

Groene vrijwilliger van de toekomst

Marktverkenning naar nieuwe groepen
'groene vrijwilligers' in Nederland



Ministerie van Economische Zaken

Willemijn Bot MSc.
Cecilia Keuchenius MSc.

18-4-2018

B1555



Achtergrond	3
Methode en opzet	6
Samenvattende conclusies en aanbevelingen	11
Resultaten Nieuwe groene vrijwilligers	29
Resultaten Doelgroep 1: moderne jongeren	42
Resultaten Doelgroep 2: postmoderne jongeren	55
Resultaten Doelgroep 3: (post)moderne volwassenen	68
Resultaten Doelgroepen: persoonlijkheid en interesses	81
Bijlage	85

Op verzoek van de directie Natuur en Biodiversiteit van het (toenmalig) ministerie van Economische Zaken (hierna: min. EZ) voor het Manifest 'De kracht van de groene vrijwilliger' heeft Motivaction een marktverkenning uitgevoerd naar nieuwe groepen groene vrijwilligers in Nederland en een hierop gebaseerd advies geformuleerd over hoe deze nieuwe groepen het best te bereiken en te binden zijn.*

Veranderende context vrijwilligerswerk

Nederland telt ruim honderdduizend groene vrijwilligers. Dit zijn mensen die zich vrijwillig inzetten voor de groene omgeving en daarbij meestal ondersteund worden door natuur- en landbouworganisaties. Uit het programmaplan en het manifest 'De kracht van de groene vrijwilliger' spreekt de verwachting dat er hiernaast nog veel meer Nederlanders zijn die zich in potentie willen inzetten voor hun groene omgeving, maar dat nu nog niet doen.

De maatschappelijk en bestuurlijke context waarin groene vrijwilligers hun werk uitvoeren is in beweging. Op maatschappelijk niveau zien we een vergrijzende samenleving. Er is een toenemend aantal ouderen die in relatief goede gezondheid verkeren, tijd hebben en zich nuttig willen maken voor de samenleving. Daarnaast zien we nog een aantal andere maatschappelijke ontwikkelingen met betrekking tot de vrijwilligerswereld: toenemend eigen initiatief (burgerinitiatieven), een stijgend verwacht (en gewenst) kennisniveau van vrijwilligers en een steeds verder digitaliserende samenleving.

Op bestuurlijk niveau heeft de overheid het natuur- en landschapsbeleid overgedragen aan de provincies (natuurpact 2013). Het Kabinet Rutte II heeft aangegeven aan te willen sluiten op de groeiende betrokkenheid van burgers bij natuur en landschap (Natuurlijk Verder, 2014). Groene maatschappelijke organisaties hebben in dit kader bij de Tweede Kamer aangedrongen op een structurele versterking van het groene vrijwilligerswerk. Dit heeft geleid tot het opzetten van 'De kracht van de groene vrijwilliger' waarin Min. EZ en diverse natuur- en landschapsorganisaties zich samen inzetten om hier praktische invulling aan te geven.

* Ten tijde van de opdrachtverlening voor dit onderzoek heette het ministerie nog 'ministerie van Economische Zaken' (nu min. EZK). In het rapport hanteren we daarom nog deze naam. Het Manifest is een initiatief van de groene vrijwilligersorganisaties, SoortenNL, IVN en Landschappen en wordt ondersteund door min. EZK.

Ambitie: iedereen kan zich inzetten

Het programma groene vrijwilligers wil de ondersteuning van groene vrijwilligers toekomstbestendig maken en heeft de volgende **ambitie**:

Alle mensen, ongeacht levensfase, opleidingsniveau, culturele achtergrond of woonplaats, hebben de mogelijkheid zich in te zetten voor (natuur en landschap) in hun leefomgeving.

Doelen van het programma: betere samenwerking, facilitering van het groene vrijwilligerswerk en vasthouden groei

De doelen van het programma zijn om het groene vrijwilligerswerk efficiënt te organiseren. Een goede **samenwerking** tussen groene organisaties en overheden/provincies staat centraal. Zij willen het werk van de groene vrijwilligers beter **faciliteren** door begeleiding en ondersteuning vanuit groene vrijwilligersorganisaties met moderne (digitale) middelen en een vraagbaak zijn voor burgerinitiatieven. Ten slotte willen zij de **groei vasthouden** door de huidige vrijwilligers te behouden en een breder deel van de samenleving te enthousiasmeren door hen **passend groen vrijwilligerswerk** te bieden.

Vier typen vrijwilligers:

Het programma onderscheidt **vier typen groene vrijwilligers**:

- ✓ **Herstellers:** beheervrijwilligers die meestal in groepsverband werken
- ✓ **Tellers:** monitorvrijwilligers die meestal individueel werken
- ✓ **Vertellers:** educatievrijwilligers verbonden aan groepen of organisaties
- ✓ **Burgerinitiatieven:** initiatieven van bewoners om verantwoordelijkheid te nemen voor hun eigen, groene omgeving

De doelstelling van het onderzoek is:

Inzicht geven in de wereld van de nieuwe groene vrijwilligers: wie zijn zij, wat zijn hun interesses, motivaties, wensen, behoeften ten aanzien van het groene vrijwilligerswerk en de ondersteuning hierbij...

...**teneinde** handvatten te bieden en advies te geven voor communicatiestrategieën om nieuwe groepen groene vrijwilligers te enthousiasmeren, te faciliteren en te binden.

De onderzoeksvragen die in dit rapport beantwoord worden:

- Wie zijn bereid zich in de toekomst (tot circa 2030) in te zetten als groene vrijwilliger?
- Wat maakt deze groepen kansrijk? Wat zijn hun interesses en motivaties om zich in te zetten?
- In wat voor type(n) groen vrijwilligerswerk zijn zij geïnteresseerd (tellers, herstellende, vertellers, groene burgerinitiatieven of hulp en ondersteuning)?
- Wat zijn hun wensen en behoeften ten aanzien van het vrijwilligerswerk?
- Wat zijn hun wensen en behoeften ten aanzien van de ondersteuning vanuit de organisaties en lokale overheden? En in hoeverre worden zij enthousiast van (nieuwe) voorgestelde ideeën?
- Via welke kanalen en op welke manier zijn zij het best te werven?
- Wat zijn redenen om zich nu nog niet in te zetten als groene vrijwilliger en door welke triggers zouden zij toch verleid kunnen worden?
- Hoe willen nieuwe groene vrijwilligers in de toekomst verbonden zijn aan en betrokken worden bij groen vrijwilligerswerk?
- Hoe verschillen bovenstaande aspecten tussen de subgroepen nieuwe vrijwilligers?

Onderzoekstraject

De volledige marktverkenning naar nieuwe groene vrijwilligers onder de Nederlandse bevolking bestaat uit vier fases:

- 1. Kwalitatieve voorfase:** Tijdens de kwalitatieve voorfase zijn diverse bestaande rapporten en onderzoeken over groen vrijwilligerswerk en huidige groene vrijwilligers bestudeerd. Daarnaast zijn er gesprekken gevoerd met enkele deskundigen uit het veld (onder andere werkzaam bij natuurorganisaties als IVN, Staatsbosbeheer en provinciale organisaties). Inzichten uit deze rapporten en de gesprekken zijn gebruikt als input voor de vragenlijst voor het kwantitatieve online onderzoek (zie fase 2).
- 2. Kwantitatief online onderzoek:** Fase 2 van het onderzoek bestond uit een online kwantitatief onderzoek. Door middel van een online vragenlijst is in kaart gebracht hoeveel potentiële nieuwe groene vrijwilligers Nederland rijk is en wat hun wensen, motivaties en drijfveren zijn. De onderzoeksmethode lichten we verder toe op de volgende pagina. Dit rapport bespreekt onder andere de resultaten van het kwantitatieve onderzoek.
- 3. Doelgroepsegmentatie:** Naar aanleiding van de resultaten van het online kwantitatieve onderzoek is een doelgroepsegmentatie gemaakt om kansrijke doelgroepen te identificeren waarop voor communicatie- en wervingsdoeleinden gefocust kan worden. Op pagina 8 en 9 lichten we toe hoe deze doelgroepen tot stand zijn gekomen. Vanaf pagina 41 geven we een profiel van de drie gekozen doelgroepen.
- 4. Communicatieworkshops:** Op basis van de resultaten van het kwantitatieve onderzoek en de doelgroepsegmentatie zijn vier workshops georganiseerd voor communicatieprofessionals uit het werkveld. De uitkomsten van deze workshops zijn opgenomen in de bijlage van dit rapport.

Onderzoeksopzet

Fase 2 van de marktverkenning, het kwantitatieve onderzoek, is uitgevoerd via een online vragenlijst die bestond uit circa 30 vragen. Respondenten zijn geworven uit het Stempunt-panel van Motivaction. Het veldwerk vond plaats tussen 23 november en 1 december 2017.

Steekproef en weging

Aan het onderzoek hebben in totaal $n = 6.394$ respondenten deelgenomen (gewogen n). Van hen behoren er (gewogen) $n = 950$ tot de groep 'potentiële nieuwe groene vrijwilligers'.* Zij hebben de gehele vragenlijst ingevuld. De totale steekproef (met in totaal 6.394 respondenten) is representatief voor de Nederlandse bevolking (18 tot 75 jaar) op basis van geslacht, leeftijd, opleiding, regio en waardenoriëntatie (op basis van het Mentality-model van Motivaction). Binnen deze steekproef is de subgroep 'nieuwe groene vrijwilligers' representatief voor deze subgroep binnen de Nederlandse bevolking. De representativiteit is verkregen door propensitysampling en -wegin, waarbij het Mentality-ijkbestand als herwegingskader fungeerde. Dit ijkbestand is wat betreft sociodemografische gegevens gewogen naar de Gouden Standaard van het CBS.

Selectie van 'nieuwe groene vrijwilligers'

'Nieuwe groene vrijwilligers' zijn gedefinieerd op basis van twee selectievragen (ieder bestaand uit vijf stellingen): of men al groen vrijwilligerswerk doet, en of men hiertoe in de toekomst bereid zou zijn.** Respondenten die aangaven momenteel *nog geen* groen vrijwilligerswerk te doen (of slechts incidenteel), maar zich hier in de toekomst wel regelmatig voor in zouden willen zetten, voldeden aan de selectiecriteria van 'nieuwe groene vrijwilliger' en hebben de volledige vragenlijst ingevuld. Van overige Nederlanders (waaronder huidige groene vrijwilligers en Nederlanders die zich in de toekomst *niet* willen inzetten voor groen vrijwilligerswerk) zijn alleen achtergrondgegevens bekend.

* Deze groep is uiteindelijk, voor de rapportage van de resultaten van alleen de nieuwe groene vrijwilligers, terug gewogen naar hun oorspronkelijke aantal ($n = 992$).

** De volledige formulering van de selectievragen is te vinden in de bijlage. Bij de selectievragen is expliciet *niet* gekozen voor de term '(groen) vrijwilligerswerk', maar voor een bredere formulering om te voorkomen dat respondenten alleen zouden denken aan vrijwilligerswerk in de meer traditionele zin van het woord (bijvoorbeeld een aantal uur per week, op regelmatige basis).

Vier typen groen vrijwilligerswerk

Het Manifest 'De kracht van de groene vrijwilliger' onderscheidt vier verschillende groepen groene vrijwilligers:

- **Herstellers:** beheervrijwilligers die meestal in groepsverband werken
- **Tellers:** monitorvrijwilligers die meestal individueel werken
- **Vertellers:** educatievrijwilligers verbonden aan groepen of organisaties
- **Burgerinitiatieven:** initiatieven van bewoners om verantwoordelijkheid te nemen voor hun eigen, groene omgeving
- Op basis van de kwalitatieve voorfase is in dit onderzoek een vijfde type vrijwilliger toegevoegd: vrijwilligers die vanuit hun expertise (bijvoorbeeld op juridisch of financieel gebied) **hulp of steun** willen bieden aan natuurvrijwilligersprojecten.

Drie doelgroepen voor communicatie

In gezamenlijk overleg tussen de begeleidingscommissie en Motivaction is besloten om in het rapport verder in te zoomen op **drie doelgroepen** nieuwe groene vrijwilligers. De keuze voor *welke* drie doelgroepen is tot stand gekomen door een combinatie van wensen vanuit de begeleidingscommissie en inzichten uit de resultaten (welke selecties zijn mogelijk en betekenisvol?).

Type vrijwilligerswerk onvoldoende onderscheidend voor communicatiedoelinden

Analyse toont aan dat de vijf typen groene vrijwilligers (herstellers, tellers, vertellers, deelnemers aan burgerinitiatieven en hulp- of steungevers) op achtergrondvariabelen niet voldoende van elkaar te onderscheiden zijn om te spreken van sociodemografisch verschillende groepen. Bovendien blijkt er relatief veel overlap te zijn tussen de verschillende groepen vrijwilligers: zo wil bijvoorbeeld 51% van de herstellers ook wel tellen en wil 44% van de tellers ook wel vertellen (zie bijlage). De indeling naar de vijf typen vrijwilligerswerk (of combinaties daarvan) biedt daarom niet genoeg aanknopingspunten om als doelgroepindeling te hanteren en de communicatie op toe te spitsen.

Voorkeur voor jongeren

De begeleidingscommissie heeft aangegeven speciale interesse te hebben in nieuwe groene vrijwilligers die (qua achtergrondgegevens) afwijken van de huidige groene vrijwilligers. Zodoende bestaat de wens om meer *jongeren* bij het groene vrijwilligerswerk te betrekken om het vrijwilligersbestand toekomstbestendig te maken.

Inzichten uit het Mentality-model

Motivaction heeft voor communicatiedoelinden het Mentality-model ontwikkeld, gebaseerd op waardenpatronen en leefstijlen (zie bijlage). Oorspronkelijk bestaat dit model uit 8 verschillende groepen in de samenleving (zie het model hiernaast).

Als we specifiek kijken naar een combinatie met interesse in de natuur, zijn drie subgroepen te onderscheiden: Nederlanders met een *traditionele* waardenoriëntatie, Nederlanders met een *moderne* waardenoriëntatie en Nederlanders met een *postmoderne* waardenoriëntatie. Er is vanuit de begeleidingscommissie minder interesse in vrijwilligers met een traditionele waardenoriëntatie en juist meer interesse in vrijwilligers met een moderne waardenoriëntatie. Om die reden is er in dit onderzoek voor gekozen om voor de communicatiedoelgroepen de levensfase te combineren met waardenoriëntatie:

1. Jongeren (18 t/m 34 jaar) met een **moderne waardenoriëntatie**

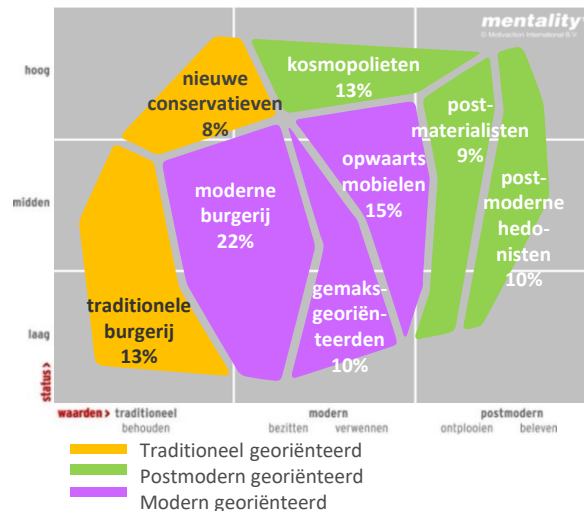
Ruim 17% van alle nieuwe groene vrijwilligers en circa 2,6% van de Nederlandse bevolking

2. Jongeren (18 t/m 34 jaar) met een **postmoderne waardenoriëntatie**

Bijna 15% van alle nieuwe groene vrijwilligers en circa 2,2% van de Nederlandse bevolking

3. Volwassenen (35 t/m 54 jaar) met een **moderne of postmoderne waardenoriëntatie**

Circa 34% van alle nieuwe groene vrijwilligers en circa 5% van de Nederlandse bevolking



Samenvattende conclusies en aanbevelingen

Dit rapport start met samenvattende conclusies. Zowel op overkoepelend niveau (alle nieuwe groene vrijwilligers samen) als voor de drie gekozen communicatiedoelgroepen bespreken we de belangrijkste conclusies en aanbevelingen op basis van inzichten uit het onderzoek en de recent data.

Beschrijving resultaten op totaalniveau

Vanaf pagina 29 geven we visueel de bevindingen van het kwantitatieve online onderzoek weer. Allereerst profileren we de groep ‘nieuwe groene vrijwilligers’ ten opzichte van de Nederlandse bevolking als geheel: hoe groot is de groep, en waarop wijken ze af qua sociodemografie?

Vervolgens bespreken we de resultaten van de vragenlijst, waarbij we ingaan in op thema’s als wensen met betrekking tot de inrichting van het groene vrijwilligerswerk, motivaties en drijfveren, en betrokkenheid. De belangrijkste resultaten ondersteunen we visueel, met grafieken of tabellen.

Profilering doelgroepen

Na het bespreken van de resultaten op totaalniveau, gaan we vanaf pagina 41 in op de uitkomsten van het onderzoek voor de drie gekozen doelgroepen. Om de doelgroepen te profileren, tonen we de resultaten per doelgroep en zetten we deze af tegen de totale groep nieuwe groene vrijwilligers, waarbij we significante en relevante verschillen markeren.

Samenvattende conclusies



Buurtinitiatieven meest populaire vorm van vrijwilligerswerk, maar ook ‘traditionele’ activiteiten zijn nog in trek

In lijn met de verwachtingen zijn vooral groene buurtinitiatieven een manier van groen vrijwilligerswerk waarvoor veel interesse is. Van alle nieuwe groene vrijwilligers zou iets meer dan de helft zich met enige regelmaat willen inzetten voor zo’n initiatief in hun buurt.

Er is ook (nog steeds) animo voor de meer traditionele vormen van groen vrijwilligerswerk, zoals het tellen, herstellen en vertellen. Nog altijd zijn drie à vier op de tien nieuwe groene vrijwilligers (naast buurtinitiatieven) geïnteresseerd in activiteiten zoals het tellen van dier- en plantsoorten (tellen), het onderhouden van groen (herstellen) en het werken in natuureducatiecentra of het organiseren van natuurexcursies (vertellen).

➤ *Zet in op (begeleiding van) buurtinitiatieven, maar blijf eveneens inzetten op de traditionele vormen van groen vrijwilligerswerk*

Vrijwilligerswerk moet laagdrempelig zijn: niet te vaak, en liefst dicht bij huis

De meeste nieuwe groene vrijwilligers zijn weliswaar bereid tot het doen van groen vrijwilligerswerk, maar willen niet te veel van hun tijd eraan besteden: vier op de tien willen af en toe iets doen (bijvoorbeeld een aantal uur per jaar), en nog eens twee op de tien met regelmaat (eens per maand). Er is maar een kleine groep (7%) die zich echt structureel (bijvoorbeeld wekelijks) wil inzetten.

De voorkeur gaat meestal uit naar vrijwilligerswerk dicht bij huis: ruim de helft heeft een voorkeur voor de eigen straat of buurt. Daarnaast wordt het op prijs gesteld als het werk in gezelschap gedaan kan worden: ofwel met vrienden, familie of bekenden, ofwel met andere groene vrijwilligers.

➤ *Zorg voor projecten die laagdrempelig zijn: projecten dichtbij huis, die in gezelschap kunnen worden uitgevoerd en niet te veel tijd vragen*

Onbekendheid één van de belangrijkste belemmerende factoren

De motivatie om zich in te zetten voor de natuur, komt bij groene vrijwilligers vooral voort uit een interesse in de natuur en de wil om de natuur in Nederland te behouden en te beschermen. Uit zichzelf zullen nieuwe groene vrijwilligers echter niet snel vrijwilligerswerk gaan doen. Bij veel nieuwe groene vrijwilligers zit de mogelijkheid van het doen van groen vrijwilligerswerk simpelweg niet in het systeem. Ze staan ervoor open en hebben er interesse in, maar zijn er nooit voor gevraagd en hebben er (dus) nooit serieus over nagedacht. Deze passiviteit is – naast tijdsgebrek – de belangrijkste belemmerende factor waarom men nu nog geen vrijwilligerswerk verricht. Door deze mensen proactief te benaderen en bekend te maken met de mogelijkheid van het doen van groen vrijwilligerswerk – en de noodzaak ervan – kan deze drempel worden weggenomen.

- *Breng mensen proactief op de hoogte van de mogelijkheid en noodzaak van groen vrijwilligerswerk*
- *Vraag mensen expliciet deel te nemen aan groen vrijwilligerswerk*

Die proactieve benadering hoeft niet per se van natuurorganisaties zelf te komen. Ook een uitnodiging van vrienden of familie of buurtgenoten kan voor sommigen de trigger zijn om zich in te gaan zetten voor de natuur.

- *Zet het netwerk van huidige vrijwilligers in: laat hen familie, vrienden en buurtgenoten uitnodigen om ook groen vrijwilligerswerk te gaan doen*

Merendeel weet niet waar naartoe te stappen voor het doen van groen vrijwilligerswerk

Een tweede reden waarom nieuwe groene vrijwilligers niet snel uit zichzelf aan de slag zullen gaan, is het feit dat velen niet weten waar ze daarvoor terecht kunnen. Bijna de helft van de nieuwe groene vrijwilligers heeft geen idee waar aan te kloppen als ze groen vrijwilligerswerk zouden willen doen. Eén op de vijf zou Google raadplegen. Slechts een klein deel weet uit zichzelf te noemen dat ze voor groen vrijwilligerswerk terecht kunnen bij organisaties als Staatsbosbeheer, IVN of lokale natuurorganisaties.

- *Werk aan de bekendheid van verschillende natuurorganisaties en de rol die zij spelen in het behoud van de natuur in Nederland*
- *Maak duidelijk dat via natuurorganisaties groen vrijwilligerswerk gedaan kan worden*

Voorkeur gaat vooral uit naar lokale organisaties en initiatieven

Hoewel het beeld leeft dat groene buurtinitiatieven in opkomst zijn, wil ruim een derde van de nieuwe groene vrijwilligers zich toch aansluiten bij een lokale natuurorganisatie of een lokale afdeling van een natuurorganisatie. Een kwart zou zich graag aansluiten bij een groen buurtinitiatief en een klein deel (6%) zou graag zelf een buurtinitiatief opstarten. Bij die 6% bestaat weliswaar de wil daartoe, maar ontbreekt ook vaak nog de parate kennis over hoe dat te doen: 35% (van die 6%) weet niet waar aan te kloppen voor hulp of steun daarbij.

- *Speel in op de behoefte om vooral op lokaal niveau groen vrijwilligerswerk te doen*
- *Profileer natuurorganisaties ook als mogelijke begeleiders van buurtinitiatieven, zowel voor deelnemers als initiatiefnemers*

Betrokkenheid en waardering van belang om vrijwilligers te binden

Ondanks een maatschappelijke trend van individualisering, verwacht men juist op het gebied van groen vrijwilligerswerk betrokkenheid en begeleiding. Drie kwart van de nieuwe groene vrijwilligers vindt het belangrijk om zich een gewaardeerde medewerker van de organisatie te voelen en betrokken te worden. Men wil op de hoogte worden gehouden van ontwikkelingen en inzicht krijgen in de resultaten van het werk. Ook goede begeleiding is noodzakelijk: als men zich aansluit bij een natuurorganisatie, verwacht een meerderheid materiële ondersteuning, vaste contactpersonen en hulp van professionele medewerkers. Gezelschap en contact zijn belangrijk om het vrijwilligerswerk aantrekkelijk te maken. Face-to-facecontact met andere vrijwilligers en met een vrijwilligerscoördinator maakt het werken prettiger. Daarnaast is het aanbieden van cursussen en trainingen aan (nieuwe) groene vrijwilligers een belangrijke manier om het werk leuker en aantrekkelijker te maken voor een deel van de nieuwe groene vrijwilligers.

- *Zorg ervoor dat vrijwilligers betrokken worden door hen te begeleiden en hen op de hoogte te houden van belangrijke ontwikkelingen, niet alleen bij vrijwilligerswerk via een natuurorganisatie, maar ook bij buurtinitiatieven*
- *Zorg dat vrijwilligers (online, maar ook face-to-face) contact met elkaar en een vrijwilligerscoördinator kunnen hebben*
- *Bied cursussen en opleidingen aan, zowel online als via bijeenkomsten*

Samenvattende conclusies | Moderne jongeren

Moderne jongeren staan chaotisch in het leven en zijn op zoek naar harmonie en gezelligheid

17% van de nieuwe groene vrijwilligers is een moderne jongere (18 t/m 34 jaar). Moderne jongeren staan sociaal in het leven. Ze vinden vrienden en familie belangrijk en zijn graag in gezelschap van anderen. Ze kunnen een wat chaotisch karakter hebben: zijn onrustig en dromerig, willen niets missen en stellen zaken vaak uit. Naast gezelligheid, vrienden en familie is ook 'het goede leven' een levensideaal voor hen: veel geld en lekker eten en drinken. Dat ideaal is echter nog ver weg: ze houden zich momenteel veel bezig met series kijken, muziek luisteren en niks in hun vrije tijd.

Naast groene buurtinitiatieven vooral gecharmeerd van vertelactiviteiten

Moderne jongeren hebben een voorkeur om zich in te zetten bij groene buurtinitiatieven. In vergelijking met andere nieuwe groene vrijwilligers zijn ze daarnaast ook meer gecharmeerd van vertelactiviteiten, zoals het organiseren van natuurexcursies.

Erg op hun eigen omgeving gericht, zowel qua locatie als gezelschap

In lijn met hun voorkeur voor buurtinitiatieven zijn moderne jongeren erg op hun eigen (sociale en fysieke) omgeving gericht: ze willen het liefst in gezelschap van familie, vrienden/bekenden of buurtgenoten werken en hebben een sterke voorkeur voor vrijwilligerswerk in hun eigen straat of buurt.

Willen zich het liefst af en toe of incidenteel inzetten

Hun commitment qua tijdsinvestering blijft wat achter bij andere nieuwe groene vrijwilligers: een kwart wil het liefst slechts incidenteel iets doen.

Groen vrijwilligerswerk vooral interessant vanuit carrièreperspectief

De intrinsieke motivatie om groen vrijwilligerswerk te gaan doen, ligt wat lager bij de doelgroep moderne jongeren. Hun bereidheid komt ook voort uit carrièreoverwegingen: ze zouden het vaker dan andere nieuwe groene vrijwilligers doen om werkervaring op te doen. Daarnaast kan het voor hen een trigger zijn als groen vrijwilligerswerk mogelijk is vanuit hun opleiding, werk of juist als opstapje naar betaald werk. Een andere trigger kan hun sociale omgeving zijn: ze zijn gevoeliger voor als hun eigen familie, vrienden of kennissen hen vragen groen vrijwilligerswerk te gaan doen en als anderen in hun omgeving het ook gaan doen.

Onwetendheid een belangrijke barrière voor moderne jongeren

Moderne jongeren zijn – in vergelijking met andere nieuwe groene vrijwilligers – het minst bekend met de mogelijkheden rondom groen vrijwilligerswerk. Dit vormt een belangrijke barrière voor eventuele deelname. Ze weten vaak niet waar naartoe te stappen en waar ze zich zouden willen en kunnen aansluiten.

Waardering en betrokkenheid staan bij moderne jongeren hoog in het vaandel

Nog sterker dan andere nieuwe groene vrijwilligers zijn moderne jongeren op zoek naar waardering. 85% vindt het belangrijk om waardering te krijgen voor hun inzet. Die waardering kan zich uiten in de vorm van een bedankje, maar kan ook de vorm hebben van het betrekken van moderne jongeren bij het vrijwilligerswerk door hun mening te vragen over belangrijke beslissingen en hen te vragen voor nieuwe of andere projecten.

Sociale media de manier om moderne jongeren te bereiken

Digitale kanalen, vooral sociale media, lijken dé manier te zijn om deze groep te bereiken. Vrijwel alle moderne jongeren zitten bijvoorbeeld op Facebook. Qua framing kan de aansluiting worden gezocht bij het prille gezinsleven van moderne jongeren: veel moderne, jongere, nieuwe groene vrijwilligers lezen bladen als 'Wij Jonge Ouders' en 'Ouders van nu'.

Personabeschrijving | Moderne jongeren

“

Hoi, ik ben Tessa, 22 jaar en ik woon in Den Bosch. Na wat omzwervingen doe ik tegenwoordig een Mbo-opleiding tot onderzoeker natuur en milieu bij Helicon in Den Bosch. Daar zit ik eindelijk op mijn plek! Naast mijn studie heb ik een bijbaantje in de horeca. Volgend jaar ben ik klaar met mijn opleiding. Om me voor te bereiden op mijn werkende leven lijkt het me leuk om me in mijn vrije tijd alvast in te zetten voor iets dat met natuur en milieu te maken heeft en aansluit bij mijn studie.

Ik zou graag mijn enthousiasme en kennis doorgeven aan andere mensen. Ik heb overwogen om iets in het park in mijn eigen buurt te doen met buurtbewoners, maar had geen idee waar te beginnen om dat plan vorm te geven. Nu ben ik aan het kijken of ik misschien bij een organisatie excursies kan gaan organiseren in de natuur rondom Den Bosch. Eerst maar eens een rondje googelen om te kijken of er in Den Bosch misschien natuurorganisaties zitten die zulke activiteiten organiseren.

Het lijkt me het leukst om het met mijn beste vrienden - die ik van mijn studie ken - te doen. Ik moet het natuurlijk wel naast mijn studie kunnen doen, dus veel tijd heb ik niet. Bovendien zou ik er mijn horecabaantje misschien voor moeten opgeven, dus als er iets van een vergoeding tegenover staat, zou dat wel fijn zijn.

Als ik me aanmeld bij een natuurorganisatie, vind ik het wel belangrijk dat ze mij ook echt bij hun werk betrekken. Ik zou het leuk vinden als ik om mijn mening wordt gevraagd bij beslissingen die genomen moeten worden - ik heb er ten slotte toch een soort van voor gestudeerd.

”

Aanbevelingen | Moderne jongeren

Onbekendheid met mogelijkheden voor groen vrijwilligerswerk

- Benader hen **proactief** via **online platforms** (bijvoorbeeld sociale media) of organisaties (bijvoorbeeld hogescholen of mbo's) die relevant zijn voor deze groep en waar ze te vinden zijn.

Motivatie komt vaak voort uit carrièreoverwegingen

- Benadruk dat groen vrijwilligerswerk ook **leuk en nuttig voor henzelf** kan zijn.
- Zet in op het doen van groen vrijwilligerswerk **vanuit opleidingen** en via stages.
- Belof en geef als het project is afgerond een **(positieve) referentie**, bijvoorbeeld op LinkedIn. Dit is een vorm van waardering en belangrijk voor deze groep.

Sociaal karakter en behoefte aan gezelschap

- Benader hen proactief met de mogelijkheden voor **vertelactiviteiten** (zoals het organiseren van excursies).
- Benader hen proactief met projecten die ze **in gezelschap** van bekenden/anderen kunnen uitvoeren.

Gericht op de eigen omgeving

- Zet vooral in op projecten die **lokaal georiënteerd** zijn, bijvoorbeeld in hun eigen straat of buurt.

Begeleiding en waardering zijn belangrijk

- Spreek **waardering** uit voor het werk dat ze doen.
- **Betrek** hen bij de organisatie, vraag om hun mening.
- Gooi hen niet in het diepe, maar **begeleid ze intensief** bij het doen van het vrijwilligerswerk.

Moderne communicatie en niets willen missen

- Sluit aan bij hun behoefte om **niets te willen missen** en de natuurlijke omgang met **moderne communicatiemiddelen**, creëer bijvoorbeeld een appgroep met nieuwtjes over de projecten.

Veel jonge ouders

- Sluit qua framing ook aan bij hun mogelijke gezinssituatie en communiceer over mogelijkheden met **kleine kinderen**.
- ✓ In de bijlage (vanaf pagina 93) staan uitgewerkte ideeën voor activiteiten en communicatie op basis van de werksessies.

Postmoderne jongeren zoeken vooral avontuur en persoonlijke ontwikkeling in hun leven

15% van de nieuwe groene vrijwilligers is een postmoderne jongere (18 t/m 34 jaar). Over het algemeen zijn postmoderne jongeren tolerant, hebben een avontuurlijk karakter (nieuwe dingen ontdekken, verre reizen maken) en een wil tot zelfontplooiing en persoonlijke ontwikkeling. Daarnaast is ook harmonie en gezelligheid voor hen belangrijk: ze besteden hun vrije tijd bijvoorbeeld graag aan familie- of vriendenbezoek en uit eten gaan. Toch neemt, net als bij de moderne jongeren, ook muziek luisteren en series kijken veel van hun vrije tijd in beslag.

Vooraf interesse in buurtinitiatieven in combinatie met herstelactiviteiten, zoals het aanplanten van nieuw groen

Net als bij andere nieuwe groene vrijwilligers is het animo onder postmoderne jongeren het grootst voor deelname aan buurtinitiatieven. Daarnaast hebben zij relatief veel interesse in herstelactiviteiten. Vooral het vergroenen van hun straat en omgeving (door het aanplanten van nieuw) groen spreekt hen aan.

Bereid tot een redelijke tijdsinvestering, zolang het in gezelschap van anderen en in de eigen woonplaats is

Postmoderne jongeren zouden iets meer tijd willen investeren in groen vrijwilligerswerk dan andere nieuwe groene vrijwilligers. Bijna de helft zou zich wel af en toe willen inzetten, en drie op de tien regelmatig. Eén op de tien zou zich zelfs structureel willen inzetten.

Ook postmoderne jongeren hebben een voorkeur voor werken in gezelschap van bekenden. De locatie maakt hen minder uit, maar een project in of rondom hun eigen woonplaats heeft wel de voorkeur.

Onbekendheid met de mogelijkheden en de urgentie vormt een belangrijke barrière

Net als bij moderne jongeren, vormt de onwetendheid over (de mogelijkheden van) groen vrijwilligerswerk de grootste barrière. Bijna de helft weet niet wat er mogelijk is en heeft eigenlijk nooit (serieus) nagedacht over groen vrijwilligerswerk. Bovendien is het hen ook nooit aangeboden of gevraagd. Die route kan goed werken voor deze groep: in vergelijking met andere nieuwe groene vrijwilligers, zou een verzoek van familie of vrienden, buurtgenoten of een natuurorganisatie hen er vaak toe kunnen aanzetten groen vrijwilligerswerk te gaan doen.

Inzet voor milieu, klimaat en biodiversiteit zijn intrinsieke motivatie voor groen vrijwilligerswerk, maar ook het carrièreperspectief speelt een rol

De grotere thema's, zoals milieu, klimaat en biodiversiteit zijn voor postmoderne jongeren typerende motivaties om zich in te zetten voor de natuur. Toch speelt, passend bij hun leeftijd, ook het carrièreperspectief een relatief grote rol: ze zouden vaker groen vrijwilligerswerk overwegen als ze dit kunnen doen vanuit hun opleiding (bijvoorbeeld als maatschappelijke stage) of als opstapje naar een 'echte' baan.

Relatief bekend met waar ze terechtkunnen voor het doen van groen vrijwilligerswerk

In vergelijking met moderne jongeren weten postmoderne jongeren relatief goed waar ze terecht zouden kunnen voor het doen van groen vrijwilligerswerk. Ze zijn bijvoorbeeld beter bekend met een organisatie als Staatsbosbeheer. Als ze besluiten groen vrijwilligerswerk te gaan doen, zouden ze zich daarvoor het liefst aansluiten bij een grotere natuurorganisatie of bij minder voor de hand liggende mogelijkheden, zoals een project van de gemeente of provincie of het doen van groen vrijwilligerswerk bij een maatschappelijke instelling.

Vooral behoefte aan praktische ondersteuning, zoals materiaal en een contactpersoon, minder gericht op een vergoeding voor hun werk

Qua verwachte ondersteuning en hulp wijken postmoderne jongeren niet veel af van andere nieuwe groene vrijwilligers: ze verwachten met name vaste contactpersonen en materiële ondersteuning. Minder vaak rekenen ze op maaltijden of een geldelijke vergoeding. Bij buurtinitiatieven verwachten ze dat die ondersteuning vooral zal komen van lokale natuurorganisaties en minder vaak van (bijvoorbeeld) de gemeente of de provincie.

Betrokkenheid is belangrijk en kan bewerkstelligd worden door postmoderne jongeren te laten meedenken over beleid

Net als alle andere nieuwe groene vrijwilligers willen ook postmoderne jongeren zich gewaardeerd en betrokken voelen. Bij postmoderne jongeren zou een gevoel van betrokkenheid vaker bewerkstelligd kunnen worden door hen bijvoorbeeld de mogelijkheid te geven mee te denken over het natuur- of vrijwilligersbeleid. Ook willen ze graag inzicht in de resultaten van hun werk. Ongeveer een kwart van de postmoderne jongeren wil vooral lekker zijn of haar eigen gang gaan.

Opleidingsmogelijkheden en face-to-facecontact belangrijk om werk aantrekkelijk te maken

Opleidingsmogelijkheden (het liefst via bijeenkomsten) en face-to-facecontact zouden voor postmoderne jongeren het werk bovengemiddeld vaak aantrekkelijk maken. Bestaande concepten, zoals de Groene academie, Betrokken bij buiten en het Natuur-ID vinden ze relatief minder aansprekend.

Sociale media en jongerenzenders belangrijkste manieren om postmoderne jongeren te bereiken

Net als moderne jongeren zijn postmoderne jongeren bij uitstek te bereiken via sociale media. Ook jongerenzenders op de radio (bijvoorbeeld Slam!FM) en televisie (bijvoorbeeld BNNVARA) komen vaker voor in hun mediagebruik. In vergelijking met moderne jongeren, zijn de postmoderne jongeren minder vaak diegenen met een jong gezin. Het zijn vaker nog studenten.

“

Hi, ik ben Merel, 28 jaar. Ik heb gestudeerd in Utrecht, maar ben kort geleden met mijn vriend naar Nijmegen verhuisd. Om onze nieuwe buurt wat beter te leren kennen, lijkt het me leuk om mij ervoor in te gaan zetten.

Ik geef erg veel om het milieu en klimaat, dus zou me graag bezighouden met het groen in onze wijk. Meer groen is altijd beter, ook voor (eventuele) nakomelingen natuurlijk 😊. Bovendien is het fijn om contacten op te doen in de buurt door met buurtgenoten samen te werken.

Ik begreep van de buurman al dat er binnen de wijk diverse initiatieven zijn om de wijk wat groener te maken, dus daar sluit ik me graag bij aan. Ik zou het het fijnst vinden als buurtgenoten me vragen om mee te doen, want ik weet zelf nog niet goed wat er allemaal mogelijk is en waar ik waarvoor terecht kan. Als het toch niet lukt om iets te vinden in mijn buurt, lijkt het me leuk om aan de slag te gaan voor een organisatie als Staatsbosbeheer.

Ik heb een drukke baan en hou wel graag wat vrije tijd over, dus veel tijd heb ik er helaas niet voor, maar bijvoorbeeld twee keer per maand meehelpen met het aanplanten van nieuw groen lijkt me leuk en moet me zeker lukken. Wellicht leer ik dan bijvoorbeeld ook nog iets over thema's als permacultuur. Ik vind het altijd leuk om nieuwe dingen te leren en te ontdekken.

”

Aanbevelingen | Postmoderne jongeren

Motivatie komt voort uit bredere interesse in thema's als milieu, klimaat en biodiversiteit

- Laat zien hoe het doen van groen vrijwilligerswerk **bijdraagt aan verbetering** van milieu, klimaat en biodiversiteit.

Gevoelig voor verzoeken van familie, vrienden of bekenden

- Benader hen proactief via het huidige netwerk van vrijwilligers: laat hen **familie, vrienden, bekenden** uitnodigen.

Naast intrinsieke motivatie vanuit milieubezorgdheid, speelt ook carrière een rol

- Zet in op het doen van groen vrijwilligerswerk vanuit **opleidingen** en via stage.
- Benader hen proactief via de organisaties waar ze deel van uitmaken, zoals **hogescholen en universiteiten**.

Gericht op de eigen omgeving, maar wel interesse in grotere natuurorganisaties

- Maak hen bekend met de projecten die **grotere natuurorganisaties** uitvoeren in hun **directe omgeving**.

Hoogopgeleid en ook geïnteresseerd in de beleidskant

- Benader hen proactief voor de **strategische kant** van het doen van groen vrijwilligerswerk, bijvoorbeeld om mee te denken over het vrijwilligers- of natuurbeleid.

Persoonlijke ontwikkeling staat hoog in het vaandel

- Laat zien dat ze **kunnen leren (persoonlijke ontwikkeling)** van het doen van groen vrijwilligerswerk en welke vaardigheden en kennis ze op kunnen doen (bijvoorbeeld: leren over permacultuur).

Communicatie via sociale media, maar daarna face-to-face

- Probeer hen te bereiken via **online platforms** maar zorg dat er daarna veel **face-to-facecontact** is. Via begeleiding, andere vrijwilligers of trainingsmiddagen.

- ✓ In de bijlage (vanaf pagina 93) staan uitgewerkte ideeën voor activiteiten en communicatie op basis van de werksessies

Druk (gezins)leven, dromend van een luilekkerland met veel geld

Ruim een derde van de nieuwe groene vrijwilligers (34%) is een volwassene (in de leeftijd van 35 t/m 54 jaar) met een moderne of een postmoderne waardenoriëntatie. Zij hebben over het algemeen een druk leven, vaak met de zorg voor een gezin. Hun vrije tijd besteden ze met name aan familie- of vriendenbezoekjes of televisie, series of films kijken. Vanwege hun drukke (gezins)leven hebben zij, meer dan jongeren, de behoefte om af en toe te ontsnappen aan de realiteit en alleen te zijn.

Interesse in buurtinitiatieven gecombineerd met interesse in telactiviteiten als inventarisatie en monitoring

(Post)moderne volwassenen willen zich, naast buurtinitiatieven, het liefst inzetten voor telactiviteiten, zoals het tellen en monitoren van dier-, plant- en boomsoorten.

Motivatie komt vooral voort uit de wil om zich in te zetten voor de natuur, maar vrijwilligerswerk moet wel relatief laagdrempelig zijn

In vergelijking met andere nieuwe groene vrijwilligers hebben (post)moderne volwassenen meer interesse in natuurthema's zoals natuurbehoud en -bescherming of grotere thema's als het milieu en klimaat. Ze willen zich vooral inzetten voor de natuur in hun eigen woonomgeving en lekker buiten bezig zijn. Liefst zouden ze af en toe groen vrijwilligerswerk doen in of rondom hun eigen woonplaats, maar ze hebben ook relatief veel interesse in groen vrijwilligerswerk in het landelijk gebied van hun provincie.

Liefst in gezelschap, maar sommigen hebben geen voorkeur

Waar (moderne en postmoderne) een sterke voorkeur hebben voor het werken in gezelschap, maakt dat (post)moderne volwassenen minder uit. Een meerderheid van hen heeft weliswaar ook een voorkeur voor gezelschap, maar ruim een derde heeft geen voorkeur voor met wie zij hun werk verrichten.

Lokale natuurorganisaties hebben de voorkeur, maar ook (post)moderne volwassenen weten vaak niet goed waar te beginnen

De motivatie van (post)moderne volwassenen om groen vrijwilligerswerk te gaan doen, vloeit vooral voort uit hun wil om iets aan de leefbaarheid van hun eigen woonomgeving te verbeteren. Het merendeel zou zich het liefst aansluiten bij een lokale natuurorganisatie of een lokale afdeling van een landelijke organisatie. Maar, net als alle andere nieuwe groene vrijwilligers, weet ook een aanzienlijk deel van de (post)moderne volwassenen niet uit zichzelf waar te beginnen als ze aan de slag willen.

Tijdsgebrek belemmering no. 1 voor het doen van groen vrijwilligerswerk

(Post)moderne volwassenen hebben bovengemiddeld vaak de zorg voor een gezin thuis, wat mogelijk de oorzaak is dat tijdsgebrek bij hen belemmering nummer 1 is om groen vrijwilligerswerk te gaan doen.

Materiële en professionele ondersteuning van belang, maar ook een (onkosten)vergoeding gewenst

Qua ondersteuning verwachten (post)moderne volwassenen net als andere groene vrijwilligers vooral materiële ondersteuning en vaste contactpersonen. Maar, overeenkomstig met moderne jongeren, rekenen ze ook vaker op (onkosten)vergoeding en maaltijden tijdens hun werkzaamheden.

Voor ondersteuning bij buurtinitiatief zouden (post)moderne volwassenen sneller naar lokale overheden kijken dan naar natuurorganisaties

Als ze deelnemen aan buurtinitiatieven denken (post)moderne volwassenen er minder snel aan steun te zoeken bij natuurorganisaties. Zij zouden voor hulp en ondersteuning vooral naar lokale overheden (gemeenten, provincies en waterschappen) kijken.

Betrokkenheid belangrijk, maar een deel wil ook gewoon zijn/haar eigen gang gaan

Hoewel betrokkenheid en waardering ook bij deze groep hoog in het vaandel staan, is er een relatief grote groep (29%) die eigenlijk alleen wil dat een natuur- of vrijwilligersorganisatie hun werk mogelijk maakt en die zich verder niet betrokken hoeft te voelen bij de organisatie. Desondanks zou voor een groot aandeel betrokkenheid, bijvoorbeeld contact met andere vrijwilligers en een vrijwilligerscoördinator, het werk wel aantrekkelijker maken.

Publieke omroep, dagbladen en vrouwenbladen meest gevolgde mediakanalen

Qua media zijn (post)moderne volwassenen goed te bereiken via de publieke omroepzenders en grote dagbladen. Ook vrouwenbladen, zoals LINDA en VIVA lezen ze vaak. Bestaande ideeën, zoals de Groene academie, Betrokken bij Buiten en het Natuur-ID spreken hen bovengemiddeld aan.

Personabeschrijving | (Post)moderne volwassenen

“

Hallo, mijn naam is Ronald en ik ben 45 jaar. Ik woon in Haarlem met mijn vrouw Anne en mijn drie zoontjes: Jochem (13), Maarten (10) en Bas (9). Ik werk bij een verzekeringsmaatschappij in Amsterdam.

Als je me vroeger had verteld dat ik later bij een verzekeringsmaatschappij zou gaan werken, had ik je voor gek verklaard, denk ik. Ik wilde altijd boswachter worden – je kon me alles vragen over bomen en planten.

Van die hobby komt tegenwoordig weinig meer terecht. Het gezinsleven vergt toch meer tijd dan je denkt en ik heb er eigenlijk nauwelijks tijd voor. Maar nu de jongens ouder worden, en ik ze ten minste niet meer ieder weekend naar de voetbal hoeft te brengen, lijkt het me stiekem wel leuk weer eens iets te doen met mijn oude hobby.

Het maakt me verder niet zoveel uit waar ik me bij aansluit en met wie ik het ga doen. Het lijkt me gezellig om samen met anderen op te trekken, maar het is ook fijn om af en toe even op mezelf te zijn, met mijn drukke gezinsleven thuis. Het lijkt me natuurlijk het allerleukst om de natuur in te gaan en weer net als vroeger bomen en planten te ontdekken en te inventariseren, maar ik vrees dat ik daarvoor de kennis niet meer heb. Ik heb een vriend die werkt bij Natuurmonumenten, misschien kan ik hem eens vragen wat de mogelijkheden tegenwoordig zijn.

”

Motivatie komt vaak voort uit interesse in natuurthema's

- Benadruk dat ze via het doen van groen vrijwilligerswerk bij kunnen dragen aan de **thema's** die ze belangrijk vinden, zoals natuurbehoud en -bescherming, milieu en duurzaamheid.

Drukbezette ouders die af en toe willen ontsnappen

- Benader hen proactief met de **verschillende vormen** van groen vrijwilligerswerk die mogelijk zijn:
 - **Alleen** in de natuur en in stilte iets doen (om tot rust te komen, te ontsnappen aan drukte thuis).
 - **Gezamenlijk** met andere vrijwilligers iets bereiken.
 - Bied ook vrijwilligerswerk dat **kort thuis** gedaan kan worden (achter de computer) omdat deze groep weinig tijd beschikbaar heeft.

Gericht zijn op eigen woonomgeving

- Benader hen met mogelijkheden tot het doen van groen vrijwilligerswerk in de **eigen woonomgeving**.

Benut de gezinssituatie

- Houd rekening met de **gezinssituatie**. Daardoor is er vaak minder tijd, maar als er iets mét kinderen gedaan kan worden, kan dit juist een oplossing zijn.
- Denk ook aan activiteiten die zij eventueel samen met (de school van) hun **kinderen** kunnen uitvoeren.

Interesse in groen vrijwilligerswerk dat verder reikt dan hun eigen woonplaats: landelijk gebied in de provincie

- Benader hen proactief over de mogelijkheden tot groen vrijwilligerswerk in het **landelijk gebied** van hun provincie, bijvoorbeeld in gebieden waar naartoe ze wel eens uitstapjes (kunnen) maken als gezinnen.

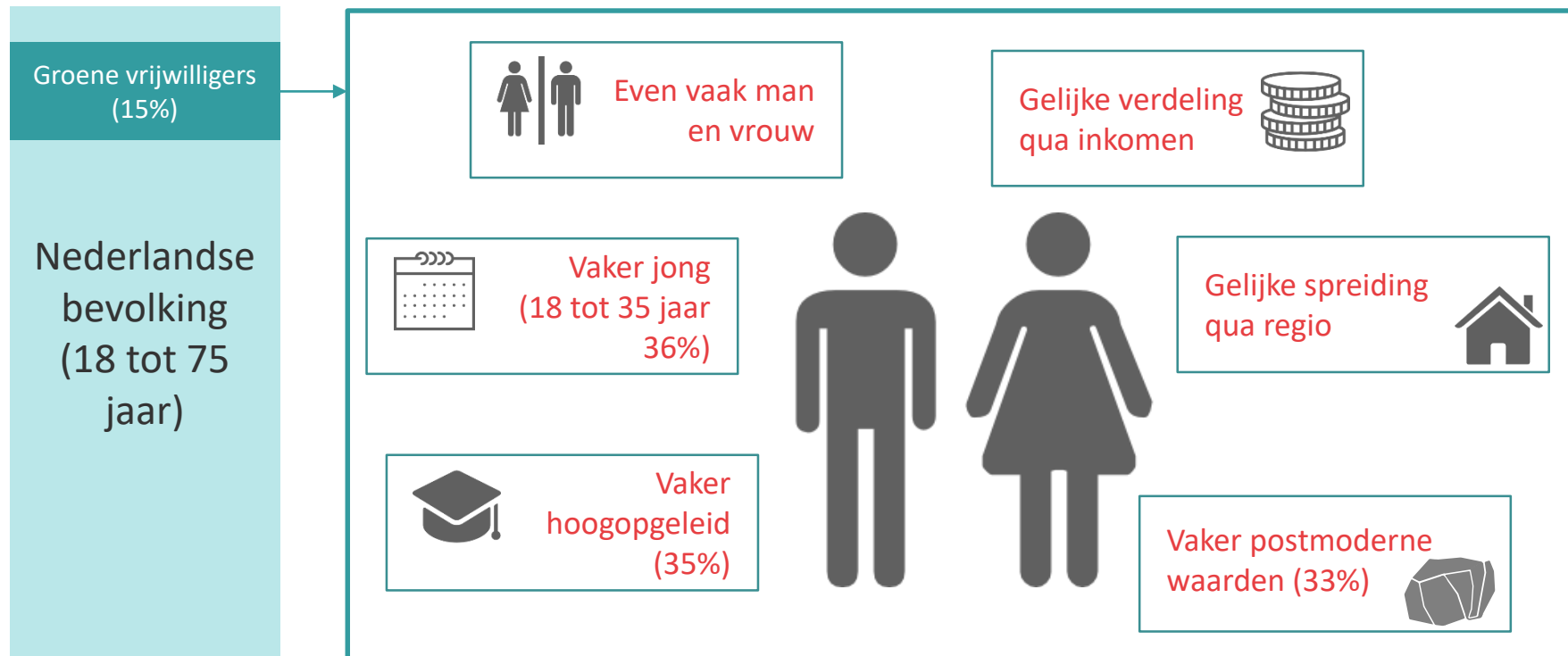
- ✓ In de bijlage (vanaf pagina 93) staan uitgewerkte ideeën voor activiteiten en communicatie op basis van de werksessies

Resultaten | Nieuwe groene vrijwilligers



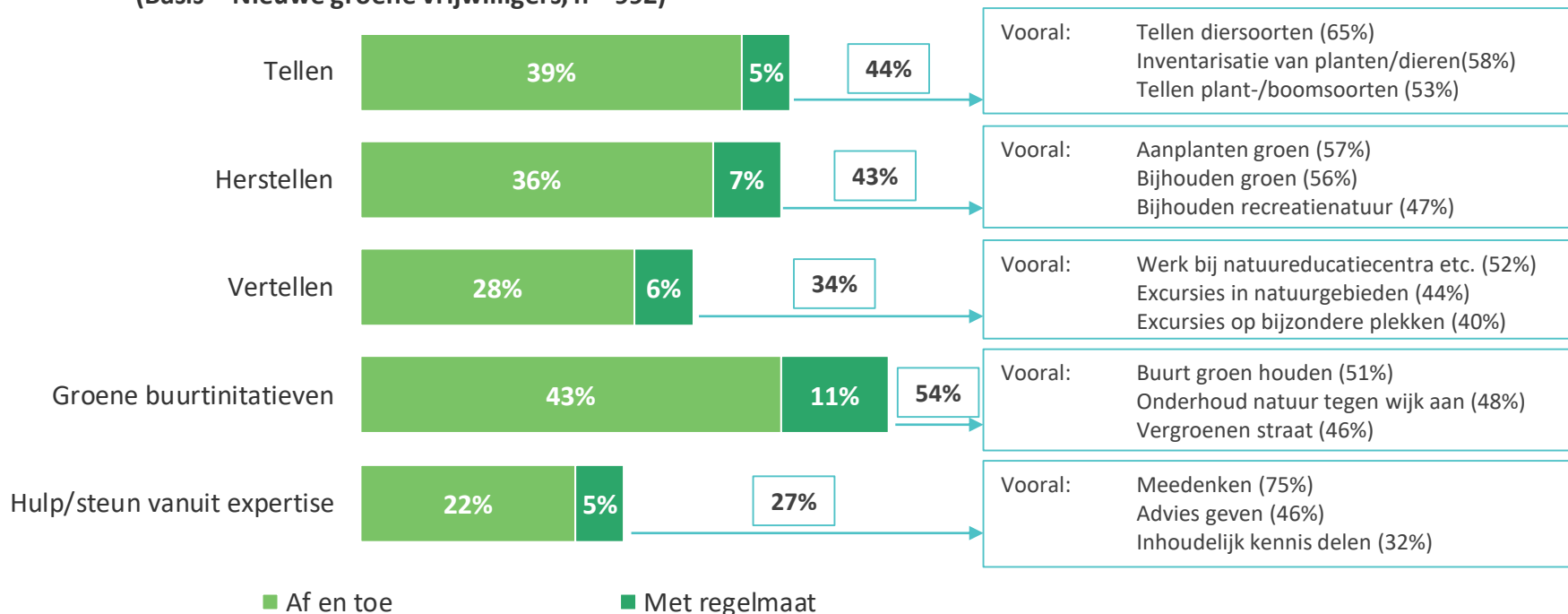
Nieuwe groene vrijwilligers | Profiel

De nieuwe groene vrijwilligers, ten opzichte van de rest van de Nederlandse bevolking



Nieuwe groene vrijwilligers | Type vrijwilligerswerk

Kun je van de volgende activiteiten aangeven of je bereid bent om deze in de toekomst vrijwillig te doen?
(Basis - Nieuwe groene vrijwilligers, n = 992)



Nieuwe groene vrijwilligers | Voorkeuren

4 op de 10 nieuwe groene vrijwilligers willen zich af en toe inzetten voor landschap en natuur

- Het grootste deel van de nieuwe groene vrijwilligers (39%) wil zich *af en toe* (een aantal uur per jaar) vrijwillig inzetten voor landschap en natuur.
- 20% wil dit *incidenteel* (een aantal uur per jaar).
- 20% *regelmatig* (een aantal uur per maand).
- 10% *op projectbasis* (een aantal dagen per jaar).
- 7% *structureel* (een aantal uur per week).

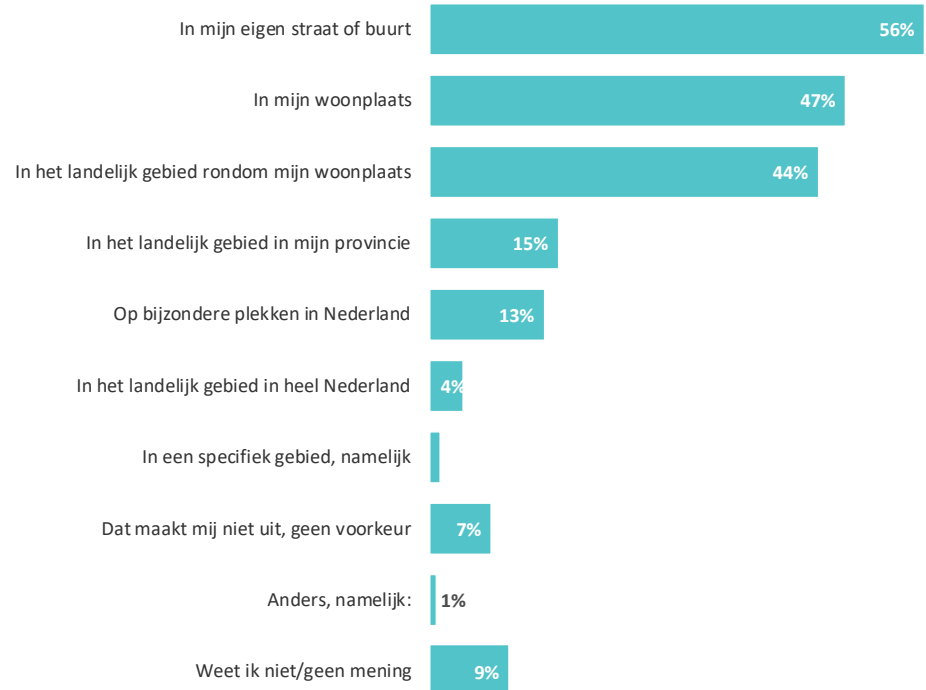
Voorkeur ligt bij groen vrijwilligerswerk dichtbij huis

- De meeste nieuwe groene vrijwilligers zouden zich het liefst vrijwillig inzetten in hun eigen straat of buurt (56%). Daarna hebben de woonplaats (47%) en het landelijk gebied om de woonplaats (44%) de meeste voorkeur.

Ruim de helft wil het liefst in gezelschap vrijwilligerswerk doen

- Over het algemeen hebben nieuwe groene vrijwilligers een voorkeur voor samenwerken met anderen (55% in totaal). Over het type gezelschap zijn nieuwe groene vrijwilligers verdeeld: 33% noemt familie, vrienden of bekenden, 28% een vaste groep vrijwilligers en 20% een wisselende groep. 10% zou het liefst alleen willen werken. 36% heeft (nog) geen voorkeur.

Waar zou je willen meewerken aan activiteiten voor landschap/natuur? (Basis - Nieuwe groene vrijwilligers, n = 992)



Inzet voor de natuur voornaamste reden om vrijwilligerswerk te gaan doen

- Als we enkele mogelijke redenen voorleggen om je vrijwillig in te zetten voor landschap/natuur geven de meeste nieuwe groene vrijwilligers aan dat zij zich willen inzetten...
 - ... voor de natuur (55%)
 - ... om in de buitenlucht bezig te zijn (53%)
 - ... voor hun eigen leefomgeving (45%)
 - ... omdat dat goed is voor milieu en klimaat (44%)
- Als we in een *open vraag* naar motivaties vragen, wil men zich het liefst inzetten voor landschap en natuur vanwege:
 - Interesse in de natuur (21%)
 - Behoud van de natuur (18%)
 - Het belang en de noodzaak van de natuur (16%)

"Ik hou ontzettend van de natuur en vind dat we dat moeten koesteren en behouden voor de volgende generaties."

"Omdat het behoud van natuur zeer belangrijk is voor de wereld, de leefomgeving en de uitstraling van de stad, of wijk."

Welke van de volgende aspecten zijn voor jou redenen om je vrijwillig in te (willen) zetten voor landschap/natuur? (Basis - Nieuwe groene vrijwilligers, n = 992)



Bijdrage aan natuurbehoud en bescherming van de natuur in Nederland belangrijkste doelstelling om groen vrijwilligerswerk te gaan doen

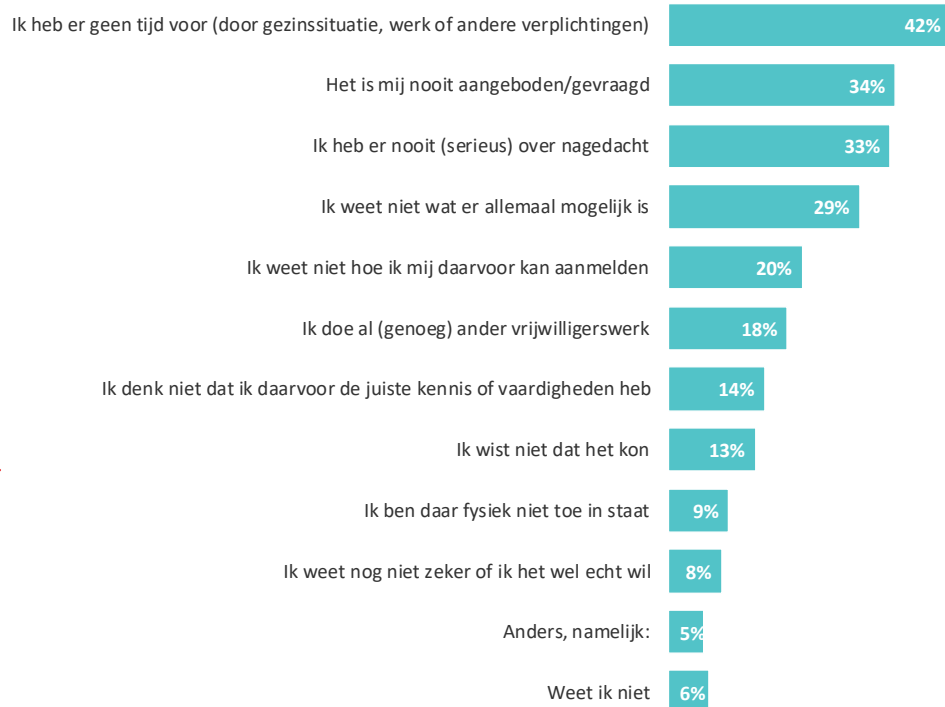
Als we enkele doelstellingen voorleggen waar groen vrijwilligerswerk aan kan bijdragen, hechten nieuwe groene vrijwilligers vooral belang aan..

- Natuurbehoud en bescherming van landschap/natuur in Nederland (79% (zeer) belangrijk)
- Verbetering van het groen in de directe omgeving (79%)
- Verbetering van de leefbaarheid in de woonomgeving (79%)
- Verbetering van landschap/natuur in Nederland (77%)

Een derde van de nieuwe groene vrijwilligers zet zich nog niet in, omdat het hen nooit is aangeboden of gevraagd

- De meest voorkomende redenen waarom men zich nu nog niet (vaker) inzet zijn:
 - Geen tijd (42%)
 - Nooit aangeboden of gevraagd (34%)
 - Nooit serieus over nagedacht (33%)

Wat is de reden dat je op dit moment niet (vaker) vrijwillig meewerkt aan activiteiten voor landschap/natuur? (Basis - Nieuwe groene vrijwilligers, n = 992)



Nieuwe groene vrijwilligers | Inrichting

Circa helft zou niet weten waar naartoe te stappen als ze zich willen inzetten voor landschap en natuur

- Bijna de helft van de nieuwe groene vrijwilligers (48%) zou uit zichzelf niet weten waar ze naartoe zouden stappen als ze willen meewerken aan activiteiten voor landschap/natuur.
- 22% zou eerst een rondje googelen en 13% zou uit zichzelf naar de gemeente stappen. Slechts een klein deel zou uit zichzelf naar natuurorganisaties stappen, zoals Natuurmonumenten (8%), Staatsbosbeheer (4%), IVN (2%) of lokale natuurorganisaties (5%).
- Van de nieuwe groene vrijwilligers die zelf een initiatief zouden willen opstarten (6%, zie figuur hiernaast), weet 35% niet waar ze daarvoor terecht zouden kunnen. Ook zij zouden het vaakst eerst op internet gaan zoeken (28%).

Ruim een derde sluit zich het liefst aan bij een lokale natuurorganisatie

- De meeste nieuwe groene vrijwilligers zouden zich het liefst aansluiten bij een lokale organisatie (36%) of een lokale afdeling van een grote natuurorganisatie (37%).
- Ruim een kwart (27%) zou zich het liefst aansluiten bij een bestaand (groen) burgerinitiatief. 6% van de nieuwe groene vrijwilligers start het liefst zelf een nieuw initiatief.

Welke van de volgende mogelijkheden zou(den) in de toekomst jouw voorkeur hebben? (Basis - Nieuwe groene vrijwilligers, n = 992)



Nieuwe groene vrijwilligers | Betrokkenheid

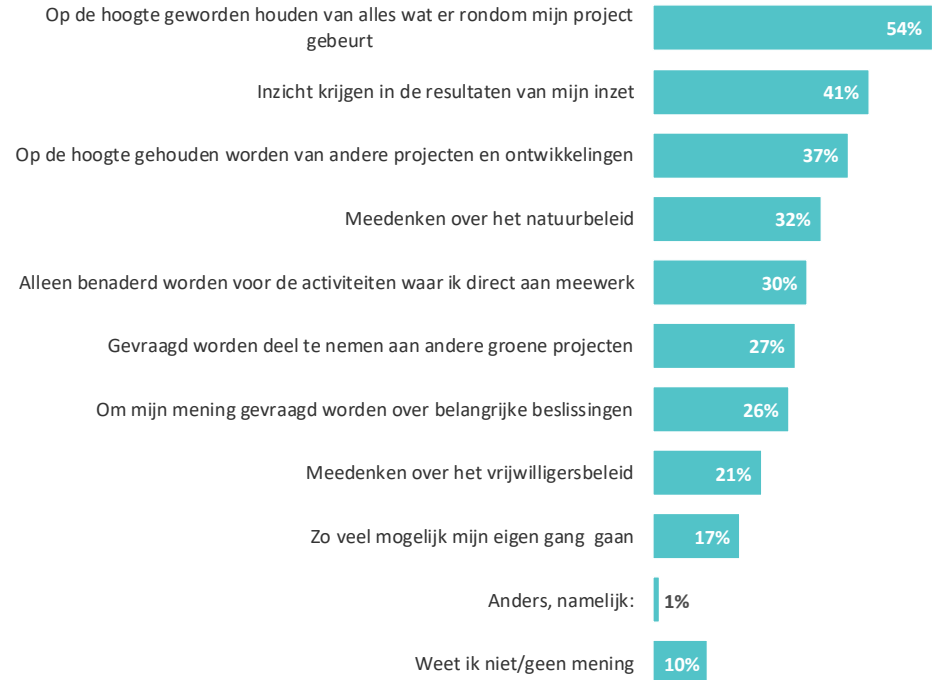
Helpt wil door organisatie op de hoogte worden gehouden van alle ontwikkelingen omtrent een project

- Als ze zich aan zouden melden bij een (lokale of grotere) natuurorganisatie, geven veel nieuwe groene vrijwilligers er qua betrokkenheid de voorkeur aan dat ze op de hoogte worden gehouden van alles wat er speelt rondom hun project (54%) en van andere projecten en ontwikkelingen binnen de organisatie (37%). 41% wil inzicht in de resultaten van het project waar ze aan meewerken.
- In mindere mate wil men meedenken over natuurbeleid (32%), vrijwilligersbeleid (21%) en belangrijke beslissingen in het project (26%).

Driekwart wil waardering krijgen voor de inzet

- 75% vindt het (zeer) belangrijk om zich een gewaardeerde medewerker van de organisatie te voelen.
- 71% vindt het (zeer) belangrijk om zich betrokken te voelen bij de organisatie als geheel.
- 24% vindt het (zeer) belangrijk dat de organisatie alleen hun werk mogelijk maakt en hoeft zich verder niet betrokken te voelen bij de organisatie.

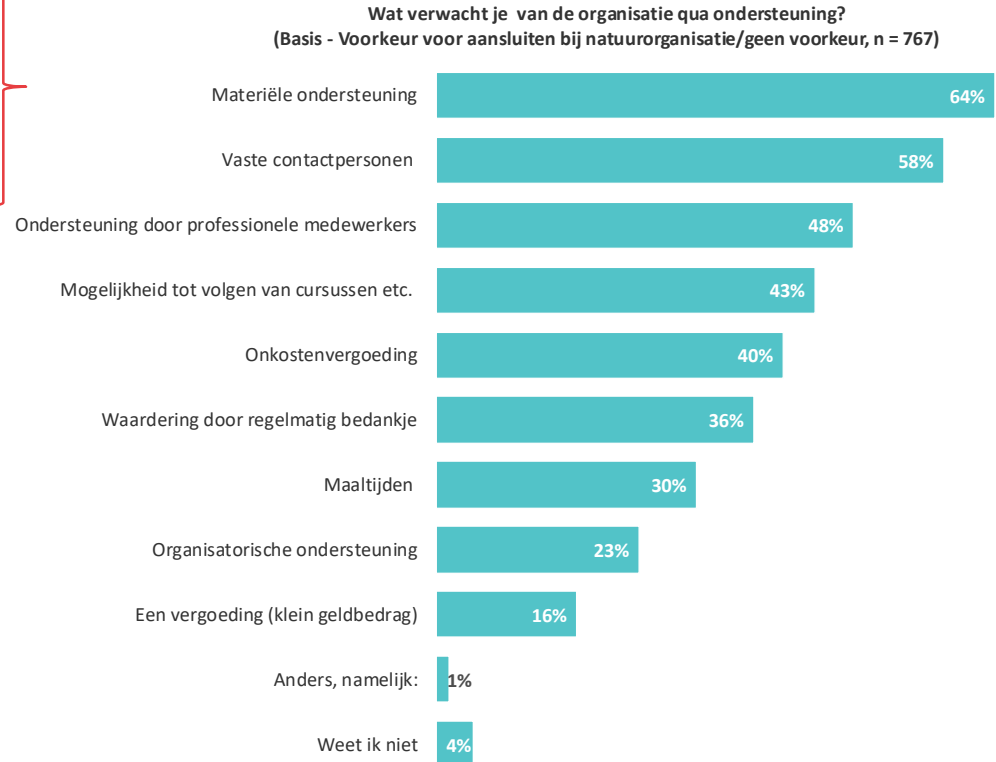
Hoe zou je betrokken willen worden? (Basis - Voorkeur voor natuur-/landschapsorganisaties/gemeente/provincie/ maatschappelijke inst/geen voorkeur, n = 767)



Nieuwe groene vrijwilligers | Ondersteuning

Ongeacht het type vrijwilligerswerk, verwacht men vooral materiële ondersteuning en een vaste contactpersoon

- Als men zich aansluit bij een organisatie, verwacht men vooral:
 - Materiële ondersteuning (64%)
 - Een vaste contactpersoon (58%)
 - Ondersteuning door professionele medewerkers (48%)
- Als men zich aansluit bij een burgerinitiatief, verwacht men vooral:
 - Materiële ondersteuning (59%)
 - Een vaste contactpersoon (54%)
 - Waardering door een regelmatig bedankje (38%)
 - Opvallend: ook bij een burgerinitiatief verwacht 32% ondersteuning door professionele medewerkers.*
- Als ze zouden deelnemen aan een buurtinitiatief, zouden nieuwe groene vrijwilligers verreweg het vaakst ondersteuning verwachten van de gemeente (75%), op afstand gevolgd door lokale natuurorganisaties (43%) en landelijke natuurorganisaties (26%).



Nieuwe groene vrijwilligers | Triggers

Face-to-facecontact zou vrijwilligerswerk voor de meesten aantrekkelijker maken

- Het vrijwilligerswerk zou vooral aantrekkelijker gemaakt kunnen worden door*:
 - (Face-to-face)contact met andere vrijwilligers (51%) of met een vrijwilligerscoördinator (40%)
 - Het volgen van cursussen en trainingen op bijeenkomsten (33%) of online (31%)

Ervoor gevraagd worden is één van de belangrijkste triggers om groen vrijwilligerswerk te gaan doen

- De drie aspecten die het vaakst een directe aanleiding zouden kunnen vormen zijn: meer tijd (45%), een vraag vanuit een organisatie (31%) of een vraag van burens of buurtgenoten (29%).

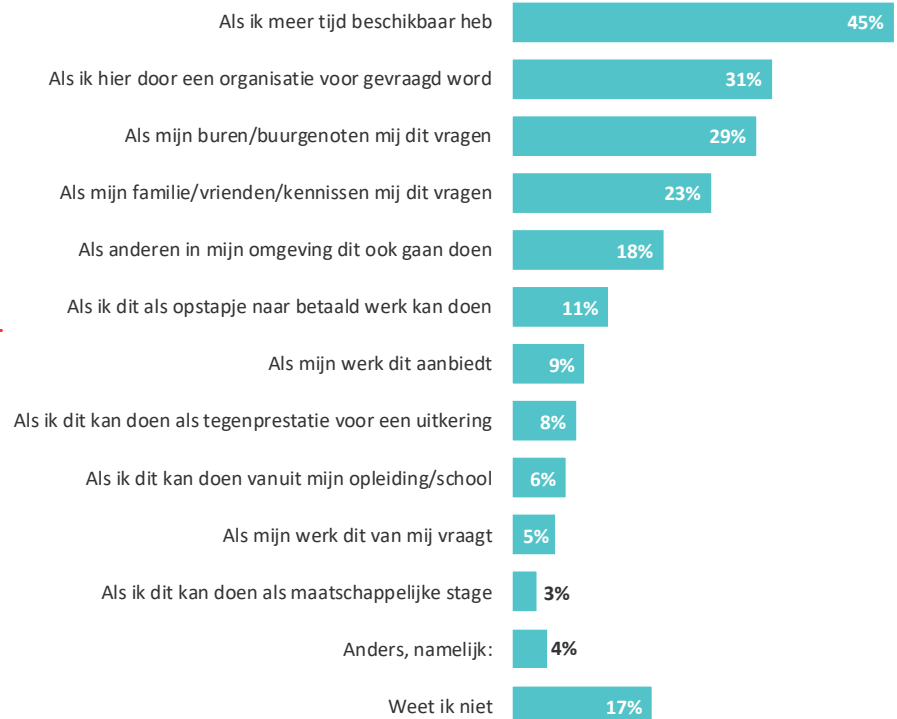
Bijna zes op de tien nieuwe groene vrijwilligers vinden 'Betrokken bij buiten' een aansprekend idee

- Van drie voorgelegde ideeën vinden nieuwe groene vrijwilligers 'Betrokken bij buiten' het meest aansprekende idee (58%)**, gevolgd door de Groene academie (51%) en het Natuur-ID (31%).

* Niet gevraagd aan mensen die alleen incidenteel hulp/steun wilden geven

**Dit kan komen doordat nieuwe groene vrijwilligers relatief vaak jong zijn

Wat zou voor jou een directe aanleiding kunnen zijn om te starten met het meewerken aan activiteiten voor landschap/natuur? (Basis - Nieuwe groene vrijwilligers, n = 992)



Nieuwe groene vrijwilligers | Houding tegenover natuur

Natuurbehoud en -bescherming meest interessante thema op het gebied van landschap en natuur

- Qua thematiek zijn nieuwe groene vrijwilligers vooral geïnteresseerd in:
 - Natuurbehoud en bescherming (74%)
 - Duurzaamheid (71%)
 - Dierenbescherming en dierenwelzijn (67%)
 - Milieu (67%)
 - Klimaat (64%)
 - Natuureducatie en natuurbeleving (55%)
- Het merendeel van de nieuwe groene vrijwilligers wandelt (84%) en fietst (63%) het liefst in de natuur. Ook geniet 60% van de natuur. Alle andere voorgelegde activiteiten, zoals picknicken, lezen of zwemmen, worden door beduidend minder nieuwe groene vrijwilligers gedaan.
- 28% van de nieuwe groene vrijwilligers doet nu ook al vrijwilligerswerk voor een ander doel dan natuur en landschap. 13% doet momenteel *geen* ander vrijwilligerswerk, maar heeft dat in het verleden wel gedaan. Zes op de tien (59%) zetten zich *niet* vrijwillig in, ook in het verleden niet.

Welke activiteiten onderneem je graag in de natuur?

(Basis – Nieuwe groene vrijwilligers, n = 992)

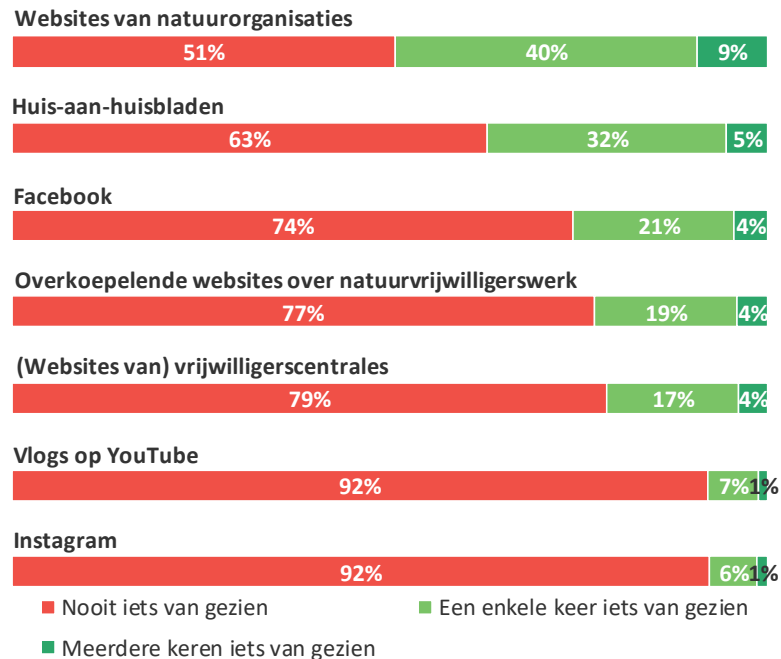
Wandelen	84%
Fietsen	63%
Van de natuur genieten	60%
Hond uitlaten	27%
Picknicken	27%
Horeca bezoeken	26%
Lezen	24%
Zwemmen	22%
Toeren met de auto	21%
Hardlopen	19%
Varen	19%
Schaatsen	13%
Paardrijden	6%
Wielrennen	5%

Nieuwe groene vrijwilligers | Communicatie

Meeste nieuwe groene vrijwilligers hebben weleens iets meegekregen over projecten van natuurorganisaties via hun websites en via huis-aan-huisbladen

- Websites van natuurorganisaties (49%)
- Huis-aan-huisbladen (37%)
- Facebook (25%)
- Overkoepelende websites over natuurvrijwilligerswerk (23%)
- Websites van vrijwilligerscentrales (21%)
- Vlogs op YouTube (8%)
- Instagram (7%)

Heb jij via deze kanalen weleens iets gezien van natuurorganisaties?
(Basis - Nieuwe groene vrijwilligers, n = 992)





Profilering doelgroepen

In de volgende hoofdstukken profileren we de drie communicatiedoelgroepen onder de nieuwe groene vrijwilligers:

1. Jongeren (18 t/m 34 jaar) met een **moderne waardenoriëntatie**

Deze groep vormt ruim 17% van alle nieuwe groene vrijwilligers en circa 2,6% van de Nederlandse bevolking (18-75 jaar) (n = 173)

2. Jongeren (18 t/m 34 jaar) met een **postmoderne waardenoriëntatie**

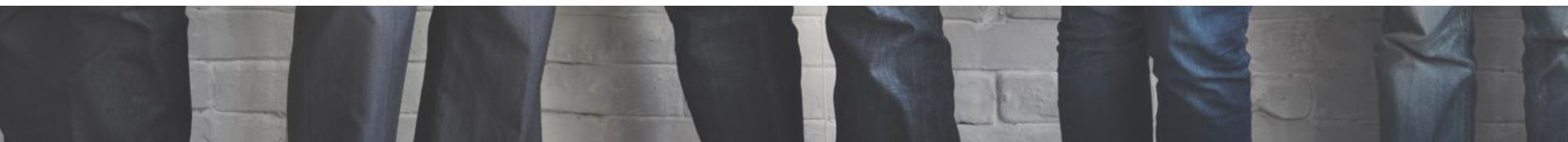
Deze groep vormt bijna 15% van alle nieuwe groene vrijwilligers en circa 2,2% van de Nederlandse bevolking (18-75 jaar) (n = 147)

3. Volwassenen (35 t/m 54 jaar) met een **moderne of postmoderne waardenoriëntatie**

Deze groep vormt circa 34% van alle nieuwe groene vrijwilligers en circa 5% van de Nederlandse bevolking (18-75 jaar) (n = 334)

Allereerst geven we een sociodemografisch profiel van de doelgroep, afgezet tegen de totale Nederlandse bevolking. Vervolgens tonen we de resultaten van het kwantitatieve onderzoek per doelgroep visueel en zetten we deze af tegen de totale groep nieuwe groene vrijwilligers. Als een subdoelgroep significant (en ten minste vijf procentpunt) *hoger* scoort op een vraag dan de andere nieuwe groene vrijwilligers, geven we dat aan met een **+** (in grafieken) of een **groen** gemarkeerd percentage. Scoort een subgroep significant (en ten minste vijf procentpunt) *lager* op een bepaalde vraag/categorie, dan is dat aangeduid met een **-** (in grafieken) of een **oranje** gemarkeerd percentage.

Voorbeeld: moderne jongeren willen vaker groen vrijwilligerswerk doen in hun eigen buurt of straat dan andere groene vrijwilligers, en juist minder vaak in het landelijk gebied rondom hun woonplaats (zie pagina 46).



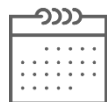
Resultaten | Moderne jongeren



Moderne jongere als nieuwe groene vrijwilliger



In totaal vormt deze groep circa **17% van alle nieuwe groene vrijwilligers** en 2,6% van de Nederlandse bevolking.



18 t/m 24 jaar (38%)

25 t/m 34 jaar (62%)



42% man, 58% vrouw

In vergelijking met de Nederlandse bevolking als geheel zijn moderne jongeren die potentieel nieuwe groene vrijwilliger zijn:



Vaker middelbaar opgeleid (64%)

Vaker nog studerend of schoolgaand (31%)



Vaker werkzaam:

- In de handel
- In de horeca

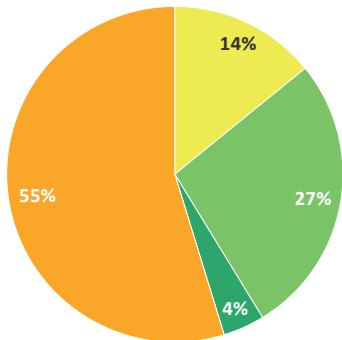
Moderne jongeren | Type vrijwilligerswerk

Welk type vrijwilligerswerk doen moderne jongeren het liefst?

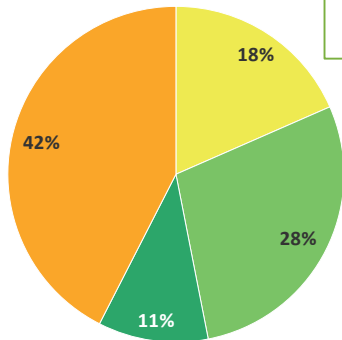
✓ *Deelnemen aan een groen buurtinitiatief (45%) en vertellen (39%)*

Moderne jongeren willen vaker vertellen dan andere nieuwe groene vrijwilligers

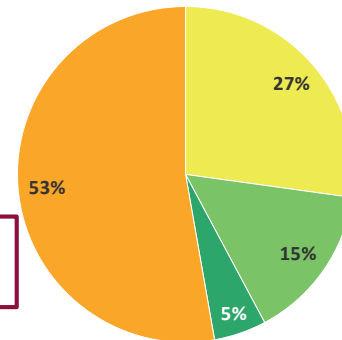
Tellen



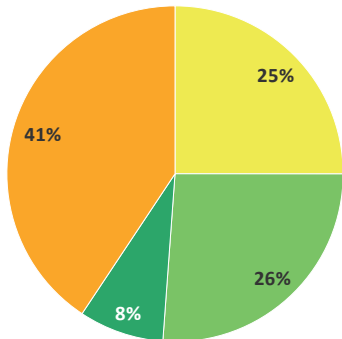
Vertellen



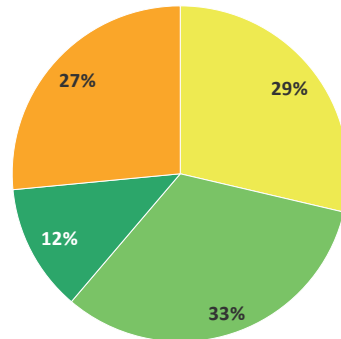
Hulp of steun



Herstellen



Groen buurtinitiatief



- Ja, een enkele keer
- Ja, af en toe
- Ja, met enige regelmaat
- Nee

Moderne jongeren | Voorkeur qua activiteiten

Wat voor activiteiten doen moderne jongeren het liefst als vrijwilligerswerk?

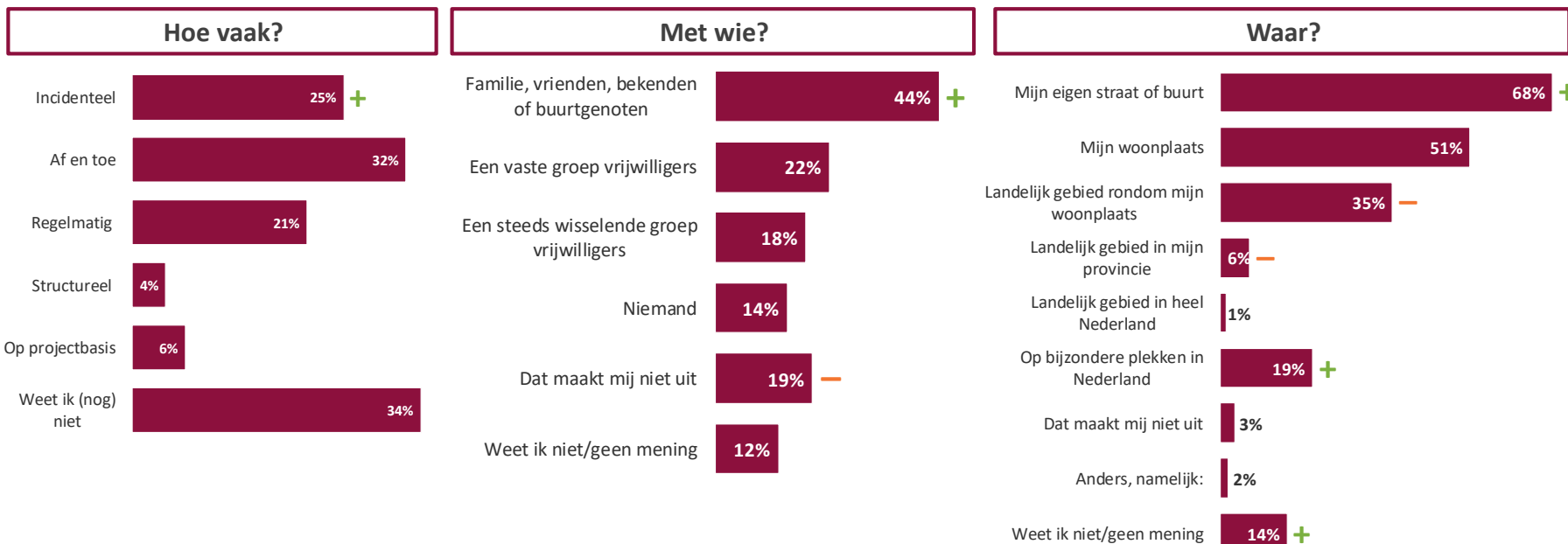
✓ *Gezamenlijk een moestuin beheren, de natuur/het groen onderhouden, diersoorten tellen of excursies organiseren*

Tellers (31% van de moderne jongeren)	Herstellers (34% van de moderne jongeren)	Vertellers (39% van de moderne jongeren)	Buurtinitiatieven (45% van de moderne jongeren)	Hulp of steun (20% van de moderne jongeren)
Tellen/monitoren van diersoorten (59%)	Gezamenlijk onderhouden van groen (57%)	Excursies organiseren in natuurgebieden (37%)	Gezamenlijk een moestuin beheren (53%)	Advies geven om projecten te ondersteunen (63%)
Onderzoeken welke planten, bomen en dieren er allemaal zijn in een gebied (53%)	Gezamenlijk aanplanten van groen (47%)	Excursies organiseren op bijzondere plekken (36%)	Gezamenlijk de natuur onderhouden die tegen de wijk aan ligt (52%)	Meedenken over de organisatie van projecten (58%)
Tellen/monitoren van planten-/boomsoorten (34%)	Gezamenlijk bijhouden van recreatiemogelijkheden in de natuur (47%)	Organisatie van educatieve activiteiten (32%)	Vergroenen van mijn straat (50%)	Inhoudelijke kennis over natuur en landschap delen (16%)
Organisatie van monitoring/inventarisatie-activiteiten (26%)	Meewerken aan activiteiten voor bescherming van dieren in natuurgebied (45%)	Werken in een natuureducatiecentrum/op een kinderboerderij etc. (30%)	Aanleggen van nieuw groen in de buurt (43%)	
	Organisatie van deze beheer- en ontwikkelingsactiviteiten (32%)	Lesgeven (29%)	Organisatie van buurtinitiatieven ondersteunen (30%)	
	Meewerken in een groep die het groen op een landgoed beheert en verzorgt (30%)	Cursussen geven (19%)	Meewerken aan projecten om groen in de buurt te onderhouden (28%)	
	Beschermen broedgebieden vogels (21%)		Meewerken aan projecten om de biodiversiteit in de buurt te vergroten (27%)	

Moderne jongeren | Praktische invulling

Hoe vaak, met wie en waar zouden moderne jongeren groen vrijwilligerswerk willen doen?

- ✓ *In vergelijking met andere nieuwe groene vrijwilligers liever incidenteel*
- ✓ *Liefst met familie, vrienden, bekenden of buurtgenoten*
- ✓ *Liefst in hun eigen straat of buurt, vaker dan andere nieuwe groene vrijwilligers op bijzondere plekken in Nederland*



Moderne jongeren | Motivaties

Waarom zouden moderne jongeren groen vrijwilligerswerk willen doen?

✓ *Om zich in te zetten voor (behoud van) de natuur en bij te dragen aan het verbeteren van het groen en de leefbaarheid in hun omgeving*

Voornaamste spontane motivaties

- Behoud van de natuur (22%)
- Interesse in de natuur (19%)
- Belangrijk en noodzakelijk (15%)

“

Ik kom graag in de natuur, en vind het belangrijk dat natuurgebieden behouden blijven.

Het is leuk, gezond om buiten bezig te zijn, goed voor de natuur en leerzaam.

Ik vind dat we te weinig aan de natuur denken en juist de natuur zo hard nodig hebben.

”

Voornaamste gekozen motivaties

- Om mij in te zetten voor de natuur (46%)
- Om mij in te zetten voor mijn eigen leefomgeving (42%)
- Om in de buitenlucht bezig te zijn (41%)
- Voor de gezelligheid (41%)
- Omdat het goed is voor het milieu en klimaat (35%)
- Om meer te leren over de natuur (33%)
- Om mij in te zetten voor de maatschappij (32%)
- Om sociale contacten op te doen (30%)

Belangrijkste bijdragen

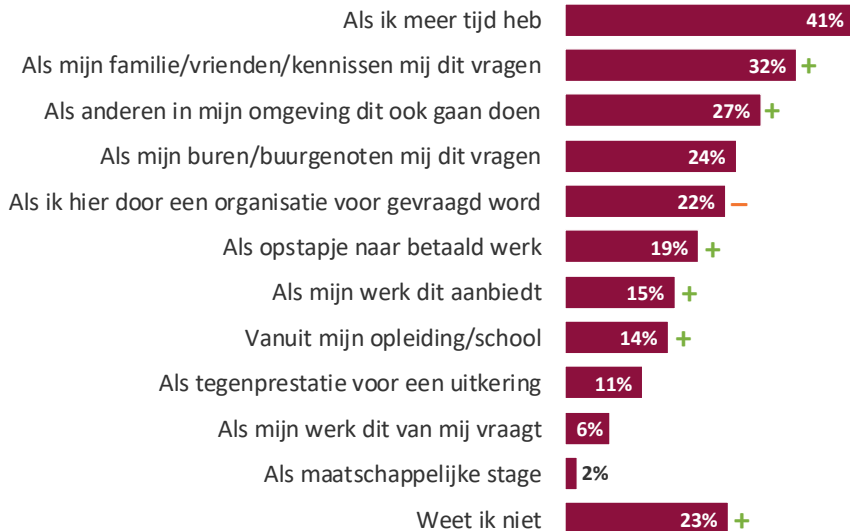
- Verbetering van het groen in mijn directe omgeving (68%)
- Verbetering van de leefbaarheid in mijn woonomgeving (68%)
- Natuurbehoud en bescherming van natuur in Nederland (66%)
- Bijdrage leveren aan het bestrijden van klimaatverandering (63%)
- Verbetering van landschap/natuur in Nederland (62%)
- Bijdrage leveren aan natuurbeleid (61%)

Moderne jongeren | Triggers en barrières

Waarom doen moderne jongeren nog niet aan groen vrijwilligerswerk?

- ✓ *Ze hebben er geen tijd voor en weten niet hoe ze zich er voor kunnen aanmelden*
- ✓ *In vergelijking met andere nieuwe groene vrijwilligers, is een combinatie met werk of opleiding vaker een trigger om het wel te gaan doen net als een vraag uit hun directe omgeving*

Triggers



Barrières

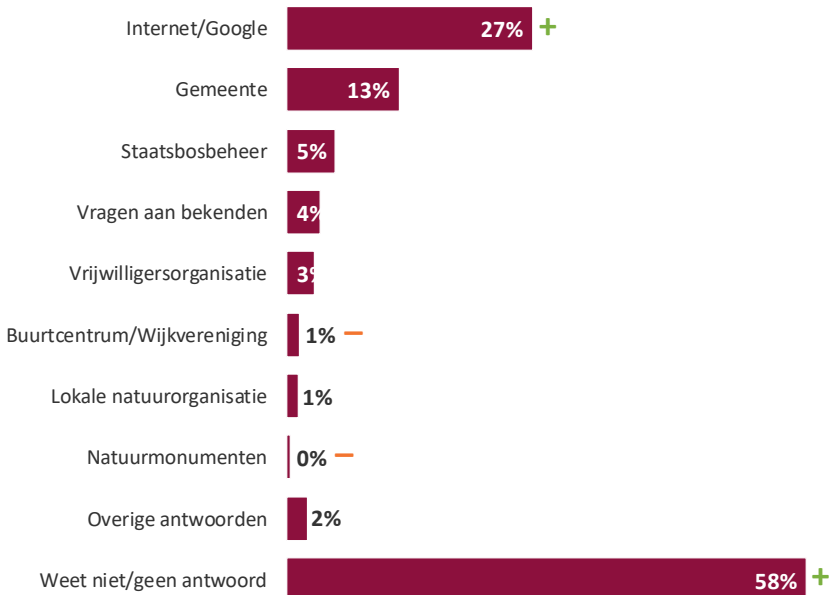


Moderne jongeren | Inrichting

Waar zouden moderne jongeren zich het liefst bij aansluiten als ze groen vrijwilligerswerk gaan doen?

- ✓ Bij een bestaand groen buurtinitiatief (29%) of bij een lokale natuurorganisatie (29%)
- ✓ Ze weten relatief vaak niet waar ze moeten aankloppen als ze groen vrijwilligerswerk willen gaan doen (58%)

Waar zou je als eerste heen stappen?



Waar zou je het liefst bij aansluiten?



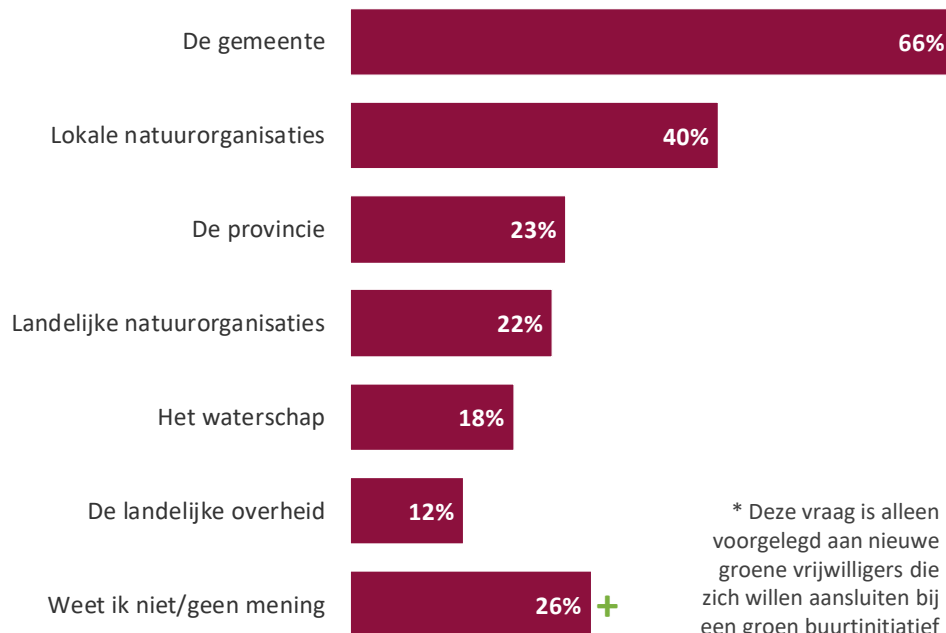
Moderne jongeren | Ondersteuning

Wat verwachten moderne jongeren qua ondersteuning?

✓ Ze verwachten vaker dan andere nieuwe groene vrijwilligers waardering voor hun inzet

Welke ondersteuning verwacht je?	Bij een natuurorganisatie	Bij een buurtinitiatief
Materiële ondersteuning	65%	60%
Vaste contactpersonen	55%	48%
Waardering door regelmatig bedankt te worden	52%	59%
Mogelijkheid tot het volgen van cursussen	47%	16%
Maaltijden	45%	24%
Ondersteuning door professionele medewerkers	45%	24%
Onkostenvergoeding (zoals reiskosten)	44%	28%
Organisatorische ondersteuning	22%	10%
Vergoeding (geldelijk bedrag)	20%	-

Van wie verwacht je ondersteuning?*



* Deze vraag is alleen voorgelegd aan nieuwe groene vrijwilligers die zich willen aansluiten bij een groen buurtinitiatief

Moderne jongeren | Betrokkenheid

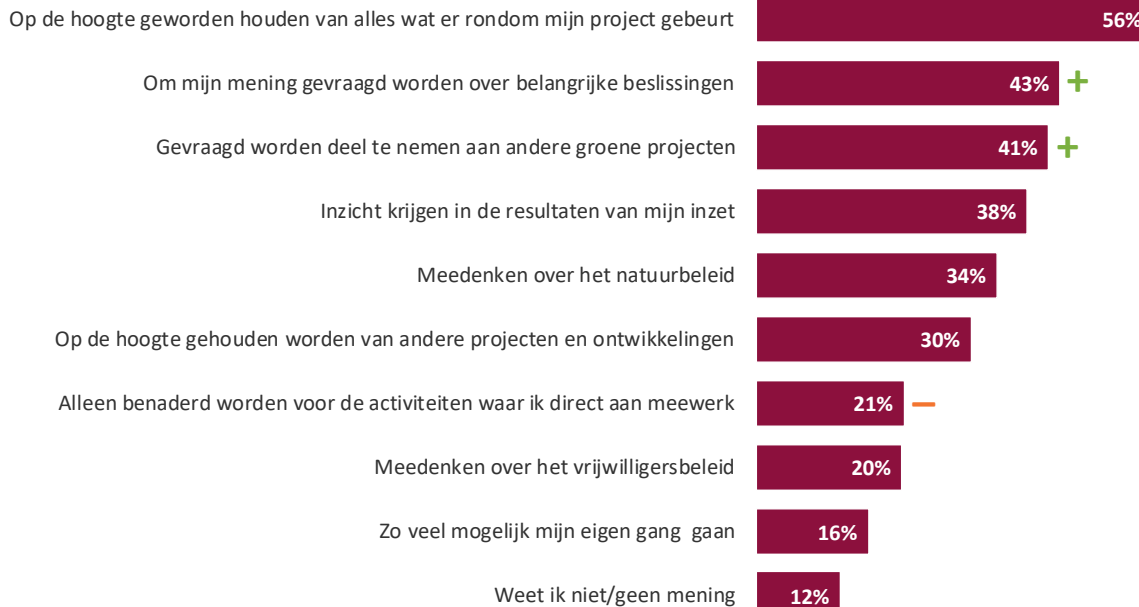
In welke mate willen moderne jongeren betrokken worden door een vrijwilligersorganisatie, als ze zich daarbij aansluiten?

- ✓ 85% vindt het belangrijk om waardering te krijgen van een vrijwilligersorganisatie
- ✓ Ze willen relatief vaker om hun mening gevraagd worden en gevraagd worden deel te nemen aan andere projecten

Belang van betrokkenheid

- **85%** vindt het belangrijk om een **gewaardeerde medewerker** te zijn van de organisatie
- 78% vindt het belangrijk om zich **betrokken te voelen** bij de organisatie als geheel
- **18%** vindt het *alleen* belangrijk dat de organisatie hun **werk mogelijk maakt**, maar hoeft zich verder niet betrokken te voelen bij de organisatie

Op welke manier?



Moderne jongeren | Aantrekkelijkheid

Hoe kan groen vrijwilligerswerk aantrekkelijk(er) gemaakt worden voor moderne jongeren?

✓ Vooral face-to-facecontact met andere vrijwilligers (43%) en het volgen van online cursussen zou het aantrekkelijker maken (37%)



58%



43%

Natuur-ID

31%

Wat kan groen vrijwilligerswerk aantrekkelijker maken?



Moderne jongeren | Communicatie

Hoe kun je moderne jongeren het best bereiken?

- ✓ *Moderne jongeren zien relatief vaak iets van natuurorganisaties via vlogs op YouTube*
- ✓ *Qua media zijn moderne jongeren goed te bereiken via sociale media, ook koppeling aan (pril) ouderschap kan kansrijk zijn*

Specifiek voor natuurorganisaties

- (Websites van) natuurorganisaties (33%)
- Huis-aan-huisbladen (25%)
- Facebook (23%)
- Overkoepelende websites over natuurvrijwilligerswerk (21%)
- (Websites van) vrijwilligerscentrales (16%)
- Vlogs op YouTube (15%)
- Instagram (11%)

Radio en televisie

Tv-zenders en -omroepen:

- RTL 4 75%
- SBS 6 67%
- RTL 5 **58%**
- NPO 3 56%
- NPO 1 **55%**

Radiozenders en -omroepen

- Radio 538 **67%**
- Q-Music **55%**
- Sky Radio **52%**
- Slam! FM **37%**
- NPO 3FM **33%**

Sociale media

Kanalen:

- Facebook **92%**
- Instagram **41%**
- LinkedIn **40%**
- Twitter **33%**
- Snapchat **30%**

Printmedia

Kranten:

- Telegraaf 39%
- Regionaal dagblad 37%
- Algemeen Dagblad 36%
- Metro **35%**
- De Volkskrant 14%

Tijdschriften:

- Ouders van nu **38%**
- Wij Jonge Ouders **35%**
- Donald Duck 34%
- Allerhande 33%
- Girlz! 32%

Groen gemarkeerde cijfers betekenen dat moderne jongeren dit medium relatief vaker gebruiken dan andere nieuwe groene vrijwilligers. *Oranje* gemarkeerde media gebruiken ze juist minder vaak.

Moderne jongeren | Interesses

Waar zijn moderne jongeren persoonlijk in geïnteresseerd?

- ✓ *Qua natuurthematiek vooral in dierenbescherming en dierenwelzijn*
- ✓ *Qua natuuractiviteiten vooral in wandelen en fietsen, en bovengemiddeld vaak in horecabezoek*

Aan natuur gerelateerde thema's

- Dierenbescherming en dierenwelzijn (64% (zeer) interessant)
- Natuurbehoud en bescherming (63%)
- Milieu (62%)
- Duurzaamheid (57%)
- Klimaat (52%)
- Natuureducatie en -beleving (42%)

Vrije tijdsbesteding in de natuur

Top vijf activiteiten*:

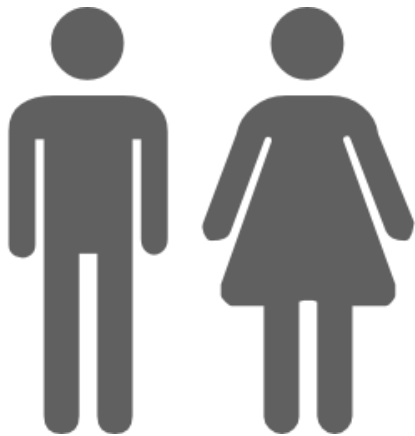
- Wandelen (75%)
- Fietsen (65%)
- Van de natuur genieten (49%)
- Horeca bezoeken (38%)
- Picknicken (31%)

* Dit is de top 5 van 14 voorgelegde activiteiten in de natuur

Resultaten | Postmoderne jongeren



Postmoderne jongere als nieuwe groene vrijwilliger



In totaal vormt deze groep circa **15% van alle nieuwe groene vrijwilligers** en 2,2% van de Nederlandse bevolking.



18 t/m 24 jaar (46%)

25 t/m 34 jaar (54%)

In vergelijking met de Nederlandse bevolking als geheel zijn postmoderne jongeren die potentieel nieuwe groene vrijwilliger zijn:



Vaker vrouwen (66%)



Vaker hoogopgeleid (39%)

Vaker nog studierend of schoolgaand (42%)



Vaker werkzaam in de horeca (13%)

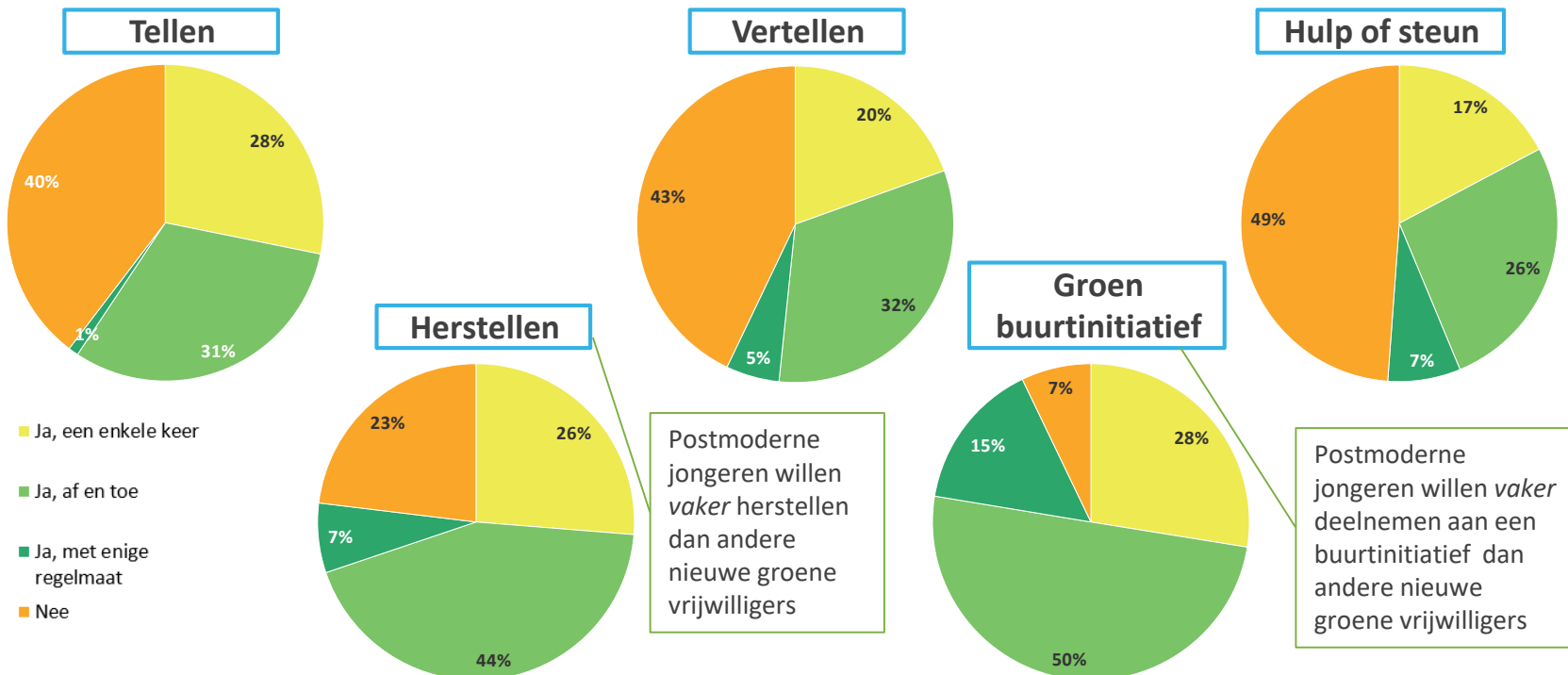


Vaker woonachtig in het oosten van Nederland (31%)

Postmoderne jongeren | Type vrijwilligerswerk

Welk type vrijwilligerswerk doen postmoderne jongeren het liefst?

✓ Veruit de meeste interesse in deelname aan groene buurtinitiatieven (65% minstens af en toe)



Postmoderne jongeren | Voorkeur qua activiteiten

Wat voor activiteiten doen postmoderne jongeren het liefst als vrijwilligerswerk?

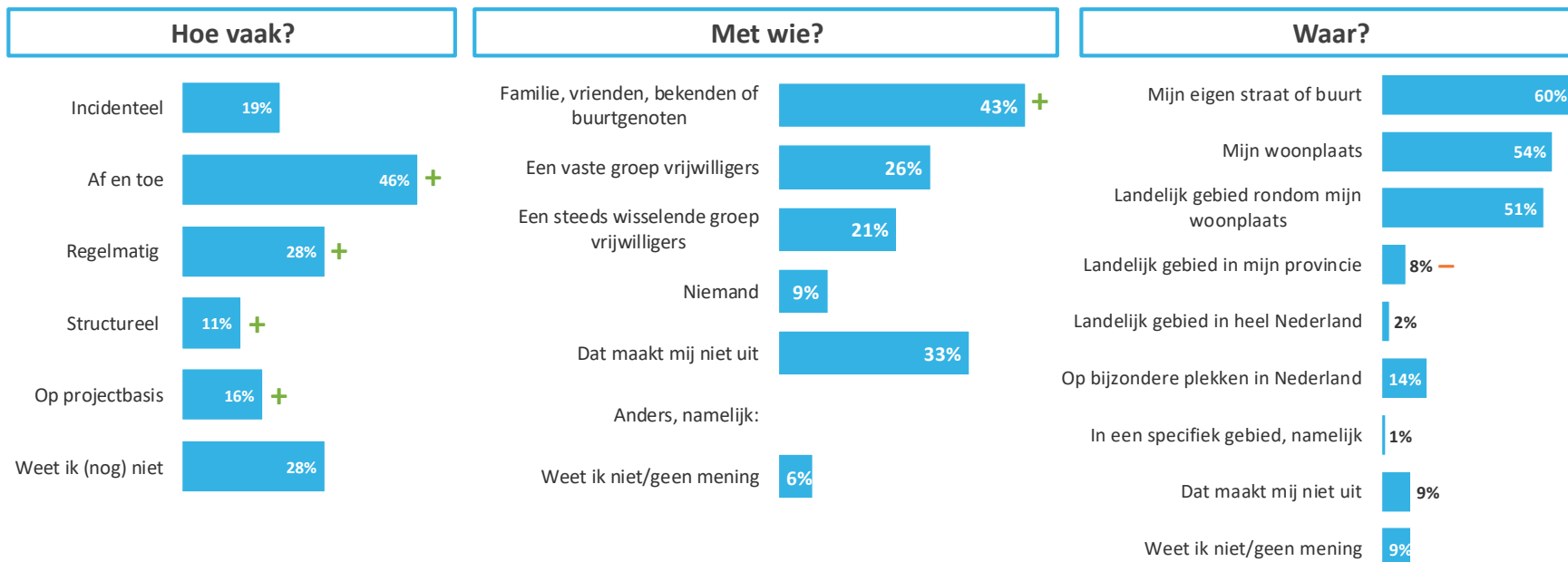
✓ *Vergroenen van hun straat/buurt, onderhouden en aanplanten van groen en werken in een educatiecentrum/op een kinderboerderij*

Tellers (32% van de postmoderne jongeren)	Herstellers (51% van de postmoderne jongeren)	Vertellers (37% van de postmoderne jongeren)	Buurtinitiatieven (65% van de postmoderne jongeren)	Hulp of steun (33% van de postmoderne jongeren)
Onderzoeken welke planten, bomen en dieren er allemaal zijn in een gebied (67%)	Gezamenlijk aanplanten van groen (73%)	Werken in een natuureducatiecentrum/op een kinderboerderij etc. (75%)	Vergroenen van mijn straat (61%)	Meedenken over de organisatie van projecten (78%)
Tellen/monitoren van planten-/boomsoorten (60%)	Gezamenlijk onderhouden van groen (51%)	Excursies organiseren in natuurgebieden (57%)	Meewerken aan projecten om groen in de buurt te onderhouden (59%)	Advies geven om projecten te ondersteunen (47%)
Tellen/monitoren van diersoorten (55%)	Gezamenlijk bijhouden van recreatiemogelijkheden in de natuur (51%)	Excursies organiseren op bijzondere plekken (53%)	Gezamenlijk de natuur onderhouden die tegen de wijk aan ligt (52%)	Inhoudelijke kennis over natuur en landschap delen (38%)
Organisatie van monitoring/inventarisatie-activiteiten (51%)	Meewerken aan activiteiten voor bescherming van dieren in natuurgebied (48%)	Cursussen geven (51%)	Meewerken aan projecten om de biodiversiteit in de buurt te vergroten (48%)	
	Organisatie van deze beheer- en ontwikkelingsactiviteiten (46%)	Lesgeven (39%)	Organisatie van buurtinitiatieven ondersteunen (41%)	
	Meewerken in een groep die het groen op een landgoed beheert en verzorgt (38%)	Organisatie van educatieve activiteiten (38%)	Aanleggen van nieuw groen in de buurt (38%)	
	Beschermen broedgebieden vogels (33%)		Gezamenlijk een moestuin beheren (34%)	

Postmoderne jongeren | Praktische invulling

Hoe vaak, met wie en waar zouden postmoderne jongeren groen vrijwilligerswerk willen doen?

- ✓ *Liefst af en toe (enkele keren per jaar), vaker op structurele, regelmatige of projectbasis dan andere nieuwe groene vrijwilligers*
- ✓ *Liefst met familie, vrienden, bekenden of buurtgenoten, een derde heeft geen voorkeur*
- ✓ *Liefst dichtbij huis*



Postmoderne jongeren | Motivaties

Waarom zouden postmoderne jongeren groen vrijwilligerswerk willen doen?

✓ *Om zich in te zetten voor (behoud van) natuur, milieu en klimaat en om bij te dragen aan verbetering van het groen in hun omgeving*

Voornaamste spontane motivaties

- *Behoud van de natuur (25%)*
- *Belangrijk en noodzakelijk (20%)*
- *Goed doel/goed bezig (18%)*



Goed voor het milieu en de buurt en ik leer ervan, doe nieuwe dingen en leer mensen kennen

Om landschap/natuur te behouden en ervoor te zorgen dat volgende generaties er ook van kunnen genieten.

Iets doen voor mens en milieu geeft me een goed gevoel



Voornaamste gekozen motivaties

- Om mij in te zetten voor de natuur (62%)
- Omdat het goed is voor het milieu en klimaat (54%)
- Om in de buitenlucht bezig te zijn (52%)
- Om mij in te zetten voor mijn eigen leefomgeving (51%)
- Voor de gezelligheid (41%)
- Om mij in te zetten voor de maatschappij (40%)
- Om meer te leren over de natuur (39%)
- Om mij in te zetten voor de biodiversiteit (31%)

Belangrijkste bijdragen

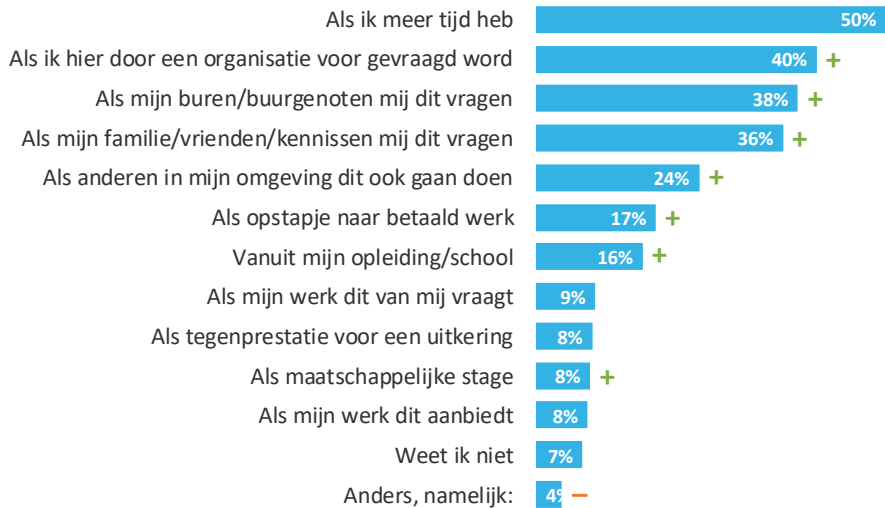
- Verbetering van het groen in mijn directe omgeving (80%)
- Natuurbehoud en bescherming van natuur in Nederland (75%)
- Verbetering van natuur in Nederland (75%)
- Verbetering van de leefbaarheid in mijn woonomgeving (74%)
- Bijdrage leveren aan het bestrijden van klimaatverandering (63%)
- Meer sociale contacten tussen mensen in mijn woonomgeving (58%)

Postmoderne jongeren | Triggers en barrières

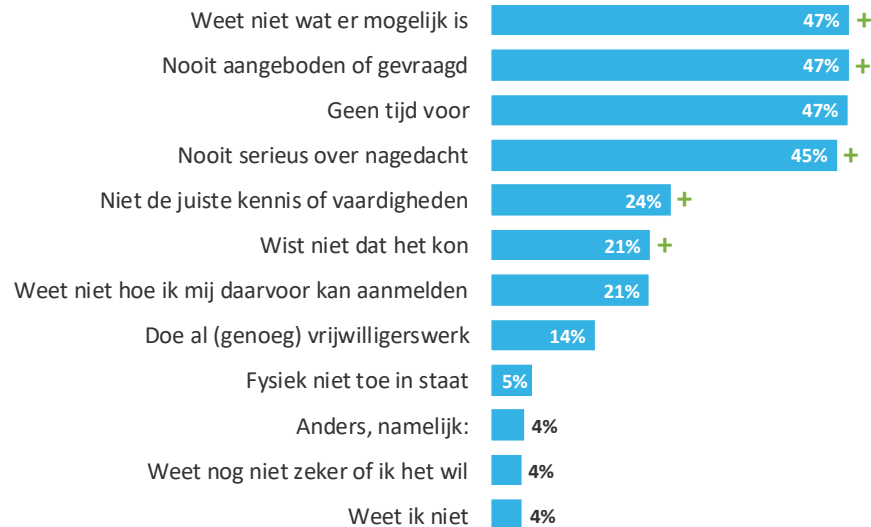
Waarom doen postmoderne jongeren nog niet aan groen vrijwilligerswerk?

- ✓ *Net als andere groene vrijwilligers hebben ze er (te) weinig tijd voor*
- ✓ *Ze weten vaker dan andere nieuwe groene vrijwilligers niet goed wat er mogelijk is, en worden er nog niet voor gevraagd*

Triggers



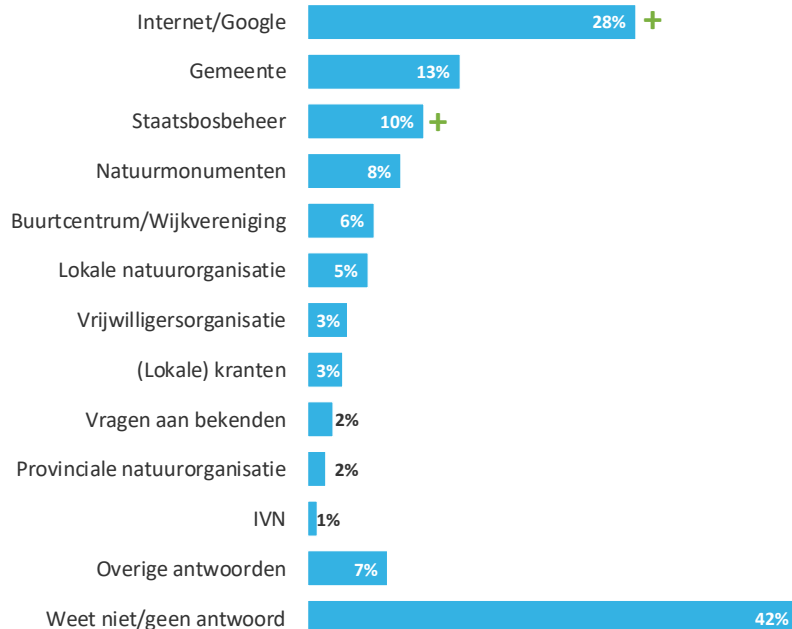
Barrières



Waar zouden postmoderne jongeren zich het liefst bij aansluiten als ze groen vrijwilligerswerk gaan doen?

✓ Bij een afdeling van een grote natuurorganisatie (46%), een lokale natuurorganisatie (39%) of project van de gemeente/provincie (37%)

Waar zou je als eerste heen stappen?



Waar zou je het liefst bij aansluiten?

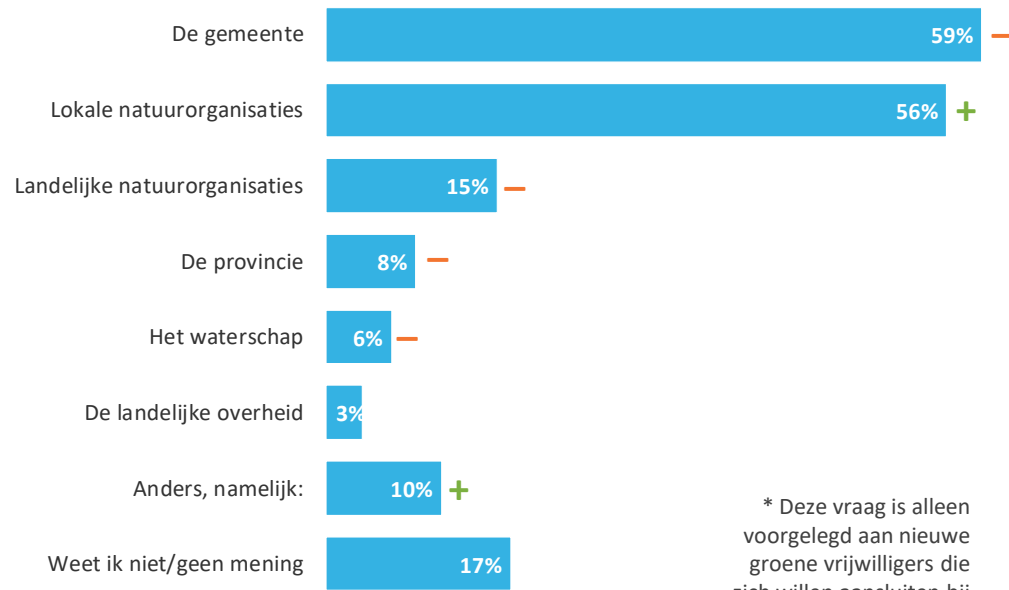


Wat verwachten postmoderne jongeren qua ondersteuning?

✓ *Vooral materiële ondersteuning, van de gemeente of van lokale natuurorganisaties*

Welke ondersteuning verwacht je?	Bij een natuurorganisatie	Bij een buurtinitiatief
Vaste contactpersonen	63%	48%
Materiële ondersteuning	62%	61%
Mogelijkheid tot het volgen van cursussen	47%	12%
Onkostenvergoeding (zoals reiskosten)	46%	15%
Ondersteuning door professionele medewerkers	43%	29%
Waardering door regelmatig bedankt te worden	37%	46%
Organisatorische ondersteuning	24%	22%
Maaltijden	22%	8%
Vergoeding (geldelijk bedrag)	8%	-

Van wie verwacht je ondersteuning?*



* Deze vraag is alleen voorgelegd aan nieuwe groene vrijwilligers die zich willen aansluiten bij een groen buurtinitiatief

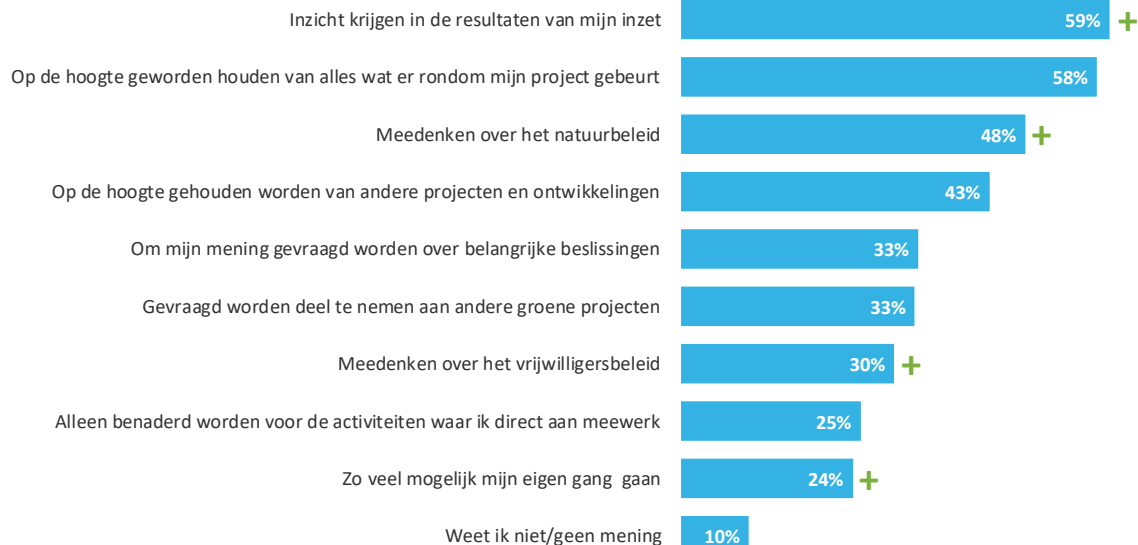
In welke mate willen postmoderne jongeren betrokken worden door een vrijwilligersorganisatie, als ze zich daarbij aansluiten?

- ✓ 77% wil een **gewaardeerde** vrijwilliger zijn als ze zich aansluiten bij een **natuurvrijwilligerswerkorganisatie**
- ✓ Ze willen vooral **inzicht krijgen de resultaten van hun inzet en op de hoogte worden gehouden van ontwikkelingen rondom hun project (56%)**

Belang van betrokkenheid

- 77% vindt het belangrijk om een **gewaardeerde medewerker** te zijn van de organisatie
- 64% vindt het belangrijk om zich **betrokken te voelen** bij de organisatie als geheel
- 25% vindt het *alleen* belangrijk dat de organisatie hun **werk mogelijk maakt**, maar hoeft zich verder niet betrokken te voelen bij de organisatie

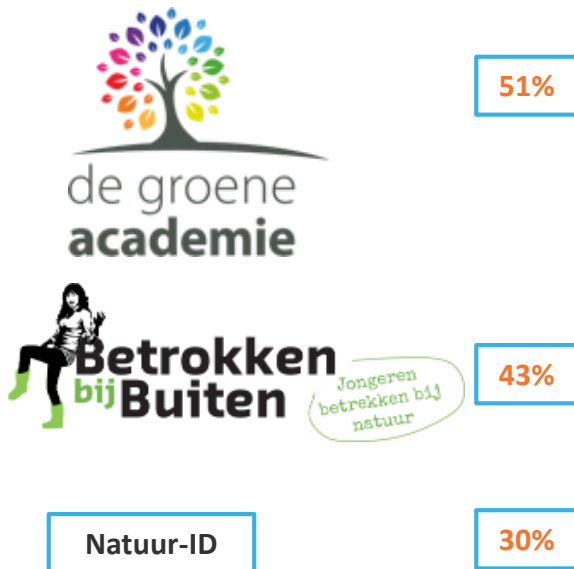
Op welke manier?



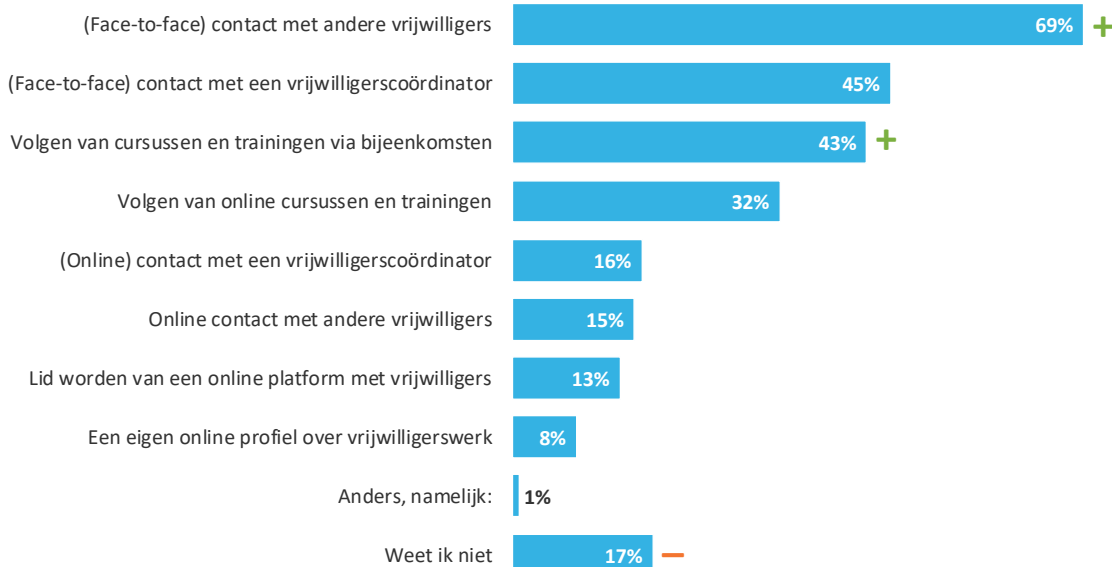
Postmoderne jongeren | Aantrekkelijkheid

Hoe kan groen vrijwilligerswerk aantrekkelijk(er) gemaakt worden voor postmoderne jongeren?

- ✓ De 'Groene academie' vinden ze het meest aantrekkelijke bestaande concept, maar in vergelijking met andere nieuwe groene vrijwilligers vinden ze alle concepten minder aansprekend
- ✓ Face-to-facecontact met andere vrijwilligers (69%) is veruit de beste manier waarop vrijwilligerswerk aantrekkelijk gemaakt kan worden



Wat kan groen vrijwilligerswerk aantrekkelijker maken?



Hoe kun je postmoderne jongeren het best bereiken?

- ✓ 47% krijgt weleens iets mee van projecten van natuurorganisaties via hun websites, 43% via Facebook
- ✓ Postmoderne jongeren zijn bovengemiddeld goed te bereiken via sociale media als Facebook, LinkedIn en Instagram

Specifiek voor natuurorganisaties

- (Websites van) natuurorganisaties (47%)
- Facebook (43%)
- Huis-aan-huisbladen (26%)
- (Websites van) vrijwilligerscentrales (22%)
- Overkoepelende websites over natuurvrijwilligerswerk (13%)
- Vlogs op YouTube (8%)
- Instagram (7%)

Radio en televisie

TV-zenders en -omroepen:

- RTL 4 59%
- NPO 3 58%
- NPO 1 57%
- BNN 52%
- NOS 51%

Radiozenders en -omroepen

- Q-Music 57%
- Sky Radio 46%
- Radio 538 45%
- NPO 3FM 27%
- Slam! FM 26%

Sociale media

Kanalen:

- Facebook 91%
- LinkedIn 43%
- Instagram 39%
- Pinterest 37%
- Snapchat 37%

Printmedia

Kranten:

- Metro 31%
- Algemeen Dagblad 30%
- Telegraaf 26%
- Regionaal dagblad 25%
- De Volkskrant 18%

Tijdschriften:

- Allerhande 34%
- Glamour 23%
- Donald Duck 23%
- Wij Jonge Ouders 22%
- Girlz! 22%

Groen gemarkeerde cijfers betekenen dat postmoderne jongeren dit medium relatief vaker gebruiken dan andere nieuwe groene vrijwilligers. *Oranje* gemarkeerde media gebruiken ze juist minder vaak

Postmoderne jongeren | Interesses

Waar zijn postmoderne jongeren persoonlijk in geïnteresseerd?

- ✓ *Qua natuurthematiek vooral in duurzaamheid*
- ✓ *Qua natuuractiviteiten vooral in wandelen en genieten van de natuur*

Aan natuur gerelateerde thema's

- Duurzaamheid (76% (zeer) interessant)
- Natuurbehoud en bescherming (70%)
- Klimaat (67%)
- Dierenbescherming en dierenwelzijn (60%)
- Milieu (59%)
- Natuureducatie en natuurbeleving (50%)

Vrije tijd in de natuur

Top vijf activiteiten*:

- Wandelen (82%)
- Van de natuur genieten (63%)
- Fietsen (56%)
- Lezen (49%)
- Picknicken (39%)

* Dit is de top 5 van 14 voorgelegde activiteiten in de natuur

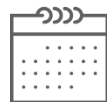
Resultaten | (Post)moderne volwassenen



(Post)moderne volwassene als nieuwe groene vrijwilliger



In totaal vormt deze groep circa **34% van alle nieuwe groene vrijwilligers** en 5% van de Nederlandse bevolking.



35 t/m 44 jaar (49%)

45 t/m 54 jaar (51%)

In vergelijking met de Nederlandse bevolking als geheel zijn (post)moderne volwassenen die potentieel nieuwe groene vrijwilliger zijn:



Vaker mannen (56%)



Vaker hoogopgeleid (36%)



Vaker boven modaal-verdieners (34%)



Vaker in loondienst (64%)

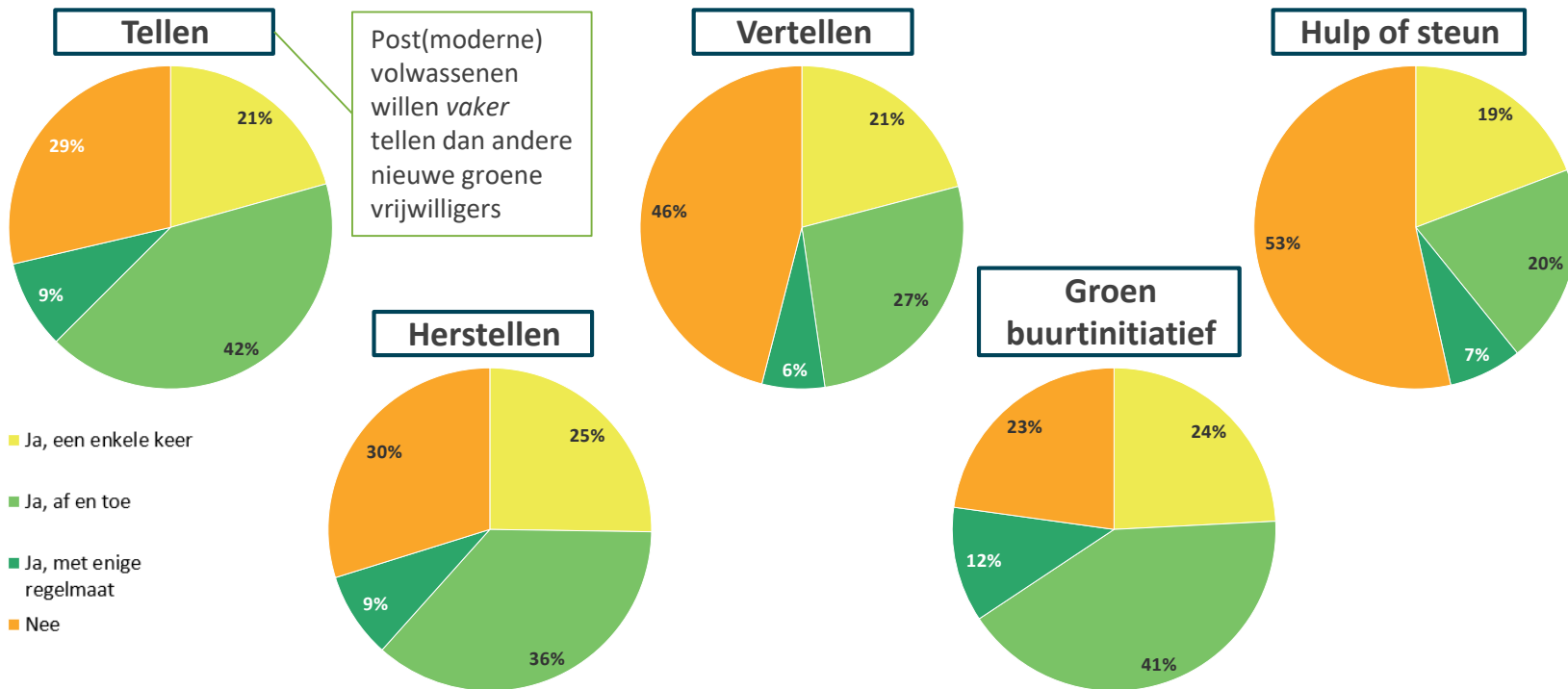
Vaker werkzaam:

- in de zakelijke dienstensector

(Post)moderne volwassenen | Type vrijwilligerswerk

Welk type vrijwilligerswerk doen (post)moderne volwassenen het liefst?

✓ *Deelnemen aan groene buurtinitiatieven (53%) of telactiviteiten in de natuur (51%)*



(Post)moderne volwassenen | Voorkeur qua activiteiten

Wat voor activiteiten doen (post)moderne volwassenen het liefst als vrijwilligerswerk?

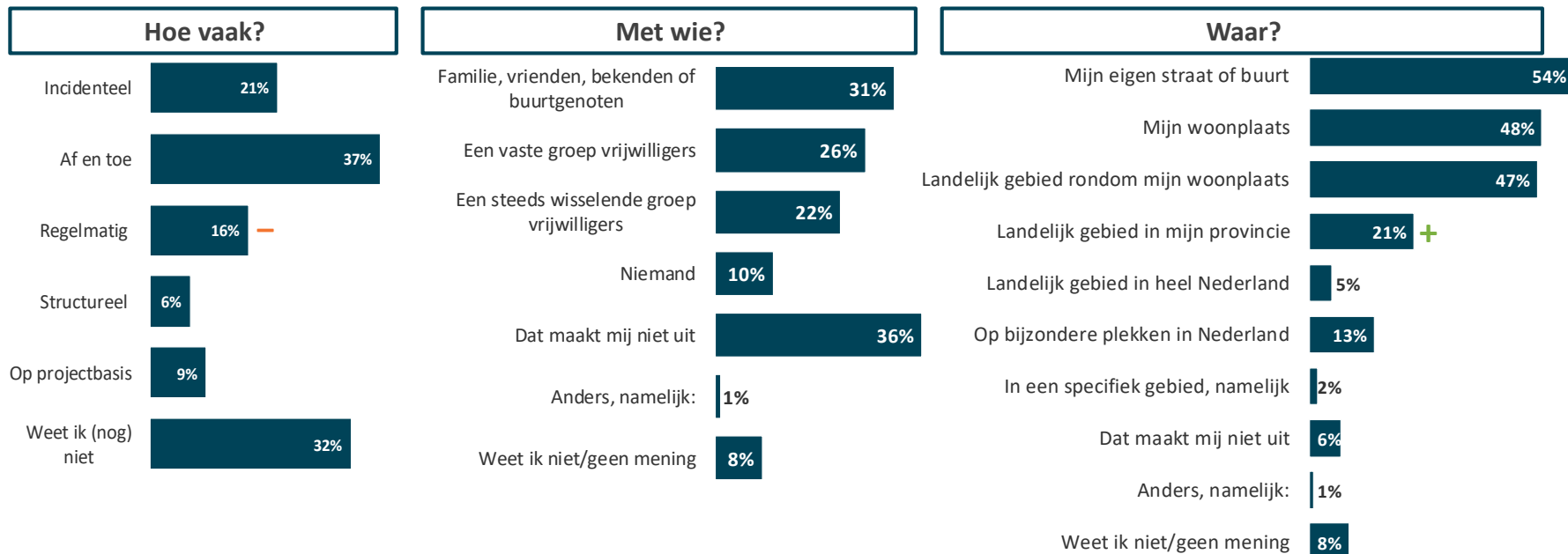
✓ *Bijvoorbeeld diersoorten tellen en het gezamenlijk aanplanten en onderhouden van groen (in de eigen buurt) zijn in trek*

Tellers (51% van de (post)moderne volwassenen)	Herstellers (45% van de (post)moderne volwassenen)	Vertellers (33% van de (post)moderne volwassenen)	Buurtinitiatieven (53% van de (post)moderne volwassenen)	Hulp of steun (27% van de (post)moderne volwassenen)
Tellen/monitoren van diersoorten (70%)	Gezamenlijk aanplanten van groen (63%)	Werken in een natuureducatiecentrum/op een kinderboerderij etc. (61%)	Meewerken aan projecten om groen in de buurt te onderhouden (54%)	Meedenken over de organisatie van projecten (72%)
Onderzoeken welke planten, bomen en dieren er allemaal zijn in een gebied (62%)	Gezamenlijk onderhouden van groen (58%)	Excursies organiseren in natuurgebieden (45%)	Vergroenen van mijn straat (45%)	Advies geven om projecten te ondersteunen (42%)
Tellen/monitoren van planten-/boomsoorten (60%)	Gezamenlijk bijhouden van recreatiemogelijkheden in de natuur (47%)	Excursies organiseren op bijzondere plekken (45%)	Gezamenlijk de natuur onderhouden die tegen de wijk aan ligt (42%)	Inhoudelijke kennis over natuur en landschap delen (40%)
Organisatie van monitoring/inventarisatie-activiteiten (28%)	Meewerken in een groep die het groen op een landgoed beheert en verzorgt (41%)	Organisatie van educatieve activiteiten (34%)	Aanleggen van nieuw groen in de buurt (40%)	
	Meewerken aan activiteiten voor bescherming van dieren in natuurgebied (40%)	Cursussen geven (19%)	Gezamenlijk een moestuin beheren (39%)	
	Beschermen broedgebieden vogels (38%)	Lesgeven (19%)	Organisatie van buurtinitiatieven ondersteunen (34%)	
	Organisatie van deze beheer- en ontwikkelingsactiviteiten (24%)		Meewerken aan projecten om de biodiversiteit te vergroten (33%)	

(Post)moderne volwassenen | Praktische invulling

Hoe vaak, met wie en waar zouden (post)moderne volwassenen groen vrijwilligerswerk willen doen?

- ✓ *Liefst af en toe (enkele keren per jaar)*
- ✓ *Liefst met anderen, maar ruim een derde heeft geen voorkeur*
- ✓ *Liefst in hun eigen straat of buurt of in/rondom de eigen woonplaats, maar vaker dan andere nieuwe groene vrijwilligers ook in het landelijk gebied van hun provincie*



(Post)moderne volwassenen | Motivaties

Waarom zouden (post)moderne volwassenen groen vrijwilligerswerk willen doen?

✓ *Uit interesse voor de natuur en om bij te dragen aan het verbeteren van de leefbaarheid in hun eigen omgeving*

Voornaamste spontane motivaties

- Interesse in de natuur (23%)
- Goed doel/bezig zijn (18%)
- Behoud van de natuur (17%)



Natuur is leuk. In de natuur bezig zijn met een doel voegt daar alleen maar aan toe.

Het is gezond, leuk en voor een goed doel.

Leuk om eens in de zoveel tijd mijn vrije tijd door brengen met mensen die ook enthousiast zijn, en voor behoud van de natuur.



Voornaamste gekozen motivaties

- Om mij in te zetten voor de natuur (56%)
- Om in de buitenlucht bezig te zijn (55%)
- Omdat het goed is voor het milieu en klimaat (47%)
- Om mij in te zetten voor mijn eigen leefomgeving (46%)
- Om meer te leren over de natuur (41%)
- Voor de gezelligheid (36%)
- Om mij in te zetten voor de maatschappij (31%)
- Om sociale contacten op te doen (30%)

Belangrijkste bijdragen

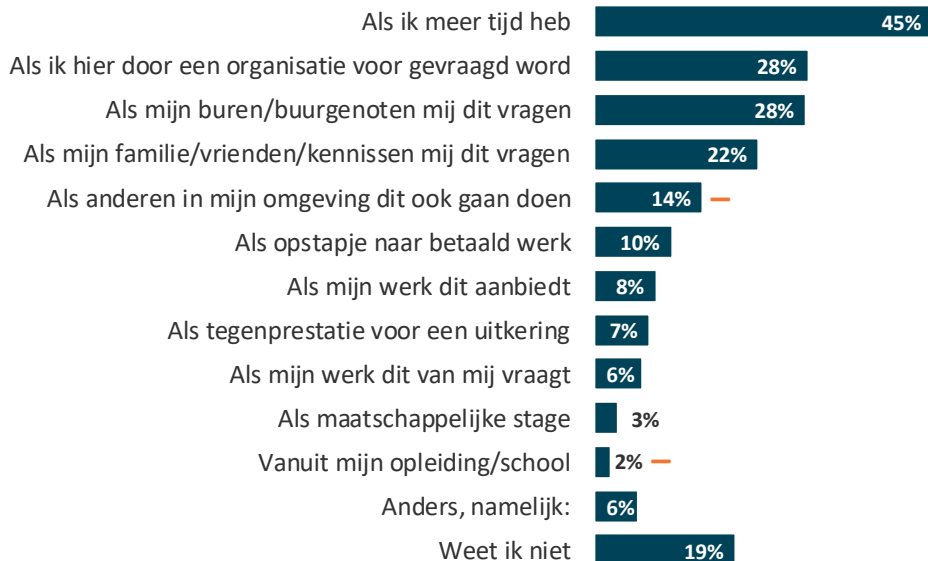
- Verbetering van de leefbaarheid in mijn woonomgeving (84%)
- Natuurbehoud en bescherming van natuur in Nederland (82%)
- Verbetering van het groen in mijn directe omgeving (81%)
- Verbetering van natuur in Nederland (81%)
- Bijdrage leveren aan het bestrijden van klimaatverandering (75%)
- Bijdrage leveren aan natuurbeleid (72%)

(Post)moderne volwassenen | Triggers en barrières

Waarom doen (post)moderne volwassenen nog niet aan groen vrijwilligerswerk?

✓ *Net als andere nieuwe groene vrijwilligers: omdat ze er te weinig tijd voor hebben*

Triggers



Barrières

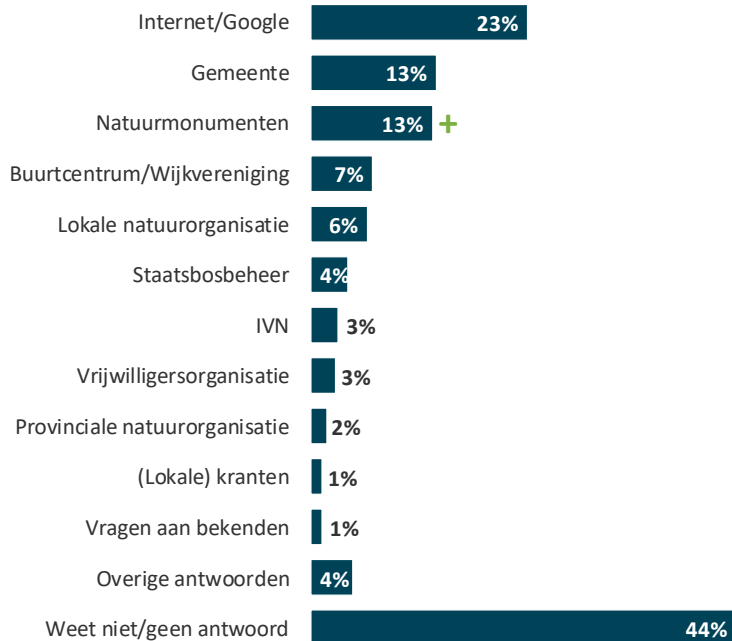


(Post)moderne volwassenen | Inrichting

Waar zouden (post)moderne volwassenen zich het liefst bij aansluiten als ze groen vrijwilligerswerk gaan doen?

✓ *Bij een lokale natuurorganisatie of een lokale afdeling van een grotere natuurorganisatie (relatief vaak Natuurmonumenten)*

Waar zou je als eerste heen stappen?



Waar zou je het liefst bij aansluiten?

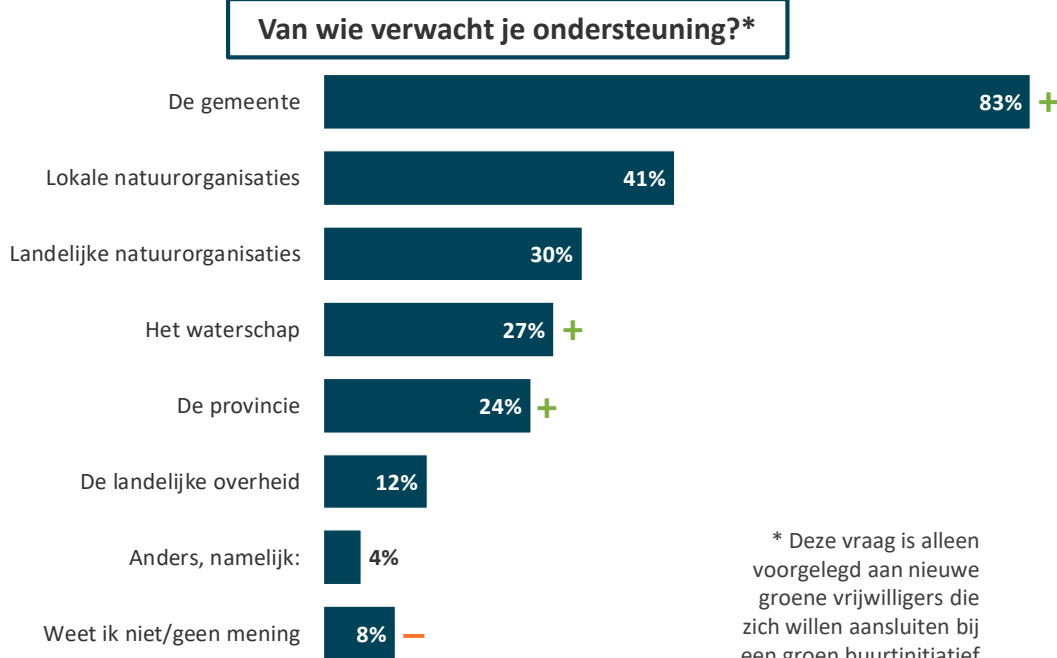


(Post)moderne volwassenen | Ondersteuning

Wat verwachten (post)moderne volwassenen qua ondersteuning?

- ✓ Vooral materiële ondersteuning en vaste contactpersonen, en vaker dan andere nieuwe groene vrijwilligers een (onkosten)vergoeding
- ✓ Zoeken bij een buurtinitiatief vooral steun van de gemeente, en vaker dan andere nieuwe groene vrijwilligers van waterschap en provincie

Welke ondersteuning verwacht je?	Bij een natuurorganisatie	Bij een buurtinitiatief
Materiële ondersteuning	65%	61%
Vaste contactpersonen	56%	61%
Ondersteuning door professionele medewerkers	49%	31%
Mogelijkheid tot het volgen van cursussen	41%	24%
Onkostenvergoeding (zoals reiskosten)	39%	32%
Waardering door regelmatig bedankt te worden	37%	38%
Maaltijden	34%	22%
Organisatorische ondersteuning	24%	18%
Vergoeding (geldelijk bedrag)	20%	-



* Deze vraag is alleen voorgelegd aan nieuwe groene vrijwilligers die zich willen aansluiten bij een groen buurtinitiatief

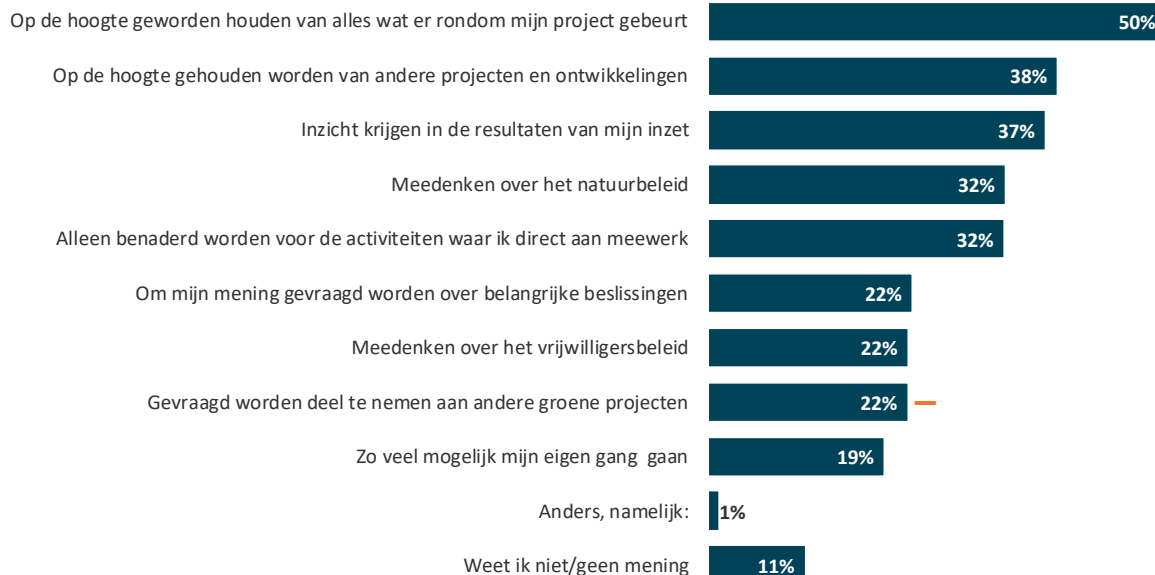
In welke mate willen (post)moderne volwassenen betrokken worden door een vrijwilligersorganisatie, als ze zich daarbij aansluiten?

- ✓ 78% vindt het belangrijk om *gewaardeerd te worden*, 72% vindt het belangrijk om *zich betrokken te voelen*
- ✓ 29% vindt dat een organisatie het werk mogelijk moet maken, maar hoeft zich verder niet betrokken te voelen bij de organisatie

Belang van betrokkenheid

- 78% vindt het belangrijk om een **gewaardeerde medewerker** te zijn van de organisatie
- 72% vindt het belangrijk om zich **betrokken te voelen** bij de organisatie als geheel
- **29%** vindt het *alleen* belangrijk dat de organisatie hun **werk mogelijk maakt**, maar hoeft zich verder niet betrokken te voelen bij de organisatie

Op welke manier?



(Post)moderne volwassenen | Aantrekkelijkheid

Hoe kan groen vrijwilligerswerk aantrekkelijk(er) gemaakt worden voor (post)moderne volwassenen?

- ✓ (Post)moderne volwassenen vinden alle voorgelegde bestaande concepten aantrekkelijker dan andere nieuwe groene vrijwilligers
- ✓ Vooral face-to-facecontact met andere vrijwilligers (46%) en met een vrijwilligerscoördinator (41%) zou het vrijwilligerswerk aantrekkelijker maken



63%

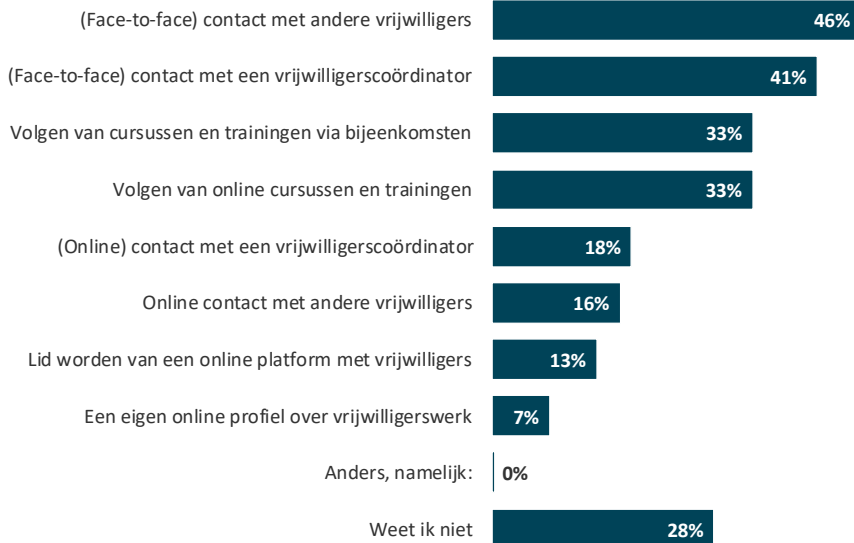


58%

Natuur-ID

34%

Wat kan groen vrijwilligerswerk aantrekkelijker maken?



(Post)moderne volwassenen | Communicatie

Hoe kun je (post)moderne volwassenen het best bereiken?

- ✓ 53% krijgt weleens iets mee over natuurvrijwilligerswerk via (websites van) natuurorganisaties
- ✓ Qua media zijn (postmoderne) volwassenen het best te bereiken via de publieke omroepen, grote dagbladen en (vrouwen)tijdschriften

Specifiek voor natuurorganisaties

- (Websites van) natuurorganisaties (53%)
- Huis-aan-huisbladen (37%)
- Overkoepelende websites over natuurvrijwilligerswerk (26%)
- Facebook (24%)
- (Websites van) vrijwilligerscentrales (23%)
- Vlogs op YouTube (9%)
- Instagram (7%)

Radio en televisie

TV-zenders en -omroepen:

- NPO 1 **73%**
- RTL 4 70%
- SBS 6 64%
- NPO 3 **59%**
- NPO 2 **55%**

Radiozenders en -omroepen

- Radio 538 42%
- Q-Music 39%
- Sky Radio 39%
- NPO 3FM **32%**
- Veronica 28%

Sociale media

Kanalen:

- Facebook 77%
- LinkedIn **42%**
- Twitter 27%
- Instagram 21%
- Pinterest 19%

Printmedia

Kranten:

- Telegraaf 42%
- Regionaal dagblad 41%
- Algemeen Dagblad 37%
- De Volkskrant **26%**
- Metro 18%

Tijdschriften:

- Allerhande 40%
- Libelle 35%
- LINDA. **30%**
- Margriet 28%
- VIVA **26%**

Groen gemarkeerde cijfers betekenen dat (post)moderne volwassenen dit medium relatief vaker gebruiken dan andere nieuwe groene vrijwilligers. **Oranje** gemarkeerde media gebruiken ze juist minder vaak.

(Post)moderne volwassenen | Interesses

Waar zijn (post)moderne volwassenen persoonlijk in geïnteresseerd?

- ✓ *Relatief veel interesse in natuurgerelateerde thema's, zoals natuurbehoud en -bescherming en duurzaamheid, milieu en klimaat*
- ✓ *Qua natuuractiviteiten zijn ze vooral in wandelen en genieten van de natuur*

Aan natuur gerelateerde thema's

- Natuurbehoud en bescherming (80% (zeer) interessant)
- Duurzaamheid (77%)
- Milieu (76%)
- Klimaat (73%)
- Dierenbescherming en dierenwelzijn (73%)
- Natuureducatie en -beleving (61%)

Vrije tijd in de natuur

Top vijf activiteiten*:

- Wandelen (85%)
- Van de natuur genieten (62%)
- Fietsen (61%)
- Hond uitlaten (29%)
- Picknicken (26%)

* Dit is de top 5 van 14 voorgelegde activiteiten in de natuur



Doelgroepen | Persoonlijkheid en interesses

Op basis van recent data uit de Mentality-metingen van Motivaction* geven we op de volgende pagina's voor de drie doelgroepen aanvullende inzichten over hun meer algemene interesses en persoonlijke kenmerken, zoals:

- **Onderstromen:** maatschappelijke trends die bij deze doelgroepen zichtbaar zijn
- **Persoonlijkheid:** typerende persoonlijkheidskenmerken
- **Idealen:** idealen die de doelgroep nastreeft
- **Vrije tijd:** activiteiten die de doelgroep in het algemeen vaak doet in hun vrije tijd

We tonen per thema steeds die categorieën/onderwerpen die de doelgroepen het meest typeren – waarin zij het meest afwijken van de gemiddelde Nederlander. Het vrijetijdsprofiel wijkt hiervan af: daar geven we steeds de vijf meest voorkomende activiteiten in absolute zin.

In de beschikbare recent data kunnen we niet specifiek selecteren op nieuwe groene vrijwilligers. Deze resultaten zijn daarom gebaseerd op de totale groep moderne jongeren, postmoderne jongeren en (post)moderne volwassenen binnen de Nederlandse samenleving. Voor de subgroep nieuwe groene vrijwilligers daarbinnen moeten ze als indicatief worden beschouwd.

* Sinds 1997 voert Motivaction (twee)jaarlijks een representatieve Mentality-meting, waarbij ruim 1.000 Nederlanders een vragenlijst invullen over uiteenlopende onderwerpen.



Moderne jongeren | Persoonlijk

Hoe staan moderne jongeren in het leven?

- ✓ *Sociaal, maar licht chaotisch*
- ✓ *Willen geen dingen missen en op de hoogte willen zijn van de laatste trends*

Onderstromen



Graag producten als eerste willen kopen

Het etaleren van de eigen leefstijl aan anderen



De angst om nieuwtjes of gebeurtenissen te missen



Persoonlijkheid

Sociaal

- Graag bij anderen
- Teamspeler

Chaotisch

- Onrustig
- Dromerig
- Snel van slag
- Theoretisch
- Stelt zaken uit

Terughoudend

- Snel verlegen
- Sceptisch

Idealen

Harmonie

- Liefde/vaste relatie
- Vrienden
- Familie

Het goede leven

- Eten en drinken
- Veel geld

Vrije tijd

Sociaal

- Familie- of vriendenbezoek

Audio en video

- Televisie kijken
- Series/films/documentaires kijken
- Muziek luisteren

Ontspanning

- Luiëren en niksen

Postmoderne jongeren | Persoonlijk

Hoe staan postmoderne jongeren in het leven?

- ✓ *Avontuurlijk, tolerant en chaotisch karakter*
- ✓ *Willen zichzelf ontwikkelen door nieuwe avonturen, creativiteit en persoonlijke ontwikkeling*

Onderstromen



Ruw Hedonisme

Het opzoeken van spanning, sensatie en kicks; een risicozoekende instelling

Het accepteren van en ruimte willen geven aan andere denkbeelden en leefstijlen



Tolerantie



Flexseksrollen

Openstaan voor verschillende vormen van samen en apart leven

Persoonlijkheid

Chaotisch

- Rommelig
- Dromerig
- Op zijn gemak bij wanorde
- Vaag
- Stelt zaken uit

Avontuurlijk

- Zoekt het nieuwe

Idealen

Sociaal

- Liefde
- Vrienden

Zelfontplooiing

- Persoonlijke ontwikkeling
- Creativiteit
- Wijsheid
- Werken
- Carrière maken

Avontuur

- Verre reizen
- Nieuwe dingen ontdekken
- Feesten
- Spanning

Vrije tijd

Sociaal

- Familie- of vriendenbezoek
- Uit eten gaan

Audio en video

- Series/films/documentaires kijken
- Muziek luisteren
- Televisie kijken

(Post)moderne volwassenen | Persoonlijk

Hoe staan (post)moderne volwassenen in het leven?

- ✓ *Druk en daarom behoefte om af en toe graag op zichzelf te zijn*
- ✓ *Willen af en toe ontsnappen aan de realiteit*

Onderstromen



Tijds-klem

Een continue tijdsdruk ervaren door de vele verplichtingen en afstemmingsproblemen in het dagelijkse leven



Making Magic

In reactie op een rationele, berekende wereld zich open stellen voor dromen en fantasie

Persoonlijkheid

Op zichzelf

- Graag alleen
- Onverstoorbaar

Disruptie

- Zoekt het nieuwe
- Op zijn gemak bij wanorde

Idealen

Het goede leven

- Veel geld
- Lui lekker land

Vrije tijd

Sociaal

- Familie- of vriendenbezoek
- Uit eten gaan

Audio en video

- Televisie kijken
- Series/films/documentaires kijken
- Muziek luisteren

Bijlagen



- **Veldwerkperiode**
 - Het veldwerk is uitgevoerd in de periode van 23 november 2017 tot en met 1 december 2017
- **Methode respondentenselectie**
 - Uit het StemPunt-panel van Motivaction
- **Incentives**
 - De respondenten hebben als dank voor deelname aan het onderzoek punten voor het StemPunt-spaarprogramma ontvangen
- **Weging**
 - De onderzoeksdata zijn gewogen (zie ook bijlage gewogen en ongewogen data), daarbij fungeerde het Mentality-ijkbestand als herwegingskader. Dit ijkbestand is wat betreft sociodemografische gegevens gewogen naar de Gouden Standaard van het CBS
- **Veldwerk**
 - In de veldwerkperiode is aan 23.033 personen een uitnodigingsmail verstuurd. Op de slotdatum van het veldwerk (zie bij Veldwerkperiode) was het gewenste aantal vragenlijsten ingevuld en is de toegang tot de vragenlijst op internet afgesloten
- **Bewaartermijn primaire onderzoeksbestanden**
 - Digitaal beschikbare primaire onderzoeksbestanden worden tenminste 12 maanden na afronden van het onderzoek bewaard. Beeld- en geluidsopnames op cd en niet digitaal beschikbare schriftelijke primaire bestanden zoals ingevulde vragenlijsten, worden tot 12 maanden na afronden van het onderzoek bewaard.
- **Overige onderzoekstechnische informatie**
 - Overige onderzoekstechnische informatie en een exemplaar van de bij dit onderzoek gehanteerde vragenlijst is op aanvraag beschikbaar voor de opdrachtgever

Bijlage | Selectievragen ‘nieuwe groene vrijwilliger’

Vraag 1

Kun je van de volgende activiteiten aangeven of je deze weleens vrijwillig doet of hebt gedaan?

Met vrijwillig bedoelen we dat je hier niet voor betaald krijgt.

- Meewerken aan het beheer en de ontwikkeling van landschap/natuur in georganiseerde vorm bijvoorbeeld vanuit een natuurorganisatie, *denk aan schoonhouden natuurgebied, bijhouden paden, wilgen knotten, bomen/bloemen planten etc.*
- Meewerken aan monitoring/inventarisatie van landschap/natuur, *denk aan tellen van soorten of bijhouden van populaties etc.*
- Kennis overdragen (educatie) over natuur en landschap, *denk aan lesgeven, een cursus geven, excursies/buitenactiviteiten in natuurgebied (voor kinderen) begeleiden, baliemedewerker of gids zijn bij bezoekerscentrum in natuurgebied etc.*
- Hulp/steun geven vanuit mijn expertise aan projecten die te maken hebben met groen (in de buurt) *zoals een vergadering bijwonen, (incidenteel) juridisch, financieel, communicatie-advies geven etc.*
- Meewerken aan een (buurt)initiatief dat te maken heeft met groen (in de buurt), *denk aan gezamenlijke moestuin beheren, bijhouden groen in de buurt, bijhouden geveltuinen, actie voeren voor groen, projecten om kinderen naar buiten te krijgen, natuurbezoek met eenzame mensen/ouderen/zorgbehoevenden etc.*

Antwoordmogelijkheden:

- Ja, dat heb ik een enkele keer gedaan
- Ja, dat doe ik af en toe (een (aantal) keer per jaar)
- Ja, dat doe ik met enige regelmaat (meerdere keren per maand)
- Nee, dat doe ik nooit/heb ik nooit gedaan

Respondenten die ten minste één van de vormen van groen vrijwilligerswerk al minstens af en toe doen, zijn gecategoriseerd als ‘huidige vrijwilliger’ en zijn uitgesloten van de verdere vragenlijst.

Vraag 2

Kun je van de volgende activiteiten aangeven of je bereid bent om deze in de toekomst (denk aan de komende 10 jaar) vrijwillig te doen?

Met vrijwillig bedoelen we dat je hier niet voor betaald krijgt.

- Meewerken aan het beheer en de ontwikkeling van landschap/natuur in georganiseerde vorm bijvoorbeeld vanuit een natuurorganisatie, *denk aan schoonhouden natuurgebied, bijhouden paden, wilgen knotten, bomen/bloemen planten etc.*
- Meewerken aan monitoring/inventarisatie van landschap/natuur, *denk aan tellen van soorten of bijhouden van populaties etc.*
- Kennis overdragen (educatie) over natuur en landschap, *denk aan lesgeven, een cursus geven, excursies/buitenactiviteiten in natuurgebied (voor kinderen) begeleiden, baliemedewerker of gids zijn bij bezoekerscentrum in natuurgebied etc.*
- Hulp/steun geven vanuit mijn expertise aan projecten die te maken hebben met groen (in de buurt) *zoals een vergadering bijwonen, (incidenteel) juridisch, financieel, communicatie-advies geven etc.*
- Meewerken aan een (buurt)initiatief dat te maken heeft met groen (in de buurt), *denk aan gezamenlijke moestuin beheren, bijhouden groen in de buurt, bijhouden geveltuinen, actie voeren voor groen, projecten om kinderen naar buiten te krijgen, natuurbezoek met eenzame mensen/ouderen/zorgbehoevenden etc.*

Antwoordmogelijkheden

- Ja, een enkele keer
- Ja, af en toe (een (aantal) keer per jaar)
- Ja, met enige regelmaat (meerdere keren per maand)
- Nee

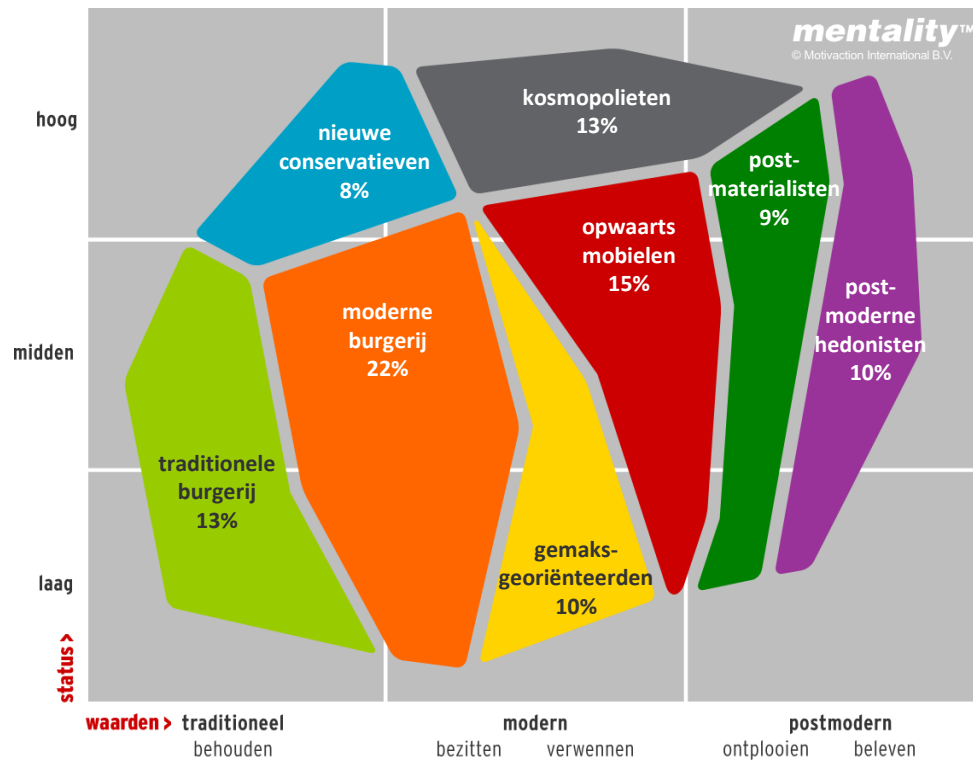
Respondenten die slechts incidenteel of helemaal niet één van de vijf vormen van groen vrijwilligerswerk zouden willen doen in de toekomst, zijn gecategoriseerd als ‘ongemotiveerd’ en uitgesloten van verdere deelname aan de vragenlijst.

Bijlage | Toelichting Mentality

Doelgroepen: Waarden en belevingswereld bepalen keuzes in het leven

Mentality is de naam van het waarden- en leefstijlonderzoek dat Motivaction op eigen initiatief sinds 1997 uitvoert. Door de individualisering en democratisering van de samenleving in de twintigste eeuw zijn sociale en demografische kenmerken van Nederlanders minder bepalend geworden voor hoe zij in het leven staan en hoe ze hun leven leiden. Kenmerken als inkomen, levensfase, geslacht en leeftijd spelen uiteraard nog een rol in de keuzes die mensen maken, maar die rol is kleiner geworden.

Om meer grip te krijgen op wat mensen doen, en waarom, deelt Motivaction de Nederlandse bevolking daarom in naar sociale milieus op basis van sociale waarden en drijfveren. De sociale milieus maken inzichtelijk waarom mensen bijvoorbeeld voor een bepaald beroep kiezen, en bepaald huishouden voeren, in een bepaalde woonomgeving wonen, een bepaalde invulling geven aan hun vrije tijd, bepaalde productaankopen doen en bepaalde keuzes maken op het gebied van eten en drinken.



Bijlage | Overlap type vrijwilligerswerk

	Herstellers	Tellers	Vertellers	Buurtinitiatieven	Hulp of steun
Herstellers <i>(44% van de nieuwe groene vrijwilligers)</i>	-	51%	42%	56%	35%
Tellers <i>(44% van de nieuwe groene vrijwilligers)</i>	51%	-	44%	46%	33%
Vertellers <i>(34% van de nieuwe groene vrijwilligers)</i>	53%	56%	-	57%	42%
Buurtinitiatieven <i>(53% van de nieuwe groene vrijwilligers)</i>	46%	38%	36%	-	35%
Hulp of steun <i>(27% van de nieuwe groene vrijwilligers)</i>	55%	52%	53%	69%	-

✓ Lees de tabel horizontaal:

- 42% van de herstellers wil ook vertellen
- 51% van de tellers wil ook herstellen
- 53% van de vertellers wil ook herstellen
- Etc.

Kenmerken	Ongewogen		Gewogen	
	N	%	N	%
Leeftijd				
18 t/m 24 jaar	326	4.3	913	12.0
25 t/m 34 jaar	914	12.0	1354	17.8
35 t/m 44 jaar	736	9.7	1422	18.7
45 t/m 54 jaar	1222	16.1	1645	21.7
55 t/m 64 jaar	1647	21.7	1424	18.8
65 t/m 75 jaar	2750	36.2	837	11.0
Opleidingsniveau				
Hoog (wo/hbo)	2560	33.7	2007	26.4
Middel (havo/vwo/mbo/mavo)	3762	49.5	4028	53.0
Laag (ibo/basisschool/geen opleiding)	1273	16.8	1560	20.5
Geslacht				
Mannen	3722	49.0	3693	48.6
Vrouwen	3873	51.0	3902	51.4

Kenmerken	Ongewogen		Gewogen	
	N	%	N	%
Regio				
3 grote gemeenten	703	9.3	941	12.4
West	2306	30.4	2261	29.8
Noord	815	10.7	753	9.9
Oost	1529	20.1	1563	20.6
Zuid	1910	25.1	1774	23.4
Randgemeenten	332	4.4	303	4.0
Mentality				
Moderne burgerij	1689	22.2	1748	23.0
Opwaarts mobielen	987	13.0	1167	15.4
Postmaterialisten	931	12.3	701	9.2
Nieuwe conservatieven	757	10.0	585	7.7
Traditionele burgerij	810	10.7	834	11.0
Kosmopolieten	1203	15.8	1049	13.8
Postmoderne hedonisten	719	9.5	789	10.4
Gemaksgeoriënteerden	499	6.6	722	9.5

In aanvulling op het onderzoek zijn vier werksessies georganiseerd om de inzichten te delen en samen aan het werk te gaan met communicatieprofessionals en vrijwilligerscoördinatoren die werkzaam zijn op het gebied van groen vrijwilligerswerk. De werksessies bestonden uit drie onderdelen:

- Presentatie van de resultaten door Motivaction
- Eerste opdracht waarbij subgroepjes voor de drie doelgroepen passend vrijwilligerswerk bedachten op basis van de methode ‘behoefte, belofte, bewijs’ (ieder subgroepje bedacht vrijwilligerswerk voor één van de drie doelgroepen).
- Tweede opdracht waarbij de subgroepjes een (aanzet voor een) communicatiestrategie ontwikkelden voor de doelgroep en het bedachte vrijwilligerswerk van de eerste opdracht (waarbij de nadruk lag op onderdelen als framing, middelen/kanalen, media-inzet, pro-activiteit)

De vier regionale werksessies zijn gehouden in Nijmegen, Amsterdam, Assen en Tilburg. Medewerkers van verschillende natuur- en landschapsorganisaties hebben aan de werksessies deelgenomen:

- BLWG
- Brabants Landschap
- Bureau Zet
- De Groene Motor
- Drentse Landschap
- Duurzaamheidscentrum Assen
- EIS
- FLORON
- Het Groninger Landschap
- Het Limburgs Landschap
- IKL Limburg
- IVN
- IVN Flevoland
- IVN Noord-Holland
- KNNV
- Landschap Erfgoed Utrecht
- Landschap Noord-Holland
- Landschap Overijssel
- LandschappenNL
- Landschapsbeheer Drenthe
- Landschapsbeheer Gelderland
- Landschapsbeheer Groningen
- Landschapsbeheer Zeeland
- Natuurmonumenten
- RAVON
- SoortenNL
- Staatsbosbeheer
- Vlinderstichting
- Zoogdierenvereniging

Op de volgende sheets zijn de uitwerkingen van de opdrachten tijdens de verschillende werksessies opgenomen.



Uitwerking - workshop Nijmegen (5/2)

Moderne jongeren

BEHOEFTE

- Anderen vertellen en laten zien hoe mooi mijn omgeving is
- Een vlog op YouTube starten

BELOFTE

Stage: elke week een filmpje maken in opdracht van een natuurorganisatie en cursus over vloggen en natuur – pr voor de natuurorganisatie

BEWIJS

- Vlogs op YouTube en de website van de natuurorganisatie
- Referentie vanuit de organisatie

FRAMING

Samen met vriendinnen leuke filmpjes over de natuur in de buurt maken

KANAAL

- Facebook, Instagram
- Vacaturewebsites natuurorganisaties
- Stagewebsites/stagemarkt

TONE OF VOICE

Word jij de nieuwe Freek Vonk?
Gaat jouw filmpje viral?



Uitwerking - workshop Amsterdam (12/2)

Moderne jongeren

BEHOEFTE

Iets doen in mijn buurt met vrienden, dat goed staat op mijn cv en waar een competitie-element in zit

BELOFTE

Project: maak jouw school de groenste school van de buurt/in Nederland: coaching door professionals, samenwerking met andere jongeren, realiseren van het plan, feestelijk eindevenement

BEWIJS

- Zichtbare verandering op school
- Winnend plan krijgt vervolg
- Referentie op LinkedIn/cv
- Netwerk bij lokale organisaties en bedrijven

FRAMING

Green Guerilla Team: worden jullie de groenste school van Nederland?

KANAAL

- Ambassadeurs op scholen, persoonlijke benadering, mbo's benaderen
- Instagram, Snapchat, inzetten van bekende vloggers

STONE OF VOICE

Uitdagens, exclusief, rebellie

COLLAGE





Uitwerking - workshop Assen (13/2)

Moderne jongeren

BEHOEFTE

- Incidenteel handen uit de mouwen steken in de eigen buurt met anderen
- Versterkend voor eigen carrière en netwerk
- Organisatieskills inzetten om evenement te organiseren

BELOFTE

Stage of project: themadag organiseren, zoals een 'Clean the city day!'

BEWIJS

- Werkervaring op het gebied van evenementenorganisatie
- Bestaand netwerk om vaker op terug te vallen
- Deelname aan leuk evenement

FRAMING

- Clean the city day! Doe je mee?
- Plastic challenge! Gezocht: ploggers
- Samen maken we de buurt schoner!

KANAAL

- Sociale media
- YouTube, inzet van vloggers
- Mbo- en hbo-scholen
- Vacaturewebsites

TONE OF VOICE

Humor, Engelstalig

COLLAGE





Uitwerking - workshop Tilburg (20/2)

Moderne jongeren

BEHOEFTE

- Met vrienden/bekenden iets actiefs doen
- Ervaring op cv
- Gezelligheid tijdens/na buitenwerk

FRAMING

Samen op jacht naar de patrijs!
Gezochte skills: patrijzen opsporen

COLLAGE



BELOFTE

Patrijzen tellen en monitoren op de vroege ochtend met een grote groep, met als afsluiting een veldontbijt

KANAAL

- Sportclubs, flyeren, lezingen geven
- YouTube-filmpjes met BN'ers (RTL 5), vloggers van het MBO
- Veldpanelen neerzetten in de projectgebieden

BEWIJS

- Actieve en gezellige activiteit in de natuur
- Certificaat voor 'ervaren patrijzentellers' met daarop de resultaten en een speldje

TONE OF VOICE

Kwajongens, spannend, ochtend, koud



Uitwerking - workshop Nijmegen (5/2)

Postmoderne jongeren

BEHOEFTE

Multifunctioneel gebruiken van de openbare ruimte in de 'hipsterbuurt', bijvoorbeeld voor een moestuin, speelplek of honden-uitlaatplaats

FRAMING

Een betere buurt: help mee aan 'Ons groen thuis'. Voor nieuwkomers en mensen die er al langer wonen

COLLAGE



BELOFTE

- Project: maandelijks een cursusdag organiseren in de openbare ruimte: eerst een theoriedeel, dan aan de slag
- Iedere maand een nieuw thema

KANAAL

- Buurtcentrum en huis-aan-huis
- Bestaande app- en Facebookgroepen
- Scholen, jongerencentra, koffietentjes

BEWIJS

- Kennisopbouw over diverse onderwerpen
- Producten van 'eigen' grond
- Appgroep met andere buurtbewoners

tone of voice

Eerst richten op postmodernen, daarna anderen er bij betrekken





Uitwerking - workshop Amsterdam (12/2)

Postmoderne jongeren

BEHOEFTE

- Meedenken en meedoen voor betere luchtkwaliteit in de buurt
- Samen een idee bedenken om dit te realiseren

BELOFTE

- Fresh Air Day!: dag waarop samen wordt gewerkt voor betere luchtkwaliteit
- Aanvullend faciliteren van een dag waarop workshops zijn en mee mag worden gedacht over de invulling van de Fresh Air Day

BEWIJS

- Kennisopbouw via workshops en organisatie
- Samengewerkt met bekenden
- Zelf een plan bedacht en gerealiseerd
- Betere luchtkwaliteit voor de buurt

FRAMING

Samen de luchtkwaliteit verbeteren:
een beter klimaat begint in de buurt!

KANAAL

Lokaal: koffietentjes/bars/kroegen/
winkels, flyers door de brievenbus,
buurt-Facebookgroepen, influencers
uit de wijk, Instagram, Facebook

TONE OF VOICE

- Actief handelingsperspectief: wat kan *jij* doen?
- Hip design, activerende booschap, humor
- Ontwerp met beeld

COLLAGE





Uitwerking - workshop Assen (13/2)

Postmoderne jongeren

BEHOEFTE

Het willen vergroenen van de woonomgeving

BELOFTE

Vrijblijvend aansluiten bij bestaande projecten voor natuurvrijwilligerswerk, zoals een project voor het behoud van de bij

BEWIJS

- Kennisopbouw over groen in de woonomgeving
- Vergrote betrokkenheid bij groen

FRAMING

Focus op sociale component: samen de wijk vergroenen voor een betere biodiversiteit

KANAAL

- Scholen, kinderdagverblijven, BSO's, wijkvereniging
- Huis-aan-huisbladen, flyereren in het dorp en tijdens evenementen
- Facebookgroepen, buurtappgroepen

TONE OF VOICE

Inspirerend, mogelijkheid tot leren
'Jouw bijdrage is waardevol'
'Samen oogsten'



Uitwerking - workshop Tilburg (20/2)

Postmoderne jongeren

BEHOEFTE

- Groen in de buurt weer aantrekkelijk maken
- Verantwoordelijkheid en eigenaarschap voelen
- Meer mensen laten genieten van de buurt

BELOFTE

Stage: organisatie van project om groen weer aantrekkelijk te maken/opnieuw in te richten:

- Opzetten projectgroep en plan van aanpak, organisatie, promotie en engagement, onderhoud van het resultaat

BEWIJS

- Kans om netwerk te vergroten
- Kans om in contact te komen met de buurt
- Plan van aanpak om buurt toekomstbestendig te maken
- Leefbaarheid van de buurt is verbeterd

FRAMING

- Iets goed doen voor de buurt, je nuttig maken met anderen
- Ervaring opdoen voor de toekomst

KANAAL

- Instagram, Facebook, vacaturewebsites
- Hbo's, universiteiten (Blackboard) en sportverenigingen
- Huis-aan-huiskranten

tone of voice

- Uitdagend, inspirerend
- Samen met leeftijdsgenoten
- Voor het milieu bezig zijn

COLLAGE



Uitwerking - workshop Nijmegen (5/2)



(Post)moderne volwassenen

BEHOEFTE

- iets in de buurt doen, zonder verplichting maar wel met regelmaat
- iets bijdragen aan de buurt
- Gevarieerde activiteiten

BELOFTE

'Poule van activiteiten': iedere maand activiteit met ander thema en andere opzet, deelname op vrijwillige basis

BEWIJS

Maandelijks een leuke, ontspannen dag waarop je iets bijdraagt aan een groene omgeving

FRAMING

(Samen) iets betekenen voor je groene omgeving

KANAAL

- Sportverenigingen en scholen in de buurt, buurthuis
- Huis-aan-huisbladen, flyereren bij de Avondvierdaagse
- Facebook

tone of voice

Prikkelend, het stof afschudden, iets nieuws doen!

COLLAGE



GROEN
AAN DE BUURT
aan de slag in je omgeving



Uitwerking - workshop Amsterdam (12/2)

(Post)moderne volwassenen

BEHOEFTE

Iets doen wat gezond is, mij laat ontsnappen uit de realiteit, weinig tijd kost, lekker buiten is en toch te combineren is met gezinsleven

BELOFTE

Activiteit: vrienden-nature-escape
- Verschillende opdrachten in een natuurgebied (waarbij kennis gemaakt wordt met natuurvrijwilligerswerk)
- Afsluiting met borrel of bbq

BEWIJS

- Gezellige dag met vrienden
- Waardevolle bijdrage aan de natuur via de opdrachten

FRAMING

Samen en actief met vrienden!

KANAAL

- Facebookadvertenties, Google, SEO, online acties
- Samenwerking met partners
- Print: Happinez, Beversport Magazine, regionale en lokale media
- Eigen netwerk
- Sportscholen

tone of voice

Uitdagent én feel good!

COLLAGE

Escape in de natuur!

Daag je vrienden uit!

Sleep je vrienden uit de sleur!

Ronald (45): 'Fijn om gewoon een dag lekker jezelf te zijn en iets leuks te doen met m'n vrienden. Lekker fysiek aan de slag, echt mannen onder elkaar. Bovendien nog eens nuttig werk ook. Topervaring!'



Uitwerking - workshop Assen (13/2)

(Post)moderne volwassenen

BEHOEFTE

- Fysiek aan de slag in de natuur voor eigen woonomgeving
- Even wat anders
- Flexibiliteit qua inzet

BELOFTE

- Aanbieden van vrijwilligerswerk in één bepaald natuurgebied met ondersteuning van de natuurorganisatie
- Vrijheid qua activiteiten en planning, slechts randvoorwaarden scheppen

BEWIJS

- Verbetering van de biodiversiteit
- Instructies en trainingen over natuurvrijwilligerswerk
- Lekker even eruit zijn geweest

FRAMING

- Aan de slag voor ...
- Inhoudelijk frame

KANAAL

- Sportverenigingen en scholen in de buurt, buurthuis
- Bordjes op terreinen plaatsen
- Buurt- en dorpswebsites, gemeentepagina's, eigen online kanalen

TONE OF VOICE

Geen gezeik, uitdagend, prikkelend

COLLAGE





Uitwerking - workshop Tilburg (20/2)

(Post)moderne volwassenen

BEHOEFTE

- Flexibel, iets doen op het moment dat het hen uitkomt
- Inzet van eigen kennis en vaardigheden voor de natuur
- Lekker buiten aan de slag

FRAMING

Speur mee en help bedreigde soorten te overleven! Te weinig kennis? Geen probleem! Wij organiseren een excursie om je kennis te vergroten

BELOFTE

- Meedoen met bestaande activiteiten:
- Controleren wandelnetwerk tijdens eenmalig wandelevent
 - Terugzoeken zeldzame planten

KANAAL

- Aansturing vanuit natuurorganisaties en regiocoördinatoren
- Website en nieuwsbrief
 - Sociale media
 - Persoonlijk contact via regionetwerken

BEWIJS

- Iets goeds gedaan voor de natuur
- Lekker buiten geweest

tone of voice

Uitdagend

Wij verminderen onze footprint



Motivaction
is ISO 14001-
gecertificeerd



Motivaction
gebruikt
energiezuinige
auto's



Motivaction
gebruikt groene
stroom



Motivaction
gebruikt
uitsluitend papier
met een FSC-label

Het auteursrecht op dit rapport ligt bij de opdrachtgever. Voor het vermelden van de naam Motivation in publicaties op basis van deze rapportage – anders dan integrale publicatie – is echter schriftelijke toestemming vereist van Motivation International B.V.

Zie ook ons [Pers- en publicatiebeleid](#).

Beeldmateriaal

Motivation heeft datgene gedaan wat redelijkerwijs van ons verwacht kan worden om de rechthebbenden op beeldmateriaal te achterhalen. Mocht u desondanks menen recht te kunnen doen gelden op gebruikt beeldmateriaal, neem dan contact op met Motivation.

motivaction

research and strategy

Motivaction International B.V.
Marnixkade 109
1015 ZL Amsterdam

Postbus 15262
1001 MG Amsterdam

T +31 (0)20 589 83 83
M info@motivaction.nl

www.motivaction.nl

