

**Eerste overzicht van gegevens uit de enquête  
"Consument en milieu 1995"**

**Sociaal en Cultureel Planbureau  
(juli 1995)**

**E.H. van Velzen**

## INHOUDSOPGAVE

	bladzijde
1 Inleiding	1
2 Achtergronden van het conceptuele (milieu)gedragsmodel	2
3 Methodologische verantwoording van de vragenlijst	4
4 Verantwoording van de steekproeftrekking en vergelijking van resultaten met de Nederlandse bevolking	7

## BIJLAGEN

bijlage 1: enquête

bijlage 2: resultaten

bijlage 3: geselecteerde gemeenten

bijlage 4: registratie binnengekomen vragenlijsten

## 1 INLEIDING

Het Sociaal en Cultureel Planbureau (SCP) is door diverse departementen en instanties benaderd om zijn activiteiten op het sociaal-wetenschappelijk milieuonderzoek te intensiveren en de bestaande inzichten te systematiseren ten behoeve van het overheidsbeleid. In nauw overleg met het Rijksinstituut voor Volksgezondheid en Milieuhygiëne (RIVM) heeft het SCP hiertoe een driejarig *onderzoekprogramma Milieu* opgesteld. Het ministerie van VROM is opdrachtgever en financier van dit onderzoek.

De veelheid aan mogelijke invalshoeken voor beleidsrelevant sociaal-wetenschappelijk onderzoek op het terrein van milieuvraagstukken is in eerste instantie geordend rond vier thema's:

- sociale en culturele trends;
- collectieve menings- en besluitvormingsprocessen;
- determinanten van milieurelevant gedrag;
- beleidsinterventies.

Aan de hand van deze thema's zijn twee projecten geformuleerd, getiteld: *Publieke opinie en milieu* en *Sociaal-culturele determinanten van milieurelevant gedrag*. Bij deze keuze heeft het SCP zich laten leiden door verzoeken van de opdrachtgevers en door de eigen aanwezige onderzoeksexpertise.

Het eerste project *Publieke opinie en milieu* behelst een jaarlijks terugkerende rapportage van de Nederlandse publieke opinie over milieuproblemen en het milieubeleid. Deze rapportage vindt plaats met behulp van het longitudinale SCP-project *Culturele veranderingen in Nederland*.

Het tweede project *Sociaal-culturele determinanten van milieurelevant gedrag* bestudeert de achtergronden van het milieurelevante gedrag van individuele burgers en huishoudens. Bij dit gedrag kan men bijvoorbeeld denken aan het kopen van ongebleekt WC-papier, het weigeren van plastic zakjes en het zich verplaatsen met het openbaar vervoer. Zoals de naamgeving van het project aangeeft ligt de nadruk op de mogelijke invloed van sociaal-culturele determinanten, zoals leeftijd, opleiding en inkomen. In het kader van dit project is een conceptueel (milieu)gedragsmodel ontwikkeld om het milieurelevante gedrag van individuele burgers en huishoudens te beschrijven en te verklaren.

Om het conceptuele (milieu)gedragsmodel op relevante domeinen nader te kunnen specificeren en te toetsen, is in mei 1995 in opdracht van het SCP, door het Instituut voor Toegepaste Sociale wetenschappen (ITS) in Nijmegen een schriftelijke vragenlijst verstuurd naar 4000 huishoudens in Nederland. De vragen in deze vragenlijst zijn zo gekozen dat zij de verschillende determinanten die het milieurelevante gedrag volgens het conceptuele (milieu)gedragsmodel bepalen, omvatten. Dit heeft als voordeel dat alle onderdelen van het gedragsmodel kunnen worden "gevuld", zodat de samenhang van het model kan worden getoetst.

Een eerste overzicht van de resultaten van deze vragenlijst wordt in dit werkdocument gegeven. Het werkdocument is als volgt opgebouwd. Hoofdstuk 2 gaat in op de achtergronden van het conceptuele (milieu)gedragsmodel. In hoofdstuk 3 wordt een methodologische verantwoording van de enquête gegeven. Hoofdstuk 4 verantwoordt de steekproeftrekking (opgesteld door het ITS en het SCP). Bijlage 1 bevat een kopie van de vragenlijst en de begeleidende brieven die de 4000 huishoudens van het ITS hebben ontvangen. Bijlage 2 geeft een eerste overzicht van de resultaten van de gehouden enquête. Bijlage 3 bevat een overzicht van de geselecteerde gemeenten. Een overzicht van binnengekomen vragenlijsten staat in bijlage 4.

## 2 ACHTERGRONDEN VAN HET CONCEPTUELE (MILIEU)GEDRAGSMODEL

In het kader van het project *Sociaal-culturele determinanten van milieurelevant gedrag* is aan de hand van (micro)economische, sociaal-psychologische en sociologische inzichten een conceptueel (milieu) gedragsmodel ontwikkeld ter verklaring van het milieurelevante gedrag van individuele burgers en huishoudens.

Het gedragsmodel gaat er van uit dat milieurelevant gedrag het resultaat is van een rationeel keuzeproces. Gewoontegedrag en minder rationele aspecten van gedrag blijven buiten beschouwing, of worden verklaard als gedrag dat op een eerder tijdstip ooit bewust is geweest. In het model worden drie (clusters van) determinanten onderscheiden die geacht worden direct invloed uit te oefenen op dit keuzeproces: *Aanbod*, *Mogelijkheden* en *Motivaties*. De vierde determinant: *Sociaal-culturele kenmerken* oefent een indirecte invloed op het keuzeproces uit, via de determinanten *Mogelijkheden* en *Motivaties*. Verondersteld wordt dat deze vier determinanten tezamen het milieurelevante gedrag van individuele burgers en huishoudens bepalen. In het model is tevens een rechtstreekse relatie gelegd tussen de sociaal-culturele kenmerken van individuele burgers en huishoudens en hun milieurelevante gedrag. Daarmee wordt verondersteld dat dergelijke kenmerken het *niveau* van het betreffende gedrag kunnen meebepalen. Zo zullen oudere mensen bijvoorbeeld een geringere verplaatsingsbehoefte hebben dan jongeren, hetgeen mede bepalend kan zijn voor de keuze uit vervoermiddelen. Ook schaalvoordelen of -nadelen van huishoudensgrootte komen in deze relatie tot uitdrukking: huishoudens met kinderen hebben in het algemeen een hoger verbruik van gas, water en elektriciteit, terwijl het verbruik per persoon lager ligt dan bij alleenstaanden. Het model is in figuur 2.1 weergegeven.

### Figuur 2.1 Conceptueel (milieu)gedragsmodel

#### *Aanbod*

Volgens de (neo-)klassieke economische theorie van het consumentengedrag komt het gedrag van mensen tot stand uit confrontaties tussen behoeften (vraag) en alternatieven (aanbod) om deze behoeften te bevredigen. Welk alternatief een persoon kiest, hangt volgens deze theorie af van het budget, de preferenties en de prijzen van de beschikbare alternatieven. Deze "marktgerichte" benadering is moeilijk toepasbaar bij een keuze uit meerdimensionale gedragsalternatieven, zoals een keuze uit het naar het werk gaan met de trein, de auto of de fiets. Volgens een uitbreiding van de economische theorie van het consumentengedrag - de karakteristiekenbenadering - vindt bij een dergelijke keuze een afweging plaats naar meerdere kenmerken, zoals prijs, tijd, ruimte en comfort. In het conceptuele (milieu)gedragsmodel omvat de determinant *Aanbod* derhalve de beschikbare gedragsalternatieven met als mogelijke karakteristieken: prijs, tijd, ruimte, milieuvriendelijkheid en comfort. De relevante alternatieven en karakteristieken kunnen per gedraging verschillen.

#### *Mogelijkheden*

De determinant *Mogelijkheden* vormt een belangrijke randvoorwaarde voor het keuzeproces. Ze bepaalt of het waarschijnlijk is dat een alternatief niet wordt gekozen. Conform de economische theorie behoort het budget en de beschikbare tijd tot deze groep van factoren, maar ook kennis en vaardigheden worden in het model hiertoe gerekend. De mogelijkheden kunnen betrekking hebben op het individu, zoals de dagelijkse hoofdbezigheid, en/of het huishouden: bijvoorbeeld het inkomen van het huishouden.

#### *Motivaties*

Bij het keuzeproces streven consumenten volgens de economische theorie naar nutsmaximalisatie, gegeven de preferenties en de mogelijkheden van het individu en/of huishouden. Het streven is altijd gericht op meer consumptie, totdat een optimum is bereikt. Het kan echter voorkomen dat iemand minder consumptie prefereert. Voor het verklaren van dit gedrag is het daarom zinvol om de preferenties van personen niet als gegeven te aanvaarden, zoals de economische theorie doet, maar om rekening te houden met de redenen van deze preferenties, de *Motivaties*. Een theoretische benadering van motivaties

en gedrag is te vinden in sociaal-psychologische attitude-gedragsmodellen. In het gedragsmodel motivaties, de attitude en de (gepercipieerde) sociale norm van de consument ten aanzien van de geboden alternatieven. Hiernaast kunnen ook milieubesef en milieubetrokkenheid in het motivatieproces een rol spelen. Motivaties bestaat aldus uit een veelheid van individuele en sociale attitudes die van algemene en specifieke aard kunnen zijn. Het is een complex afwegingsproces dat grotendeels als een black box wordt opgevat, mede omdat de attitude-gedragsrelatie niet eenduidig is. De keuze tussen de verschillende gedragsalternatieven wordt daarom volgens het model mede beïnvloed door een complex van factoren die refereren aan de motivaties.

#### *Sociaal-culturele kenmerken*

Volgens de sociaal-psychologische theorie wordt dit complex van motivationele factoren mede beïnvloed door *sociaal-culturele kenmerken*. Deze term moet hier ruim worden opgevat, ze naast culturele kenmerken ook economische en demografische kenmerken. Onder de laatste kenmerken wordt verstaan: huishoudtype, geslacht, leeftijd. Tot de economische kenmerken behoren: beroep, bezigheid, inkomen, sociale klasse. De culturele kenmerken, ten slotte, etniciteit, religie, opleiding, politieke oriëntatie, leefstijl, stad-platteland. In concrete gedragssituaties zullen sommige kenmerken wel en sommige niet een rol spelen.

### 3 METHODOLOGISCHE VERANTWOORDING VAN DE VRAGENLIJST

De vragenlijst "consument en milieu 1995" is zo opgesteld dat zij de vier (clusters van) determinanten die het milieurelevante gedrag van individuele burgers en huishoudens worden geacht te bepalen omvat (zie figuur 2.1). Deze determinanten zijn echter niet als zodanig in de vragenlijst terug te vinden; er is namelijk gekozen voor een ordening van de vragen die het invullen van de vragenlijst vereenvoudigt en bespoedigt. Hieronder wordt een overzicht gegeven van de 108 gestelde vragen aan de hand van de vier determinanten: sociaal-culturele kenmerken, motivaties, mogelijkheden en aanbod. Vervolgens worden 30 concrete gedragsvragen weergegeven. Het overzicht eindigt met enkele milieu-relevante achtergrondkenmerken.

#### - SOCIAAL-CULTURELE KENMERKEN

##### *Demografische kenmerken*

vraag 1	geslacht
vraag 2	leeftijd
vraag 4	type huishouden
vraag 5	samenstelling van het huishouden

##### *Culturele kenmerken*

vraag 3	opleiding
vraag 28	lidmaatschap organisaties
vraag 29	politieke voorkeur
vraag 30	lezen dagblad(en)
vraag 31	lezen opinieblad(en)
vraag 32	lezen radio- en televisieprogrammablad(en)
vraag 34	bezit museumjaarkaart
vraag 51	religieuze opvoeding
vraag 52	participatie in geloofsgenootschappen
vraag 53	mate van gelovigheid

##### *Economische kenmerken*

vraag 47	sociaal-economisch positie
vraag 48	sociaal-economische positie van partner
vraag 49	beroep(sgroep)
vraag 50	beroep(sgroep) van partner
vraag 63	huur- of koopwoning
vraag 64	type woning
vraag 107	inkomen
vraag 108	bijdrage leden huishouden aan inkomen

#### - MOTIVATIES

##### *Algemene motivaties*

vraag 6	inschatting milieuvriendelijkheid huishouden
vraag 7	interesse in milieuproblematiek via kranten of tijdschriften
vraag 8	interesse in milieuproblematiek via TV
vraag 9	mening over belangrijkheid informatie over milieuvriendelijk gedrag
vraag 40	belangrijkheid milieu
vraag 41	mening over eigen verantwoordelijkheid
vraag 66	toekomstbesef milieu
vraag 71	attitude ten aanzien van het kopen milieuvriendelijke produkten
vraag 72	attitude ten aanzien van het weigeren plastic zakjes
vraag 73	attitude ten aanzien van het reizen met openbaar vervoer
vraag 74	attitude ten aanzien van het scheiden van afval

- vraag 75 attitude ten aanzien van vliegvakanties
- vraag 76 attitude ten aanzien van het kopen van milieuvriendelijke voeding
- vraag 77 milieubetrokkenheid
- vraag 81 milieubesef

***Omgevings motivaties***

- vraag 10 praten met anderen over milieu
- vraag 45 inschatting invloed van anderen op eigen gedrag
- vraag 46 inschatting oordeel van anderen op milieu-onvriendelijk gedrag
- vraag 83 inschatting invloed van anderen op drie concrete gedragingen

***Specifieke motivaties***

- vraag 26 redenen om niet op vakantie te gaan met het vliegtuig
- vraag 56 redenen van het niet bezitten van auto en motorfiets
- vraag 94 redenen om katoenen luiers te gebruiken

**- MOGELIJKHEDEN**

***geldbudget***

- vraag 37 wekelijkse uitgaven aan huishoudelijke boodschappen
- vraag 65 maandelijkse woonlasten van huishouden
- vraag 78 kunnen veroorloven van prijsstijging van groenten door milieuvriendelijk teelt
- vraag 79 kunnen veroorloven van hogere brandstofprijs
- vraag 80 direct kunnen kopen van een produkt van 200 gulden

***kennis***

- vraag 42 in staat om anderen te adviseren bij het kopen van milieuvriendelijk produkten
- vraag 43 kennis over chemisch afval
- vraag 44 kennis over milieuproblemen
- vraag 67 kennis over mogelijkheid om spaarlampen te kopen.
- vraag 68 kennis over mogelijkheid om waterbesparende douchekop te kopen
- vraag 69 kennis over mogelijkheid om milieuvriendelijke verf te kopen

***tijdbudget***

- vraag 39 opvatting over hoeveelheid beschikbare tijd

***vaardigheden***

- vraag 105 in staat om boodschappen te doen

**- AANBOD**

- vraag 12 beschikking over aparte bak voor groente-, fruit- en tuinafval
- vraag 13 mogelijkheid om scharrelvlees te kopen
- vraag 14 mogelijkheid om biologische voedingsprodukten te kopen
- vraag 15 aanwezigheid reform- of natuurvoedingswinkel
- vraag 21 afstand meest gunstige bus-, tram- of metrohalte
- vraag 22 afstand meest gunstige NS-station
- vraag 70 mogelijkheid om EKO-aardappelen te kopen
- vraag 104 voorzieningen voor gescheiden inlevering van afval

**- MILIEURELEVANTE GEDRAGINGEN**

- vraag 17 lager draaien van verwarming bij afwezigheid
- vraag 18 aantal keren een warm (lig)bad
- vraag 19 aantal keren een warme douche
- vraag 20 hoe afstanden tussen de 1 en 2,5 km afleggen

vraag 24	aantal kilometer per week met het openbaar vervoer
vraag 25	met het vliegtuig op vakantie
vraag 27	soort vervoermiddel voor vakantie 1994
vraag 57	aantal dagen per week met de auto of motorfiets
vraag 58	aantal kilometers per jaar met auto of motorfiets
vraag 59	doet aan carpooling
vraag 60	soort vervoermiddel bij vier activiteiten
vraag 82	milieu-actiegedrag
vraag 84	kopen ("grijs") WC-papier
vraag 85	kopen wasverzachter
vraag 86	nemen van energie-zuinige maatregelen
vraag 87	gebruik chloorhoudende schoonmaakmiddelen
vraag 88	gebruik oplaadbare batterijen
vraag 89	gebruik acryl-verf
vraag 90	kopen kringlooppapier
vraag 91	weigeren plastic tasjes
vraag 93	gebruik katoenen luiers
vraag 95	kopen zuivelprodukten in glazen flessen
vraag 96	kopen EKO-aardappelen
vraag 97	kopen onbespoten groenten en fruit
vraag 98	kopen biologische zuivelprodukten
vraag 99	kopen scharrelvlees
vraag 100	kopen vegetarische schnitzels
vraag 101	kopen produkten in natuurvoedingswinkels
vraag 102	eten van vlees bij de warme maaltijd
vraag 103	scheiden van afval

#### **- OVERIGE**

vraag 11	bezoeken natuurgebieden in Nederland
vraag 16	temperatuur van verwarming
vraag 23	bezit abonnement of kortingskaart voor het openbaar vervoer
vraag 33	bezit huishoudelijke goederen
vraag 35	organisatie huishoudelijke activiteiten
vraag 36	hoe vaak huishoudelijke boodschappen
vraag 38	hulp in huishouding
vraag 54	aantal auto's in bezit
vraag 55	aantal motorfietsen in bezit
vraag 61	afstand tot werkplek
vraag 62	afstand voor huishoudelijke boodschappen
vraag 92	sticker tegen ongeadresseerd drukwerk
vraag 106	oordeel over milieurelevante gedragingen van anderen.



## 4. VERANTWOORDING VAN DE STEEKPROEFTREKKING

### 4.1 Inleiding

In opdracht van het Sociaal en Cultureel Planbureau heeft het ITS de schriftelijke dataverzameling verricht voor de enquête "Consument en milieu 1995". Vanwege de te verwachten non-respons bij een dergelijke benadering, werden als respons-verhogende maatregelen zowel een schriftelijke als een telefonische rappelering gepland. In noodgeval werden lokale persoonlijke benaderingen achter de hand gehouden. Om deze herbenaderingen binnen het gestelde budget mogelijk te maken, is geopteerd voor een geclusterde steekproeftrekking. Daarboven is gekozen voor een gestratificeerde steekproef om tijdens het veldwerk tijdig te kunnen bijsturen bij een dreigende lokale/regionale differentiële respons.

### 4.2 Steekproeftrekking.

#### a. Steekproefprocedure.

De gevolgde steekproefprocedure kan gekenmerkt worden als een random gestratificeerde getrapte trekking van huishoudens. Gestratificeerd wil zeggen dat de populatie waaruit moest worden geselecteerd vooraf werd ingedeeld in een aantal relevante strata, in dit geval regio en stedelijkheidsgraad van de woongemeente. Voor wat betreft de regio's is gebruik gemaakt van de volgende indeling:

- Noord-Nederland: provincies Groningen, Friesland en Drenthe;
- Oost-Nederland: provincies Overijssel, Flevoland en Gelderland;
- West-Nederland: provincies Utrecht, Noord-Holland, Zuid-Holland en Zeeland;
- Zuid-Nederland: provincies Noord-Brabant en Limburg.

Voor wat betreft stedelijkheidsgraad is gebruik gemaakt van de volgende indeling:

- Zeer sterk stedelijk aangeduid met de code 1;
- Sterk stedelijk aangeduid met de code 2;
- Matig stedelijk aangeduid met de code 3;
- Weinig stedelijk aangeduid met de code 4;
- Niet stedelijk aangeduid met de code 5.

(Voor beide indelingen : zie de CBS-publicatie "Bevolking der gemeenten van Nederland op 1 januari 1994")

Het kenmerk "getrapt" van de gevolgde procedure houdt in dat de te ondervragen steekproefeenheden in twee fasen getrokken zijn. In de eerste fase zijn binnen de boven gevormde strata random clusters getrokken en vervolgens zijn in de tweede fase binnen de geselecteerde clusters random de steekproefeenheden getrokken. Als minimale clustergrootte is gekozen voor 1% van de steekproefgrootte ofwel minimaal 20 eenheden. In deze context vallen clusters globaal samen met gemeenten. Als steekproefeenheid gelden inwoners van Nederland welke verondersteld mogen worden de vragenlijst te kunnen invullen: 18 jaar en ouder.

Aangezien wij op voorhand niet de beschikking hadden over een indeling van de Nederlandse bevolking naar leeftijd, is besloten uit te gaan van de totale Nederlandse bevolking. Voor wat betreft de populatieaantallen zijn we uitgegaan van de VUGA-gegevens van januari 1995. Deze populatieaantallen zijn omgerekend naar de beoogde effectieve steekproefgrootte van  $N = 2000$ . De steekproeffractie bedraagt hierdoor 1 op 7548.

Tabel 4.1 geeft het aantal beoogde steekproefeenheden in ieder stratum weer.

**Tabel 4.1 Steekproefverdeling naar stedelijkheidsgraad en regio**

sted.\regio	noord	oost	west	zuid	totaal
1	23		342		365
2	11	83	233	108	435
3	34	111	158	120	423
4	56	133	118	108	416
5	89	86	91	95	361
totaal	212	414	943	431	2000

*b. Trekking van de gemeenten.*

Uitgaande van een minimale cluster grootte van 1% van de totale steekproefgrootte, dient aldus elk cluster netto minimaal 20 respondenten op te leveren. In combinatie met de steekproef fractie betekent dit dat clusters met minimaal  $20 * 7548 = 150.966$  inwoners zelf-selectief zijn ofwel automatisch in de steekproef vallen. Anders gesteld: gemeenten met minimaal 150.966 inwoners dienen zonder meer in de steekproef te worden opgenomen. Tabel 5.2 geeft deze zelf-selectieve gemeenten weer met hun inwoneraantallen en het netto aantal te trekken steekproefeenheden.

**Tabel 4.2 Zelfselectieve gemeenten**

Groningen	170.503	23
Utrecht	234.341	31
's-Gravenhage	444.366	59
Rotterdam	595.810	79
Amsterdam	720.272	95
Tilburg	163.337	22
Eindhoven	195.372	26
Totaal	2.523.001	334

De a-selectie trekking van de overige gemeenten (clusters) is als volgt geschied. Op grond van de clustering is gesteld dat per gemeente minimaal 20 respondenten dienen te worden ondervraagd. Daarnaast achtten we het raadzaam ook een bovengrens te stellen, dat wil zeggen voor een voldoende representatie van gemeenten is het eveneens raadzaam niet meer dan 50 respondenten (= 2% van de totale steekproefgrootte) te ondervragen. Daarmede kwam vast te staan hoeveel gemeenten uit ieder stratum geselecteerd moesten worden.

De feitelijke selectie van de gemeenten binnen de strata geschiedde via random- en stapgetallen, nadat alle gemeenten per stratum waren geordend naar inwoneraantallen, dat wil zeggen opklimmend van laag naar hoog en met bijbehorende cumulatieve inwoneraantallen. De trekkingskans van de gemeenten in de verschillende strata was met andere woorden proportioneel aan hun grootte. In de strata waarin meerdere gemeenten werden getrokken, werden de respondenten vervolgens gelijkmatig over de

betrokken plaatsen verdeeld.

Op deze manier werden naast de 7 zelfselectieve gemeenten nog eens 83 gemeenten getrokken, zodat in totaal 90 gemeenten in de steekproef betrokken werden. In bijlage 1 wordt een overzicht gegeven van de geselecteerde gemeenten (gerangschikt naar stedelijkheidsgraad en regio) tezamen met het beoogde en teruggestuurde aantal vragenlijsten

#### *c. Trekking van de steekproefeenheden*

In verband met het onmiddellijk beschikbaar zijn van de betreffende telefoonnummers is het telefoonregister van de PTT als steekproefkader gebruikt en met name daaruit de privé-aansluitingen. Vanwege de te verwachten non-respons is de bruto steekproefgrootte gesteld op 4000 eenheden.

### **4.3 Het veldwerk**

De vragenlijsten, tezamen met een introductiebrief, zijn op 18 mei verstuurd naar 4000 potentiële respondenten. Om de respons te verhogen is simultaan een staatslot ter waarde van  $f$  5,= meegestuurd. De respondenten konden na invulling de vragenlijst in de bijgevoegde retourenveloppe terugsturen. Bij eventuele vragen konden ze telefonisch nadere informatie verkrijgen; in enkele gevallen is daar gebruik van gemaakt. Op 1 juni daaropvolgend is aan de respondenten die tot op dat tijdstip de vragenlijst niet teruggestuurd hadden een schriftelijke rappeling gestuurd.

De geretourneerde vragenlijsten werden dagelijks geregistreerd. Op grond van de registratie kon op 12 juni geconstateerd worden dat een lokale/regionale telefonische rappeling niet noodzakelijk was. Op vrijdag 16 juni is het veldwerk gestopt. In bijlage 2 is het verloop van de respons weergegeven aan de hand van een dagelijkse registratie.

### **4.4 Respons en non-respons**

#### *a. De respons*

In tabel 5.3 is de uiteindelijke respons verdeeld naar regio en stedelijkheidsgraad weergegeven.

**Tabel 4.3 Respons naar stedelijkheidsgraad en regio**

sted.\regio	noord	oost	west	zuid	totaal
1	22		330		352
2	11	94	235	117	457
3	33	127	178	117	455
4	61	165	117	137	480
5	110	89	89	103	391
totaal	237	475	949	474	2135

Uit een vergelijking tussen de beoogde (zie tabel 5.1) en de gerealiseerde steekproefaantallen kan geconstateerd worden dat alleen de respons in de zeer sterk verstedelijkte gemeenten iets is achtergebleven. De overige beoogde aantallen zijn zowel naar regio als stedelijkheidsgraad alle overschreden.

Opgemerkt dient verder te worden dat de totale respons hoger is dan vermeld in tabel 5.3: er zijn

namelijk 32 ingevulde vragenlijsten teruggestuurd, waarvan het respondentnummer door de respondent verwijderd is. Omdat daarmee ook de verwijzing naar de postcode van de betreffende respondent verdwenen was, konden deze niet in tabel 4 worden ondergebracht. Deze respons meegerekend ligt het overall responspercentage op  $(2167/4000=)$  54%.

*b. De non-respons*

Tijdens de veldwerkperiode is daar waar aangegeven de reden van de non-respons geregistreerd. Het betreft geretourneerde vragenlijsten waarop de eventuele reden van de non-respons stond aangegeven, dan wel niet ingevuld waren.

Als redenen voor non-respons zijn geregistreerd:

- overleden/ziek	19	
- adres onbekend/verhuisd		16
- expliciete weigering		6
- leeg geretourneerd		27
- niet geretourneerd		1755
		<hr/>
totale uitval:		1833

**4.5 Representativiteit van de steekproef**

In de respons van de enquête "consument en milieu" is het aantal mannen oververtegenwoordigd. De adressen waarvan gebruik is gemaakt voor de enquête zijn afkomstig van het telefoonregister van de PTT. Daarin staan alle adressen van abonnees met een telefoon aansluiting. Waarschijnlijk staat in veel gevallen het abonnement bij de PTT op naam van de man. Omdat er gebruikt werd gemaakt van dit adressenbestand, zal de enquête vaker aan mannen gericht zijn geweest dan aan vrouwen. Dit zou de respons van 63% mannen kunnen verklaren.

Tabel 4.4 respons ITS van mannen en vrouwen t.o.v. de Ned. bevolking van 1994

	ITS %	CBS %
mannen	62,9	49,4
vrouwen	36,8	50,6

Bron: SCP, CBS Statistisch Jaarboek 1995

Als de enquête op leeftijd vergeleken wordt met CBS gegevens over de Nederlandse bevolking dan valt op dat de groep van 20 tot 44 jaar enigszins ondervertegenwoordigd is.

Tabel 4.5. Leeftijdsverdeling ITS t.o.v. de Ned. bevolking van 1994

	ITS %	CBS %
20-44 jaar	46	53
45-64 jaar	35	30
65-79 jaar	16	13
80 jaar en ouder	4	4

Bron: SCP, CBS Statistisch Jaarboek 1995

Bij een vergelijking van de respons met het CBS valt op dat mensen met een middelbare beroepsopleiding ondervertegenwoordigd zijn terwijl academisch geschoolden twee maal zo veel voorkomen.

Tabel 4.6 Opleiding ITS t.o.v de Nederlandse bevolking van 1993

	ITS %	CBS %
Lo	14	16
Lbo	13	17
Mavo	21	11
Mbo	15	31
Havo/Vwo	7	7
Hbo	19	13
Wo	10	5

Bron: SCP, CBS Statistisch Jaarboek 1995

**Bijlage 1: VRAGENLIJST "CONSUMENT EN MILIEU 1995"**

Deze bijlage bevat een kopie van de in mei 1995 onder 4000 huishoudens afgenomen vragenlijst "Consument en milieu 1995". Achter deze vragenlijst bevinden zich de twee begeleidende brieven.

## **Bijlage 2: EERSTE OVERZICHT VAN DE RESULTATEN**

Dit hoofdstuk geeft een overzicht van de eerste resultaten van de enquête "Consument en milieu 1995". Naast een weergave van absolute aantallen is ook een uitsplitsing gemaakt naar twee belangrijke sociaal-culturele kenmerken: geslacht en leeftijd. Leeftijd is hierbij ingedeeld in vier categorieën: 18-24 jaar, 25-34 jaar, 35-49 jaar 50-64 jaar en 65 jaar en ouder.

In de verschillende tabellen verwijst "V00X" naar de betreffende vraag uit de vragenlijst. Zo komt V006 overeen met vraag 6 uit de vragenlijst. In verband met de ruimte zijn de gestelde vragen zo beknopt mogelijk weergegeven. Voor een goede interpretatie van de resultaten is het aan te raden om de bijbehorende vragenlijst uit de bijlage er bij te houden.

**Bijlage 3:**

**SELECTIE VAN GEMEENTEN**



**Bijlage 4: REGISTRATIE VAN BINNENGEKOMEN VRAGENLIJSTEN**