

Duurzaamheid

Duurzaamheid in Nederland

Inleiding

DPG Media doet als mediabedrijf continu onderzoek. In dit document delen wij inzichten in interesses en gedrag op het gebied van duurzaamheid van de Nederlandse consument. We onderzochten onder andere in hoeverre Nederlanders zich bezig houden met duurzaamheid, hun interesses en hun gedrag rondom duurzaamheid.

Onderzoek

Het onderzoek is uitgevoerd door Panel Inzicht in mei 2021 onder 500 respondenten (18-80 jaar). De onderzoeksresultaten kunnen wij selecteren op geslacht, leeftijd en/of levenssituatie waar zich men in bevindt. Een deel van de vragen is ook in 2019 gesteld waardoor een vergelijking mogelijk is tussen 2021 en 2019.

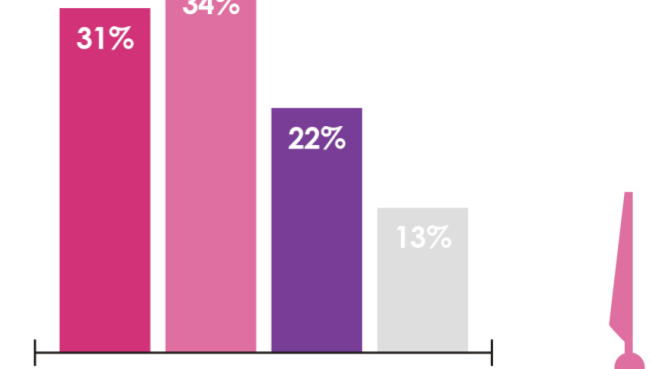
Duurzaamheid in Nederland



Nederland steeds duurzamer

65% vindt dat Nederland duurzamer wordt.

- Ja, meer dan andere westerse landen
- Ja, maar minder dan andere landen
- Nee
- Weet niet



69% heeft wel eens zorgen over de toekomst van de wereld.

Kennis over duurzaamheid

Hoewel men geïnteresseerd is in duurzaamheid, is een groot gedeelte nog niet goed op de hoogte van ontwikkelingen op het gebied van duurzaamheid en wil men graag meer weten over dit onderwerp.



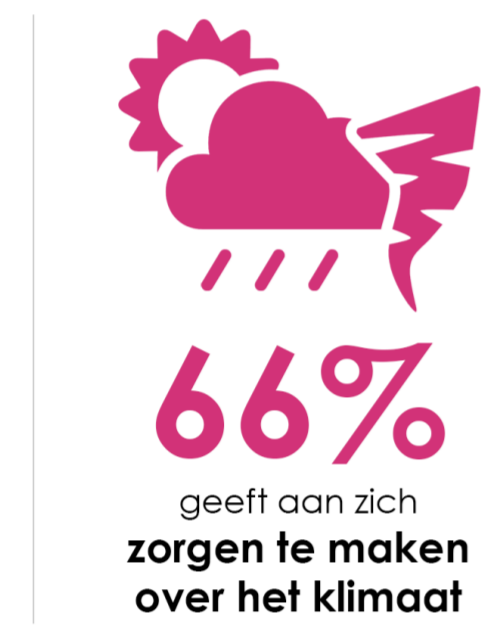
Levensstijl

Duurzame levensstijl

Vrouwen scoren op alle vlakken hoger op het nastreven van een duurzame levensstijl, behalve bij het nemen van energie besparende maatregelen.



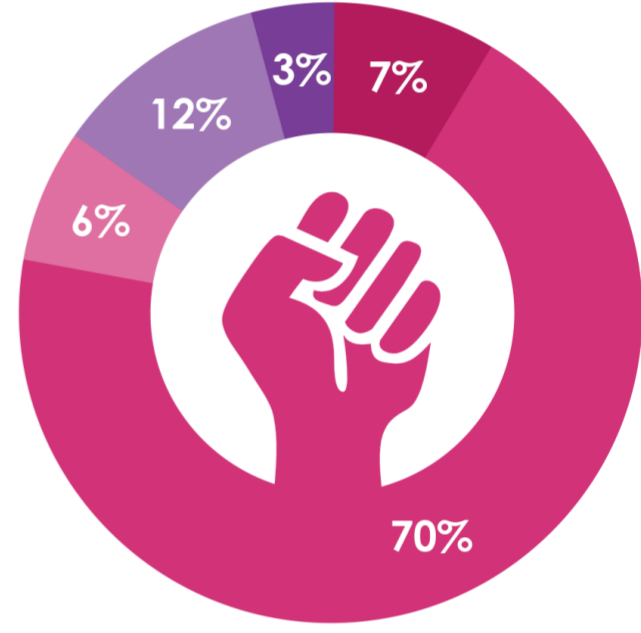
Vrouwen (roze) Mannen (paars)



Gedagsverandering

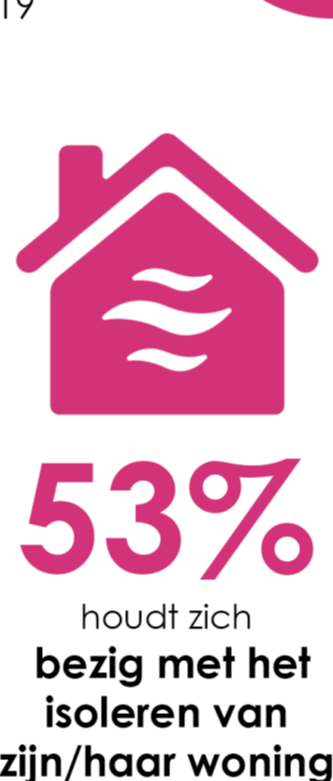
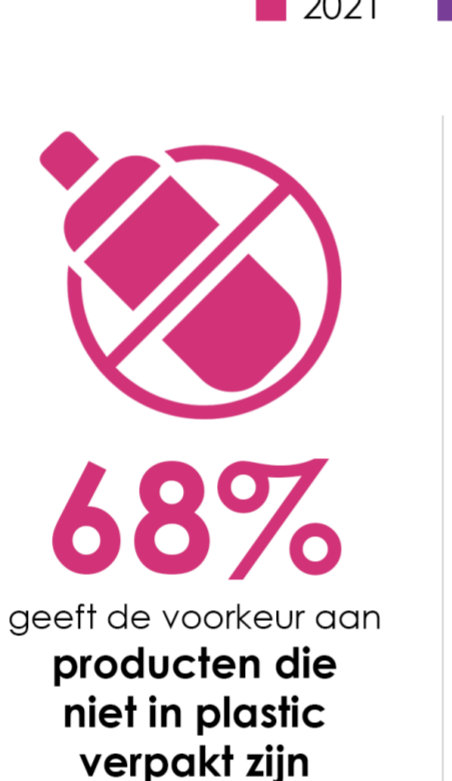
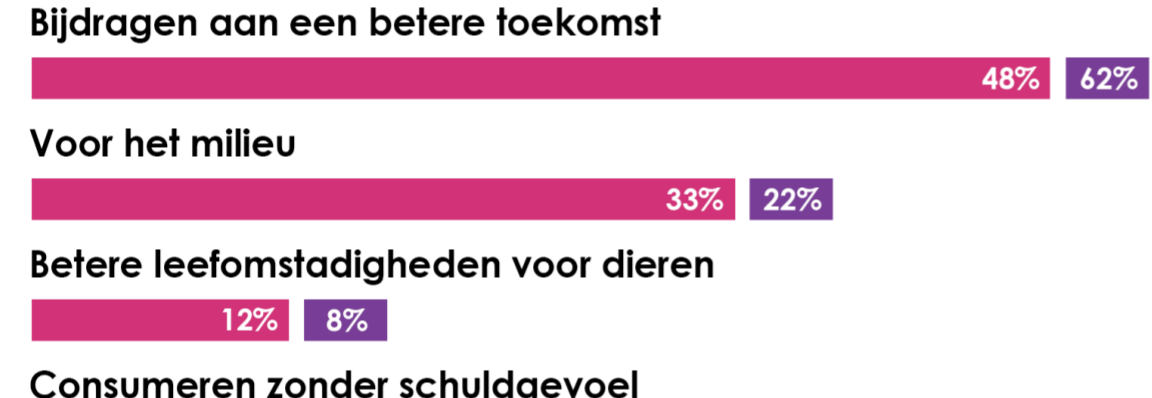
Opvallend is dat vrouwen (75%) meer welwillend zijn hun gedrag te veranderen dan mannen (65%).

- Ambassadeur
- Wellwillend
- Onverschillig
- Sceptisch
- Afwijzend



Redenen voor duurzamer gedrag

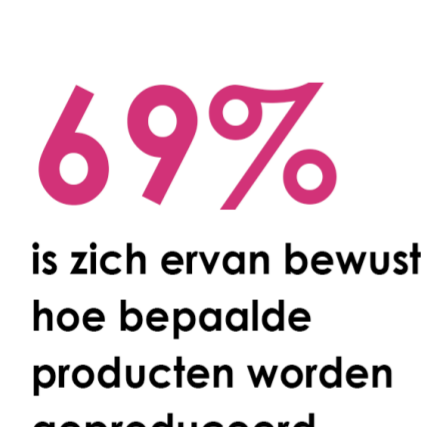
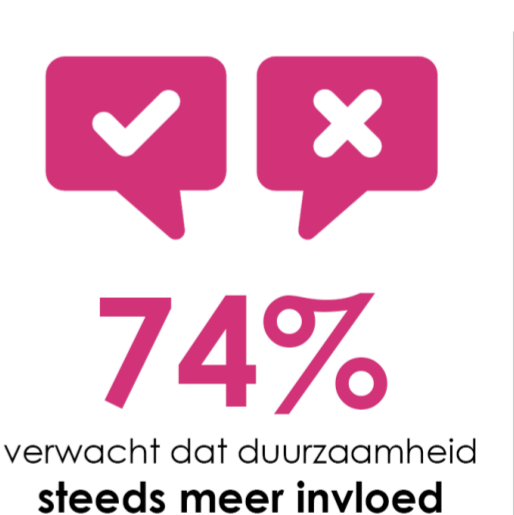
Het milieu wordt in 2021 (33%) vaker als reden genoemd om het gedrag qua duurzaamheid te veranderen dan in 2019 (22%).



Media en communicatie

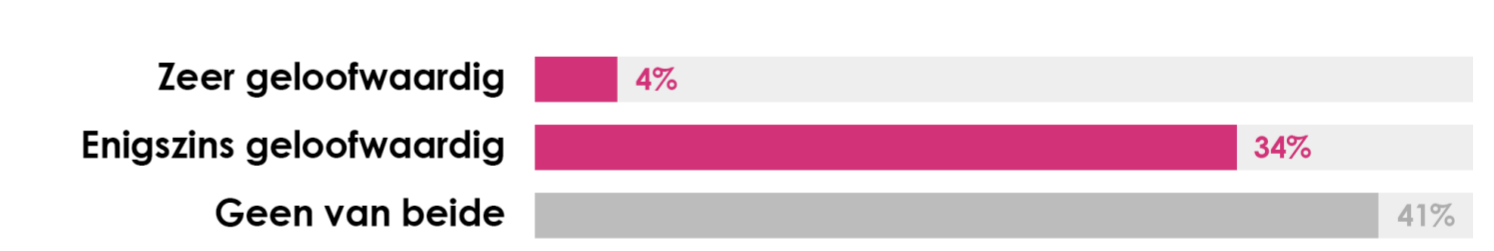
Betrouwbare informatie

Jongeren krijgen de meest betrouwbare informatie over duurzaamheid vooral online. Ouderen gebruiken hiervoor vaker de televisie of dagbladen.



Claims over duurzaamheid

Claims over duurzaamheid vindt men nu geloofwaardiger dan in 2019, het groeit van 31% naar 38%.



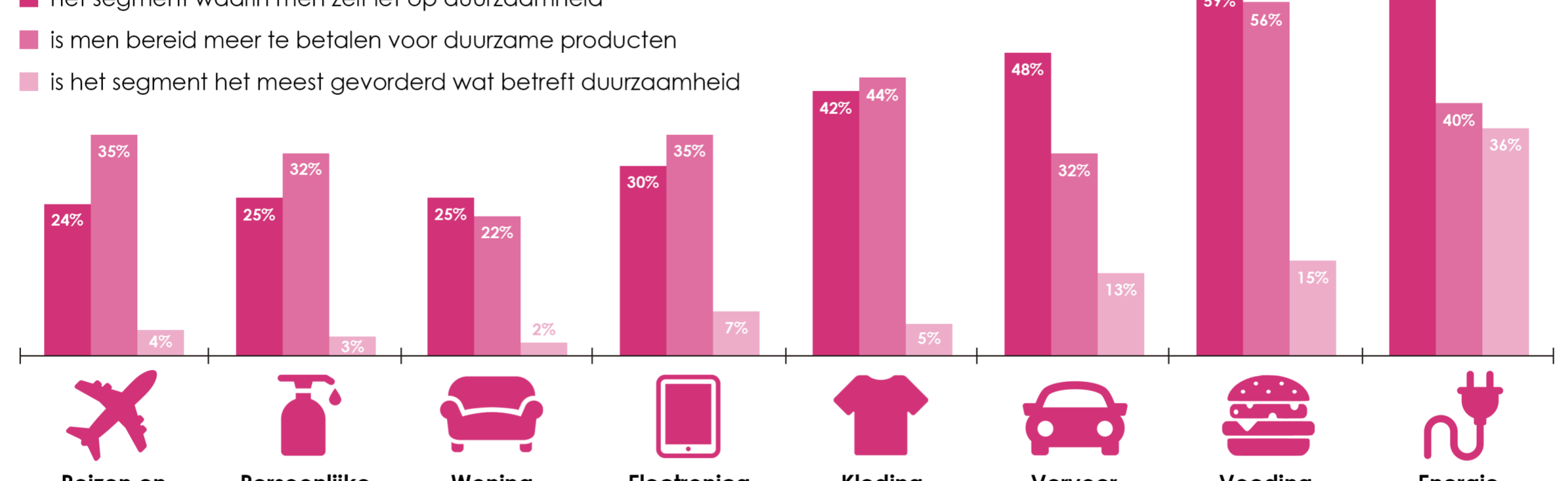
Segmenten en producten

Duurzaamheid in segmenten

Voeding, kleding en energie zijn producten/diensten waar men het meest bereid is om meer te betalen voor duurzame producten. Ten opzichte van 2019 is men meer gaan letten op duurzaamheid in de segmenten kleding (38% in 2019) en vervoer (43% in 2019). Vervoer wordt daarnaast gezien als het segment waarbij men (13% t.o.v. 7% in 2019) het meest gevorderd is.

In welke mate:

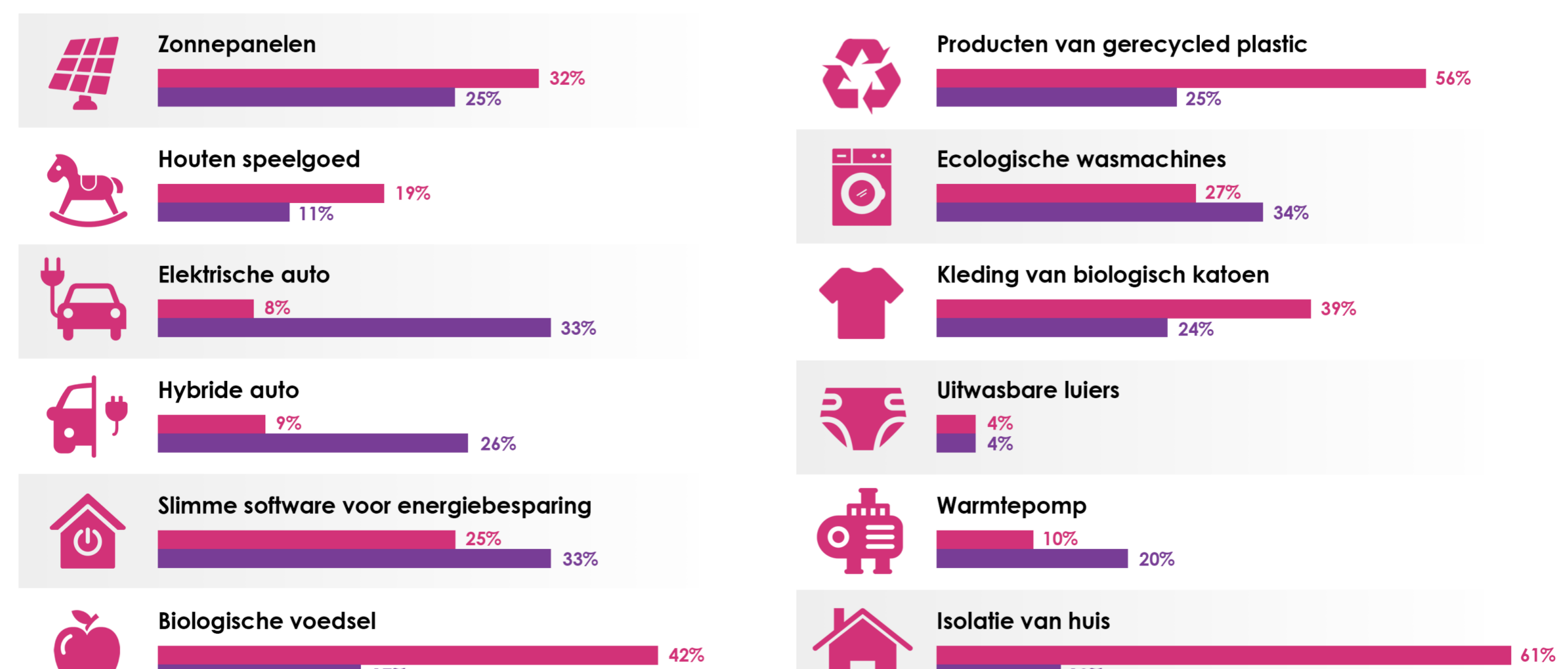
- is het segment waarin men zelf let op duurzaamheid
- is men bereid meer te betalen voor duurzame producten
- is het segment het meest gevorderd wat betreft duurzaamheid



Gebruik van duurzame producten

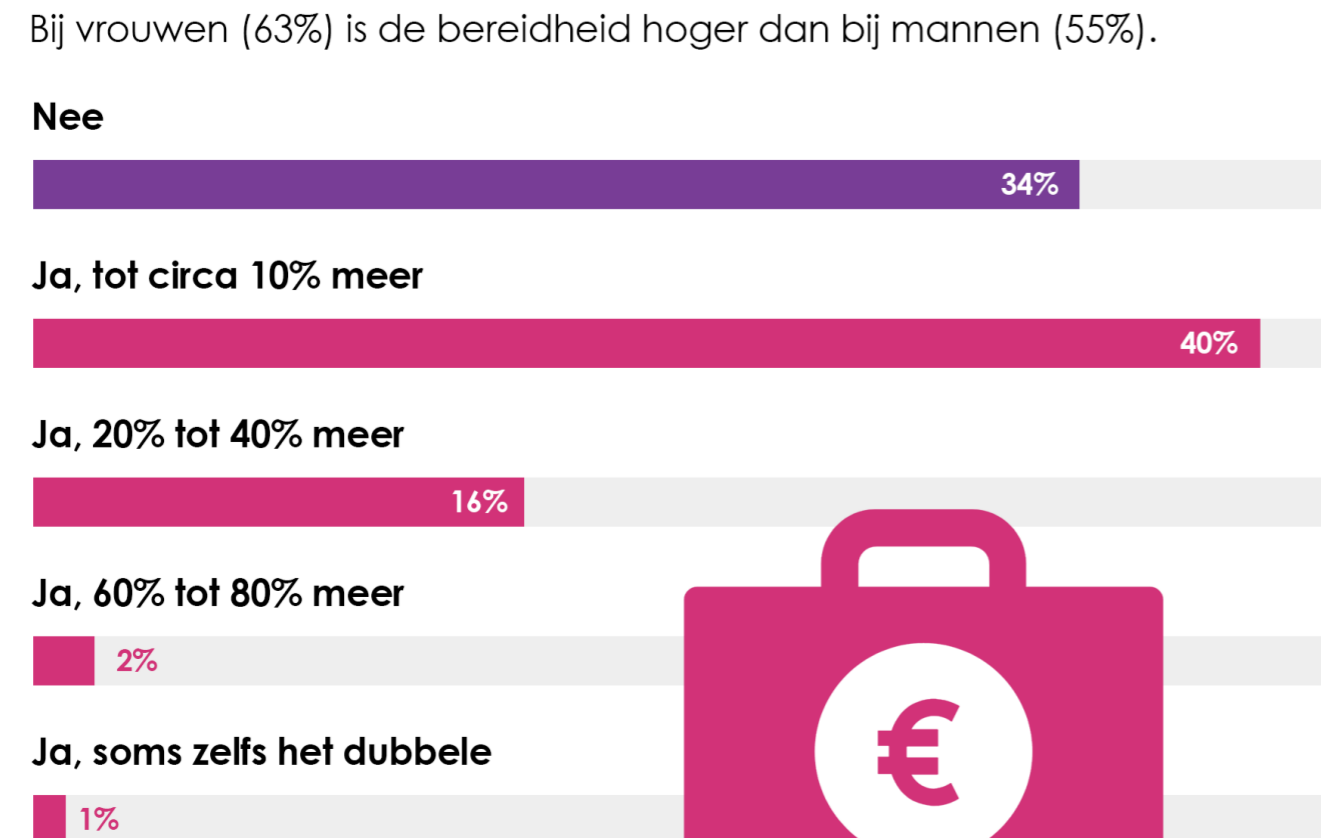
Isolatie van huis, producten van gerecycled plastic en biologische voedsel vormen de top 3 meest gebruikte duurzame producten. Men is meer duurzame producten gaan gebruiken t.o.v. 2019. Bij elektrische auto's is zelfs een verduubeling te zien t.o.v. 2019.

- Gebruik ik al
- Verwacht ik te gaan gebruiken



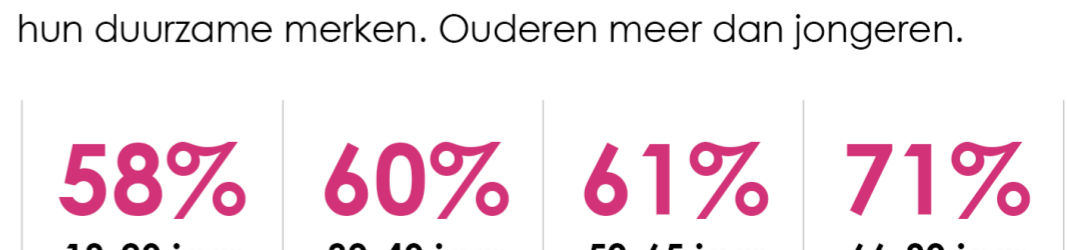
Extra betalen voor duurzame producten

59% is bereid om meer te betalen voor duurzame producten of diensten. Bij vrouwen (63%) is de bereidheid hoger dan bij mannen (55%).



Communicatie over duurzaamheid

63% vindt het belangrijk dat bedrijven communiceren over hun duurzame merken. Ouderen meer dan jongeren.



Duurzame merken

Genoemd als voorloper op het gebied van duurzaamheid.

