoppel, in druk).

5.2 HET BELANG VAN ONTWIKKELINGSSAMENWERKING

Twee derde van Nederlanders vindt hulp aan mensen in arme landen belangrijk

Naast de maatschappelijke steun voor overheidsuitgaven bestemd voor hulp, brengen we sinds 2009 ook jaarlijks in kaart hoe belangrijk Nederlanders het vinden om mensen in arme landen te helpen. Deze steun is al jarenlang nagenoeg

stabiel: twee derde van de Nederlanders zegt dit belangrijk te vinden (zie figuur 5.2). Dit jaar is de steun wel iets afgenomen ten opzichte van 2014 (van 67% naar 65%). Daar staat tegenover dat het aantal Nederlanders dat zegt helpen van arme mensen niet belangrijk te vinden, ook iets is afgenomen (van 7% naar 5%). Met andere woorden: de groep neutralen (Nederlanders die aangeven het niet te weten, of geen uitgesproken mening hierover hebben) is het afgelopen jaar gegroeid.



FIGUUR 5.2
Hoe belangrijk is het om mensen in arme landen zich te helpen ontwikkelen? (2009 - 2015)

TABEL 5.2
Hoe belangrijk is het om mensen in arme landen zich te helpen ontwikkelen? (2009 - 2015)

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
	n=2079	n=1500	n=1544	n=2250	n=2009	n=2312	n=2076
(zeer) onbelangrijk	7%	9%	8%	7%	6%	7%	5%
neutraal	23%	27%	25%	26%	27%	24%	27%
(zeer) belangrijk	68%	62%	64%	64%	65%	66%	65%
weet niet/ geen mening	3%	2%	3%	3%	3%	4%	3%

Het aantal Nederlanders dat hulp belangrijk vindt is dus groter dan het aantal Nederlanders dat voor een verhoging van het budget voor ontwikkelingssamenwerking is. Dat men het belangrijk vindt om arme landen te helpen, betekent dus niet dat men ook vindt dat de Nederlandse overheid daar nog meer geld aan moet besteden. Eerder onderzoek dit jaar van Kaleidos Research naar de toekomst van de financiering van hulp liet zien dat ontwikkelingshulp volgens de Nederlander

breder is dan alleen overheidsbestedingen. Niet alleen erkennen Nederlanders de rol van particulieren, ook onderschrijven zij de rol die bedrijven kunnen spelen op het gebied van ontwikkelingshulp (Kamphof, Spitz, & Boonstoppel, 2015).

5.3 HULP EN HANDEL

Het jaar 2013 was een roerig jaar voor de Nederlandse ontwikkelingssector. Het kreeg bij het aantreden van de nieuwe regering Rutte II flinke bezuinigingen te verwerken. Ook verschoof de focus onder leiding van de nieuw aangestelde minister Ploumen. Naast hulp kreeg ook handel een centrale plaats binnen het beleid (Ministerie van Buitenlandse Zaken, 2013).

Kritiek vanuit sector

Deze verschuiving leidde tot felle kritiek. De ontwikkelingssector vreesde dat door in te zetten op handel met Nederlandse bedrijven, de kansarmen in de wereld zouden worden genegeerd (Coumans et al., 2013). Ploumen zou in haar rol als minister van Buitenlandse Handel met name de belangen van het Nederlandse bedrijfsleven gaan verdedigen ter bevordering van de export. Eigen belang zou prevaleren boven het belang van de allerarmsten, zo was de angst.

Steun vanuit samenleving voor eigen belang?

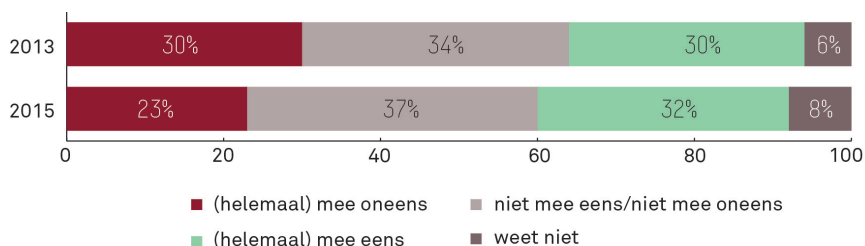
Tegelijkertijd leek er binnen de samenleving meer begrip te zijn. Zo steunde twee derde van de Nederlanders de aangekondigde bezuinigingen (Carabain et al., 2013). De meesten vonden dat in tijden van crisis het geld moet worden besteed aan problemen in eigen land. Vanuit deze gedachte zou de combinatie van hulp en handel mogelijk het draagvlak voor ontwikkelingssamenwerking juist kunnen vergroten. Nederlanders zouden zich – in tijden van binnenlandse crisis - wellicht beter kunnen vinden in een beleid dat naast armoedebestrijding tegelijkertijd ook de Nederlandse handel stimuleert.

Om hier meer inzicht in te krijgen, hebben we in januari 2013 Nederlanders gevraagd wat zij van de combinatie van hulp en handel vonden en wat volgens hen het hoofddoel van hulp zou moeten zijn (Boonstoppel, 2013). Hieruit bleek dat de meeste Nederlanders van mening waren dat ontwikkelingshulp voornamelijk bedoeld is om mensen in arme landen te helpen. Solidariteit moest volgens zes op de tien Nederlanders het uitgangspunt voor hulp zijn. Voor één op de vijf (19%) Nederlanders was het eigen belang van Nederland leidend. Deze groep was echter ronduit negatief; zij wilden eigenlijk helemaal geen overheidsgeld naar ontwikkelingssamenwerking. De resultaten suggereerden al met al dat het niet te verwachten was dat het draagvlak voor ontwikkelingshulp onder de bevolking vanzelf zou toenemen bij een verschuiving naar eigen belang als motief voor hulp.

Een focus op eigenbelang lijkt misschien op het eerste gezicht een win-win situatie om draagvlak voor ontwikkelingssamenwerking te vergroten, maar levert op langere termijn geen grotere steun op (Maio, Hahn, Frost, & Cheung, 2009). Eigenbelang lijkt vooral het kortetermijndenken te stimuleren. Vanuit dit eigenbelang perspectief krijgen buitenlandse problemen altijd minder prioriteit dan de problemen die in eigen land actueel zijn, zoals de ouderenzorg of een slechte arbeidsmarkt.

Combinatie hulp en handel iets vanzelfsprekender

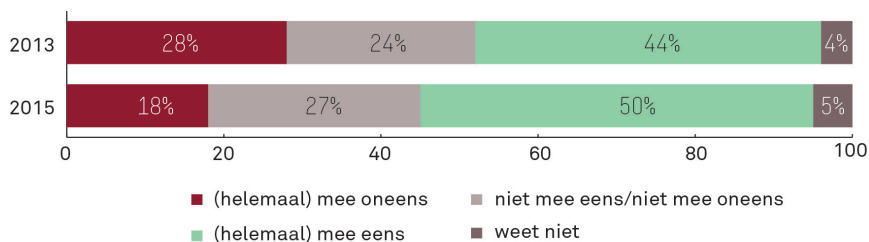
Hoe is dat nu, twee jaar later? De peiling in 2013 was nog voor het officiële aantreden van minister Ploumen afgenomen. Wellicht dat Nederlanders na twee jaar ‘nieuw’ beleid nu anders over de motieven van hulp denken. Misschien verklaart dit ook het toegenomen draagvlak. Om dit te achterhalen, hebben we drie stellingen uit het onderzoek uit 2013 in 2015 nogmaals voorgelegd. De bekendheid van minister Ploumen is in de tussentijd in ieder geval gestegen. In mei 2013 wist slechts 28 procent van de Nederlanders dat Lilianne Ploumen de minister van Ontwikkelingssamenwerking en Buitenlandse Handel was. In mei 2015 is dit aandeel gestegen naar 43 procent. Betekent dit ook dat haar portefeuille van hulp en handel meer ingeburgerd is dan twee jaar geleden?



FIGUUR 5.3

Ik vind het vanzelfsprekend dat ontwikkelingshulp en buitenlandse handel bij elkaar horen.

Een klein beetje. Iets meer Nederlanders vinden het in 2015 vanzelfsprekend dat ontwikkelingshulp en buitenlandse handel worden gecombineerd in één portefeuille (zie figuur 5.3). Met name de groep die het hier niet mee eens is kleiner geworden. Dit aandeel nam af van 30 procent in 2013 tot 23 procent in 2015. Tegelijkertijd zien we echter ook een toename in het aantal Nederlanders dat het niet zo goed weet. Al met al lijkt de combinatie van hulp en handel meer geaccepteerd dan in januari 2013, maar een heel overtuigende omslag is het niet.

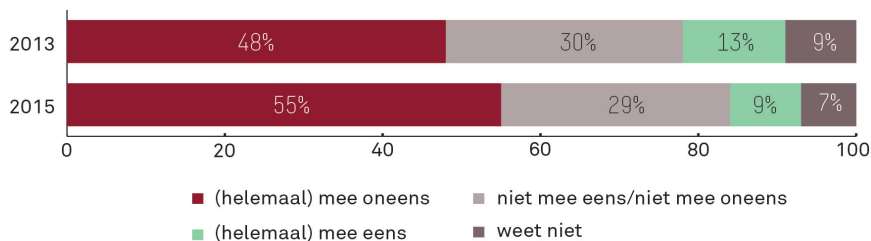


FIGUUR 5.4

Nederland moet aan ontwikkelingshulp doen ook als Nederland hier niet direct zelf van profiteert.

Meer solidariteit voor de allerarmsten, minder eigen belang

Betekent dit dat ook eigen belang als motivatie voor ontwikkelingshulp is toegenomen? Nee, integendeel. In mei 2015 onderschrijven meer Nederlanders dan in januari 2013 dat Nederland ontwikkelingshulp moet geven, óók als we hier niet direct zelf van profiteren (zie figuur 5.4). Met andere woorden: er is meer steun voor hulp gemotiveerd vanuit solidariteit in plaats van eigen belang. In 2013 was nog 28 procent tegen hulp waar Nederland niet direct zelf van profiteert, in 2015 is dit aantal gedaald naar 18 procent.



FIGUUR 5.5

Overheidsgeld bestemd voor hulp moet alleen worden gebruikt om de politieke en economische belangen van Nederland te dienen.

Een andere stelling onderschrijft deze ontwikkeling. Minder Nederlanders vinden in 2015 dat het geld voor ontwikkelingshulp alléén moet worden gebruikt om de eigen politieke en economische belangen te dienen. Het aantal Nederlanders dat het niet eens is met deze stelling, is tegelijkertijd juist toegenomen ten opzichte van 2013.

Geen 'collateral damage'

Communicatiedeskundigen waarschuwen voor het optreden van *collateral damage* als ontwikkelingssamenwerking wordt geframed vanuit eigenbelang (Darnton & Kirk, 2011). Belangrijke traditionele pijlers voor steun voor ontwikkelingssamenwerking (zoals moraliteit en plichtsbesef) zouden door de verschuiving naar handel in de verdrukking komen. Hierdoor zou de steun afnemen onder de 'harde kern' van Nederlanders die ontwikkelingssamenwerking traditioneel steunen vanuit solidariteit. Deze waarschuwingen lijken echter ongegrond in de Nederlandse situatie. We zien in 2015 dat het draagvlak voor overheidsinspanningen op gebied van hulp juist toeneemt. Deze toename kan niet worden toegeschreven aan een toenemende focus op het eigen belang, zoals figuren 5.4 en 5.5 laten zien. Er is ten opzichte van 2013 juist meer steun voor hulp gemotiveerd vanuit solidariteit voor de allerarmsten, en minder steun voor hulp enkel gemotiveerd vanuit de eigen belangen van Nederland.

5.4 TOT SLOT

Al met al is de combinatie van hulp en handel voor Nederlanders in mei 2015 iets meer vanzelfsprekend dan in januari 2013. Dit betekent niet dat er ook een verschuiving is in de belangen die ontwikkelingshulp volgens Nederlanders zou moeten dienen. Er is juist meer steun voor hulp gemotiveerd vanuit solidariteit voor de allerarmsten, en minder steun voor hulp enkel gemotiveerd vanuit de eigen belangen van Nederland.

We zagen eerder dat het draagvlak voor ontwikkelingshulp in dezelfde periode is toegenomen. Deze resultaten tonen aan dat dat deze stijging niet het gevolg is van een verruiming van de motieven in het nieuwe beleid van Ploumen. Het toegenomen draagvlak lijkt hiermee het waarschijnlijke gevolg van de aantrekkende binnenlandse economie: nu het weer beter gaat in Nederland hebben Nederlanders meer oog voor problemen buiten de eigen landgrenzen.

LITERATUUR

- Albert Heijn. (2015). Doe maar lekker duurzaam. Geraadpleegd op <http://doe-maarlekkerduurzaam.postcodeloterij.nl/web/lekker-duurzaam/initiatiefnemers-1/ah.htm>
- ANWB. (2015, 3 december). Dieselgate: Vragen en antwoorden. Geraadpleegd op <http://www.anwb.nl/auto/nieuws/2015/december/dieselgate-vragen-en-antwoorden>
- Bagozzi, R.P., & Pieters, R. (1998). Goal-directed emotions. *Cognition & Emotion*, 12 (1), 1–26. doi:10.1080/026999398379754
- Bascoul, G., Schmitt, J., & Rasolofoarison, D. (2015). Consumers' biased perceptions of the environmental impact of products, and their influence on advertising efficiency.
- Bekkers, R., Schuyt, T., & Gouwenberg, B. (Eds.). (2015). *Geven in Nederland 2015. Giften, nalatenschappen, sponsoring en vrijwilligerswerk*. Amsterdam: Reed Business.
- Boonstoppel, E. (2012). *Wereldwijde problemen, wereldwijde oplossingen? Nederlanders & Internationaal Bestuur* (Onderzoekssreeks, 10). Amsterdam: NCDO. Geraadpleegd op <http://kaleidosresearch.nl/download/2015/08/2012-Wereldwijde-Problemen-wereldwijde-oplossingen.pdf>
- Boonstoppel, E., Van Ewijk, E., & Van Elfrinkhof, A. (2015). *Nederlanders & migratie* (Kaleidos Research, 4). Amsterdam: Kaleidos Research/ Stichting NCDO. Geraadpleegd op <http://kaleidosresearch.nl/download/2015/09/Nederlanders-en-Migratie-2015.pdf>
- Boonstoppel, E. (2013). *Nederlanders & draagvlak voor ontwikkelingssamenwerking: Nieuw beleid, nieuwe kansen?* Amsterdam: NCDO. Geraadpleegd op <http://kaleidosresearch.nl/download/2015/08/2013-Nederlanders-en-Draagvlak-voor-OS-Nieuw-beleid-nieuwe-kansen.pdf>
- Boonstoppel, E. (2015). *Nederlanders: Vrede en veiligheid belangrijkste wereld-doel*. Amsterdam: Kaleidos Research/Stichting NCDO. Geraadpleegd op <http://>

dn9ly4f9mxjxv.cloudfront.net/sites/oneworld.nl/files/fs_vrede_en_veiligheid.pdf

Boonstoppel, E. (2015a). *Eigen armen eerst: Waarom we hulp aan armen in Nederland verkiezen boven hulp aan armen in ontwikkelingslanden*. Amsterdam: Kaleidos research/Stichting NCDO. Geraadpleegd op <http://www.oneworld.nl/research/eigen-armen-eerst>

Boonstoppel, E. (2015b). *Nederlanders & de toekomst van ontwikkelingshulp*. Amsterdam: Kaleidos Research / Stichting NCDO. Geraadpleegd op <http://kaleidosresearch.nl/download/2015/08/2015-Nederlanders-en-de-toekomst-van-ontwikkelingshulp.pdf>

Boonstoppel, E. (in druk). *Nederlanders & de nieuwe werelddoelen*. Amsterdam: Kaleidos Research / Stichting NCDO.

Boonstoppel, E., & Van Elfrinkhof, A. (2013). *Nederlanders & de wereld 2103* (Onderzoeksreeks, 15). Amsterdam: NCDO. Geraadpleegd op <http://kaleidosresearch.nl/download/2015/08/2013-Nederlanders-en-de-wereld-2013.pdf>

Boonstoppel, E., & Van Elfrinkhof, A. (2014). *Nederlanders & de wereld 2014* (Kaleidos Research, 1). Amsterdam: NCDO. Geraadpleegd op <http://kaleidosresearch.nl/download/2015/08/2014-Nederlanders-en-de-wereld-2014.pdf>

Bouma, J. (2015, 23 november). Oproep 64 hoogleraren: Sluit alle kolencentrales. *Trouw*. Geraadpleegd op <http://www.trouw.nl/tr/nl/37601/Klimaattop-Parijs-2015/article/detail/4192696/2015/11/23/Oproep-64-hoogleraren-Sluit-al-le-kolencentrales.dhtml>

Carabain, C., Hoeks, C., Boonstoppel, E., & Hogeling, L. (2013). *Nederlanders & draagvlak voor ontwikkelingssamenwerking. Een verdiepende studie* (Onderzoeksreeks, 16). Amsterdam: NCDO. Geraadpleegd op <http://kaleidosresearch.nl/download/2015/08/2013-Nederlanders-Draagvlak-OS-Verdiepende-studie.pdf>

Carabain, C., Keulemans, S., Van Gent, M., & Spitz, G. (2012). *Mondiaal burgerschap: Van draagvlak naar participatie*. Amsterdam: NCDO. Geraadpleegd op <http://kaleidosresearch.nl/download/2015/08/2012-Mondiaal-burgerschap-van-draagvlak-naar-participatie.pdf>

Carabain, C., Van Gent, M., & Boonstoppel, E. (2012). *Nederlanders & mondiaal burgerschap 2012* (Onderzoeksreeks 9). Amsterdam: NCDO. Geraadpleegd op <http://kaleidosresearch.nl/download/2015/08/2012-Nederlanders-en-Mondiaal-Burgerschap-2012.pdf>

Carabain, C.L., Spitz, G., & Keulemans, S. (2012). *Nederlanders & afval: Jonge en oudere Nederlanders over afval* (Onderzoeksreeks, 5). Amsterdam: NCDO. Geraadpleegd op <http://kaleidosresearch.nl/download/2015/08/2012-Nederlanders-en-Afval.pdf>

Centrale Organisatie voor de Vleessector. (2015, 5 oktober). LEI-cijfers daling

- vleesconsumptie geven vertekend beeld. *COV Nieuws*. Geraadpleegd op <http://www.cov.nl/actueel/nieuwsbericht/?newsId=cab3aa64-8542-451d-97d5-b451ea260045>
- Charities Aid Foundation (2015). *CAF World Giving Index 2015: A global view of giving trends*. London, England: CAF. Geraadpleegd op https://www.cafonline.org/docs/default-source/about-us-publications/caf_worldgivingindex2015_report.pdf?sfvrsn=2
- Cialdini, R.B., & Goldstein, N.J. (2004). Social influence: Compliance and conformity. *Annual Review of Psychology*, 55 (591-621). doi:10.1146/annurev.psych.55.090902.142015
- Cialdini, R.B., & Trost, M.R. (1998). Social influence: Social norms, conformity, and compliance. In Gilbert, D.T., Fiske, S.T. & Lindzey, G. (Eds.), *The Handbook of Social Psychology* (4th edition ed., Vol. 1 & 2, pp. 151–192). New York, NY: McGraw-Hill.
- Cialdini, R.B., Reno, R.R., & Kallgren, C.A. (1990). A focus theory of normative conduct: Recycling the concept: of norms to reduce littering in public places. *Journal of Personality and Social Psychology*, 58 (6), 1015-1026.
- Consumentenbond. (2013). Duurzaam consumeren Geraadpleegd op <http://www.consumentenbond.nl/duurzaam-consumeren/extra/biologische-voeding/>
- Consumentenbond. (z.j.). Gemotoriseerd verkeer vergeleken. *Duurzaam consumeren*. Geraadpleegd op <http://www.consumentenbond.nl/duurzaam-consumeren/extra/gemotoriseerd-verkeer-vergeleken/>
- Coumans, J., Van Doren, P., Hassing, P., Maarse, L., Schröder, M., & Ton, P. (2013, 6 maart). Ploumen gooit kennis en kunde ontwikkelingswerk over de schutting. *de Volkskrant*. Geraadpleegd op <http://www.volkskrant.nl/opinie/-ploumen-gooit-kennis-en-kunde-ontwikkelingswerk-over-de-schutting~a3404285/>
- Dagevos, H., Voordouw, J., Van Hooft, L., Van der Weele, C., & De Bakker, E. (2012). *Vlees vooral(snog) vanzelfsprekend: Consumenten over vlees eten en vleesminderen*. Den Haag: LEI Wageningen UR. Geraadpleegd op https://www.wageningenur.nl/upload_mm/a/e/c/f5dd86f4-450a-4d67-a3ae-6e264820c1cb_2012-029.pdf
- Darnton, A., & Kirk, M. (2011). *Finding frames: New ways to engage the UK public in global poverty*. UKAid. Geraadpleegd op <http://findingframes.org/>
- De vegetarische slager. (2015, 1 november). Vegetarische slager Jaap Korteweg wil de grootste vegetarische vleesfabriek van de wereld. *Media*. Geraadpleegd op <https://www.devegetarischeslager.nl/media>
- Den Haag FM. (2015, 21 juli). Haags bedrijf geeft afval WK Beachvolleybal tweede leven. Geraadpleegd op <http://denhaagfm.nl/2015/07/21/haags-bedrijf-maakt-met-afval-wk-beachvolleybal-leuke-spullen/>
- Eerlijke Bankwijzer (2015). *Banken ondermijnen de toekomst: Over de investe-*

- rings- en financieringspraktijk van banken in fossiele brandstoffen en duurzame energie*. Nederlandse Samenvatting. Geraadpleegd op <http://eerlijkegeldwijzer.nl/media/60921/2015-11-nl-samenvatting-undermining-our-future.pdf>
- Energieonderzoek Centrum Nederland, Energie-Nederland, & Netbeheer (2014). *Energie trends 2014*. Petten: ECN. Geraadpleegd op <http://www.energie-nederland.nl/wp-content/uploads/2013/04/EnergieTrends2014.pdf>
- Epley, N., & Dunning, D. (2000). Feeling “holier than thou”: Are self-serving assessments produced by errors in self- or social prediction? *Journal of Personality and Social Psychology*, 79 (6), 861-875.
- Harland, P., Staats, H., & Wilke, H.A. (1999). Explaining proenvironmental intention and behavior by personal norms and the theory of planned behavior. *Journal of Applied Social Psychology*, 29 (12), 2505-2528. doi:10.1111/j.1559-1816.1999.tb00123.x
- Heider, F. (1958). *The psychology of Interpersonal relations*. New York, NY: Wiley.
- Hogeling, L., & van Gent, M. (2014). *Jongeren & de wereld 2014* (Kaleidos Research, 2). Amsterdam: NCDO. Geraadpleegd op <http://kaleidosresearch.nl/download/2015/08/2014-Jongeren-en-de-wereld-2014.pdf>
- Jenny, A., Mosler, H., & Díaz López, J. (2004). Towards understanding consumption in multi-user solar energy systems: The cases of villages in Argentina and Cuba. *Progress in Photovoltaics: Research and Applications*, 12 (7), 559-568. doi:10.1002/pip.568
- Kamphof, R., Spitz, G., & Boonstoppel, E. (2015). *Financing development now and in the future: Implications for the Netherlands and beyond*. Amsterdam: Kaleidos Research/Stichting NCDO. Geraadpleegd op <http://kaleidosresearch.nl/download/2015/07/2015-Financing-for-Development-report.pdf>
- Keizer, K., Lindenberg, S., & Steg, L. (2008). The spreading of disorder. *Science*, 322 (5908), 1681-1685. doi:10.1126/science.1161405
- Logatcheva, K. (2015). *Monitor Duurzaam Voedsel 2014: Consumentenbestedingen* (Factsheet). Den Haag: LEI Wageningen UR. Geraadpleegd op <http://edepot.wur.nl/361052>
- Maio, G.R., Hahn, U., Frost, J.M., & Cheung, W. (2009). Applying the value of equality unequally: Effects of value instantiations that vary in typicality. *Journal of Personality and Social Psychology*, 97 (4), 598-614. doi:10.1037/a0016683
- Milieu Centraal. (z.j.-a). Fiets, ov of auto. Geraadpleegd op <http://www.milieucentraal.nl/vervoer/fiets-ov-of-auto/>
- Milieu Centraal. (z.j.-b). Vliegen. Geraadpleegd op <http://www.milieucentraal.nl/vervoer/vliegen/>
- Ministerie van Buitenlandse Zaken (2013). *Wat de wereld verdient: Een nieuwe agenda voor hulp, handel en investeringen*. Den Haag: Ministerie van Buitenlandse Zaken. Geraadpleegd op [68 NEDERLANDERS & DE WERELD 2015](http://www.rijksoverheid.nl/regering/docu-</p>
</div>
<div data-bbox=)

- menten-en-publicaties/notas/2013/04/05/wat-de-wereld-verdient-een-nieuwe-agenda-voor-hulp-handel-en-investeringen.html
- Minson, J.A., & Monin, B. (2012). Do-gooder derogation : Disparaging morally motivated minorities to defuse anticipated reproach. *Social Psychological and Personality Science*, 3, 200-207. doi:10.1177/1948550611415695
- NBTC-NIPO Research. (2015, 2 december). Nederlanders geven weer meer uit aan vakanties. Geraadpleegd op <http://www.nbtcniporesearch.nl/nl/home/wat-er-speelt/nederlanders-geven-weer-meer-uit-aan-vakanties.htm>
- Nederlandse Spoorwegen. (2015, 23 juli). Treinreis nu 90% schoner dan gemiddelde autorit. Geraadpleegd op <http://www.ns.nl/over-ns/duurzaam-nieuws/treinreis-nu-90-schoner-dan-gemiddelde-autorit.html>
- Nederlandse Vereniging van Banken. (2015, 3 november). Nederlandse banken brengen gezamenlijk klimaatstatement uit. Geraadpleegd op <https://www.nvb.nl/nieuws/2015/4417/nederlandse-banken-brengen-gezamenlijk-klimaatstatement-uit.html>
- Newson, L., Postmes, T., Lea, S.E.G., & Webley, P. (2005). Why are modern families small? Toward an evolutionary and cultural explanation for the demographic transition. *Personality and Social Psychology Review*, 9, 360– 375. doi:10.1207/s15327957pspr0904_5
- Nolan, J.M., Schultz, P.W., Cialdini, R.B., Goldstein, N.J., & Griskevicius, V. (2008). Normative social influence is underdetected. *Personality and social psychology bulletin*, 34 (7), 913-923. doi:10.1177/0146167208316691
- NOS. (2014, 3 oktober). Jumbo stopt met plofkip. Geraadpleegd op <http://nos.nl/artikel/705640-jumbo-stopt-met-plofkip.html>
- NOS. (2015a, 3 november). Banken willen groene transparantie. Geraadpleegd op <http://nos.nl/artikel/2066769-banken-willen-groene-transparantie.html>
- NOS. (2015b, 12 mei). Papieren oplage kranten daalt verder. Geraadpleegd op <http://nos.nl/artikel/2035268-papieren-oplage-kranten-daalt-verder.html>
- Nu.nl. (2015a, 5 november). Banken investeerden 27 miljard dollar in fossiele brandstoffen. Geraadpleegd op <http://www.nu.nl/ondernemen/4158568/banken-investeerden-27-miljard-dollar-in-fossiele-brandstoffen.html>
- Nu.nl. (2015b, 3 december). Staatssecretaris Van Dam ziet niets in verbod op kiloknaller Geraadpleegd op <http://www.nu.nl/politiek/4176362/staatssecretaris-van-dam-ziet-niets-in-verbod-kiloknaller.html>
- Nu.nl. (2015c, 1 december). Volkswagen ziet verkopen in Nederland flink aantrekken. Geraadpleegd op <http://www.nu.nl/ondernemen/4174979/volkswagen-ziet-verkopen-in-nederland-flink-aantrekken.html>
- Onwezen, M., Van 't Riet, J., & Bartels, J. (2011). *Voedselbalans 2011: Deel II Consumenten*. Den Haag: LEI-Wageningen UR.
- Onwezen, M.C., Antonides, G., & Bartels, J. (2013). The norm activation model: An

- exploration of the functions of anticipated pride and guilt in pro-environmental behaviour. *Journal of Economic Psychology*, 39, 141–153. doi:10.1016/j.joep.2013.07.005
- Onwezen, M.C., Bartels, J., & Antonides, G. (2014). Environmentally friendly consumer choices: Cultural differences in the self-regulatory function of anticipated pride and guilt. *Journal of Environmental Psychology*, 40, 239–324. doi:10.1016/j.jenvp.2014.07.003
- Raad voor de leefomgeving en infrastructuur (2014). *Doen en laten: Effectiever milieubeleid door mensenkennis*. Den Haag: RLI.
- RD.nl. (2015, 23 april). Hoogleraar Bekkers: Mantelzorg nekt vrijwilligerswerk. Geraadpleegd op http://www.refdag.nl/nieuws/economie/hoogleraar_bekkers_mantelzorg_nekt_vrijwilligerswerk_1_907293
- Redactie De Limburger. (2015, 4 augustus). Tweede leven voor afval Solarcamping. Geraadpleegd op <http://www.1limburg.nl/tweede-leven-voor-afval-solar-camping>
- Rettie, R., Burchell, K., & Barnham, C. (2011). *Social normalisation and consumer behaviour: Using marketing to make green normal* (Working Research Paper, 8). London, England: Kingston University Business School.
- Rettie, R., Burchell, K., & Riley, D. (2012). Normalising green behaviours: A new approach to sustainability marketing. *Journal of Marketing Management*, 28 (3-4), 420-444. doi:10.1080/0267257X.2012.658840
- Rijksdienst voor Ondernemend Nederland. (2015). Cijfers elektrisch vervoer Geraadpleegd op <http://www.rvo.nl/onderwerpen/duurzaam-ondernemen/energie-en-milieu-innovaties/elektrisch-rijden/stand-van-zaken/cijfers>
- Rijksoverheid. (2015 9 november). Nederlandse inzet klimaatakkoord: snelle vermindering broeikasgasuitstoot, akkoord bindend en iedereen doet mee. Geraadpleegd op <https://www.rijksoverheid.nl/actueel/nieuws/2015/11/09/nederlandse-inzet-klimaatakkoord-snelle-vermindering-broeikasgasuitstoot-akkoord-bindend-en-iedereen-doet-mee>
- Schoots, K., & Hammingh, P. (2015). *Nationale Energieverkenning 2015*. Petten: Energieonderzoek Centrum Nederland. Geraadpleegd op <http://www.cbs.nl/NR/rdonlyres/089E1F5F-C051-4EC0-A484-ABA94C8F2450/0/NEV2015.JPG>
- Sherman, D.K., & Cohen, G.L. (2006). The psychology of self-defense: Self-affirmation theory. In Zanna, M.P. (Ed.), *Advances in experimental social psychology* (pp. 183-242). New York, NY: Guildford Press.
- SIRE. (2015). SIRE bindt de strijd aan met voedselverspilling. Geraadpleegd op <http://sire.nl/campagnes/voedselverspilling>
- Smit, P. (2014, 17 november). Marqt wil af van yuppen-imago. Geraadpleegd op <http://www.levensmiddelenkrant.nl/nieuws/handel/formules/marqt-wil-af-van-yuppen-imago>

- StatLine. (2015a, 29 juni). Hernieuwbare elektriciteit; productie en vermogen. Geraadpleegd op <http://statline.cbs.nl/StatWeb/publication/?VW=T&DM=SLN-L&PA=82610NED&LA=nl>
- StatLine. (2015b, 29 juni). Motorvoertuigenpark; inwoners, type, regio, 1 januari. Geraadpleegd op <http://statline.cbs.nl/StatWeb/publication/?DM=SLN-L&PA=7374hvv&D1=2-11&D2=0&D3=a&HDR=T&STB=G2,G1&VW=T>
- Steele, C.M. (1988). The psychology of self-affirmation: Sustaining the integrity of the self. *Advances in experimental social psychology*, 21 (261-302). doi:10.1016/S0065-2601(08)60229-4
- Temminghoff, M., & Damen, N. (2013). *Voedselverspilling: 1 meting*. Amstelveen: GfK.
- The sustainable global marketplace. In Conway Dato-on , M. (Ed.), *The Sustainable Global Marketplace* (pp. 400–404) Springer International Publishing.
- Van der Velden, L. (2015, 1 december). Voor elke asielzoeker meldt zich een vrijwilliger aan. *de Volkskrant*. Geraadpleegd op <http://www.volkskrant.nl/buitenland/voor-elke-asielzoeker-meldt-zich-een-vrijwilliger-aan~a4199391/>
- Van Gansewinkel. (2015, 16 januari). Van Gansewinkel start met afvalverwerking Nederlandse Spoorwegen Geraadpleegd op <http://www.vangansewinkel.nl/nieuws/20150116nederlandsespoorwegen.aspx>
- Van Thiel, L. (2014). *Watergebruik thuis 2013*. Amsterdam: TNS Nipo. Geraadpleegd op <http://www.vewin.nl/publicaties>
- Van Westerhoven, M. (2013). *Bepaling voedselverliezen in huishoudelijk afval in Nederland: Vervolgmeting 2013*. Amsterdam: CREM. Geraadpleegd op <http://www.rijksoverheid.nl/documenten-en-publicaties/rapporten/2014/01/13/bepaling-voedselverliezen-in-huishoudelijk-afval-in-nederland-vervolgmeting-2013.html>
- Verhoog, D., Wijsman, H., & Terluin, I. (2015). *Vleesconsumptie per hoofd van de bevolking in Nederland, 2005-2014* (LEI Report, 120). Wageningen: LEI Wageningen UR. Geraadpleegd op <http://edepot.wur.nl/359425>
- Wakker Dier. (2015a, 2 oktober). Nederlander eet weer minder vlees. Geraadpleegd op <http://www.wakkerdier.nl/persberichten/nederlander-eet-weer-minder-vlees>
- Wakker Dier. (2015b, 9 november). Supermarkten stunten 38% vaker met vlees zonder keurmerk. Geraadpleegd op <http://www.wakkerdier.nl/persberichten/supermarkten-stunten-38-vaker-met-vlees-zonder-keurmerk>
- World Meteorological Organization. (2015, 25 november). *WMO: 2015 likely to be warmest on record, 2011-2015 warmest five year period*. Press Release 13. Geraadpleegd op <https://www.wmo.int/media/content/wmo-2015-likely-be-warmest-record-2011-2015-warmest-five-year-period>
- WWAV (2015). *Het Nederlandse Donateurspanel: Meting maart 2015*. Geraadpleegd op <http://www.wwav.nl/ndp/NDP%20maart%202015.pdf>

VERANTWOORDING

Dataverzameling

In opdracht van Kaleidos Research heeft TNS NIPO de vierde meting van de longitudinale studie Nederlanders & de Wereld (voorheen Barometer Mondiaal Burgerschap) afgenomen. De dataverzameling voor de eerste meting voor deze studie vond plaats in 2012.

Het onderzoek is uitgevoerd in het online panel van TNS NIPObase. In deze database zitten 59.000 huishoudens (133.000 respondenten) die hebben aangegeven dat zij regelmatig willen meedoen aan onderzoek van TNS NIPO. Het panel is representatief en gecertificeerd volgens de relevante ISO normen (ISO 20252 en ISO 26362).

Voor de meting in 2015 zijn deelnemers uitgenodigd die:

1. deel hebben genomen aan de vorige meting in 2014 en
2. aangeven een volgende keer weer mee te willen doen.

Jongeren die in 2014 aan de Jongerenstudie hebben meegedaan en inmiddels 18 jaar geworden zijn, zijn uitgenodigd voor de studie onder volwassenen om uitval te compenseren.

Respons

Het onderzoek is tussen dinsdag 12 mei tot en met maandag 25 mei 2015 uitgevoerd middels de CAWI-methode (Computer geassisteerde web interviews). Er zijn twee maal reminders verstuurd (op 18 mei en op 22 mei). De respondenten hadden gemiddeld 23 minuten nodig om de vragenlijst in te vullen. Aan het einde van de vragenlijst is de respondenten gevraagd of zij volgend jaar opnieuw deel willen nemen aan dit onderzoek. Een groot deel van de respondenten (95%) gaf aan volgend jaar opnieuw te willen deelnemen.

TABEL A
Respons

	2012	2013	2014	2015
Uitgenodigd	3.000	2.750	2.933	2.504
Respons	2.250 (75%)	2.009 (73%)	2.312 (79%)	2.076 (83%)

Weegverantwoording

De resultaten van het onderzoek zijn herwogen op geslacht, leeftijd, regio, opleiding en gezinsgrootte om zo tot een representatieve steekproef voor de Nederlandse bevolking te komen. De ideaalcijfers zijn gebaseerd op gegevens van het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS).

Een tweede weegfactor bevatte naast geslacht, leeftijd, regio, opleiding en gezinsgrootte ook het stemgedrag van de respondenten bij de Tweede Kamer verkiezingen van 2012. In het onderstaande overzicht ziet u de behaalde steekproef efficiëntie⁸.

TABEL B
Steekproef efficiëntie

STEEKPROEF EFFICIËNTIE	
Weegfactor exclusief stemgedrag	0,78
Weegfactor inclusief stemgedrag	0,59

Voor het onderzoek in 2015 hebben we er voor gekozen om de weegfactor exclusief stemgedrag te gebruiken, aangezien de steekproef efficiëntie van deze weegfactor groter is. Met het oog op de continuïteit, zijn de cijfers uit hoofdstuk 5 wel gewogen met de weegfactor inclusief stemgedrag.

⁸
Steekproef efficiëntie = $n / (\text{som}(\text{weegfactor}^2))$

In “*Nederlanders & de Wereld 2015*” beschrijven we voor het vierde opeenvolgende jaar hoe duurzaam Nederlanders zich gedragen. Kiezen zij in 2015 voor de auto of voor de trein? Hoe vaak gooien Nederlanders eten weg dat eigenlijk nog goed is? Doen zij vrijwilligerswerk? Ook laten we zien in hoeverre Nederlanders zich verbonden voelen met de rest van de wereld. Zijn zij zich ervan bewust dat kleding in Nederland vaak zo goedkoop is omdat het wordt gemaakt in arme landen door mensen die weinig geld verdienen? Vinden Nederlanders de eigen cultuur beter dan andere culturen? Daarnaast kijken we in hoeverre Nederlanders denken zelf een steentje te kunnen bijdragen aan het oplossen van wereldwijde uitdagingen zoals klimaatverandering.

In deze editie wordt specifiek aandacht besteed aan de sociale normen rondom de aankoop van biologische producten. Hoe vaak denkt men dat familie en vrienden deze producten kopen? En voelt men druk vanuit de naaste omgeving om zelf biologische producten te kopen? Daarnaast kijken we naar de emoties die het eigen milieuvriendelijke gedrag en het milieuvriendelijke gedrag van andere Nederlanders oproepen. Is men tevreden over het eigen gedrag of voelt men zich juist beschaamd?

Ook kijken we naar het draagvlak voor ontwikkelingshulp. Vinden Nederlanders dat de overheid meer of minder geld aan ontwikkelingshulp moet uitgeven? En wat moet volgens de Nederlander het hoofdmotief zijn van hulp: het eigen belang van Nederland of het belang van de allerarmsten?

Dit is een publicatie van Kaleidos Research. Kaleidos Research onderzoekt hoe Nederlanders zich relateren aan de wereld en zich verhouden tot mondiale uitdagingen op het terrein van duurzaamheid van de natuur en de samenleving. Kaleidos Research is onderdeel van Stichting NCDO.

I S B N 978-90-74612-70-8

