

KLIMAATVERLAMMING: DE BARRIÈRES TUSSEN DENKEN EN DOEN

Duurzaam denken, duurzaam doen 2025

Amsterdam, juni 2025

© 2025. All rights reserved. Contains Ipsos I&O confidential and proprietary information and may not be disclosed or reproduced without the prior written consent of Ipsos I&O.



Inhoudsopgave

03	INLEIDING	24	DUIDING: Jongeren voelen zich overweldigd door (systeem)barrières
05	CONCLUSIES EN AANBEVELINGEN	35	OVERZICHT RESULTATEN
08	ONDERZOEKSRESULTATEN	45	BIJLAGE
09	DENKEN: Klimaatverandering verliest aan urgentie, vooral onder jongeren, ondanks groter bewustzijn		
15	DOEN: Na jaren van stijging daalt duurzaam gedrag, vooral onder jongeren		

INLEIDING



Inleiding

Vijfde meting "Duurzaam denken, duurzaam doen"

Voor u ligt de rapportage van de vijfde meting van "Duurzaam denken, duurzaam doen", ons landelijk representatieve (18+) longitudinale onderzoek dat we sinds 2019 uitvoeren.

Eind 2023 zagen we dat Nederlanders zich opnieuw duurzamer waren gaan gedragen, maar dat er in hun denken weinig was veranderd*. Zij aten minder vaak (iedere dag) vlees, gebruikten minder energie in hun woning en vervuilden de auto vaker voor het openbaar vervoer dan in voorgaande jaren

Hoe is dat anno 2025 voor heel Nederland? En meer specifiek: wat denken en doen jongeren rondom klimaatverandering? Jongeren maakten zich in 2023 meer zorgen dan gemiddeld en deden hun best duurzaam te leven. Ten opzichte van 2019 kunnen we een hele nieuwe generatie onder de loep nemen: de 18 tot en met 24 jarigen.

Inzicht in wat Nederlanders drijft om wel of geen duurzaam gedrag te vertonen, brengt in kaart aan welke knoppen we kunnen draaien om dit gedrag te veranderen. Jongeren zijn de toekomst, daarom is het extra interessant om voor deze groep inzichtelijk te maken hoe deze knoppen werken.

Kwantitatief, representatief én kwalitatieve verdieping

We onderzochten duurzame attitudes en gedrag aan de hand van een vragenlijst onder een nationaal representatieve groep van n=2.516 Nederlanders van 18 jaar en ouder. Omdat de kwantitatieve resultaten daar aanleiding toe gaven, hebben we een verdiepende fase uitgevoerd in de vorm van diepte interviews met jongeren (18-30 jaar), zie bijlage voor de onderzoeksverantwoording.

Om in grote lijnen het al-dan-niet-duurzame gedrag in kaart te brengen, berekenden we de 'CO2-punten'. Hiermee drukken we de CO2-uitstoot uit voor verschillende groepen Nederlanders, over tijd. We doen dit voor de categorieën vervoer, wonen, voedsel en spullen (zie de bijlage voor een toelichting van de totstandkoming en aanpassing van de CO2-punten).

Leeswijzer

In hoofdstuk 1 laten we zien hoe Nederlanders denken over klimaatverandering:. Vervolgens brengen we in hoofdstuk 2 in kaart hoe duurzaam Nederlanders doen. We duiden de verhoudingen tussen denken en doen in hoofdstuk 3.

CONCLUSIES EN AANBEVELINGEN



Conclusies en aanbevelingen

Hoofdconclusie. Klimaatverandering verliest aan urgentie onder Nederlanders, in het bijzonder onder jongeren. Dit terwijl mensen zich bewust zijn van de impact van hun gedrag op het klimaat. Het gedrag van Nederlanders was – na een positieve ontwikkeling in 2022 en 2023 – in 2024 dan ook minder duurzaam dan de afgelopen jaren. Het wordt onder jongeren vooral veroorzaakt door (systeem)barrières en een gevoel van verlamming.



1.

Klimaatverandering verliest aan urgentie ondanks groter bewustzijn, vooral onder jongeren

De klimaatzorgen van Nederlanders zijn sinds 2019 nog nooit zo laag geweest, met name onder jongeren.

De afname van **klimaatzorgen** heeft invloed op de manier waarop zij belangrijke kwesties prioriteren. Vraag jonge mensen naar hun zorgen, en ze spreken over Trump, oorlogen en 'dichtbij' onderwerpen als het vinden van een woning. Nauwelijks over klimaatverandering.

Voor veel jongeren blijft klimaatverandering een abstract begrip dat nog weinig tastbare impact op hun directe omgeving heeft. Ook hierdoor raakt het onderwerp voor jongeren op de achtergrond.

Dit verschuivende perspectief heeft ook impact op de **politieke wensen**: steeds *minder* Nederlanders, en vooral jongeren, vinden dat het kabinet *meer* moet doen tegen klimaatverandering.

Tegelijkertijd zijn meer Nederlanders zich ervan **bewust** dat zij met hun eigen gedrag **impact** hebben op klimaatverandering. Jongeren zijn zich hier vaker bewust van dan ouderen, maar voelen zich verlamd en somber door de omvang van de klimaatproblematiek.



2.

Na jaren van stijging daalt de mate van duurzaam gedrag, vooral onder jongeren

Met 'CO2-punten' drukken we de CO2-uitstoot uit en geven we een beeld van duurzaam gedrag. De totale gemiddelde uitstoot in CO2-punten stijgt flink ten opzichte van 2023, met name onder jongeren.

De categorie **vervoer** stijgt het sterkst in CO2-punten. De toename is toe te schrijven aan een sterke toename in vliegreizen. Met name jongeren vliegen veel meer dan in 2023.

Ook de CO2-punten in de categorie **wonen** stijgen, ondanks meer gebruik van hybride warmtepompen en zonnepanelen. De stijging is het sterkst onder jongeren. Zij hebben een hogere energierekening en douchen vaker.

Ook CO2-uitstoot door **voedsel** stijgt, ook onder jongeren. Meer Nederlanders eten dagelijks vlees en vis dan in 2023.

De uitstoot voor de categorie **spullen** is het hoogst onder 35-49 jarigen. Vooral Nederlanders onder 50 kopen frequenter spullen. Jongeren onder de 25 kopen aanzienlijk meer **kleding**. Daarbij kiezen ze wel vaker voor tweedehands en duurzame verzendopties. (Door een andere meetmethode is hier geen vergelijking in de tijd te maken)



3.

Jongeren voelen zich overweldigd door (systeem)barrières

Veel jongeren vinden dat zij leven in een systeem dat niet uit is op duurzaamheid. Dit systeem maakt duurzame keuzes lastig, niet-duurzame keuzes aantrekkelijk en werkt overconsumptie in de hand. Jongeren lopen binnen dit systeem tegen verschillende barrières aan op individueel niveau.

Ze voelen zich meegetrokken in een cultuur waarin continue nieuwe producten en trends worden aangeprezen. Het is voor hen moeilijk om daaraan te ontkomen. Verder vormen de kosten een belangrijk aspect in de keuzes van jongeren: niet-duurzame opties zijn vaak goedkoper. Gemak en comfort spelen ook een grote rol in hun keuzes. Jongeren zijn gewend aan goedkope en makkelijke opties die niet-duurzaam zijn. Het is lastig om dit op te geven, ook al zijn ze zich bewust van de impact op het klimaat.

Jongeren ervaren naast barrières, een gevoel van zinloosheid: waarom zouden ze individueel duurzame beslissingen nemen als anderen, inclusief grote bedrijven en landen, geen vergelijkbare stappen ondernemen?

Door deze barrières voelen ze behoefte aan overheidsbeleid voor betaalbare en eerlijke duurzame keuzes, al vrezen sommigen ook weerstand tegen zulk (strenger) beleid.

Conclusies en aanbevelingen

Aanbevelingen

Onder jongeren is er sprake van een kloof tussen bewustzijn en actie als het gaat om het klimaat, deels doordat het thema aan urgentie verliest. Jongeren voelen zich vaak overweldigd door de omvang van het klimaatprobleem en het gebrek aan tastbare vooruitgang op beleidsniveau. Overheden, bedrijven, NGO's en andere partijen die deze kloof willen verkleinen, kunnen dit doen door communicatie te combineren met praktische tips, ondersteuning en betrokkenheid.

Beleid

1. Het is een zeer grote opgave, maar wel één die veel effect zal hebben op de mate van duurzaam gedrag: werk als overheid aan het gemakkelijk en betaalbaar maken van duurzame keuzes. Kosten en ongemak vormen nog altijd de belangrijkste barrières. Denk aan omvangrijke projecten als een goed betaalbaar Europees treinnetwerk. Maar, ook aan kleinere initiatieven, zoals het promoten van meer tweedehands kopen: dit is duurzaam én goedkoper.
2. Waarborg continuering subsidieregeling en dergelijke voor tenminste enkele kabinetsperiodes zodat mensen weten waar ze aan toe zijn. Wees consistent en betrouwbaar. Dit geeft vertrouwen, waardoor mensen eerder voor duurzame maatregelen zullen kiezen. Momenteel ervaren jongeren een wisselende (onnavolgbare) beleidskoers op het gebied van duurzaamheid.
3. Faciliteer lokale initiatieven waar jongeren betrokken kunnen raken, zoals buurtprojecten voor energiebesparing of gemeenschappelijke tuinen. Dit kan helpen om klimaatverandering minder abstract te maken en tegelijkertijd gemeenschapsgedreven duurzame acties te bevorderen.

Communicatie en beeldvorming

1. Klimaatverandering is voor jongeren een abstract begrip. Maak daarom de effecten van klimaatverandering in de communicatie zo fysiek en concreet mogelijk. Laat hierbij zien wat de impact van het eigen gedrag is.
2. Omdat klimaatverandering een abstract begrip is, kan het helpen om richting jongeren in te spelen op andere, voor hen concretere, concepten:
 - Zet in op de kritische houding van veel jongeren richting consumentisme. Laat concrete voorbeelden zien van de gevolgen van overconsumptie.
 - Speel in op de oer-Hollandse 'deugd' van 'zuinigheid'. Zuinig zijn op spullen en dat dit geld spaart, wordt onder jongeren breder gedragen dan de bijdrage aan klimaat.
3. Communiceer ook wat de overheid concreet aan maatregelen en voorzieningen biedt. Dit draagt bij aan het beeld dat de overheid zich inspant om duurzame keuzes gemakkelijker en betaalbaar te maken, wat uiteindelijk weer effect heeft op het duurzame gedrag van burgers.
4. Laat zien wat medeburgers, bedrijven en andere landen allemaal al wél doen op het gebied van duurzaamheid. Door bewijs te tonen voor de inspanningen van anderen, voelt de eigen opoffering minder zinloos.

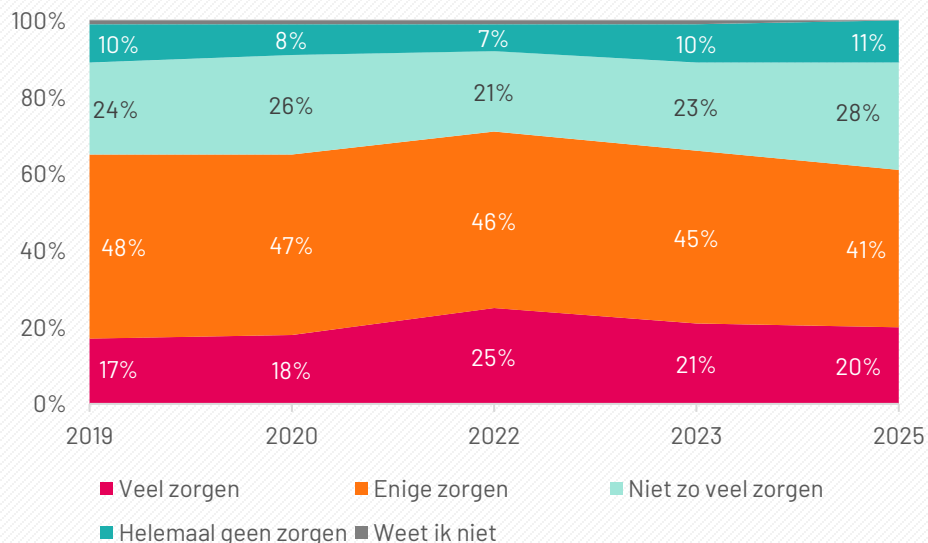
ONDERZOEKSRESULTATEN

**DENKEN: KLIMAATVERANDERING
VERLIEST AAN URGENTIE,
VOORAL ONDER JONGEREN.
ONDANKS GROTER BEWUSTZIJN**

1

Klimaatzorgen nog nooit zo laag, vooral onder jongeren

Klimaatzorgen van Nederlanders

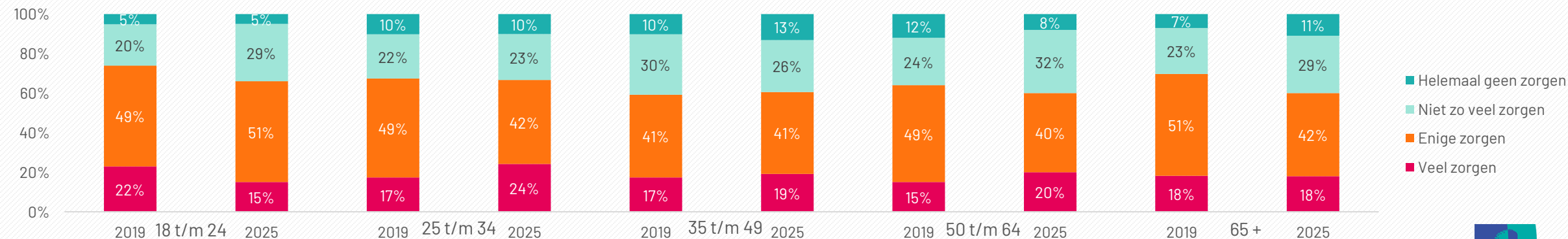


Sinds de eerste meting in 2019 zijn de klimaatzorgen van **Nederlanders** niet zo laag geweest: 61 procent van de Nederlanders maakt zich in 2025 veel of enige zorgen over de uitstoot van broeikasgassen, klimaatverandering en de effecten daarvan op het milieu*. In 2019 was dat nog 65 procent. In 2022 was het zelfs 71 procent.

De klimaatzorgen onder **18 tot 24 jarigen** nemen het sterkst af. In 2019 maakte 71 procent zich zorgen om het klimaat (toen de groep met de meeste zorgen), dat is nu 66 procent. Opvallend is daarbij de sterke afname ten opzichte van de meting in 2023, toen 77 procent van de jongste groep zich (veel) zorgen maakte. Voor het eerst zijn de 18 tot 24 jarigen niet meer de groep met de meeste klimaatzorgen. Dat is nu de groep 25 tot 34-jarigen (67%). Wel op de voet gevolgd door de 18 tot 24 jarigen (66%).

Onder de jongste groep Nederlanders loopt de mate van klimaatzorgen echter uiteen als het gaat om opleidingsniveau. **Hoog opgeleide jongeren** (18-34 jaar) maken zich veel meer zorgen (72%) dan de laag (65%) en middelbaar opgeleide jongeren (52%).

Klimaatzorgen van Nederlanders, gesplitst op leeftijd



*Het SCP rapporteert 73% zorgen over klimaatverandering. Hun stelling wijkt af van ons onderzoek en de veldwerkperiode van het onderzoek is onbekend.
<https://www.scp.nl/publicaties/publicaties/2025/04/17/klimaat-en-samenleving>

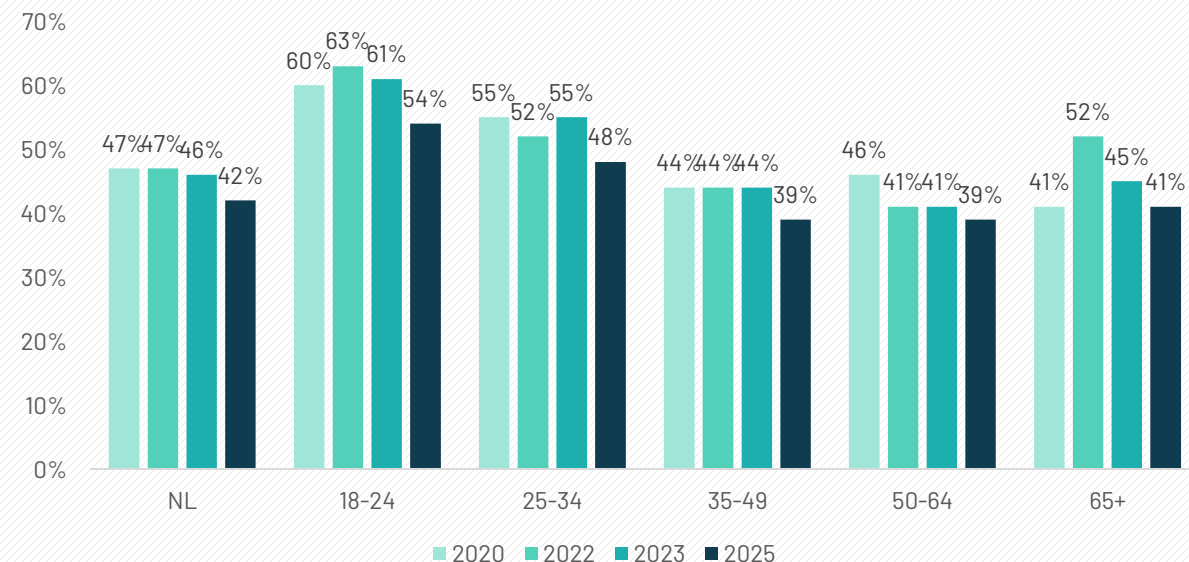
Minder jongeren willen dat kabinet *meer* doet om CO2-uitstoot tegen te gaan

Vier op de tien Nederlanders (42%) vinden dat het huidige kabinet (veel) *meer* moet doen om de gevolgen van klimaatverandering tegen te gaan*. Dit aandeel ligt lager dan in 2023 (47%) en de jaren daarvoor. Een op vijf (19%) vindt dat het kabinet *minder* moet doen aan klimaatbeleid. Dit is gelijk aan 2023. De rest vindt het goed zoals het nu is (27%) of weet het niet (12%).

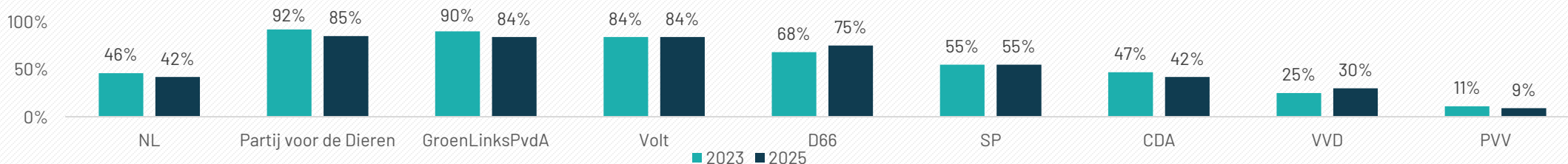
Met name jongeren vinden *minder* vaak dat het kabinet *meer* moet doen. In 2023 vond 61 procent van de 18 tot 24 jarigen dat het kabinet *meer* moest doen, nu is dat 54 procent. Ondanks deze afname vinden 18 tot 24 jarigen nog steeds vaker dan de andere leeftijdsgroepen dat het huidige kabinet (veel) *meer* moet doen. Voor de oudere jongeren (25-34 jarigen) geldt dat dit met 7 procentpunt is afgenomen: van 55 naar 48 procent.

De houding ten aanzien van de kabinetsinspanningen loopt onder Nederlanders ook uiteen als het gaat om politieke voorkeur. Voor de kiezers van bijna alle politieke partijen geldt dat nu minder mensen vinden dat het kabinet meer moet doen om op dit thema. Kiezers van GL-PvdA en PvdD vinden dit beduidend vaker, maar iets minder vaak dan in 2023. D66- en VVD-kiezers willen nu (iets) vaker dat het huidige kabinet meer doet.

Het kabinet moet (veel) meer doen om de uitstoot van broeikasgassen te verminderen**



Het huidige kabinet moet (veel) meer doen om de uitstoot van broeikasgassen te verminderen, uitgesplitst naar huidig stemgedrag ***



*Het SCP rapporteert dat 62% van de Nederlanders vindt dat de Nederlandse regering te weinig doet om klimaatverandering tegen te gaan. De SCP-vraagstelling wijkt af van ons onderzoek en de veldwerkperiode van het onderzoek is onbekend. <https://www.scp.nl/publicaties/publicaties/2025/04/17/klimaat-en-samenleving>

** In 2023 – kort voor de verkiezingen – is de stelling anders gesteld. In plaats van het 'huidige kabinet' werd toen het 'volgende kabinet' in de stelling genoemd.

*** Stel dat er nu Tweede Kamerverkiezingen zouden zijn, op welke partij zou u dan stemmen?

Andere onderwerpen trekken meer aandacht dan het abstracte klimaatthema

Amerikaanse politiek, oorlogen en lokale thema's relevanter

De klimaatzorgen onder jongeren nemen dus af en minder mensen (ook jongeren) willen dat het kabinet meer aan klimaat doet. Hoe is dit te verklaren?

Uit de interviews met jongeren wordt duidelijk dat zij over het algemeen in hun dagelijkse bezigheden niet veel denken aan het klimaat. Opleiding, (maatschappelijk) werk, wonen, rondkomen, sporten en andere hobby's domineren doorgaans het leven van jongeren. Lokale en nationale thema's zoals sociale problematiek in de buurt of wonen en migratie op landelijk niveau staan dichtbij jongeren. In het nieuws domineren vooral Trump en oorlogen in Oekraïne en Palestina op mondiaal niveau.

Jongeren komen het klimaat in het nieuws weinig tegen. Opvallend is dat ze 'het klimaat' meestal uit zichzelf noemen ná de andere onderwerpen. Ze geven aan dat het voor hen wel speelt, maar meer op de achtergrond.



"Als ik heel eerlijk ben, weet ik niet goed waar klimaatverandering over gaat. Ik zie wel elke keer klimaatverandering, maar dan denk ik, ja, ik weet niet"

Man, 26 jaar, Amsterdam

"Als we het dan hebben over het landelijke woningtekort, woningcrisis, dakloosheid die allemaal stijgen. Dat krijg je mee en daar ben je wat meer geïnteresseerd in omdat je er middenin zit en er direct mee te maken hebt."

Vrouw, 27 jaar, Urk

Klimaatverandering (nog) weinig impact op eigen omgeving

Sommige jongeren zeggen uit zichzelf al waarom klimaat voor hen meer op de achtergrond speelt. In tegenstelling tot lokale thema's die directe impact op hen hebben, is niet goed zichtbaar hoe klimaatverandering impact heeft op hun eigen leven. Er zijn wel uitzonderingen. Enkele jongeren zeggen dat ze zelden sneeuw zien, of ze beginnen over overstromingen in Nederland.



"Omdat het van dag tot dag niet zoveel impact heeft. Juist doordat het niet zo snel zichtbaar is, wordt het heel makkelijk naar achter geschoven"

Man, 28 jaar, Eindhoven

Hoewel uit de gesprekken blijkt dat jongeren weten dat klimaatverandering desastreuze gevolgen kan hebben, is dat voor hen nog niet concreet te merken. Bovendien ziet men het thema als een mondiaal fenomeen, waarbij het ook uitmaakt wat andere landen doen. Jongeren beginnen niet vaak uit zichzelf over concrete handelingen die zij kunnen verrichten om klimaatverandering tegen te gaan. Klimaat is voor hen dus een thema dat op een abstracter niveau staat dan concrete individuele acties. Sommigen zeggen ook niet helemaal te begrijpen wat er precies aan de hand is rondom klimaat. In contrast hiermee staat een probleem als zwerfvuil, dat verschillende keren specifiek wordt genoemd en veel zichtbaarder is voor jongeren.

Meer Nederlanders bewust van eigen klimaatimpact, vooral jongeren

Jongeren zien eigen gedrag vaker als impactvol

Ten opzichte van 2023 denken minder Nederlanders dat hun eigen bijdrage aan het klimaat zo minimaal is, dat hun eigen gedrag geen impact maakt (35% vs 31%). Men denkt dus vaker dat hun bijdrage er toe doet. Deze verschuiving zien we vooral onder jongeren. In 2023 dacht 38 procent van de 18 tot 24 jarigen dat de eigen bijdrage aan de klimaatdoelen zo minimaal is, dat het niet uitmaakt wat ze doen of laten. In 2025 is dit gedaald naar 20 procent van de jongeren. Zij hebben dus vergeleken met 2023 veel vaker het idee dat hun gedrag er toe doet.

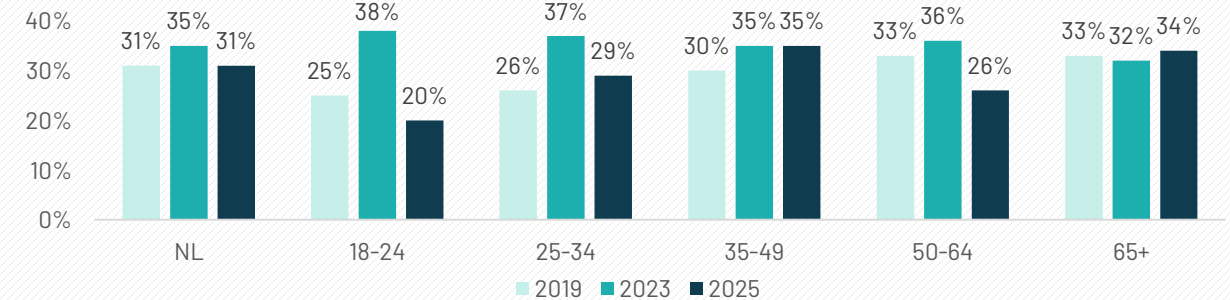
Het aantal Nederlanders dat vindt dat de mens verantwoordelijk is voor de opwarming van de aarde is sinds 2019 onder alle leeftijdsgroepen toegenomen, met uitzondering van de groep 25 tot 34 jarigen (79% in 2019 en 76% in 2025). Deze toename is het sterkst onder de 18 tot 24 jarigen. In 2019 was bijna driekwart van de jongeren (73%) het (helemaal) oneens met de stelling dat de mens niet verantwoordelijk is voor de opwarming van de aarde. Dat aandeel is in 2025 toegenomen naar acht op de tien (81%).



"Ik vlieg wel en ik denk misschien ook wel meer dan gemiddeld. Het is gewoon duidelijk objectief niet goed om te doen: het verspeelt heel veel, vooral op deze afstanden is rijden gewoon beter"

Man, 28 jaar, Eindhoven

Mijn bijdrage aan de klimaatdoelen is zo minimaal, dat het eigenlijk niet uitmaakt wat ik doe of laat – (helemaal) mee eens

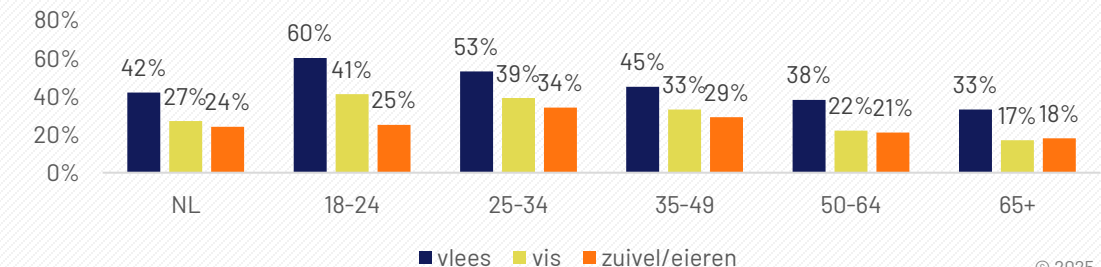


Onder jongeren meer kennis over duurzame keuzes dan ouderen

Jongeren weten beter welke keuzes ze kunnen maken om een positieve klimaatimpact te hebben dan oudere Nederlanders. Jongeren weten bijvoorbeeld veel vaker dat de productie van vlees slecht is voor het klimaat (60%) dan de gemiddelde Nederlander (41%)*. Hetzelfde geldt voor visproductie en viskweek (18-24: 41%; gemiddelde Nederland: 27%)*.

Ook uit de gesprekken blijkt dat jongeren gemakkelijk spontaan verschillende duurzame keuzes kunnen noemen zoals minder vliegen, minder (kleding) kopen, isoleren en korter douchen.

De productie/vangst is slecht voor het klimaat – (helemaal) eens



Jongeren verlamd en somber door omvang klimaatproblematiek

Handelingsperspectief jongeren lager dan ouderen, wel gestegen t.o.v. 2023

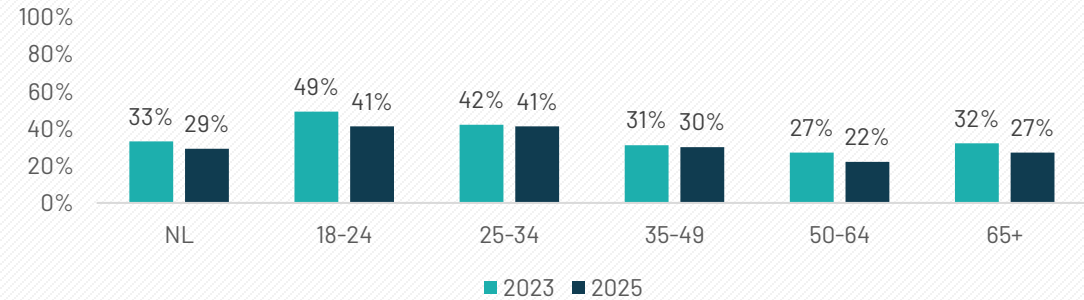
Ondanks dat jongeren beter weten wat de duurzame keuzes inhouden dan oudere Nederlanders, voelen ze zich vaker overweldigd door de omvang van de klimaatproblematiek. Drie op de tien Nederlanders (29%) zien klimaatverandering als een te groot probleem, waardoor ze niet weten waar ze moeten beginnen. Hoewel het ervaren handelingsperspectief onder jongeren van 18 tot 34 jaar is toegenomen ten opzichte van 2023, weten vier op de tien (41%) nog altijd niet goed waar ze moeten beginnen.

Jongeren somberder over de toekomst

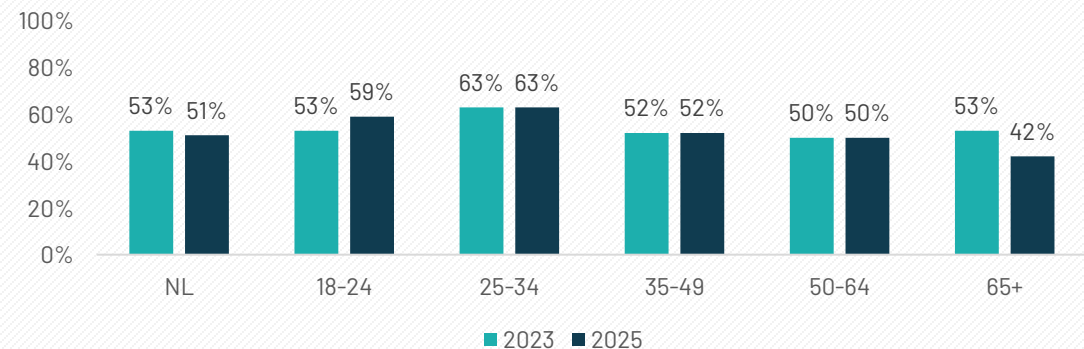
Jongeren weten wat hun impact is op het klimaat en wat ze eraan kunnen doen, maar veel van hen weten niet waar ze moeten beginnen. Dit uit zich ook emotioneel in de vorm van somberte. Jongeren zijn somberder over de toekomst dan ouderen. Waar 51 procent van alle Nederlanders het somber inziet voor toekomstige generaties met betrekking tot het klimaat, is dat 59 procent voor 18 tot 24 jarigen en 63 procent voor 25 tot 34 jarigen. Behalve de jongste doelgroep zijn Nederlanders echter niet somberder geworden ten opzichte van 2023.

Tijdens interviews geven vrijwel alle jongeren aan dat zij nieuws uit de weg gaan. Ze vinden nieuws heel negatief waardoor ze zich slecht kunnen voelen. Dit gebeurt ook met nieuws over klimaatverandering.

Klimaatverandering is een te groot probleem: ik weet niet waar ik moet beginnen – (helemaal) mee eens



Ik zie het somber in voor toekomstige generaties als ik denk aan het klimaat – (helemaal) mee eens

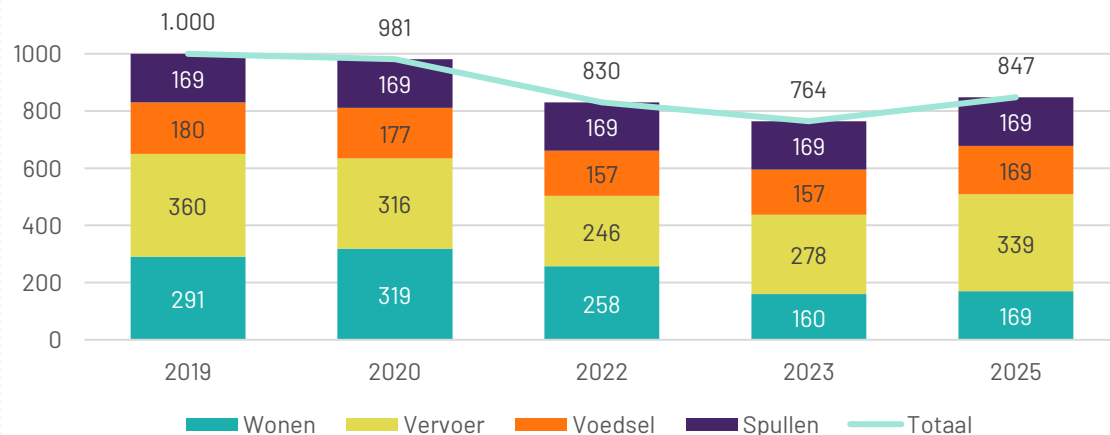


DOEN:
NA JAREN VAN STIJGING DAALT
DUURZAAM GEDRAG, VOORAL
ONDER JONGEREN

2

Nederlanders stoten voor het eerst weer meer CO2 uit (vooral jongeren)

Uitstoot in CO2-punten totaal en naar categorie

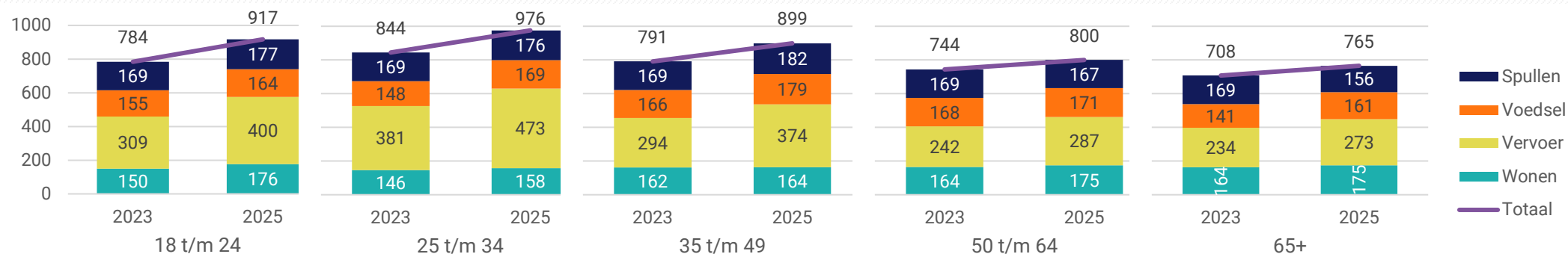


De totale gemiddelde **uitstoot in CO2-punten stijgt flink ten opzichte van 2023**, na een daling tussen 2020 en 2023. Daarmee is het gedrag van Nederlanders minder duurzaam dan de afgelopen twee jaar.

De categorie **Vervoer** kent de sterkste toename in CO2-punten. Na een daling tijdens en vlak na de coronapandemie (2020-2022), is de uitstoot door onze mobiliteit (vooral vliegen en autorijden) bijna terug op het niveau van 2019. Daarnaast stijgen ook de CO2-punten binnen de categorie **Wonen** en **Voedsel**. De categorie Wonen maakt een inhaalslag na de sterke daling in 2023 vanwege de energiecrisis. Hoger energieverbruik en langer douchen zijn hier de voornaamste oorzaken van.

De toename in CO2-punten ten opzichte van 2023 is het **sterkst onder jongeren**. De CO2-uitstoot nam hier met 17 procent toe (onder de oudste categorie is de toename het kleinst: 8 procent). De toename wordt vooral veroorzaakt door de categorie Vervoer, met name doordat ze meer zijn gaan **vliegen**.

Uitstoot in CO2-punten totaal en naar sector, gesplitst op leeftijd



Sterke toenames van vlieg- en autoverkeer, vooral door jongeren

Grotere groep Nederlanders vliegt en men vliegt vaker, met name jongeren

Vervoer kent onder alle leeftijdsgroepen de sterkste toename in uitstoot in CO₂-punten. Nederlanders vliegen veel meer dan in 2022 en 2023. In 2022 vloog de gemiddelde Nederlander, als gevolg van de coronapandemie, het jaar ervoor gemiddeld 0,4 keer. In 2025 is dat toegenomen naar 0,7 keer per jaar*. Hiermee ligt de vliegfrequentie weer bijna op het niveau van vóór Corona (0,8 keer per jaar). Ook het aandeel Nederlanders dat weleens vliegt stijgt. In 2022 had 39 procent van de Nederlanders de 2 jaar ervoor gevlogen. In 2025 is dit 53 procent van de Nederlanders**, dit aandeel is gelijk aan de periode vóór Corona.

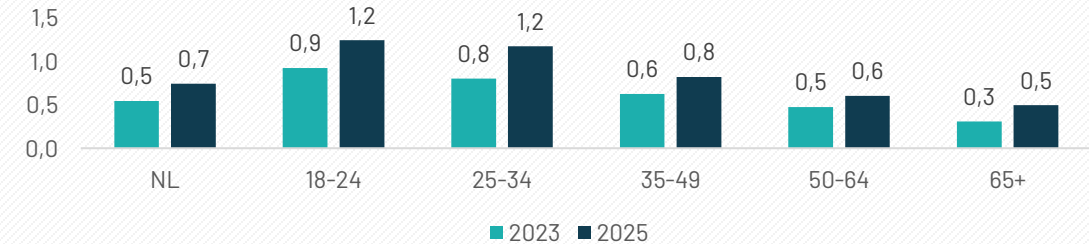
De stijging in CO₂-uitstoot in vervoer is het sterkst onder jongeren. Dit komt met name omdat jongeren vergeleken met 2023 weer veel vaker vliegen. Daarnaast is het aandeel dat weleens vliegt onder jongeren het sterkst toegenomen. In 2023 had de helft van de 18 tot 24 jarigen de 2 jaar ervoor gevlogen, in 2025 is dit driekwart (75%) van de jongeren.

Nederlanders rijden weer meer auto, nog niet terug op pre-Corona niveau

In 2025 ligt het gemiddeld aantal gereden kilometers met de auto weer hoger (10.794 km) dan in 2022 (10.206 km) en 2023 (10.282 km). Toch is dit nog steeds lager dan vóór Corona (januari 2020: 12.353 km). Dit komt doordat men meer thuiswerkt dan voor de coronapandemie.

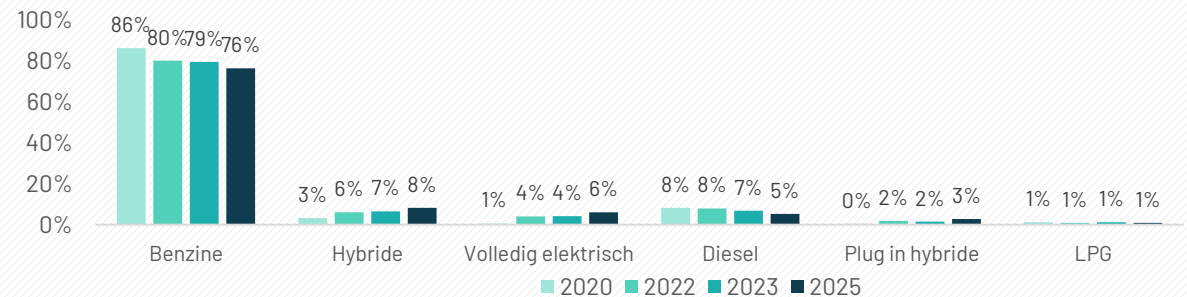
Waar het aantal gereden kilometers is afgenomen onder 35-49 jarigen en 18-24 jarigen, is er ten opzichte van 2023 juist een toename onder 50-plussers en 25-34 jarigen. De groep 25-34 jarigen heeft daarmee 35-48 jarigen afgelost als groep met de meeste autokilometers (12.212). Het is belangrijk om te benoemen dat jongeren veel minder vaak over een auto beschikken (51%) dan de gemiddelde Nederlander (79%). De daling onder 18-24 jarigen laat zien dat hun toegenomen vervoersuitstoot puur het gevolg is van meer vliegen.

Gemiddeld aantal keer vliegen afgelopen jaar



Weer meer Nederlanders rijden elektrisch / hybride

Nederlanders rijden vaker in een elektrische / (plug in) hybride auto dan voorgaande jaren. In 2020 reed 4% van de Nederlanders die beschikten over een auto, in een elektrische / (plug in) hybride auto. In 2025 stijgt dit aandeel naar 17 procent***.



*Dit is een toename van 75%. Het aantal passagiers van en naar de vijf nationale luchthavens nam tussen Q1 22 en Q1 25 toe met 64%. <https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2025/19/16-6-miljoen-luchtvaartpassagiers-in-eerste-kwartaal-2025>

** Tussen september 2023 en augustus 2024 vloog 50% van de Nederlanders niet: <https://www.kimnet.nl/publicaties/publicaties/2024/12/12/de-vliegende-hollander-2024>

*** In 2024 bestaat 5% van het Nederlandse wagenpark uit elektrische auto's, 2023 was dit 4%: <https://www.autoweek.nl/autonieuws/artikel/95-procent-autos-in-nederland-heeft-verbrandingsmotor-maar-elektrificatie-neemt-toe/?referrer=https%3A%2F%2Fwww.bing.com%2F>

Lichte toename uitstoot wonen, sterkste stijging onder jongeren

De uitstoot in CO₂-punten voor de categorie wonen neemt toe ten opzichte van 2023. In 2023 lag het aantal CO₂-punten voor wonen opvallend laag door de energiecrisis. Men verbruikt nu weer meer energie in huis, maar nog steeds een stuk minder dan in de metingen voor 2023. De uitstoot van de categorie wonen neemt toe ten opzichte van 2023 voor alle leeftijdsgroepen en is het sterkst voor de 18 tot 24 jarigen. Verschillende factoren drijven de stijging onder jongeren. Hun energierekening stijgt, ze douchen meer en ze hebben minder vaak een waterbesparende douchekop.

Lichte toename (hybride) warmtepompen en zonnepanelen

Nederlanders verwarmen hun huis iets minder vaak met een Cv-ketel dan in de voorgaande jaren (88% in 2019 en 80% in 2023 vs. 78% in 2025) en iets vaker met een (hybride) warmtepomp (3% in 2019 en 7% in 2023 vs. 10% in 2025)*. Van de Nederlanders met een woonhuis heeft 11% een (hybride) warmtepomp. Iets minder dan de helft van de Nederlanders (44%) heeft zonnepanelen op of bij het huis**. Dit is een sterke toename ten opzichte van 2019 (20%) en neemt sinds 2023 (42%) verder toe. 50 tot 64-jarigen hebben het vaakst zonnepanelen (50%) en 25 tot 34 jarigen het minst (33%). Van de Nederlanders met een woonhuis heeft 54 procent zonnepanelen, onder huiseigenaren zonder vve is dit zelfs 64 procent.

Aandeel energielabel A++++ t/m A+ stijgt

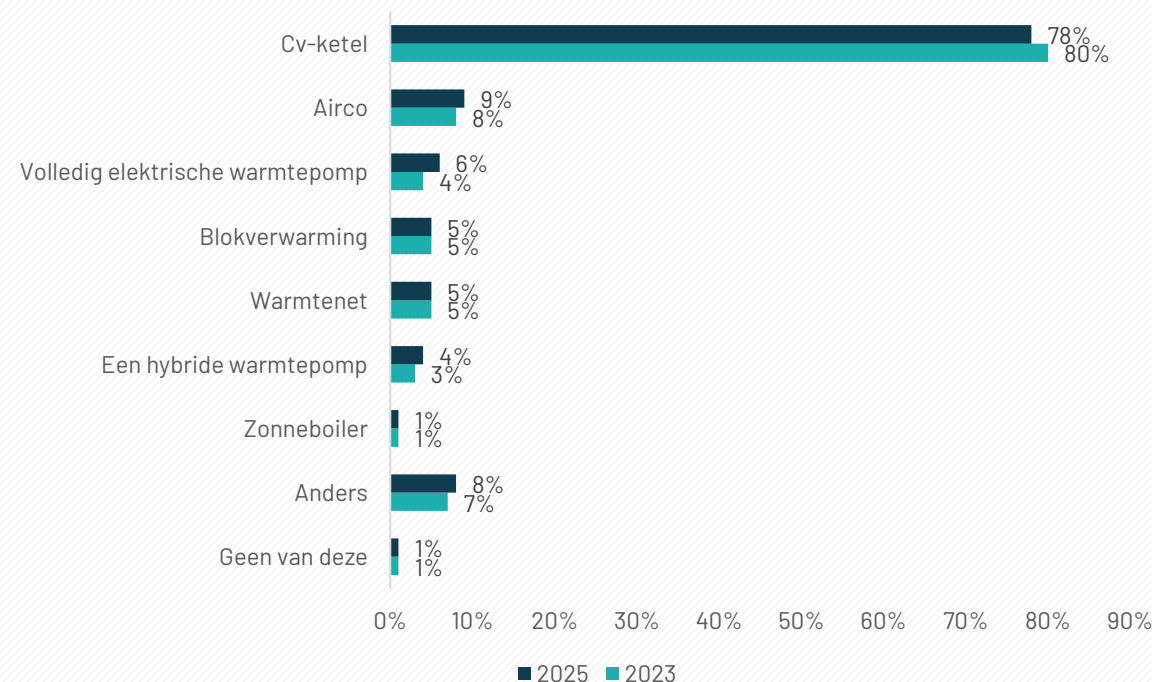
Een derde van de Nederlanders (33%) weet niet wat het energielabel van hun woning is. Het aandeel met energielabel A++++ t/m A+ is toegenomen van 14% in 2019 naar 16% in 2025***.

*Omerekend aan de hand van het aantal inwoners in Nederland, betekent dit dat het aantal warmtepompen tussen 2023 en 2025 steeg met circa 531.000 stuks. Het CBS rapporteert tussen 2023 en 2024 een stijging van circa 200.000 warmtepompen. Let op, dit is 1 jaar, terwijl onze meting een vergelijking maakt met 2 jaar. https://www.cbs.nl/item?sc_itemid=65026a31-b712-4fff-a29e-72a960d1ee45&sc_lang=nl-nl

**Volgens Netbeheer Nederland heeft ruim 35% van de Nederlandse huishoudens zonnepanelen geïnstalleerd. Dit zal echter niet gelijk verdeeld zijn over type woningen en huishoudgrootte, waardoor deze cijfers niet een-op-een te vergelijken zijn met onze cijfers per persoon.

***Van onze respondenten woont 32% in een woning met label A of hoger. Van de woningen met een geregistreerd label is 35 procent A of hoger. Echter hebben vier op de tien woningen geen definitief energielabel en deze woningen kunnen sterk afwijken van de woningen mét label. Daarnaast is het lastig om woningen en personen met elkaar te vergelijken.

Hoe wordt uw huis momenteel verwarmd?



Energieverbruik en douchegedrag stijgen na energiecrisis, vooral onder jongeren

Energierkening hoger ondanks daling energieprijzen

De gemiddelde energierekening ligt in 2025 op €150 per maand. Dat is significant meer dan in de meting van 2023, toen was het €142 per maand. De energierekening stijgt dus terwijl de energieprijzen zijn gedaald*. In 2023 constateerden we dat Nederlanders door de energiecrisis minder energie verbruikten. Nu de energiecrisis voorbij is, lijken Nederlanders weer meer energie te verbruiken. De energierekening van 18 tot 24 jarigen is met gemiddeld 165 euro per maand het hoogst vergeleken met andere leeftijdsgroepen.

Jongeren douchen meer en gebruiken zelden waterbesparende douchekoppen

De gemiddelde Nederlander doucht 34 minuten per week, dit is hoger dan in 2023 (31 minuten) en 2019 (32 minuten). Jongeren douchen vergeleken met 2023 veel meer minuten per week (38 minuten vs. 52 minuten). Het ging van gemiddeld 8 minuten per douchebeurt naar 11. Maar, in 2019 lag het gemiddelde aantal minuten douchen per week onder jongeren, met 50 minuten, bijna op het niveau van 2025. Het lijkt erop dat jongeren door de gedaalde energiekosten in 2025 vooral weer meer zijn gaan douchen.

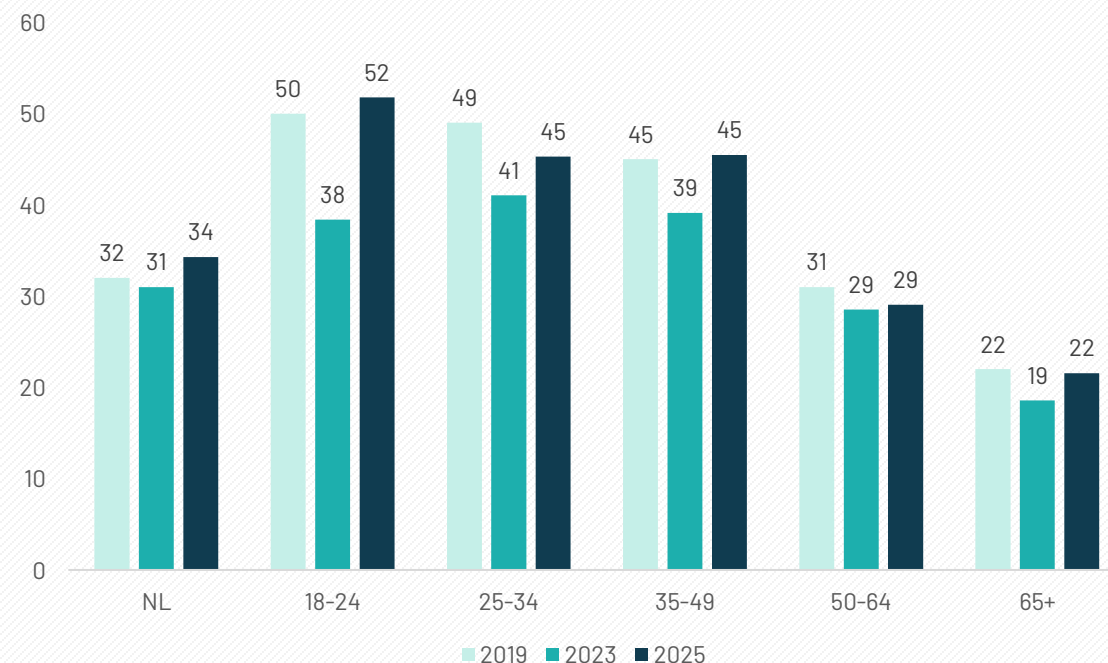
Vier op de tien Nederlanders (41%) hebben een waterbesparende douchekop. Dit aandeel neemt toe met leeftijd (18-24 jaar: 11%; 65+: 51%).



"Meestal als ik douche, dan heb ik muziek aan. En dan merk ik, oh wacht, dit nummer is echt heel lang en ik sta al een aantal nummers onder de douche"

Vrouw, 19 jaar, Maastricht

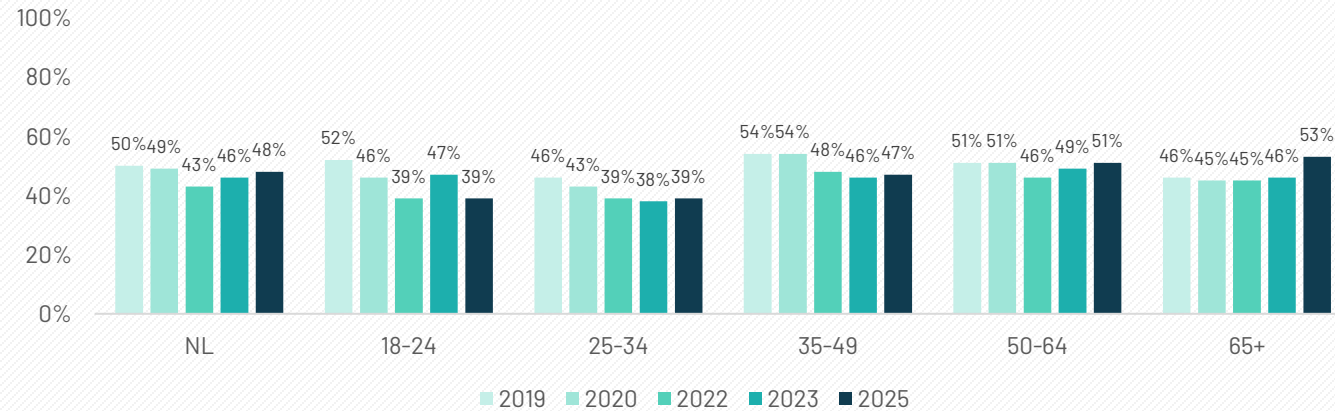
Gemiddeld aantal minuten douchen per week



* <https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2025/14/energierkening-2-procent-lager>

Lichte toename uitstoot voedsel door grotere vleesconsumptie

Ik eet iedere dag vlees en/of vis

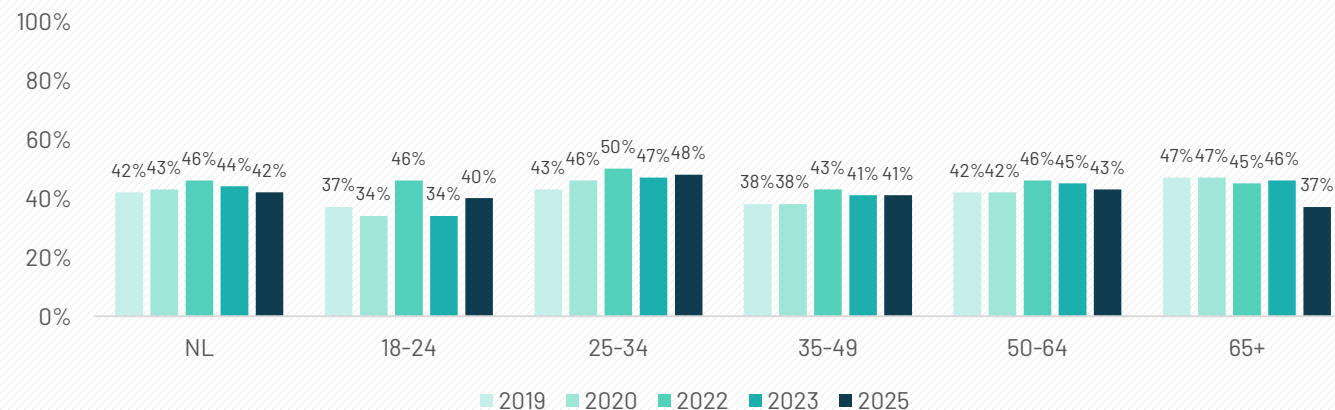


De uitstoot in CO2-punten voor de categorie voedsel neemt toe ten opzichte van 2023 en is daarmee weer bijna op het niveau van 2020. Nederlanders eten weer meer vlees, dit veroorzaakt de stijging in de CO2-punten in de categorie voedsel. De uitstoot van de categorie voedsel neemt toe in alle leeftijdsgroepen. De stijging is het sterkst voor de 25- tot 34-jarigen, gevolgd door de 65-plussers.

Meer Nederlanders eten elke dag vlees en/of vis dan in 2022 en 2023

Gemiddeld gezien eet in 2025 bijna de helft van de Nederlanders (48%) iedere dag vlees en/of vis. Dit is een iets grotere groep dan in 2023 (46%) en 2022 (43%). Meer dan de helft van de 65-plussers (53%) eet iedere dag vlees en/of vis. Van 2019 tot 2023 lag dit nog op 46 procent. Hierdoor zijn de 65-plussers nu de grootste groep vlees/vis-eters. In 2023 waren dat nog de 50 tot 64 jarigen. Nederlanders tussen de 18 en 34 jaar geven het minst vaak aan iedere dag vlees en/of vis te eten (39%).

Ik ben flexitariër (eet één of meer dagen in de week geen vlees of vis)



Het aandeel pescotariërs (wel vis, geen vlees) blijft gelijk (2%). Het aandeel flexitariërs ligt met 42 procent iets lager dan in 2023 (44%) en 2022 (46%). Met name 18 tot 24 jarigen identificeren zichzelf in vergelijking met 2023 vaker als flexitariër (34% vs. 40%). Ouderen (65+) juist veel minder vaak (46% vs. 37%).

Vier procent van de Nederlanders is vegetariër, in 2023 was dit 5 procent. Dit is een lichte stijging ten opzichte van 2019 (3%). Over de jaren blijft het aandeel veganisten (1%) gelijk*.

35 tot 49 jarigen eten meer vlees en zuivel/eieren dan andere leeftijdsgroepen

Vleesconsumptie stijgt, opvallende stijging onder 65-plussers

Nederlanders eten gemiddeld meer gram vlees dan in 2023 (van 502 gram naar 541 gram). De daling in vleesconsumptie die we tot 2023 zagen verandert dus in een stijging. Enkel 18 tot 24 jarigen eten ten opzichte van 2023 iets minder vlees. Voor 35 tot 49 jarigen en 65-plussers is de toename in vleesconsumptie het sterkst. Voor de 65-plussers verklaart dit ook de toename in de CO2-punten voor deze categorie, vergeleken met de andere leeftijdsgroepen. Nederlanders tussen de 35 en 49 jaar eten het meest vlees (631 gram per week).

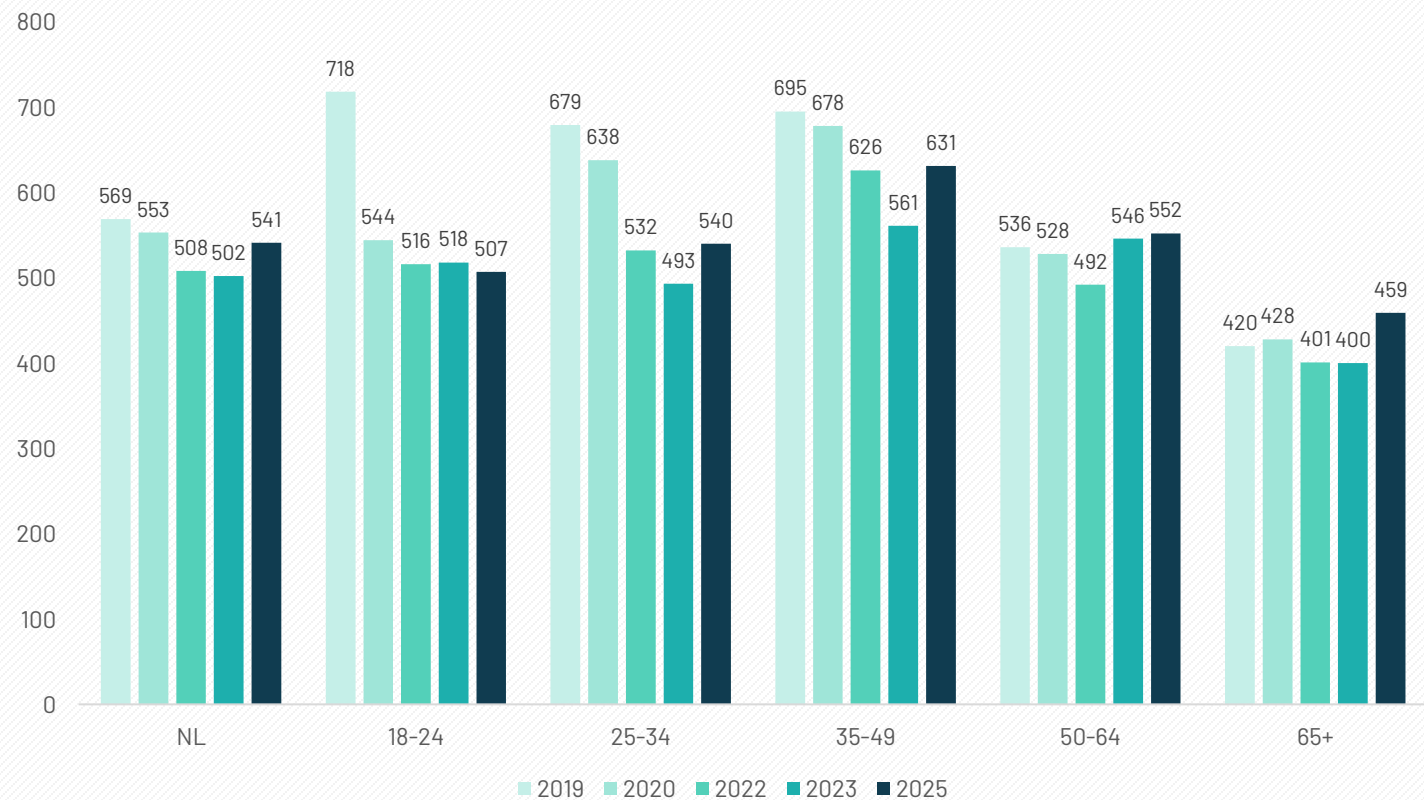
Visconsumptie stijgt onder Nederlanders jonger dan 50

De gemiddelde Nederlander eet 1,4 keer per week vis. Nederlanders onder de 50 jaar eten in 2025 vaker per week vis dan in 2023. Voor 25 tot 34 jarigen is de toename in visconsumptie het sterkst. In 2023 aten zij 1,1 keer per week vis, in 2025 is dit gemiddeld 1,3 keer per week. Dit verklaart de toename in uitstoot in CO2-punten voor de categorie voedsel voor 25 tot 34 jarigen, vergeleken met de andere leeftijdsgroepen. Net als in 2023 zijn 65-plussers de meest frequente viseters (1,6 keer per week).

35 tot 49 jarigen eten meeste zuivel en eieren, 65-plussers het minste

Nederlanders eten gemiddeld 9 porties zuivel en/of eieren per week. Tussen de leeftijdsgroepen zit hier weinig verschil in. 25- tot 49-jarigen eten gemiddeld 10 porties per week. 18 tot 24 jarigen en 50 tot 64 jarigen eten gemiddeld 9 porties, terwijl 65-plussers gemiddeld 8 porties per week eten.

Gemiddeld aantal gram vlees per week



Uitstoot categorie spullen hoogst voor 35 tot 49 jarigen

Voor de categorie spullen hebben we de meetmethode verfijnd, waardoor we de vergelijking met eerdere jaren voor deze categorie niet kunnen maken. Wel kunnen we dit jaar veel preciezer zeggen wat men koopt, hoe vaak, hoe en of dat nieuw of tweedehands is (zie bijlage voor een toelichting van de aanpassingen).

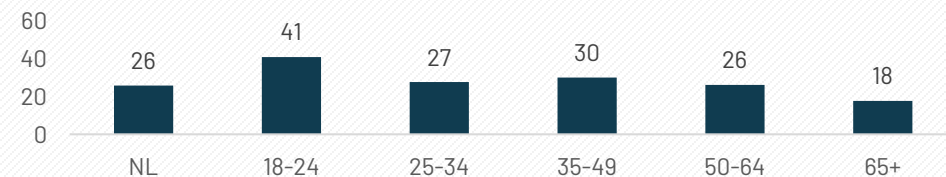
35-49- en 18 en 34-jarigen kopen veel spullen

Nederlanders tussen de 35 en 49 jaar hebben vergeleken met andere leeftijden de hoogste uitstoot in CO2-punten in de categorie spullen. Zij worden gevolgd door 18 tot 24 jarigen en 25 tot 34 jarigen. Nederlanders boven de 50 hebben de hebben de minste uitstoot in CO2-punten in deze categorie.

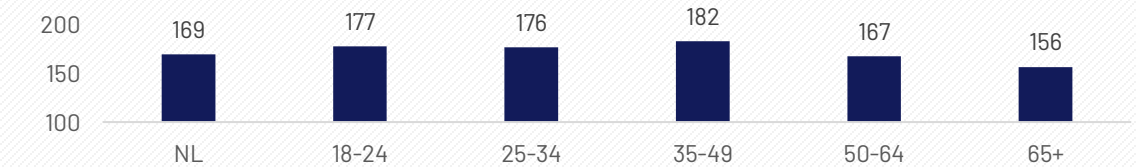
De gemiddelde Nederlander koopt 0,3 keer per jaar een nieuw meubel, 0,8 keer per jaar een nieuw stuk witgoed en 0,7 keer per jaar een nieuw stuk kleine elektronica. Nederlanders onder de 50 kopen frequenter spullen dan 50-plussers. Van de uitgevraagde spullen kopen Nederlanders het vaakst smartphones, namelijk 0,3 keer per jaar (oftewel: elke drie jaar een nieuwe).

De gemiddelde Nederlander koopt 26 stuks kleding per jaar (sokken en ondergoed niet meegerekend). Jongeren tussen de 18 en 24 jaar doen dat ruim twee keer zo vaak (41 stuks) als oudere Nederlanders (18).

Aantal gekochte kledingstukken per jaar



CO2-punten categorie spullen 2025

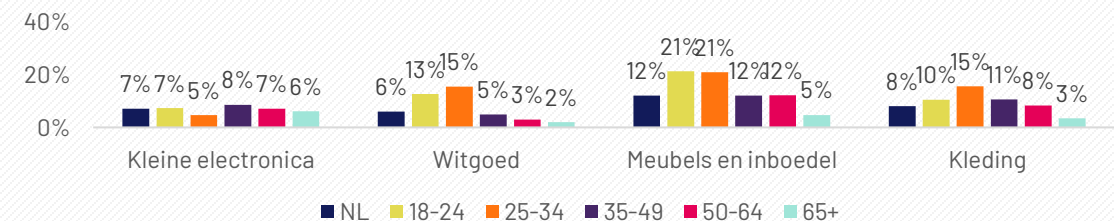


Jongeren tussen 18 en 34 kopen meer tweedehands dan oudere groepen

Veel Nederlanders kopen zelden of nooit tweedehands spullen. Witgoed koopt 85 procent van de Nederlanders nieuw, bij meubels en inboedel is dat 63 procent. Jongeren tussen de 18 en 34 jaar kopen daarentegen relatief vaker tweedehands in de categorieën witgoed, meubels/inboedel en kleding vergeleken met oudere Nederlanders. Mensen tussen de 35 en 49 jaar kopen iets vaker dan andere leeftijdsgroepen tweedehands kleine elektronica, hoewel deze verschillen klein zijn.

Nederlanders tussen de 18 en 34 jaar zijn dus net als de groep tussen de 35 en 49 jaar frequente kopers. Maar, vergeleken met de 35 tot 49 jarigen, koopt de jongere groep meer tweedehands, wat uiteindelijk een duurzaamheidsvoordeel oplevert.

Koopt (vrijwel) altijd / meestal tweedehands in deze productcategorie



Jongeren kopen vaker online, maar kiezen ook vaker voor duurzame verzendoptie

Acht op de tien (83%) Nederlanders bestellen weleens kleding online. Driekwart van de mensen (77%) doet dit voor elektronica, en twee op de vijf (43%) bij voedsel en levensmiddelen. Nederlanders tussen de 25 en 34 jaar doen in vergelijking met andere leeftijdsgroepen het vaakst online aankopen, in alle productcategorieën.

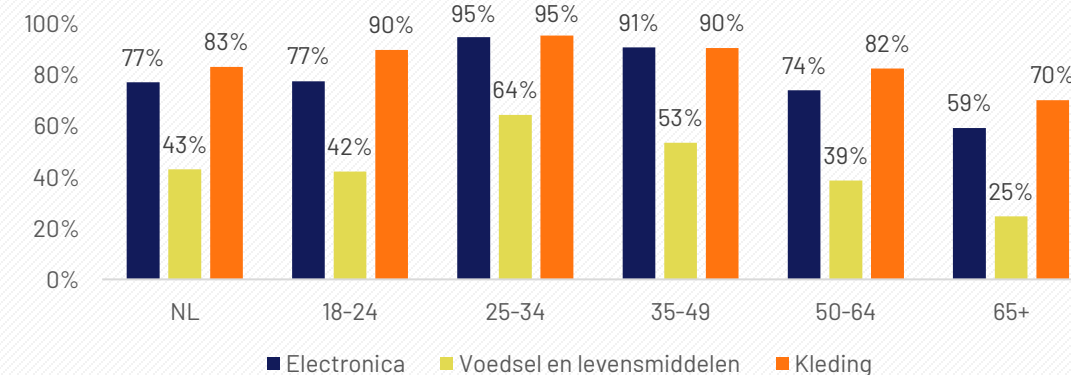
Bij een online bestelling is het afhalen bij een pakketpunt en daar lopend of met de fiets naar toe gaan de meest duurzame verzendoptie*. Bij een online bestelling van kleding kiest een kwart (23%) voor deze verzendoptie. In verhouding kiezen 18 tot 24 jarigen (31%) en 25 tot 34 jarigen (33%) hier vaker voor dan oudere Nederlanders.



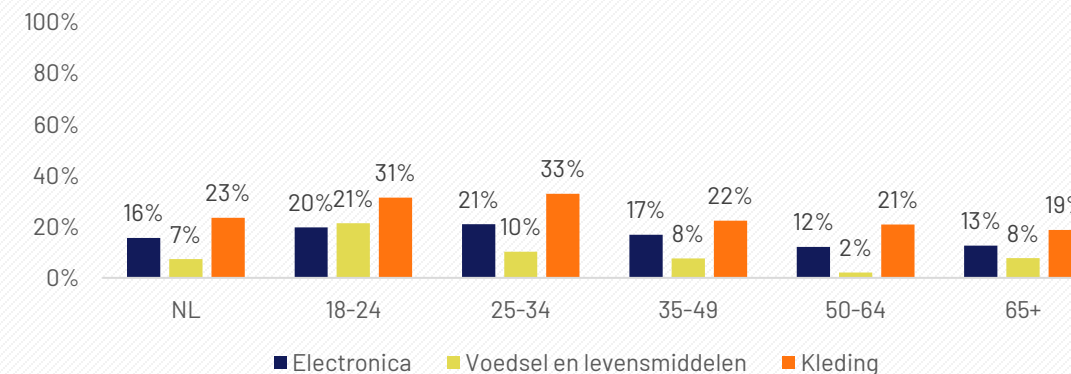
"Het is toch makkelijk om voor mijn vriend wat polo's te bestellen in meerdere maten en merken. Dan kan hij die passen en de rest sturen we terug. Ja, dat is natuurlijk niet de meest goede manier om het klimaat te helpen maar het gemak speelt dan ook gewoon een rol"

Vrouw, 26 jaar, Hilversum

Bestelt weleens online uit deze productcategorie



Kiest bij bestelling uit productcategorie voor het lopend/fietsend afhalen bij een pakketpunt



*<https://topsectorlogistiek.nl/afhaalpunten-alleen-duurzamer-als-consument-en-webwinkel-samenwerken/>

DUIDING:
JONGEREN VOELEN ZICH
OVERWELDIGD DOOR
(SYSTEEM)BARRIÈRES

3

Jongeren ervaren barrières bij duurzame keuzes

Onderdeel van een systeem gericht op consumptie

In interviews vertellen jongeren dat zij in een bepaald systeem leven, door sommige letterlijk neoliberal of kapitalistisch genoemd. Ze stellen daarbij dat dit systeem niet-duurzame keuzes op verschillende manieren aantrekkelijk maakt, wat leidt tot overconsumptie. Jongeren beschrijven een geglobaliseerd systeem met een wisselwerking tussen overheid, bedrijven en individuen dat gericht is op winst. In hun ervaring is klimaatverandering daarmee niet simpelweg een optelsom van individuele keuzes.

Barrières die jongeren weerhouden van duurzamere keuzes

Binnen dit systeem, ervaren jongeren op individueel niveau een aantal barrières die het voor hen moeilijk maken om duurzaam te leven. Het gaat dan over elementen die het voor jongeren aantrekkelijker maken om een niet-duurzame keuze te maken. We onderscheiden vier barrières die we verder uiteen zetten:

- 1. Koopprikkels**
- 2. Kosten**
- 3. Gemak en genot (niet willen/kunnen) opgeven**
- 4. Gewoontes (niet willen/kunnen) opgeven**

Waarom duurzame keuzes zinloos voelen

Hoewel jongeren weten dat hun eigen keuzes impact op het klimaat hebben, voelt het voor hen niet alsof een individuele duurzame keuze er echt toe doet. Zelfs al zouden zij de barrières op individueel niveau overkomen, zien ze hier niet het nut van in op het moment dat mensen om hen heen, grote bedrijven, of andere landen niet meedoen. De samenleving (of het systeem) waarin jongeren leven, geeft hen het idee dat ze als individu een relatief beperkte bijdrage kunnen leveren aan het tegengaan van klimaatverandering. Er lijkt sprake van een collectief actieprobleem: aanpassingen op individueel niveau voelen onaantrekkelijk en zinloos, waardoor het probleem op collectief niveau niet wordt aangepakt.

We onderscheiden bij het gevoel van zinloosheid drie argumenten die we verder uitwerken:

- 5. Aanpassing eigen gedrag zinloos als anderen niet mee veranderen**
- 6. Eigen opofferingen oneerlijk t.o.v. uitstoot grote bedrijven**
- 7. Ambitieuw nationaal klimaatbeleid zinloos zonder collectieve mondiale inspanning**

Koopprikkels: lastig om niet in mee te gaan

Consumentisme trekt aan je

De geïnterviewde jongeren geven aan dat zij door voorbijkomende trends en content op tv en sociale media tot niet-duurzame keuzes gestimuleerd worden. Dit gaat met name over het kopen van nieuwe kleding en andere spullen en in mindere mate over (verre) reizen maken. Hierbij hoort soms een gevoel van zichzelf willen ontplooiën of onderscheiden.

“Op social media zie je ook veel reclames en filmpjes voorbijkomen, bijvoorbeeld met kleding. Influencers dragen natuurlijk nooit een kledingstuk vaker dan één dag. Of tenminste, misschien doen ze dat wel, maar dat zie je dan niet. En ik denk dat mensen daardoor denken dat het normaal is.”

Vrouw, 21 jaar, Amsterdam

Kritische houding: veel schadelijke overconsumptie

In de interviews zien we daarentegen ook dat veel jongeren zich kritisch opstellen tegenover (te) veel consumeren. Ze zien veel overconsumptie in de samenleving en vinden dit slecht. Dat relateren zij vooral aan keuzes over spullen en kleding kopen, minder aan reizen en eten. Het lukt hen alleen niet altijd hieraan te ontkomen: het gevoel dat je iets niet had hoeven kopen en het toch gedaan hebt is herkenbaar voor jongeren. Een aantal jongeren geeft aan dat ze nu bewust minder consumeren dan toen ze jonger waren, maar dat dit een moeilijk proces is.

“Als je spullen wegbrengt naar een tweedehands winkel, zitten ze gewoon vol. Dat is wel iets waar ik me echt wel druk om maak, dat mensen gewoon zoveel spullen hebben terwijl het echt niet nodig is.”

Vrouw, 19 jaar, Maarssen

Tweedehands: duurzaam én goedkoop

Tweedehands kleding kopen komt ook bijna altijd ter sprake in de context van duurzame keuzes en het kopen van kleding. Dit wordt gezien als een manier om minder te consumeren en duurzamer te leven. En als je niet veel te besteden hebt, is het ook een goede optie. Duurzaam en goedkoop, is de perceptie. Toch kan ook de consumptie van tweedehands producten onderdeel uitmaken van dezelfde consumentistische structuren, merkt een deelnemer op.

“Ik ga ook weleens een vinted-pakketje wegbrengen bij zo'n pakketpunt en dan staan we daar gewoon met z'n tienden. Dat je echt denkt: eigenlijk niet normaal”

Vrouw, 26 jaar, Hilversum

Vrijheid van consumptie

Uit het kwantitatieve onderzoek blijkt dat drie op de tien Nederlanders (29%) het vervelend vinden als mensen hen op hun niet-duurzame gedrag aanspreken, een ongeveer even grote groep (33%) vindt dit niet vervelend. Hier zitten weinig verschillen in tussen leeftijden. Deelnemers aan de interviews ervaren ook weinig oordeel van anderen over hun (niet-duurzame) keuzes, blijkt uit gesprekken. Elkaar vrij laten in wat en hoeveel je consumeert, lijkt een idee te zijn dat veel jongeren delen: méér consumeren betekent dus niet per se dat je méér schuld draagt. Pas wanneer het gaat over excessief consumeren of extreme veel-vliegers, wordt het gedrag veroordeeld. Opvallend is dat afval achterlaten op straat veel harder wordt afgekeurd – mogelijk door de zichtbaarheid ervan.

“Ik denk gewoon van oké, prima. Als je dat wilt, dan wil je dat. Ik ga je niet vertellen wat je wel en niet moet doen.”

Vrouw, 19 jaar, Maastricht

Kosten zijn leidend in duurzame keuzes; stimulerende rol overheid gewenst

Duurzame keuzes zijn aantrekkelijker voor jongeren als ze voordelig en zuinig zijn

Kosten spelen een belangrijke rol in de keuzes van Nederlanders. Als het gaat om het maken van duurzame keuzes, zeggen drie op de tien Nederlanders (30%) zich het financieel niet te kunnen veroorloven om duurzamer te leven, dit is wel iets minder dan in voorgaande jaren (2019: 38%). Jongeren geven iets vaker aan zich dit financieel niet te kunnen veroorloven (35%) dan de gemiddelde Nederlander.

“Ik wil graag elke keer nieuwe kleding, maar het is ook wel erg duur. Dan is het dus toch weer dat je iets niet voor het klimaat gaat hergebruiken, maar dat het fijn is omdat het goedkoper is.”

Vrouw, 29 jaar, Schellinkhout

Uit de gesprekken met jongeren blijkt duidelijk dat het maken van duurzame keuzes vooral aantrekkelijk is wanneer die keuzes ook goedkoper zijn dan het niet-duurzame alternatief. Geld speelt daardoor een doorslaggevendere rol dan duurzaamheid zelf. Het is ook mogelijk kosten te besparen door duurzame keuzes zoals isoleren of zonnepanelen te plaatsen. Toch wordt de combinatie goedkoper en duurzamer vooral gezien bij *minder* consumeren. Minder kopen betekent immers minder geld uitgeven.

Het principe van ‘zuinigheid’ noemen jongeren vaak. Men vindt het niet nodig om iets nieuws te kopen wanneer oude spullen nog functioneel zijn. Het gevoel dat je zuinig moet zijn op je spullen lijkt sterker aanwezig te zijn dan het gevoel dat keuzes klimaatvriendelijk moeten zijn in het algemeen.

“Ik had ook een soort afspraak gemaakt met mezelf: ik ga pas iets nieuws kopen als het echt kapot is en als het echt niet meer werkt.”

Vrouw, 19 jaar, Maarssen

Jongeren willen duurzame keuzes maken, maar verwachten overheidssteun

Men wil best een beetje meer betalen voor een duurzamer product, zolang de verschillen niet te groot zijn. Volgens geïnterviewde jongeren kan de overheid daarbij helpen door de duurzamere keuzes ook wat goedkoper te maken. Bij het doen van investeringen in bijvoorbeeld zonnepanelen, uiten enkele jongeren de zorg dat wisselend beleid duurzame keuzes kan ontmoedigen.

“Je hebt eigenlijk weinig vertrouwen in het beleid van de overheid en daardoor zie je ook weer iets minder de noodzaak om daar dan op te vertrouwen of daar iets aan te doen... Het zou zomaar kunnen zijn dat na een tijdje de regels weer worden omgedraaid of dat het beleid weer anders wordt geformuleerd.”

Man, 28 jaar, Lichtenvoorde

Een ander veelgenoemd voorbeeld is het idee dat de overheid het gebruik van de trein in plaats van het vliegtuig zou moeten bevorderen. Het feit dat de laatste vaak (veel) goedkoper is, wordt gezien als iets ‘scheefs’ in de context van landelijk klimaatbeleid. Sommige jongeren hebben de verwachting van klimaatbeleid dat het beleid moet helpen om duurzame opties minstens zo betaalbaar te maken als niet-duurzame opties.

“We hebben de prijs op NS International gecheckt. Daar kost een enkele reis al bijna 250 euro. Met het vliegtuig kost een retour iets van 120 euro. Ja, als ik dan een duurzame manier wil kiezen om te reizen naar een vakantiebestemming is het gewoon niet meer interessant.”

Man, 28 jaar, Eindhoven

Gemak en genot belangrijk voor consumentenkeuzes

Naast de kostenafweging, zijn gemak en genot redenen voor mensen om te kiezen voor niet-duurzame opties. In de interviews geven jongeren voorbeelden die verschillende voordelen van niet-duurzame keuzes schetsen:

1. Iets online bestellen bij grote bedrijven en het snel thuisbezorgen is makkelijker dan uitzoeken hoe je aan duurzame kleding komt.
2. Een directe vliegtreis naar een locatie die moeilijk bereikbaar is door trein of auto, is aantrekkelijker dan alternatief vervoer.
3. Nieuwe spullen kopen is vaak makkelijker (en niet veel duurder) dan reparatie.
4. Een benzineauto is flexibeler dan een elektrische auto.
5. Vlees is lekkerder dan vegetarisch eten.

In de kern gaat het bij deze voorbeelden over soorten van comfort doordat een niet-duurzame optie sneller, minder ingewikkeld, flexibeler of lekkerder is. Comfort wint het daarbij meestal van eventuele ethische overwegingen. Sommige respondenten zeggen zelfs dat het té makkelijk is om veel goedkope kleding uit China te bestellen. Ze weten dat het niet goed is om te doen, maar doen het toch vanwege het gemak in combinatie met de lage prijs.



"Ik denk er wel over na, zeker. Maar ik heb ook wel zin in vakantie en ik vind het ook leuk om te vliegen. Het is een beetje dubbel. Het is ook eenvoudiger, bijvoorbeeld naar Italië is best ver. Je bent veel langer onderweg dan als je gewoon met het vliegtuig gaat. En je reist ook met iemand anders, dus je moet ook samen gewoon een afweging maken. Eigenlijk kwam het niet eens ter sprake om met de auto te gaan en dachten we gewoon met het vliegtuig. Toen vonden we eigenlijk ook vrij goedkope tickets."

Vrouw, 19 jaar, Maarssen

Niet-duurzame opties en gewoontes opgeven doet pijn

Moeilijk om niet-duurzame gewoontes te doorbreken

Naast het bieden van gemak en betaalbaarheid, kan niet-duurzaam gedrag ook simpelweg onderdeel zijn van vaste gedragspatronen. Jongeren zijn bijvoorbeeld vaak gewend aan frequent vliegen of impulsief kleding kopen, en denken daar niet heel bewust bij na. Dit maakt het lastig deze keuzes te doorbreken, zelfs wanneer duurzame alternatieven wel bestaan. Jongeren laten weten dat niet-duurzame keuzes vaak voortkomen uit gewoonte, en dus niet uit een afwijzing van duurzaamheid. Een deelnemer noemt het ook wel de “automatische piloot”. Jongeren benadrukken dat een gedragsverandering voor hen bewuste inspanning vereist.

Jongeren vooral bereid om minder te kopen

Het kan dus extra moeilijk zijn om af te zien van niet-duurzame keuzes wanneer die onderdeel zijn van bepaalde gewoontes. En als je gedwongen wordt? Dan zeggen de geïnterviewde jongeren vooral bereid te zijn niet-duurzame kleren of spullen op te offeren, eerder dan niet-duurzaam eten of vervoer. Dit is in lijn met de observatie dat jongeren zeer kritisch zijn op veel nieuwe spullen en kleding kopen. Kunnen kiezen wat je eet en (internationale) mobiliteit associëren jongeren eerder met belangrijke keuzevrijheden. Zeker als het gaat om het bezoeken van familie in het buitenland.

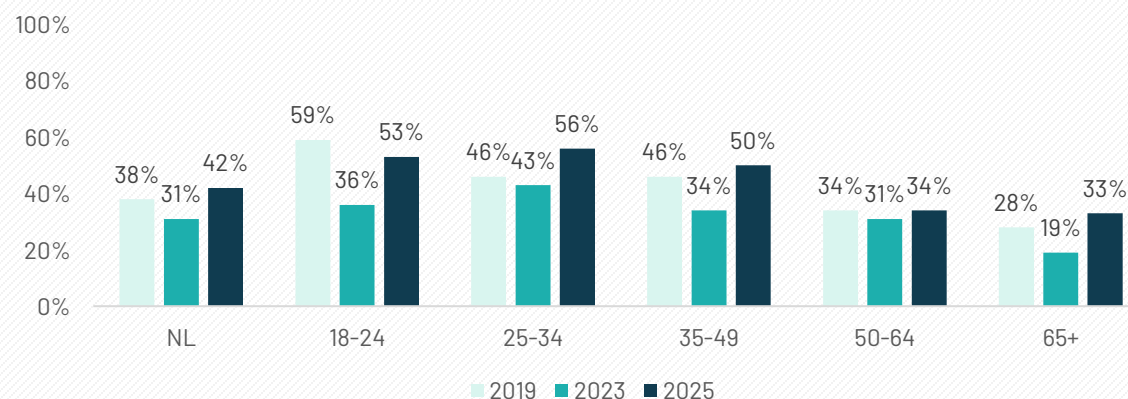
“Ik moet van mezelf gewoon mijn familie zien in China. Ja, dan ben ik gewoon aangewezen op de mogelijkheden die we hebben en dat is het vliegtuig.”

Man, 29 jaar, Den Haag

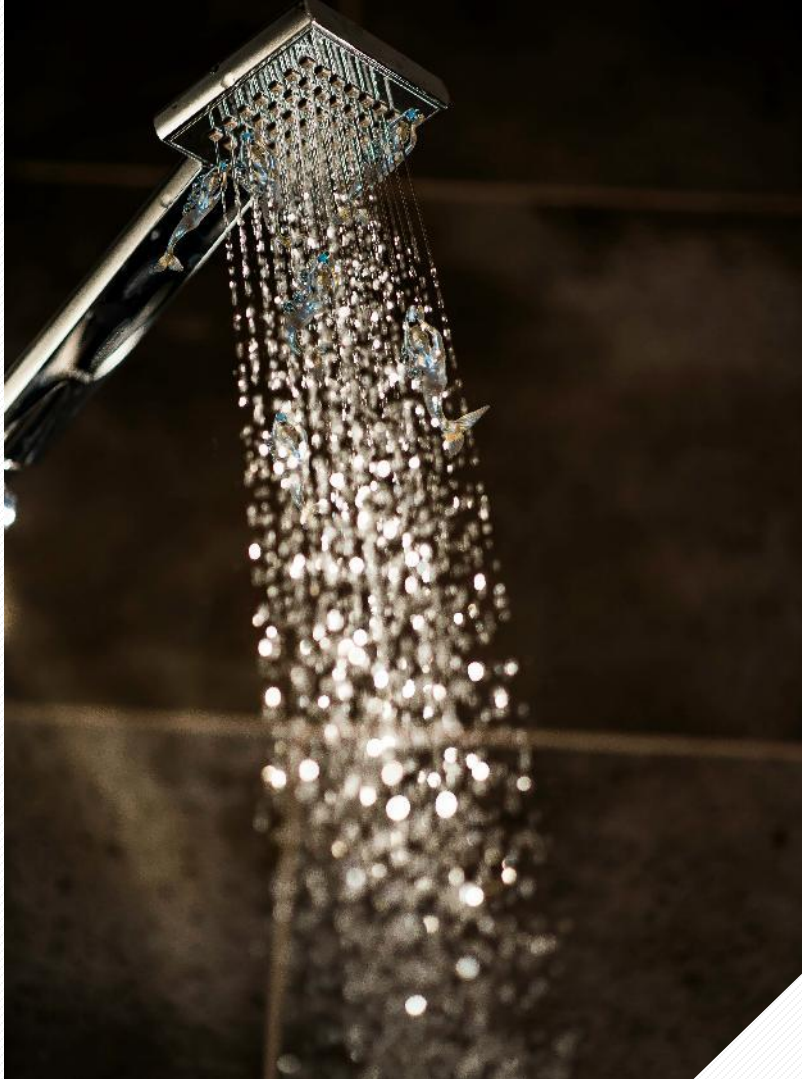
Nederlands gunnen zichzelf niet-duurzame opties méér

Voor vier op de tien Nederlanders (42%) is het vliegen naar verre oorden een plezier dat ze zichzelf gunnen en niet willen opgeven. Dit is toegenomen ten opzichte van eerdere jaren (38% in 2019; 31% in 2023). Vooral jongeren tussen de 18 en 24 jaar (53%) en tussen de 25 en 34 jaar (56%) geven vaker dan gemiddeld aan dat ze hier niet op willen inleveren. Ook vlees eten zien Nederlanders vaker als iets wat ze zichzelf gunnen en niet willen opgeven (2025: 67%; 2019 & 2023: 61%). Alle leeftijdsgroepen geven in 2025 vaker aan dat ze deze opoffering niet willen maken dan in 2023, maar de toename is het sterkst onder 65-plussers (2025: 67%; 2019: 53%) en 18 tot 24 jarigen (2025: 64%; 2019: 58%).

Naar verre oorden vliegen is een plezier dat ik mezelf gun en niet wil opgeven – (helemaal) mee eens



Aanpassing eigen gedrag zinloos als anderen niet mee veranderen



Hoewel jongeren zich bewust zijn van de impact van hun eigen handelen op het klimaat, hebben zij beperkt vertrouwen in hun individuele bijdrages. Sommige jongeren denken dat hun duurzame keuzes weinig zin hebben omdat ze verwachten dat anderen daarin verzaken. Alleen een collectieve inspanning zou volgens hen een wezenlijk verschil kunnen maken. Daarnaast voelt het offer dat zij moeten brengen (inleveren op kostenbesparing, comfort en/of genot) groter dan wat ze ervoor terugkrijgen. Zonder tastbare resultaten kan de ervaren beloning slechts een goed gevoel zijn.

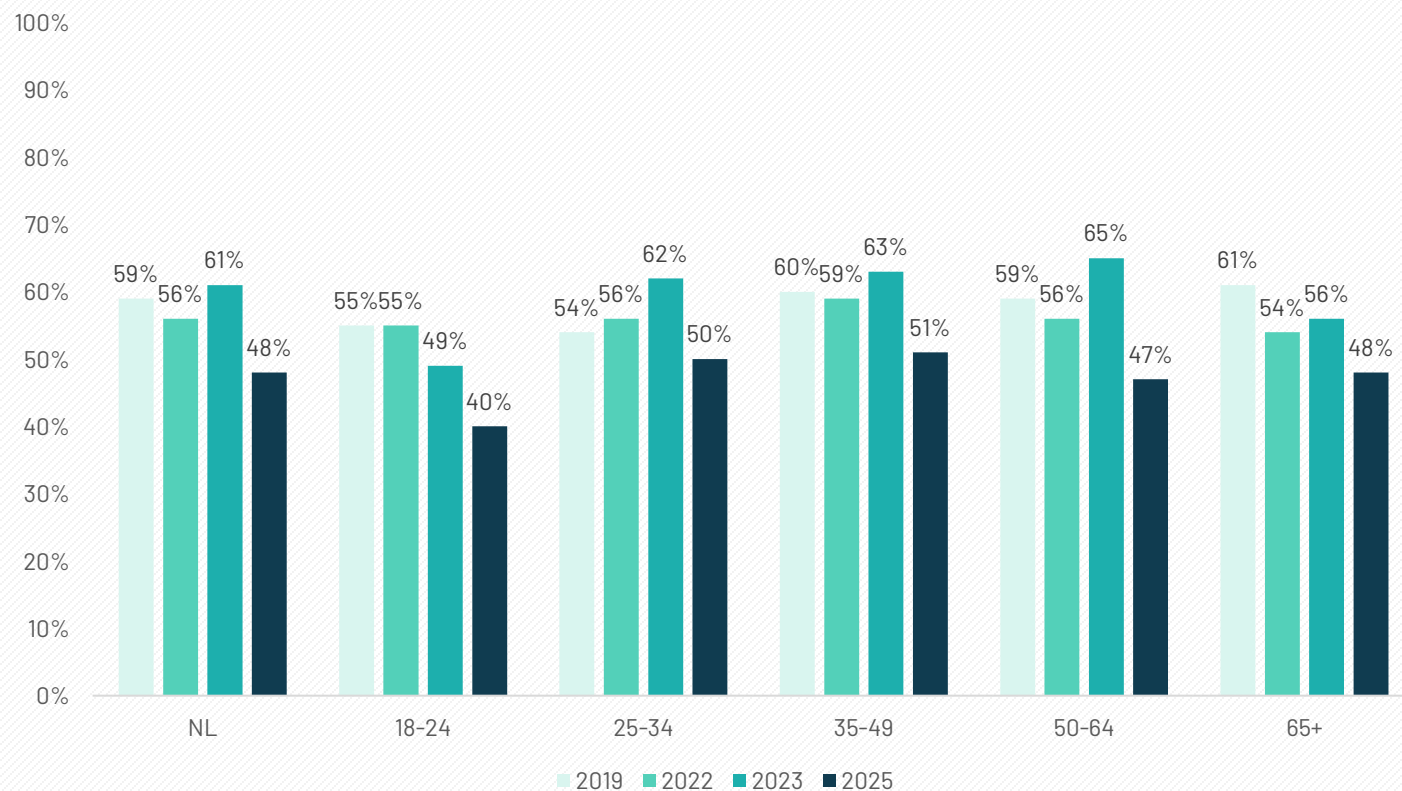
Kort onder de douche staan, lampen uit doen als je niet in de kamer bent etc. Maar je weet ook dat andere mensen er niet bewust mee bezig zijn. Die gaan wel expres lekker lang of vaak douchen. Wat voor verschil maak ik dan?"

Vrouw, 19 jaar, Maarssen

Zelfs op het moment dat deelnemers eerder in een gesprek benadrukten dat het de taak aan "iedereen" is om klimaatverandering tegen te gaan, of dat "een beter milieu bij jezelf begint", bestaat er bij hen nog steeds een gevoel dat hun keuzes weinig verandering teweeg zullen brengen. Bovendien wijzen ze ook naar anderen die méér uitstoten dan zij. Soms ook naar mensen om hen heen. Hoewel jongeren elkaar doorgaans vrij laten in veel consumptiekeuzes, lijkt hier wel een grens aan te zijn. Elke maand vliegen wordt bijvoorbeeld gezien als excessief.

Eigen opofferingen oneerlijk t.o.v. uitstoot grote bedrijven

Zolang grote bedrijven hun CO2 uitstoot niet terugdringen, maken mijn acties niet uit
- (helemaal) mee eens



Jongeren vergelijken hun eigen gedrag met andere individuen, maar ook met bedrijven. Zij benadrukken dat hun eigen uitstoot in vergelijking met die van grote bedrijven zeer nihil is. Veel jongeren vinden het ongeloofwaardig dat bedrijven op basis van eigen verantwoordelijkheid hun CO2-emissies reduceren. Zij zien het als taak voor de overheid om daarop toe te zien en in te grijpen.

De helft van de Nederlanders (48%) vindt dat, zolang grote bedrijven hun CO2 uitstoot niet terugdringen, hun acties niet uitmaken. Dit aandeel is wel aan het teruglopen (van 59% in 2019 naar 48% in 2025), wat erop lijkt te wijzen dat men zich ervan bewust is dat ze de eigen impact niet geheel kunnen wegrekenen. Jongeren dat nog sterker (slechts 40% is het eens met de stelling). Mogelijk heeft dit te maken met de bevinding dat jongeren méér kennis hebben over de impact van hun acties op het klimaat, zoals beschreven in hoofdstuk 3.

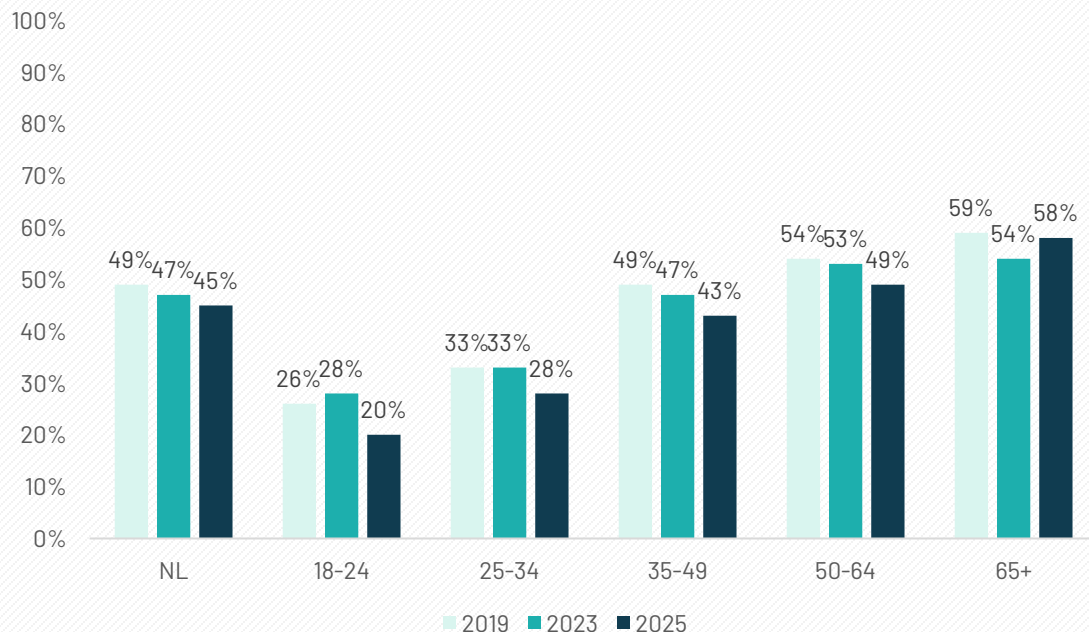


Het voelt af en toe een beetje oneerlijk als het zo wordt gedaan van nou de mensen die willen hun best niet doen en zorgen voor de uitstoot. Volgens mij zijn wij niet echt het probleem. Als wij alles goed gaan doen volgens wat zij goed vinden, dan heb je eigenlijk niks opgelost naar mijn idee. Want de industrie blijft.

Vrouw, 30 jaar, Elburg

Twijfel aan nut van klimaatbeleid door vergelijking met andere landen

Ik vind het belachelijk dat we in Nederland proberen voorop te lopen met 'van het gas af' – (helemaal) mee eens



Onder Nederlanders heerst het idee dat Nederland al heel veel doet ten opzichte van andere landen als het gaat om duurzaamheid. In werkelijkheid staat Nederland op plek 145 van de 163 van de Sustainable Development Index, een index die zowel menselijke ontwikkeling als duurzaamheid in acht neemt*.

De helft van de Nederlanders (45%) vindt het belachelijk dat we in Nederland proberen voorop te lopen met 'van het gas af'. Ook vindt bijna de helft van de Nederlanders (46%) dat er van ons land gevraagd wordt te veel op te offeren om klimaatverandering op te lossen**. Dit ongenoegen ligt veel hoger in Nederland dan in onze buurlanden België (37%) en Duitsland (29%).

De geïnterviewde jongeren geven aan dat het geen zin heeft wanneer de Nederlandse overheid méér aan klimaat zou doen. Zij vermoeden dat een land als China hier minder aan doet, en veel méér uitstoot dan Nederland. Tegelijkertijd zeggen veel jongeren wel dat ze gebruikmaken van de Chinese markt waar veel goedkope kleding vandaan komt. Hun acties hebben daardoor wel te maken met uitstoot die plaatsvindt in China, maar hiervoor voelen zij zich weinig verantwoordelijk.



“Als burger of als Nederland kunnen wij niet veel. Het zijn de hele grote uitstootlanden die heel veel industrie hebben, die zorgen voor de meeste problemen naar mijn idee. Die zorgen voor de opwarming van de aarde en uiteindelijk heeft Nederland daar problemen mee, want het water stijgt en dat is slecht voor ons. Alleen kunnen wij zelf, naar mijn idee, niet veel doen als klein land met 18 miljoen mensen. Wij zijn maar een heel klein stukje van het probleem.”

Vrouw, 30 jaar, Elburg

* <https://www.sustainabledevelopmentindex.org/>

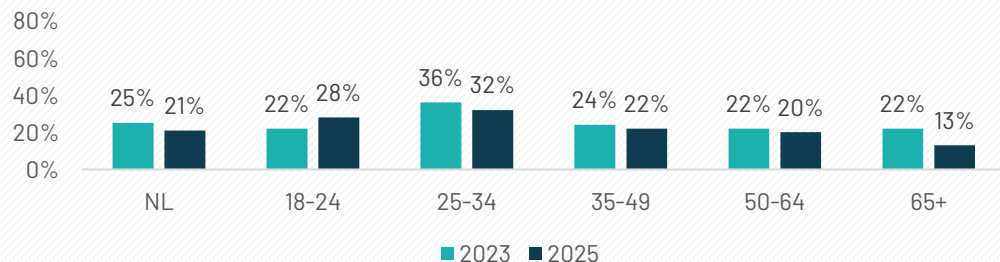
** People and climate change, Ipsos Global, april 2025

Jongeren zien rol overheid voor betaalbare en eerlijke duurzame keuzes

Overheid kan oplossing zijn voor verlamvend collectief actieprobleem

Jongeren ervaren barrières op individueel niveau. Daarnaast zien ze het nut van aanpassingen van hun gedrag niet in wanneer andere personen, landen en bedrijven zich niet inzetten voor duurzaamheid. Dit systeem geeft hen een verlamvend gevoel: als je klimaatverandering vreest, heb je hier als individu geen grip op. Jongeren voelen zich gevangen in een collectief actieprobleem. Doordat het voor individuen niet logisch is om duurzame keuzes te maken, worden problemen op collectief niveau niet aangepakt. Om dit actieprobleem te doorbreken voelen jongeren een behoefte aan overheidsbeleid.

Ik wil niet door de overheid worden gedwongen om duurzamere keuzes te maken – (helemaal) mee oneens



“Ik vind wel dat de overheid een bepaalde verantwoordelijkheid moet nemen. Het is niet zo dat we alles moeten overlaten aan de markt. Want als de overheid alcohol en tabak duurder gaat maken, dan mag ze ook best wel fast fashion duurder maken.”

Man, 28 jaar, Eindhoven

Mogelijke rol overheid in bieden gevoel van rechtvaardigheid

De overheid zou een rol kunnen spelen om dit speelveld eerlijker te laten voelen. Een vijfde van de Nederlanders (21%) vindt het oké om door de overheid gedwongen te worden om duurzamere keuzes te maken. Specifiek onder 18 tot 24 jarigen ligt dit aandeel in 2025 hoger dan in 2023 (van 22% naar 28%). Andere leeftijdsgroepen vinden dit juist minder vaak oké ten opzichte van 2023. De helft van de Nederlanders (53%) wil in 2025 niet door de overheid gedwongen worden om duurzamere keuzes te maken, deze groep is ongeveer even groot als in 2023 (51%).

De geïnterviewde jongeren zien voornamelijk een rol voor de overheid, waarbij zij beleid maken waardoor prijzen van duurzame keuzes aantrekkelijker worden. Er leeft een sterke voorkeur voor het goedkoper maken van duurzame opties tegenover het extra bekijzen van niet-duurzame opties. Enkel vinden dat de overheid verder moet gaan en zou moeten ingrijpen om consumenten, voor wie bepaalde keuzes nou eenmaal gemakkelijker zijn, beperkingen op te leggen. Anderen vinden dat te ver gaan, ze willen geen (te) streng overheidsbeleid.

“Ik denk wel dat de overheid daar wel een hele grote rol heen heeft. En het is natuurlijk heel moeilijk als overheid zijnde om te zeggen ‘KLM, jij mag je prijzen wel of niet verhogen, NS jij mag dat wel of niet doen’ mar ik denk wel dat je door belastingen, wetten en regelgeving het wel meer in de hand kan hebben in een land.”

Vrouw, 26 jaar, Hilversum

Ook vrees voor weerstand streng beleid

Terwijl jongeren een rol zien voor de overheid om duurzame keuzes eerlijker te laten voelen, komen er bij de geïnterviewde jongeren zorgen om de hoek kijken bij een meer dwingende overheid. Mensen zullen dat niet accepteren, wordt soms opgemerkt, aangezien het kan worden ervaren als vrijheidsinperking.

Jongeren zien verder het oneerlijke speelveld voor duurzame keuzes als een barrière om deze duurzame keuzes te maken. Sommigen zien de overheid als oplossing voor dit eerlijkeheidsprobleem. Tegelijkertijd heerst het idee dat burgers en bedrijven een dwingend klimaatbeleid niet zouden accepteren. Dit betekent dat de samenleving verlamt: het individu kiest niet voor de duurzame opties, omdat zij niet gelooft dat de ander dit, zonder dwang, ook zal doen. Maar, de overheid mag deze duurzame keuzes ook niet opleggen.



'Ik vraag me wel af wat de gevolgen zijn als je dingen gaat verbieden. Ik vraag me af of mensen onze regering dan niet met die van Rusland gaan vergelijken. Dat ze een beetje gaan zeggen van 'oh we worden ook zo'n land'. Ik denk dat de polarisatie daar alleen maar groter van wordt.'

Vrouw , 29 jaar, Schellinkhout



OVERZICHT RESULTATEN



Overzicht resultaten mobiliteit [1/2]

	NL 2019	NL 2020	NL 2022	NL 2023	NL 2025	Leeftijd 2025					Opleiding 2025		
	Totaal	Totaal	Totaal	Totaal	Totaal	18-24	25-34	35-49	50-64	65+	Laag	Middel	Hoog
Beschikt over auto	81%	82%	80%	78%	79%	51%	69%	80%	85%	82%	74%	85%	75%
Auto rijdt:													
Benzine	83%	84%	80%*	79%	76%	83%	78%	74%	75%	78%	81%	78%	73%
Diesel	12%	9%	8%	7%	5%	8%	4%	5%	6%	5%	5%	5%	5%
Hybride/plug in hybride	3%	4%	8%*	9%	11%*	4%	8%	9%	13%	12%	11%	11%	11%
Elektrisch	1%	1%	4%*	4%*	6%*	0%	6%	9%	6%	4%	2%	5%	9%
Gem. km/ jaar	12.057	12.353	10.357*	10.282	10.794	7.521	12.212	12.094	11.294	8.718	7.345	10.656	12.265
Checkt spanning autobanden regelmatig	42%	45%	45%	44%	45%	38%	38%	41%	48%	49%	40%	38%	38%
Gebruikt minimaal wekelijks:													
Auto	80%	81%	78%*	74%	76%	54%	70%	75%	80%	78%	73%	81%	72%
Fiets	69%	69%	74%*	70%	63%*	65%	60%	63%	67%	61%	64%	61%	65%
Trein	11%	13%	11%	13%	13%	50%	25%	15%	8%	4%	5%	6%	22%
Bus	11%	12%	9%*	10%	9%	37%	14%	11%	5%	8%	10%	5%	14%
Voorstander van maatregelen (helemaal) mee eens													
Invoeren kilometerheffing in plaats van motorrijtuigen-belasting ¹	-	57%	61%*	51%*	51%	46%	45%	41%	52%	62%	53%	51%	49%
Meer wegen aanleggen om files op te lossen	-	27%	22%*	21%	23%	11%	20%	23%	22%	26%	23%	27%	19%
Meningen (helemaal) mee eens													
Het weren van auto's op benzine en diesel in (grote) steden is een goede zaak	-	33%	38%*	31%*	30%	34%	38%	31%	27%	27%	23%	22%	40%
Het op termijn weren van auto's op benzine en diesel in (grote) steden brengt mij persoonlijk in de problemen	-	31%	33%	36%	34%	23%	32%	37%	32%	36%	29%	36%	33%
Ik reis liever niet met het openbaar vervoer vanwege de reisduur	-	-	-	41%	44%*	30%	43%	51%	46%	39%	38%	49%	42%

*Significant verschil t.o.v. vorige meting
Bron: Ipsos I&O, januari 2025

¹ De stelling is vanaf 2022 anders geformuleerd. In 2020 “In plaats van een vast bedrag per auto (motorrijtuigenbelasting), moeten automobilisten per gereden kilometer belasting gaan betalen”. In 2022 en 2023: “Het is positief dat automobilisten in plaats van een vast bedrag per auto (motorrijtuigenbelasting), per gereden kilometer gaan betalen (kilometerheffing).” In 2025: “Automobilisten zouden, in plaats van een vast bedrag per auto (motorrijtuigenbelasting), belasting per gereden kilometer moeten gaan betalen.”

Overzicht resultaten mobiliteit [2/2]

	NL 2019	NL 2020	NL 2022	NL 2023	NL 2025	Leeftijd 2025					Opleiding 2025		
	Totaal	Totaal	Totaal	Totaal	Totaal	18-24	25-34	35-49	50-64	65+	Laag	Middel	Hoog
Vliegen													
Vloog in de afgelopen 24 maanden	53%	53%	40%*	44%	53%*	76%	75%	56%	48%	37%	39%	42%	68%
Gemiddeld aantal vluchten per jaar	0,76	0,77	0,43*	0,54*	0,74*	1,24	1,17	0,82	0,60	0,49	0,45	0,48	1,10
Gemiddeld vlieguren p.j.	5,6	5,2	4,1*	4,7	5,95	6,94	8,94	6,89	4,54	4,66	3,31	3,47	9,23
Boekt CO2-compensatie	12%	15%	22%*	22%	16%*	16%	12%	16%	17%	20%	15%	13%	18%
Meningen (helemaal) mee eens ²													
Als ik met het vliegtuig reis, voel ik me daar vaak schuldig over	13%	12%	19%*	14%*	11%	20%	20%	12%	10%	6%	9%	8%	15%
Prijs vliegtickets binnen Europa moeten worden verdubbeld	33%	38%	46%*	39%*	31%*	20%	20%	12%	10%	6%	9%	8%	15%
Prijs voor intercontinentale vluchten moeten worden verdubbeld	28%	29%	36%*	30%*	23%*	21%	18%	20%	27%	25%	27%	24%	21%
Naar verre oorden vliegen is een plezier dat ik mezelf gun en niet wil opgeven	38%	38%	34%*	31%*	42%*	53%	56%	50%	34%	33%	29%	37%	51%
Ik vind het belangrijk om duurzamer te reizen	-	-	-	43%	35%*	39%	39%	31%	34%	34%	30%	28%	43%

*Significant verschil t.o.v. vorige meting
Bron: Ipsos I&O, januari 2025

² Vanaf 2023 was het bij de stellingen mogelijk om de optie “Niet van toepassing” te kiezen. In vorige metingen werd deze optie niet aangeboden. Mogelijk beïnvloedt dit de resultaten.

Overzicht resultaten wonen en energie

	NL 2019	NL 2020	NL 2022	NL 2023	NL 2025	Leeftijd 2025					Inkomen 2025			Woning 2025	
	Totaal	Totaal	Totaal	Totaal		18-24	25-34	35-49	50-64	65+	< modaal	Modaal	> Modaal	Huur	Koop
Verwarming															
Gas (CV)	88%	88%	85%*	80%*	78%*	75%	67%	78%	84%	80%	78%	80%	80%	74%	80%
Warmtepomp	3%	3%	6%*	7%	10%*	21%	16%	8%	8%	8%	9%	7%	9%	9%	10%
Energie rekening per maand euro	128	123	168*	142*	150*	165	129	148	157	154	134	134	149	132	158
Energie label A++++ t/m A+	-	-	11%	13%	16%*	17%	16%	19%	13%	16%	16%	14%	14%	15%	16%
Energie label A	14%	15%	13%*	13%	12%	6%	11%	11%	12%	14%	7%	14%	13%	13%	12%
Energie label B	15%	17%	11%*	11%	11%	6%	11%	10%	11%	12%	9%	7%	12%	10%	11%
Energie label C	24%	23%	13%*	14%	14%	13%	18%	16%	11%	11%	16%	11%	15%	13%	14%
Energie label D-G	27%	26%	15%*	14%	14%	12%	19%	16%	13%	11%	17%	16%	15%	15%	14%
Weet niet	21%	19%	37%*	34%	32%*	45%	25%	27%	38%	36%	34%	38%	31%	33%	33%
Bezit															
Houtkachel / Open haard	18%	18%	15%	15%	16%	18%	13%	14%	18%	17%	8%	13%	17%	5%	22%
airco	8%	12%	18%*	19%	21%	20%	22%	22%	20%	19%	15%	20%	20%	14%	24%
Zonnepanelen	19%	26%	36%	42%	44%	36%	33%	47%	50%	44%	25%	35%	49%	25%	54%

*Significant verschil t.o.v. vorige meting
Bron: Ipsos I&O, januari 2025

Overzicht resultaten wonen en energie

	NL 2019	NL 2020	NL 2022	NL 2023	NL 2025	Sekse 2025		Leeftijd 2025					Opleiding 2025		
	Totaal	Totaal	Totaal	Totaal	Totaal	Man	Vrouw	18-24	25-34	35-49	50-64	65+	Lager	Middel	Hoger
Frequentie en duur															
Aantal keer per week	5,1	5,0	4,9	4,6*	4,8	4,7	5,0	5,1	5,6	4,5	3,9	3,8	4,5	5,3	4,7
Gem. aantal minuten per keer	7,3	7,1	6,6*	6,9	7,2*	6,7	7,8	10,9	9,1	8,3	6,4	5,6	6,5	7,2	7,6
Gem. aantal minuten p week	36,4	34,6	31,8*	31,0	34,4*	31,8	36,6	51,8	45,3	45,5	29,1	21,6	23,7	32,6	40,0
Houdt u bewust in de gaten hoe lang u doucht?															
Ja	23%	22%	32%*	47%*	45%	42%	48%	43%	34%	38%	51%	51%	53%	44%	43%

*Significant verschil t.o.v. vorige meting
Bron: Ipsos I&O, januari 2025

Overzicht resultaten voedsel [1/2]

	NL 2019	NL 2020	NL 2022	NL 2023	NL 2025	Leeftijd 2025					Opleiding 2025		
	Totaal	Totaal	Totaal	Totaal	Totaal	18-24	25-34	35-49	50-64	65+	Laag	Middel	Hoog
Iedere dag vlees of vis	50%	49%	43%	46%	48%*	39%	39%	47%	51%	53%	55%	57%	37%
Wel vis, geen vlees	2%	2%	2%	2%	2%	2%	3%	2%	2%	2%	3%	1%	3%
Flexitariër	42%	43%	46%*	44%	42%	40%	48%	41%	43%	37%	33%	36%	50%
Vegetariër	3%	3%	4%	5%*	4%	8%	7%	6%	2%	2%	3%	2%	6%
Veganist	1%	1%	1%	1%	1%	4%	2%	3%	0%	1%	3%	1%	2%
Anders	2%	2%	3%*	3%	3%	7%	1%	2%	2%	5%	3%	2%	3%
Aantal keer vlees per week	4,7*	4,7*	4,1	4,2	4,4*	4,3	4,3	4,5	4,5	4,3	4,5	4,8	4,1
Aantal keer vis per week	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4	1,3	1,3	1,3	1,4	1,6	1,6	1,3	1,4
Gem. gram per dag	115	113	114	112	115	119	118	131	115	100	99	117	120
% eens met stelling (basis: vleeseters)													
Ik voel me schuldig als ik vlees eet	8%	9%	10%	7%	10%*	14%	14%	12%	11%	5%	8%	7%	13%
Vlees eten is iets dat ik mezelf gun en niet wil opgeven	60%*	63%	59%	61%	68%*	64%	65%	70%	67%	67%	69%	70%	65%
Ik voel me schuldig als ik vis eet	-	-	-	-	5%	7%	9%	7%	4%	3%	6%	4%	7%
Vis eten is iets dat ik mezelf gun en niet wil opgeven	-	-	-	-	65%	56%	59%	68%	63%	69%	67%	67%	63%
Ik voel me schuldig als ik zuivel/eieren eet	-	-	-	-	4%	7%	5%	7%	4%	2%	4%	2%	6%
Zuivel/eieren eten is iets dat ik mezelf gun en niet wil opgeven	-	-	-	-	78%	72%	73%	78%	79%	79%	77%	80%	75%

*Significant verschil t.o.v. vorige meting
Bron: Ipsos I&O, januari 2025

Overzicht resultaten voedsel [2/2]

	NL 2019	NL 2020	NL 2022	NL 2023	NL 2025	Leeftijd 2025					Opleiding 2025		
	Totaal	Totaal	Totaal	Totaal	Totaal	18-24	25-34	35-49	50-64	65+	Laag	Middel	Hoog
% eens met stelling (basis: vleeseters)													
Ik kijk in de supermarkt altijd uit welk land vers voedsel komt	33%*	34%	32%*	31%	34%*	26%	31%	33%	32%	40%	35%	30%	37%
De productie van vlees is slecht voor het klimaat	46%*	42%	46%*	44%*	42%	60%	53%	45%	38%	33%	27%	32%	56%
Visvangst en viskweek zijn slecht voor het klimaat	-	-	-	-	27%	41%	39%	33%	22%	17%	19%	19%	37%
De productie van zuivel en eieren is slecht voor het klimaat	-	-	-	-	24%	25%	34%	29%	21%	18%	16%	17%	34%
Ik vind echt vlees lekkerder dan vleesvervangers	-	-	-	67%	71%*	65%	68%	69%	71%	74%	69%	74%	68%

*Significant verschil t.o.v. vorige meting
Bron: Ipsos I&O, januari 2025

Overzicht resultaten spullen [1/2]

	NL 2019	NL 2020	NL 2022	NL 2023	NL 2025	Leeftijd 2025					Opleiding 2025		
	Totaal	Totaal	Totaal	Totaal	Totaal	18-24	25-34	35-49	50-64	65+	Laag	Middel	Hoog
Hoe vaak gemiddeld gekocht													
Kleding	-	-	-	-	26	41	27	30	26	18	21	26	29
Meubels	-	-	-	-	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3
Witgoed	-	-	-	-	0,7	0,8	0,8	0,8	0,7	0,7	0,7	0,7	0,7
Kleine elektronica	-	-	-	-	0,7	0,6	0,7	0,7	0,6	0,6	0,6	0,7	0,7
% eens met de stelling													
Bij nieuwe apparaten kies ik voor de meest zuinige variant ³	81%	83%	79%*	76%*	76%	58%	68%	77%	80%	80%	79%	77%	75%
% (vrijwel) altijd/ meestal kiest voor tweedehands spullen													
Kleding	-	-	-	-	8%	10%	16%	11%	8%	3%	10%	9%	8%
Meubels	-	-	-	-	12%	21%	21%	12%	12%	5%	10%	13%	12%
Witgoed	-	-	-	-	6%	12%	16%	5%	3%	2%	6%	4%	7%
Kleine elektronica	-	-	-	-	7%	7%	5%	9%	7%	6%	6%	8%	6%

*Significant verschil t.o.v. vorige meting
Bron: Ipsos I&O, januari 2025

³ De toevoeging A+++ zat in 2025 niet in de vraagstelling, maar in voorgaande jaren wel.

Overzicht resultaten spullen [2/2]

	NL 2019	NL 2020	NL 2022	NL 2023	NL 2025	Leeftijd 2025					Opleiding 2025		
	Totaal	Totaal	Totaal	Totaal	Totaal	18-24	25-34	35-49	50-64	65+	Laag	Middel	Hoog
% eens met stelling													
Ik geef de voorkeur aan nieuwe producten vanwege de kwaliteitsgarantie	-	-	-	-	58%	63%	59%	59%	53%	63%	55%	58%	60%
Ik vind het lastig om tweedehands producten uit te vinden die aan mijn behoefte voldoen	-	-	-	-	41%	45%	45%	42%	37%	38%	33%	39%	43%
Ik vind tweedehands producten niet hygiënisch	-	-	-	-	29%	27%	38%	35%	26%	22%	22%	28%	33%
Ik vind het uitzoeken van tweedehandsproducten tijdrovend	-	-	-	-	28%	44%	40%	30%	25%	21%	22%	24%	34%
Ik wil graag het nieuwste model hebben	-	-	-	-	16%	20%	20%	17%	13%	15%	14%	14%	19%
Ik koop tweedehands producten omdat het beter is voor het klimaat	-	-	-	-	29%	37%	43%	33%	26%	19%	24%	26%	35%
Ik koop tweedehands producten omdat het goedkoper is	-	-	-	-	45%	61%	62%	55%	41%	28%	35%	44%	51%

*Significant verschil t.o.v. vorige meting
Bron: Ipsos I&O, januari 2025

Verschuivingen duurzaam denken en duurzaam doen

Op basis van de resultaten van het onderzoek kunnen we een ruwe verdeling maken van vier groepen Nederlanders:

- 1. Nederlanders die zowel duurzaam denken als duurzaam doen;
- 2. Nederlanders die wél duurzaam denken, maar het (nog) niet doen;
- 3. Nederlanders die niet duurzaam denken, maar het wél doen;
- 4. Nederlanders die niet duurzaam denken en het ook niet doen.

Duurzaam doen delen we hierbij in op basis van of men boven of onder het gemiddelde aantal CO2-punten uitkomt. Duurzaam denken delen we in op basis van enige tot veel zorgen over het klimaat, versus geen of niet zo veel zorgen, samen met ‘weet niet’.

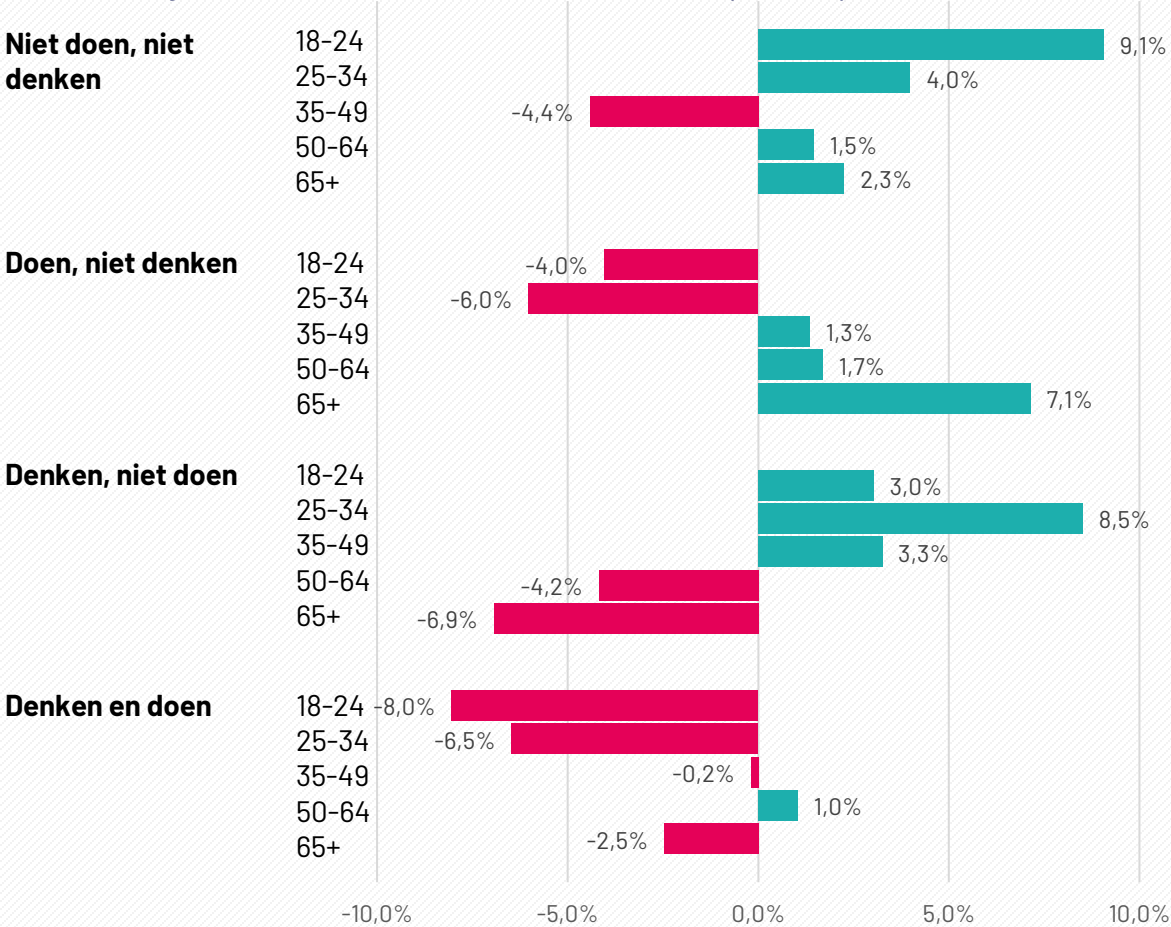
18-34 jaar: In 2025 bevinden jongeren zich vaker in de groepen ‘niet doen, niet denken’ en ‘denken, niet doen’ dan in 2019. Jongeren lijken dus met name minder vaak duurzaam te handelen, ondanks het bewustzijn van duurzaamheid

35-49 jaar: Relatief stabiel, met minder grote verschuivingen dan de andere leeftijdsgroepen.

50-64 jaar: De 50 tot 64 jarigen bevinden zich in 2025 minder vaak in de groep ‘denken, niet doen’ dan in 2019.

65+: Onder Nederlanders van 65 jaar en ouder is er ten opzichte van 2019 een verschuiving van ‘denken, niet doen’ naar ‘doen, niet denken’. Dit kan wijzen op gedragsgewoontes die al in lijn zijn met duurzaamheid, zelfs zonder dat ze expliciet als zodanig worden herkend.

Verschuiving duurzaam denken en duurzaam doen in procentpunten 2019 vs. 2025



BIJLAGE



Methoden

Ipsos I&O voerde dit onderzoek, net als voorgaande jaren, op eigen initiatief uit. Het onderzoek is gehouden onder het I&O Research Panel. Aanvullend zijn 15 diepte-interviews van een uur met jongeren uit het I&O Research Panel afgenomen.

Uitnodiging

Net als vorige metingen was het onderwerp van de uitnodigingsmail “onderzoek huis, energie, reizen en voeding” en de uitnodigingstekst:

“Dit onderzoek gaat over het dagelijkse gedrag van Nederlanders met betrekking tot energie, huis, reizen en voeding. Wat doet u en hoe denkt u hier over? En wat is de rol van de overheid hierbij?”

Er is dus bewust niet gerefereerd aan klimaat of CO2-uitstoot om geen selectie-effect te creëren. Vanuit het oogpunt van vergelijkbaarheid is gekozen voor exact dezelfde tekst als vorige metingen.

De diepte-interviews zijn afgenomen tussen 10 april en 7 mei 2025. We spraken jongeren in de categorie 18-30 jaar. Er is gelet op een spreiding op leeftijd, opleiding, woonplaats, klimaatzorgen en kledingconsumptie om een zo volledig mogelijk beeld te verkrijgen.

Steekproef en weging

Aan het onderzoek werkte 2.516 Nederlanders van 18 jaar en ouder mee. Het onderzoek is grotendeels online uitgevoerd in het I&O Research Panel. Het veldwerk liep van 16 januari tot en met 21 februari 2025.

De onderzoeksresultaten zijn na herweging op sekse, leeftijd, huishoudgrootte, opleidingsniveau, regio en stemgedrag representatief voor de Nederlandse bevolking van 18 jaar en ouder op deze achtergrondkenmerken.

Gerapporteerd gedrag

Respondenten is gevraagd gedrag en hoeveelheden te schatten (aantal grammen vlees en vis, porties zuivel, aantal minuten douchen, aantal kilometers met de auto, aantal uren met het vliegtuig, etc.) of op te zoeken (energierekening, energielabel van de woning), waarbij vanzelfsprekend meestal niet het exacte aantal bekend is en gegeven wordt. Bij al deze cijfers is in het rapport steeds een alternatief cijfer gegeven op basis van een betrouwbare, externe bron.

Voor dit onderzoek is het vooral interessant hoe bevolkingsgroepen en jaren van elkaar verschillen en niet per se de exacte, absolute score.

C02-punten

Oorspronkelijke bronnen

In de oorspronkelijke berekening uit 2019 zijn twee bronnen gebruikt: het rapport "Top 10 milieubelasting van de gemiddelde consument" (CE Delft, april 2016) en "Emissies broeikasgassen door huishoudens" (Milieu Centraal, 2019). Deze bronnen verdeelden de uitstoot van een gemiddeld huishouden over grofweg vier verschillende sectoren: wonen & energie, vervoer, voedsel en spullen (en kleding). Over de onderlinge bijdrage van deze vier sectoren aan de totale uitstoot verschilden beide bronnen enigszins. Voor de verdeling in ons onderzoek zijn wij toen tussen de beide bronnen in gaan zitten met onze verdeling. Die verdeling is te zien in kolom D van de tabel op de volgende pagina.

Updates bronnen

Omdat we dit jaar het onderdeel 'spullen' beter uit wilden werken dan in voorgaande jaren, hebben we hiervoor nieuwe up-to-date bronnen gezocht. Wij kwamen toen op de geüpdatete versie van de bron van Milieu Centraal uit 2019. Er viel op dat er redelijk veel verschil zat in de verdeling van de vier bovengenoemde sectoren ten opzichte van de bron uit 2019 die we hadden gebruikt. Deze verschillen leken te groot voor veranderingen in duurzamer gedrag. Wij hebben deze verschillen met Milieu Centraal besproken en zij vertelden ons dat dit voornamelijk kwam door wijzigingen en verbeteringen in rekenmethodes en bronnen die zij voor hun verdeling hebben gebruikt. Wij hebben er daarom voor gekozen om dit jaar met hun nieuwe verdeling te werken, zie kolom E van de tabel op de volgende pagina.

Verdeling in 4 sectoren

In 2019 zijn de punten in totaal gestandaardiseerd op 1.000 punten, waarbij de verschillende sectoren zijn gestandaardiseerd naar de toenmalige verdeling (tabel op de volgende pagina, kolom D). Dat betekent dat een gemiddelde Nederlander 200 punten kreeg voor vervoer, 250 voor wonen en voor voedsel en 300 punten voor spullen, zodat het in totaal op 1.000 punten uitkomt. Door voor de metingen in 2020, 2022 en 2023 dezelfde formules en standaardisering te gebruiken als in 2019, konden we de resultaten vergelijken met voorgaande metingen.

Echter, omdat we dit jaar het onderdeel spullen op een geheel nieuwe manier hebben aangepakt, hebben we ook veranderingen doorgevoerd voor o.a. voedsel en wonen. Daarnaast hebben we, zoals hiernaast besproken, de nieuwe en verbeterde verdeling van de vier sectoren zoals die volgens Milieu Centraal zou moeten zijn gebruikt (tabel op de volgende pagina, kolom E). Om de vergelijking met voorgaande jaren niet te verliezen zijn achtereenvolgens de volgende stappen uitgevoerd:

1. We hebben gekeken wat volgens de oude verdeling en berekeningen de punten in 2025 zouden zijn geweest.
2. We hebben de nieuwe berekeningen in 2025 zo aangepast dat er uiteindelijk (nagenoeg) dezelfde scores uitkwamen als volgens de oude berekeningen, zodat er geen effect van het aanpassen van de berekeningen is.
3. We hebben alles gestandaardiseerd naar de nieuwe verdeling van 2025, waarbij de onderlinge ratio's tussen de vier sectoren is aangepast, maar die tussen de jaren gelijk is gehouden.
4. Alles is gedeeld door het totaal in 2019 en vermenigvuldigd met 1.000, zodat het totaal in 2019 weer op precies 1.000 punten uitkomt.

Onderdeel	CE Delft (2019) ¹	Milieu Centraal (2019) ²	Ipsos I&O (2019)	Milieu Centraal (2025) ³	Ipsos I&O (2025)
Gas, verwarming	4%	13%			
Elektriciteit	2%	6%			
Energie in huis				17%	
Bouw woning	3%	5%		4%	
Water	3%				
Wonen totaal	12%	24%	25%	21%	20%
Auto	9%	13%			
Vliegen	4%	5%		15%	
OV	0,5%	3%			
Auto, fiets en OV				21%	
Vervoer totaal	14%	21%	20%	36%	40%
Vlees	23%				
Zuivel en eieren	3%				
Overig voedsel	6%				
Overige kosten productie voedsel	2%				
Voedsel totaal	34%	19%	25%	16%	20%
Spullen	36%	30%			
Kleding	4%	4%			
Spullen totaal	40%	34%	30%	13%	20%
Overig		2%		14%	

1. [Top 10 milieubelasting van de gemiddelde consument - CE Delft](#) (oude rapport van de site verwijderd vanwege een update in 2020)

2. *Oude versie is verwijderd van de website van Milieu Centraal*

3. [Klimaatklappers tegen klimaatverandering | Milieu Centraal](#)

C02-punten

Toekennen punten

We gebruiken formules om CO2-punten toe te kennen aan bepaalde antwoorden die gegeven zijn door de respondent (zie rechts en op de volgende slides). Zoals eerder besproken, zijn er steeds kleine aanpassingen en verbeteringen gedaan in de eerste jaren en grote aanpassingen gedaan in 2025. Belangrijk hierbij is dat de aanpassingen (met terugwerkende kracht) voor alle eerdere jaren worden doorgevoerd en de onderlinge verhoudingen tussen de jaren nagenoeg onaangetast blijven. Hierdoor wijken de CO2-punten van voorgaande jaren af van wat er in de vorige rapporten stond, maar kunnen we wel een goede vergelijking door de tijd maken in dit huidige rapport.

De CO2-punten zijn in 2019 verdeeld over vier sectoren: wonen, voedsel, vervoer en spullen (& kleding). Voor ieder van deze sectoren worden punten berekend aan de hand van formules. De waardes in die formules zijn zo gekozen, dat een gemiddeld antwoord uitkomt op wat de punten volgens de verdeling van Milieu Centraal zou moeten zijn (Tabel op de vorige pagina, kolom F). Het thema 'vervoer' is bijvoorbeeld goed voor ongeveer 40% van alle uitstoot, dus bij een gemiddeld antwoord op alle vragen van het thema 'vervoer' zou iemand dus uitkomen op 400 punten.

Discussie mogelijk

Over deze berekening is zeker discussie mogelijk. We nodigen critici van deze rekenmethode van harte uit mee te denken en feedback te geven, zodat we bij een volgende meting nog beter kunnen vaststellen hoe opvattingen over klimaat, gedrag en CO2-uitstoot aan elkaar gerelateerd zijn.

Wonen

- Hoe hoog is uw elektriciteits- en gasrekening per maand? (Als u het niet precies weet, wilt u het dan schatten? Of wilt u het opzoeken bij uw bankzaken of in uw energiebedrijf documenten?) Gemiddelde energie = tussen 125 en 150 euro: 200 punten. Andere scores naar rato. Vanwege de wisselende energieprijzen, is hiervoor ieder jaar gecorrigeerd. Volgens het CBS zijn de energieprijzen in januari 2025 met 2% gedaald t.o.v. het jaar ervoor*. We hebben de scores voor energie in 2025 vermenigvuldigd met 1.02.
- Heeft u een houtkachel of open haard? Zo ja, wordt uw huis daar volledig of gedeeltelijk mee verwarmd? Indien huis ermee verwarmd: volledig +200 punten, gedeeltelijk +100 punten, niet voor verwarming +50 punten.
- Heeft u zonnepanelen op of bij uw huis? Indien zonnepanelen op of bij het huis: -50 punten, indien op een andere locatie: -25 punten.
- Douchen: gemiddeld aantal minuten douchen per week = 35-40 minuten: 20 punten. Andere scores naar rato. Sinds 2025 een correctie overheen gegaan van type douchekop: waterbesparende douchekop is vermenigvuldigd met 0.8, regen- of stortdouche is vermenigvuldigd met 1.33.
- Geheel na optelling gedeeld door huishoudgrootte: 2-persoons, gedeeld door 1,5; 3-persoons of meer, gedeeld door 1,75.

* [Energierekening 2 procent lager | CBS](#)

C02-punten

Vervoer

Auto

- Hoeveel kilometer heeft u de afgelopen 12 maanden ongeveer in uw auto gereden? (De auto – of motor – die u het meest gebruikt). Gemiddelde = tussen 10.000 en 15.000 kilometer per jaar: 135 punten.
- Gecorrigeerd voor antwoord op de vraag 'In welke klasse valt uw auto / motorfiets?' Zwaardere klassen 10% tot 35% in meerdering: micro/mini, compact, motorfiets 10% tot 20% in mindering.
- Checkt u de spanning van uw autobanden wel eens? Regelmatig -4%, soms -2%.
- Waar rijdt deze auto/motorfiets op? Aardgas +10%, diesel +5%, lpg -10%, Groengas -10%, hybride -20%, plug in hybride -35%, waterstof -60%, elektrisch -75%.

Vliegen

- Hoeveel vlieguren maakt u gemiddeld per jaar (als u rekent over de afgelopen twee jaar)? Wilt u a.u.b. een schatting maken? Waarbij u zowel de uren heen als terug bij elkaar op kunt tellen. De tijd dat u moet wachten bij een overstap niet meetellen a.u.b. Gemiddelde: 5 à 10 vlieguren per jaar $(5,5) = 55$ punten. Andere scores naar rato.
- Boekt u dan (wel eens) CO2-compensatie bij uw vlucht? Altijd -20%, soms -10%.

OV

- Kunt u aangeven hoe vaak u onderstaande vervoermiddelen gebruikt? Trein, gemiddeld = enkele keren per jaar: 5 punten, dagelijks = 25 punten.
- Kunt u aangeven hoe vaak u onderstaande vervoermiddelen gebruikt? Bus, gemiddeld = enkele keren per jaar: 8 punten, dagelijks = 50 punten.

Spullen

Voor ieder van de uitgevraagde spullen hebben we de gemiddelde koopfrequentie berekend. De verschillende spullen hebben we gebundeld tot vier groepen:

1. ICT (smartphone, tablet, laptop, tv, stereo)
2. Witgoed (koelkast, vaatwasser, wasmachine, wasdroger, stofzuiger, waterkoker, magnetron, föhn)
3. Meubels (bank, stoelen, tafel)
4. Kleding

Van ieder van deze groepen is de totale bijdrage aan het onderdeel spullen bekend uit de bron van Milieu Centraal. Met de gemiddelde koopfrequentie kan berekend worden hoeveel punten er moeten worden toegekend aan de aanschaf van één artikel uit deze categorie. Dit is: 68 voor ICT, 67 voor witgoed, 135 voor meubels en 3 voor ieder afzonderlijk kledingstuk.

Vervolgens wordt er nog een correctie toegepast voor het kopen van tweedehands spullen. Volgens Milieu Centraal telt een tweedehands artikel nog voor ongeveer 33 procent van de uitstoot*. Als iemand aangeeft (vrijwel) altijd tweedehands te kopen voor een bepaalde groep spullen (bijvoorbeeld kleding) dan worden de punten voor die groep spullen vermenigvuldigd met 0.33. Koopt iemand nooit tweedehands dan blijft het vermenigvuldigd met 1.0. Alles daartussen is naar rato. Koopt iemand bijvoorbeeld de helft van de tijd tweedehands, dan wordt het vermenigvuldigd met 0.67.

Er zijn ook groepen spullen die we niet hebben gemeten. Hiervoor krijgt iedereen een basiswaarde van 90 punten.

*[Factsheet duurzaamheid van tweedehands kleding | Milieu Centraal](#)

C02-punten

Voedsel

Voor voedsel ligt de berekening iets ingewikkelder. Voor vlees, vis en zuivel/eieren wordt berekend hoeveel gram/porties mensen gemiddeld per week eten. Vervolgens wordt de uitstoot per gram/portie berekend aan de hand van twee gegevens uit externe bronnen:

1. De onderlinge verhouding in uitstoot tussen mensen met verschillende dieettypes (veganist, vegetariër, pescetariër, vleeseter) (Scarborough et al., 2014)*.
2. De gemiddelde uitstoot van het hele onderdeel voedsel volgens Milieu Centraal. Dit is 20%, oftewel 200 punten.

Voor de berekening gebruiken we de data uit 2025. Dit gaat in totaal om 2.505 respondenten. Met een gemiddelde van 200 punten per persoon, zijn er in totaal dus $200 * 2.505 = 501.000$ punten te verdelen over deze respondenten. Om te weten hoe deze punten verdeeld moeten worden over de verschillende dieettypes, gebruiken we de verhouding in uitstoot per dieettype vanuit de literatuur. We zetten de veganisten daarbij op 1 en de andere dieettypes naar rato. Als we de uitstoot van een veganist 'x' noemen, dan krijgt een vegetariër 1,31x, een pescetariër 1,35x enz. Als we per dieettype het aantal 'x-en' vermenigvuldigen met het aantal respondenten met dat dieettype en dat allemaal bij elkaar optellen, komen we op een totaal van 4.980x uit. Dat betekent dat één 'x' een waarde heeft van $501.000 / 4.980 \approx 100.6$. Dit is het gemiddelde aantal punten van een veganist in onze steekproef. De scores van de andere dieettypes zijn naar rato (die we al uit de literatuur hebben) te berekenen (1,31*100,6 voor vegetariërs, etc.).

Nu hebben we het gemiddeld aantal punten per dieettype, maar we willen graag naar een specifieke score per individu, gebaseerd op wat die in een week eet. Om dat te doen, kunnen we het aantal punten per persoon uitdrukken in een combinatie van wat die persoon gemiddeld eet. Dat komt neer op de volgende formule:

Punten voedsel = $y + a * \text{vlees} + b * \text{vis} + c * \text{zuivel \& ei}$.

Daarbij staan vlees, vis en zuivel & ei voor het aantal grammen/porties dat iemand daarvan gemiddeld per week eet en staan 'a', 'b' en 'c' voor het aantal punten van één gram vlees, één gram vis en één portie zuivel, respectievelijk. Deze waarden moeten we berekenen. De waarde 'y' staat voor het aantal punten van een veganist. Deze heeft namelijk:

Punten voedsel = $y + 0 * \text{vlees} + 0 * \text{vis} + 0 * \text{zuivel \& ei}$. Oftewel: **y**.

Het verschil tussen de veganist en de vegetariër is gemiddeld gesproken 32 punten. Dit verschil in punten komt alleen door de hoeveelheid zuivel & ei, omdat beide groepen geen vlees en vis eten. Een vegetariër eet gemiddeld 10,64 porties zuivel & ei in de week. Dat betekent dat een portie zuivel & ei goed is voor $32 / 10,64 \approx 3$ punten per portie. Daarmee komt 'c' dus uit op 3. Op dezelfde manier kunnen we **a** en **b** berekenen: het verschil tussen een vegetariër en een pescetariër zijn de punten voor vis en het verschil tussen de pescetariër en de vleeseter zijn de punten voor vlees. De uiteindelijke formule wordt dan:

Punten voedsel = $y + 0.1 * \text{vlees} + 0.14 * \text{vis} + 3 * \text{zuivel \& ei}$.

* [Dietary greenhouse gas emissions of meat-eaters, fish-eaters, vegetarians and vegans in the UK - PubMed](#)

BEDANKT

Maartje Van Will

Onderzoeker
maartje.vanwill@ipsos.com

Peter Kanne

Senior onderzoeksadviseur
peter.kanne@ipsos.com

Ronnie Maathuis

Senior onderzoeker
ronnie.maathuis@ipsos.com

Vincent Heerink

Kwalitatief onderzoeker
vincent.heerink@ipsos.com

Lotte Reijnders

Onderzoeker
lotte.reijnders@ipsos.com

Jord Van Beek

Onderzoeker
jord.vanbeek@ipsos.com