



**SYNTHESERAPPORT**  
**Publieksenquête over**  
**klimaatverandering 2026**



<b>Titel</b>	Publieksenquête over klimaatverandering
<b>Opdrachtgever</b>	FOD Volksgezondheid, Veiligheid van de voedselketen en Leefmilieu
<b>Projectcontacten</b>	Mevr. Tine Heyse, Dhr. Lucas Demuelenaere
<b>Auteurs</b>	Orphé Matthys, Profacts Ellen Loix, Profacts
<b>Instellingen/organisaties</b>	Profacts
<b>Coverfoto</b>	Marc Ryckaert

# INHOUD

INHOUD.....	3
LIJST VAN FIGUREN .....	4
DOELSTELLINGEN EN METHODOLOGIE .....	6
1. Context en doelstelling.....	6
2. Onderzoeksmethode .....	6
<b>2.1 Steekproeftrekking .....</b>	<b>7</b>
<b>2.2 Onderzoeksopzet .....</b>	<b>9</b>
RESULTATEN .....	13
1. Profiel van de respondenten.....	13
<b>1.1 Weging en representativiteit.....</b>	<b>17</b>
2. Bezorgdheden, percepties & oorzaken klimaatverandering .....	20
3. Oplossingen en beleid rond klimaat op internationaal, Europees en Belgisch niveau .....	32
4. Informatie en kennis over klimaatverandering.....	51
5. Persoonlijk gedrag en levensstijl.....	65
CONCLUSIES.....	88



## LIJST VAN FIGUREN

Figuur 1: Geslacht .....	13
Figuur 2: Leeftijd .....	14
Figuur 3: Provincie .....	15
Figuur 4: Beroepsactiviteit .....	15
Figuur 5: Hoogst behaalde diploma.....	16
Figuur 6: Sociale klasse .....	17
Figuur 7: Wegingstabel .....	19
Figuur 8: Bezorgdheden .....	21
Figuur 9: Bezorgdheden leefmilieuproblematiek .....	22
Figuur 10: Oorsprong klimaatverandering.....	24
Figuur 11: Gevolgen klimaatverandering.....	25
Figuur 12: Aanpakken klimaatverandering.....	26
Figuur 13: Impact sectoren broeikasgassen.....	27
Figuur 14: Impact handelingen klimaat .....	28
Figuur 15: Rangschikking bezorgdheden .....	30
Figuur 16: Uitspraken klimaatverandering .....	32
Figuur 17: Voorwaarden voor verandering.....	33
Figuur 18: Klimaattransitie .....	34
Figuur 19: Bijdragen aan oplossing klimaatverandering.....	34
Figuur 20: Europese en internationale klimaatonderhandelingen.....	36
Figuur 21: Stellingen over (tussen) doelstellingen mbt klimaatneutraliteit .....	38
Figuur 22: Rol van België en Europa in klimaatneutraliteit .....	39
Figuur 23: Voornemens van de EU.....	39
Figuur 24: Gebruik inkomsten Belgische overheid .....	42
Figuur 25: Klimaatbeleid in België .....	42
Figuur 26: Bereidheid meer te betalen.....	44
Figuur 27: Opbrengst van meer betalen .....	45
Figuur 28: Mitigatie.....	46
Figuur 29: Adaptatie.....	47
Figuur 30: Invloed overheid .....	48
Figuur 31: Uitspraken.....	49
Figuur 32: Interesse milieu.....	51
Figuur 33: Interesse klimaat.....	52

Figuur 34: Ontvangen informatie.....	56
Figuur 35: Informatie opzoeken .....	57
Figuur 36: Voorkeursbronnen .....	58
Figuur 37: Sociale media .....	59
Figuur 38: Stellingen fake news .....	61
Figuur 39: Interesse informatie klimaatverandering .....	62
Figuur 40: Informatie ontvangen van bronnen.....	64
Figuur 41: Aantal wagens en bedrijfswagens .....	66
Figuur 42: Type brandstof wagens.....	66
Figuur 43: Gebruik verschillende vervoersmiddelen .....	67
Figuur 44: Reden voor verplaatsingen .....	68
Figuur 45: Verplaatsingen .....	70
Figuur 46: Woning.....	72
Figuur 47: Huishouden.....	74
Figuur 48: Steun energierenovatie.....	75
Figuur 49: Selectiecriteria .....	77
Figuur 50: Energieverbruik als argument in verleden.....	78
Figuur 51: Energieverbruik als argument bij volgende aankoop .....	79
Figuur 52: Invloed sociale kring .....	80
Figuur 53: Woningbezit.....	80
Figuur 54: Hoofdverwarming .....	81
Figuur 55: Bijverwarming.....	82
Figuur 56: Stellingen over geïnformeerd voelen.....	83
Figuur 57: Overheidsondersteuning .....	83
Figuur 58: Eigen initiatieven om klimaatverandering tegen te gaan.....	84
Figuur 59: Eigen initiatieven om zich aan te passen aan de klimaatverandering.....	85
Figuur 60: Tevredenheid acties overheid om klimaatverandering tegen te gaan .....	86
Figuur 61: Tevredenheid acties overheid om ons aan te passen aan klimaatverandering.....	87

# DOELSTELLINGEN EN METHODOLOGIE

## 1. Context en doelstelling

Klimaatverandering vormt één van de meest urgente maatschappelijke uitdagingen van de 21e eeuw. Zowel op internationaal, Europees als nationaal niveau werden beleidskaders ontwikkeld die inzetten op mitigatie, adaptatie en gedragsverandering bij burgers, bedrijven en overheden. Binnen deze context speelt publieke opinie een cruciale rol. De mate waarin burgers kennis hebben van klimaatproblematiek, het beleid begrijpen en zich bereid tonen om hun gedrag aan te passen, beïnvloedt immers rechtstreeks de effectiviteit en legitimiteit van beleidsmaatregelen.

Sinds 2005 organiseert de Dienst Klimaatverandering van de FOD VVVL een vierjaarlijkse publieksenquête bij inwoners van België tussen 16 en 75 jaar. Deze longitudinale bevraging beoogt systematisch inzicht te verwerven in de evolutie van kennis, percepties, gedrag en draagvlak over beleidsmaatregelen met betrekking tot klimaatverandering. De zesde editie van deze publieksenquête, uitgevoerd in het voorjaar van 2026 (9 januari 2026 – 23 februari 2026), kadert in deze traditie van periodieke monitoring.

De resultaten van de klimaatenquête 2021 tonen aan dat een ruime meerderheid van de Belgen bezorgd is over klimaatverandering en deze erkent als een reëel en dringend probleem. Hoewel de kennis over de directe oorzaken en gevolgen relatief goed is, blijven meer indirecte effecten minder gekend en wordt de eigen rol van gezinnen vaak onderschat ten opzichte van sectoren zoals industrie en transport. Belgen stellen wel milieubewust gedrag, maar verdere vooruitgang blijft beperkt, vooral op het vlak van mobiliteit. Tegelijk is slechts een minderheid tevreden over de eigen inspanningen en het gevoerde beleid. Er bestaat brede steun voor klimaatmaatregelen en een actieve rol van de overheid en de Europese Unie, al neemt het draagvlak af wanneer deze gepaard gaan met persoonlijke financiële inspanningen. Over het algemeen beschouwen Belgen zich als matig goed geïnformeerd en verwachten zij in de eerste plaats duidelijke informatie van overheden en wetenschappers.

De FOD VVVL wenste deze meting te herhalen om zowel evoluties in kaart te brengen als beleidscommunicatie en sensibiliseringscampagnes gericht vorm te geven.

## 2. Onderzoeksmethode

Voor dit onderzoek werd een **bevraging uitgevoerd bij een representatieve steekproef van burgers in België**. Binnen sociaalwetenschappelijk onderzoek is een **mixed-mode dataverzameling**, waarbij verschillende dataverzamelmethodeën gecombineerd worden, een vaak toegepaste techniek om de respons te verhogen en verschillende groepen in de bevolking te bereiken. In deze studie werd daarom gebruikgemaakt van een **combinatie van een schriftelijke (PAPI) en een online bevraging**.

## 2.1 Steekproeftrekking

Voor dit onderzoek werd gestreefd naar een **netto-steekproef van ongeveer 1.500 Belgische burgers**. Op basis van ervaring met gelijkaardige postale onderzoeken werd vertrokken van een **bruto-steekproef van 6.500 adressen**, die tweemaal werden gecontacteerd: een eerste keer via een initiële uitnodiging en een tweede keer via een herinneringsbrief (zie verder). Uitgaande van een **verwachte responsgraad van ongeveer 13% bij de eerste zending en 11% bij de herinnering**, werd ingeschat dat twee zendingen voldoende zouden zijn om de beoogde netto-respons te bereiken.

De steekproef werd samengesteld via een **gestratificeerde steekproeftrekking** in verschillende stappen, met als doel een zo representatief mogelijke spreiding van respondenten over de Belgische bevolking te realiseren.

### Geografische stratificatie

In een eerste stap werd de **geografische spreiding van de steekproef** bepaald. Hierbij werd gebruikgemaakt van statistische gegevens van **Statbel**, waarmee kon worden vastgesteld welk aandeel van de respondenten afkomstig moest zijn uit de verschillende gewesten en uit stedelijke en landelijke gebieden. Op basis hiervan werd de bruto-steekproef verdeeld over **Vlaanderen, Wallonië en het Brussels Hoofdstedelijk Gewest**, met daarnaast een verdeling tussen **stedelijke en landelijke gemeenten**. Deze stratificatie zorgt ervoor dat de steekproef een goede afspiegeling vormt van de geografische spreiding van de Belgische bevolking.

## Sociodemografische samenstelling

In een tweede stap werd gekeken naar de **sociodemografische kenmerken van de bevolking op gemeentelijk niveau**, waaronder **geslacht, leeftijd, opleidingsniveau en socio-economisch profiel**. Hiervoor werden verschillende databestanden van Statbel gecombineerd, waaronder gegevens over de **structuur van de bevolking**, het **mediaan inkomen** en het **onderwijsniveau** per gemeente. Door deze gegevens te koppelen op basis van postcode kon een beeld worden gevormd van de samenstelling van de bevolking in elke gemeente.

## Selectie van adressen

Op basis van deze informatie werd bepaald **hoeveel adressen per gemeente in de bruto-steekproef moesten worden opgenomen**. België telt in totaal **565 gemeenten**, verspreid over Vlaanderen, Wallonië en het Brussels Hoofdstedelijk Gewest. In dit onderzoek werden de adressen **proportioneel geselecteerd**, waarbij het aantal geselecteerde adressen per gemeente in verhouding stond tot de volledige bevolkingsomvang en samenstelling van die gemeente. Deze proportionele trekking werd tweemaal toegepast om een representatieve verdeling in de bruto-steekproef te garanderen.

De adressen werden geselecteerd op basis van een **adressendatabank met alle adressen en huisnummers in België**, die gekoppeld werd aan de eerder vermelde statistische gegevens. Binnen elk geselecteerd adres werd de respondent bepaald volgens de **“next birthday”-methode**, waarbij de eerste inwoner van **16 jaar of ouder die als eerste jarig is** werd uitgenodigd om de vragenlijst in te vullen. Deze methode helpt om de selectie van respondenten binnen huishoudens zo willekeurig mogelijk te laten verlopen.

Door deze combinatie van **geografische stratificatie, sociodemografische informatie en proportionele adresselectie** werd een bruto-steekproef samengesteld die een zo representatief mogelijke basis vormde voor de dataverzameling.

## 2.2 Onderzoeksopzet

### Dataverzameling via post

De primaire dataverzamelmethode bestond uit een **postale bevraging**, waarbij geselecteerde respondenten per brief werden uitgenodigd om deel te nemen aan de studie. De eerste zending bevatte een **begeleidende introductiebrief**, een **schriftelijke vragenlijst** en een **retourenveloppe**. In de begeleidende brief werd het doel en het belang van het onderzoek toegelicht om respondenten te motiveren deel te nemen. Daarnaast bevatte de brief ook een **weblink en QR-code naar de online versie van de vragenlijst**, zodat respondenten konden kiezen of zij de vragenlijst online of op papier wilden invullen.

De brieven werden opgesteld met aandacht voor een **heldere en wervende formulering**, aangezien dergelijke communicatie een belangrijke rol speelt in het verhogen van de responsgraad. De introductiebrief bevatte bovendien informatie over **privacybescherming**, alsook **contactgegevens (e-mail en gratis 0800-nummer)** voor respondenten die bijkomende vragen hadden over het onderzoek.

Om het **officiële karakter van de studie te benadrukken**, werd op de verzonden enveloppes het **logo van de FOD Volksgezondheid** vermeld, samen met de vermelding “**vertrouwelijk**”. De verzending gebeurde via C5-omslagen met venster. Voor het retourneren van de ingevulde papieren vragenlijsten werd een **retourenveloppe, opnieuw met het logo van de FOD Volksgezondheid** voorzien.

### Ontwerp van de schriftelijke vragenlijst

Bij het ontwerp van de schriftelijke vragenlijst werd veel aandacht besteed aan **gebruiksvriendelijkheid en duidelijkheid**. De vragenlijst werd opgesteld met een **overzichtelijke lay-out**, duidelijke invulinstructies en een beperkte hoeveelheid vragen per pagina. Waar mogelijk werden instructies visueel ondersteund om het invullen te vergemakkelijken. Daarnaast werd een **aantrekkelijke cover** voorzien, wat kan bijdragen aan een hogere responsgraad.

Tegelijk werd bij het ontwerp rekening gehouden met de **technische vereisten voor geautomatiseerde scanning** van de ingevulde vragenlijsten. De lay-out werd daarom afgestemd op een formaat dat compatibel is met **scanningsoftware (Teleform)**, zodat de papieren antwoorden efficiënt digitaal konden worden verwerkt.



## Personaliseerbare verzending en veldwerkopvolging

Elke respondent in de bruto-steekproef kreeg een **unieke code** toegewezen. Deze code diende verschillende doelen. Enerzijds maakte ze het mogelijk om het **veldwerk op te volgen**, zodat respondenten die niet reageerden op de eerste uitnodiging een **herinneringsbrief** konden ontvangen. Anderzijds droeg het systeem bij aan de **pseudonimisering van de gegevens**, aangezien de antwoorden niet rechtstreeks aan persoonsgegevens werden gekoppeld.

Voor de papieren vragenlijsten werd de unieke code vertaald naar een **barcode**, waardoor teruggestuurde vragenlijsten automatisch konden worden geregistreerd en gekoppeld aan de juiste respondent. De ingevulde papieren vragenlijsten werden vervolgens **gescand met Teleform-software**, waarna de data digitaal beschikbaar werd gemaakt.

## Zendingen en herinneringen

De dataverzameling gebeurde in twee fases. In een eerste fase werd een **initiële zending** verstuurd naar de geselecteerde respondenten, bestaande uit een begeleidende brief met weblink en QR-code, een papieren vragenlijst en een retourenveloppe. Deze eerste zending gebeurde op 9 januari 2026.

Op 30 januari 2026 werd een **herinneringszending** verstuurd naar respondenten die nog niet hadden deelgenomen of expliciet hadden geweigerd. Deze herinneringsbrief bevatte opnieuw de link en QR-code naar de online vragenlijst en opnieuw een bijkomende papieren vragenlijst.

De communicatie werd verstuurd in de **officiële taal of talen van het betrokken gewest**: Nederlands in het Vlaams Gewest, Frans in het Waals Gewest, Nederlands en Frans in het Brussels Hoofdstedelijk Gewest en Frans en Duits in het Duitstalige gebied.

## Data-integratie

De antwoorden die via de verschillende kanalen werden verzameld, werden nadien **samengebracht in één geïntegreerde dataset**. Daarbij werd een variabele toegevoegd die aanduidt **via welk kanaal de respondent de vragenlijst invulde** (online via link/QR-code of via papieren vragenlijst). Dit maakt het mogelijk om eventuele verschillen tussen dataverzamelingsmethoden te analyseren.

## Aanvulling via online panel



Tijdens het veldwerk bleek dat de respons op de postale bevraging **lager lag dan verwacht**. Om alsnog een voldoende grote en diverse steekproef te bekomen, werd bijkomend een **online panel van Profacts** ingezet vanaf 30 januari 2026. Dit panel bestaat uit respondenten uit **alle lagen van de Belgische bevolking**, waardoor de respons verder kon worden aangevuld met deelnemers uit verschillende sociodemografische groepen.

### **Analyse van mogelijke methode-effecten**

Omdat tijdens het veldwerk onverwacht een deel van de steekproef via het online panel werd gerekruteerd, werd onderzocht of de dataverzamelmethode (papieren vragenlijst via brief, online via brief, of via panel) systematische invloed heeft gehad op de antwoorden. Methodologisch gezien is dit belangrijk om te verzekeren dat verschillen in resultaten het gevolg zijn van **inhoudelijke variatie tussen respondenten**, en niet van **manier van invullen van de enquête**.

Hiervoor werden de antwoorden systematisch vergeleken tussen de drie groepen over alle vragen heen. De analyses tonen **geen structurele of consistente verschillen** tussen de drie methoden. Hoewel bij sommige afzonderlijke antwoordcategorieën kleine afwijkingen konden worden vastgesteld, kwamen deze **niet systematisch voor, traden deze niet steeds in dezelfde richting op, waren deze niet beperkt tot één methode** en waren er **geen reproduceerbare of patroonmatige verschillen**.

Op basis van deze analyse concluderen we dat **er geen aanwijzingen zijn voor een methodologisch betekenisvol methode-effect**. De drie dataverzamelingkanalen leveren **vergelijkbare resultaten**, waardoor de geïntegreerde dataset als methodologisch coherent en betrouwbaar kan worden beschouwd. Eventuele kleine variaties kunnen worden geïnterpreteerd als normale steekproefvariatie en niet als systematisch methode effect.

## Eindrespons

In totaal werden **1.609 volledig ingevulde vragenlijsten** verzameld. Deze respons bestaat uit drie dataverzamelingskanalen:

- **269 respondenten** vulden de vragenlijst online in via de link of QR-code uit de brief
- **526 respondenten** vulden de **papieren vragenlijst** in en stuurden deze terug per post
- **814 respondenten** namen deel via het **online panel**

Voor de steekproef via de brief werden in totaal 6.500 uitnodigingen verstuurd, wat resulteert in een respons van 795 ingevulde vragenlijsten, of een responsgraad van 12,2%. Voor het online panel werd de bevraging uitgestuurd naar 24.781 panelleden, waarvan 814 respondenten deelnamen, goed voor een responsgraad van 3,3%.

Door deze gecombineerde aanpak kon een voldoende grote en diverse steekproef worden gerealiseerd voor de verdere analyse van de onderzoeksresultaten.



# RESULTATEN

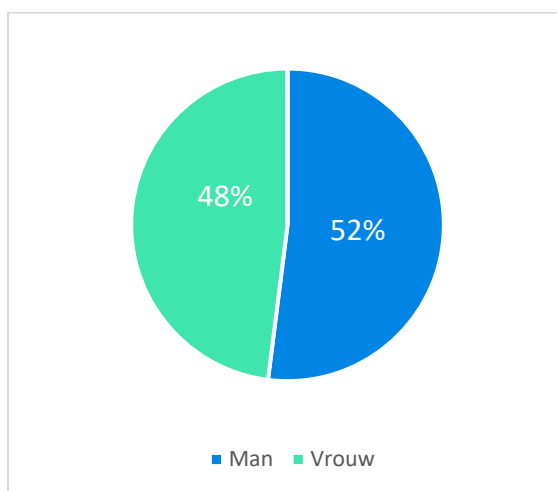
**Korte leeswijzer:** *Significante verschillen ten opzichte van de vorige klimaatenquête in 2021 worden, waar van toepassing, aangeduid met een blauwe cirkel. De cirkel markeert het percentage dat significant hoger ligt dan het vergelijkingspunt.*

*In het rapport worden significante verschillen tussen de vermelde subgroepen toegelicht. De gedetailleerde tabellen waarop deze analyses zijn gebaseerd, zijn terug te vinden in de bijlage.*

## 1. Profiel van de respondenten<sup>1</sup>

De steekproef bestond uit 52% mannen en 48% vrouwen (Figuur 1). Bij de **leeftijdverdeling van de respondenten** valt op dat **65-plussers de grootste groep vormen** met 40% (Figuur 2). Daarnaast is ook de groep **45–64 jaar sterk vertegenwoordigd**, met 14% bij de 45–54-jarigen en 16% bij de 55–64-jarigen.

Figuur 1: Geslacht

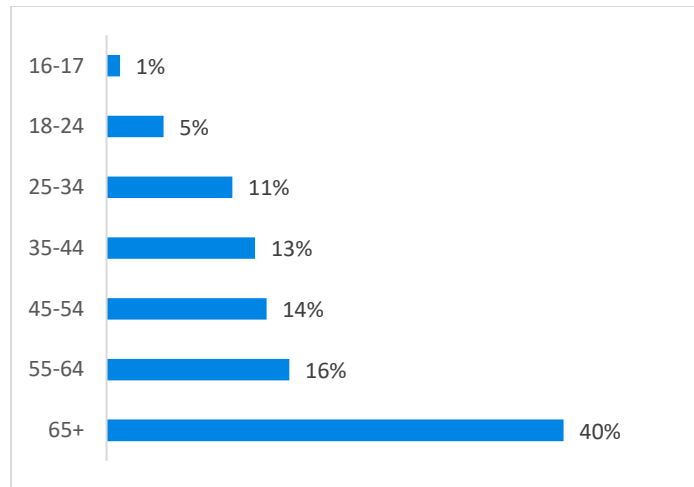


De jongere leeftijdsgroepen nemen een kleiner aandeel in: **35–44 jaar** (13%), **25–34 jaar** (11%) en **18–24 jaar** (5%). **16–17-jarigen** vormden de kleinste groep (1%).

---

<sup>1</sup> Enkel voor de beschrijving van de steekproef werd ongewogen data gebruikt; alle andere resultaten zijn gebaseerd op gewogen data.

Figuur 2: Leeftijd

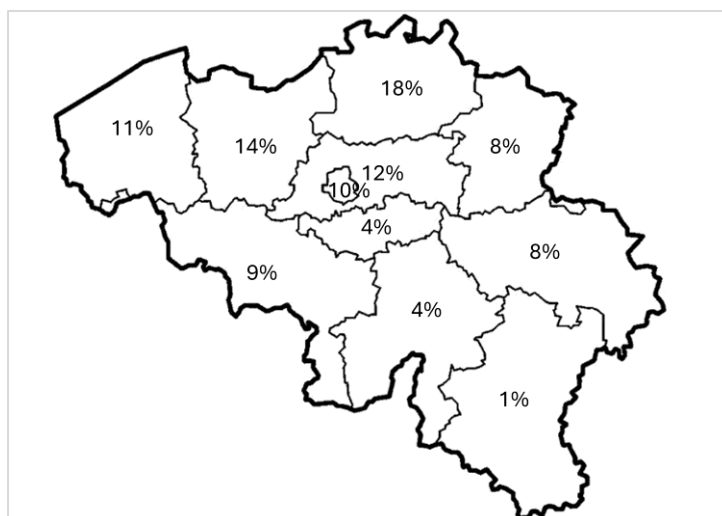


Bij de **regionale spreiding van de respondenten** is **Antwerpen** het sterkst vertegenwoordigd met 18% (Figuur 3). Daarnaast komen ook respondenten uit **West-Vlaanderen** (11%), **Oost-Vlaanderen** (14%) en **Vlaams-Brabant** (12%) relatief vaak voor.

Verder bedraagt het aandeel respondenten uit het **Brussels Hoofdstedelijk Gewest** 10%, terwijl **Henegouwen** goed is voor 9% en **Luik** eveneens ongeveer 8%. Kleinere aandelen zien we in **Limburg** (8%), **Namen** (4%), **Waals-Brabant** (4%) en **Luxemburg** (1%).

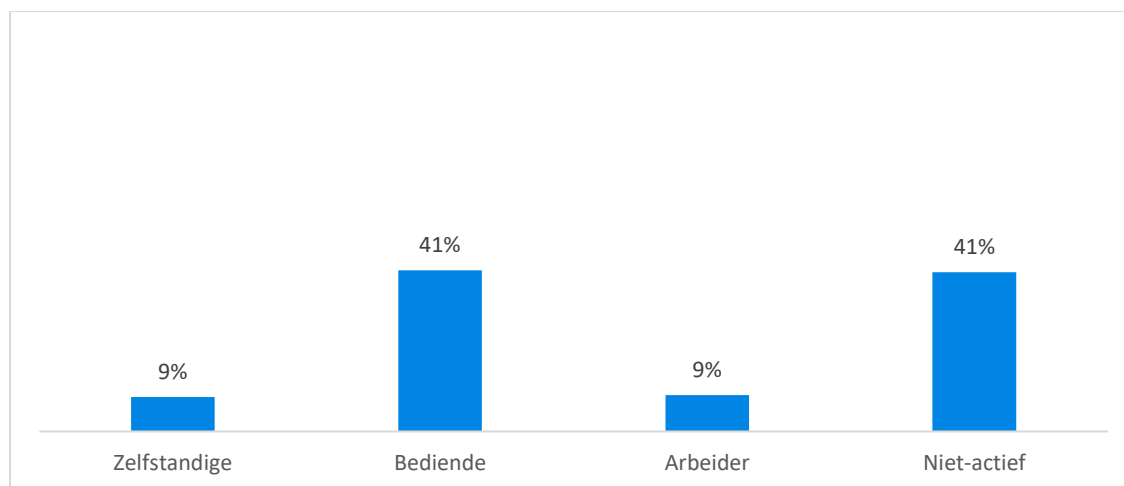
Deze verdeling toont aan dat **respondenten uit verschillende Belgische provincies vertegenwoordigd zijn**, met een iets groter aandeel uit enkele Vlaamse en Waalse kernprovincies. Wat betreft **de taal waarin de enquête werd ingevuld**, **Nederlands is de meest frequent gebruikte taal**, met 55% van de respondenten. Daarnaast vulde **44% de vragenlijst in het Frans** in. **Duits** werd slechts in zeer beperkte mate gebruikt, met minder dan 1%.

Figuur 3: Provincie



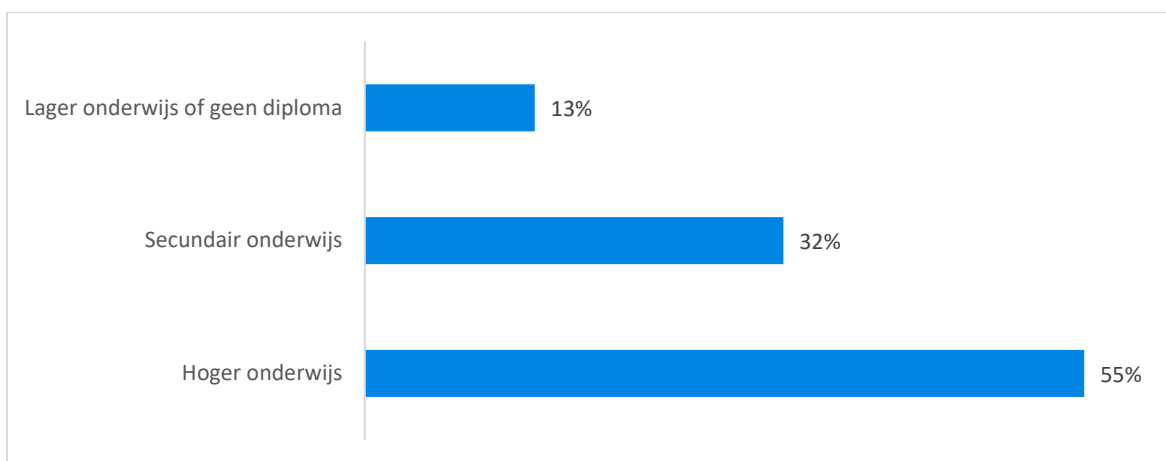
In de steekproef vormen **bedienden de grootste groep**, met 41% van de respondenten (Figuur 4). Daarnaast geeft **41% aan niet-actief te zijn**. **Arbeiders** vertegenwoordigen 9% van de respondenten en **zelfstandigen** maken eveneens 9% uit van de steekproef.

Figuur 4: Beroepsactiviteit



Wat betreft **het hoogst behaalde diploma** heeft 32% van de respondenten **secundair onderwijs** behaald (Figuur 5). Daarnaast beschikt **55% over een diploma hoger onderwijs**, terwijl **13% enkel lager onderwijs** heeft afgerond of geen diploma heeft behaald.

Figuur 5: Hoogst behaalde diploma



De **sociale klasse van de respondenten** werd bepaald op basis van een samengestelde indicator en wordt weergegeven in Figuur 6. Deze indicator houdt rekening met **de huidige of laatste beroepsactiviteit van het gezinshoofd<sup>2</sup>** en **het hoogst behaalde diploma**. Op basis van deze kenmerken worden **punten toegekend**, waarna respondenten worden ingedeeld in acht sociale groepen, waarbij **groep 1 de sociale klasse vertegenwoordigt** met hoogst behaalde diploma en beroepsactiviteit en **groep 8 de sociale klasse** met laagst behaalde diploma en beroepsactiviteit. Voor de analyse worden deze groepen samengenomen per twee.

De verdeling over de sociale klassen is **vrij evenwichtig**. **Groep 1 en 2** vertegenwoordigen 25% van de respondenten, terwijl **groep 3 en 4** goed zijn voor 25%. Ook **groep 5 en 6** nemen ongeveer een kwart van

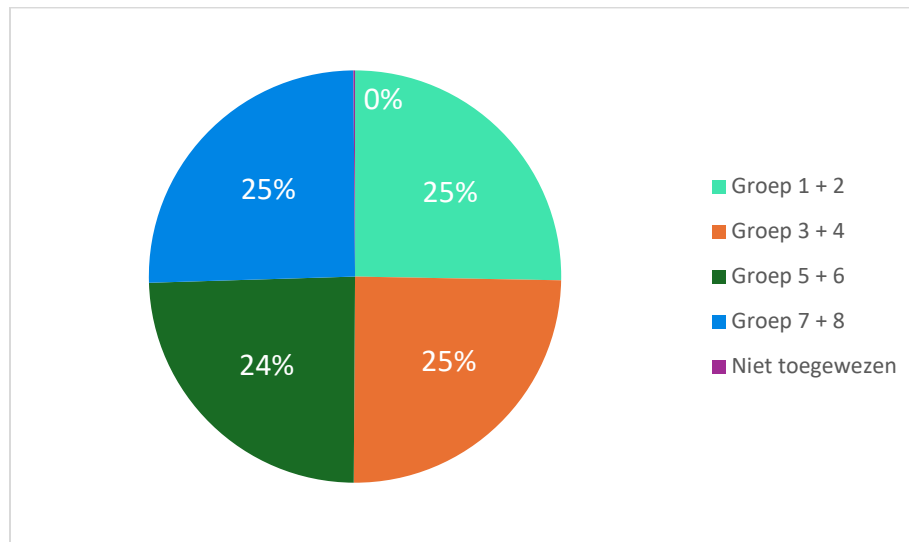
---

<sup>2</sup> Gezinshoofd werd in de enquête als volgt bevraagd: ‘Ben je binnen jouw gezin het gezinshoofd, m.a.w. de persoon die de grootste bijdrage levert aan het gezinsinkomen?’

de steekproef in (24%), en **groep 7 en 8** zijn eveneens vertegenwoordigd met 25%. Een zeer kleine groep (0,13%) kon niet toegewezen worden aan een groep door ontbrekende antwoorden.

Deze verdeling toont aan dat **alle sociale klassen ongeveer gelijk vertegenwoordigd zijn in de steekproef.**

Figuur 6: Sociale klasse



## 1.1 Weging en representativiteit

Om representatieve uitspraken te kunnen formuleren voor de Belgische populatie, werd gebruikgemaakt van wegingsfactoren (Figuur 7). Deze corrigeren de netto steekproef zodat deze aansluit bij de populatieverdeling.

De weging werd simultaan uitgevoerd op vier variabelen: geslacht (2 categorieën), leeftijdsgroep (7 categorieën), opleidingsniveau (3 categorieën) en provincie (11 categorieën). Dit resulteerde in een totaal van 462 cellen. De gewichten werden berekend op basis van de meest recente bevolkingsgegevens van StatBel, waardoor de gewogen data een zo accuraat mogelijke afspiegeling vormt van de Belgische populatie voor deze combinaties van kenmerken.

De verdeling van de wegingsfactoren werd zorgvuldig nagegaan om de kwaliteit van de weging te verzekeren. Voor alle variabelen en categorieën bleven de gewichten binnen gangbare en methodologisch aanvaarde grenzen, wat wijst op een goede initiële steekproefverdeling en slechts beperkte correcties vereiste. Dit komt de stabiliteit en betrouwbaarheid van de resultaten ten goede.

Na toepassing van de weging kan de steekproef als representatief worden beschouwd voor de Belgische populatie op het vlak van geslacht, leeftijd, opleidingsniveau en provincie. De gehanteerde methode zorgt ervoor dat de resultaten een betrouwbare en valide weerspiegeling vormen van de doelpopulatie.



Figuur 7: Wegingstabel

<b>Variabele</b>	<b>Categorie</b>	<b>Percentage</b>	<b>Toegepaste wegingsfactor</b>
<i>Geslacht</i>	Man	49,28%	0,94
	Vrouw	50,72%	1,07
<i>Leeftijdsgroep</i>	16–17	2,33%	1,74
	18–24	7,44%	1,38
	25–34	12,52%	1,11
	35–44	13,07%	1,01
	45–54	14,63%	1,07
	55–64	12,86%	0,83
	65+	37,15%	0,92
	<i>Opleidingsniveau</i>	Lager onderwijs of geen opleiding	4%
Secundair onderwijs		14%	1,37
Hoger onderwijs		45%	0,68
<i>Provincie</i>	Brussels Hoofdstedelijk Gewest	10,62%	1,09
	Antwerpen	16,38%	0,96
	Vlaams-Brabant	10,17%	0,82
	West-Vlaanderen	10,43%	1
	Oost-Vlaanderen	13,36%	0,78
	Limburg	7,65%	0,92
	Henegouwen	11,56%	1,36
	Luik	9,51%	1,25
	Luxemburg	2,51%	1,74
	Namen	4,28%	1,06

## 2. Bezorgdheden, percepties & oorzaken klimaatverandering

De resultaten tonen dat verschillende maatschappelijke thema's sterke bezorgdheid oproepen bij de Belgische bevolking (

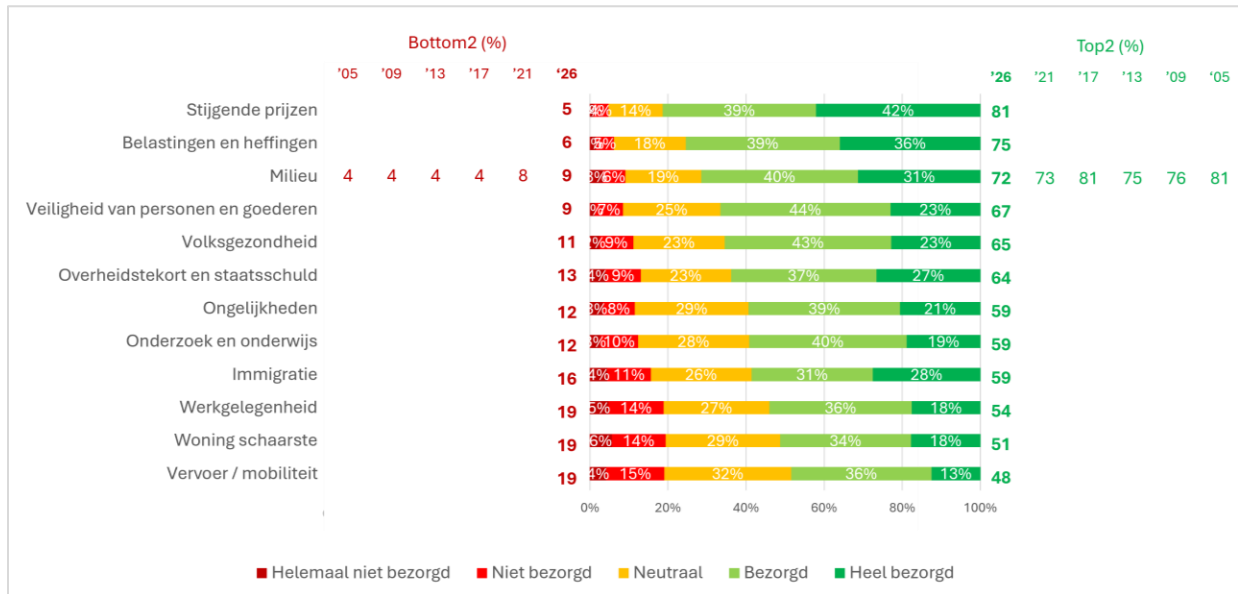


Figuur 8). De grootste bezorgdheid situeert zich rond **stijgende prijzen**: maar liefst 81% geeft aan (heel) bezorgd te zijn, waarvan 42% zelfs *heel bezorgd*. Ook **belastingen en heffingen** (75% bezorgd of heel bezorgd), **milieu** (71%), **veiligheid van personen en goederen** (67%) en **volksgezondheid** (66%) worden door een ruime meerderheid als zorgwekkend ervaren. Daarnaast tonen de resultaten dat **overheidstekort en staatsschuld** (64%), **ongelijkheden** (60%) en **onderzoek en onderwijs** (59%) eveneens belangrijke aandachtspunten zijn, met telkens een meerderheid die zich bezorgd uitdrukt. Bij **werkgelegenheid** geeft 54% aan bezorgd te zijn, terwijl **immigratie** met 59% ook een duidelijke mate van bezorgdheid kent, al is hier het aandeel neutrale antwoorden relatief hoger. **Moeilijke toegang tot huisvesting / woning schaarste** wordt door 52% als (heel) zorgwekkend beschouwd, wat wijst op een significante maar iets minder uitgesproken bezorgdheid in vergelijking met andere thema's. Tot slot scoort **vervoer en mobiliteit** het laagst qua bezorgdheid: 49% is (heel) bezorgd, terwijl hier het grootste aandeel neutrale antwoorden (32%) wordt vastgesteld.

**Vrouwen** tonen doorheen de hele reeks een duidelijk hoger niveau van bezorgdheid dan mannen, vooral rond milieu, volksgezondheid, ongelijkheden en financiële druk zoals prijzen en belastingen. **Jongeren** zijn uitgesproken bezorgd over werkgelegenheid en toegang tot huisvesting, terwijl **oudere leeftijdsgroepen (55+)** vooral wakker liggen van overheidstekort en staatsschuld. Mensen met een lager opleidingsniveau vooral financiële onzekerheid (zoals prijzen) benadrukken, terwijl hoger opgeleiden sterker focussen op milieu.

Ter conclusie vormen economische thema's en in het bijzonder stijgende prijzen en belastingen de meest uitgesproken bezorgdheden. Daarnaast blijft de bezorgdheid over het milieu ook hoog, daarmee behoort ze tot de drie belangrijkste zorgen van de respondenten.

Figuur 8: Bezorgdheden - Hieronder vind je eerst een lijst met thema's waarover sommige mensen zeggen dat ze zich zorgen maken. Kan je voor elk van hen aanduiden in welke mate jij er bezorgd om bent? (n = 1,596)

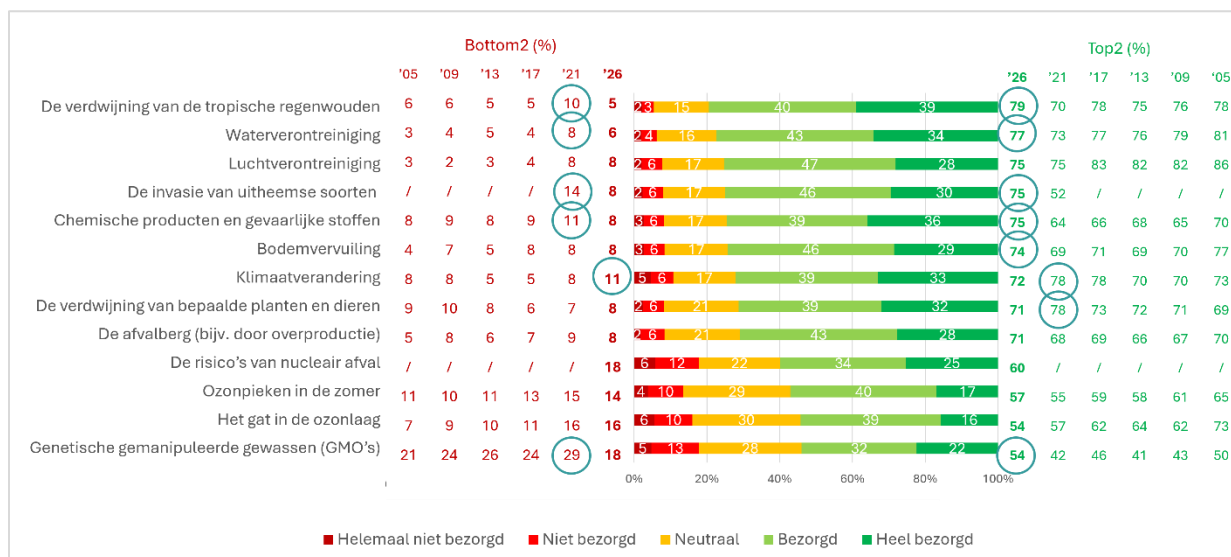


De resultaten tonen dat de bezorgdheid over specifieke leefmilieuproblemen over het algemeen ook heel hoog is (Figuur 9). Voor vrijwel alle thema's geeft een duidelijke meerderheid aan (heel) bezorgd te zijn.

De sterkste bezorgdheid uit zich bij **de verdwijning van de tropische regenwouden**, waar 79% van de respondenten aangeeft bezorgd (40%) of heel bezorgd (39%) te zijn. Ook **waterverontreiniging** (77%), **chemische producten en gevaarlijke stoffen** (75%), **luchtverontreiniging** (75%), **de invasie van uitheemse soorten** (76%) en **bodemvervuiling** (75%) scoren bijzonder hoog. Deze thema's worden dus door drie kwart van de respondenten als zorgwekkend ervaren.

Daarnaast tonen de resultaten ook een uitgesproken bezorgdheid over **klimaatverandering** (72%) en **de verdwijning van bepaalde planten en dieren** (71%). Ook **de afvalberg** (71%) wordt door een ruime meerderheid als problematisch beschouwd.

Figuur 9: Bezorgdheden leefmilieuproblematiek - Als we specifiek naar leefmilieuproblematiek kijken, kan je voor elk van de volgende zaken aanduiden in welke mate je er bezorgd om bent? (n = 1,597)



De resultaten tonen een lagere, maar iets aanzienlijkere bezorgdheid over **de risico's van nucleair afval** (59%) en **genetisch gemanipuleerde gewassen (GMO's)** (54%). Opvallend is dat bij deze thema's het aandeel neutrale antwoorden relatief hoger ligt, wat kan wijzen op meer verdeeldheid of minder uitgesproken standpunten.

Het minst sterke bezorgdheidspatroon zien we bij **het gat in de ozonlaag** (54%) en **ozonpieken in de zomer** (57%). Deze onderwerpen kennen niet alleen een lagere totale bezorgdheid, maar ook het hoogste aandeel neutrale antwoorden (respectievelijk 30% en 29%).

Respondenten blijven dus over milieuproblemen erg bezorgd en de bezorgdheid voor klimaat wordt nog steeds heel breed gedeeld (72%).

Over de hele lijn schatten **vrouwen, oudere leeftijdsgroepen** en **hoger opgeleiden** de impact van milieuproblemen hoger in dan andere groepen. Die verschillen zijn het meest uitgesproken bij thema's zoals chemische stoffen, vervuiling, biodiversiteitsverlies en afval.

Tussen 2021 en 2026 zijn er verschillende **significante verschuivingen** in de mate van bezorgdheid rond milieuproblemen. In de categorie "*helemaal niet bezorgd / niet bezorgd*" zien we bij meerdere thema's een daling. Zo daalt de beperkte bezorgdheid over *de invasie van uitheemse soorten* van 14% naar 8%, en bij *chemische producten en gevaarlijke stoffen* van 11% naar 8%. Een gelijkaardige neerwaartse evolutie

doet zich voor bij *de verdwijning van de tropische regenwouden* (van 10% naar 5%) en *waterverontreiniging* (van 8% naar 6%). Opvallend is ook de sterke daling bij *GMO's*, waar het aandeel weinig bezorgden terugloopt van 29% naar 18%. Enkel bij *klimaatverandering* zien we een omgekeerde beweging, met een stijging van 8% naar 11%.

In de categorie "*bezorgd / heel bezorgd*" stijgt de bezorgdheid bij verschillende onderwerpen. Voor *de invasie van uitheemse soorten* neemt de Top-2-score toe van 52% naar 75%, en voor *chemische producten en gevaarlijke stoffen* van 64% naar 75%. Vergelijkbare stijgingen worden genoteerd bij *bodemvervuiling* (69% naar 74%), *de verdwijning van de tropische regenwouden* (70% naar 79%) en *waterverontreiniging* (73% naar 77%). Voor *GMO's* stijgt de sterke bezorgdheid eveneens substantieel, van 42% naar 54%. Enkel bij *klimaatverandering* is er een daling zichtbaar, van 78% naar 72%.

Deze verschuivingen tonen dat respondenten zich in 2026 over een reeks milieuproblemen duidelijk meer zorgen maken, terwijl de groep die deze thema's als weinig urgent beschouwt kleiner wordt. Enkel *klimaatverandering* vormt een uitzondering, met tegengestelde bewegingen in beide richtingen.

In het verlengde van de vastgestelde bezorgdheid over diverse milieuproblemen, werd ook gepeild naar de perceptie van de oorzaken van *klimaatverandering* (Figuur 10).

**Bijna drie kwart van de respondenten** is van oordeel dat de huidige *klimaatverandering* **het gevolg is van menselijke activiteiten**. De resultaten wijzen dus niet alleen op ongerustheid, maar ook op een duidelijke toeschrijving van verantwoordelijkheid aan menselijk activiteiten zoals bijvoorbeeld transport of industrie.

Een **aanzienlijk kleinere groep** beschouwt *klimaatverandering* daarentegen als een **natuurlijk fenomeen**, vergelijkbaar met klimaatschommelingen uit het verleden. Daarnaast blijft de groep die stelt dat er **geen klimaatverandering** is bijzonder beperkt.

Tot slot geeft een **kleine minderheid** aan niet te weten wat de oorsprong is van klimaatverandering, wat erop wijst dat ondanks de brede consensus er nog steeds een zekere mate van onzekerheid of twijfel aanwezig is.

**Vrouwen** schrijven de klimaatverandering vaker toe aan menselijke activiteiten dan mannen, terwijl **mannen** vaker aangeven dat klimaatverandering een **natuurlijke oorsprong** heeft in vergelijking met vrouwen. Ook tussen opleidingsniveaus zijn er verschillen: **hoger opgeleiden** duiden beduidend vaker een **menselijke oorzaak** aan, terwijl **lager opgeleiden** vaker kiezen voor een **natuurlijke oorsprong** of andere alternatieve antwoordcategorieën.

Als conclusie tonen de resultaten een **duidelijke maatschappelijke consensus over het menselijke karakter van klimaatverandering**.

Figuur 10: Oorsprong klimaatverandering (n = 1,595)



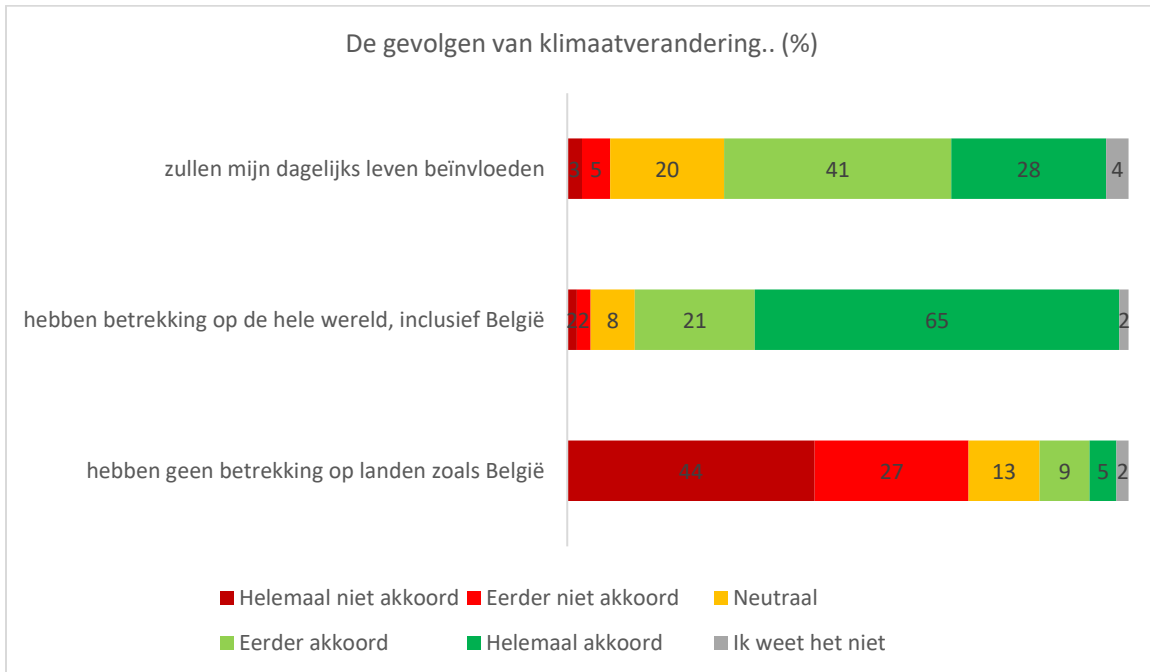
Aansluitend bij de brede erkenning van het menselijke karakter van klimaatverandering, werd ook gepeild naar hoe respondenten de **gevolgen** ervan inschatten (Figuur 11).

Een ruime meerderheid is het oneens met de stelling dat de gevolgen **geen betrekking hebben op landen zoals België**. Meer dan zeven op tien van de respondenten geeft aan hier (eerder) niet akkoord mee te gaan. Dit wijst erop dat klimaatverandering niet wordt gezien als een ver-van-mijn-bed-probleem, maar als een realiteit die ook het eigen land treft.

Dat beeld wordt nog sterker bevestigd in de beoordeling van de tweede stelling. Een overgrote meerderheid is het (helemaal) eens met de uitspraak dat de gevolgen **betrekking hebben op de hele**

**wereld, inclusief België.** Hiermee onderstrepen de respondenten duidelijk het globale én lokale karakter van de problematiek.

Figuur 11: Gevolgen klimaatverandering (n = 1,591)



Tot slot verwacht ook een duidelijke meerderheid dat klimaatverandering **het eigen dagelijks leven zal beïnvloeden**. Hoewel hier het aandeel neutrale antwoorden iets hoger ligt dan bij de vorige stelling, geeft meer dan twee derde aan (eerder) akkoord te gaan. Dit suggereert dat de respondenten niet alleen abstracte of mondiale effecten erkent, maar ook persoonlijke impact voorziet.

**Vrouwen** geven significant vaker aan dat de gevolgen van klimaatverandering hun dagelijks leven zullen beïnvloeden. **Hoger opgeleiden** geven vaker aan dat klimaatverandering gevolgen zal hebben voor hun dagelijks leven en betrekking hebben op de hele wereld, inclusief België, vergeleken met lager opgeleiden.

Samengevat tonen de resultaten aan dat klimaatverandering door de meeste respondenten wordt beschouwd als een **wereldwijd fenomeen met concrete gevolgen voor België én voor het eigen leven**.

Ook werd nagegaan in welke mate de respondenten het eens is met het **aanpakken van klimaatverandering** (Figuur 12).

De resultaten tonen een uitgesproken positieve houding tegenover klimaatverandering actief aanpakken. Een ruime meerderheid geeft aan (eerder) akkoord te gaan, waarbij voornamelijk het aandeel **'helemaal**

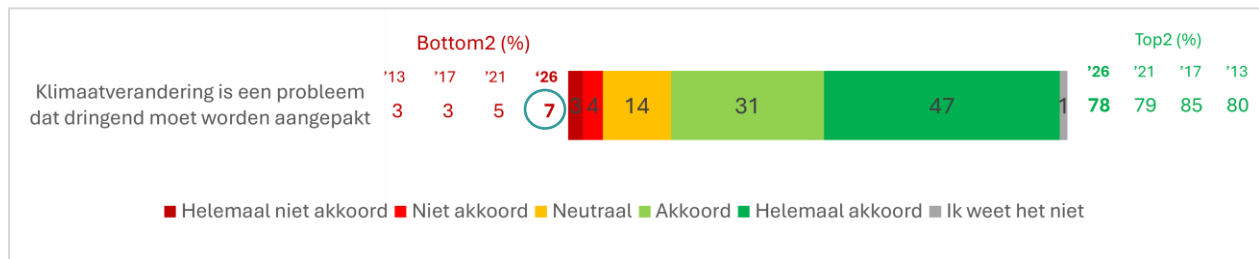
**akkoord'** bijzonder groot is. Ook de groep die **eerder akkoord** is, vertegenwoordigt een substantieel deel van de respondenten. Samen wijst dit op een sterk draagvlak voor maatregelen rond klimaatverandering.

Daartegenover staat slechts een beperkte minderheid die zich (eerder) niet akkoord verklaart. Het aandeel uitgesproken tegenstanders blijft klein, net zoals de groep die geen mening formuleert.

Het aandeel respondenten dat **(helemaal) akkoord** gaat, ligt significant hoger bij **vrouwen** dan bij mannen. Daarnaast geven **hoger opgeleiden** frequenter aan dat klimaatverandering dringend moet worden aangepakt dan lager opgeleiden.

In lijn met de eerdere bevindingen, namelijk de brede erkenning van menselijke oorzaken en de verwachte impact op België en het dagelijks leven, bevestigen deze resultaten dat er **een duidelijk maatschappelijk draagvlak bestaat voor het actief aanpakken van klimaatverandering**.

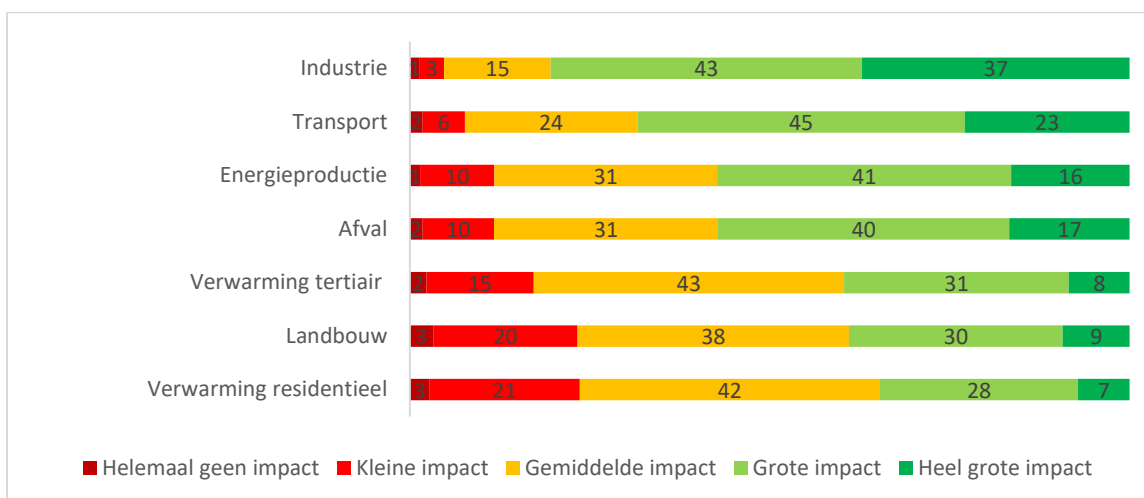
*Figuur 12: Aanpakken klimaatverandering (n = 1,594)*



Na de algemene houding ten aanzien van het aanpakken van klimaatverandering, werd ook onderzocht in welke mate de respondenten verschillende sectoren verantwoordelijk acht voor de **uitstoot van broeikasgassen** (Figuur 13).

De resultaten tonen dat vooral **industrie** en **transport** worden gezien als de grootste uitstoters. Een zeer ruime meerderheid kent deze sectoren een **grote tot heel grote impact** toe, waarbij vooral de industrie opvallend vaak als **heel grote impact** wordt beoordeeld.

Figuur 13: Impact sectoren broeikasgassen - In welke mate hebben de volgende sectoren volgens jou een impact op de uitstoot van broeikasgassen? (n = 1,599)



Ook **energieproductie** en **afvalverwerking** worden door een aanzienlijk deel van de respondenten beschouwd als sectoren met een **grote impact**. Hoewel het aandeel “heel grote impact” hier iets lager ligt dan bij industrie, blijft de algemene inschatting duidelijk hoog.

Voor **verwarming in de tertiaire sector** (kantoren en publieke/private gebouwen) en **residentiële verwarming** ligt de perceptie gematigder. Deze sectoren worden vaker geassocieerd met een **gemiddelde tot grote impact**, en minder uitgesproken met een heel grote impact. Dit suggereert dat de respondenten het belang ervan erkennen, maar ze minder centraal plaatsen dan industrie of transport.

**Landbouw** wordt relatief het minst vaak als grote uitstoter aangeduid. Hier situeert het zwaartepunt zich bij een **gemiddelde impact**, terwijl het aandeel respondenten dat spreekt van een heel grote impact duidelijk beperkter is dan bij andere sectoren. Bovendien kent deze sector het hoogste aandeel respondenten dat slechts een kleine impact toeschrijft.

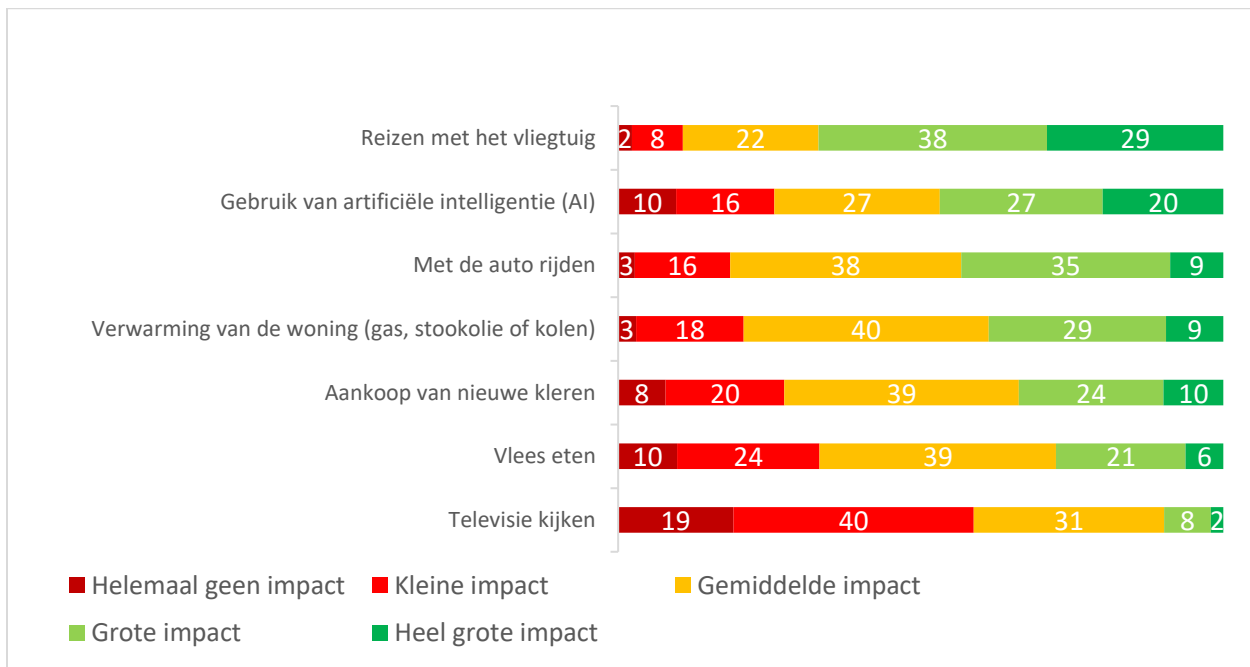
Voor de sector **transport, verwarming (tertiair en residentieel), afval en energieproductie** geven **vrouwen** significant vaker dan mannen aan dat deze sector **een grote bijdrage levert aan de uitstoot van broeikasgassen**. **Jongeren tussen 18-24 jaar** duiden verwarming residentieel en afval vaker aan als een sector met **grote uitstootbijdrage** dan oudere leeftijdsgroepen. Daarnaast beoordelen **hogere opgeleiden** de uitstootbijdrage van transport, industrie, landbouw en energieproductie significant vaker als **groot** in vergelijking met lager opgeleiden.

Samengevat toont de perceptie van de respondenten een duidelijke hiërarchie: **industrie en transport** worden als belangrijkste bronnen van uitstoot gezien, gevolgd door **energieproductie en afval**, terwijl **verwarming en landbouw** eerder als middelgrote bijdragers worden beschouwd. Dit beeld sluit gedeeltelijk aan bij de reële uitstoot in België, waar vooral industrie, vervoer en gebouwen de grootste bronnen vormen. Tegelijk wijst dit erop dat respondenten de impact van transport en energieproductie relatief goed inschatten, maar de rol van gebouwen (verwarming) en, in bredere zin, bepaalde industriële processen eerder onderschatten.

Na de inschatting van sectorale uitstoot werd ook gepeild naar de perceptie van de **impact van concrete handelingen op het klimaat** (Figuur 14). Respondenten maken dus duidelijke verschillen tussen gedragingen.

**Reizen met het vliegtuig** wordt veruit als het meest belastend beschouwd. Een ruime meerderheid kent deze activiteit een **grote tot heel grote impact** toe. Dit bevestigt dat luchtvaart sterk wordt geassocieerd met klimaatverandering.

Figuur 14: Impact handelingen klimaat - Welke impact hebben de volgende handelingen volgens jou op het klimaat? (n = 1,597)



Ook **met de auto rijden** en **verwarming van de woning op fossiele brandstoffen** worden door een aanzienlijk deel van de respondenten gezien als handelingen met een **grote impact**. Hoewel het aandeel

“heel grote impact” beperkter is dan bij vliegereizen, situeert de perceptie zich duidelijk aan de hogere kant van de schaal.

Bij **vlees eten** en de **aankoop van nieuwe kleren** verschuift het zwaartepunt naar een **gemiddelde impact**. Deze gedragingen worden dus wel als relevant beschouwd, maar minder uitgesproken als de andere handelingen.

Het **gebruik van artificiële intelligentie** leidt tot een meer verdeeld beeld. De antwoorden spreiden zich sterker over de categorieën, met een relatief groot aandeel dat een **grote of heel grote impact** ziet, maar ook een significante groep die een beperkte impact vermoedt. Dit wijst mogelijk op onzekerheid of uiteenlopende inschattingen over de klimaatimpact van digitale technologie.

Tot slot wordt **televisie kijken** duidelijk als het minst impactvol beschouwd. De meerderheid situeert zich bij **geen of kleine impact**, terwijl slechts een zeer beperkte groep deze activiteit als sterk belastend ziet.

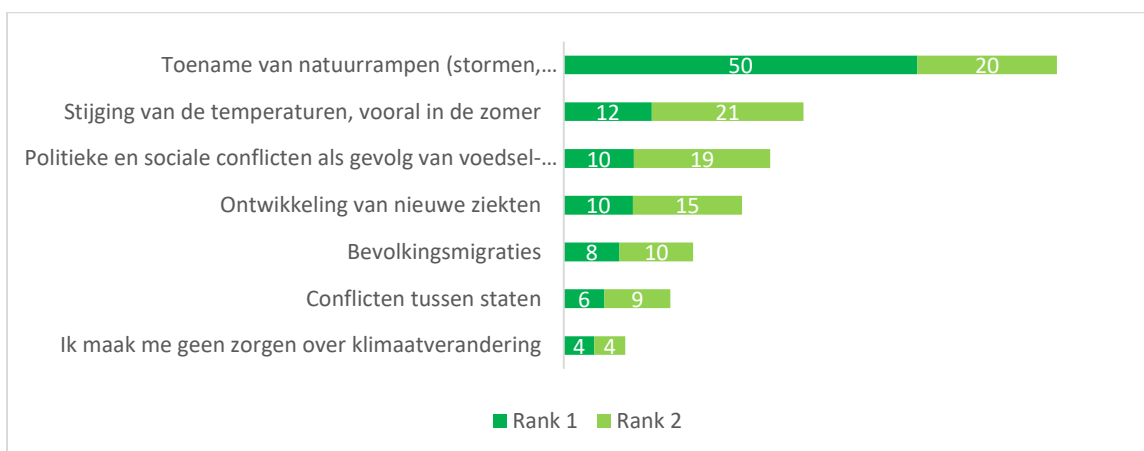
Binnen de TOP2-categorie rapporteren **vrouwen** hogere impactinschattingen dan mannen voor handelingen zoals vlees eten, autorijden en vliegen. **Jongeren (18-34j)** scoren hoger in TOP2 dan oudere leeftijdsgroepen voor auto rijden en aankoop nieuwe kleren. **Hoger opgeleiden** geven eveneens vaker een TOP2-score aan vlees eten, met de auto rijden, aankoop nieuwe kleren en gebruik van artificiële intelligentie (AI) dan lager opgeleiden.

Vooraf **vliegen, autorijden en fossiele verwarming** worden als klimaatintensieve handelingen gepercipieerd, terwijl dagelijkse consumptie- en vrijetijdsactiviteiten eerder als matig tot beperkt impactvol worden ingeschat. Dit beeld sluit grotendeels aan bij de reële klimaatimpact, waarbij transport (vooral vliegtuig en auto) en energiegebruik in gebouwen belangrijke uitstootbronnen zijn. Tegelijk wordt de impact van voeding (zoals vleesconsumptie) en consumptiegoederen in de perceptie eerder onderschat, terwijl digitale toepassingen zoals AI relatief zwaarder worden ingeschat dan hun huidige aandeel in de totale uitstoot.

Om beter te begrijpen **welke gevolgen van klimaatverandering het meest tot bezorgdheid leiden**, werd aan de respondenten gevraagd hun voornaamste zorgen te rangschikken (Figuur 15).



Figuur 15: Rangschikking bezorgdheden - Over welke aspecten van klimaatverandering maak je je het meest zorgen? Duid je eerste en tweede keuze aan. (n = 1,595)



De cijfers tonen zeer duidelijk dat **de toename van natuurrampen** (zoals stormen, overstromingen en kusterosie) met ruime voorsprong een **belangrijkste zorg** zijn. De helft van de respondenten plaatst dit aspect op de **eerste plaats**, wat aangeeft dat de fysieke en zichtbare gevolgen van klimaatverandering sterk leven bij het de respondenten.

Op enige afstand volgt **de stijging van de temperaturen, vooral in de zomer**. Dit aspect wordt minder vaak als absolute topzorg genoemd, maar verschijnt wel regelmatig in de **tweede rangorde**, wat erop wijst dat hitte en extreme temperaturen breed als problematisch worden ervaren.

Daarnaast maken respondenten zich ook zorgen over de **maatschappelijke gevolgen** van klimaatverandering. Zowel **politieke en sociale conflicten als gevolg van voedsel- en economische crisissen**, **de ontwikkeling van nieuwe ziekten**, als **bevolkingsmigraties** worden door een significant aandeel genoemd, vooral als tweede belangrijkste zorg. Deze resultaten tonen aan dat klimaatverandering niet enkel als een ecologisch probleem wordt gezien, maar ook als een factor die maatschappelijke stabiliteit onder druk kan zetten.

**Conflicten tussen staten** worden iets minder prominent genoemd, maar blijft voor een deel van de respondenten wel degelijk een punt van aandacht.

Tot slot geeft slechts een **zeer beperkte minderheid** aan zich **geen zorgen te maken over klimaatverandering**, wat bevestigt dat ongerustheid over dit thema breed gedeeld wordt.

Mannen maken zich vaker zorgen over **bevolkingsmigraties** dan vrouwen. Zorgen over de **ontwikkeling van nieuwe ziekten** liggen hoger bij **18-34-jarigen** vergeleken met enkele oudere groepen. Voor **politieke en sociale conflicten door voedsel- en economische crisis** scoren **hoger opgeleiden** hoger dan personen met lagere diploma's.

Samengevat ligt de grootste bezorgdheid duidelijk bij **concrete en tastbare gevolgen zoals natuurrampen en extreme temperaturen**, terwijl ook de **indirecte sociale en geopolitieke effecten** van klimaatverandering nadrukkelijk aanwezig zijn in het zorgenpatroon van de respondenten. In de afgelopen jaren is België geconfronteerd met duidelijk toegenomen extremen in het weer. Intensere regenbuien en nattere perioden hebben lokaal tot overstromingen en verzadigde riviersystemen geleid, terwijl langere periodes van hitte en tropische dagen hebben gezorgd voor gevoelige stijgingen van temperaturen in de zomer. Deze waargenomen veranderingen in weerspatronen (zoals meer hittegolven en hevige regenval) kunnen hebben bijgedragen aan de sterke bezorgdheid over de zichtbare en tastbare impact van klimaatverandering onder de respondenten.

### 3. Oplossingen en beleid rond klimaat op internationaal, Europees en Belgisch niveau

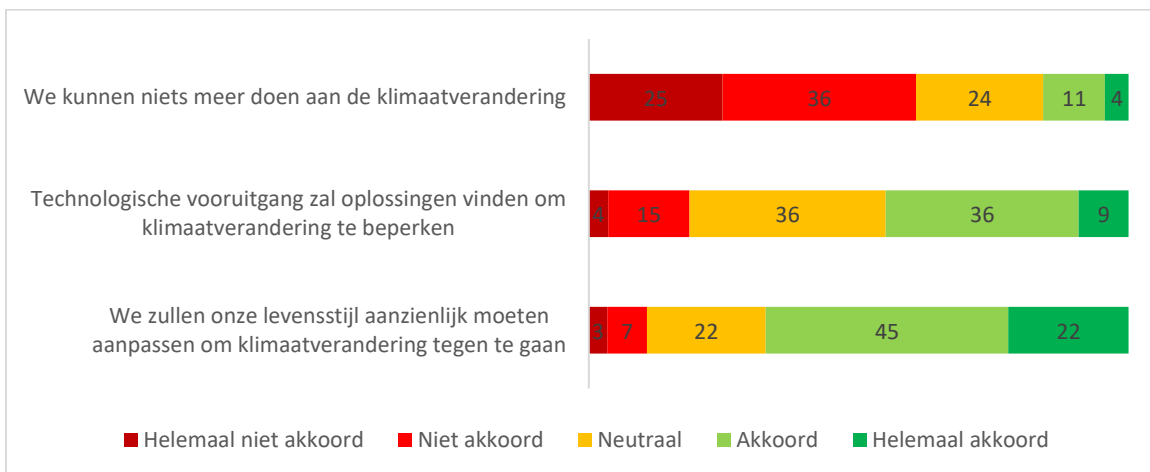
In het volgende deel van de enquête, vroegen we respondenten naar hun mening over **maatregelen en beleid**. We peilden naar wat zij verwachten van Europa, van andere landen buiten de EU en van de Belgische overheid.

De resultaten laten zien dat **bijna 67%** van de respondenten **akkoord of helemaal akkoord** gaat met de stelling dat we onze levensstijl aanzienlijk moeten aanpassen om klimaatverandering tegen te gaan (Figuur 16). Voor de stelling dat technologische vooruitgang oplossingen zal vinden, is het merendeel van de respondenten **neutraal (36%)** of **akkoord (36%)**. Opvallend is dat bij de stelling dat we niets meer kunnen doen aan klimaatverandering **bijna 61%** van de respondenten **helemaal niet of niet akkoord** gaat, terwijl slechts een klein deel **helemaal akkoord (4%)** is.

Voor de uitspraak dat **we onze levensstijl aanzienlijk moeten aanpassen**, scoren **vrouwen** duidelijk hoger in akkoord dan mannen. Personen met **hoger onderwijs** sluiten zich eveneens vaker aan bij deze stelling dan personen met een lager opleidingsniveau. Bij de uitspraak dat **technologische vooruitgang oplossingen zal vinden**, scoren **mannen** hoger in akkoord dan vrouwen. Voor de uitspraak “**we kunnen niets meer doen aan klimaatverandering**” halen **middelbaar opgeleiden** significant hogere akkoord-scores dan hoger opgeleiden.

Mensen geven aan dat aanpassingen in levensstijl noodzakelijk zijn, terwijl het vertrouwen in technologie gemengd is.

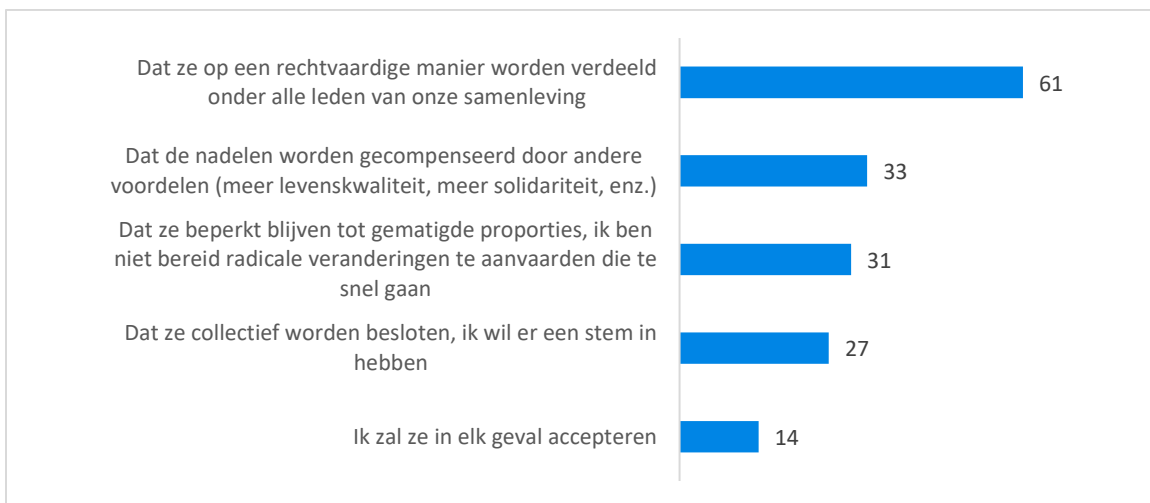
Figuur 16: Uitspraken klimaatverandering – In welke mate ben je akkoord met de volgende uitspraken? (n = 1,599)



Wanneer belangrijke veranderingen in onze levensstijl nodig zouden zijn om klimaatverandering tegen te gaan, geeft het merendeel van de respondenten aan dat ze deze **alleen accepteren als ze op een rechtvaardige manier worden verdeeld (61%)** (Figuur 17). Daarnaast vindt een deel het belangrijk dat de veranderingen **collectief worden besloten, zodat ieder een stem heeft (27%)**, of dat **nadelen gecompenseerd worden door andere voordelen zoals meer levenskwaliteit of solidariteit (33%)**. Ook **30%** wil dat veranderingen beperkt blijven tot gematigde proporties en is niet bereid tot snelle radicale veranderingen. Slechts een klein deel van de respondenten (**14%**) geeft aan veranderingen in elk geval te zullen accepteren.

Respondenten met een **hoger opleidingsniveau** geven duidelijk vaker aan dat zij veranderingen willen aanvaarden wanneer die **op een rechtvaardige manier worden verdeeld** dan lager opgeleiden. **Jongeren van 16–17 jaar** duiden aanzienlijk vaker dan oudere leeftijdsgroepen aan dat ze veranderingen willen aanvaarden **als ze mee kunnen beslissen** en hun stem kunnen laten horen. **Vrouwen** vermelden vaker dan mannen dat zij veranderingen willen aanvaarden **wanneer nadelen worden gecompenseerd door voordelen zoals meer levenskwaliteit of solidariteit**. Ook **jongeren (16–24 en 35–54)** selecteren deze voorwaarde vaker dan de oudste leeftijdsgroep.

*Figuur 17: Voorwaarden voor verandering - Als er belangrijke veranderingen nodig blijken in onze levensstijl om klimaatverandering tegen te gaan, onder welke voorwaarden zou je die accepteren? (n = 1,609)*



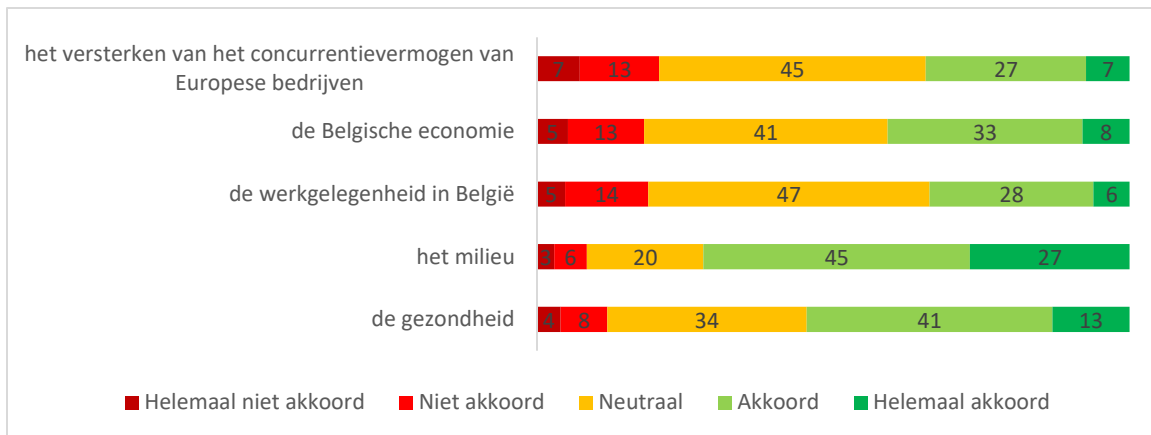
Respondenten zien de klimaattransitie vooral als een kans voor **gezondheid (55% akkoord of helemaal akkoord)** en **het milieu (72%)** (Figuur 18). Minder respondenten verbinden de transitie aan economische

voordelen: **werkgelegenheid in België (34%)**, **de Belgische economie (41%)** en **het versterken van het concurrentievermogen van Europese bedrijven (34%)**.

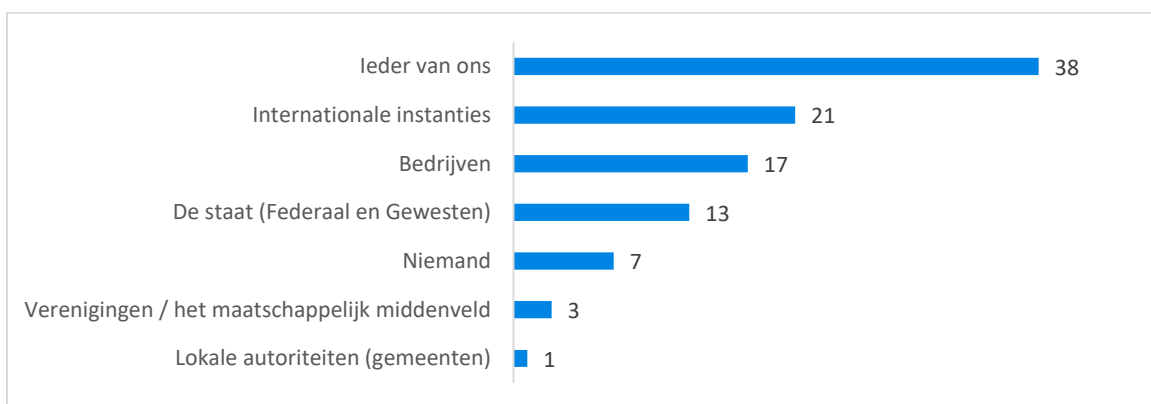
Vrouwen geven duidelijk vaker dan mannen aan dat de klimaattransitie een kans biedt voor **de gezondheid**. Voor **het milieu** zien vrouwen eveneens vaker dan mannen kansen, en hoger opgeleiden doen dit vaker dan lager of middelbaar opgeleiden. Voor **de Belgische economie** wordt de klimaattransitie vaker als een kans gezien door vrouwen dan door mannen.

**Dit suggereert dat de perceptie van respondenten van de klimaattransitie vooral wordt gedreven door milieudoelen en persoonlijke gezondheid, terwijl economische voordelen minder overtuigend lijken.**

Figuur 18: Klimaattransitie - De klimaattransitie is een kans voor.. (n = 1,588)



Figuur 19: Bijdragen aan oplossing klimaatverandering - Wie denk je dat het meest effectief kan bijdragen aan het oplossen van het probleem van klimaatverandering? (n = 1,594)



Veel respondenten vinden dat **'iedereen'** nodig is om de **klimaatverandering op te lossen (38%)** gevolgd door **internationale instanties (21%)** en **bedrijven (17%)** (Figuur 19). Weinigen vinden dat het de Belgische

overheden (staat/regio's) (13%) of verenigingen en lokale autoriteiten zijn die het meest effectief zijn om klimaatverandering aan te pakken. Slechts 7 % gelooft dat niemand effectief kan bijdragen.

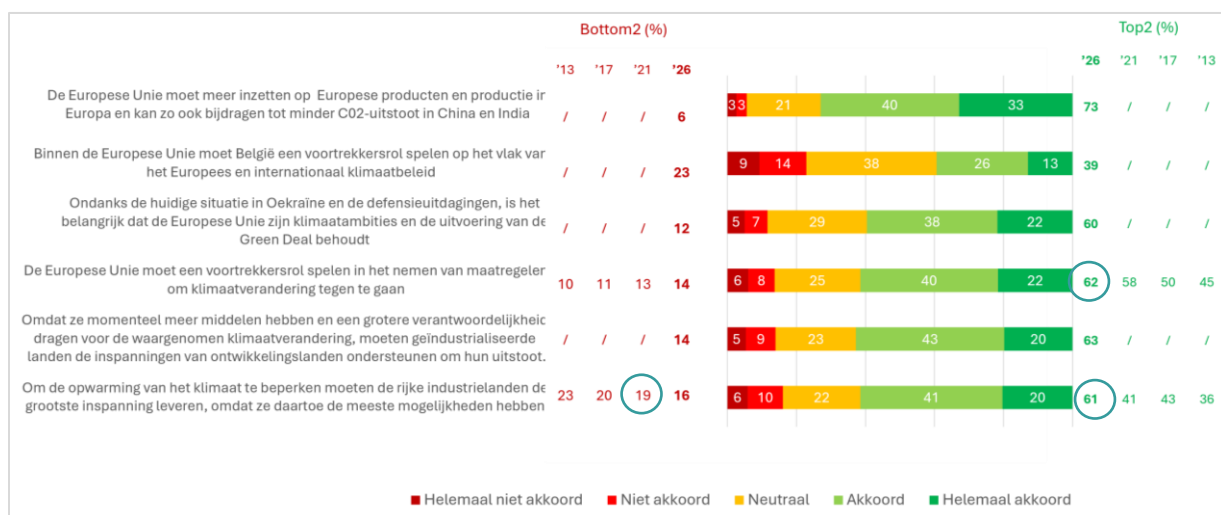


Mannen duiden **vaker dan vrouwen** aan dat **internationale instanties** een belangrijke rol spelen bij het oplossen van klimaatverandering. Voor **lokale autoriteiten** ligt de aanduiding hoger bij **18–34-jarigen** dan bij meerdere oudere groepen. Tot slot geven **mannen** vaker dan vrouwen aan dat **niemand** echt een effectieve bijdrage kan leveren.

Wat betreft de houding tegenover Europese en internationale klimaatonderhandelingen geven de respondenten aan dat er brede steun is voor een sterke rol van rijke landen en de Europese Unie (EU) (Figuur 20), wat in lijn ligt met het eerder vastgestelde belang van internationale actoren. Zo vindt **61%** dat rijke industrielanden de grootste inspanning moeten leveren om de opwarming te beperken (sterke stijging ten opzichte van 2021), en **63%** dat de rijke industrielanden de ontwikkelingslanden actief moeten ondersteunen.

Daarnaast steunt **62%** een voortrekkersrol voor de Europese Unie (en die steun is nog toegenomen sinds de voorbije jaren), en vindt **60%** dat de EU haar klimaatambities moet behouden ondanks de huidige geopolitieke spanningen. De steun ligt lager wanneer het gaat om een voortrekkersrol voor België binnen de EU (**39% akkoord of helemaal akkoord**, tegenover **38% neutraal**). Opvallend is wel dat **73%** akkoord gaat met het idee dat de EU meer moet inzetten op Europese productie om zo ook de wereldwijde uitstoot te beïnvloeden.

Figuur 20: Europese en internationale klimaatonderhandelingen - In welke mate ben je akkoord met de volgende uitspraken over de Europese en internationale klimaatonderhandelingen? (n = 1,594)



**Dit bevestigt dat respondenten vooral actie willen op Europees en internationaal niveau.**

Bij de stelling dat **rijke industrielanden de grootste inspanning moeten leveren**, gaan **personen met lager onderwijs** significant vaker akkoord dan hoger opgeleiden. Voor de stelling dat **geïndustrialiseerde landen ontwikkelingslanden moeten ondersteunen** in hun klimaatbeleid, gaan **hoger opgeleiden** duidelijk vaker akkoord dan personen met secundair onderwijs. Ook voor de uitspraak dat **de Europese Unie een voortrekkersrol moet spelen**, ligt het akkoordniveau hoger bij **hoger opgeleiden** dan bij zowel lager als secundair opgeleiden. Wanneer wordt gesteld dat de EU, ondanks de situatie in Oekraïne, **haar klimaatambities moet behouden**, gaan **hoger opgeleiden** eveneens vaker akkoord dan lager opgeleiden. Tot slot scoren zowel **oudere leeftijdsgroepen** als **hoger opgeleiden** duidelijk hoger in akkoord met de stelling dat de EU **meer moet inzetten op Europese productie om zo de uitstoot in China en India te helpen verminderen**.

Verder tonen de resultaten dat een meerderheid van de respondenten achter de langetermijnambities staat (Figuur 21). Zo steunt **55%** het doel dat de EU tegen 2050 klimaatneutraal moet zijn, en **52%** vindt dat ook België tegen 2050 klimaatneutraal moet worden. De steun voor beide langetermijnambities is wel licht gedaald ten op zicht van 2021.

Ook de tussentijdse doelstellingen kunnen rekenen op steun: **55%** ondersteunt het behoud van de Europese 2030-doelstelling en het vastleggen van een nieuwe doelstelling voor 2040. Specifiek voor België ligt de steun op **56%**. De grootste consensus is er rond klimaatweerbaarheid: **64%** vindt dat onze samenleving en economie tegen 2050 volledig aangepast moeten zijn aan de gevolgen van klimaatverandering.

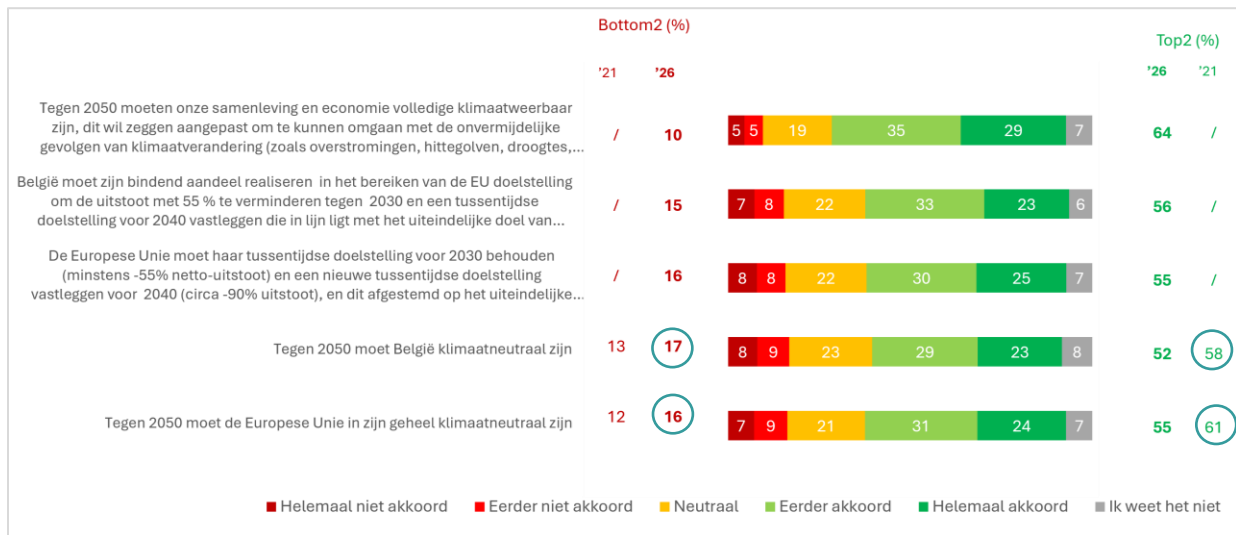
Voor de stelling dat de **Europese Unie tegen 2050 volledig klimaatneutraal moet zijn**, gaan **mannen duidelijk vaker niet akkoord** dan vrouwen, terwijl **jongeren en hoger opgeleiden vaker akkoord gaan dan oudere leeftijdsgroepen en lager opgeleiden**. Bij de uitspraak dat **België tegen 2050 klimaatneutraal moet zijn**, zien we volgende patroon: **vrouwen gaan vaker akkoord**, en **hoger opgeleiden** staan hier vaker achter dan lager opgeleiden. Wanneer het gaat over het **behouden van de EU-doelstelling voor 2030 (-55%) en het vastleggen van een nieuwe voor 2040**, tonen **vrouwen** opnieuw meer akkoord dan mannen, en **hoger opgeleiden** gaan vaker akkoord dan zowel lager als middelbaar opgeleiden. Diezelfde onderwijskloof zien we bij de stelling dat **België zijn bijdrage moet leveren aan de EU-doelstellingen voor 2030 en 2040**: ook hier gaan **hoger opgeleiden** significant vaker akkoord dan lager opgeleiden. Tot slot



zien we dat **jongeren** en **hoger opgeleiden** vaker akkoord gaan met de stelling dat onze **samenleving en economie tegen 2050 volledig klimaatweerbaar moeten zijn**, terwijl mannen bij deze stelling juist **vaker niet akkoord** zijn dan vrouwen.

**Dit bevestigt dat er niet alleen principiële steun is onder de respondenten voor Europees leiderschap, maar ook een duidelijke bereidheid van de respondenten om concrete en bindende doelstellingen op zowel EU- als Belgisch niveau te ondersteunen.**

Figuur 21: Stellingen over (tussen) doelstellingen mbt klimaatneutraliteit – In welke mate sta je achter volgende stellingen? (n = 1,594)

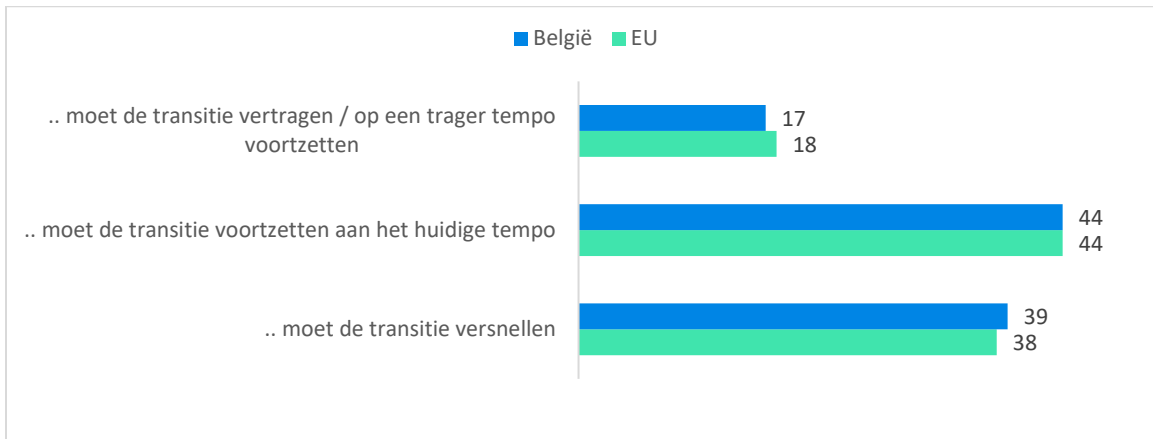


In het verlengde van de brede steun voor klimaatdoelstellingen, geeft de meerderheid van de respondenten aan dat het huidige tempo van de transitie minstens behouden moet blijven (Figuur 22). Zowel voor de EU als voor België vindt **44%** dat de transitie aan het huidige tempo moet worden voortgezet.

Voor België pleit een aanzienlijke groep voor een versnelling van de transitie (39%), een percentage dat vergelijkbaar is met het EU-gemiddelde (38%). Slechts een minderheid van de Belgische respondenten wil de transitie vertragen (17%), wat eveneens in lijn ligt met de EU-cijfers (18%).

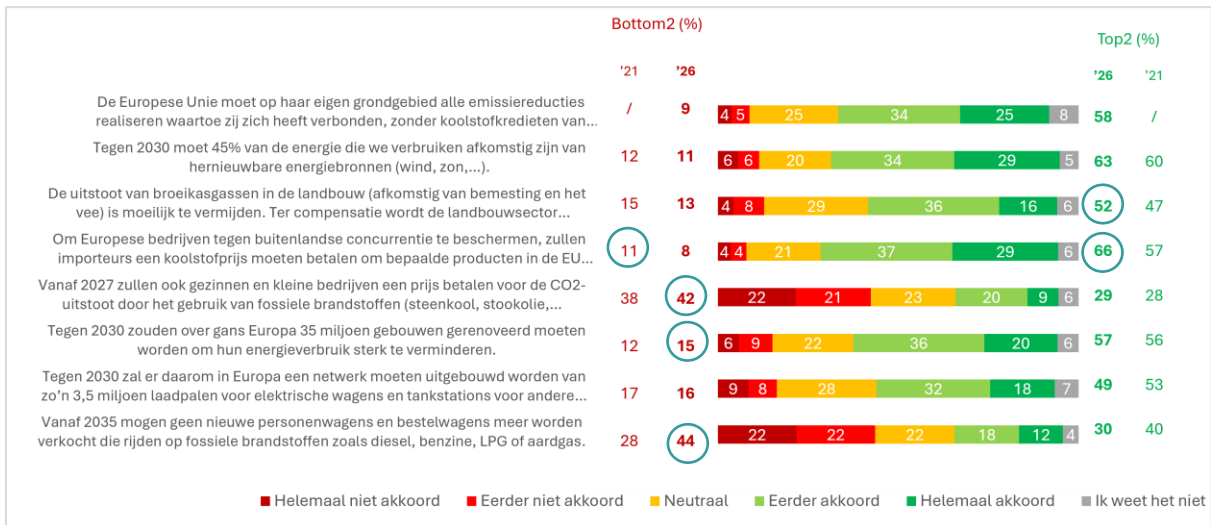
**Dit wijst erop dat er weinig draagvlak is voor een pauze in het klimaatbeleid en dat de opinie van de respondenten eerder stabiliteit of zelfs versnelling ondersteunt.**

Figuur 22: Rol van België en Europa in klimaatneutraliteit - Wat is jouw mening over de rol van België / de EU in de transitie naar klimaatneutraliteit? (n = 1,580)



Waar eerder bleek dat er steun is voor het behoud of de versnelling van de klimaattransitie, toont de houding tegenover concrete Europese maatregelen een genuanceerder beeld (Figuur 23).

Figuur 23: Voornemens van de EU - In welke mate ben je akkoord met de doelstellingen en voornemens van de Europese Unie? (n = 1,583)



Er is brede steun voor structurele en industriële maatregelen. Zo steunt **66%** een koolstofheffing op import om Europese bedrijven te beschermen. Ook de doelstelling dat **45% van de energie tegen 2030 hernieuwbaar moet zijn, krijgt 63% steun**, en **58%** vindt dat de EU haar emissiereducties volledig op eigen

grondgebied moet realiseren. Daarnaast kan ook de renovatie van **35 miljoen gebouwen tegen 2030 rekenen op 57% steun**.

Meer rechtstreeks voelbare maatregelen stuiten op meer verdeeldheid. Het verbod op de verkoop van nieuwe fossiele wagens vanaf 2035 wordt slechts door **30%** gesteund, terwijl **44%** tegen is (dit aantal is ook sterk gestegen ten opzichte van 2021). De steun voor het koolstofarm maken van voertuigen neemt ook sterk af ten opzichte van vorige jaren. Ook een CO<sub>2</sub>-prijs voor gezinnen en kleine bedrijven vanaf 2027 krijgt beperkte steun (**29% akkoord tegenover 42% niet akkoord**).

Voor het verbod op de verkoop van **nieuwe fossiel aangedreven wagens vanaf 2035** gaan **jongere leeftijdsgroepen** en **hoger opgeleiden** duidelijk vaker akkoord dan oudere respondenten en lager opgeleiden. Ook voor het uitbouwen van een **Europees netwerk van 3,5 miljoen laadpalen tegen 2030** gaan **hoger opgeleiden** significant vaker akkoord dan lager opgeleiden. De maatregel waarbij **gezinnen en kleine bedrijven vanaf 2027 een CO<sub>2</sub>-prijs betalen** krijgt eveneens **meer steun van hoger opgeleiden**. Hetzelfde geldt voor het voorstel om **importeurs een koolstofprijs te laten betalen** ter bescherming van Europese bedrijven: ook hier gaan **hoger opgeleiden vaker akkoord**. Verder wordt de doelstelling om de **landbouwsector extra inspanningen te laten leveren voor koolstofopslag** vaker gesteund door hoger opgeleiden dan door lager of middelbaar opgeleiden. Tot slot gaan **hoger opgeleiden** ook vaker akkoord met de doelstelling dat **tegen 2030 minstens 45% van de energie uit hernieuwbare bronnen moet komen**, én met het principe dat de **EU alle emissiereducties op eigen grondgebied moet realiseren** in plaats van buitenlandse koolstofkredieten te kopen.

**Dit toont aan dat er vooral draagvlak is voor systeemgerichte en industriële maatregelen, terwijl maatregelen die direct ingrijpen op het dagelijks leven of extra kosten voor respondenten meebrengen meer weerstand oproepen.** Indien dergelijke maatregelen worden ingevoerd, zijn aanzienlijke communicatie- en begeleidingsinspanningen noodzakelijk om huishoudens en bedrijven te ondersteunen, hen te informeren over beschikbare alternatieven en draagvlak te behouden.

**In lijn met de eerdere vaststelling dat directe lasten voor respondenten gevoelig liggen**, tonen de resultaten ook aan dat respondenten vooral sociale en toekomstgerichte investeringen steunen (Figuur 24).



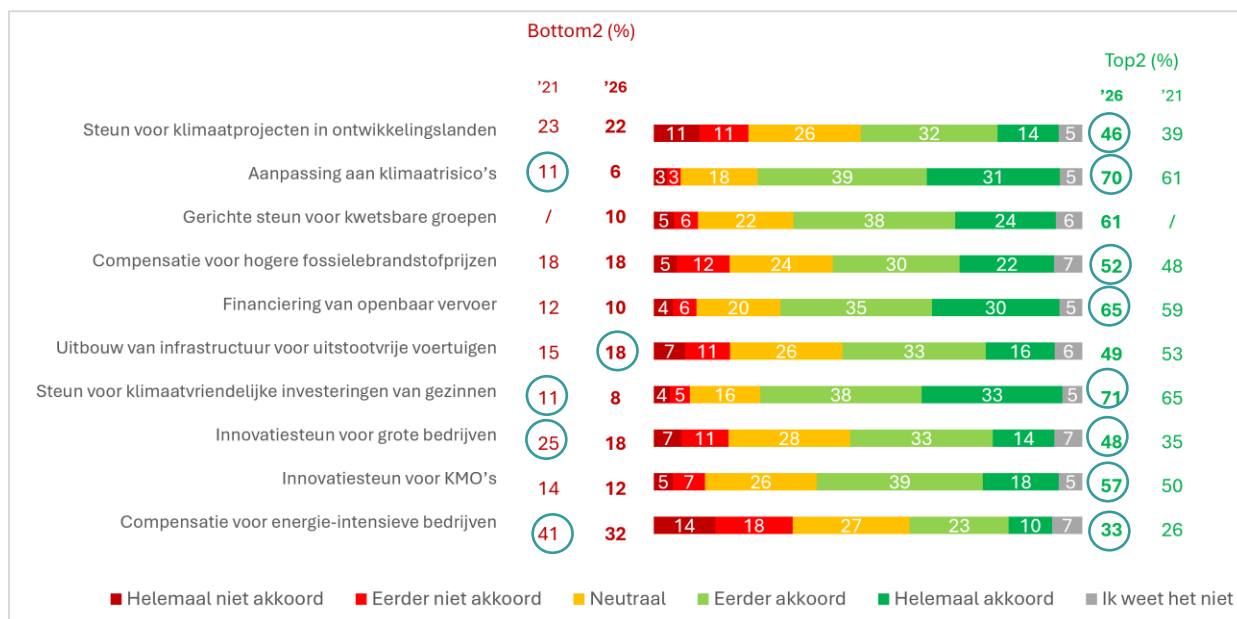
De grootste steun gaat naar **maatregelen om België weerbaarder te maken tegen klimaatrisico's (70% akkoord)**, gevolgd door **ondersteuning van gezinnen die investeren in emissieverlaging (71%)** en **financiering van het openbaar vervoer (65%)**. Ook **gerichte steun voor kwetsbare huishoudens en bedrijven krijgt 61% steun**.

De respondenten wijzen een gematigder draagvlak toe aan de economische ondersteuning van bedrijven. Innovatie door KMO's wordt nog door **57%** gesteund, terwijl steun aan grote bedrijven op **48%** uitkomt. Het compenseren van verhoogde elektriciteitsfacturen voor grootverbruikende bedrijven krijgt duidelijk minder steun (**33% akkoord tegenover 32% niet akkoord**).

Voor het compenseren van de elektriciteitsfactuur van energie-intensieve bedrijven zijn **vrouwen significant vaker akkoord dan mannen** (hogere Top2). Daarnaast zijn **jongere leeftijdsgroepen (tot 34 jaar) akkoord dan oudere groepen**, terwijl er geen uitgesproken verschillen naar opleiding zijn. Voor het ondersteunen van technologische innovatie door KMO's zijn **mannen vaker akkoord dan vrouwen**. Leeftijdverschillen zijn beperkt, maar **65-plussers zijn sterker akkoord** dan jongere groepen. Ook **hoger opgeleiden zijn meer akkoord dan lager opgeleiden**. Bij ondersteuning van grote bedrijven zien we vooral een leeftijdseffect: **65-plussers zijn significant meer akkoord dan jongere groepen**. Voor steun aan gezinnen die investeren in verduurzaming zijn de verschillen beperkt, maar **hoger opgeleiden zijn duidelijk meer akkoord dan middelbaar opgeleiden**. Voor het financieren van openbaar vervoer zien we dat **hoger opgeleiden significant meer akkoord zijn dan lager en middelbaar opgeleiden**.

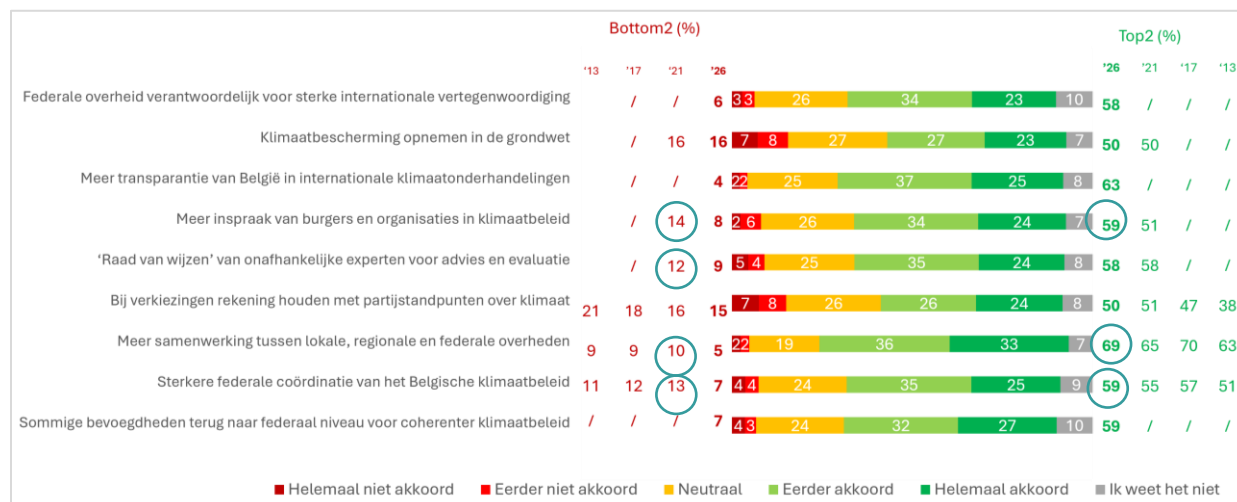
Dit bevestigt dat het maatschappelijk draagvlak het grootst is wanneer klimaatmiddelen rechtstreeks bijdragen aan sociale bescherming, weerbaarheid en investeringen bij gezinnen, en minder wanneer ze worden ingezet voor ondersteuning van grote bedrijven.

*Figuur 24: Gebruik inkomsten Belgische overheid - In welke mate ben je akkoord dat de Belgische overheid deze inkomsten gebruikt voor..? (n = 1,587)*



**Naast steun voor concrete maatregelen en investeringen**, is er ook een breed draagvlak voor een sterkere en meer gecoördineerde aanpak van het klimaatbeleid in België (Figuur 25).

*Figuur 25: Klimaatbeleid in België - In welke mate ben je akkoord met de volgende uitspraken over het klimaatbeleid in België? (n = 1,591)*



Zo vindt **69%** dat de verschillende overheden (lokaal, regionaal en federaal) meer moeten samenwerken. Ook het versterken van de federale coördinerende rol krijgt **59% steun**, en **59%** is van mening dat bepaalde bevoegdheden opnieuw federaal moeten worden om een coherenter beleid te voeren.

Daarnaast is er duidelijke steun voor inspraak en expertise: **59%** wil meer burgerconsultatie, en **58%** steunt een 'Raad van wijzen' van onafhankelijke experts. Transparantie in internationale onderhandelingen krijgt zelfs **63% steun**. Ook het idee om klimaatbescherming in de grondwet op te nemen wordt door **50%** ondersteund.

Tot slot geeft **50%** aan bij volgende verkiezingen rekening te zullen houden met het klimaatstandpunt van partijen.

**Dit wijst erop dat er niet alleen inhoudelijke steun is voor klimaatmaatregelen, maar ook een duidelijke verwachting van de respondenten dat het beleid beter gecoördineerd, transparanter en democratisch verankerd moet worden.**

**Hoewel er brede steun is voor structureel klimaatbeleid**, ligt de bereidheid om zelf financieel bij te dragen genuanceerder, toch is er een stijging in bereidheid merkbaar ten opzichte van voorbije jaren (Figuur 26).

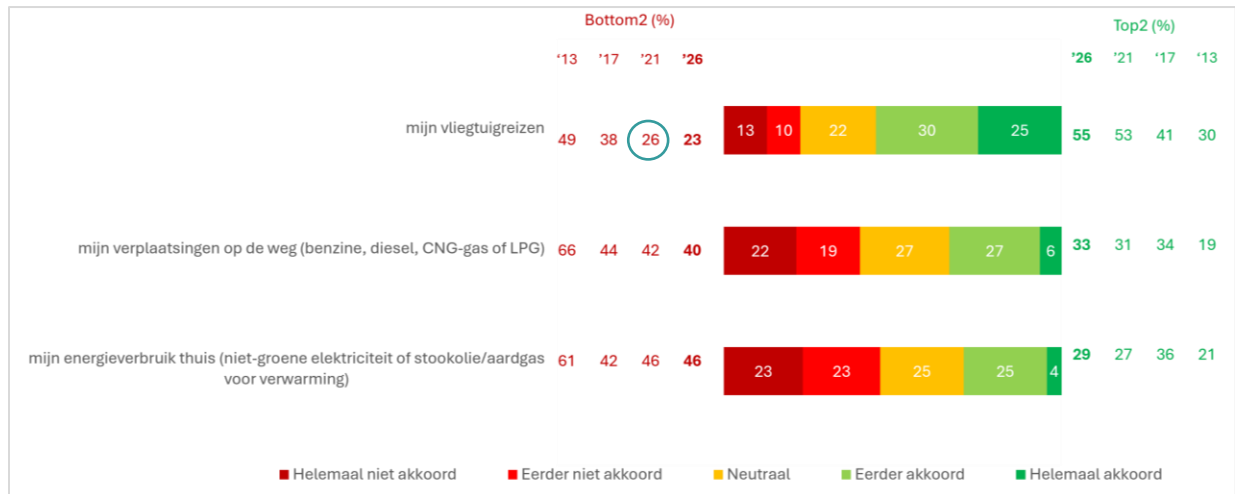
Voor energieverbruik thuis is **46% niet bereid om meer te betalen**, tegenover **29% die dat wel is**. We zien een gelijkaardig beeld bij verplaatsingen op de weg, waar **40% niet bereid is meer te betalen**, tegenover **33% die dat wel wil**.

Opvallend is dat de bereidheid om meer te betalen voor vliegtuigreizen duidelijk hoger ligt: **55% is akkoord om hiervoor meer te betalen**, terwijl slechts **23% niet akkoord gaat**.

Voor de bereidheid om meer te betalen voor het eigen energieverbruik thuis (niet-groene elektriciteit of fossiele brandstoffen voor verwarming) geldt dat **hogere opgeleiden significant vaker aangeven bereid te zijn om meer te betalen dan lager en middelbaar opgeleiden**. Voor de bereidheid om meer te betalen voor verplaatsingen op de weg (benzine, diesel, CNG of LPG) geven **vrouwen significant vaker aan bereid te zijn om meer te betalen dan mannen**, en zijn het opnieuw **hogere opgeleiden die vaker aangeven bereid te zijn om meer te betalen dan de andere opleidingsgroepen**. Bij de bereidheid om meer te betalen voor vliegtuigreizen zien we dat **hogere opgeleiden significant vaker aangeven bereid te zijn om meer te betalen dan lager opgeleiden**.

Dit duidt erop dat respondenten bereid zijn extra kosten te accepteren voor minder essentiële of gemakkelijker te vermijden activiteiten, terwijl ze terughoudender zijn wanneer het gaat om basisbehoeften zoals wonen en dagelijkse mobiliteit.

Figuur 26: Bereidheid meer te betalen - Om de opwarming van het klimaat te helpen bestrijden, ben ik bereid wat meer te betalen voor het gebruik van fossiele brandstoffen in mijn dagelijks leven, namelijk voor: (n = 1,584)



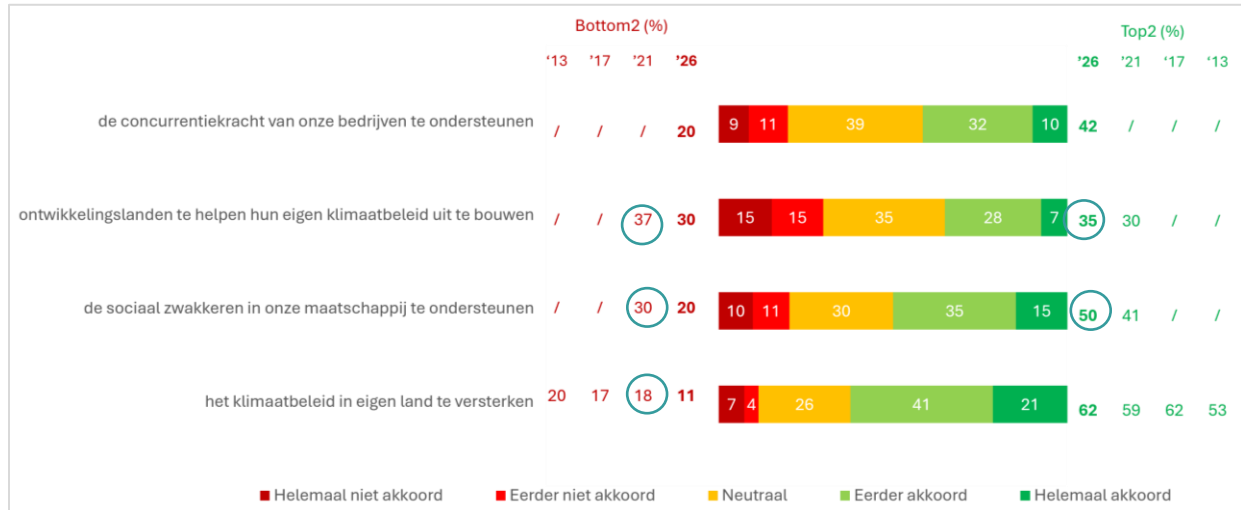
In lijn met de eerdere voorkeur om klimaatmiddelen sociaal en nationaal in te zetten, is er ook een duidelijke prioritering in de gewenste besteding van deze opbrengsten (Figuur 27).

De grootste steun gaat naar **het versterken van het klimaatbeleid in eigen land (62% akkoord)**. Ook **ondersteuning van sociaal zwakkeren krijgt 50% steun, een sterke stijging ten opzichte van 2021**.

De steun ligt merkbaar lager voor internationale en economische doelstellingen. Zo is **35% akkoord met het helpen van ontwikkelingslanden**, terwijl **30% dit niet steunt**. Het ondersteunen van de concurrentiekracht van bedrijven krijgt **42% steun**, maar gaat gepaard met een grote groep neutralen (**39%**).

Dit bevestigt dat respondenten klimaatinkomsten in de eerste plaats nationaal en sociaal willen inzetten, terwijl internationale solidariteit en bedrijfssteun op meer terughoudendheid botsen. Desondanks zien we wel een stijging voor alle voorstellen ten opzichte van voorbije jaren.

Figuur 27: Opbrengst van meer betalen – De opbrengst hiervan moet dienen om.. (n = 1,581)



Naast verwachtingen over coördinatie en financiering, werd ook gepeild naar het draagvlak voor concrete mitigatiemaatregelen door de overheid (Figuur 28). De resultaten tonen dat vooral stimulerende en informatieve maatregelen brede steun genieten.

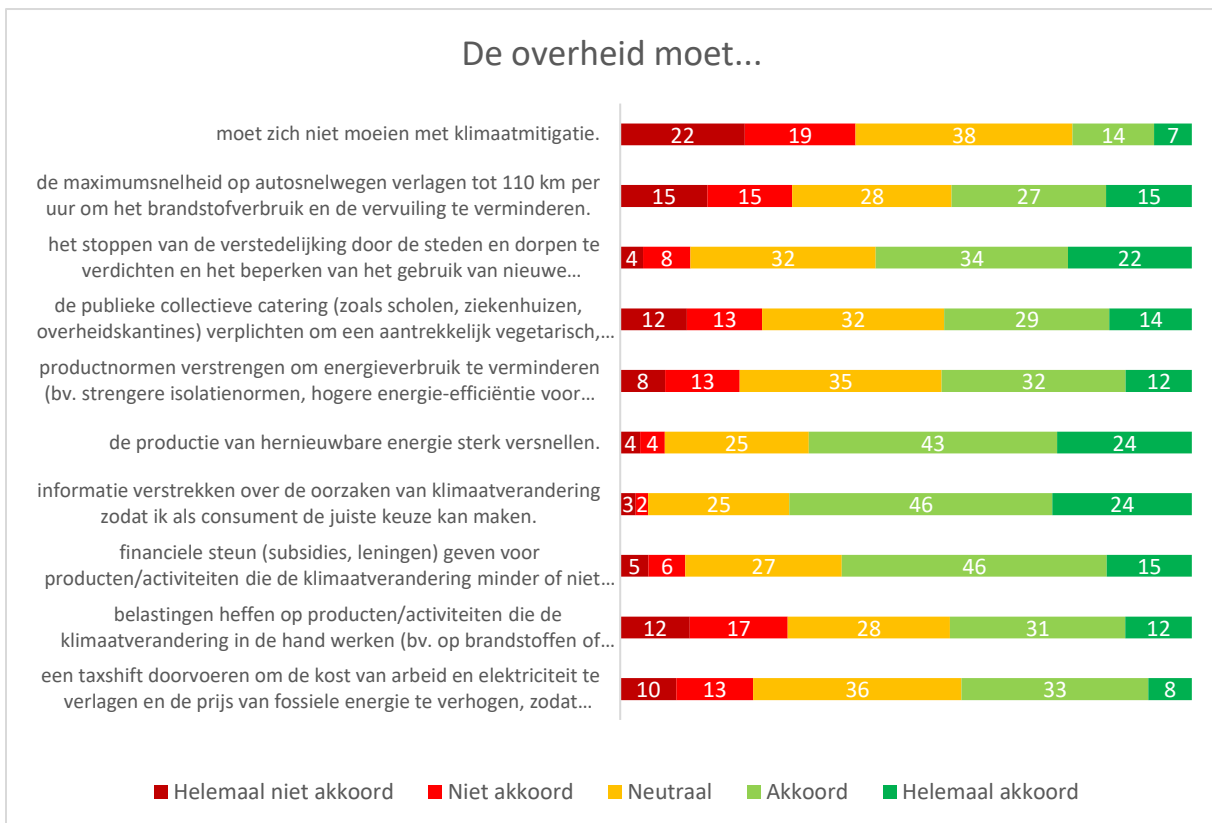
De grootste steun gaat naar het verstrekken van informatie zodat consumenten zelf de juiste keuzes kunnen maken (70% akkoord) en het versnellen van de productie van hernieuwbare energie (67%). Ook financiële steun voor duurzame alternatieven krijgt 61% steun.

Regulerende maatregelen krijgen een gematigder draagvlak. Zo steunt 44% een taxshift waarbij fossiele energie duurder wordt, en 43% strengere productnormen. De meningen zijn verdeeld over het verlagen van de maximumsnelheid tot 110 km/u (42% akkoord tegenover 30% niet akkoord).

Opvallend is dat slechts 21% vindt dat de overheid zich niet moet moeien met klimaatmitigatie, terwijl 41% het daar expliciet niet mee eens is.

**Dit toont aan dat er een duidelijk mandaat bestaat voor overheidsingrijpen, vooral wanneer dit inzet op stimulering en ondersteuning, terwijl meer beperkende of gedrag sturende maatregelen op meer verdeeldheid stuiten.**

*Figuur 28: Mitigatie - Om de uitstoot van broeikasgassen te verminderen en ons aan te passen aan de gevolgen van klimaatverandering, zou de overheid een reeks maatregelen kunnen nemen. Voor elk van deze maatregelen, kan je aangeven of je ze wenselijk vindt of niet? (n = 1,590)*



**Naast mitigatie tonen de resultaten dat de respondenten ook de maatregelen rond klimaatadaptatie steunen (Figuur 29). Respondenten zien een actieve rol van de overheid bij het beschermen van mensen en infrastructuur tegen onvermijdelijke gevolgen van klimaatverandering.**

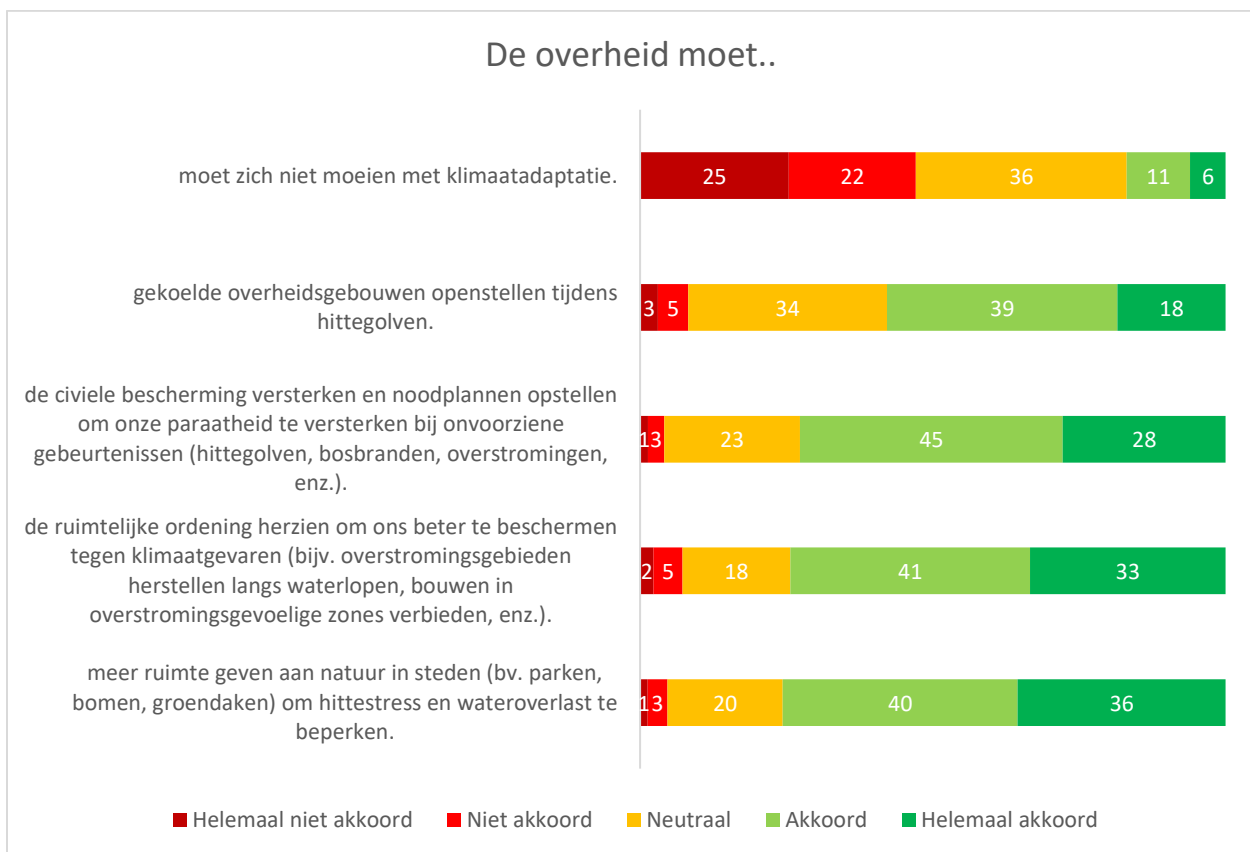
**De grootste steun gaat naar meer ruimte voor natuur in steden om hittestress en wateroverlast te beperken (76% akkoord of helemaal akkoord), herziening van de ruimtelijke ordening om bescherming tegen klimaatgevaren te verbeteren (74%), en het versterken van civiele bescherming en noodplannen**

(73%). Ook praktische maatregelen zoals **het openstellen van gekoelde overheidsgebouwen tijdens hittegolven krijgt 57% steun.**

Slechts een klein deel van de bevolking (17%) vindt dat de overheid zich niet moet moeien met klimaatadaptatie, terwijl **72% het daar expliciet niet mee eens is.**

**Dit benadrukt dat er een duidelijke voorkeur onder de respondenten is voor overheidsingrijpen bij adaptatie, met sterke voorkeur voor preventie, paraatheid en bescherming van kwetsbare groepen.**

*Figuur 29: Adaptatie - Om de uitstoot van broeikasgassen te verminderen en ons aan te passen aan de gevolgen van klimaatverandering, zou de overheid een reeks maatregelen kunnen nemen. Voor elk van deze maatregelen, kan je aangeven of je ze wenselijk vindt of niet? (n = 1,590)*

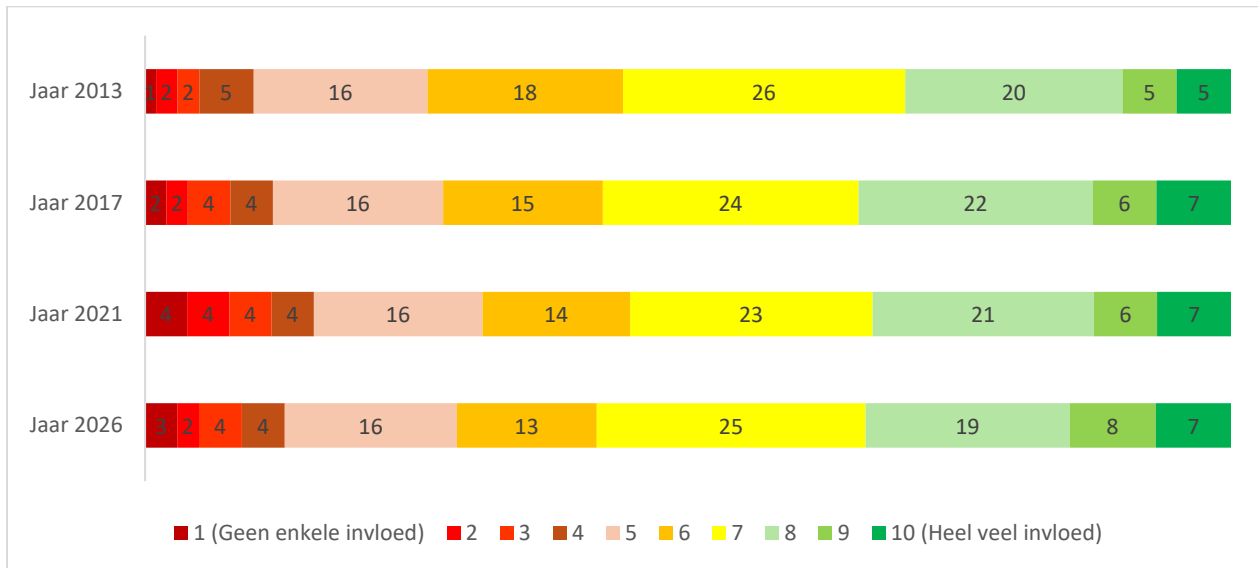


**Naast de steun voor concrete mitigatie- en adaptatiemaatregelen, werd ook onderzocht hoe groot het vertrouwen is over de stelling dat de overheid het gedrag van burgers kan beïnvloeden (Figuur 30).**

De resultaten tonen dat het merendeel van de respondenten verwacht dat de overheid **redelijk tot veel invloed kan uitoefenen, wat aansluit bij vorige resultaten dat iedereen actie moet ondernemen.** Zo geeft

**25% een score van 7, 19% een 8, en 15% een 5, terwijl slechts 3% denkt dat de overheid geen enkele invloed heeft. Een kleiner deel (7%) geeft aan dat de overheid heel veel invloed kan hebben (score 10).** Hoger opgeleiden geven vaker aan dat de overheid invloed kan uitoefenen dan lager opgeleiden.

*Figuur 30: Invloed overheid - In welke mate kan de overheid volgens jou invloed uitoefenen op het gedrag van de burger met betrekking tot klimaatverandering? Gelieve te antwoorden met een score tussen 1 en 10. Een 10 betekent dat je vindt dat de overheid heel veel invloed kan uitoefenen op het gedrag, 1 dat de overheid geen enkele invloed kan uitoefenen op het gedrag van de burger inzake klimaatverandering. (n = 1,576)*



**Na het bekijken van steun voor beleid en overheidsinterventies, rapporteren respondenten ook zelf een actieve rol te willen spelen en oog hebben voor collectieve verantwoordelijkheid (Figuur 31).**

**Zo steunt een ruime meerderheid burgerinitiatieven voor meer klimaatactie (45% akkoord of helemaal akkoord) en ziet 70% de klimaatverandering als een gedeelde verantwoordelijkheid van burgers,**

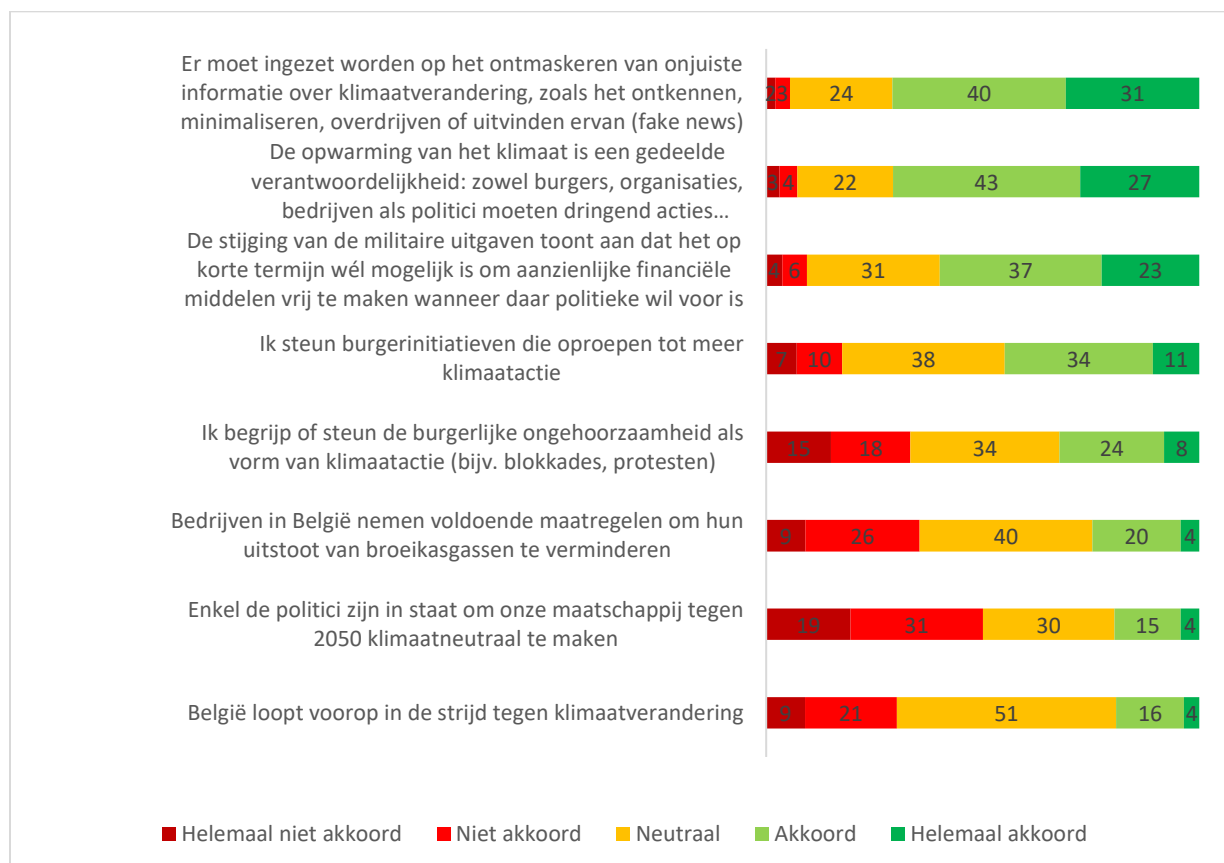
organisaties, bedrijven en politici. Ook het ontmaskeren van onjuiste informatie over klimaatverandering krijgt 71% steun.

Verder vindt slechts 25% van de respondenten dat bedrijven voldoende maatregelen nemen, terwijl 36% het daar expliciet niet mee eens is. Daarnaast denkt slechts een klein deel dat enkel politici in staat zijn om klimaatneutraliteit tegen 2050 te bereiken (19% akkoord of helemaal akkoord).

De meningen over burgerlijke ongehoorzaamheid als vorm van klimaatactie zijn verdeeld: 32% begrijpt of steunt dit, terwijl 33% het afwijst. Tenslotte vindt slechts 19% dat België vooroploopt in de strijd tegen klimaatverandering, met 30% die het daar expliciet niet mee eens is.

Dit onderstreept dat respondenten hun eigen rol en die van de andere actoren erkennen, en burgerlijke actie op sommige terreinen verdeeldheid oproept.

Figuur 31: Uitspraken - In welke mate ben je akkoord met de volgende uitspraken? (n = 1,585)





## 4. Informatie en kennis over klimaatverandering

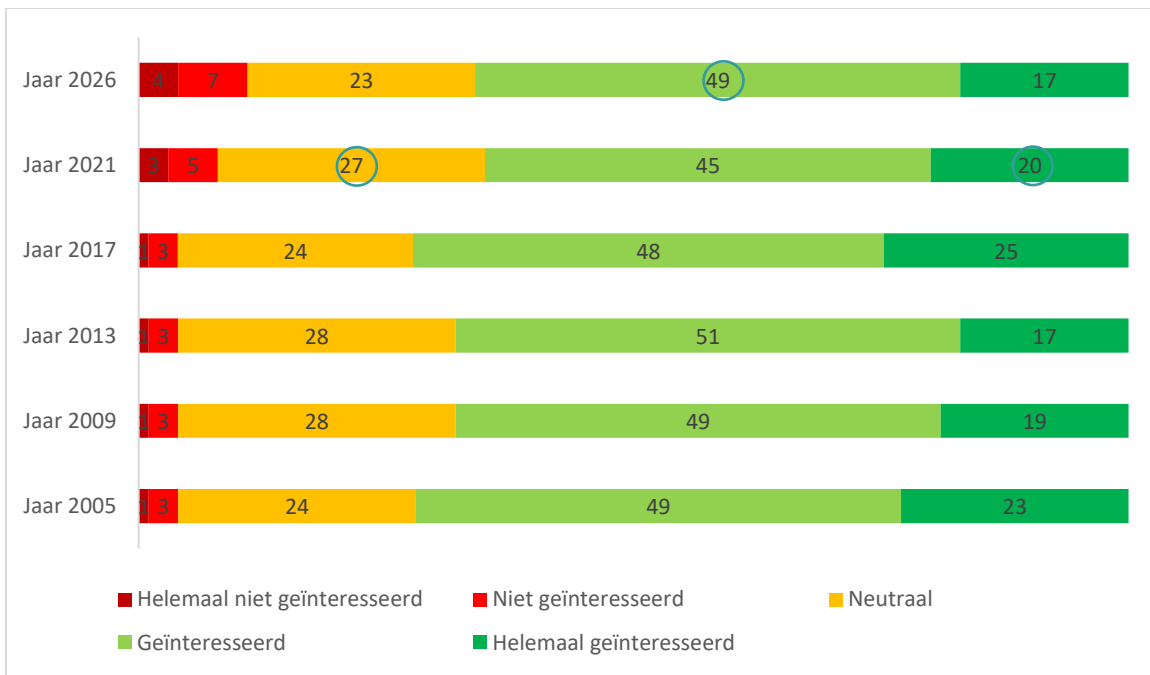
In het volgende deel van de bevraging hebben we gepeild naar hoe goed mensen zich geïnformeerd voelen over klimaatverandering. We peilden naar welke bronnen de respondenten gebruiken of verkiezen, en in welke mate ze geïnteresseerd zijn in bijkomende informatie.

**Er werd gekeken naar de evolutie van de interesse in milieu- en leefmilieuproblematiek (Figuur 32).**

De resultaten tonen dat de interesse over de jaren relatief stabiel blijft. In **2026 geeft 66% aan geïnteresseerd of helemaal geïnteresseerd te zijn**, een niveau dat vergelijkbaar is met eerdere metingen. Zo lag dit aandeel op **72% in 2005**, **70% in 2017** en **65% in 2021**. Het aandeel respondenten dat niet geïnteresseerd is blijft beperkt (**11% in 2026**). Voor interesse in milieu- en leefmilieuproblematiek zien we dat **65-plussers significant vaker aangeven geïnteresseerd te zijn dan jongere leeftijdsgroepen**, met een duidelijk hogere Top2-score. Daarnaast zijn **hogere opgeleiden significant vaker geïnteresseerd dan lager en middelbaar opgeleiden**.

**Dit wijst erop dat milieu en klimaat al jarenlang een onderwerp blijft dat voor een meerderheid van de bevolking relevant is.**

Figuur 32: Interesse milieu - In welke mate ben je geïnteresseerd in het milieu en de leefmilieuproblematiek? (n = 1,594)

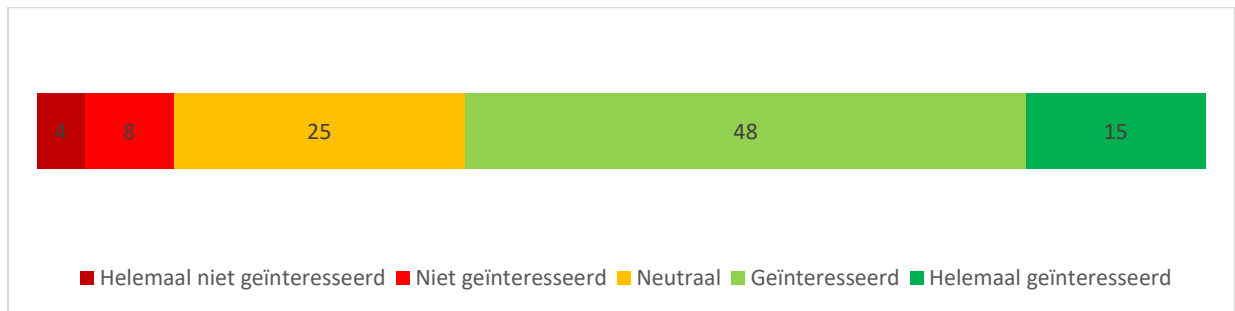


In lijn met de vrij stabiele interesse in milieu- en leefmilieuproblematiek, blijft ook klimaatverandering zelf voor een meerderheid van de respondenten een onderwerp van interesse (Figuur 33).

Zo geeft **63% aan geïnteresseerd of helemaal geïnteresseerd te zijn in klimaat en klimaatproblematiek**, terwijl **12% aangeeft niet geïnteresseerd te zijn**. Ongeveer **25% neemt een neutrale positie in**. Voor interesse in klimaat en klimaatproblematiek zien we dat **oudere leeftijdsgroepen (vooral 65-plussers) significant vaker aangeven geïnteresseerd te zijn dan jongere groepen**. Daarnaast zijn **hogere opgeleiden significant vaker geïnteresseerd dan lager en middelbaar opgeleiden**.

Dit bevestigt dat klimaatverandering voor een duidelijke meerderheid van de respondenten een relevant thema blijft, al is er ook een aanzienlijke groep die zich eerder afwachtend of neutraal opstelt.

*Figuur 33: Interesse klimaat - In welke mate ben je geïnteresseerd in het klimaat en de klimaatproblematiek? (n = 1,597)*



Verder geven de respondenten zichzelf een gemiddelde score van 6,4 op 10 wat betreft de mate waarin ze zich geïnformeerd voelen over klimaatverandering, waarbij 1 stond voor zich helemaal niet geïnformeerd voelen en 10 staat voor zich heel goed geïnformeerd voelen. Deze mate van geïnformeerd zijn is stabiel gebleven in vergelijking met 2021 (6,4 op 10) en 2017 (6,3 op 10).

**Naast interesse in het thema werd ook gekeken via welke kanalen mensen spontaan informatie over klimaatverandering ontvangen (Figuur 34).**

De meest voorkomende informatiebronnen zijn **kranten en tijdschriften (56%)** en **radio (47%)**. Ook **internet (42%)** en **gesprekken met vrienden, familie of collega's (33%)** spelen een belangrijke rol.

Sensibilisatiecampagnes bereiken **32%** van de respondenten, terwijl **27%** aangeeft informatie te krijgen via **documentaires of informatieve programma's** en een gelijkaardig aandeel via **sociale media (27%)**.

Meer gespecialiseerde of minder frequente kanalen, zoals **boeken (18%)**, **specifieke brochures (20%)**, **onderwijs (20%)**, **podcasts (12%)** of **tentoonstellingen en info-avonden (ongeveer 10–12%)**, bereiken een kleinere groep.

Mannen ontvangen vaker informatie via **kranten en tijdschriften**, **boeken** en **internet** dan vrouwen. **Jongeren (18-24 jaar)** ontvangen vaker informatie via **sociale media** en **berichtenapps**. Ook onderwijs als bron wordt vooral door **jongvolwassenen 18-24 jaar** gebruikt. Oudere groepen (55+) maken relatief vaker gebruik van **kranten en tijdschriften** en **radio**. **Hoger opgeleiden** gebruiken vaker **internet**, **boeken**, **kranten en tijdschriften**, **sensibilisatiecampagnes** en **de radio** dan lager opgeleiden. Lager opgeleiden ontvangen relatief vaker informatie via berichtenapps en chatgroepen.

**Dit toont aan dat traditionele media en algemene online kanalen nog steeds de belangrijkste rol spelen in de passieve verspreiding van klimaatgerelateerde informatie.**

De manier waarop mensen informatie over klimaat ontvangen, verschuift duidelijk tussen 2021 en 2026: traditionele massamedia kanalen verliezen terrein, met dalingen voor **kranten**, **informatieve programma's** en **documentaires**, **sensibilisatiecampagnes**, **films** en **internet**. Tegelijk winnen meer directe of kleinschalige kanalen aan belang: **info-avonden**, **tentoonstellingen en beurzen**, **berichtapps** en **sociale media** worden significant vaker genoemd. Ook **specifieke informatiebrochures** worden opnieuw meer geraadpleegd, wat wijst op een verschuiving van brede massacommunicatie naar meer persoonlijke, doelgerichte en interactieve informatiekkanalen.

**Wanneer de respondenten zelf actief op zoek gaan naar informatie over klimaatverandering, verschuift het belang van de verschillende informatiebronnen (Figuur 35).**

Het **internet** is **veruit de belangrijkste bron (38%)** wanneer respondenten bewust informatie opzoeken. Daarna volgen **kranten en tijdschriften (27%)**. Ook **boeken (17%)** en **documentaires of informatieve programma's (16%)** worden relatief vaak geraadpleegd.

Andere kanalen spelen een meer beperkte rol, zoals **vrienden, familie of collega's (14%)**, **sociale media (14%)**, **informatiebrochures (15%)** en **films (13%)**. Bronnen zoals **radio (11%)**, **podcasts (11%)** en **info-**

**avonden (10%)** worden door een kleinere groep gebruikt, terwijl **tentoonstellingen (7%)** en **berichtenapps (7%)** het minst worden genoemd.

Mannen **zoeken vaker actief** informatie over klimaatverandering op het internet, terwijl vrouwen **significant vaker vrienden, familie of collega's** raadplegen. **Jongeren van 16-17 jaar zoeken actief** vooral via **sociale media, berichtenapps** en **hun persoonlijke netwerk**. Jongeren raadplegen actief vaker **onderwijs/scholen**. **Hoger opgeleiden zoeken actief** via **kranten, informatiebrochures, informatieve programma's** en **documentaires, films, internet, podcasts** en **boeken**.

**Dit suggereert dat de respondenten voor actieve informatiezoektocht vooral terugvallen op online bronnen en geschreven media, terwijl andere kanalen eerder een aanvullende rol spelen.**

Tussen 2021 en 2026 verandert het zoekgedrag rond klimaatinfo duidelijk: het actief raadplegen van **internetbronnen** daalt sterk, net als het gebruik van **informatieve programma's** en **documentaires**. Daartegenover staat een stijging in meer gerichte of formele kanalen: **boeken, specifieke informatiebrochures, onderwijs/scholen** en **info-avonden**. Ook **tentoonstellingen en beurzen, sociale media** en **berichtenapps** worden significant vaker gebruikt. Daarmee verschuift actieve informatiezoektocht van brede massamedia naar meer toegankelijke, praktische en persoonlijkere kanalen.

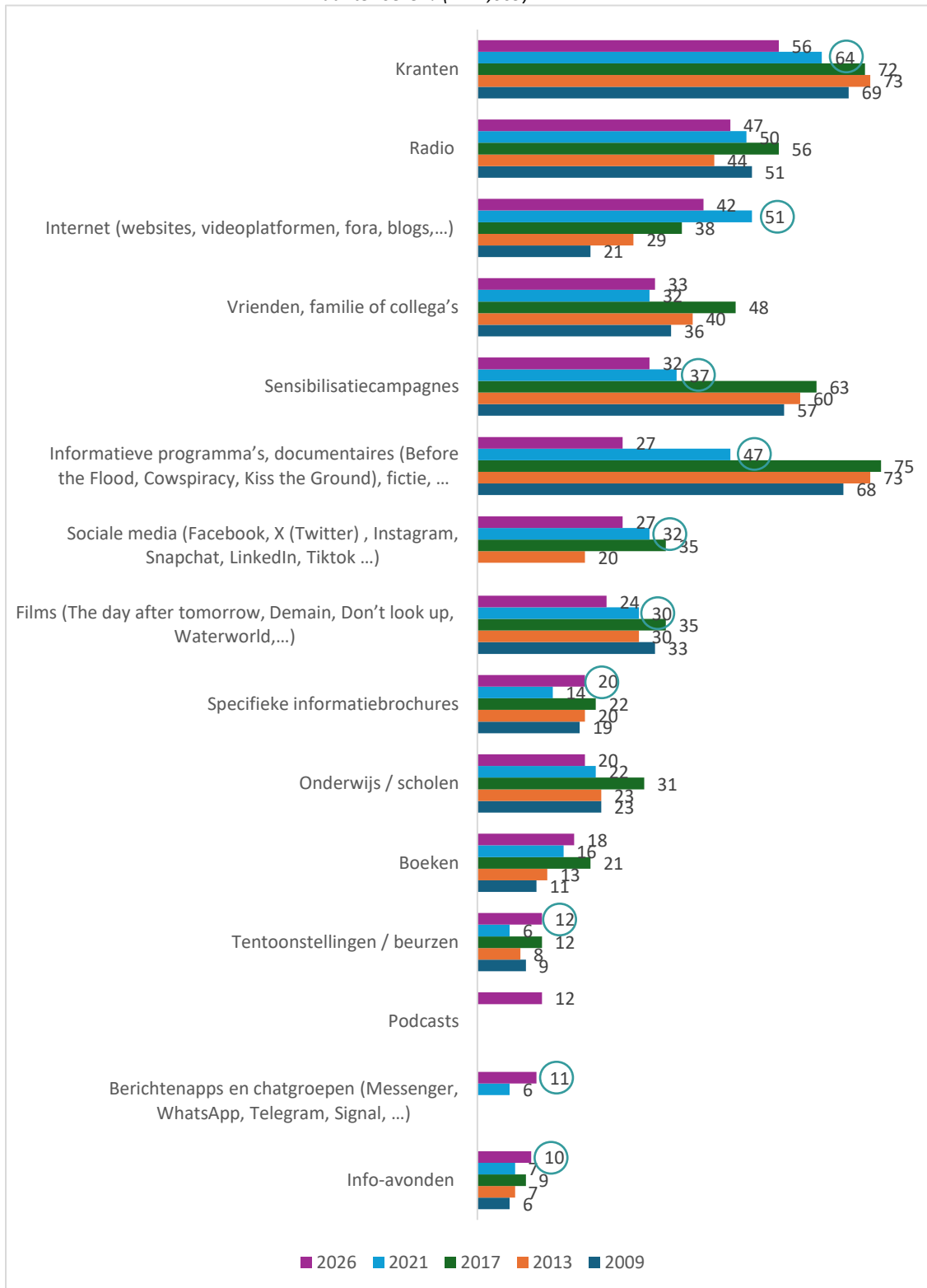
Vervolgens werd gepeild naar de voorkeursbronnen van de respondenten (Figuur 36). De gerapporteerde percentages duiden op het percentage respondenten dat deze bron in zijn top 3 heeft aangeduid. De meest gekozen voorkeursbronnen zijn **kranten en tijdschriften (53%)**, gevolgd door **internet (49%)**. Ook **radio (33%)** wordt door een aanzienlijk deel van de respondenten genoemd. Andere bronnen worden minder vaak genoemd als voorkeursbron.

Mannen geven vaker de voorkeur aan **kranten en tijdschriften** en **internet**, terwijl vrouwen vaker kiezen voor **podcasts, sociale media, vrienden, familie of collega's** en **onderwijs** in vergelijking met mannen. **16-17-jarigen** kiezen bijna unaniem voor **internet** en **onderwijs/scholen** als voorkeursbron. Jongere leeftijdsgroepen duiden vooral **sociale media** en **podcasts** aan als voorkeursbron, terwijl ouderen (55+) relatief vaker **kranten en tijdschriften** en **documentaires** als voorkeursbron aangeven. **Hoger opgeleiden** geven vaker de voorkeur aan **internet, podcasts** en **informatieve programma's/documentaires**, terwijl **lager opgeleiden** vaker kiezen voor **radio** en **berichtenapps** en **chatgroepen**.

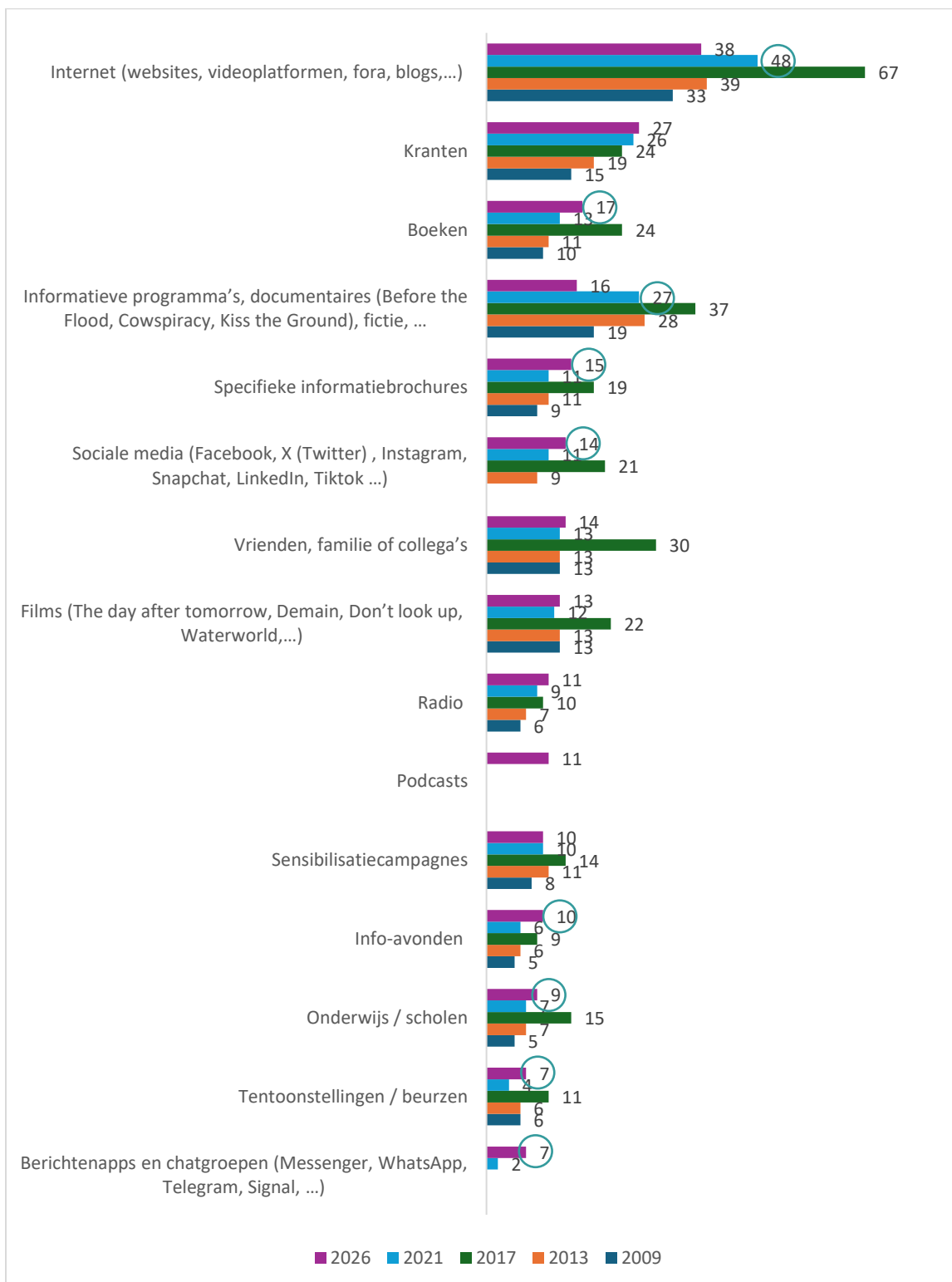
Tussen 2021 en 2026 verschuiven de voorkeursbronnen voor klimaatinfo duidelijk. **Kranten en tijdschriften** worden vaker in de top drie geplaatst, terwijl **internet** aan belang verliest. Ook **radio** wint terrein, maar **informatieve programma's en documentaires** dalen sterk als voorkeursbron. Daarnaast zien we een lichte stijging voor **boeken, infoavonden en berichtenapps**.

**Deze resultaten tonen dat de respondenten vooral via traditionele nieuwsmedia en online kanalen worden geïnformeerd over klimaatverandering, terwijl sociale en educatieve kanalen eerder een aanvullende rol spelen.**

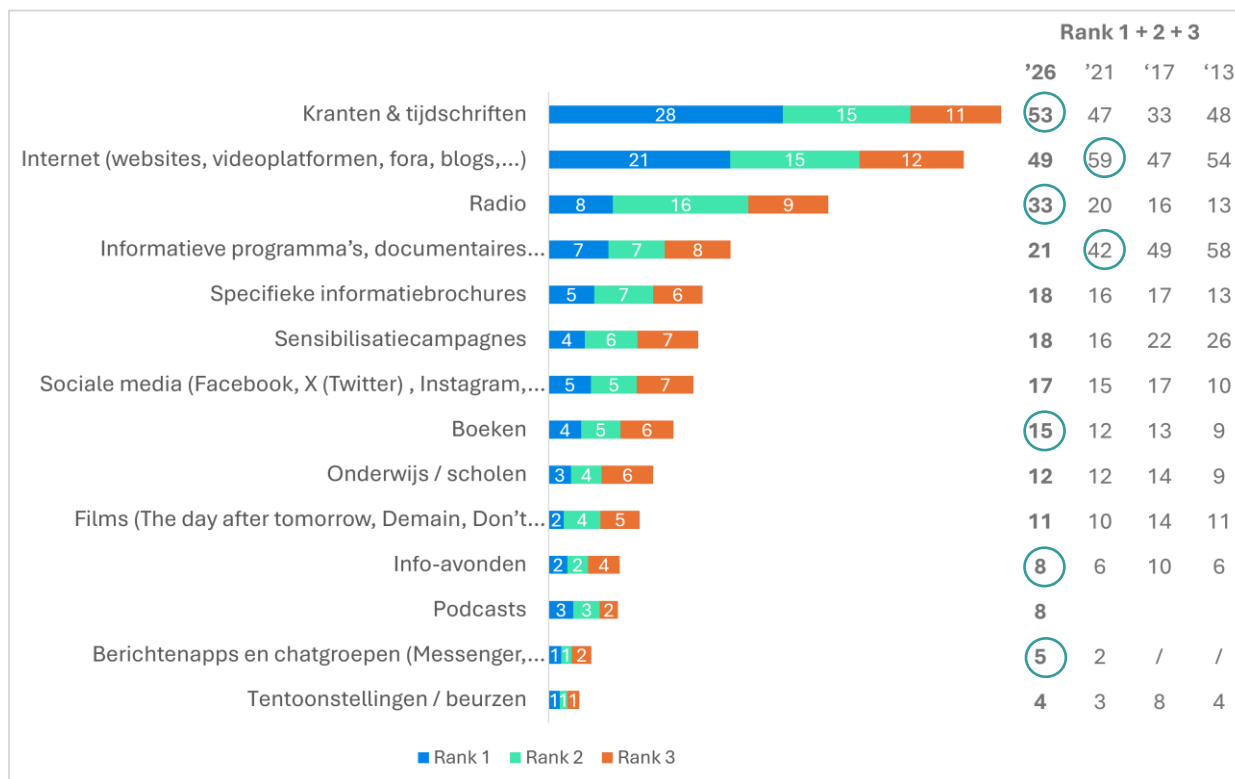
Figuur 34: Ontvangen informatie - Van welke bronnen heb je informatie ontvangen over klimaatverandering, zonder er actief naar te zoeken? (n = 1,609)



Figuur 35: Informatie opzoeken - Hoe ben je tot nu toe over klimaatverandering geïnformeerd? - Naar welke bronnen heb je zelf bewust gezocht om informatie over klimaatverandering te vinden? (n = 1,609)



Figuur 36: Voorkeursbronnen - Welke drie bronnen gebruik je het liefst om informatie over klimaatverandering te vinden? Voer een cijfer van 1 tot 3 in om jouw voorkeur aan te geven, waarbij 1 de bron is die je het meest gebruikt en 3 de bron die je als derde voorkeur kiest. (n = 1,609)



Wanneer specifiek wordt gekeken naar sociale media als bron van informatie over klimaatverandering, zien we dat een aanzienlijk deel van de respondenten deze kanalen niet gebruikt (Figuur 37). Zo geeft 40% aan geen sociale media te gebruiken voor het ontvangen van informatie over klimaatverandering.

Onder de respondenten die wel sociale media gebruiken, is Facebook (41%) veruit het populairste platform om informatie over klimaatverandering te ontvangen. Daarna volgen Instagram (21%) en TikTok (9%), al liggen deze percentages duidelijk lager.

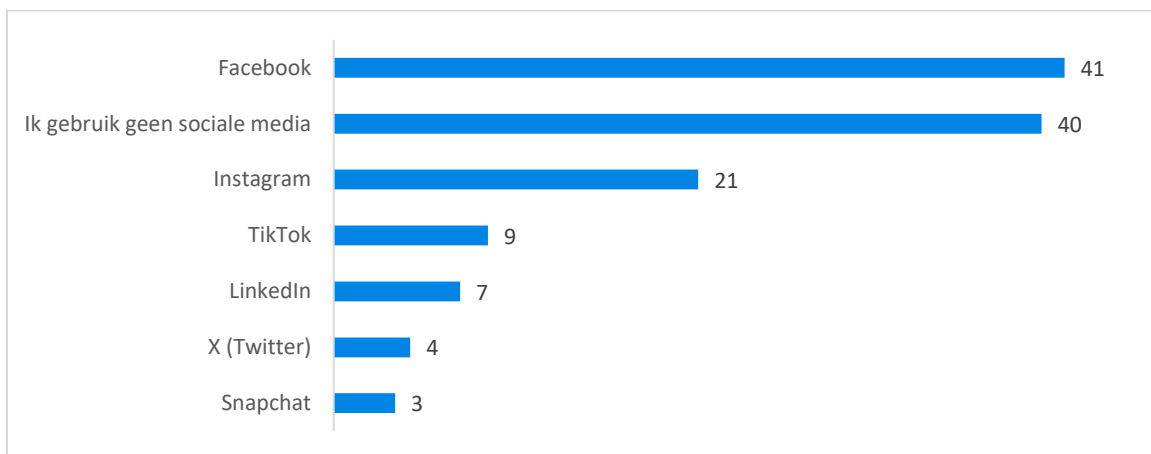
Andere platformen spelen een meer beperkte rol. LinkedIn (7%) en X (4%) worden door een kleiner deel van de respondenten genoemd, terwijl Snapchat (3%) het minst gebruikt wordt voor dit doel.

Vrouwen geven significant vaker de voorkeur aan Facebook, Instagram en TikTok, terwijl mannen vaker aangeven dat ze geen sociale media gebruiken om klimaatinformatie te ontvangen.

**Jongere leeftijdsgroepen** geven vaker aan Instagram, Snapchat en TikTok te gebruiken voor klimaatinformatie, terwijl **oudere groepen (55+)** vaker aangeven **geen sociale media te gebruiken** en indien wel, voornamelijk **Facebook**. **Hoger opgeleiden** gebruiken vaker **LinkedIn** en **Instagram**.

**Deze resultaten suggereren dat sociale media voor een deel van de respondenten een aanvullende informatiebron vormen, waarbij vooral Facebook een prominente positie inneemt.**

*Figuur 37: Sociale media - Welke sociale media hebben jouw voorkeur om informatie over klimaatverandering te ontvangen? (n = 1,609)*



**Naast de bronnen waaruit de respondenten informatie halen, werd ook onderzocht hoe ze de kwaliteit en betrouwbaarheid van informatie over klimaatverandering beoordelen (Figuur 38).**

Wat betreft de rol van traditionele media geeft een groot deel van de respondenten aan hier eerder positief tegenover te staan. Zo gaat **48%** (39% akkoord; 9% helemaal akkoord) akkoord met de stelling dat traditionele media zoals kranten, radio en televisie **voldoende aandacht besteden aan kwesties rond klimaatverandering**. Ongeveer **19%** is het hiermee oneens, terwijl **34%** een neutrale houding inneemt.

Een gelijkaardig patroon zien we bij de stelling dat traditionele media **duidelijke informatie geven over klimaatverandering, de oorzaken en de gevolgen**. Hier gaat **49%** akkoord of helemaal akkoord, terwijl **18%** het hiermee oneens is. Ongeveer **33%** blijft neutraal.

Daarnaast vinden veel respondenten het **moeilijk om betrouwbare informatie van desinformatie over klimaatverandering op sociale media te onderscheiden**. In totaal geeft **58%** aan het hiermee eens te zijn

(38% akkoord; 20% helemaal akkoord), terwijl slechts **10%** het hiermee oneens is. Ongeveer **32%** staat hier neutraal tegenover.

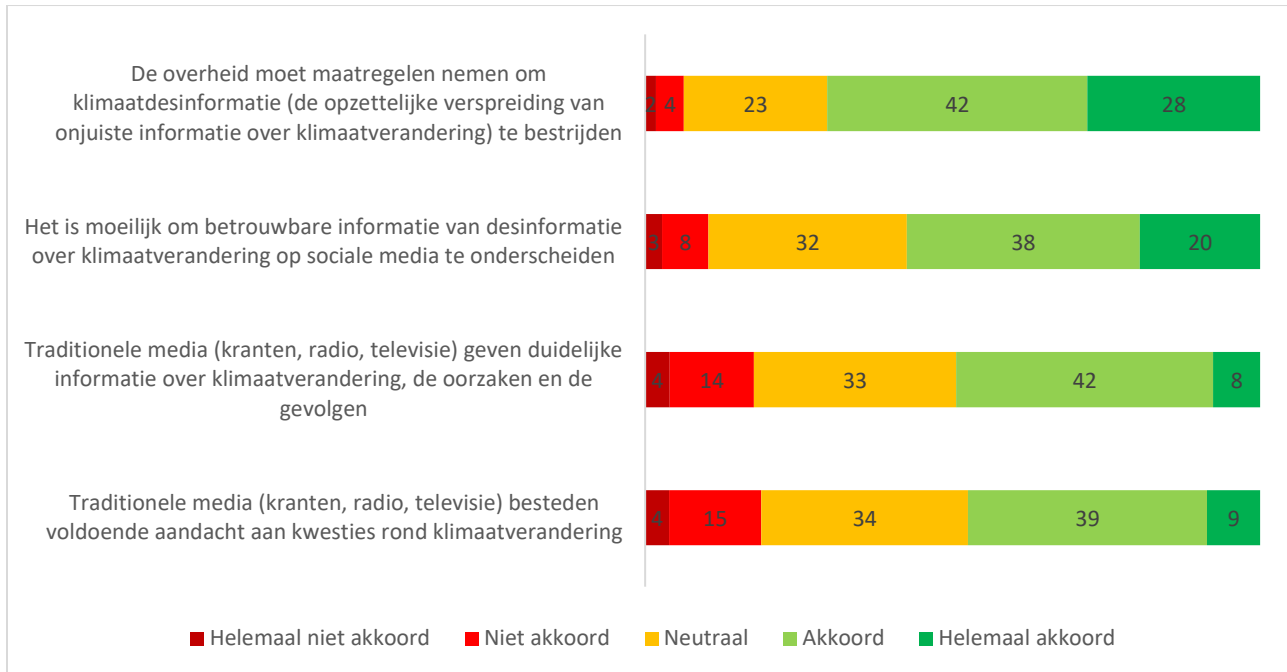
Ten slotte is er duidelijke steun onder de respondenten voor **overheidsmaatregelen tegen klimaatdesinformatie**. Maar liefst **70%** van de respondenten gaat akkoord of helemaal akkoord met de stelling dat de overheid maatregelen moet nemen om de opzettelijke verspreiding van onjuiste informatie over klimaatverandering te bestrijden. Slechts **6%** is het hiermee oneens, terwijl **23%** een neutrale houding inneemt.

De oudere leeftijdsgroepen zijn vaker akkoord dat traditionele media voldoende aandacht besteden aan kwesties rond klimaatverandering en duidelijke informatie geven over klimaatverandering, de oorzaken en de gevolgen ervan. Hoog opgeleiden geven ook vaker aan **dat het moeilijk is om betrouwbare informatie van desinformatie over klimaatverandering op sociale media te onderscheiden**. Bovendien vinden **oudere leeftijdsgroepen en hoger opgeleiden vaker dat** de overheid maatregelen moet nemen om klimaatdesinformatie te bestrijden.

**Deze resultaten tonen aan dat respondenten over het algemeen vertrouwen hebben in de rol van traditionele media, maar tegelijk erkennen ze dat het onderscheiden van betrouwbare informatie op**

**sociale media moeilijk kan zijn. Daarnaast bestaat er brede steun voor overheidsinterventie tegen klimaatdesinformatie.**

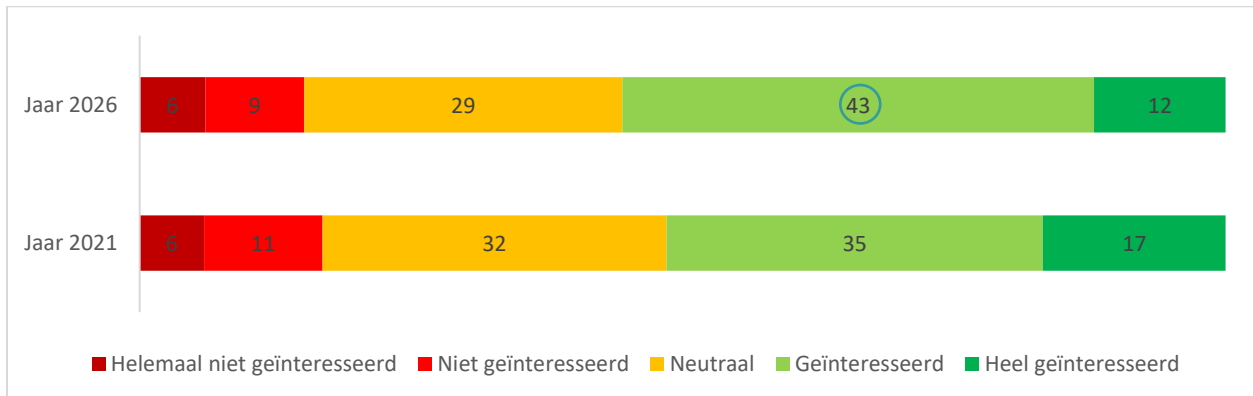
*Figuur 38: Stellingen fake news - In welke mate ben je akkoord met onderstaande stellingen? (n = 1,597)*



**Naast de manier waarop de respondenten informatie over klimaatverandering ontvangen en beoordelen, werd ook nagegaan in welke mate ze geïnteresseerd zijn in het ontvangen van informatie over klimaatverandering (Figuur 39).**

De resultaten tonen dat de interesse hierin tussen 2021 en 2026 enigszins is verschoven. Vooral het aandeel respondenten dat aangeeft **geïnteresseerd** te zijn neemt toe, van **35% in 2021** naar **43% in 2026**. **Deze resultaten suggereren dat de algemene interesse in informatie over klimaatverandering licht toeneemt.** Hoger opgeleiden geven vaker aan geïnteresseerd te zijn dan lager opgeleiden.

Figuur 39: Interesse informatie klimaatverandering ontvangen - In welke mate ben je geïnteresseerd om informatie met betrekking tot klimaatverandering te ontvangen? (n = 1,600)



**Naast de gebruikte informatiebronnen werd ook onderzocht welke actoren volgens respondenten een rol zouden moeten spelen in het informeren van burgers over klimaatverandering (Figuur 40).**

De resultaten tonen dat **onafhankelijke wetenschappers en academici** het vaakst als gewenste bron wordt gezien. Zo geeft **35%** van de respondenten aan dat zij het 'helemaal gewenst' vinden dat deze groep burgers informeert over klimaatverandering. Samen met de categorie 'een beetje gewenst' komt dit neer op ongeveer **64%** van de respondenten die een rol voor wetenschappers ondersteunen.

Ook **overheden** worden relatief vaak als geschikte informatiebronnen beschouwd. Vooral de **federale overheid** wordt positief beoordeeld: **59%** van de respondenten vindt het gewenst, een verdere stijging ten

opzichte van 2021. Ook **lokale besturen** (20% helemaal gewenst) en **Europese instellingen** (21% helemaal gewenst) worden door een aanzienlijk deel van de respondenten als geschikte informatiebronnen gezien.

Daarnaast krijgen **milieuverenigingen** eveneens steun van een groot deel van de respondenten: **19%** vindt het helemaal gewenst dat organisaties zoals Natuurpunt, Natagora, WWF of Greenpeace burgers informeren, terwijl **31%** dit een beetje gewenst vindt.

Andere actoren, zoals **journalisten**, **consumentenorganisaties** en **onderwijsinstellingen**, worden door een gematigd aandeel van de respondenten als gewenst beschouwd. Zo geeft bijvoorbeeld **22%** aan dat het helemaal gewenst is dat klimaatverandering meer via **onderwijs of scholen** wordt gecommuniceerd.

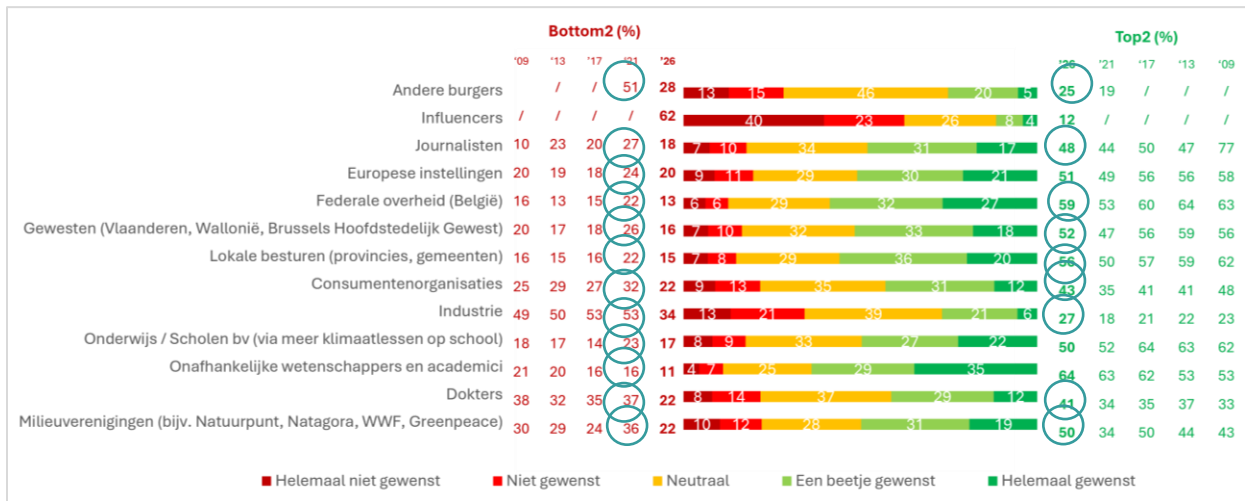
Daarentegen worden **influencers** duidelijk het minst geschikt geacht om informatie over klimaatverandering te verspreiden. Maar liefst **40%** van de respondenten geeft aan dit helemaal niet gewenst te vinden en **23%** vindt dit niet gewenst. Ook **industrie** wordt relatief minder vaak gezien als geschikte bron van klimaat gerelateerde informatie.

**Jongeren** geven significant vaker aan informatie te willen ontvangen van influencers en andere burgers. **Hoger opgeleiden** willen van verschillende bronnen informatie ontvangen, waaronder dokter, wetenschappers/academici, onderwijs, lokale besturen, gewesten, federale overheid, Europese instellingen en journalisten. **Vrouwen** geven dan weer vaker aan dat ze informatie willen ontvangen van

onder andere milieuverenigingen, onderwijs/scholen, industrie, lokale besturen, Europese instellingen en journalisten.

**Samengevat tonen de resultaten aan dat respondenten vooral vertrouwen hebben in wetenschappelijke en institutionele actoren voor het verspreiden van informatie over klimaatverandering, terwijl commerciële of informele bronnen, zoals influencers of industrie, veel minder wenselijk worden geacht.**

*Figuur 40: Informatie ontvangen van bronnen – In welke mate wens je informatie met betrekking tot klimaatverandering te ontvangen van volgende bronnen? (n = 1,565)*



## 5. Persoonlijk gedrag en levensstijl

In dit onderdeel onderzochten we welke keuzes mensen in hun dagelijkse leven maken die een impact hebben op klimaat en milieu. Het gaat daarbij om concrete gedragingen zoals mobiliteit, energieverbruik, aankoopgewoonten en andere routines die mee bepalen hoe duurzaam ons leefpatroon is. Door deze verschillende aspecten in kaart te brengen, krijgen we een beter inzicht in hoe individuen vandaag omgaan met milieu gerelateerde thema's en waar mogelijke aanknopingspunten liggen voor verandering.

**Eerst werd gekeken naar het gemiddeld aantal wagens en bedrijfswagens per huishouden (Figuur 41).**

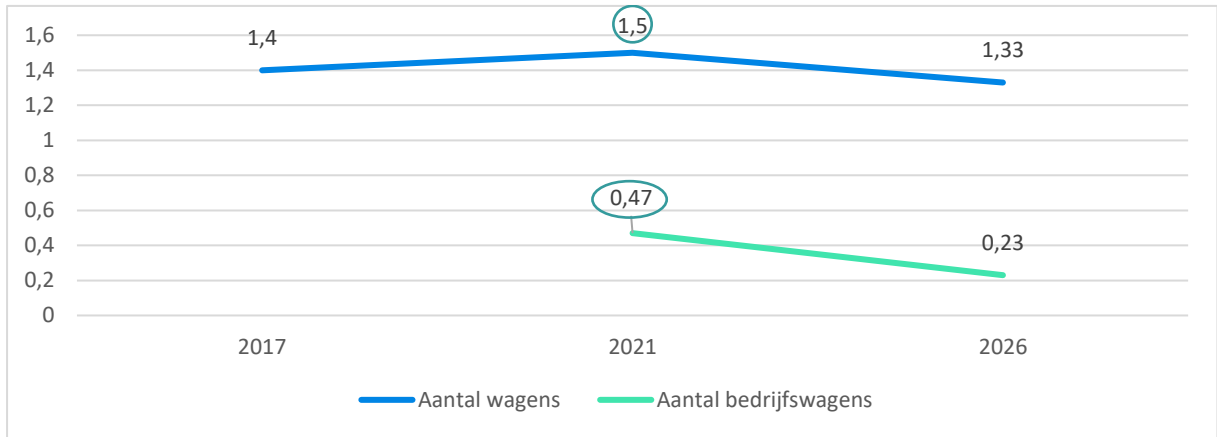
De resultaten tonen een lichte daling in het gemiddeld aantal wagens tussen 2021 en 2026. In **2017** bedroeg het gemiddelde **1,4 wagens per huishouden**. Dit aantal steeg licht naar **1,5 in 2021**, maar daalde vervolgens naar **1,33 in 2026**. Volgens Statbel (2024) bezitten Belgische huishoudens gemiddeld 1,06 wagens per huishouden<sup>3</sup>, dus onze steekproef rapporteert er iets meer.

Voor **bedrijfswagens** is er ook een duidelijkere afname zichtbaar. In **2021** beschikten huishoudens gemiddeld over **0,47 bedrijfswagens**, terwijl dit in **2026** is gedaald naar **0,23**. Dit wijst op een sterke vermindering van het aantal bedrijfswagens per huishouden in onze steekproef in vergelijking met de vorige meting. Met deze wagens werd gemiddeld 15,279 privé-kms afgelegd per jaar. Dit is een daling ten opzichte van 2021 (16,001 km) en 2017 (17,878 km).

---

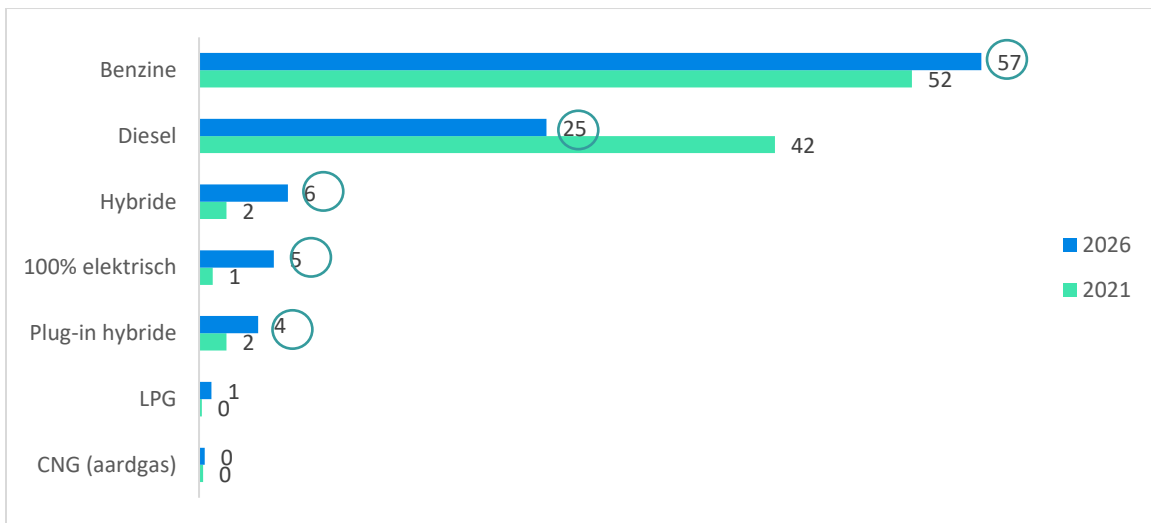
<sup>3</sup> Bron: Statbel – *Wagenbezit per huishouden in België, 2024*.

Figuur 41: Aantal wagens en bedrijfswagens – Hoeveel wagens zijn er in jouw gezin? Hoeveel van deze wagens zijn bedrijfswagens? (n = 1,572)



Verder is het duidelijk dat er een **verschuiving plaatsvindt in het type brandstof van wagens** tussen 2021 en 2026 (Figuur 42). **Dieselauto's nemen af**, van 42% naar 25%, terwijl **benzineauto's licht stijgen** naar 57%. **Elektrische mobiliteit groeit sterk**, al blijft het relatieve aandeel beperkt : het aantal 100% elektrische voertuigen gaat van 1% naar 5% en **plug-in hybrides verdubbelen** van 2% naar 4%. **Hybride voertuigen zien eveneens een toename**, van 2% naar 6%.

Figuur 42: Type brandstof wagens – Welk type brandstof gebruiken deze wagens? (n = 1,428)



Het gebruik van verschillende vervoersmiddelen toont een gemengd beeld tussen 2021 en 2026 (Figuur 43: Gebruik verschillende vervoersmiddelen – Hoe vaak neem je volgende vervoersmiddelen? (n

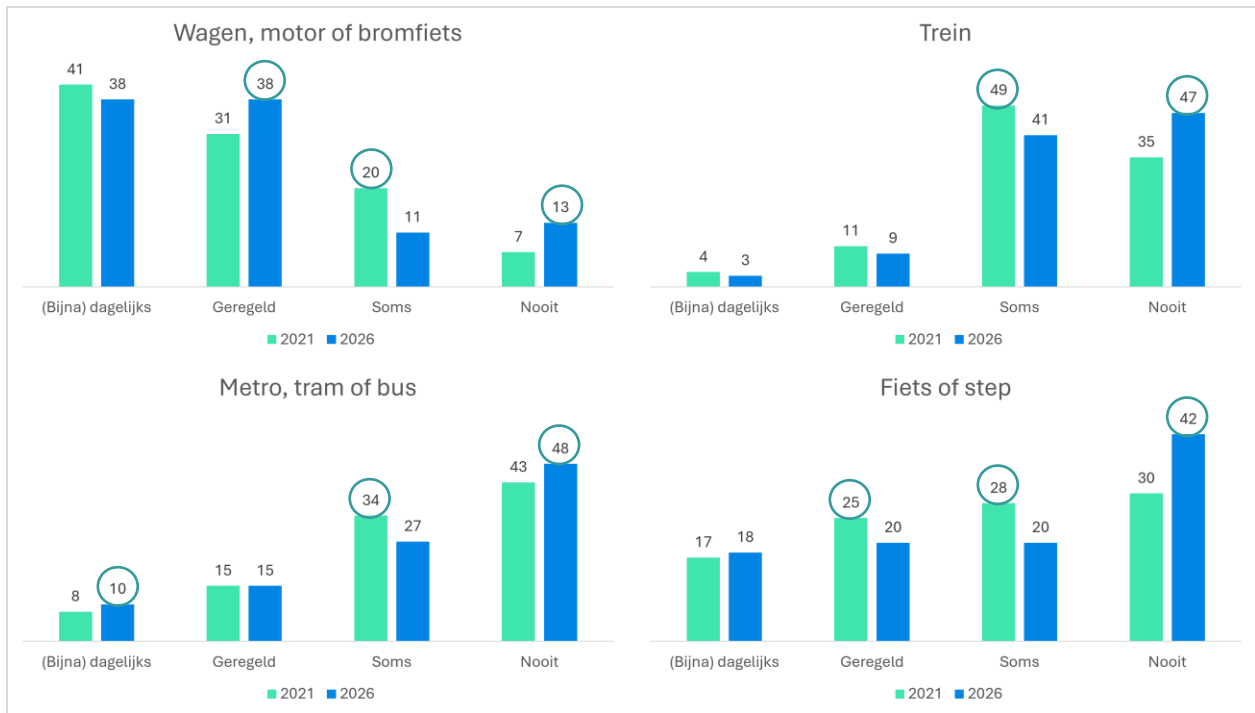
= 1,571)Figuur 43). De resultaten tonen een duidelijke toename van het nooit-gebruik voor vrijwel alle vervoerswijzen, wat een opvallende evolutie is. Dit zou verder geanalyseerd moeten worden, samen met gegevens van specifieke mobiliteitsenquête(s). Voor **wagen, motor of bromfiets** blijft het gebruik over het algemeen hoog, maar is er een **lichte daling in (bijna) dagelijks gebruik** en een **daling in occasioneel gebruik**. Tegelijk stijgt het aandeel dat **nooit** deze vervoersmiddelen gebruikt. Dit suggereert een beperkte maar merkbare verschuiving weg van gemotoriseerd particulier vervoer.

Voor het **openbaar vervoer** is de trend overwegend negatief. Zowel bij **metro, tram of bus** als bij de **trein** neemt het **geregeld of soms gebruik af**, terwijl het aandeel dat deze vervoersmiddelen **nooit** gebruikt **duidelijk stijgt**. Vooral bij de trein is de toename van 'nooit'-gebruik **substantieel**.

Het gebruik van de **fiets of step** blijft stabiel voor (bijna) dagelijks gebruik, maar er is een **duidelijke daling in geregeld gebruik** en een **toename in nooit-gebruik**.

De resultaten tonen een duidelijke toename van het nooit-gebruik voor vrijwel alle vervoerswijzen. Dit en de mogelijke trends in vervoerswijzes vraagt nadere analyse onder meer op basis van gegevens van specifieke mobiliteitsenquête(s).

Figuur 43: Gebruik verschillende vervoersmiddelen – Hoe vaak neem je volgende vervoersmiddelen? (n = 1,571)



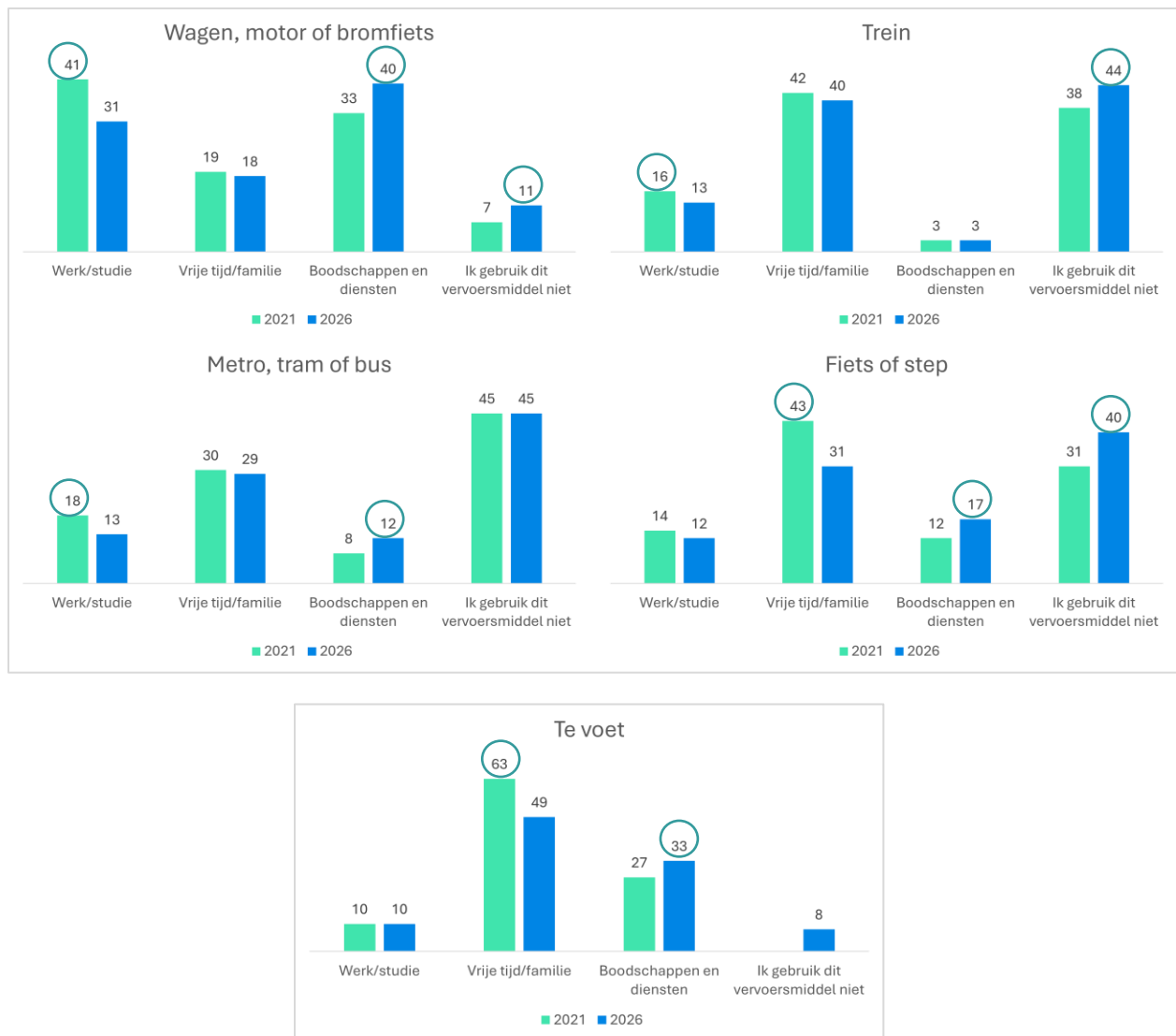
De voornaamste redenen voor verplaatsingen verschuiven op meerdere punten tussen 2021 en 2026 (Figuur 44). Voor de **wagen, motor of bromfiets** daalt het aandeel ritten voor werk of studie duidelijk, terwijl **boodschappen en diensten vaker met dit vervoersmiddel gebeuren**; tegelijk groeit het aandeel dat dit vervoersmiddel helemaal niet gebruikt.

Ook bij **trein** en **metro/tram/bus** worden verplaatsingen voor werk of studie minder vaak genoemd, terwijl het **nooit-gebruik verder toeneemt**, wat wijst op een afnemende rol voor openbaar vervoer. Bij de **fiets of step** nemen verplaatsingen voor vrije tijd **sterk af**, terwijl boodschappen net iets vaker met de fiets worden gedaan, maar ook hier stijgt het **nooit-gebruik** duidelijk.

**Een verplaatsing te voet** voor vrije tijd of familiebezoek wordt nog steeds het vaakst genoemd, maar dit daalt opvallend, terwijl wandelen voor boodschappen net toeneemt.

Kortom: de belangrijkste evoluties zijn dat steeds meer mensen bepaalde vervoersmiddelen niet meer gebruiken, en dat verplaatsingen vaker gericht zijn op boodschappen en diensten (vooral met de auto en te voet) terwijl verplaatsingen voor werk of studie in meerdere modi licht afnemen.

Figuur 44: Reden voor verplaatsingen - Wat is de voornaamste reden voor jouw verplaatsingen? (n = 1,585)



Voor de volgende resultaten voor **verplaatsingen** valt op dat de respondenten verschillende manieren hanteren om hun **persoonlijke impact op het klimaat te beperken** (Figuur 45). **Rijstijl aanpassen voor het milieu** (51%) en **regelmatig fietsen of wandelen** (57%) worden nu al het meest toegepast. Ook **de motor niet laten draaien bij stilstand** wordt door een groot deel van de respondenten toegepast (62%). **Jongeren en hoger opgeleiden kiezen vaker voor autodelen** en **passen hun rijstijl aan** om brandstof te besparen. **Oudere volwassenen, mannen en hoger opgeleiden gebruiken de auto vaker op maat van het gezin**. Daarnaast **kieszen hoger opgeleiden vaker voor een elektrische wagen én maken ook vaker gebruik van**

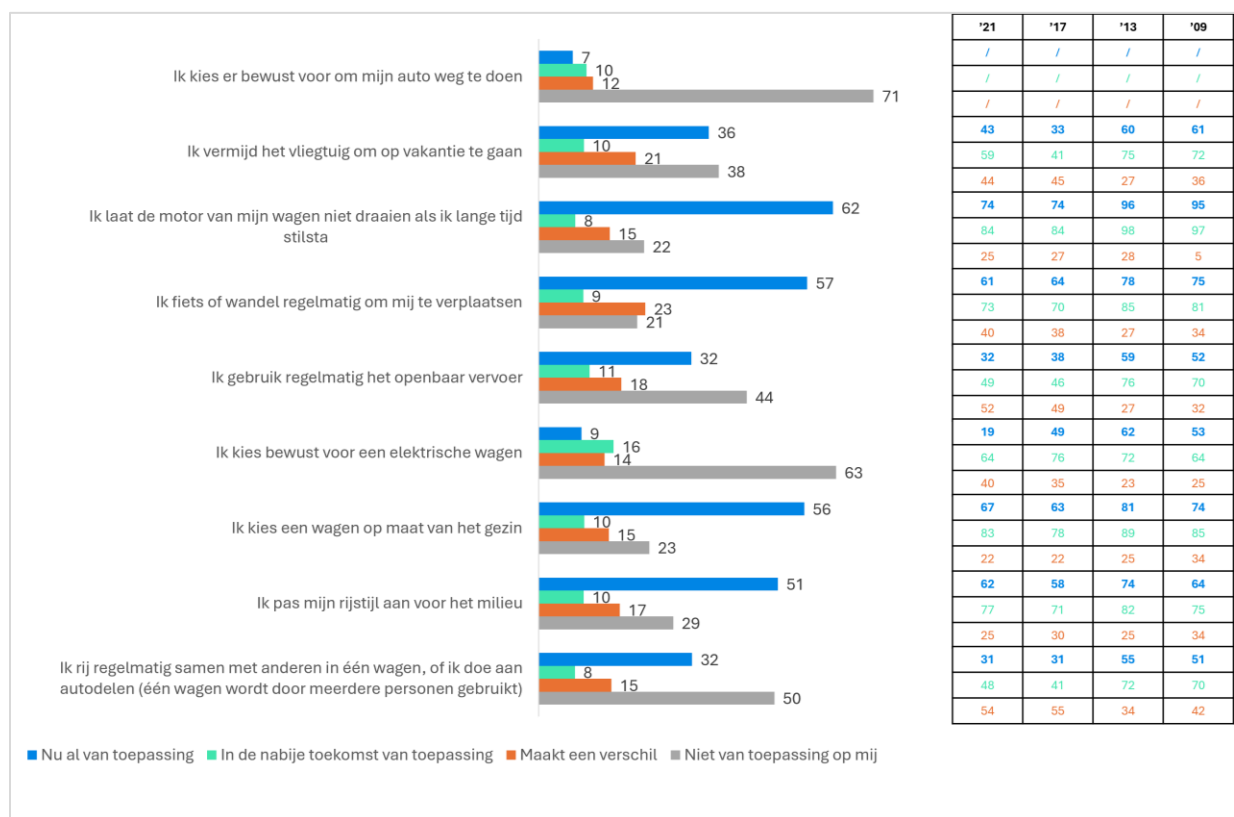
**het openbaar vervoer. Oudere volwassenen en hoger opgeleiden verplaatsen zich ook vaker met de fiets of te voet, en oudere leeftijdsgroepen vermijden het vliegtuig voor vakanties.**

In de nabije toekomst **verwacht een deel van de respondenten** bewuster te kiezen voor een **elektrische wagen** (16%) en hun **auto weg te doen** (10%), terwijl **autodelen of samenrijden** (8%) en **regelmatig openbaar vervoer gebruiken** (11%) minder in de toekomst zullen worden toegepast..

Wat betreft acties die **echt een verschil maken voor het klimaat**, scoren **fietsen en wandelen** (23%), **het vermijden van vliegen** (21%) en **regelmatig openbaar vervoer gebruiken** (18%) relatief hoog. Daartegenover blijft **autodelen** (15%) en **rijstijl aanpassen** (17%) voor velen ook een relevante bijdrage.



Figuur 45: Verplaatsingen - Welke uitspraken zijn nu reeds op jou persoonlijk van toepassing? Welke uitspraken zullen in de nabije toekomst op jou persoonlijk van toepassing zijn (ongeacht of je deze momenteel al dan niet toepast)? Welke uitspraken maken volgens jou echt een verschil om de klimaatverandering tegen te gaan (ongeacht of je deze momenteel al dan niet toepast)? (n = 1,609)



4

Voor de resultaten omtrent woning valt op dat veel respondenten al **actief bezig zijn met energie besparen en duurzame keuzes in huis** (Figuur 46). **Lichten uitdoen bij verlaten van een ruimte (76%) en oude lampen vervangen door ledlampen (71%)** zijn het meest toegepast. Ook het **verkiezen van energiezuinige programma's bij vaatwasser of wasmachine (66%) en het verlagen van verwarmingskosten door één graadje minder te verwarmen (64%)** komen duidelijk naar voren. **Oudere leeftijdsgroepen en hoger opgeleiden verbeteren vaker de isolatie van hun woning, kiezen energiezuinige programma's op huishoudtoestellen zoals de vaatwasser, doven lichten bij het verlaten van een ruimte, verhogen de efficiëntie van hun verwarmingssysteem, verlaging van verwarmingskosten door een graadje minder te verwarmen, gebruiken energiezuinige lampen en zetten over op groene stroom. Hoger opgeleiden**

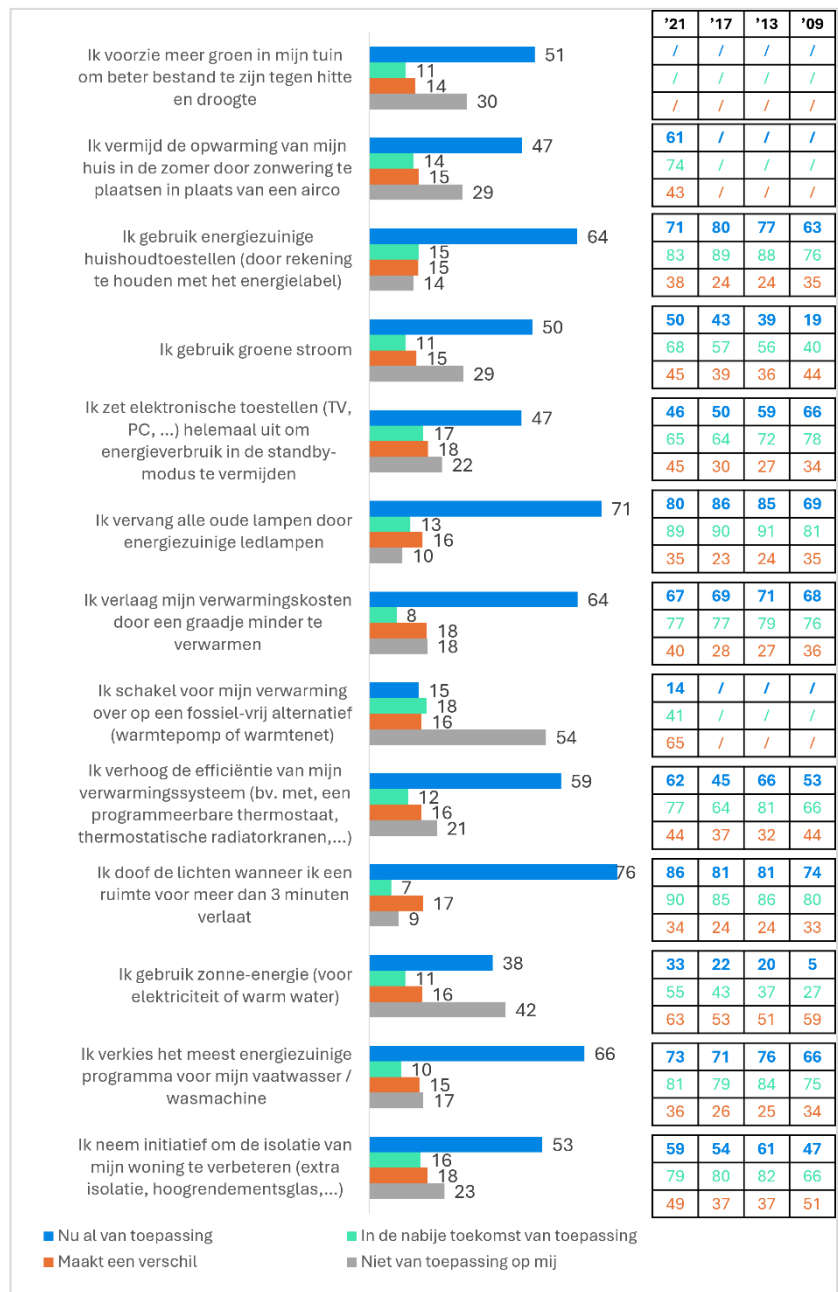
<sup>4</sup> Ten opzichte van voorgaande edities werd bij deze vraag de antwoordoptie “niet van toepassing op mij” toegevoegd. Dit kan een invloed hebben op de verdeling van de antwoorden en dient in acht te worden genomen bij de interpretatie en vergelijking van de resultaten in de tijd. Hier werd geen significantietoetsing toegepast.

investeren ook vaker in zonne-energie, terwijl oudere en mannelijke respondenten energiezuinige huishoudtoestellen gebruiken. Mannen, oudere volwassenen en hoger opgeleiden kiezen vaker voor zonwering in plaats van airconditioning, en ouderdom en hoger onderwijs correleren met meer groen in de tuin om beter bestand te zijn tegen hitte en droogte. Deze resultaten laten zien dat leeftijd en hoger opleidingsniveau sterk samenhangen met actieve energiebesparende en klimaatadaptieve maatregelen in de woning.

In de nabije toekomst verwachten de respondenten vooral **over te schakelen op fossiel-vrije verwarming** (18%) en **elektronische toestellen volledig uit te zetten** (17%). Acties waarvoor minder toekomstplannen gemaakt worden zijn bijvoorbeeld **het verkiezen van energiezuinige programma's** of **het gebruik van zonwering in plaats van airco** (beide onder 14%).

Wat volgens respondenten echt een verschil maakt voor het klimaat is vooral **het volledig uitschakelen van toestellen in standby** (18%), **lichten uitdoen** (17%) en **initiatieven voor isolatie of efficiëntere verwarming** (rond 17–18%). Andere maatregelen zoals **groene stroom gebruiken** en **zonne-energie toepassen** scoren iets lager, maar blijven relevant.

**Figuur 46: Woning - Hieronder staan een aantal uitspraken. Welke uitspraken zijn nu reeds op jou persoonlijk van toepassing? Welke uitspraken zullen in de nabije toekomst op jou persoonlijk van toepassing zijn (ongeacht of je deze momenteel al dan niet toepast)? Welke uitspraken maken volgens jou echt een verschil om de klimaatverandering tegen te gaan (ongeacht of je deze momenteel al dan niet toepast)? (n = 1,609)**



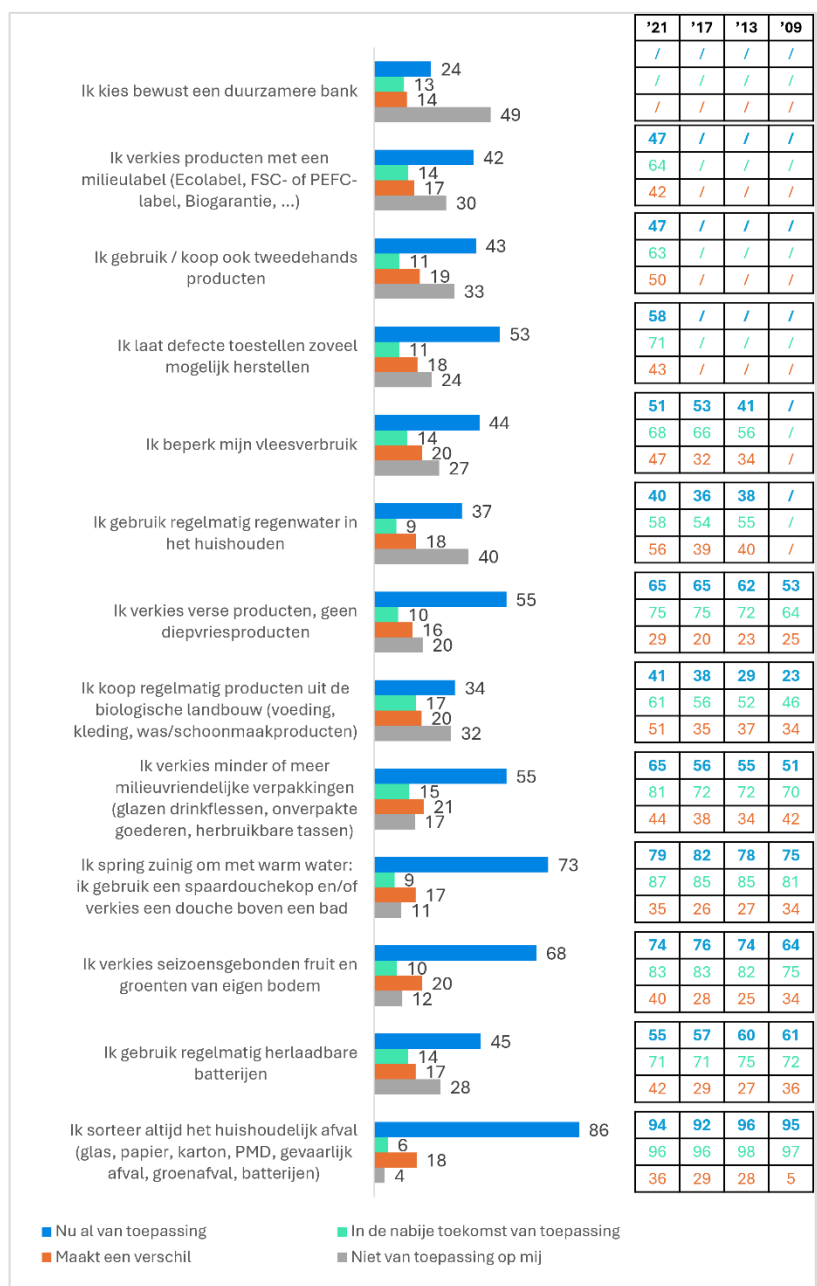
<sup>5</sup> Ten opzichte van voorgaande edities werd bij deze vraag de antwoordoptie “niet van toepassing op mij” toegevoegd. Dit kan een invloed hebben op de verdeling van de antwoorden en dient in acht te worden genomen bij de interpretatie en vergelijking van de resultaten in de tijd. Hier werd geen significantietoetsing toegepast.

Voor de volgende resultaten valt op dat **duurzaam consumptiegedrag in huishoudens vaak al gemeengoed is** (Figuur 47). **Afval sorteren** staat met 86% bovenaan, gevolgd door **zuinig omgaan met warm water** (73%) en **seizoensgebonden groenten en fruit kiezen** (68%). Ook **verse producten verkiezen boven diepvries** (55%) en **milieuvriendelijke verpakkingen gebruiken** (55%) komen duidelijk naar voren. **Oudere volwassenen en hoger opgeleiden sorteren het huishoudelijk afval regelmatig, gebruiken spaardouchekoppen of verkiezen een douche boven een bad, verkiezen verse producten boven diepvries, laten defecte toestellen herstellen en kijken naar milieulabels bij aankopen. Mannen, ouderen en hoger opgeleiden gebruiken vaker herlaadbare batterijen, terwijl oudere volwassenen seizoensgebonden en lokale groenten en fruit kiezen, regenwater in het huishouden gebruiken en meer milieuvriendelijke verpakkingen prefereren. Hoger opgeleiden kopen vaker producten uit de biologische landbouw, terwijl vrouwen, oudere volwassenen en hoger opgeleiden hun vleesconsumptie beperken. Daarnaast gebruiken vrouwen en hoger opgeleiden vaker tweedehandsproducten.**

In de nabije toekomst verwachten veel respondenten **regelmatig herlaadbare batterijen te gebruiken** (14%), **bioproducten te kopen** (17%) en **producten met een milieulabel te verkiezen** (13–14%). Minder toekomstgerichte acties zijn bijvoorbeeld **duurzame banken kiezen** (13%) of **regenwater gebruiken** (9%).

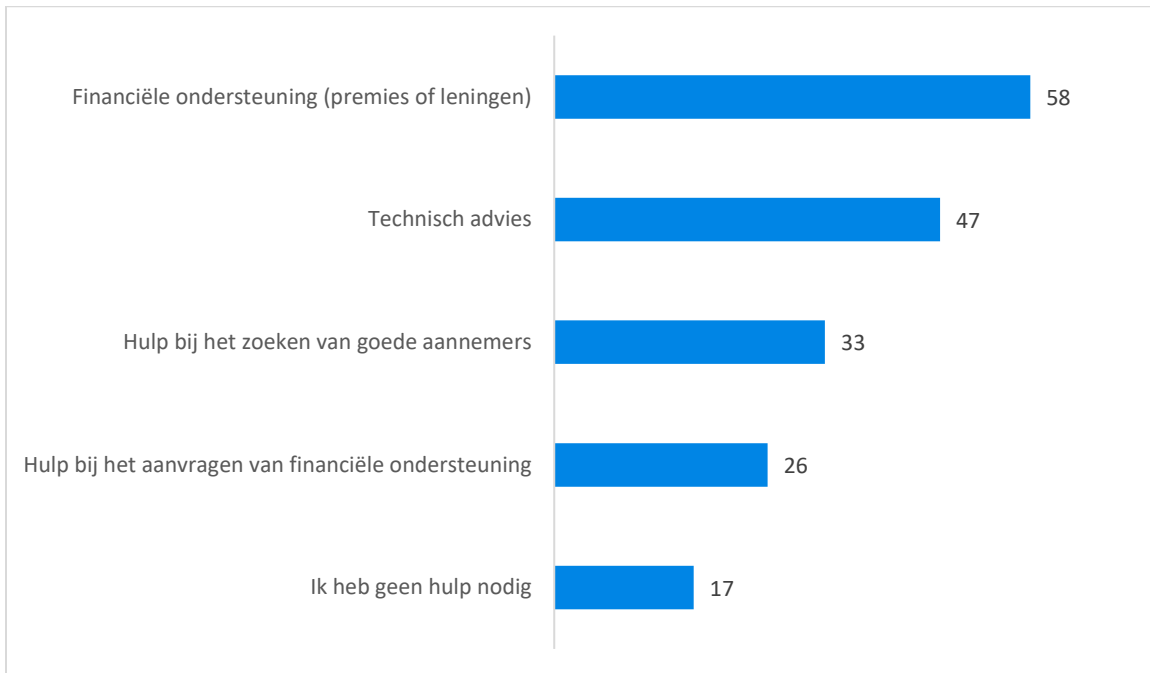
Wat volgens respondenten **het meeste verschil maakt voor het klimaat**, zijn keuzes rond **milieuvriendelijke verpakkingen** (21%), **seizoensgebonden producten** (20%), **bioproducten kopen** (20%) en **vleesverbruik beperken** (20%). Daarnaast worden ook **tweedehands kopen, apparaten laten herstellen en afval sorteren** regelmatig beschouwd als acties die een verschil maken voor het klimaat.

Figuur 47: Huishouden - Hieronder staan een aantal uitspraken. Welke uitspraken zijn nu reeds op jou persoonlijk van toepassing? Welke uitspraken zullen in de nabije toekomst op jou persoonlijk van toepassing zijn (ongeacht of je deze momenteel al dan niet toepast)? Welke uitspraken maken volgens jou echt een verschil om de klimaatverandering tegen te gaan (ongeacht of je deze momenteel al dan niet toepast)? (n = 1,609)



<sup>6</sup> Ten opzichte van voorgaande edities werd bij deze vraag de antwoordoptie “niet van toepassing op mij” toegevoegd. Dit kan een invloed hebben op de verdeling van de antwoorden en dient in acht te worden genomen bij de interpretatie en vergelijking van de resultaten in de tijd. Hier werd geen significantietoetsing toegepast.

Figuur 48: Steun energierenovatie - Welke steun heb je nodig om over te gaan tot een grondige energierenovatie van jouw woning? (n = 1,609)



27% van de respondenten geeft aan dat ze hun woning niet gaan renoveren omdat ze ofwel geen eigen woning hebben, omdat hun woning reeds gerenoveerd hebben of omdat ze niet willen renoveren. Voor wie die wel in aanmerking komen voor steun om over te gaan tot een grondige energierenovatie van hun woning is **financiële ondersteuning het grootste knelpunt (58%)**, gevolgd door **technisch advies (47%)** en **hulp bij het vinden van aannemers (33%)** (Figuur 48). Slechts **een kleine groep van 17% geeft aan geen hulp nodig te hebben**. De respondenten voelen zich **eerder onvoldoende geïnformeerd** over zowel de beschikbare overheidsmaatregelen als over de juiste instanties voor begeleiding rond energie-efficiëntie.

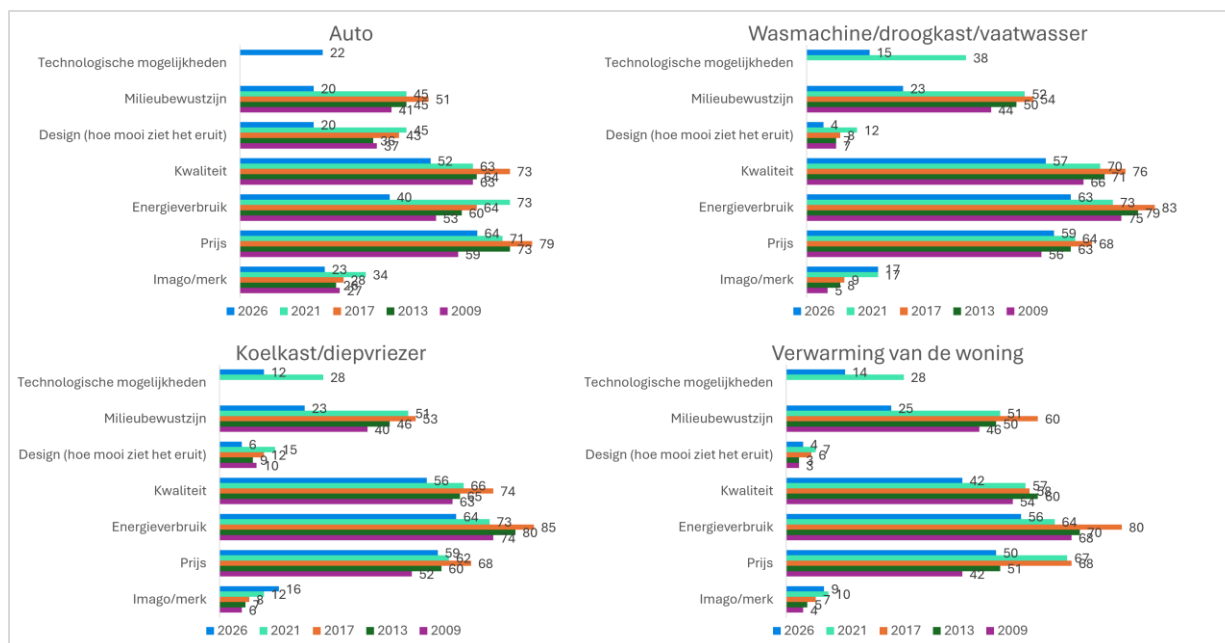
Bij alle productgroepen blijven **kwaliteit, energieverbruik en prijs** veruit de belangrijkste aankoopcriteria (Figuur 49), met in 2026 opnieuw de hoogste scores voor deze drie factoren. Tegenover 2021 valt vooral een duidelijke terugval in het belang van energieverbruik, milieubewustzijn en kwaliteit op, en dit consistent over alle productcategorieën. Bij auto's is de daling het meest uitgesproken: energieverbruik zakt sterk, net als milieubewustzijn en design. Ook bij huishoudtoestellen (wasmachine/droogkast/ vaatwasser en koelkast/diepvriezer) en verwarming daalt het belang van energieverbruik en milieubewustzijn aanzienlijk, terwijl kwaliteit eveneens merkbaar terugvalt. Prijs blijft

relatief stabiel of daalt licht, maar behoudt zijn positie als belangrijk criterium. Daarnaast is er een opvallende sterke daling in het belang van technologische mogelijkheden in alle categorieën waar dit gemeten werd. **Bij de interpretatie van deze evoluties dient echter rekening te worden gehouden met het feit dat in deze editie de antwoordoptie “niet van toepassing op mij” werd toegevoegd, wat een impact kan hebben op de verdeling van de overige antwoordcategorieën en de vergelijkbaarheid met 2021. Hier werd dan ook geen significantie toetsing toegepast.**

Bij het **kiezen van een auto** letten **jongeren** vooral op het **imago of merk**, terwijl **hoger opgeleiden** daarnaast prijs, energieverbruik, kwaliteit en milieubewustzijn belangrijk vinden. **Mannen en hoger opgeleiden** hechten vaker waarde aan technologische mogelijkheden. Voor **wasmachines, droogkasten en vaatwassers** spelen **leeftijd en hoger opleidingsniveau** een rol bij prijs en energieverbruik, terwijl **vrouwen** meer aandacht hebben voor milieubewustzijn. Bij **koelkasten en diepvriezers** zijn **hoger opgeleiden** gevoelig voor prijs, energieverbruik en kwaliteit, terwijl **vrouwen en jongeren** design en milieubewustzijn belangrijk vinden. Bij de **verwarming van de woning** kijken vooral **hoger opgeleiden** naar prijs, energieverbruik en kwaliteit, terwijl **jongere leeftijdsgroepen** design belangrijker vinden. Deze resultaten tonen aan dat **opleiding, leeftijd en geslacht belangrijke factoren beïnvloeden** bij het maken van duurzame en functionele keuzes in zowel mobiliteit als huishoudapparaten.

Over het geheel genomen versterkt 2026 dus het beeld dat de respondenten vooral kiezen op basis van **functionele en financiële criteria**, waarbij **energie-efficiëntie** en **kwaliteit** nog steeds het zwaarst doorwegen.

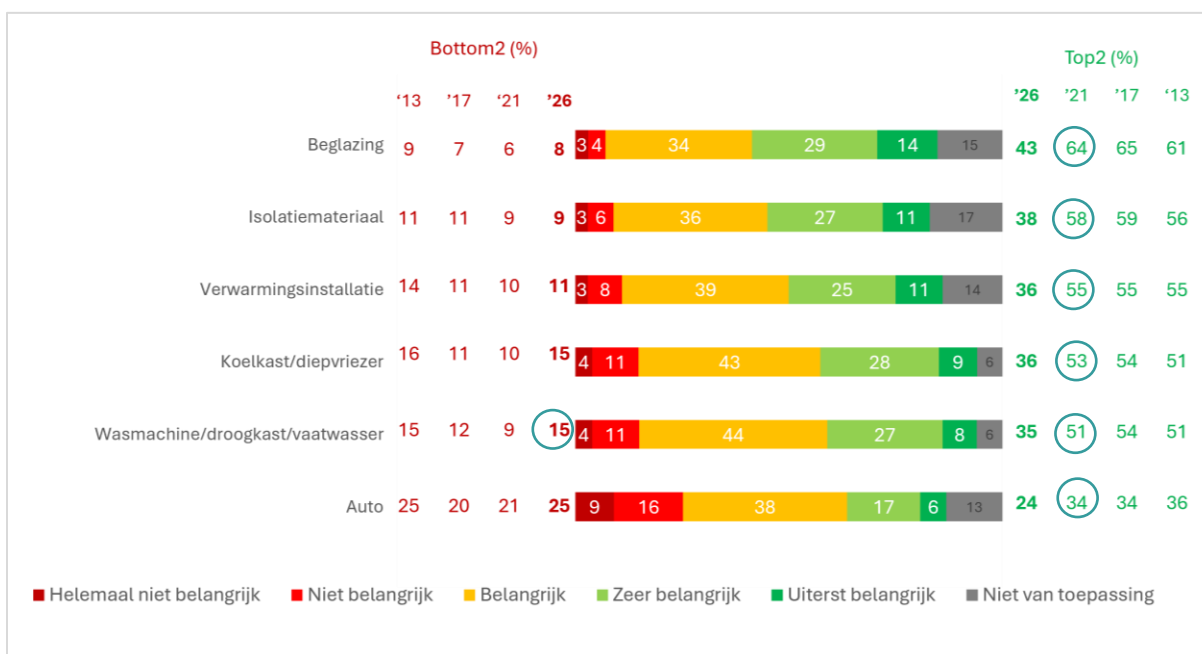
Figuur 49: Selectiecriteria - Welke selectiecriteria hanteer je bij de aankoop van onderstaande producten? (n = 1,609)



Het energieverbruik is voor de meeste productcategorieën een **belangrijke tot zeer belangrijke** factor bij eerdere aankopen, al verschilt de intensiteit per type product (Figuur 50).

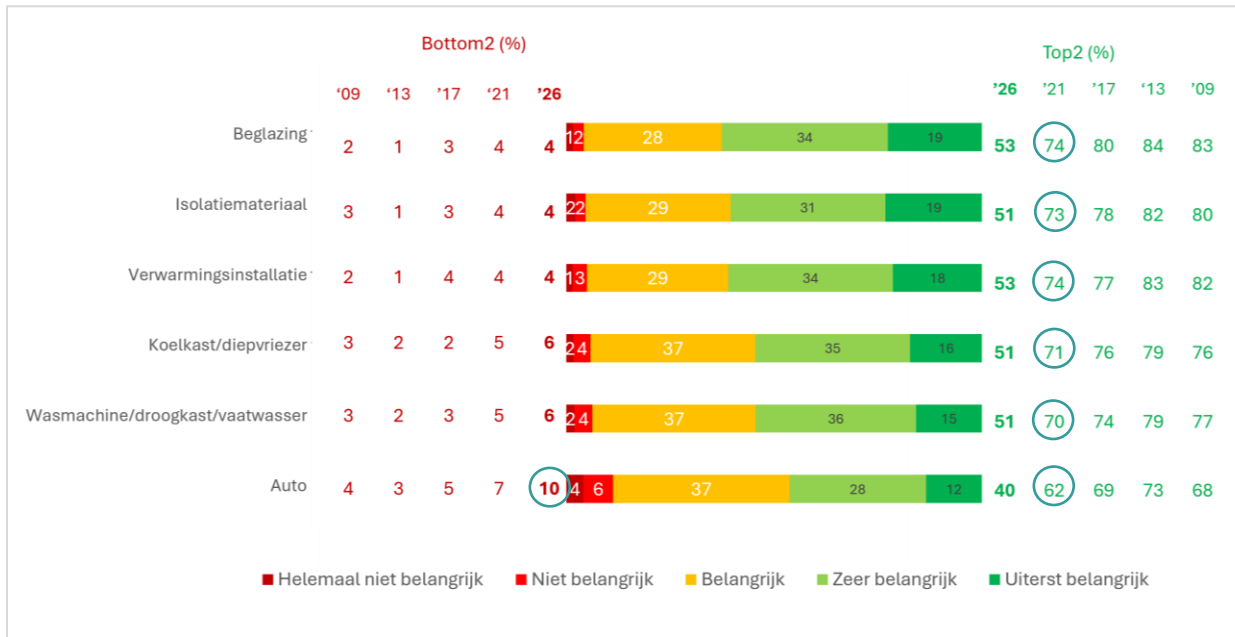
Vooral bij **beglazing (43%)**, **isolatiemateriaal (38%)** en **verwarmingsinstallaties (36%)** weegt energie-efficiëntie **het zwaarst door**. Bij de aankoop van een **auto** speelt energieverbruik een kleinere maar nog steeds relevante rol: slechts **24%** vindt dit belangrijk, en de categorie '(helemaal) niet belangrijk' ligt hier **beduidend hoger** dan bij de andere producten.

Figuur 50: Energieverbruik als argument in verleden - In welke mate was in het verleden het energieverbruik een doorslaggevend argument bij jouw aankoop van volgende producten? (n = 1,488)



Bij een volgende aankoop weegt het **energieverbruik voor de meeste producten zwaar door** (Figuur 51): bij **beglazing (53%)**, **isolatiemateriaal (51%)** en **verwarmingsinstallatie (53%)** is het belang het grootst. Voor **auto's** ligt het aandeel dat energieverbruik **belangrijk** op **40%**. Kortom, energie-efficiëntie staat bovenaan bij grote energie- en bouwgerelateerde aankopen, terwijl het bij auto's wel meespeelt maar **relatief minder doorslaggevend** is.

Figuur 51: Energieverbruik als argument bij volgende aankoop - In welke mate zal het energieverbruik bij jouw volgende aankoop van onderstaande producten een doorslaggevend argument zijn? (n = 1,488)



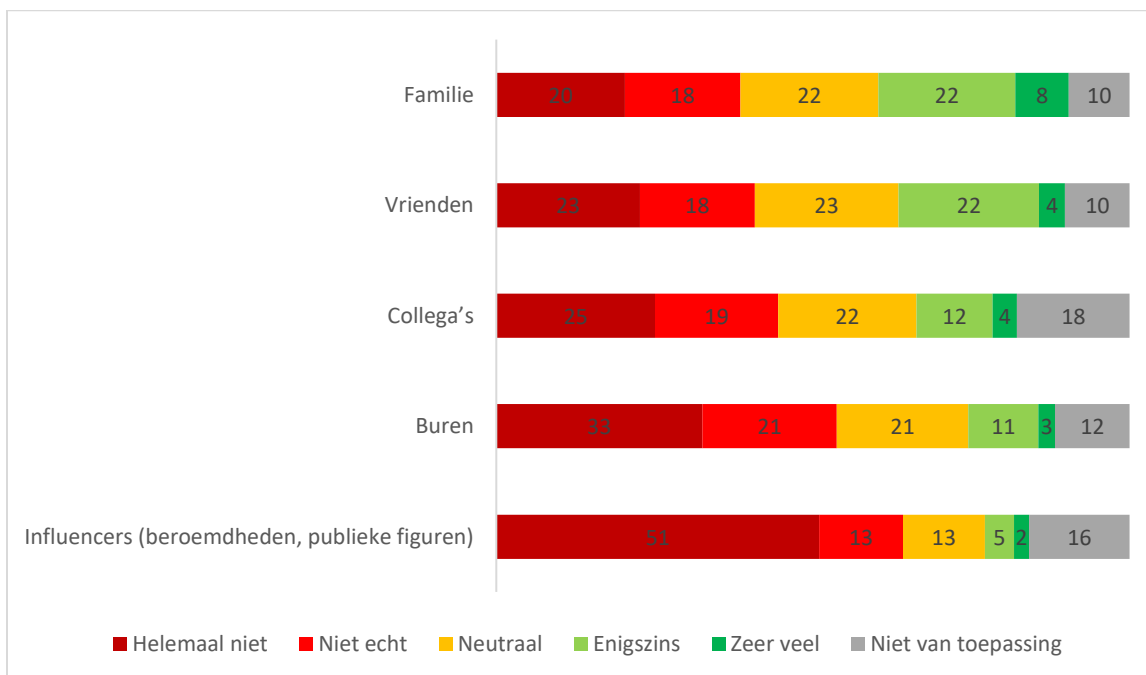
De invloed van sociale contacten op klimaatvriendelijk gedrag wordt door de respondenten als beperkt aangegeven (Figuur 52). Familie en vrienden hebben de meeste invloed, waarbij 30–31% van de respondenten aangeeft dat ze enigszins tot zeer veel door hen worden beïnvloed. Collega's spelen een matige rol, met 16% die zich duidelijk laat beïnvloeden, terwijl burens en vooral influencers het minste effect hebben, met slechts 5–7% die zegt dat zij zeer veel invloed uitoefenen.

Tegelijkertijd geeft een groot deel van de respondenten aan dat influencers helemaal geen rol spelen (51%) en dat ook burens voor een derde van de groep nauwelijks invloed hebben.

Vrienden hebben vooral invloed op vrouwen, jongeren en hoger opgeleiden, terwijl familie vooral vrouwen beïnvloedt, maar oudere volwassenen hier nauwelijks door worden beïnvloed. Collega's beïnvloeden vooral vrouwen, terwijl hoger opgeleiden hier ook nauwelijks door worden beïnvloed. Burens hebben geen significante invloed op hoger opgeleiden, en influencers beïnvloeden voornamelijk vrouwen, terwijl hoger opgeleiden en oudere volwassenen hier helemaal niet door worden beïnvloed.

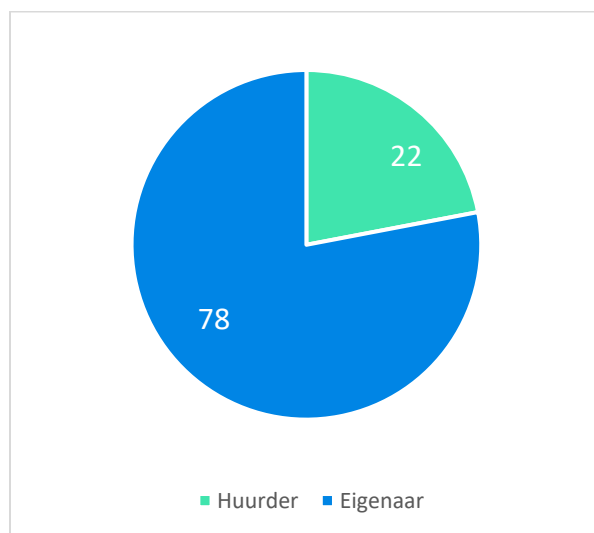
Over het geheel genomen is het directe sociale netwerk (familie en vrienden) belangrijker voor de respondenten dan publieke figuren bij keuzes rond energieverbruik, voeding en vervoer.

Figuur 52: Invloed sociale kring - In hoeverre beïnvloedt jouw sociale kring jouw keuzes met betrekking tot klimaatvriendelijk gedrag (bijv. energieverbruik, voeding, vervoer)? (n = 1,590)



22% van de respondenten geeft aan huurder te zijn van de woning waar hij/zij hoofdzakelijk verblijft, iets meer dan drie kwart van de bevroagden geeft aan eigenaar te zijn (Figuur 53).

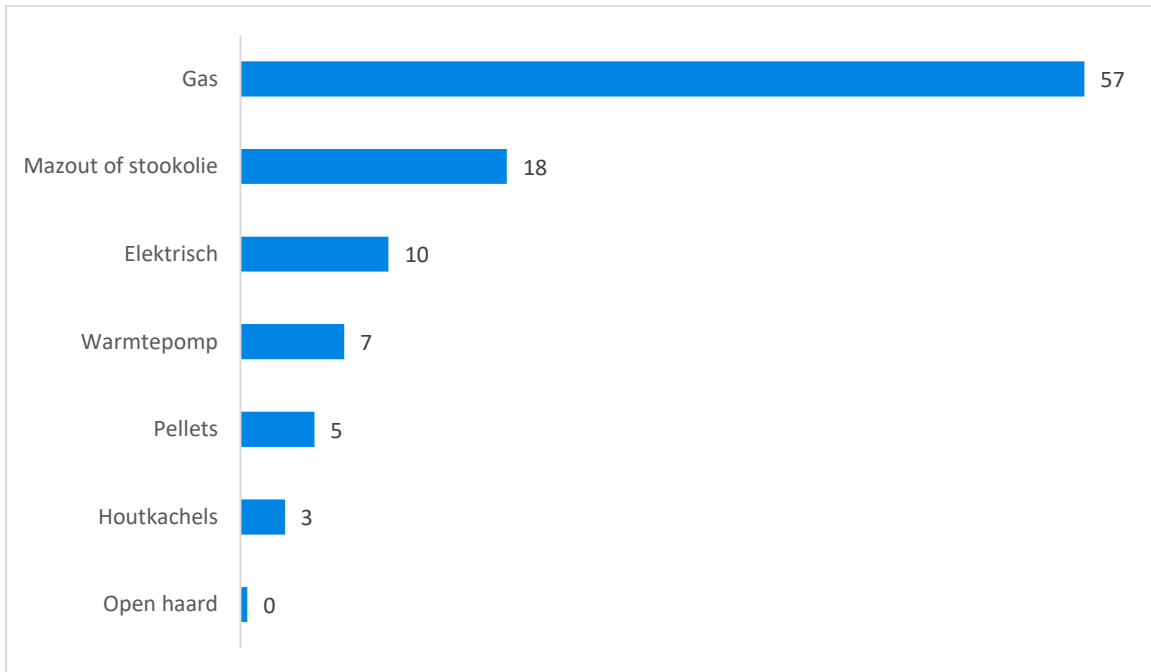
Figuur 53: Woningbezit - Ben je huurder of eigenaar van de woning waar je hoofdzakelijk verblijft? (n = 1,590)



Vervolgens werd de manier van **hoofdverwarming bevroagd** (Figuur 54). **Gas is de meest gebruikte verwarmingsbron (57%). Mazout of stookolie volgt met 18%.**

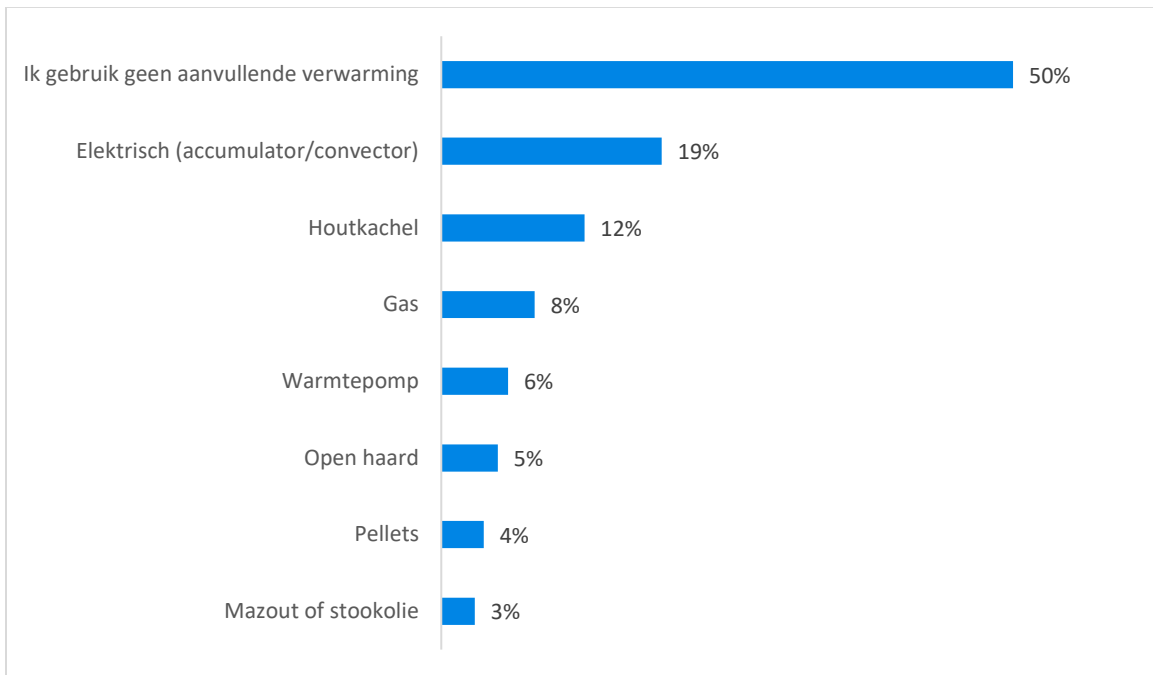
**Elektrische verwarming (convector, accumulatie) en houtkachels** worden zeer weinig gebruikt als hoofdverwarming.

*Figuur 54: Hoofdverwarming - Op welke manier verwarm je jouw woning hoofdzakelijk? (n = 1,597)*



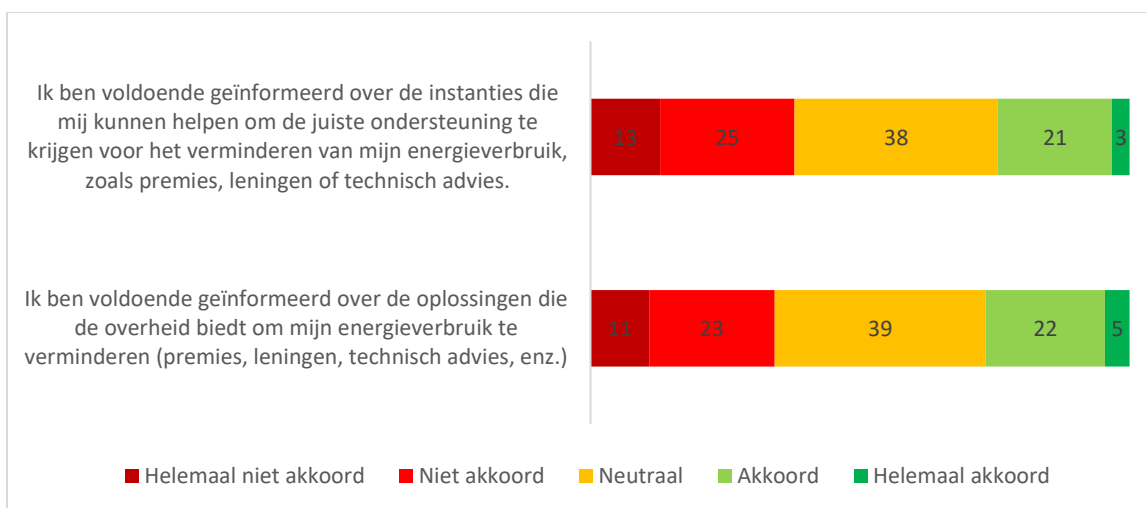
Voor de volgende resultaten wordt gekeken naar **de gerapporteerde bijverwarming** (Erreur ! Source du renvoi introuvable.). De helft van de respondenten geeft aan geen gebruik te maken van aanvullende verwarming (50%). Bij wie dit wel doet, zijn elektrische toestellen (zoals accumulatoren of convectoren) het meest voorkomend (19%), gevolgd door houtkachels (12%) en gasverwarming (8%). Andere vormen van bijverwarming, zoals warmtepompen (6%), open haarden (5%), pellets (4%) en mazout of stookolie (3%), worden slechts door een beperkte minderheid gebruikt.

Figuur 55: Bijverwarming - Op welke manier(en) verwarm je jouw woning aanvullend, naast de hoofdverwarming (indien van toepassing)? (n = 1,609)



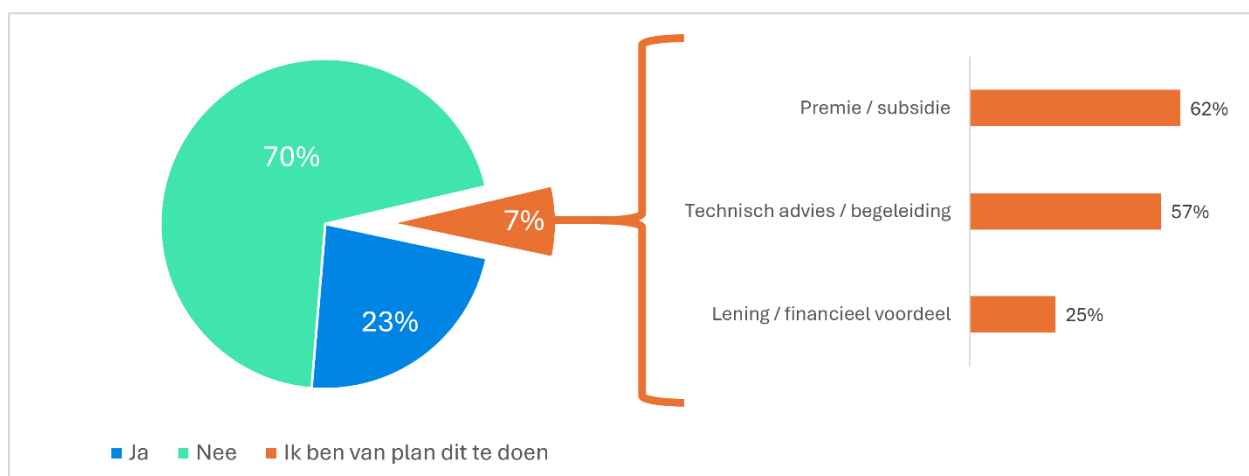
Een meerderheid van de respondenten voelt zich **niet duidelijk geïnformeerd** over de ondersteuning die ze van de overheid of betrokken instanties kunnen krijgen om hun energieverbruik te verminderen (Figuur 56). Voor beide stellingen geldt dat ongeveer **1 op 3 neutraal** staat, maar de groep die **(helemaal) niet akkoord** is, ligt met **34% voor overheidsoplossingen** en **38% voor ondersteunende instanties** duidelijk hoger dan de groep die (helemaal) akkoord is. Slechts **27%** geeft aan akkoord te zijn met de informatie vanuit de overheid en **24%** met de informatie over instanties. De categorie **'helemaal akkoord'** blijft **zeer beperkt** (5% voor overheidsoplossingen en 3% voor instanties). Samengevat voelen respondenten zich **eerder onvoldoende geïnformeerd** over zowel de beschikbare overheidsmaatregelen als over de juiste instanties voor begeleiding rond energie-efficiëntie.

Figuur 56: Stellingen over geïnformeerd voelen - In welke mate ben je het eens of oneens met de volgende stellingen? (n = 1,578)



De resultaten tonen dat **70%** van de respondenten **geen gebruik maakt** van ondersteuning van de overheid om hun energieverbruik te verminderen, terwijl **23%** dit **wel** doet (significant meer hoger opgeleiden) (Figuur 57). Daarnaast geeft **7%** aan **van plan te zijn** om dit in de toekomst te doen. Onder degenen die wél ondersteuning zoeken, zijn vooral **premies en subsidies (62%)** en **technisch advies of begeleiding (57%)** het meest populair. Financiële ondersteuning in de vorm van een **lening of ander voordeel** wordt door **25%** als optie genoemd. Kortom: slechts een minderheid maakt gebruik van ondersteuning, maar wie dit doet, kiest vooral voor **premies en technische begeleiding**.

Figuur 57: Overheidssteun - Ik heb al gebruikgemaakt van een overheidssteunmechanisme om mijn energieverbruik te verminderen. Welke vorm(en) van overheidssteun ben je van plan te gebruiken om je energieverbruik te verminderen? (n = 1,552)



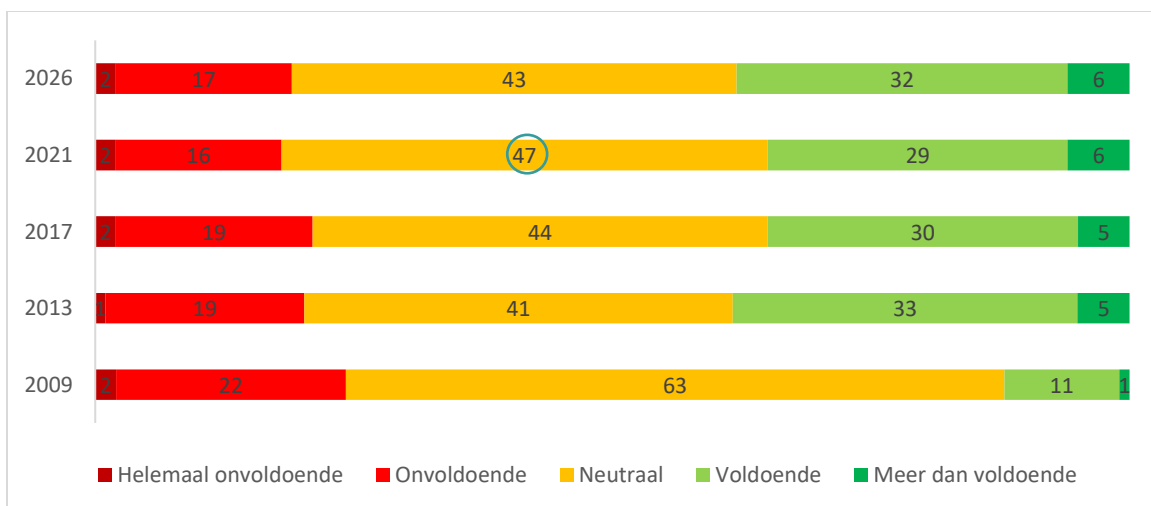
Bij de beoordeling van de eigen inspanningen om klimaatverandering tegen te gaan, zien we **een geleidelijke verschuiving in hoe mensen hun engagement inschatten tussen 2009 en 2026** (Figuur 58).

Het aandeel respondenten dat aangeeft **voldoende initiatieven te nemen** stijgt duidelijk van 12% in 2009 naar 38% in 2026. Ook het aandeel dat vindt **meer dan voldoende te doen** neemt toe, van 1% naar 6%. Tegelijkertijd daalt het aandeel dat **neutraal blijft** van 63% naar 43%.

Het percentage dat aangeeft **onvoldoende of helemaal onvoldoende initiatieven te nemen** blijft doorheen de jaren relatief stabiel, rond 18–24%.

**Oudere volwassenen** geven vaker aan voldoende initiatieven te nemen om klimaatverandering tegen te gaan dan jongeren.

*Figuur 58: Eigen initiatieven om klimaatverandering tegen te gaan – Vind je dat je zelf voldoende initiatieven neemt om klimaatverandering tegen te gaan? (n = 1,590)*

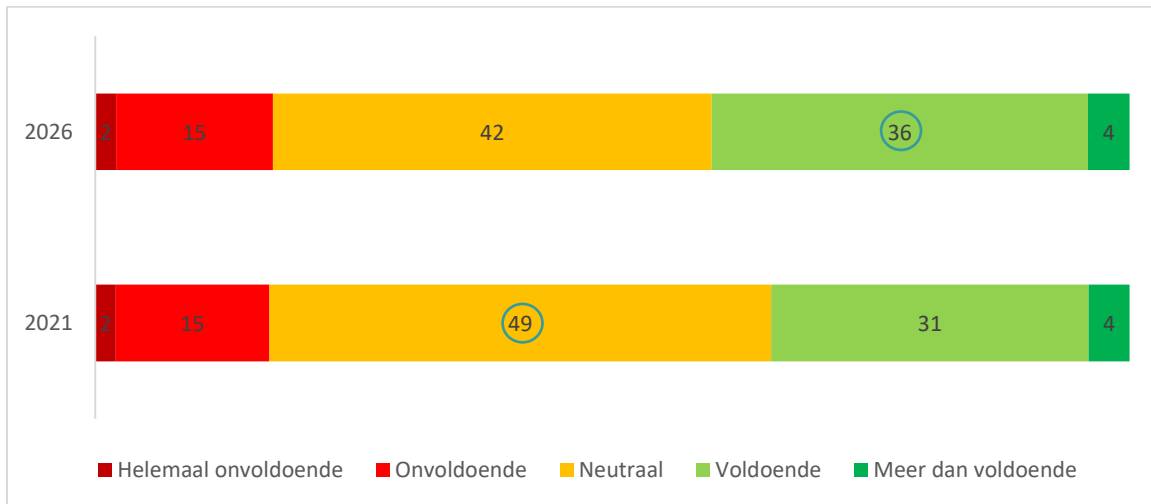


Wanneer we kijken naar **de mate waarin de respondenten vinden dat ze voldoende initiatieven nemen om zich aan te passen aan de gevolgen van klimaatverandering**, zien we een lichte evolutie tussen 2021 en 2026 (Figuur 59).

Het aandeel respondenten dat aangeeft **voldoende initiatieven te nemen** stijgt van 31% naar 36%. Het percentage dat vindt dat ze **meer dan voldoende doen** blijft stabiel op 4%. Tegelijk daalt het aandeel dat **neutraal blijft** van 49% naar 42%.

Het aandeel dat aangeeft **onvoldoende of helemaal onvoldoende initiatieven te nemen** blijft ongewijzigd op 17%. Dit suggereert dat **steeds meer respondenten het gevoel hebben zich actief aan te passen aan de gevolgen van klimaatverandering**, al blijft een aanzienlijk deel zich hier neutraal over opstellen.

*Figuur 59: Eigen initiatieven om zich aan te passen aan de klimaatverandering – Vind je dat je zelf voldoende initiatieven neemt om je aan te passen aan de gevolgen van klimaatverandering? (n = 1,590)*



In 2026 is **de tevredenheid over de acties van de overheid om klimaatverandering tegen te gaan behoorlijk laag** (Figuur 60). Een meerderheid van de respondenten blijft kritisch: 10% is helemaal niet tevreden en 28% niet echt tevreden. Tegelijk stelt bijna de helft zich neutraal op (48%), wat wijst op een afwachtende houding. Slechts een minderheid is (zeer) tevreden, met 13% tevreden en 1% zeer tevreden.

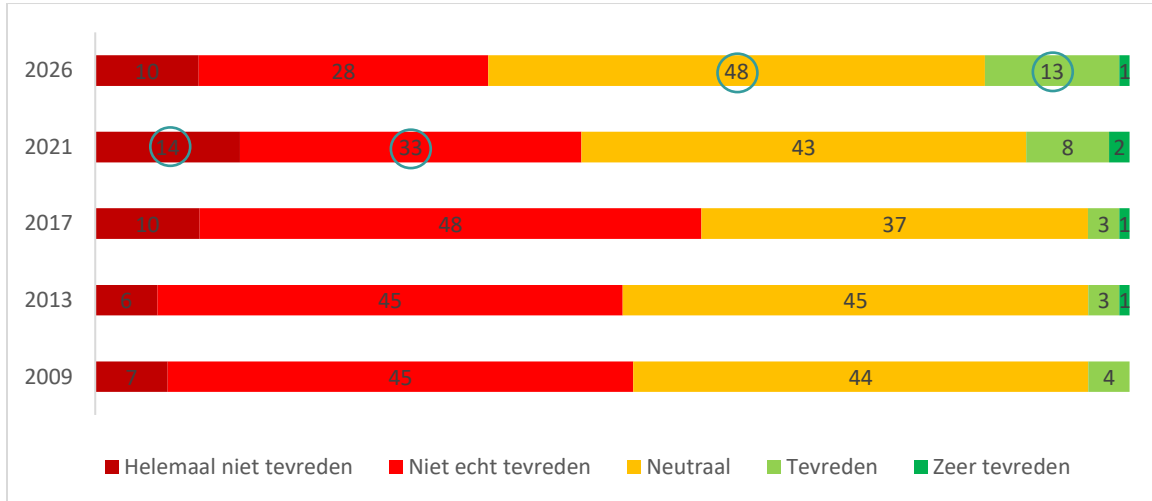
Wanneer we de **tevredenheid over de acties van de overheid om klimaatverandering tegen te gaan** doorheen de tijd bekijken, zien we duidelijke verschuivingen tussen 2009 en 2026.

**Ontevredenheid houdt lange tijd de bovenhand.** In 2009 geeft 52% aan **niet of helemaal niet tevreden** te zijn. Dit aandeel blijft ook in de daaropvolgende jaren hoog, met een piek in 2017 (58%) en 2021 (47%). In 2026 daalt deze groep tot 38%, wat wijst op een **lichte afname van de ontevredenheid bij de respondenten**.

Tegelijk neemt het aandeel respondenten dat **tevreden is over het overheidsbeleid** toe. Waar dit in 2009 slechts 4% bedraagt, stijgt dit naar 14% in 2026 (13% tevreden en 1% zeer tevreden). Daarnaast blijft een grote groep **een neutrale houding aannemen**, met 48% in 2026.

Een aanzienlijk deel van de respondenten blijft kritisch tegenover het klimaatbeleid van de overheid, al wijst de evolutie op een lichte verbetering in de perceptie.

Figuur 60: Tevredenheid acties overheid om klimaatverandering tegen te gaan – Hoe tevreden ben je over de acties van de overheid om klimaatverandering tegen te gaan? (n = 1,590)

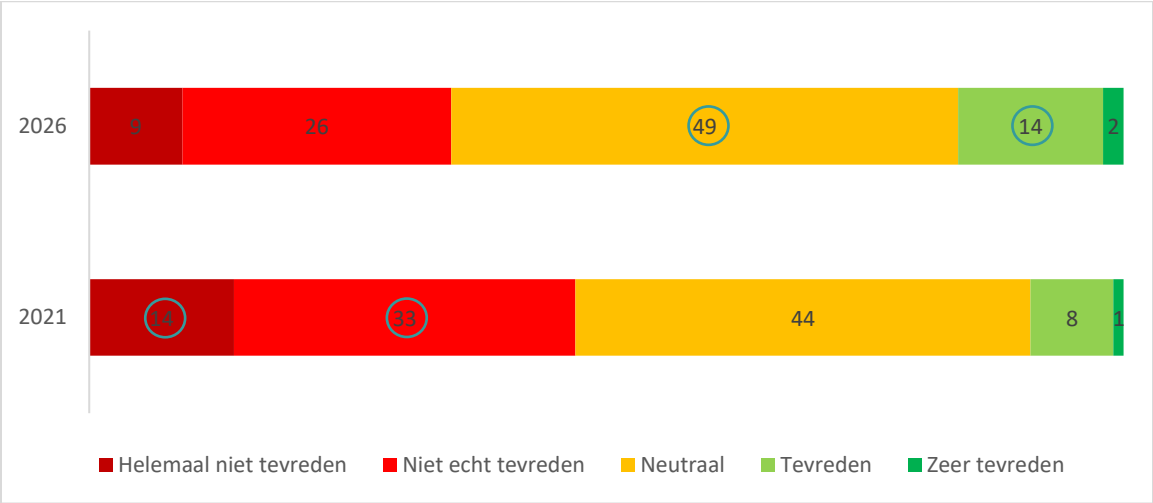


Bijna de helft van de respondenten (49%) is neutraal over de acties van de overheid om zich aan te passen aan de gevolgen van klimaatverandering, terwijl 14% tevreden en 2% zeer tevreden is. Tegelijkertijd is 26% niet echt tevreden en 9% helemaal niet tevreden. We zien wel opnieuw een verschuiving tussen 2021 en 2026 (Figuur 61).

Het aandeel respondenten dat **niet of helemaal niet tevreden is** daalt van 47% in 2021 naar 35% in 2026. Tegelijk stijgt het aandeel dat **tevreden of zeer tevreden** is van 9% naar 16%.

Daarnaast neemt ook het aandeel respondenten met een **neutrale houding** toe, van 44% naar 49%. Dit wijst erop dat **de tevredenheid over de aanpassingsmaatregelen van de overheid licht toeneemt**, terwijl een groot deel van de respondenten zich nog eerder afwachtend opstelt.

Figuur 61: Tevredenheid acties overheid om ons aan te passen aan klimaatverandering – Hoe tevreden ben je over de acties van de overheid om zich aan te passen aan de gevolgen van klimaatverandering? (n = 1,590)



## CONCLUSIES

### Bezorgdheden, percepties & oorzaken van klimaatverandering

De resultaten tonen dat een brede meerderheid van de respondenten zich zorgen maakt over maatschappelijke thema's, waarbij **economische bezorgdheden** momenteel het sterkst naar voren komen. **Prijsstijgingen vormen met 81% de meest uitgesproken bron van zorg**, gevolgd door **milieu**, waar **72% zich (heel) bezorgd** over toont. Deze bezorgdheid over milieu ligt iets lager dan in eerdere edities, maar blijft een van de belangrijkste maatschappelijke bekommernissen.

Binnen de leefmilieuproblematiek blijft **klimaatverandering** een centrale en stabiele bron van ongerustheid. **72% van de respondenten geeft aan bezorgd te zijn over klimaatverandering**, wat aansluit bij eerdere metingen.

Wat betreft de **oorsprong** van klimaatverandering wijst **73% van de respondenten naar menselijke activiteiten** als belangrijkste oorzaak. Daarnaast wijt **17% de klimaatverandering aan natuurlijke fenomenen**, terwijl **8% aangeeft het niet te weten**. Deze minderheidsgroepen tonen aan dat er nog steeds ruimte is voor versterkte **klimaateducatie** om misvattingen te verminderen.

De mate waarin respondenten verschillende **sectoren** verantwoordelijk achten, verschilt duidelijk. Industrie en transport worden beschouwd als de grootste uitstoters. Voor andere sectoren, zoals verwarming van woningen, landbouw en afval, worden de bijdragen minder uitgesproken ingeschat. Dit geeft aan dat de inschatting van sectorale bijdragen gedeeltelijk overeenkomt met de werkelijke emissieprofielen, maar dat bijvoorbeeld de rol van gebouwen (verwarming) en, in bredere zin, bepaalde industriële processen eerder worden onderschat.

Daarnaast vindt **78%** dat klimaatverandering **dringend moet worden aangepakt**, wat het sterke maatschappelijke draagvlak voor actie bevestigt. Deze urgentie vertaalt zich ook in de specifieke bezorgdheden: het **groeïend aantal natuurrampen**, zoals stormen en overstromingen, wordt door **50% als belangrijkste zorg** aangeduid en door **20% als tweede belangrijkste**. Ook de **stijging van de temperaturen, vooral in de zomer**, wordt door een aanzienlijk deel van de respondenten als zorgwekkend beschouwd.

## Oplossingen en beleid rond klimaat op internationaal, Europees en Belgisch niveau

De resultaten tonen dat een grote meerderheid van de respondenten ervan overtuigd is dat klimaatverandering kan en moet worden aangepakt. Slechts **15%** gelooft dat er niets meer aan te doen is, wat bevestigt dat het geloof in mogelijke oplossingen zeer breed blijft. **67%** vindt dat **aanpassingen in de levensstijl noodzakelijk** zijn om klimaatverandering tegen te gaan. Het vertrouwen in **technologische vooruitgang** is gematigder: **45%** gaat hiermee akkoord, terwijl **36%** neutraal blijft.

De voorwaarde die het vaakst wordt genoemd om noodzakelijke veranderingen te aanvaarden, is dat de **inspanningen op een rechtvaardige manier worden verdeeld (61%)**. Daarnaast tonen respondenten dat zij vooral belang hechten aan collectieve besluitvorming, compensatie van nadelen en een haalbaar tempo van verandering. De klimaattransitie wordt vooral gezien als een kans voor het **milieu (82%)** en voor de **gezondheid (54%)**. De perceptie dat de transitie economische voordelen biedt, is minder uitgesproken: **34%** ziet kansen voor het concurrentievermogen van Europese bedrijven, en **41%** voor de Belgische economie, maar grote groepen blijven neutraal (respectievelijk 45% en 41%).

Met betrekking tot de effectiviteit van verschillende actoren geeft **38%** aan dat **“ieder van ons”** kan bijdragen aan het oplossen van klimaatverandering. Wanneer respondenten één actor moeten aanduiden, worden **internationale instanties (21%)** en **bedrijven (17%)** het vaakst als meest effectieve actoren gezien. Lokale en nationale overheden worden minder vaak spontaan genoemd.

Er is **geen steun voor een pauze in klimaatactie**. **60%** vindt dat de **EU haar klimaatambities moet behouden**, zelfs in het licht van de oorlog in Oekraïne en defensie-gerelateerde uitdagingen. Een grote meerderheid wil dat de klimaattransitie **op zijn minst aan het huidige tempo wordt voortgezet**: zowel voor België als voor de EU geeft **44%** dit aan. Daarnaast vindt **39–38%** zelfs dat de transitie moet worden **versneld**.

Een zeer grote meerderheid (**73%**) ondersteunt een sterkere focus op **Europese productie en producten uit Europa**, onder meer om indirect de wereldwijde uitstoot (zoals die in China) te helpen verminderen. Dit duidt erop dat respondenten klimaatbeleid en Europees industriebeleid als complementair zien.

De steun voor **structurele en systeemgerichte maatregelen** is groot. **66%** steunt een **koolstofheffing op import**, **63%** ondersteunt het doel om **45% hernieuwbare energie** te halen tegen 2030, en **58%** vindt dat

de EU haar emissiereducties **volledig op eigen grondgebied** moet realiseren. Ook de geplande **renovatie van 35 miljoen gebouwen tegen 2030** kan rekenen op **57%** steun.

Voor maatregelen die burgers rechtstreeks raken, is de steun meer verdeeld. Het **verbod op nieuwe fossiele wagens vanaf 2035** wordt door **30%** gesteund, terwijl **44%** tegen is. Een **CO<sub>2</sub>-prijs voor gezinnen en kleine bedrijven vanaf 2027** krijgt beperkte steun (**29% akkoord, 42% niet akkoord**).

Wat betreft de inzet van klimaatinkomsten is de voorkeur duidelijk sociaal en toekomstgericht. De meeste steun gaat naar het **weerbaarder maken van België tegen klimaatrisico's (70%)**, gevolgd door **ondersteuning van gezinnen die investeren in emissieverlaging (71%)** en **investeringen in openbaar vervoer (65%)**. Ook **gerichte steun voor kwetsbare huishoudens en bedrijven (61%)** wordt breed gedragen. Steun voor economische maatregelen voor grote bedrijven krijgt beduidend minder steun.

Naast mitigatie bestaat er ook **brede steun voor klimaatadaptatie**. De meerderheid ziet een belangrijke rol voor de overheid in het beschermen van mensen en infrastructuur tegen de gevolgen van klimaatverandering. De grootste steun gaat naar **meer natuur in steden (76%)**, **herziening van ruimtelijke ordening om klimaatgevaren te beperken (74%)** en het **versterken van civiele bescherming en noodplannen (73%)**. Ook **praktische maatregelen** zoals het tijdelijk openstellen van **gekoelde overheidsgebouwen** tijdens hittegolven vinden steun (**57%**). Slechts een kleine minderheid vindt dat de overheid zich niet moet bezighouden met adaptatie.

## Informatie en kennis over klimaatverandering

De interesse in milieu- en klimaatproblematiek blijft doorheen de jaren stabiel en hoog: ongeveer twee derde is geïnteresseerd. Ook de mate waarin men zich geïnformeerd voelt, blijft op hetzelfde niveau als in vorige edities (gemiddeld 6,4 op 10). In 2026 is 55% van de respondenten geïnteresseerd in het ontvangen van informatie over klimaatverandering, een lichte stijging ten opzichte van 52% in 2021.

De resultaten tonen dat **traditionele media en algemene online kanalen** nog steeds de belangrijkste rol spelen in de **passieve verspreiding van informatie over klimaatverandering**. Respondenten geven aan dat zij, zonder actief op zoek te gaan, vooral informatie ontvangen via **kranten en tijdschriften, radio en algemene internetbronnen**. Wanneer zij wel bewust informatie opzoeken, verschuift het belang van de kanalen: **het internet wordt dan de belangrijkste bron (38%)**, gevolgd door **kranten en tijdschriften (27%)**.

Veel respondenten vinden het **moeilijk om betrouwbare informatie van desinformatie op sociale media te onderscheiden**. **58%** geeft aan het hiermee eens te zijn, terwijl slechts een kleine minderheid het hiermee oneens is en een derde neutraal blijft. Dit wijst erop dat sociale media wel een rol spelen in het informatielandschap, maar dat het **vertrouwen in de betrouwbaarheid ervan beperkt** is.

Er bestaat daarnaast **brede steun voor overheidsmaatregelen tegen klimaatdesinformatie**. **Zeven op tien respondenten** vinden dat de overheid moet optreden tegen de **opzettelijke verspreiding van foutieve informatie** over klimaatverandering. Dit sluit aan bij de verwachting dat overheden een actieve rol moeten spelen in correcte en toegankelijke informatieverstrekking.

Wat betreft de gewenste informatiebronnen geven respondenten een duidelijke voorkeur aan **bronnen die als betrouwbaar en deskundig worden gezien**. **Onafhankelijke wetenschappers en academici** worden het vaakst genoemd (**64%**), gevolgd door **overheidsinstanties**. Binnen de overheid scoort **de federale overheid het hoogst (59%)** als gewenste bron van informatie. Andere institutionele actoren (zoals lokale besturen en Europese instellingen) worden eveneens regelmatig genoemd, maar minder prominent. **Commerciële of informele bronnen, zoals influencers, worden veel minder geschikt geacht** om klimaat gerelateerde informatie te verspreiden.

## Persoonlijk gedrag en levensstijl

Het gemiddeld aantal wagens per huishouden **daalt van 1,5 in 2021 naar 1,33 in 2026**, terwijl het aantal **bedrijfswagens halveert (van 0,47 naar 0,23)**. Tegelijk neemt het **aandeel dieselwagens af (van 42% naar**



25%), en stijgt het gebruik van **benzinewagens (naar 57%), 100% elektrische wagens (van 1% naar 5%), plug-in hybrides (van 2% naar 4%) en hybrides (van 2% naar 6%).**

Over concrete gedragingen om de **persoonlijke impact op het klimaat te beperken** zegt een groot deel van de respondenten reeds **te wandelen of te fietsen (57%), de motor niet te laten draaien bij stilstand (62%) en hun rijstijl aan te passen voor het milieu (51%).** Binnen de woning worden tal van energiebesparende handelingen al toegepast. **Lichten doven (76%), ledverlichting gebruiken (71%), zuinige programma's kiezen (66%) en de verwarming lager zetten (64%)** zijn het meest ingeburgerd. In de toekomst willen respondenten vooral overschakelen op **fossielvrije verwarming** en **apparaten volledig uitschakelen.** In het huishouden worden **afval sorteren (86%), zuinig omspringen met warm water (73%) en seizoensproducten kiezen (68%)** breed toegepast.

Verwarmen met fossiele brandstoffen is nog erg standaard. Gas is **de meest gebruikte verwarmingsbron (57%). Mazout of stookolie volgt met 18%. Elektrische verwarming (convector, accumulatie) (10%), warmtepompen (7%) en houtkachels (3%)** worden zeer weinig gebruikt als hoofdverwarming.

27% van de respondenten geeft aan dat ze hun woning niet gaan renoveren omdat ze ofwel geen eigen woning hebben, omdat hun woning reeds gerenoveerd hebben of omdat ze niet willen renoveren. Voor zie die wel in aanmerking komen voor steun om over te gaan tot een grondige energierenovatie van hun woning is **financiële ondersteuning het grootste knelpunt (58%),** gevolgd door **technisch advies (47%) en hulp bij het vinden van aannemers (33%). Slechts een kleine groep van 17% geeft aan geen hulp nodig te hebben.** De respondenten voelen zich **eerder onvoldoende geïnformeerd** over zowel de beschikbare overheidsmaatregelen als over de juiste instanties voor begeleiding rond energie-efficiëntie.

Bij productaankopen blijft **energieverbruik een belangrijke tot zeer belangrijke factor,** vooral bij isolatiemateriaal, beglazing, verwarmingstoestellen en huishoudtoestellen. Bij auto's is het belang van energieverbruik **lager.** De invloed van de sociale omgeving op klimaatvriendelijk gedrag is beperkt, al spelen **familie en vrienden** een grotere rol dan **collega's, burens of influencers.**

Tenslotte geeft een groeiend aandeel respondenten aan dat zij **voldoende of meer dan voldoende initiatieven nemen,** zowel om klimaatverandering tegen te gaan als om zich aan te passen aan de gevolgen ervan. De **tevredenheid over het overheidsbeleid** blijft beperkt, maar er is wel een **lichte verbetering** zichtbaar in vergelijking met 2021.