



Rapportage onderzoek bekendheid Waterklaar

Augustus 2022

INHOUDSOPGAVE

➤ RESPONSVERANTWOORDING	3
➤ KEY TAKE-AWAYS	5
➤ SAMENVATTING	7
➤ HITTESTRESS, EXTREME DROOGTE, WATEROVERLAST EN WATERKWALITEIT	12
➤ MAATREGELEN	19
➤ INFORMATIEKANALEN EN NAAMSBEKENDHEID	35
➤ IMAGO WATERKLAAR	39
➤ BEZOEK WEBSITE WATERKLAAR	45
➤ BIJLAGE – ANALYSE OP LEEFTIJD	49

INLEIDING

Toponderzoek heeft in opdracht van Waterklaar & een onderzoek uitgevoerd naar de bekendheid en het imago van Waterklaar onder inwoners van de provincie Limburg. Het onderzoek heeft tevens het oogmerk inzichten te genereren over de kennis, informatiebehoefte en gedragingen van Limburgers met betrekking tot klimaatverandering.

De resultaten van dit onderzoek leest u terug in dit rapport.

METHODIEK

- Alle leden (16+) van TipLimburg hebben mee kunnen doen aan het onderzoek.
- Bij het uitzetten van het veldwerk is Waterklaar als opdrachtgever bewust niet genoemd richting de deelnemers.
- Op 2 juli 2022 is een email gestuurd aan alle leden van de 31 Limburgse Tip burgerpanels met een link naar de online vragenlijst.
- Op 7 en 14 juli 2022 zijn herinneringen aan niet responderende panelleden gestuurd. Ook zijn nieuwe leden aangeschreven om deel te nemen aan de online vragenlijst.
- Een openbare hyperlink is gedeeld via verschillende (sociale) media kanalen van de diverse gemeenten in Limburg.
- Respondenten zijn tot 20 juli 2022 in de gelegenheid geweest om de online vragenlijst in te vullen.
- Alle respondenten hebben de vragenlijst anoniem ingevuld.

OVER DEZE RAPPORTAGE

In dit rapport zijn de resultaten visueel weergegeven, waarbij tekstueel duiding wordt gegeven.

De resultaten zijn tevens uitgesplitst naar de variabele regio (zie onderstaande tabel voor details).

Regio	Gemeenten
Noord- en Midden-Limburg	Beesel, Bergen, Echt-Susteren, Gennepe, Horst aan de Maas, Leudal, Maasgouw, Mook en Middelaar, Nederweert, Peel & Maas, Roerdalen, Roermond, Venlo, Venray, Weert
Parkstad	Beekdaalen, Brunssum, Heerlen, Kerkrade, Landgraaf, Simpelveld, Voerendaal
Maastricht en Heuvelland	Eijsden-Margraten, Gulpen-Wittem, Maastricht, Meerssen, Vaals, Valkenburg aan de Geul
Westelijke Mijnstreek	Beek, Sittard-Geleen, Stein

Ten behoeve van de leesbaarheid worden, tenzij anders vermeld, enkel significante en relevante verschillen specifiek benoemd.

RESPONSVERANTWOORDING II

RESPONS

In totaal hebben n=7.499 respondenten aan het onderzoek deelgenomen. De maximale foutmarge bij deze steekproefgrootte bedraagt $\pm 1,1\%$ (bij een betrouwbaarheidsniveau van 95%)*.

Vergeleken met de daadwerkelijke populatie hebben procentueel gezien iets te veel mannen meegedaan en te weinig vrouwen (zie tabel 1). Daarnaast hebben relatief weinig jongeren meegedaan aan het onderzoek en juist meer ouderen (zie tabel 2). Ten slotte zien we dat het percentage deelnemers uit de Westelijke Mijnstreek lager is, dan verwacht mag worden op basis van de populatiecijfers (zie tabel 3).

Om de resultaten van het onderzoek representatief te maken voor alle inwoners van Limburg, zijn deze herwogen naar de populatieverhoudingen voor wat betreft de variabelen geslacht, leeftijd en regio.

Geslacht	Respons	Populatie
Man	57%	49%
Vrouw	37%	51%
X	1%	0%
Onbekend	5%	

Tabel 1.

Leeftijd	Respons	Populatie
Jongeren (<40 jaar)	6%	30%
Middelbaren (40-65 jaar)	40%	41%
Ouderen (65+)	48%	29%
Onbekend	6%	

Tabel 2.

Regio	Respons	Populatie
Noord- en Midden-Limburg	48%	46%
Parkstad	19%	23%
Maastricht en Heuvelland	17%	19%
Westelijke Mijnstreek	6%	12%
Onbekend	11%	

Tabel 3.

* De foutmarge geeft de precisie van een gemeten percentage aan. Hoe kleiner de foutmarge, hoe preciezer het gemeten resultaat. Het betrouwbaarheidsniveau geeft de statistische kans aan dat, bij herhaling van de meting onder gelijke omstandigheden, het resultaat van deze herhaalmeting binnen de foutmarge blijft.

KEY TAKE-AWAYS I

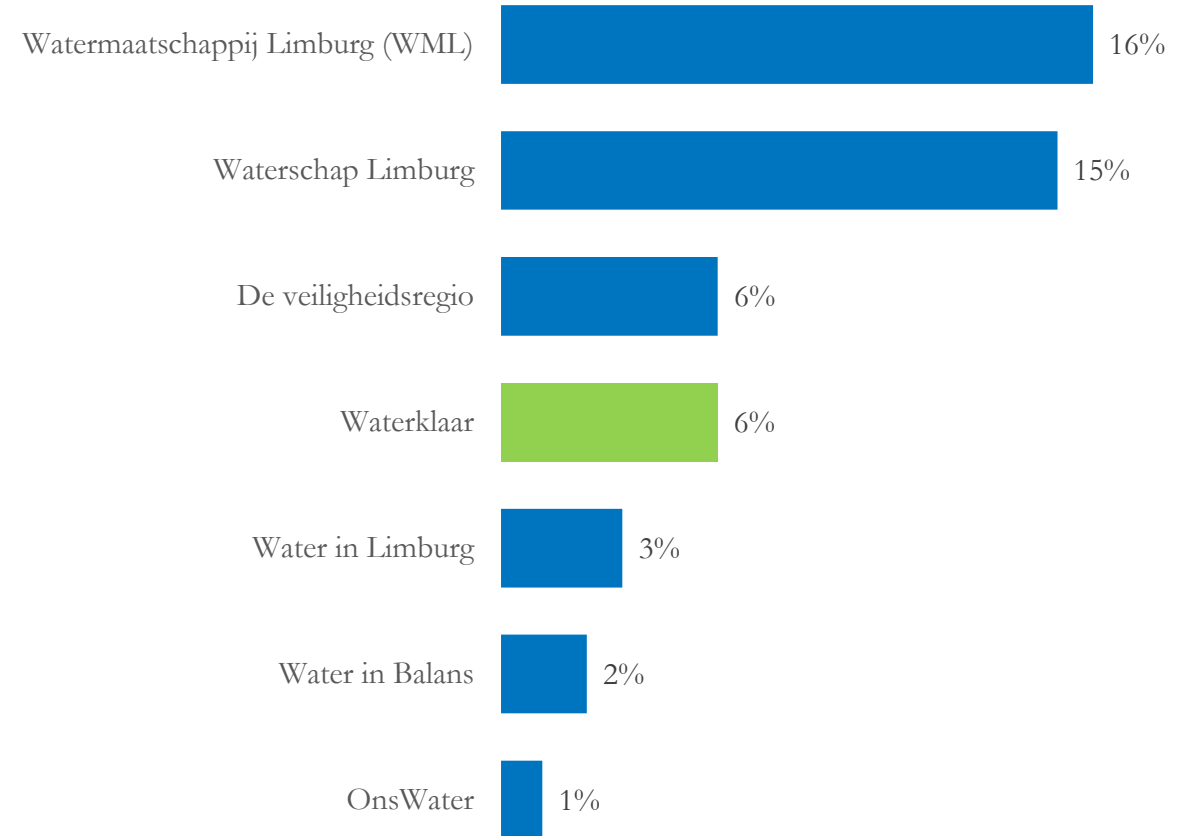
NAAMSBEKENDHEID WATERKLAAR

Naamsbekendheid in absolute zin nog vrij laag, in relatieve zin hoger

De naamsbekendheid onder Limburgers van Waterklaar als aanbieder van informatie over klimaatverandering is laag: 2% kan Waterklaar zelf benoemen (spontane naamsbekendheid) en 6% kan Waterklaar aanwijzen, wanneer hier specifiek naar gevraagd wordt (geholpen naamsbekendheid). Limburgers kennen Waterklaar dus vaker niet, dan wel. Echter, wanneer we dit relateren aan (min of meer) vergelijkbare initiatieven, zoals Water in Balans (2%) en Water in Limburg (3%) dan is de geholpen naamsbekendheid van Waterklaar hoog te noemen. Ook partijen als WML (16%) en Waterschap Limburg (15%) hebben moeite om grote bekendheid te genereren als aanbieders van informatie over klimaatverandering.

Om meer traffic naar de website te genereren is het voor Waterklaar allereerst belangrijk om ervoor te zorgen dat Limburgers nog beter bekend zijn met Waterklaar.

Geholpen naamsbekendheid



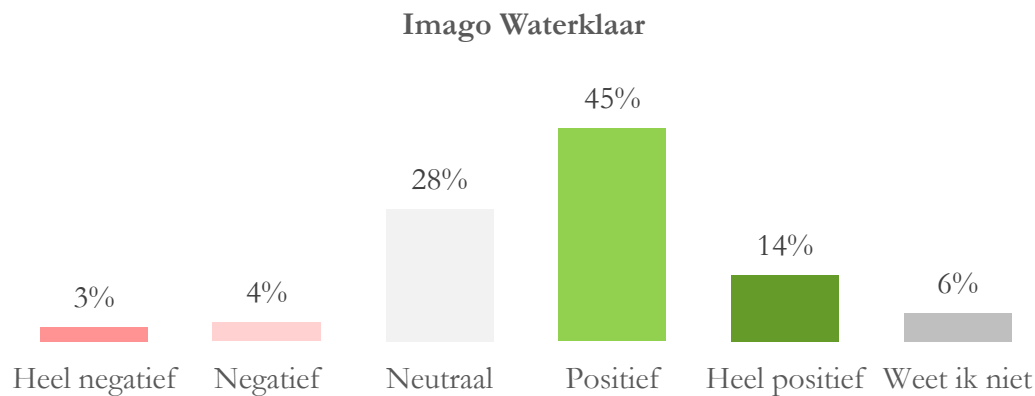
KEY TAKE-AWAYS II

IMAGO WATERKLAAR

Imago onder bekenden is goed

Onder degenen die Waterklaar kennen is het imago van Waterklaar goed te noemen. Door de bank genomen is men positief over Waterklaar en ook de verschillende eigenschappen worden overwegend positief beoordeeld. Door de, in absolute zin, lage naamsbekendheid van Waterklaar is het echter niet ondenkbaar dat Waterklaar beter bekend is bij Limburgers die relatief veel affiniteit hebben met de doelen van Waterklaar. Desondanks geeft het overwegend positieve imago van Waterklaar een duidelijk signaal af dat, mochten Limburgers bekend raken met Waterklaar, zij meerwaarde zullen zien in de diensten van Waterklaar. Deze verwachting wordt verder ondersteund door het feit dat ongeveer de helft van alle deelnemende Limburgers heeft aangegeven dat ze zouden kunnen overwegen de website van Waterklaar te bezoeken wanneer ze een vraag zouden hebben of voor algemene informatie.

We adviseren om de naamsbekendheid en het imago in de komende jaren vaker te monitoren om te achterhalen of er 'nieuwe aanwas' is en in hoeverre deze ook positief is over Waterklaar.



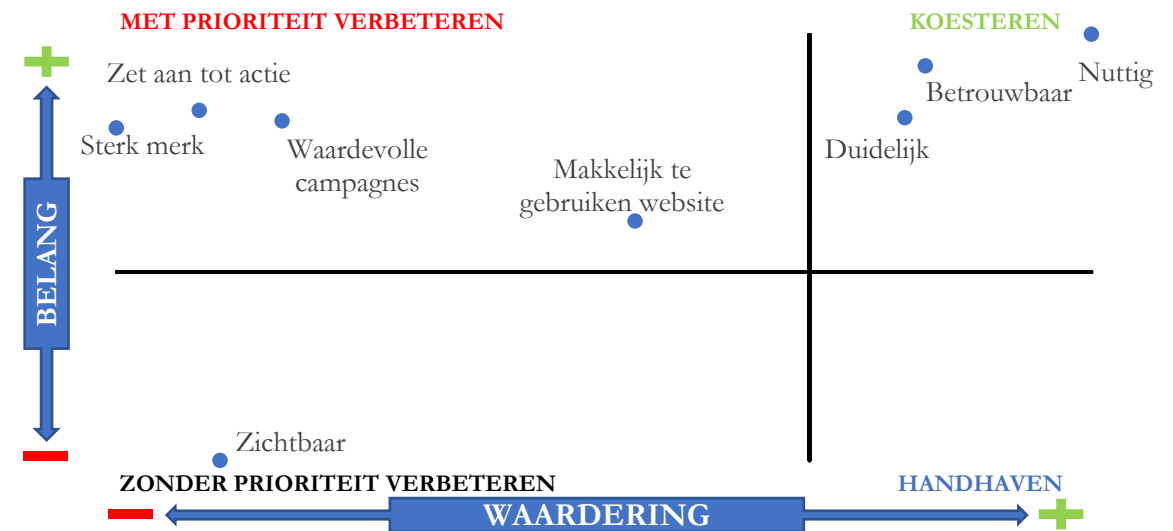
Imago Verbeterpunten

Wanneer we kijken naar de punten waarop Waterklaar nu al kan verbeteren om ook het imago (nog verder) te verbeteren, dan adviseren we in te zetten op de eigenschappen:

- Sterk merk
- Zet aan tot actie
- Waardevolle campagnes
- en (in iets mindere mate) makkelijk te gebruiken website

Deze eigenschappen hebben een grote invloed op het imago van Waterklaar en worden, vergeleken met de andere eigenschappen, gemiddeld wat lager gewaardeerd. Wanneer de perceptie van Waterklaar op deze eigenschappen dus positiever wordt, zal ook het imago van Waterklaar (nog) positiever worden.

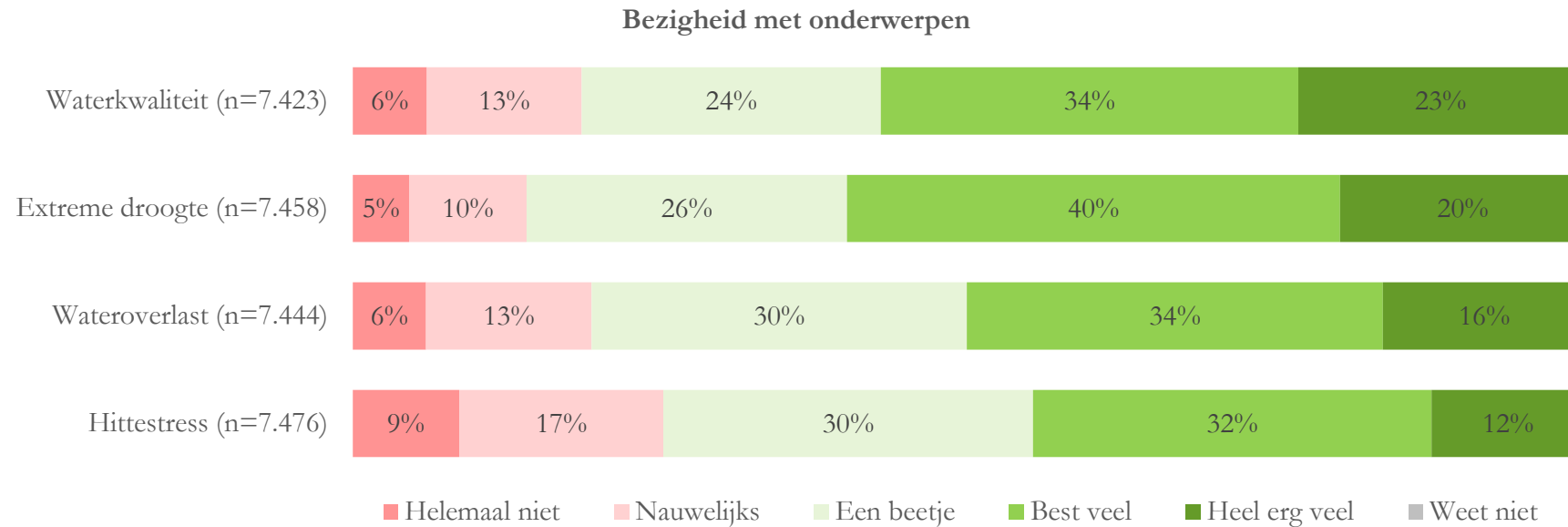
Prioiteitenmatrix imago Waterklaar



SAMENVATTING I

HITTESTRESS, EXTREME DROOGTE, WATEROVERLAST EN WATERKWALITEIT

- In het algemeen houdt een ruime meerderheid van de Limburgers zich ten minste een beetje bezig met de verschillende onderwerpen. Vooral het onderwerp extreme droogte wordt hierbij vaak genoemd.
- De verschillen tussen de verschillende regio's zijn niet heel groot.
- Vooral de televisie wordt door Limburgers gebruikt als informatiekanal om aan informatie te komen over de gevolgen van klimaatverandering. Daarnaast worden ook kranten, de radio en sociale media relatief vaak genoemd.

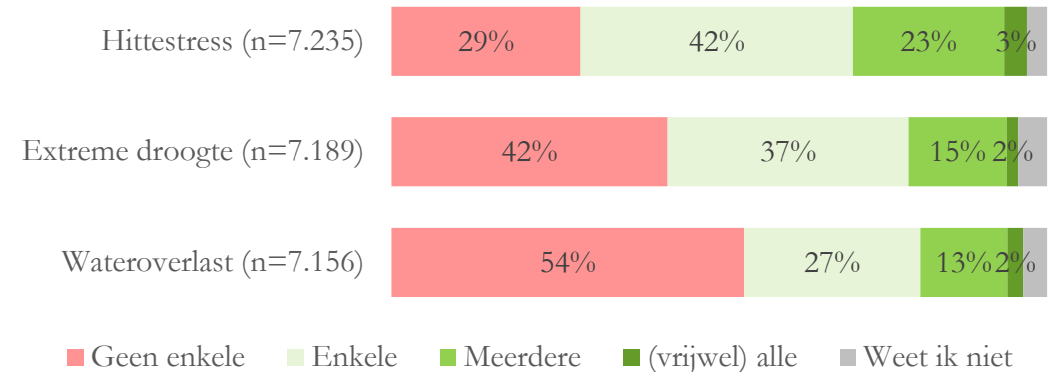


SAMENVATTING II

MAATREGELEN

- Vooral tegen hittestress treffen Limburgers vaak maatregelen of voorbereidingen: (afgerond) 27% van de Limburgers heeft hier meerdere of (vrijwel) alle maatregelen tegen getroffen en nog eens 42% heeft enkele maatregelen getroffen.
- De verschillen tussen de verschillende regio's zijn niet heel groot.
- Het minst vaak worden maatregelen of voorbereidingen getroffen tegen wateroverlast: ruim de helft (54%) geeft aan geen enkele maatregel of voorbereiding hier voor te hebben getroffen.
- Genomen maatregelen tegen **hittestress** betreffen vooral maatregelen binnenshuis (airco, het isoleren van het huis, het sluiten van ramen en deuren, rolluiken/screens, ventilatoren, (verduisterende) gordijnen, een warmtepomp en zonwering worden hierbij vaak genoemd) en in iets mindere mate buitenshuis (veel groen met bomen en beplanting, schaduwplekken, rolluiken/screens, parasols, een zwembad, zonnenscherm en zonwering).
- Genomen maatregelen tegen **extreme droogte** betreffen vooral maatregelen in de tuin (zuinig zijn met water, het opvangen van regenwater, veel groen, bestrating, het sproeien van de tuin).
- Genomen maatregelen tegen **wateroverlast** betreffen vooral aanpassingen aan de tuin (het hebben van groen, zo min mogelijk bestrating en het opvangen en de afvoer van water).
- Bijna de helft van de Limburgers weet nog niet of ze in de toekomst (nog meer) maatregelen gaan nemen. Daarnaast geeft ruim een kwart aan dit niet van plan te zijn.
- De vaakst genoemde reden dat Limburgers die niet van plan zijn om in de toekomst (nog meer) maatregelen te nemen dit niet van plan zijn, is dat ze het niet nodig vinden. Een gebrek aan geld wordt ook relatief vaak genoemd als reden.
- Een meerderheid van de Limburgers geeft aan dat subsidies/vergoedingen zouden aanmoedigen om maatregelen te nemen in de toekomst. Advies van een expert en een informatie website zijn daarnaast relatief veelgenoemde redenen. 10% denkt dat niets hen kan aanmoedigen.
- Bijna de helft van de Limburgers geeft aan in het dagelijks leven iets te doen om bij te dragen aan de **waterkwaliteit**. Ongeveer een kwart geeft aan dit niet te doen en de rest weet het niet.
- De geleverde bijdrage betreft in een zeer ruime meerderheid van de gevallen het zuinig omgaan met het gebruik van drinkwater en 'zo min mogelijk schadelijke stoffen door de afvoer/het riool spoelen'.

Aantal genomen maatregelen



Incentives om maatregelen te nemen in de toekomst

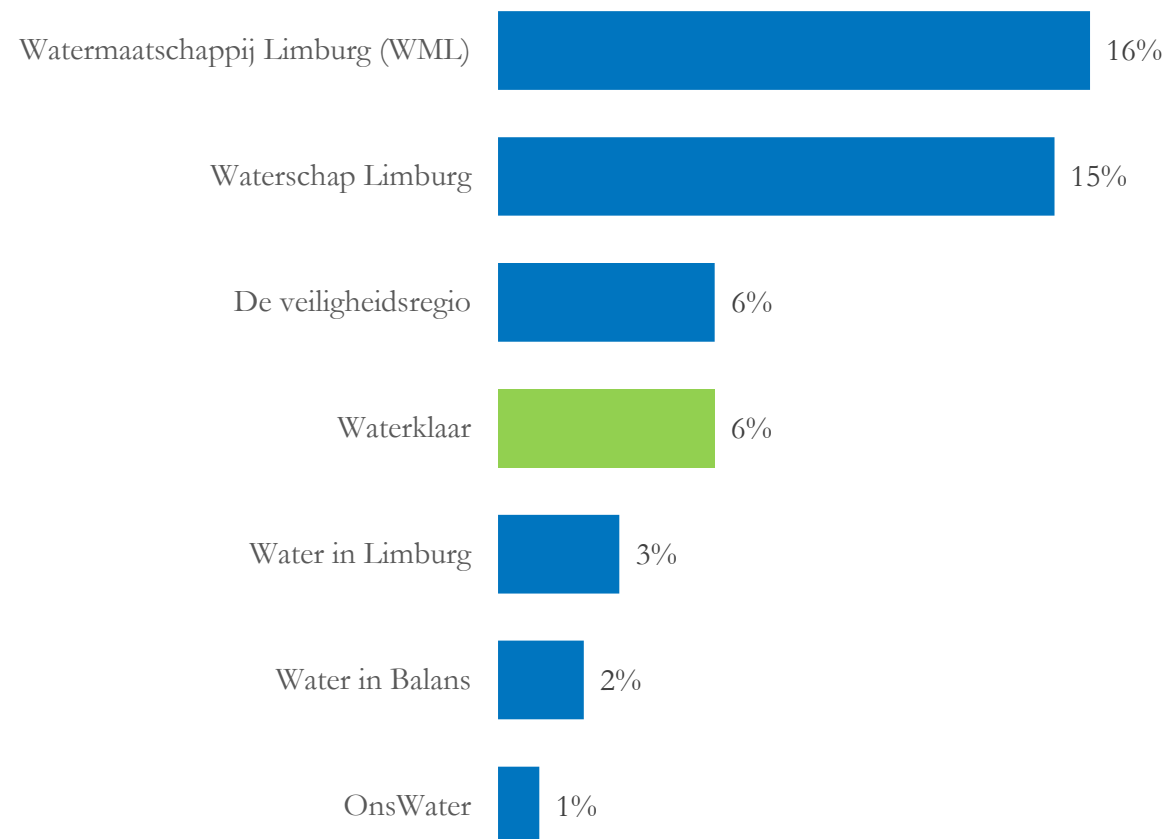
Subsidie/vergoedingen	58%
Advies van een expert	36%
Een informatie website	30%
Een fysiek informatiepunt	19%
Als ik zie dat anderen het ook doen	13%
Andere maatregel	10%

SAMENVATTING III

INFORMATIEKANALEN EN NAAMSBEKENDHEID

- Internet is voor een grote meerderheid van de Limburgers hét kanaal om informatie op het gebied van extreme droogte, wateroverlast, waterkwaliteit en extreme hitte te gaan zoeken. Daarnaast zou ruim een kwart van de Limburgers naar de website of het loket van de gemeente gaan. Ook navraag doen bij familie, vrienden of kennissen wordt relatief vaak genoemd.
- De verschillen tussen de verschillende regio's zijn niet heel groot.
- Van alle Limburgers kan 10% zelf een partij of website noemen die hen kan informeren over het nemen van maatregelen op het gebied van hittestress, extreme droogte, wateroverlast en waterkwaliteit. **2 procentpunt noemt daarbij Waterklaar zelf** (spontaan/ongeholpen) als partij of website. 12% geeft aan een dergelijke partij of website te kennen, maar de naam niet te kunnen noemen. 78% is niet bekend met een dergelijke partij of website.
- **In totaal is Waterklaar bij 6% van alle Limburgers bekend.** De WML (16%) en het Waterschap Limburg (15%) zijn het best bekend als aanbieders van informatie.
- De verschillen tussen de verschillende regio's zijn niet significant.

Geholpen naamsbekendheid



SAMENVATTING IV

BEZOEK WEBSITE WATERKLAAR

- Van alle respondenten geeft iets meer dan de helft aan dat ze zouden kunnen overwegen de website van Waterklaar te bezoeken als ze een vraag zouden hebben. Ook algemene informatie is een relatief veel genoemde trigger. 12% geeft aan dat niets hen zou kunnen triggeren.
- Op de vraag op welk gebied men informatie zou willen, geven respondenten die informatie zouden willen het vaakst extreme droogte aan. Echter de andere drie onderwerpen volgen op korte afstand.
- Met name aan handige tips over maatregelen die men zelf kan nemen heeft een groot deel van Limburg behoefte. Daarnaast worden informatie over subsidieregelingen en voorbeelden uit de praktijk vaak genoemd. Ook technisch advies wordt relatief vaak genoemd.

Trigger bezoek website Waterklaar

Als ik een vraag heb	53%
Voor algemene informatie	47%
Om subsidie aan te vragen	27%
Als ik reclame van Waterklaar zou zien	25%

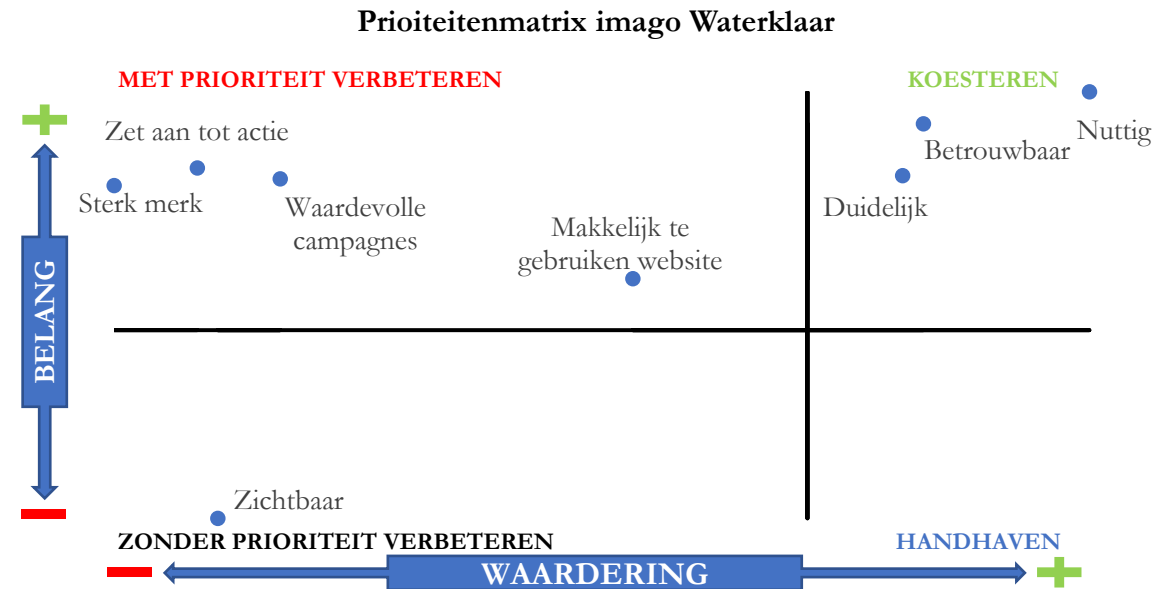
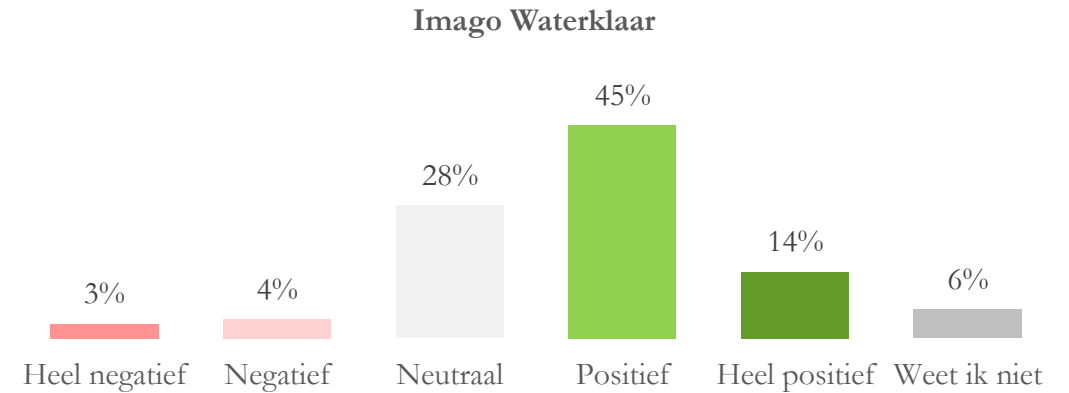
Gewenste informatie

Handige tips over maatregelen die je zelf kan nemen	78%
Subsidieregelingen	55%
Voorbeelden uit de praktijk	54%
Technisch advies	40%
Verhalen van ambassadeurs	9%

SAMENVATTING V

IMAGO WATERKLAAR

- Limburgers die Waterklaar kennen, hebben netto gezien een positief beeld van Waterklaar: 59% geeft aan een (heel) positief beeld te hebben, terwijl 7% een (heel) negatief beeld heeft. Vooral Noord- en Midden-Limburgers zijn vaak (heel) positief over Waterklaar.
- Men vindt gemiddeld genomen alle imago eigenschappen vaker (zeer) goed passen bij Waterklaar dan niet zo goed of helemaal niet goed. Met name de eigenschappen nuttig, duidelijk, betrouwbaar en 'makkelijk te gebruiken website' vindt men vaak (zeer) goed passen bij Waterklaar.
- Om het imago van Waterklaar (nog verder) te verbeteren onder Limburgers die Waterklaar ook kennen, verdient het aanbeveling de eigenschappen 'Sterk merk', 'Zet aan tot actie', 'Waardevolle campagnes' en (in iets mindere mate) 'makkelijk te gebruiken website' te verbeteren. Deze eigenschappen worden relatief laag gewaardeerd, maar hebben juist veel invloed op het imago van Waterklaar.
- Respondenten die Waterklaar kennen, kennen het vooral van informatie vanuit de gemeente. Ook promotiecampagnes, de website en de afkoppelsubsidie worden relatief vaak genoemd.
- Respondenten uit Noord- en Midden-Limburg geven veel vaker aan Waterklaar te kennen van de afkoppelsubsidie. Ook noemen zij relatief vaak de website. In Maastricht en Heuvelland kent men Waterklaar relatief veel vaker van promotiecampagnes dan in Parkstad.



HITTESTRESS, EXTREME DROOGTE, WATEROVERLAST EN WATERKWALITEIT

“Hieronder zijn vier onderwerpen die te maken hebben met klimaatverandering beschreven. Leest u de beschrijvingen alstublieft rustig door en beantwoord daarna de vragen.

Hittestress:

Hittestress is de mate van hinder tijdens een periode van extreme hitte. Vooral in gebieden met veel gebouwen en wegen kan hittestress voor veel overlast zorgen. Het kan er zelfs voor zorgen dat meer mensen komen te overlijden tijdens een lange warme periode.

Extreme droogte:

Lange perioden van droogte komen steeds vaker voor. Daardoor is er minder water beschikbaar. Dat heeft gevolgen voor mensen, dieren en de natuur. Landbouwgewassen (zoals tomaten en uien) kunnen voor een langere tijd niet beregend worden. Het voorzien van drinkwater kan in gevaar komen. Bomen en planten drogen uit omdat er wekenlang geen druppel regen valt. Het is daarom belangrijk om tijdens natte perioden water op te slaan om bij droogte genoeg water beschikbaar te hebben.

Wateroverlast:

We krijgen in Limburg steeds vaker te maken met erge regenbuien. Deze buien kunnen zorgen voor wateroverlast. Het riool kan de grote hoeveelheden regenwater niet verwerken, waardoor straten en tuinen onder water komen te staan. Soms valt er plotseling zoveel regen in korte tijd dat noodzakelijke maatregelen genomen moeten worden om het water buiten de deur te houden.

Waterkwaliteit:

Schoon water is heel belangrijk voor mens, plant en dier. De klimaatverandering bedreigt de kwaliteit van ons water. Het dumpen van afval, schoonmaakmiddelen, gifstoffen en mest zorgen voor vervuiling van onze beken, rivieren en het grondwater. Gelukkig kan iedereen een bijdrage leveren aan schoon en gezond water, bijvoorbeeld door niet zomaar afval in het riool te dumpen.”

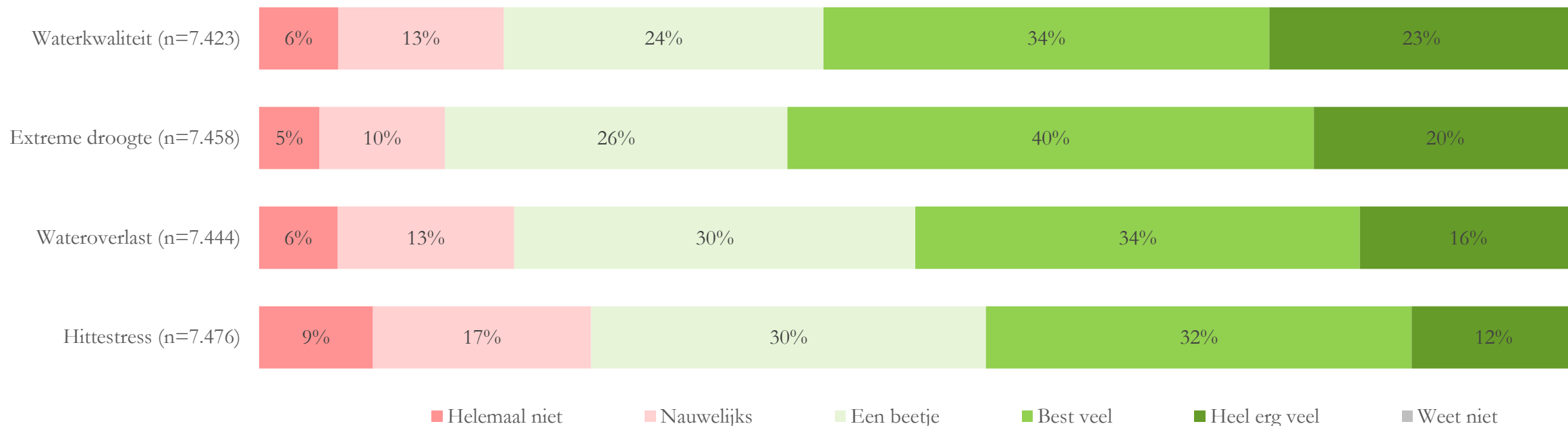
BEZIGHEID MET ONDERWERPEN

“Een ruime meerderheid houdt zich ten minste ‘een beetje’ bezig met de onderwerpen.”

In het algemeen houdt een ruime meerderheid van de Limburgers zich ten minste ‘een beetje’ bezig met de verschillende onderwerpen. Vooral het onderwerp extreme droogte (85%) wordt hierbij vaak genoemd.

Het onderwerp waterkwaliteit wordt het vaakst genoemd als onderwerp waarmee men zich heel erg veel mee bezig houdt (23%).

Hittestress is het onderwerp waarvan Limburgers het vaakst aangeven er nauwelijks of helemaal niet mee bezig te zijn (afgerond 25%).



1. Houden deze onderwerpen van klimaatverandering u wel eens bezig?
(Kies alstublieft per onderwerp het antwoord dat uw mening het best beschrijft)

Basis: Alle respondenten

BEZIGHEID MET WATERKWALITEIT

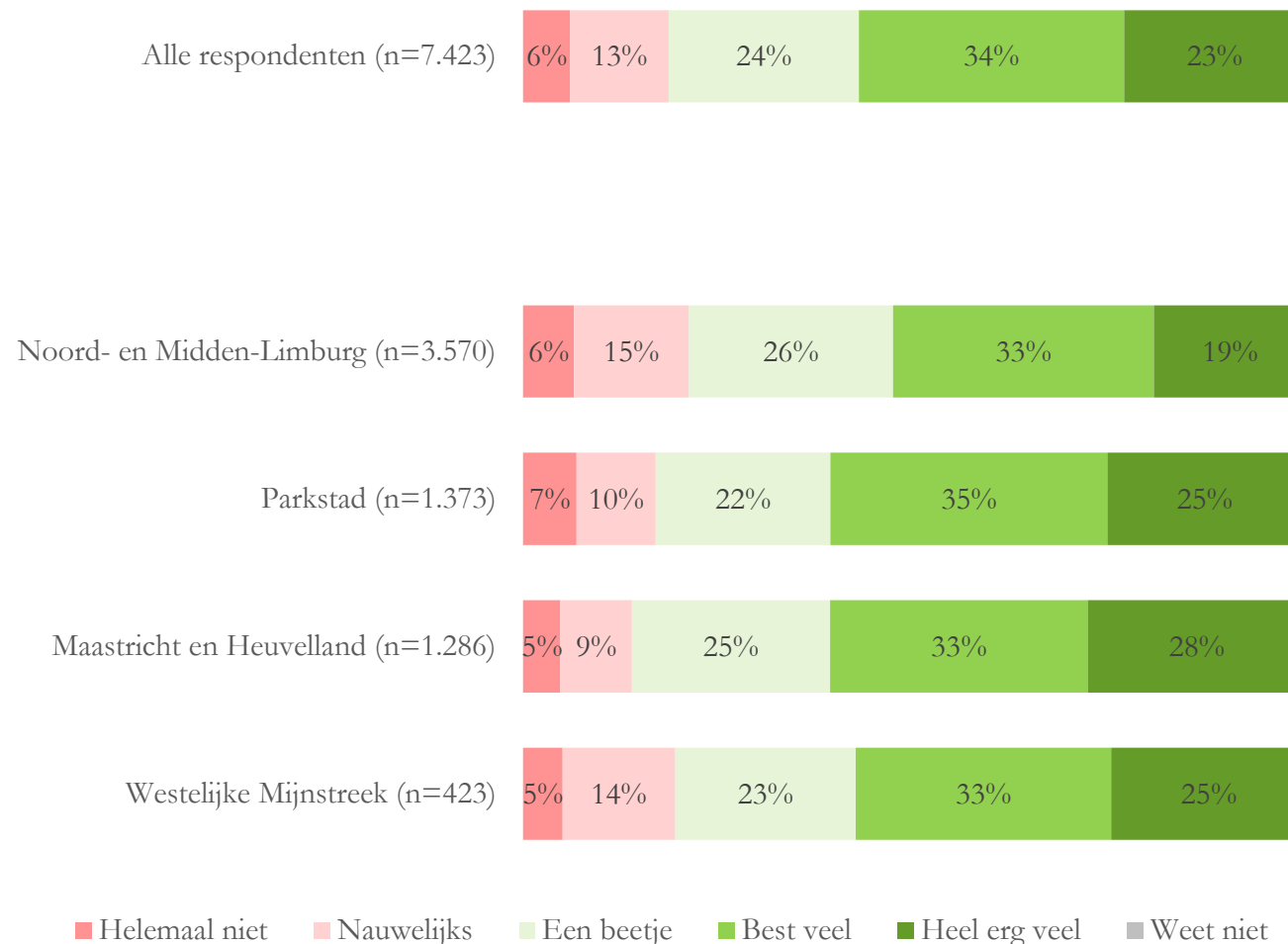
“Respondenten uit het zuiden van Limburg zijn relatief vaak ‘heel erg veel’ bezig met waterkwaliteit.”

Waterkwaliteit houdt 81% van de Limburgers (‘een beetje’, ‘best veel’ of ‘heel erg veel’) bezig; 19% is hier helemaal niet of nauwelijks mee bezig.

Regio's

Respondenten uit het zuiden van Limburg (Parkstad, Maastricht en Heuvelland en de Westelijke Mijnstreek) geven vaker aan dat de waterkwaliteit hen ‘heel erg veel’ bezig houdt (25% tot 28%), vergeleken met respondenten uit Noord- en Midden-Limburg (19%).

Als we kijken naar de respondenten die ‘helemaal niet’ of ‘nauwelijks’ met het onderwerp waterkwaliteit bezig zijn, dan zijn dit iets vaker respondenten uit Noord- en Midden-Limburg (21%) en de Westelijke Mijnstreek (19%), vergeleken met respondenten uit Parkstad (17%) en Maastricht en Heuvelland (14%).



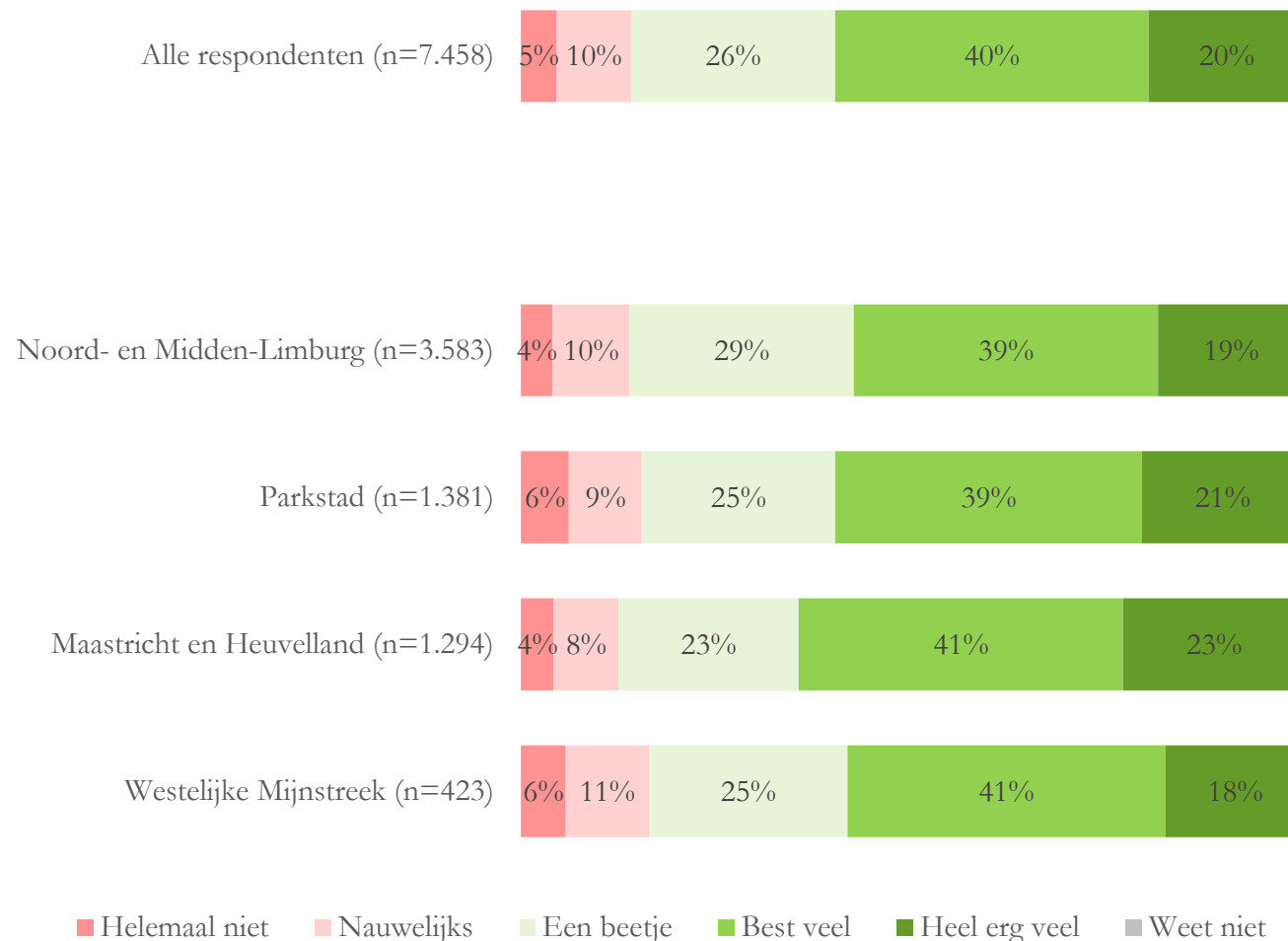
BEZIGHEID MET EXTREME DROOGTE

“Respondenten uit Maastricht en Heuvelland zijn iets vaker ‘heel erg veel’ bezig met extreme droogte.”

Het onderwerp extreme droogte houdt 85% van de Limburgers (‘een beetje’, ‘best veel’ of ‘heel erg veel’) bezig; 15% is hier ‘helemaal niet’ of ‘nauwelijks’ mee bezig.

Regio's

Er zijn geen grote verschillen tussen de verschillende regio's. Respondenten uit Maastricht en Heuvelland (23%) zijn iets vaker ‘heel erg veel’ bezig met extreme droogte, vergeleken met respondenten uit Noord- en Midden-Limburg (19%) en de Westelijke Mijnstreek (18%).



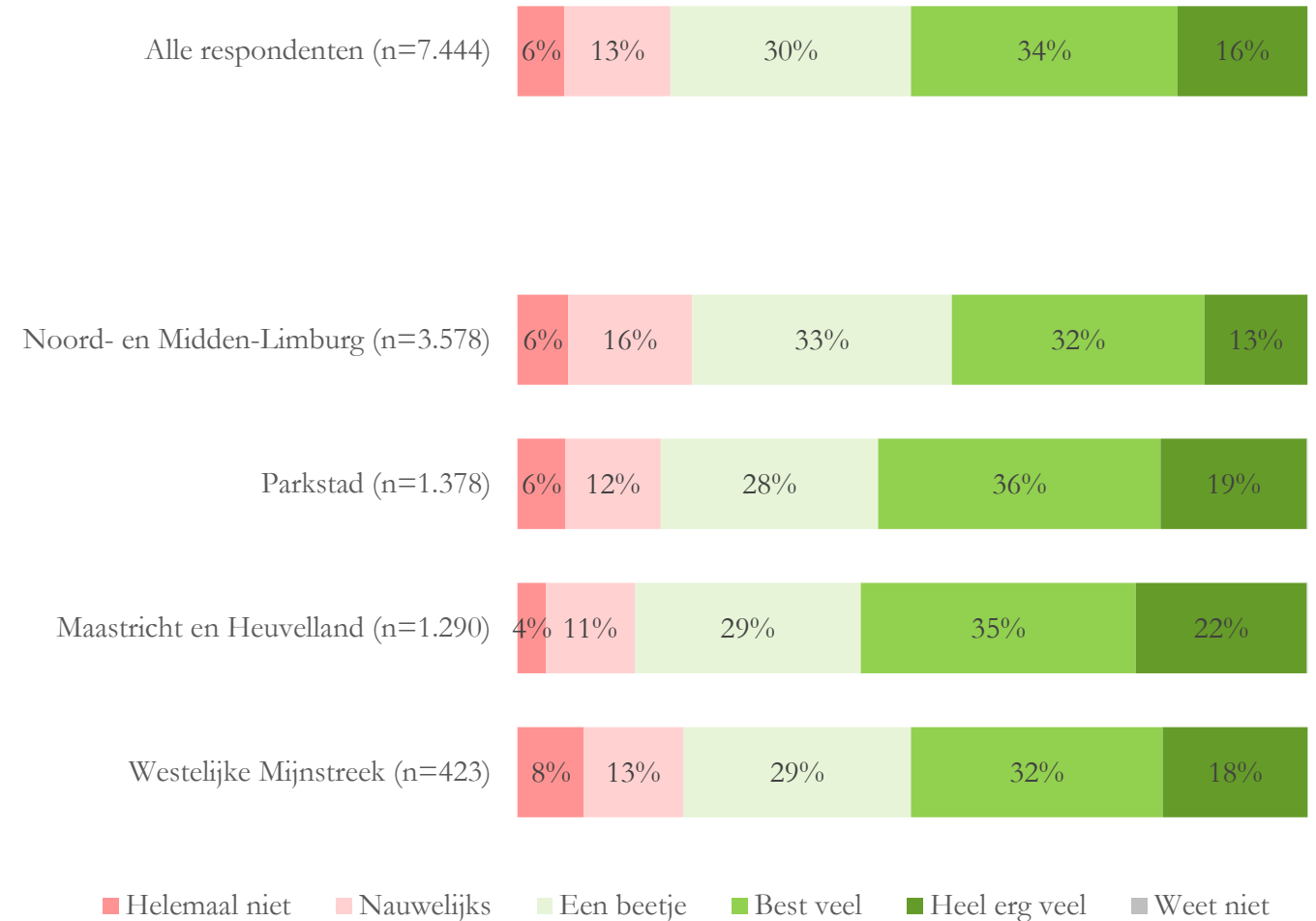
BEZIGHEID MET WATEROVERLAST

“Respondenten uit Noord- en Midden-Limburg zijn het minst vaak ‘heel erg veel’ bezig met Wateroverlast.”

Het onderwerp wateroverlast houdt 81% van de Limburgers (‘een beetje’, ‘best veel’ of ‘heel erg veel’) bezig; 19% is hier helemaal niet of nauwelijks mee bezig.

Regio's

Het onderwerp wateroverlast houdt respondenten uit het zuiden van Limburg (Parkstad, Maastricht en Heuvelland en de Westelijke Mijnstreek; tussen 18% en 22%) vaker ‘heel erg veel’ bezig, dan respondenten uit Noord- en Midden-Limburg (13%).



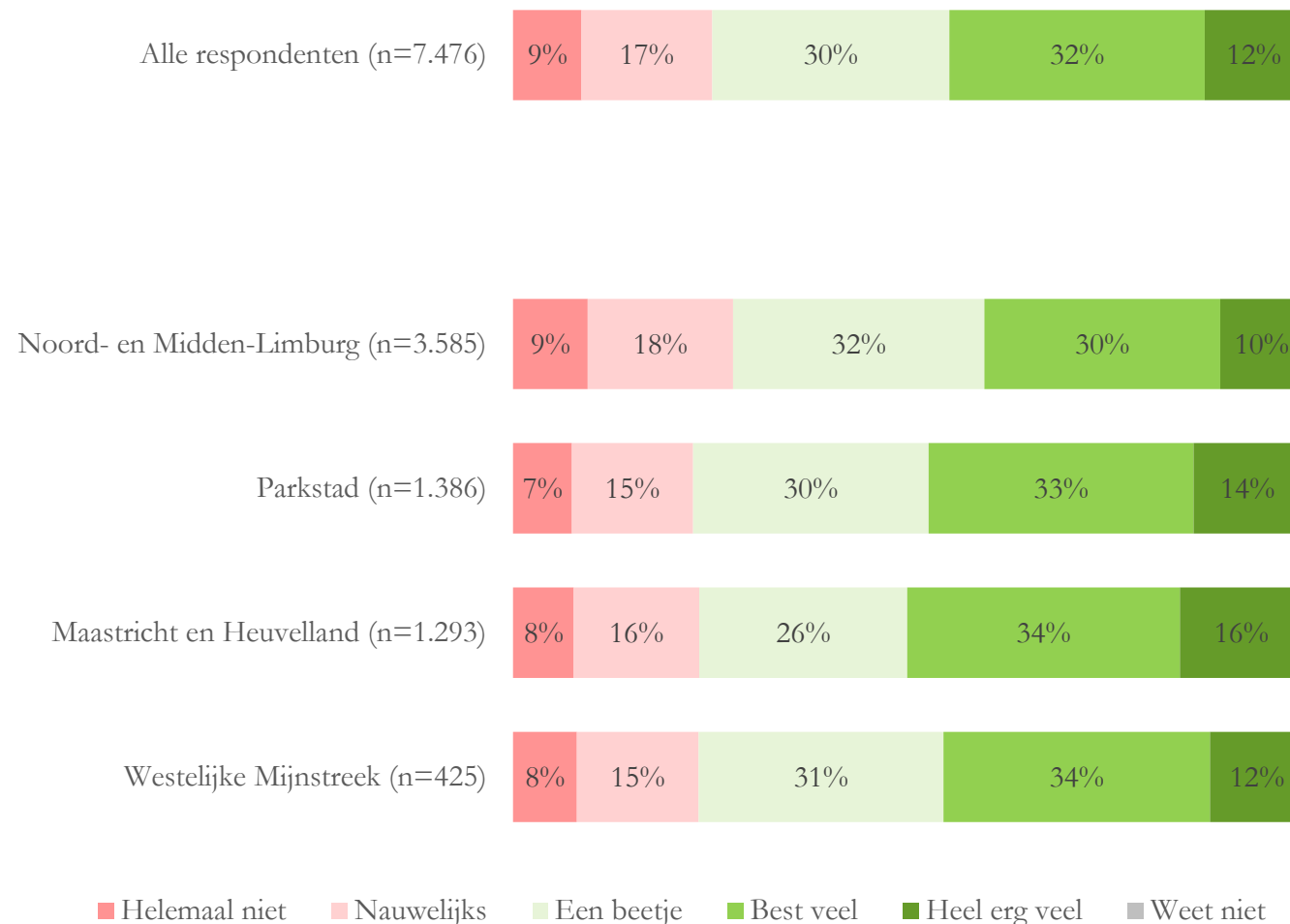
BEZIGHEID MET HITTESTRESS

“Hittestress houdt respondenten uit Parkstad en Maastricht en Heuvelland het vaakst ‘heel erg veel’ bezig”

Hittestress is, vergeleken met waterkwaliteit, extreme droogte en wateroverlast, het onderwerp dat Limburgers het minste bezig houdt. 75% van de Limburgers houdt zich hier (‘een beetje’, ‘best veel’ of ‘heel erg veel’) mee bezig; 25% is hier ‘helemaal niet’ of ‘nauwelijks’ mee bezig.

Regio's

Respondenten uit Noord- en Midden-Limburg (10%) zijn minder vaak ‘heel erg veel’ bezig met het onderwerp hittestress, dan respondenten uit Parkstad (14%) en Maastricht en Heuvelland (16%).



INFORMATIEKANALEN M.B.T. KLIMAATVERANDERING

“Televisie is het meest gebruikte informatiekanaal voor wat betreft informatie over de gevolgen van klimaatverandering.”

Televisie wordt door 82% van de Limburgers genoemd als kanaal om aan informatie te komen over de gevolgen van klimaatverandering. Daaropvolgend worden kranten (58%), de radio (42%) en sociale media (37%) het vaakst genoemd.

Regio's

De verschillen tussen de vier regio's zijn marginaal. Televisie en kranten zijn binnen alle vier de regio's de meest genoemde kanalen om aan informatie te komen. In Noord- en Midden-Limburg, Parkstad en Maastricht is radio het derde informatiekanaal, in de Westelijke Mijnstreek scoren sociale media net wat hoger (40%).

Verder worden in Noord- en Midden-Limburg respondenten iets vaker geïnformeerd via vrienden/familie/kennissen (27%). Respondenten uit Maastricht en Heuvelland (21%) geven net iets vaker aan via tijdschriften aan informatie te komen, vergeleken met respondenten uit Noord- en Midden-Limburg (17%) en de Westelijke Mijnstreek (13%). In Maastricht en Heuvelland (20%) en de Westelijke Mijnstreek (21%) wordt ten slotte de gemeentewebsite iets vaker gebruikt.

	Alle respondenten (n=7.410)	Regio's			
		Noord- en Midden-Limburg (n=3.567)	Parkstad (n=1.378)	Maastricht en Heuvelland (n=1.294)	Westelijke Mijnstreek (n=421)
Televisie	82%	82%	83%	81%	81%
Kranten	58%	57%	57%	65%	58%
Radio	42%	45%	39%	43%	37%
Sociale media	37%	36%	37%	34%	40%
Andere websites	36%	35%	37%	39%	33%
Vrienden/familie/kennissen	24%	27%	22%	23%	19%
Tijdschriften	18%	17%	18%	21%	13%
Website van de gemeente	16%	13%	15%	20%	21%
Flyers/folders/brochures	5%	5%	5%	5%	5%
Andere manier	11%	11%	9%	12%	11%
Geen van bovenstaande kanalen	1%	1%	2%	1%	1%
Weet ik niet	0%	0%	0%	0%	0%



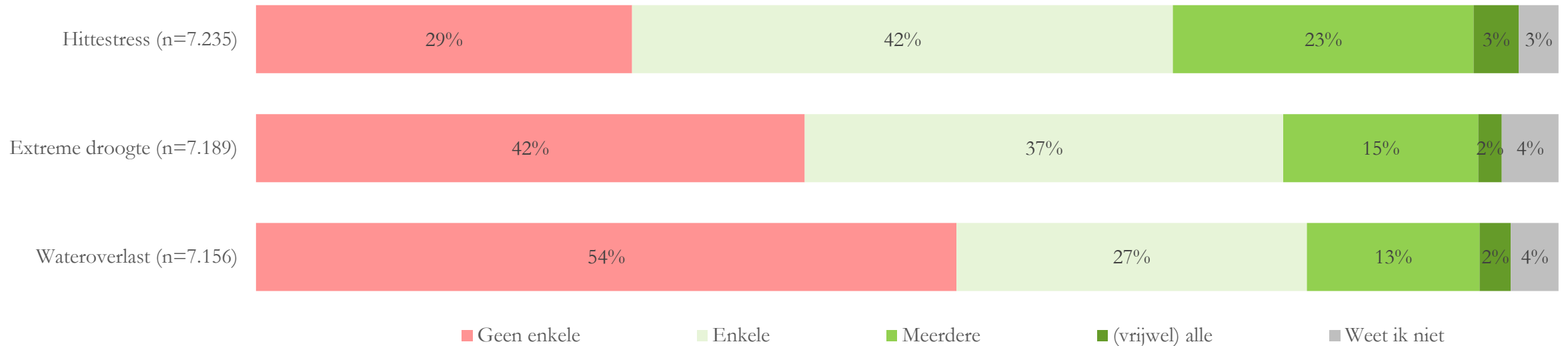
MAATREGELEN

AANTAL GENOMEN MAATREGELEN/VOORBEREIDINGEN

“Tegen wateroverlast zijn het minst vaak maatregelen of voorbereidingen getroffen.”

Vooraf tegen hittestress treffen Limburgers vaak maatregelen of voorbereidingen: (afgerond) 27% van de Limburgers heeft hier ‘meerdere’ of ‘(vrijwel) alle’ maatregelen tegen getroffen en nog eens 42% heeft ‘enkele’ maatregelen getroffen.

Het minst vaak worden maatregelen of voorbereidingen getroffen tegen wateroverlast: ruim de helft (54%) geeft aan ‘geen enkele’ maatregel of voorbereiding hier voor te hebben getroffen, terwijl slechts 15% ‘meerdere’ of ‘(vrijwel) alle’ maatregelen of voorbereidingen heeft getroffen.



■ Geen enkele ■ Enkele ■ Meerdere ■ (vrijwel) alle ■ Weet ik niet

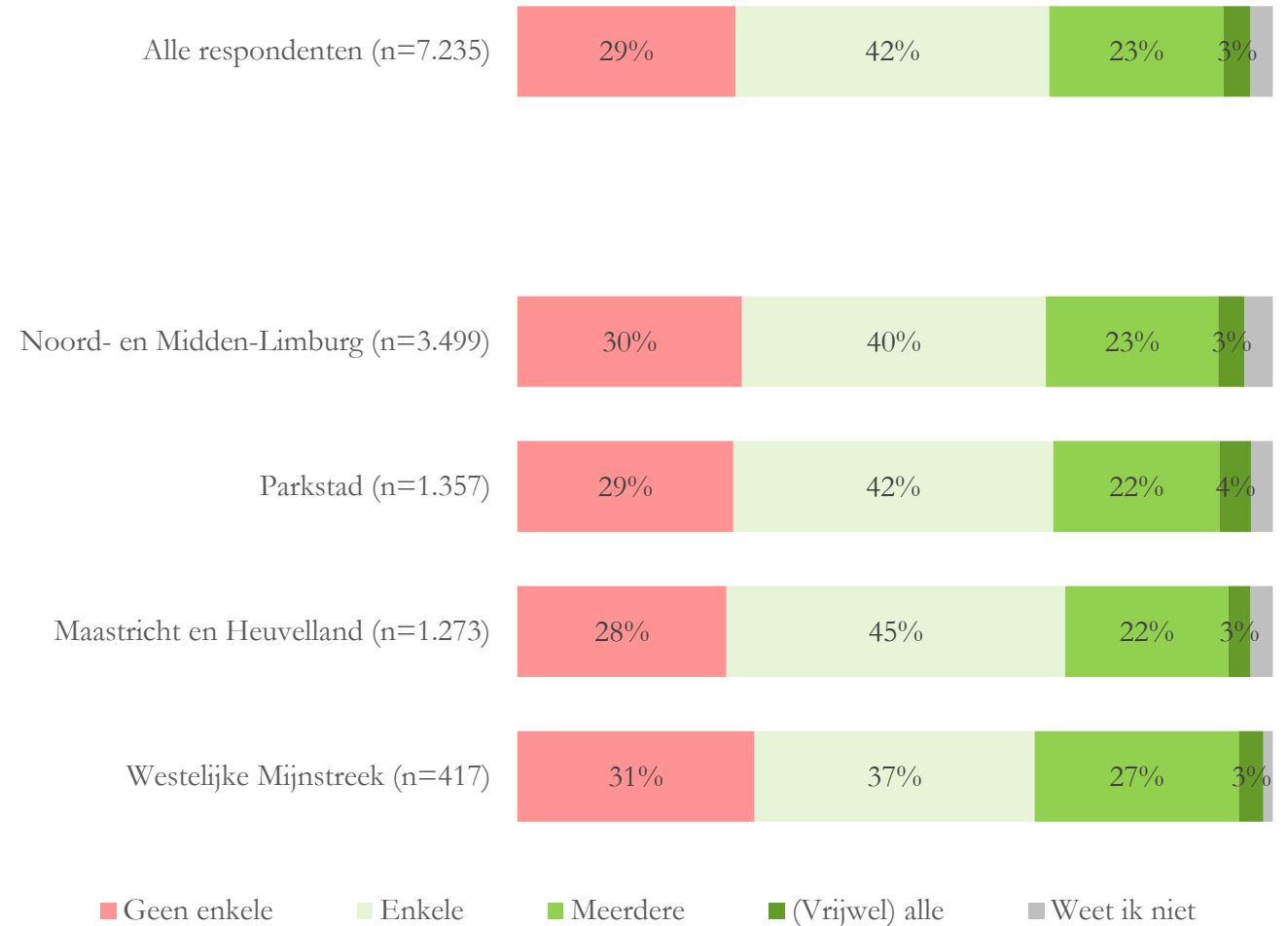
AANTAL GENOMEN MAATREGELLEN M.B.T. HITTESTRESS

“In de Westelijke Mijnstreek worden iets vaker ‘meerdere’ of ‘(vrijwel) alle’ maatregelen tegen hittestress getroffen.”

Hittestress is, vergeleken met de onderwerpen extreme droogte en wateroverlast, het onderwerp waar het vaakst maatregelen of voorbereidingen tegen getroffen zijn door Limburgers (68%).

Regio's

In de Westelijke Mijnstreek (30%) hebben respondenten iets vaker ‘meerdere’ of ‘(vrijwel) alle’ maatregelen getroffen tegen hittestress (overige regio's 24% tot 26%).



3. Heeft u maatregelen of voorbereidingen getroffen om de gevolgen van deze onderwerpen te verkleinen?
(Kies alstublieft per onderwerp het antwoord dat uw mening het best beschrijft)

Basis: Alle respondenten

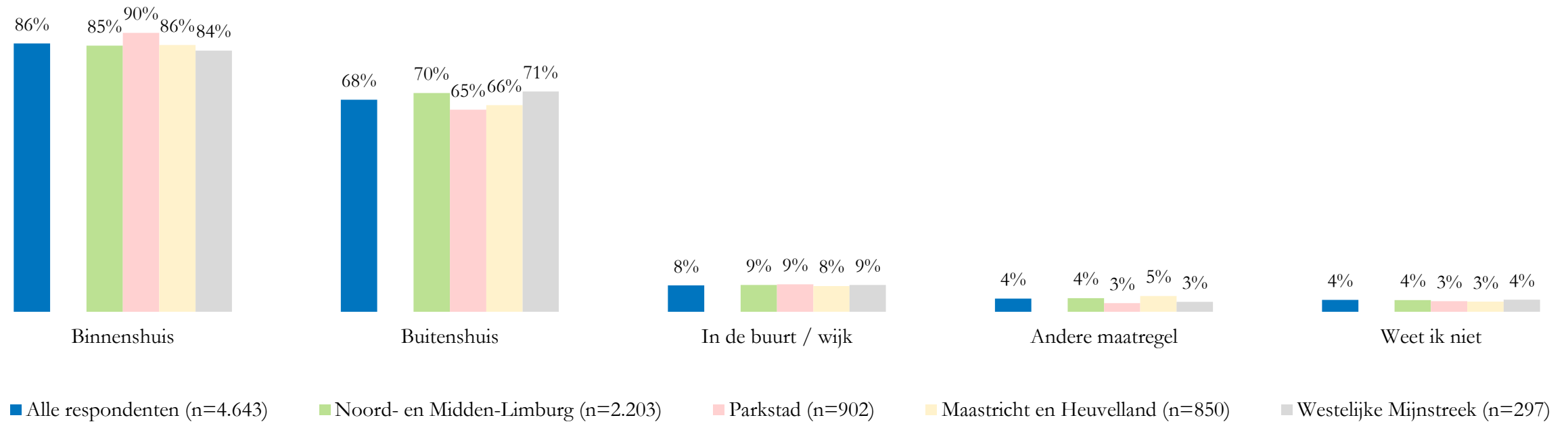
GENOMEN MAATREGELN M.B.T. HITTESTRESS

“Vooral binnenshuis worden vaak maatregelen getroffen tegen hittestress.”

Limburgers die maatregelen hebben getroffen tegen hittestress hebben deze vooral binnenshuis genomen: 86% geeft dit aan. Ook maatregelen buitenshuis (68%) worden door een meerderheid genoemd. 8% neemt maatregelen in de buurt of wijk.

Regio's

In de regio Parkstad (90%) neemt men relatief iets vaker maatregelen binnenshuis, vergeleken met respondenten uit Noord- en Midden-Limburg (85%) en de Westelijke Mijnstreek (84%).



GENOMEN MAATREGELEN M.B.T. HITTESTRESS – OPEN ANTWOORDEN

Een diverse lijst aan maatregelen binnenshuis wordt gegeven. Met name airco, het isoleren van het huis, het sluiten van ramen en deuren, rolluiken/screens, ventilatoren, (verduisterende) gordijnen, een warmtepomp en zonwering worden vaak genoemd.

Enkele voorbeelden van toelichtingen:

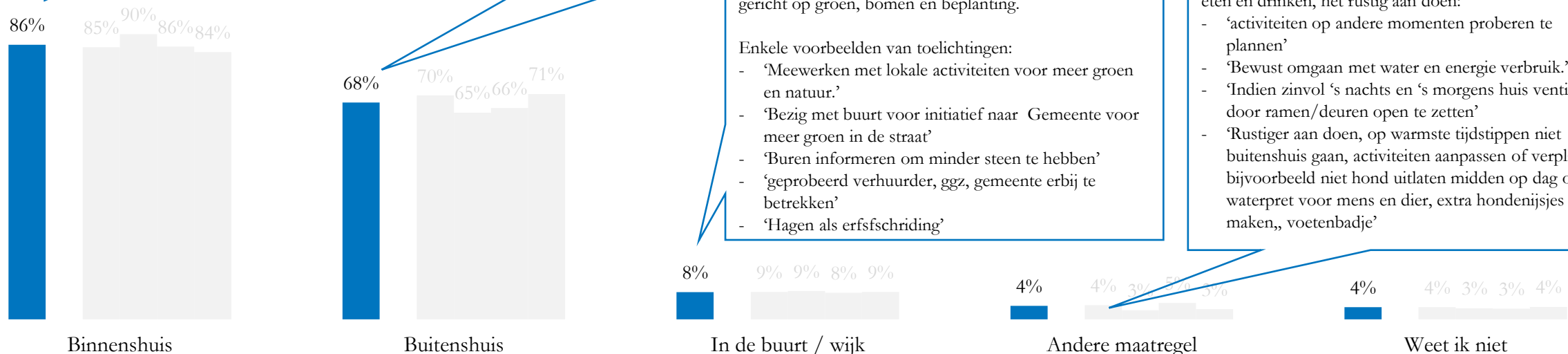
- 'Goed ventileren en gebruik van rolluiken'
- 'zorgen voor goede zonwering, zonodig ventilatoren'
- 'Op het juiste tijdstip alles open zetten en vervolgens alle gordijnen dicht'
- 'Warmtepomp/koeling; zonwering in serre'

Buitenshuis worden met name veel groen met bomen en beplanting, schaduwplekken, rolluiken/screens, parasols, een zwembad, zonnescherm en zonwering genoemd.

Enkele voorbeelden van toelichtingen:

- 'Aanleggen van (veel) groen als natuurlijke koeling'
- 'Goede zonwering buitenkant ramen'
- 'Parasol. Zwembadje'
- 'Schaduw door overkapping'
- 'zo min mogeli naar buiten: wandelen met pet, vroeg in de ochtend of 's avonds'
- 'Zonwering voorkant, zijkant en op de lichtkoepels'

Op deze slide is, per categorie, weergegeven waar de genoemde maatregelen tegen hittestress het vaakst betrekking op hebben. Tevens is een bloemlezing weergegeven van de gegeven open antwoorden. De antwoorden zijn letterlijk weergegeven en kunnen dus spel- en taalfouten bevatten.



In de buurt/wijk zijn de toelichtingen voornamelijk gericht op groen, bomen en beplanting.

- Enkele voorbeelden van toelichtingen:
- 'Meewerken met lokale activiteiten voor meer groen en natuur.'
 - 'Bezig met buurt voor initiatief naar Gemeente voor meer groen in de straat'
 - 'Buren informeren om minder steen te hebben'
 - 'geprobeerd verhuurder, ggz, gemeente erbij te betrekken'
 - 'Hagen als erfschriding'

Andere maatregelen die genomen worden zijn heel divers en onder andere gericht op groen, zonnepanelen/parken, eten en drinken, het rustig aan doen:

- 'activiteiten op andere momenten proberen te plannen'
- 'Bewust omgaan met water en energie verbruik.'
- 'Indien zinvol 's nachts en 's morgens huis ventileren door ramen/deuren open te zetten'
- 'Rustiger aan doen, op warmste tijdstippen niet buitenshuis gaan, activiteiten aanpassen of verplaatsen bijvoorbeeld niet hond uitlaten midden op dag of waterpret voor mens en dier, extra hondenijsjes maken,, voetenbadje'

■ Alle respondenten (n=4.643) ■ Noord- en Midden-Limburg (n=2.203) ■ Parkstad (n=902) ■ Maastricht en Heuvelland (n=850) ■ Westelijke Mijnstreek (n=297)

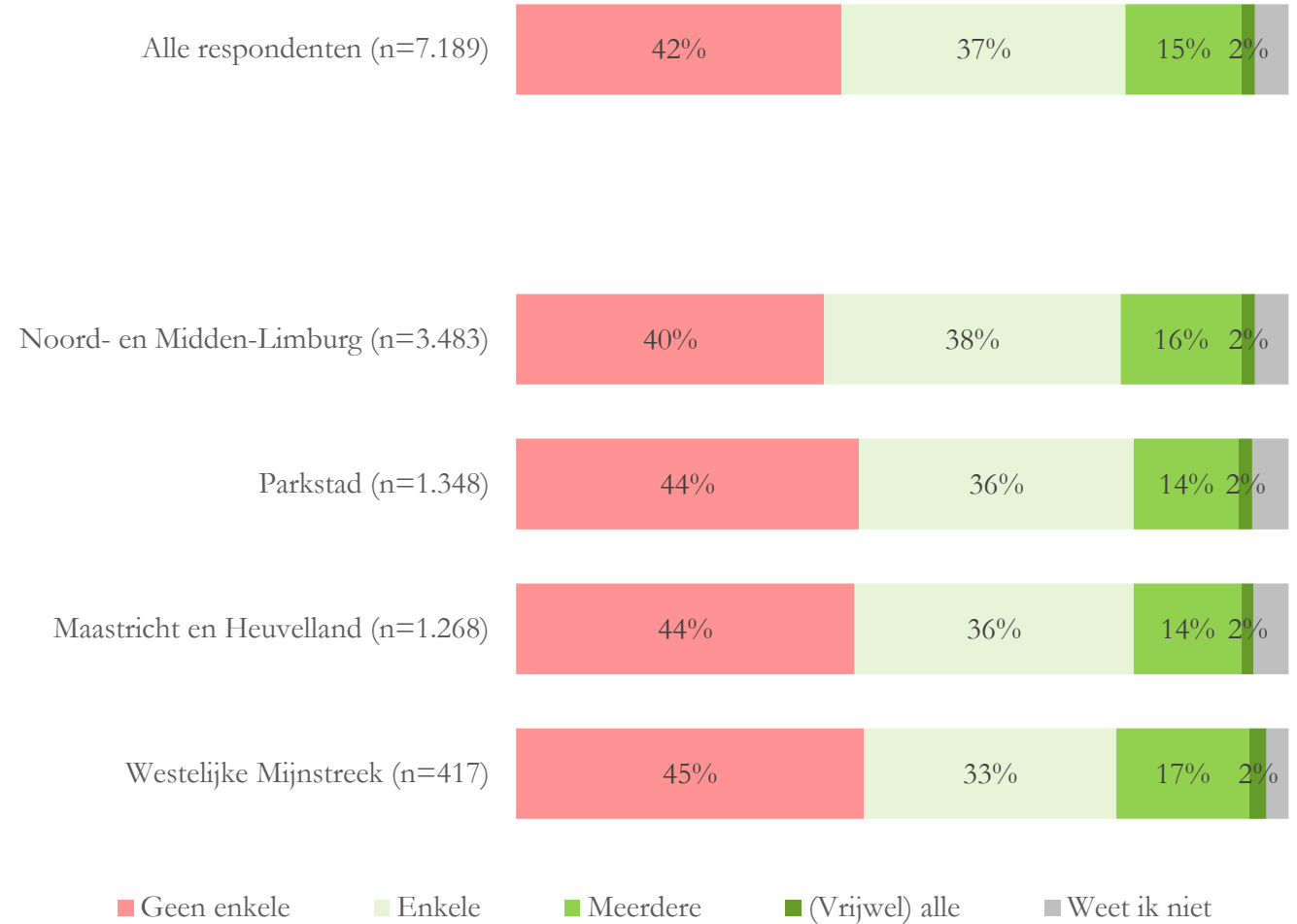
AANTAL GENOMEN MAATREGELLEN M.B.T. EXTREME DROOGTE

“42% heeft ‘geen enkele’ maatregel getroffen tegen extreme droogte.”

42% van de Limburgers heeft ‘geen enkele’ maatregel getroffen tegen extreme droogte. 37% heeft ‘enkele’, 15% ‘meerdere’ en 2% ‘(vrijwel) alle’ maatregelen getroffen.

Regio's

Tussen de verschillende regio's zijn geen noemenswaardige significante verschillen gevonden.



3. Heeft u maatregelen of voorbereidingen getroffen om de gevolgen van deze onderwerpen te verkleinen?
(Kies alstublieft per onderwerp het antwoord dat uw mening het best beschrijft)

Basis: Alle respondenten

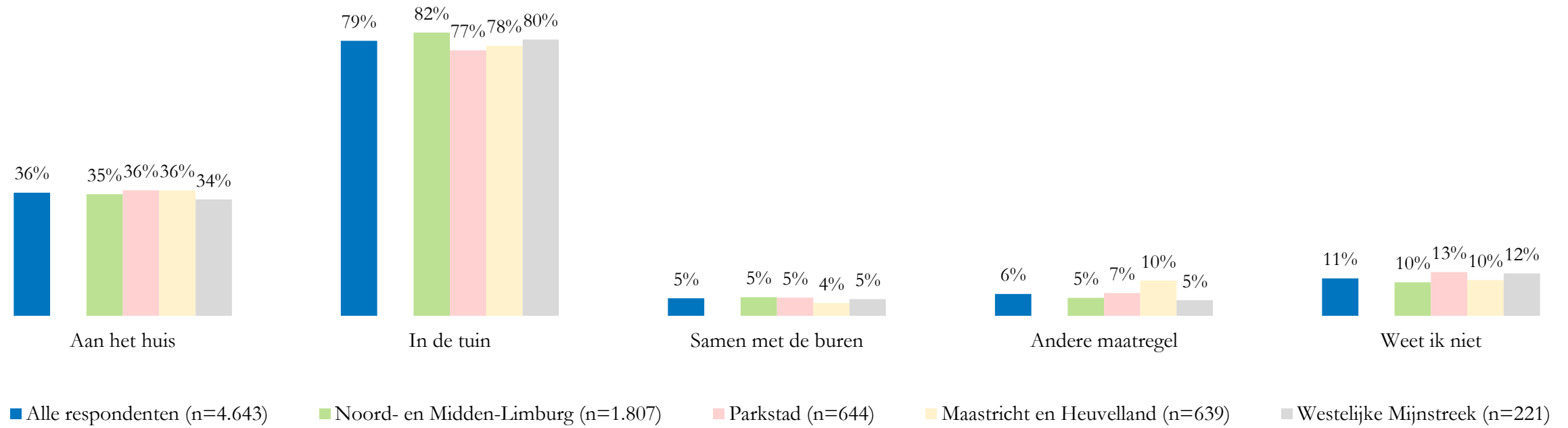
GENOMEN MAATREGELEN M.B.T. EXTREME DROOGTE

“Maatregelen tegen extreme droogte worden hoofdzakelijk in de tuin getroffen.”

Limburgers die maatregelen hebben getroffen op het gebied van extreme droogte hebben hoofdzakelijk maatregelen in de tuin getroffen: 79%. Ruim een derde (36%) van de Limburgers geeft aan maatregelen aan het huis te hebben getroffen en 5% heeft dit samen met de burens gedaan.

Regio's

Er zijn geen grote verschillen tussen de vier regio's aangetroffen. Respondenten uit Noord- en Midden-Limburg (82%) hebben iets vaker in de tuin maatregelen of voorbereidingen getroffen, dan respondenten uit Parkstad (77%).



GENOMEN MAATREGELEN M.B.T. EXTREME DROOGTE – OPEN ANTWOORDEN

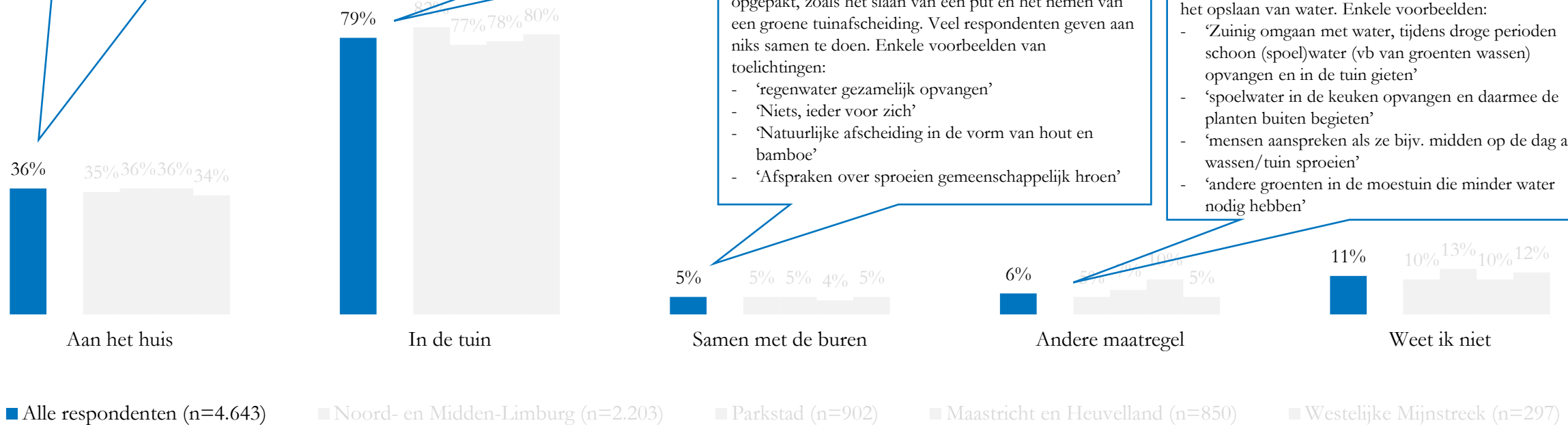
Een diverse lijst aan maatregelen aan het huis zijn genoemd m.b.t. extreme droogte. Toelichtingen zijn voornamelijk gericht op het besparen/zuinig omgaan met water en de opslag/het opvangen van water. Enkele voorbeelden van andere maatregelen die genomen zijn aan het huis:

- '5 minuten douchen met timer, niet meer water laten koken dan nodig'
- 'Altijd water op voorraad houden in flessen in de kelder om 48u te overbruggen'
- 'Douche verkorten, wasmachine vol kort programma'
- 'kleiner gaan wonen, veel minder water nodig en 50% van de energie'

Maatregelen tegen extreme droogte in de tuin zijn onder andere gericht op het zuinig zijn met water, het opvangen van regenwater, veel groen, bestrating, het sproeien van de tuin. Enkele voorbeelden van toelichtingen:

- 'Zoveel mogelijk tegels eruit, schaduw thn verdamping door bomen en struiken'
- 'zo min mogelijk waterverbruik/zoveel mogelijk planten(gras) in tuin/regenton'
- 'waterreservoir en afwatering regenwater naar tuin'
- 'veel groen, opvang in de vijver, weinig verhard oppervlak, ondergrondse buffer door keuze bodemmateriaal'

Op deze slide is, per categorie, weergegeven waar de genoemde maatregelen tegen extreme droogte het vaakst betrekking op hebben. Tevens is een bloemlezing weergegeven van de gegeven open antwoorden. De antwoorden zijn letterlijk weergegeven en kunnen dus spel- en taalfouten bevatten.



Met de burens worden verschillende maatregelen samen opgepakt, zoals het slaan van een put en het nemen van een groene tuinafscheiding. Veel respondenten geven aan niks samen te doen. Enkele voorbeelden van toelichtingen:

- 'regenwater gezamenlijk opvangen'
- 'Niets, ieder voor zich'
- 'Natuurlijke afscheiding in de vorm van hout en bamboe'
- 'Afspraken over sproeien gemeenschappelijk hroen'

Andere maatregelen die worden genomen zijn zeer divers, maar voornamelijk gericht op het zuinig omgaan met en het opslaan van water. Enkele voorbeelden:

- 'Zuinig omgaan met water, tijdens droge perioden schoon (spoel)water (vb van groenten wassen) opvangen en in de tuin gieten'
- 'spoelwater in de keuken opvangen en daarmee de planten buiten begieten'
- 'mensen aanspreken als ze bijv. midden op de dag auto wassen/tuin sproeien'
- 'andere groenten in de moestuin die minder water nodig hebben'

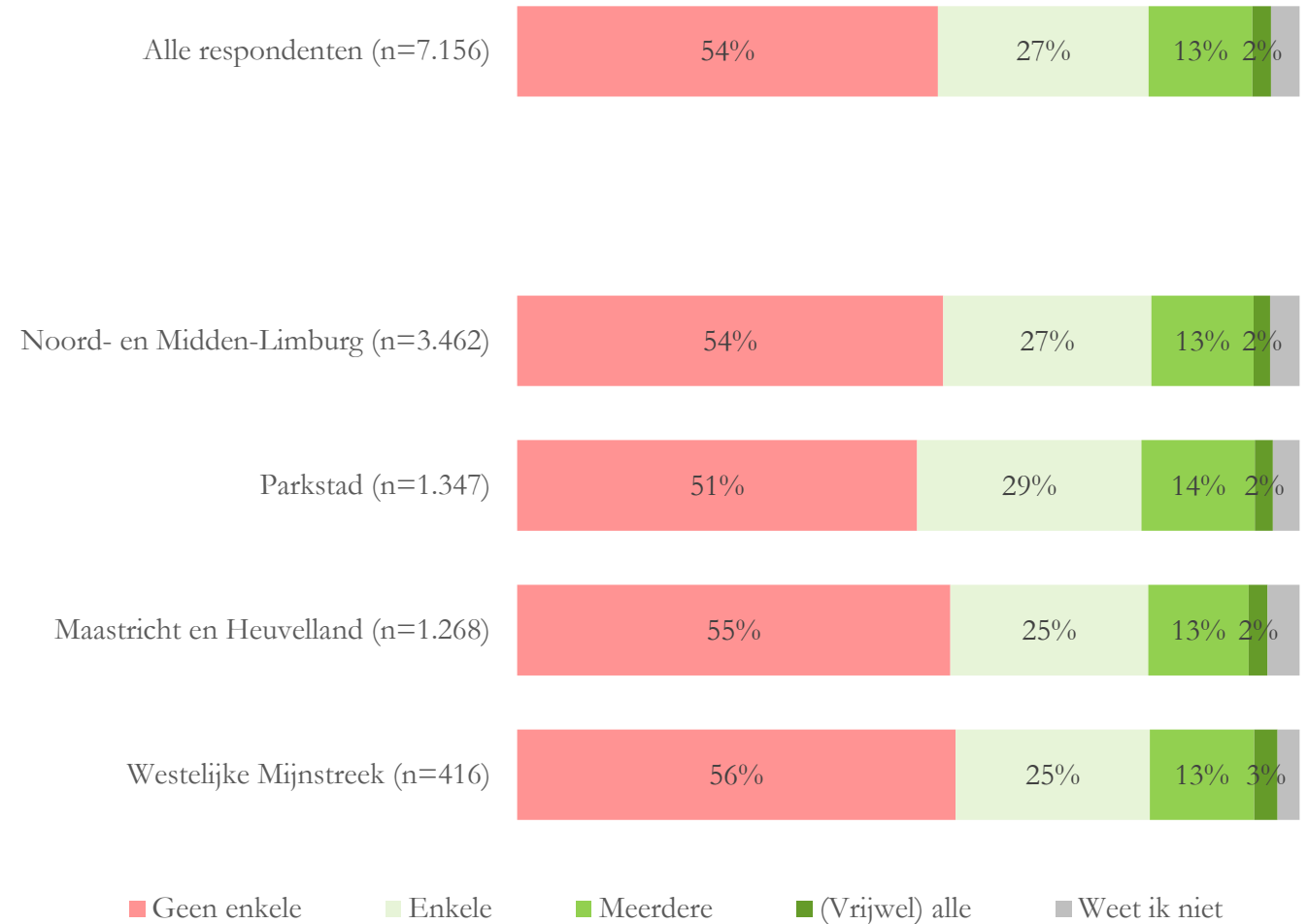
AANTAL GENOMEN MAATREGELLEN M.B.T. WATEROVERLAST

“Ruim de helft heeft ‘geen enkele’ maatregel getroffen tegen wateroverlast.”

Wateroverlast is, vergeleken met de onderwerpen hittestress en extreme droogte, het onderwerp waar het vaakst ‘geen enkele’ maatregel tegen getroffen wordt door Limburgers: 54% geeft dit aan, terwijl (afgerond) 43% aangeeft hier ten minste ‘enkele’ maatregelen tegen getroffen te hebben.

Regio's

Tussen de verschillende regio's zijn geen significante verschillen gevonden.



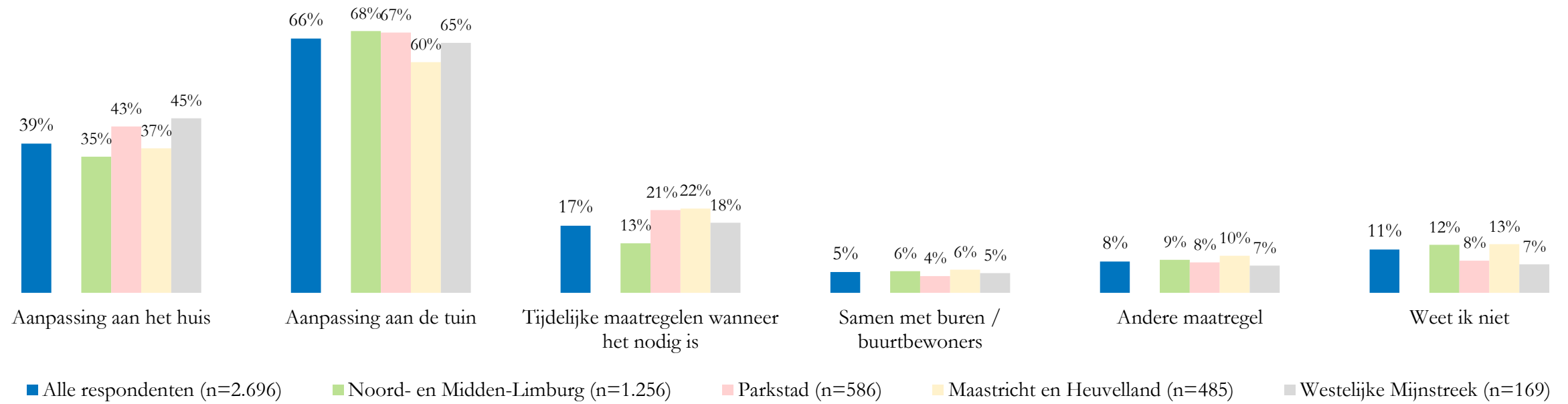
GENOMEN MAATREGELN M.B.T. WATEROVERLAST

“Maatregelen tegen wateroverlast betreffen hoofdzakelijk aanpassingen aan de tuin.”

Limburgers die maatregelen hebben getroffen tegen wateroverlast hebben vooral aanpassingen gedaan aan de tuin: 66%. Daarnaast heeft 39% aanpassingen gedaan aan het huis en treft 17% tijdelijke maatregelen wanneer het nodig is.

Regio's

Respondenten uit Parkstad (43%) en de Westelijke Mijnstreek (45%) hebben, in vergelijking met respondenten uit Noord- en Midden-Limburg (35%), vaker aanpassingen aan het huis gedaan. In Parkstad (21%) en Maastricht en Heuvelland (22%) heeft men, in vergelijking met Noord- en Midden-Limburg (13%), meer tijdelijke maatregelen genomen wanneer het nodig is.



GENOMEN MAATREGELEN M.B.T. WATEROVERLAST – OPEN ANTWOORDEN

Een diverse lijst aan aanpassingen wordt gegeven m.b.t. wateroverlast. Met name waterafvoer, wateropvang, het vergroenen van de tuin, het waterdicht maken van kelders/kruipruimtes, plaatsen van pompen en zandzakken naar voren worden vaak genoemd.

Enkele voorbeelden van toelichtingen:

- 'Afkoppelen hemelwater van riolering, pompompen in kelder.'
- 'Goede afvoerpijpen, dakgoten schoon'
- 'Hemelwater van het achterste deel van het huis gaat de tuin in. Nieuw dak schuurtje'
- 'Kelder waterdicht gemaakt. Regenafvoer beter verdeeld op riool'
- 'schot voor de voordeur staat klaar'
- 'zandzakken voor de keldergaten'

Verschillende aanpassingen in de tuin zijn getroffen, deze zijn voornamelijk gericht op het hebben van groen, zo min mogelijk bestrating en het opvangen en de afvoer van water.

Enkele voorbeelden van toelichtingen:

- 'Zoveel mogelijk groen, struiken en bomen rond het huis, geen tegels'
- 'zo min mogelijk stenen in de tuin'
- 'wateropvang, goede afvoer'
- 'Putjes in bestrating regelmatig schoonmaken'
- 'Drainage systeem in de tuin. Apparte afvoer bij stortregen.'
- 'Aflopend tuin ingericht, richting beekje naast de tuin. Beplanting aangepast.'

Op deze slide is, per categorie, weergegeven waar de genoemde maatregelen tegen wateroverlast het vaakst betrekking op hebben. Tevens is een bloemlezing weergegeven van de gegeven open antwoorden. De antwoorden zijn letterlijk weergegeven en kunnen dus spel- en taalfouten bevatten.



Tijdelijke maatregelen die worden genomen m.b.t. wateroverlast zijn onder andere gericht op pompompen en zandzakken, het opvangen van water, het vrijhouden van de afvoer.

- Voorbeelden van toelichtingen:
- 'Afvoerputjes doorlaatbaar houden,'
 - 'Dompelpomp voor de kelder'
 - 'Zakken gevuld met zand'

Maatregelen die worden genomen samen met de burens zijn onder andere gericht op het verbeteren van de afvoer van water en groene tuinen.

- Voorbeelden van toelichtingen:
- 'Burens zonnig altijd bijstaan om te helpen.'
 - 'rioolputten vrij van onkruid houden'
 - 'Veel planten geplaatst'

Andere maatregelen die worden genomen zijn zeer divers.

- Enkele voorbeelden van toelichtingen:
- 'verhuizing naar een bovenliggende woning'
 - 'Spullen hoog zetten in de kelder.'
 - 'Onderhoud platte daken en goten'
 - 'In de wijk nog vee meer verplicht ontstenen. Al die stenen, tegels, beton in plaats van tuin.'

MAATREGELEN IN DE TOEKOMST

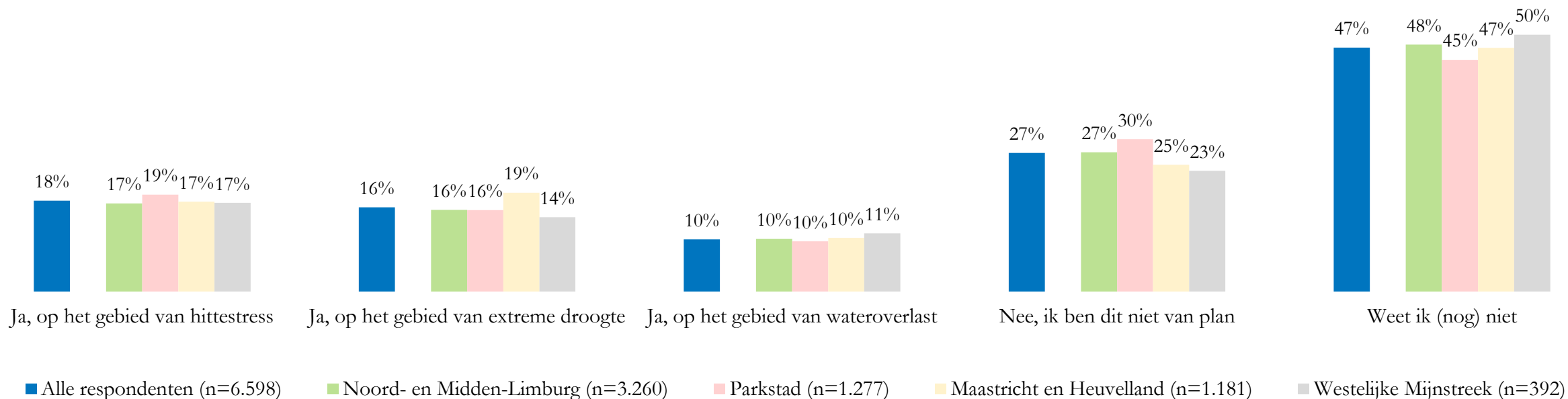
“Bijna de helft van de Limburgers weet nog niet of ze in de toekomst (nog meer) maatregelen gaan nemen.”

Bijna de helft van de Limburgers (47%) ‘weet nog niet’ of ze in de toekomst (nog meer) maatregelen gaan nemen. Daarnaast geeft 27% aan dit ‘niet van plan’ te zijn. De rest (26%) is dus wél van plan maatregelen te nemen op een of meerdere gebieden:

- 18 procentpunt is van plan maatregelen tegen hittestress te nemen
- 16 procentpunt tegen extreme droogte en
- 10 procentpunt tegen wateroverlast.

Regio's

Respondenten uit Maastricht en Heuvelland zijn iets vaker van plan om maatregelen te treffen op het gebied van extreme droogte (19%) dan respondenten uit de Westelijke Mijnstreek (14%). In Parkstad (30%) zijn meer respondenten ‘niet van plan’ om in de toekomst (nog meer) maatregelen te nemen, in vergelijking met Maastricht en Heuvelland (25%) en de Westelijke Mijnstreek (23%).



MAATREGELEN IN DE TOEKOMST– OPEN ANTWOORDEN

Op deze slide is, per onderwerp, weergegeven welke maatregelen men nog van plan is te nemen. Tevens is een bloemlezing weergegeven van de gegeven open antwoorden. De antwoorden zijn letterlijk weergegeven en kunnen dus spel- en taalfouten bevatten.

Maatregelen die respondenten nog van plan zijn te nemen m.b.t. hittestress zijn onder andere gericht op zonwering, zonnepanelen, vergroening, isolatie, rolluiken./screens, een groen dak, en het aanschaffen van airconditioning.

Enkele voorbeelden van toelichtingen:

- 'Aanschaf airco (op zonnepanelen)'
- 'isolatie zodat het binnen koel blijft'
- 'nog meer rolluiken, isolatie zolder'
- 'nog meer tegels verwijderen en zorgen voor een groene tuin; groen dak'
- 'zonnedoeken, sedumdak'
- 'wellicht zonwering aan de buitenkant van het huis, scheuren in de muren repareren'

Op het gebied van extreme droogte zijn respondenten van plan onder andere nog de volgende maatregelen te nemen: zuinig zijn met water, het opvangen van water in de tuin, plaatsten regenton en meer groen.

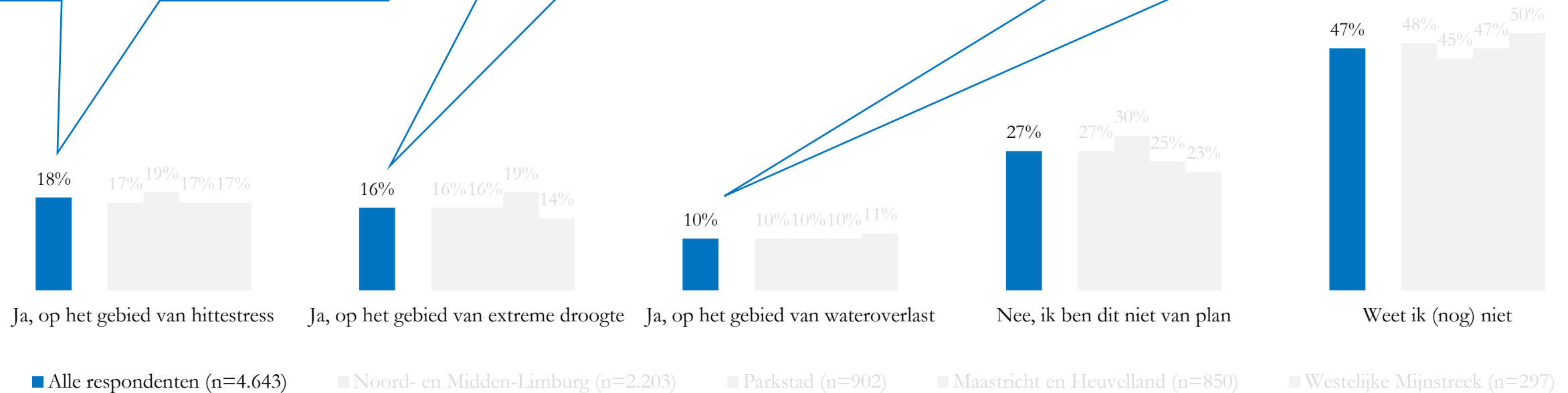
Enkele voorbeelden van toelichtingen:

- 'zuinig met water in elk opzicht'
- 'Zou niet weten wat nog meer. Tips zijn welkom'
- 'wateropslag in de tuin, tuin begroeid houden, zonweringen'
- 'Regenwateropvang voor gebruik binnenshuis'
- 'meer regentonnen voor hemelafvoer optimaliseren'
- 'Meer groen en bomen aanplanten'
- 'Afkoppelen regenwater voorzijde huis en Wadi in voortuin'

Maatregelen die respondenten nog van plan zijn te nemen m.b.t. wateroverlast zijn onder andere gericht op de opvang en het opslaan van water, aanplanten van groen en het afkoppelen van regenwater.

Enkele toelichtingen:

- 'Waterbuffers en gootjes in tuin'
- 'Tuin helemaal vernieuwen en een goede afwatering aanleggen.'
- 'Meer wateropvang creëren waar "ongedierte" niet bij kan (voorkomen van muggen broedplaatsen).'



4 Bent u van plan om in de toekomst (nog meer) maatregelen te nemen?

Basis: Alle respondenten

REDENEN OM GEEN MAATREGELEN TE NEMEN IN DE TOEKOMST

“Limburgers die niet van plan zijn om in de toekomst maatregelen te nemen geven met name vaak aan dat ze dit niet nodig vinden.”

De vaakst genoemde reden dat Limburgers die niet van plan zijn om in de toekomst (nog meer) maatregelen te nemen dit niet van plan zijn, is dat ze ‘het niet nodig vinden’ (29%). Een ‘gebrek aan geld’ (21%) wordt ook relatief vaak genoemd als reden.

26% geeft een andere dan genoemde redenen op. Deze andere redenen hebben veelal betrekking op het feit dat men (vrijwel) alles al gedaan heeft of dat de huidige woonsituatie dit niet toelaat (gehuurd of in een appartement wonen).

Regio's

‘Het niet nodig vinden’ wordt in alle regio's het vaakst genoemd als reden.

Verder valt op dat respondenten die geen (verdere) maatregelen willen nemen in de Westelijke Mijnstreek vaker aangeven ‘niet te geloven in klimaatverandering’ (20%). In Parkstad (26%) geven respondenten vaker dan respondenten uit Noord- en Midden-Limburg (19%) aan dat ze ‘het geld er niet voor hebben’. In Maastricht en Heuvelland (16%) geven de respondenten vaker aan dat ‘de overheid hier verantwoordelijk voor is’.

	Alle respondenten (n=2.020)	Regio			
		Noord- en Midden-Limburg (n=1.009)	Parkstad (n=423)	Maastricht en Heuvelland (n=334)	Westelijke Mijnstreek (n=109)
Ik vind het niet nodig	29%	30%	28%	30%	25%
Ik heb er het geld niet voor	21%	19%	26%	20%	17%
Ik weet niet waar ik moet beginnen	14%	14%	10%	16%	15%
Ik geloof niet in klimaatverandering	13%	12%	12%	9%	20%
Daar is de overheid verantwoordelijk voor	12%	14%	10%	16%	7%
Ik heb er niet over nagedacht	11%	12%	11%	12%	12%
Ik heb er geen geld voor over	8%	10%	6%	6%	7%
Het is niet mijn verantwoordelijkheid	5%	5%	5%	6%	3%
Andere reden(en)	26%	26%	25%	26%	33%
Weet ik niet	2%	3%	2%	4%	0%

INCENTIVES OM MAATREGELEN TE NEMEN IN DE TOEKOMST

“Vooral subsidies/vergoedingen moedigen Limburgers aan om maatregelen te nemen”

Een meerderheid van de Limburgers (58%) geeft aan dat ‘subsidies/vergoedingen’ zouden aanmoedigen om maatregelen te nemen in de toekomst. ‘Advies van een expert’ (36%) en ‘een informatie website’ (30%) zijn daarna de meest genoemde redenen. 10% denkt dat ‘niets’ hen kan aanmoedigen.

Regio's

Vooral inwoners van de Westelijke Mijnstreek (65%) geven vaak aan dat ‘subsidies/vergoedingen’ hen zouden aanmoedigen. Zij geven daarnaast juist relatief minder vaak aan dat ‘een informatieve website’ hen zou aanmoedigen (21%). Ook wordt ‘advies van een expert’ door hen iets minder vaak genoemd (33%).

In Noord- en Midden-Limburg (16%) zouden net wat meer respondenten maatregelen nemen ‘als ze zien dat anderen dit ook doen’.

	Alle respondenten (n=6.574)	Regio			
		Noord- en Midden-Limburg (n=3.242)	Parkstad (n=1.271)	Maastricht en Heuvelland (n=1.179)	Westelijke Mijnstreek (n=394)
Subsidie/vergoedingen	58%	59%	58%	57%	65%
Advies van een expert	36%	37%	36%	39%	33%
Een informatie website	30%	30%	31%	33%	21%
Een fysiek informatiepunt	19%	19%	21%	18%	18%
Als ik zie dat anderen het ook doen	13%	16%	10%	12%	11%
Andere maatregel	10%	11%	8%	11%	12%
Niets	10%	9%	12%	9%	9%
Weet ik niet	9%	10%	9%	8%	5%

BIJDRAGE AAN WATERKWALITEIT

“Bijna de helft van de Limburgers doet in het dagelijks leven iets om bij te dragen aan de waterkwaliteit”

Bijna de helft van de Limburgers (47%) geeft aan in het dagelijks leven iets te doen om bij te dragen aan de waterkwaliteit. 26% geeft aan dit niet te doen en 27% weet het niet.

De geleverde bijdrage betreft in een zeer ruime meerderheid van de gevallen:

- het zuinig omgaan met het gebruik van drinkwater en/of
- zo min mogelijk schadelijke stoffen door de afvoer/het riool spoelen.

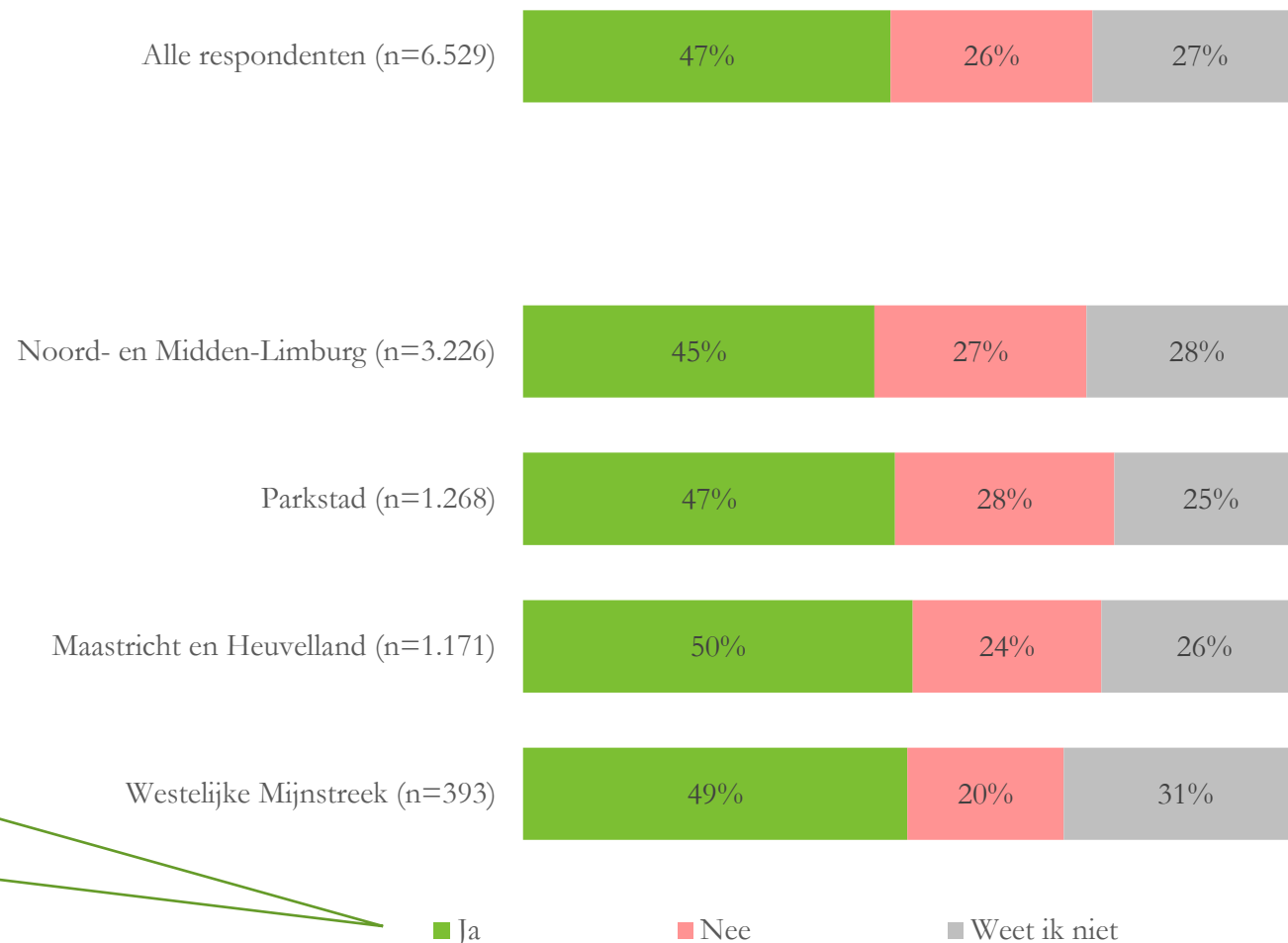
Regio's

In Maastricht en Heuvelland (50%) geven iets meer respondenten aan iets bij te dragen aan de waterkwaliteit dan in Noord- en Midden-Limburg (45%).

De met ruime afstand meest genoemde bijdrage betreft het zuinig omgaan met het gebruik van drinkwater en zo min mogelijk schadelijke stoffen in de afvoer gooien.

Daarnaast zijn terugkerend genoemde bijdragen:

- Regenwater opvangen
- Minder waspoeder
- Milieuvriendelijke schoonmaakproducten gebruiken
- Kortere douchen
- Afval scheiden



An aerial, 3D perspective rendering of a city. The city is built on a brown, rounded island or peninsula. In the center, a blue river flows through the city. On the left side, there are several tall, modern buildings. In the middle, there is a large white building with a red cross on its side, likely a hospital. To the right, there are smaller, residential-style houses. The background shows a light blue sky and a white horizon. The overall style is clean and modern, with a focus on urban planning and infrastructure.

INFORMATIEKANALEN EN NAAMSBEKENDHEID

INFORMATIE

“Internet is voor de Limburger hét kanaal om informatie te gaan zoeken”

Internet is voor 83% van de Limburgers het kanaal om informatie op het gebied van extreme droogte, wateroverlast, waterkwaliteit en extreme hitte te gaan zoeken. Daarnaast zou ruim een kwart van de Limburgers (27%) naar de website of het loket van de gemeente gaan. Ook navraag doen bij familie, vrienden of kennissen (19%) wordt relatief vaak genoemd.

Regio's

Internet, de website of het loket van de gemeente en navraag bij vrienden, familie en kennissen zijn in alle regio's de meest genoemde kanalen om informatie te zoeken. Vooral in Noord- en Midden-Limburg zou men relatief vaak navraag doen bij vrienden, familie, kennissen (22%). Respondenten uit Maastricht en Heuvelland (86%) geven net iets vaker aan op internet te gaan zoeken, vergeleken met respondenten uit Noord- en Midden-Limburg (82%) en de Westelijke Mijnstreek (81%).

	Alle respondenten (n=6.481)	Regio			
		Noord- en Midden-Limburg (n=3.205)	Parkstad (n=1.259)	Maastricht en Heuvelland (n=1.169)	Westelijke Mijnstreek (n=392)
Ik zou op internet gaan zoeken	83%	82%	84%	86%	81%
Ik zou naar de website of het loket van mijn gemeente gaan	27%	28%	27%	26%	28%
Ik zou navraag doen bij vrienden, familie, kennissen	19%	22%	16%	15%	17%
Ik zou naar een specifieke website gaan	12%	12%	11%	13%	10%
Ik zou contact opnemen met een specifieke instantie of specialist	8%	8%	7%	7%	7%
Andere manier	4%	5%	3%	4%	3%
Niets, ik heb alle informatie al	4%	4%	5%	3%	3%
Weet niet	6%	5%	5%	5%	9%

BEKENDHEID MET PARTIJ/WEBSITE

“Slechts één op de tien Limburgers kan zelf een partij of website noemen die informatie kan bieden.
2 procentpunt noemt daarbij Waterklaar spontaan.”

Van alle Limburgers kan 10% zelf een partij of website noemen die hen kan informeren over het nemen van maatregelen op het gebied van hittestress, extreme droogte, wateroverlast en waterkwaliteit. 2 procentpunt noemt daarbij Waterklaar zelf (spontaan/ongeholpen) als partij of website.

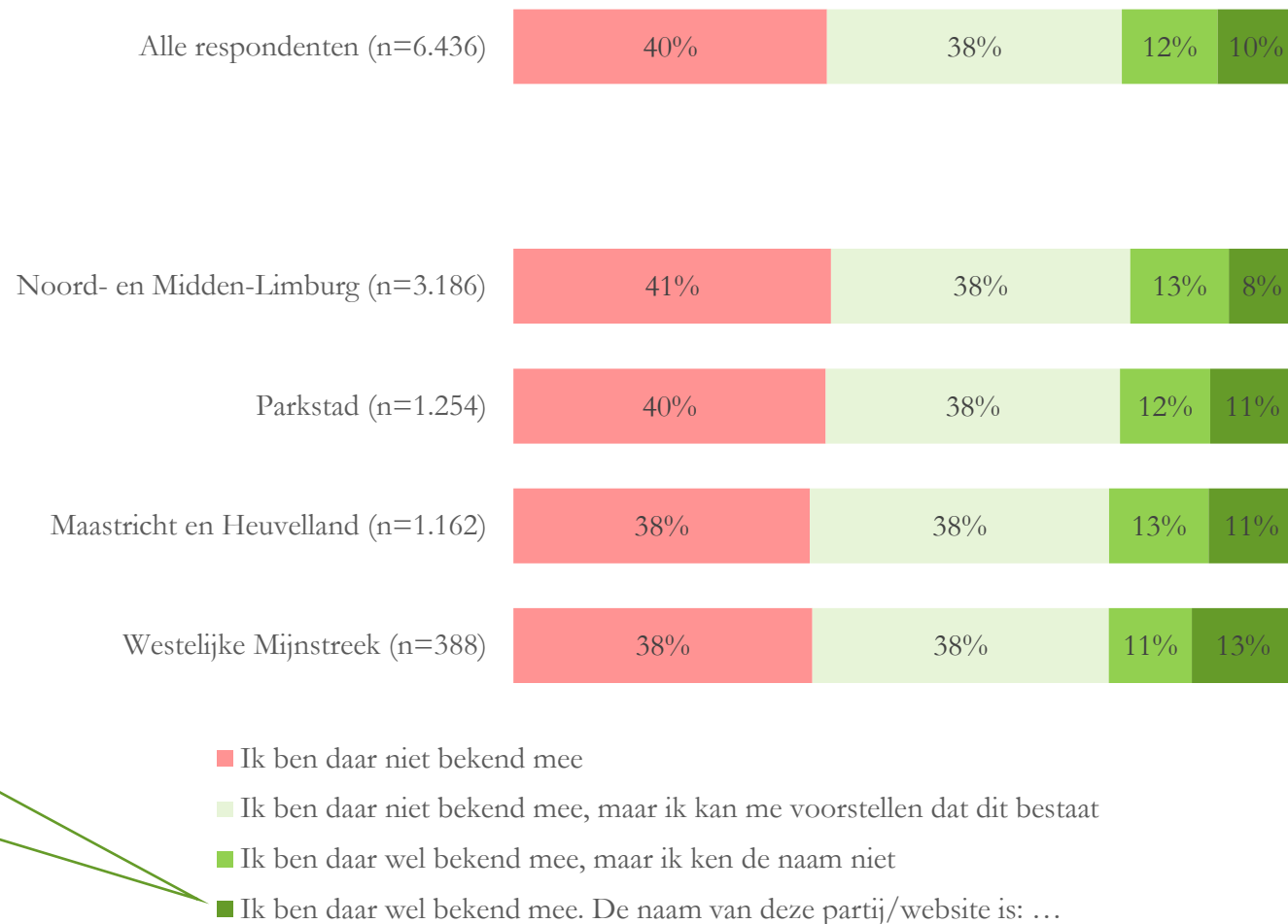
12% geeft aan een dergelijke partij of website te kennen, maar de naam niet te kunnen noemen. 78% is niet bekend met een dergelijke partij of website.

Regio's

De verschillen tussen de regio's zijn marginaal. Inwoners van de Westelijke Mijnstreek (13%) geven iets vaker dan inwoners van Noord- en Midden-Limburg (8%) aan een dergelijke partij of website te kennen.

Partijen die relatief vaak genoemd worden zijn:

- WML
- Waterschap Limburg
- Waterklaar
- Milieucentraal
- De eigen gemeente
- Verschillende politieke partijen, waaronder: PvdD, GroenLinks, FVD



NAAMSBEKENDHEID AANBIEDERS VAN INFORMATIE OVER KLIMAATVERANDERING

“6% van de Limburgers kent Waterklaar als aanbieder van informatie”

Aan de Limburgse respondenten die hebben aangegeven een partij of website (al dan niet met naam en toenaam) te kennen (22% van alle Limburgers) is een lijst met namen voorgelegd van mogelijke aanbieders van informatie over klimaatverandering. Om een beeld te krijgen van de bekendheid onder alle Limburgers, zijn de resultaten op deze vraag geherpercenteerd naar alle respondenten.

Uit bovenstaand genoemde analyse komt naar voren dat Waterklaar bij 6% van alle Limburgers bekend is.

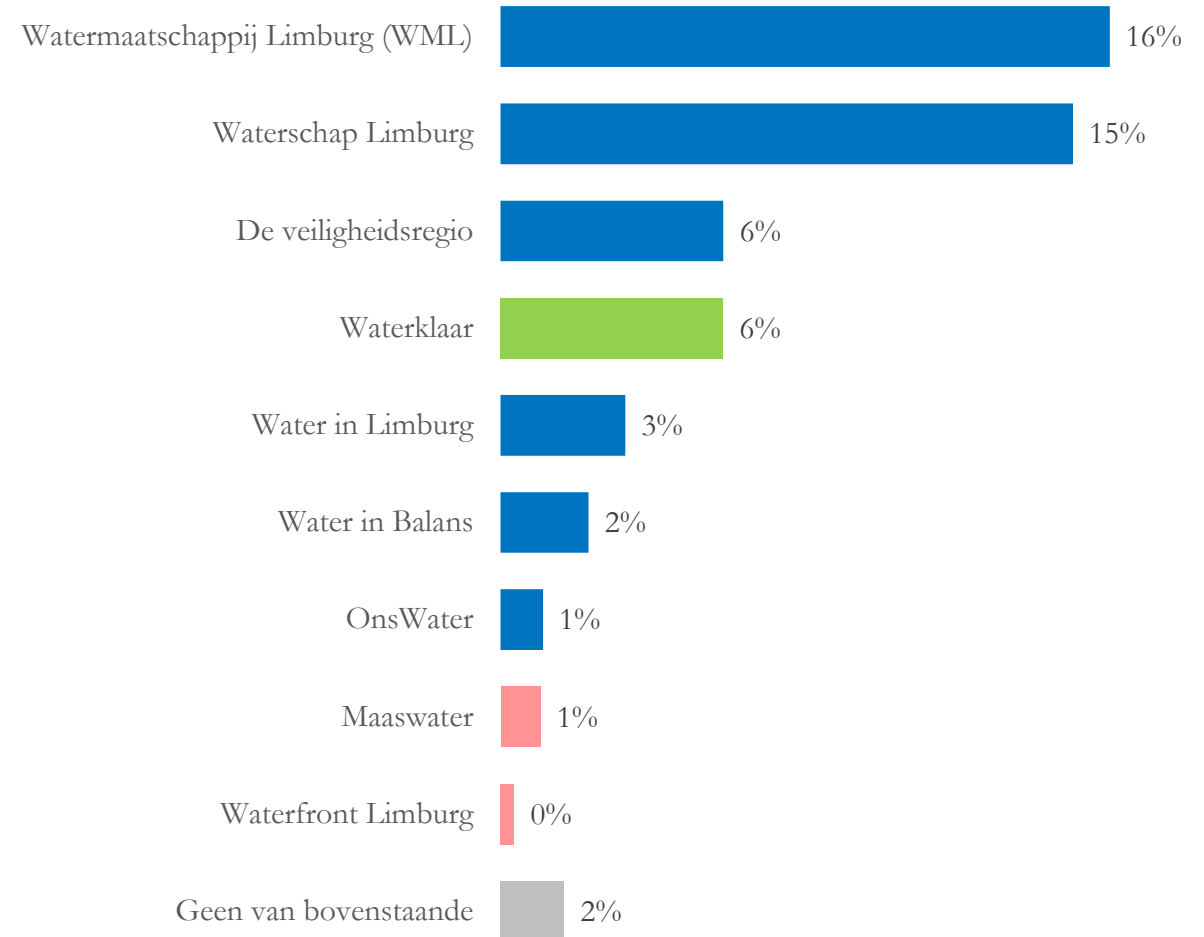
De WML (16%) en het Waterschap Limburg (15%) zijn het best bekend als aanbieders van informatie. NB: het gaat dus uitdrukkelijk niet om de algemene bekendheid van partijen of websites, maar om de bekendheid als aanbieder van informatie over klimaatverandering.

Ter controle zijn ook twee nep partijen opgenomen in de lijst. Dit maakt het mogelijk om de zuiverheid van de resultaten in te schatten*. De nep partijen Maaswater (1%) en Waterfront Limburg (afgerond 0%) scoren laag, wat indiceert dat de gevonden percentages voor de echte partijen behoorlijk zuiver zijn.

Regio's

De spontane naamsbekendheid van Waterklaar binnen de verschillende regio's verschilt niet significant:

- Noord- en Midden-Limburg: 6%
- Parkstad: 5%
- Maastricht en Heuvelland: 7%
- Westelijke Mijnstreek: 6%



* Bij naamsbekendheidsvragen geven respondenten soms aan partijen te kennen, zonder dat ze deze echt kennen, maar dit (ten onrechte) wel denken. Door nep partijen op te nemen krijgen we een indicatie van de effectgrootte.



IMAGO WATERKLAAR

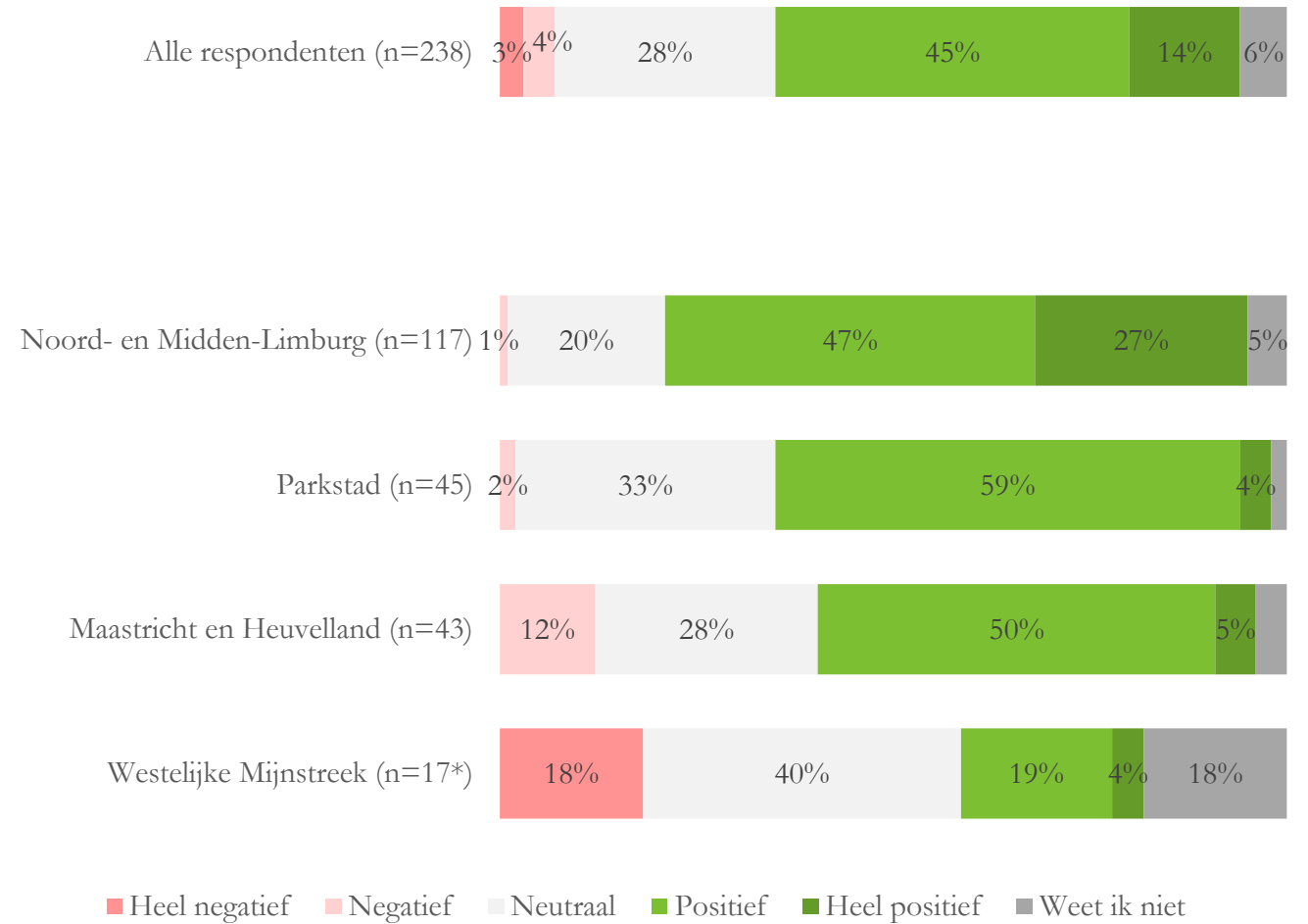
IMAGO WATERKLAAR

“Imago overwegend positief. Vooral in Noord- en Midden-Limburg.”

Limburgers die Waterklaar kennen (6% van alle Limburgers), hebben netto gezien een positief beeld van Waterklaar: 59% geeft aan een (heel) positief beeld te hebben, terwijl 7% een (heel) negatief beeld heeft. De rest (34%) antwoordt neutraal of weet het niet.

Regio's

Vooral Noord- en Midden-Limburgers zijn vaak (heel) positief over Waterklaar. Van deze groep geeft 73% dit aan. Van de Parkstedelingen geeft 63% dit aan en van de inwoners van Maastricht en Heuvelland 55%.



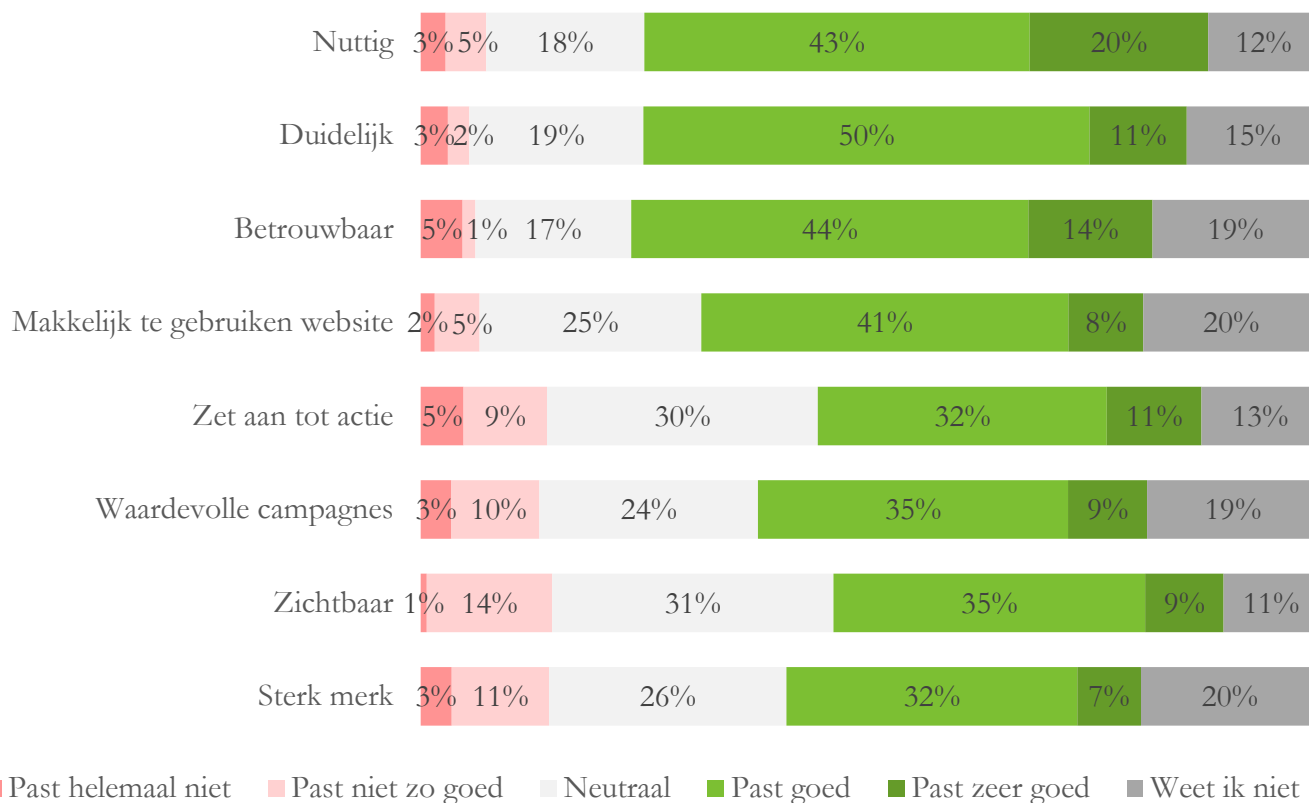
* Geen analyse mogelijk door te lage respons. De resultaten zijn indicatief.

IMAGO EIGENSCHAPPEN WATERKLAAR

“Waterklaar wordt vooral nuttig, duidelijk en betrouwbaar gevonden.”

Limburgers die Waterklaar kennen (6% van alle Limburgers), vinden gemiddeld genomen alle imago eigenschappen vaker (zeer) goed passen bij Waterklaar dan niet zo goed of helemaal niet goed.

Met name de eigenschappen nuttig (63%), duidelijk (61%), betrouwbaar (58%) en ‘makkelijk te gebruiken website’ (49%) vindt men vaak (zeer) goed passen bij Waterklaar.



Belangscores imago eigenschappen

In onderstaande tabel zijn de belangsscores weergegeven van de verschillende imago eigenschappen. Deze scores geven weer in hoeverre een imago eigenschap invloed uitoefent op de algemene imago-score van Waterklaar. Hoe hoger de belangsscore, hoe groter de invloed. Een score van 0 betekent dat er geen enkele invloed is, terwijl een score van 1 maximale invloed betekent.

Wanneer we naar de belangsscores kijken, dan valt met name op dat, behoudens de eigenschap ‘zichtbaar’ (0,04), alle eigenschappen een significante invloed uitoefenen op het imago van Waterklaar. De eigenschappen ‘nuttig’ (0,72) en ‘betrouwbaar’ (0,67) hebben daarbij de grootste invloed.

Op de volgende slide worden de waardering en de belangsscores van de eigenschappen tegen elkaar afgezet. Dit maakt inzichtelijk aan welke ‘knoppen’ Waterklaar het beste kan draaien om het imago (nog verder) te verbeteren.

Eigenschappen	Belangsscore
Nuttig	0,72
Duidelijk	0,59
Betrouwbaar	0,67
Makkelijk te gebruiken website	0,42
Zet aan tot actie	0,60
Waardevolle campagnes	0,58
Zichtbaar	0,04
Sterk merk	0,57

PRIORITEITENMATRIX WATERKLAAR

“Met name de eigenschappen ‘sterk merk’, ‘waardevolle campagnes’ en ‘zet aan tot actie’ mogen met prioriteit verbeterd worden om het imago van Waterklaar (nog verder) te verbeteren.”

In nevenstaande grafiek zijn de **waardering** van de imago eigenschappen (mate waarin men ze vindt passen bij Waterklaar) en de belangscores (mate waarin deze invloed hebben op het imago van Waterklaar) tegen elkaar afgezet voor respondenten die Waterklaar kennen.

MET PRIORITEIT VERBETEREN

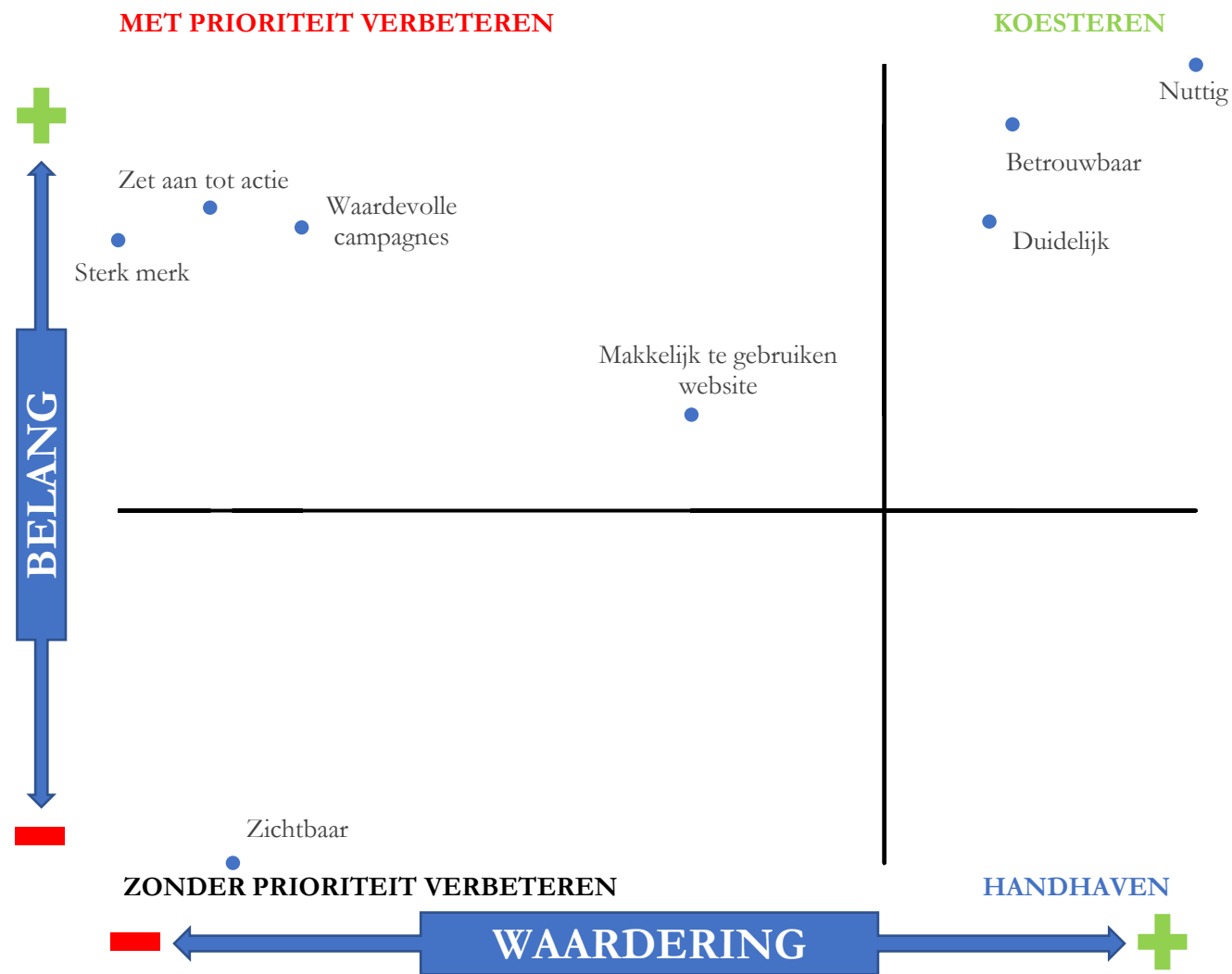
Eigenschappen die relatief laag scoren op waardering en hoog op belang (linksboven in nevenstaande grafiek), dienen **met prioriteit verbeterd te worden**. Op deze eigenschappen wordt Waterklaar relatief laag gewaardeerd, terwijl ze relatief veel invloed hebben op het imago van Waterklaar. Dit betreffen de eigenschappen ‘Sterk merk’, ‘Zet aan tot actie’, ‘Waardevolle campagnes’ en (in iets mindere mate) ‘makkelijk te gebruiken website’.

KOESTEREN

De eigenschappen ‘Nuttig’, ‘Betrouwbaar’ en ‘Duidelijk’ dienen **gekoesterd** te worden. Deze hebben ook relatief veel invloed op het imago van Waterklaar, maar Waterklaar wordt er ook relatief hoog op gewaardeerd.

ZONDER PRIORITEIT VERBETEREN

De eigenschap ‘zichtbaar’ mag **zonder prioriteit verbeterd** worden. Op deze eigenschap wordt Waterklaar relatief laag gewaardeerd, maar deze eigenschap heeft vrijwel geen invloed op het imago van Waterklaar.



TOELICHTING OP NIET-GEBRUIKSVRIENDELIJKHEID WEBSITE WATERKLAAR

n=13 respondenten hebben aangegeven de website van Waterklaar niet gebruiksvriendelijk te vinden. De gegeven antwoorden op de vraag of ze dit konden toelichten staan onderstaand weergegeven. De antwoorden zijn letterlijk weergegeven en kunnen dus spel- en taalfouten bevatten.

- 'Te veel chaos'
- 'te grote afstand tot bewoner'
- 'te ambtelijk, er is maar één oplossing - dus star'
- 'informatie over subsidies is lastig te vinden'
- 'ik woon in Maastricht, over deze regio was weinig tot geen regionaal nieuws, je komt altijd automatisch op een andere regio terecht'
- 'Ik kon informatie specifiek over Valkenburg a/d Geul niet vinden, mbt subsidies'
- 'de laatste keer dat ik keek stonden overal dezelfde maatregelen. Hij lijkt niet geüpdatet'
- 'De informatie is wat te vrijblijvend, vind de keuze naar een gemeente niet altijd goed werken, gevoel in cirkeltjes te gaan. Informatie is dan toch niet specifiek genoeg waardoor je niet tot actie over gaat.'
- '2 adviseurs, tegengestelde adviezen die niet volledig waren, uiteindelijk problemen gehad met het niet goed aflopen van water onder de stoep.'

WAAR KENT U WATERKLAAR VAN?

“Waterklaar is vooral bekend via informatie vanuit de eigen gemeente.”

Respondenten die Waterklaar kennen, kennen het vooral van informatie vanuit de gemeente (51%). Ook promotiecampagnes (37%), de website (31%) en de afkoppelsubsidie (31%) worden relatief vaak genoemd.

Regio's

Met name opvallend is het feit dat respondenten uit Noord- en Midden-Limburg (53%) veel vaker aangeven Waterklaar te kennen van de afkoppelsubsidie (overige regio's <20%). Ook noemen zij met 47% relatief vaak de website (overige regio's <30%). In Maastricht en Heuvelland (51%) kent men Waterklaar relatief vaker van promotiecampagnes dan in Parkstad (19%).

	Alle respondenten (n=239)	Regio			
		Maastricht en Heuvelland (n=43)	Noord- en Midden-Limburg (n=117)	Parkstad (n=45)	Westelijke Mijnstreek (n=17*)
Van informatie vanuit de gemeente	51%	55%	53%	32%	71%
Van promotiecampagnes	37%	51%	41%	19%	27%
Van de website	31%	20%	47%	29%	9%
Van de afkoppelsubsidie	31%	16%	53%	19%	7%
Van social media	23%	28%	17%	29%	20%
Van artikelen in (Limburgse) kranten	20%	20%	19%	26%	13%
Andere weg	11%	9%	17%	7%	4%
Weet ik niet	2%	0%	0%	3%	13%

* Geen analyse mogelijk door te lage respons. De resultaten zijn indicatief.

An aerial, semi-transparent 3D rendering of a city with a water management system overlaid. The city buildings and streets are shown in a light, semi-transparent style. A network of red and blue lines represents water pipes and channels, connecting various parts of the city. A large, curved blue structure, possibly a reservoir or a large pipe, is visible on the right side. The overall scene is set against a light blue background.

BEZOEK WEBSITE WATERKLAAR

Hieronder staat een korte omschrijving van Waterklaar. Lees deze alstublieft rustig door en beantwoord daarna de volgende vragen:

"We krijgen vaker te maken met hittegolven en hevige neerslag. Dit zorgt voor watertekorten in droge perioden en wateroverlast tijdens piekbuien. Niet langer de tuin sproeien, geen gewassen meer beregenen en extreme hitte zorgen voor overlast en gezondheidsproblemen tijdens langdurige droge perioden. In tegenstelling daarop staan in natte perioden de straten blank, lopen kelders onder en vervuult het rioolwater onze omgeving. Het wordt meer regel dan uitzondering als we niet ingrijpen. Het is goed te weten dat gemeenten samen met waterorganisaties allerlei maatregelen nemen om overlast in uw wijk te voorkomen. Zij kunnen de overlast niet alleen oplossen. Alleen met uw hulp maken we het verschil! Het doel van de Waterklaar campagne is het stimuleren van inwoners om zelf maatregelen te nemen. Samen waterklaar!"

TRIGGER BEZOEK WEBSITE WATERKLAAR

“Antwoord op vragen’ en ‘algemene informatie’ grootste triggers om website Waterklaar te bezoeken.”

Van alle respondenten geeft iets meer dan de helft (53%) aan dat ze zouden kunnen overwegen de website van Waterklaar te bezoeken als ze een vraag zouden hebben. Ook algemene informatie (47%) is een relatief veel genoemde trigger. 12% geeft aan dat niets hen zou kunnen triggeren.

Regio's

In de Westelijke Mijnstreek (32%) wordt het aanvragen van subsidie relatief vaak als trigger om de website van Waterklaar te bezoeken genoemd.

	Alle respondenten (n=6.285)	Regio			
		Maastricht en Heuvelland (n=1.142)	Noord- en Midden-Limburg (n=3.117)	Parkstad (n=1.231)	Westelijke Mijnstreek (n=386)
Als ik een vraag heb	53%	53%	53%	51%	57%
Voor algemene informatie	47%	45%	49%	47%	45%
Om subsidie aan te vragen	27%	26%	28%	25%	32%
Als ik reclame van Waterklaar zou zien	25%	23%	25%	26%	21%
Andere reden	5%	4%	6%	5%	3%
Niets	12%	11%	11%	12%	12%

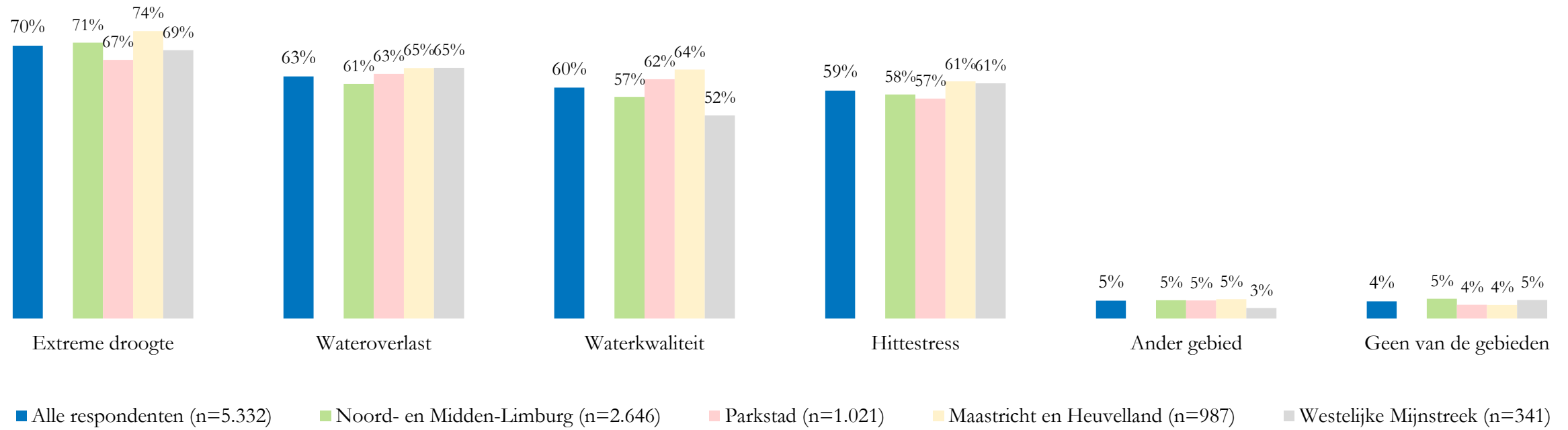
GEBIED WAAROP MEN INFORMATIE WENST

“Alle onderwerpen door meerderheid genoemd als gebied waarop men informatie zou willen.”

Op de vraag op welk gebied men informatie zou willen, geven respondenten die informatie zouden willen het vaakst extreme droogte aan (70%). Echter de andere drie onderwerpen volgen op korte afstand (tussen 59% en 63%).

Regio

Alle regio's laten een vergelijkbaar beeld zien. In Maastricht en Heuvelland (74%) en Noord- en Midden-Limburg (71%) wordt extreme droogte iets vaker genoemd. Waterkwaliteit wordt in Maastricht en Heuvelland (64%) en Parkstad (62%) iets vaker genoemd.



GEWENSTE INFORMATIE

“Vooral aan ‘tips over maatregelen die men zelf kan nemen’, informatie over ‘subsidieregelingen’ en ‘praktijkvoorbeelden’ is behoefte.”

Met name aan ‘handige tips over maatregelen die men zelf kan nemen’ heeft een groot deel van Limburg behoefte: 78% geeft dit aan. Daarnaast worden informatie over ‘subsidieregelingen’ (55%) en ‘voorbeelden uit de praktijk’ (54%) vaak genoemd. Ook ‘technisch advies’ wordt met 40% relatief vaak genoemd.

Regio

In Maastricht en Heuvelland worden ‘technisch advies’ (44%) en ‘verhalen van ambassadeurs’ (13%) relatief iets vaker genoemd. In de Westelijke Mijnstreek (60%) worden ‘subsidieregelingen’ iets vaker genoemd dan in Noord- en Midden-Limburg (54%).

	Alle respondenten (n=6.255)	Regio			
		Maastricht en Heuvelland (n=1.134)	Noord- en Midden-Limburg (n=.3.113)	Parkstad (n=1.222)	Westelijke Mijnstreek (n=388)
Handige tips over maatregelen die je zelf kan nemen	78%	80%	76%	79%	78%
Subsidieregelingen	55%	55%	54%	56%	60%
Voorbeelden uit de praktijk	54%	56%	54%	53%	51%
Technisch advies	40%	44%	38%	40%	38%
Verhalen van ambassadeurs	9%	13%	9%	8%	8%
Andere informatie	5%	5%	6%	4%	5%
Weet ik niet	9%	8%	9%	9%	8%



BIJLAGE – ANALYSE OP LEEFTIJD

In deze bijlage worden de resultaten uitgesplitst naar drie leeftijdscategorieën weergegeven. Hierbij worden enkel relevante en significante verschillen expliciet benoemd.

De categorieën:

Jongeren: Jonger dan 40 jaar

Middelbaren: 40-65 jaar oud

Ouderen: 65+ jaar oud

HITTESTRESS, EXTREME DROOGTE, WATEROVERLAST EN WATERKWALITEIT

Bezigheid met onderwerpen

Naarmate Limburgers ouder zijn, zijn ze iets vaker bezig met:

- Extreme droogte: Van de jongeren is 81% daar ten minste een beetje mee bezig, van de middelbaren 86% en van de ouderen 91%
- Wateroverlast: jongeren 76%, middelbaren 81%, ouderen 84%
- Waterkwaliteit: jongeren 71%, middelbaren 83%, ouderen 89%

Informatiekanalen voor informatie over klimaatverandering

Naarmate Limburgers ouder zijn, ontvangen ze informatie over klimaatverandering steeds vaker van televisie, kranten en tijdschriften en steeds minder vaak van sociale media, andere websites (dan gemeentelijke websites) en familie/vrienden/kennissen (zie onderstaande tabel voor details).

	Leeftijdscategorieën		
	Jongeren (n=422)	Middelbaren (n=2.963)	Ouderen (n=3.576)
Televisie	71%	83%	93%
Kranten	44%	54%	79%
Sociale media	52%	38%	19%
Andere websites	44%	39%	26%
Vrienden/familie/kennissen	33%	21%	20%
Tijdschriften	14%	16%	23%

MAATREGELEN

Aantal genomen maatregelen

Naarmate Limburgers ouder zijn, nemen ze iets vaker maatregelen tegen:

- Hittestress: Van de jongeren neemt 64% ten minste enkele maatregelen, van de middelbaren 68% en van de ouderen 71%
- Extreme droogte: jongeren 49%, middelbaren 54%, ouderen 57%

Toekomstplannen

Naarmate Limburgers ouder zijn, neemt de kans licht af dat ze toekomstplannen hebben om (nog meer) maatregelen te nemen: Van de jongeren geeft 21% aan geen toekomstplannen te hebben, van de middelbaren 27% en van de ouderen 32%.

Incentives

Naarmate Limburgers ouder zijn, neemt de kans af dat ze aangemoedigd kunnen worden tot het nemen van maatregelen door subsidie/vergoedingen, advies van een expert, een informatieve website of het goede voorbeeld van anderen (zie onderstaande tabel voor details).

	Leeftijdscategorieën		
	Jongeren (n=380)	Middelbaren (n=2.683)	Ouderen (n=3.297)
Subsidie/vergoedingen	75	58	44
Advies van een expert	41	36	33
Een informatie website	34	29	28
Als ik zie dat anderen het ook doen	19	11	9

Waterkwaliteit

Jongeren (40%) nemen iets minder vaak maatregelen die bijdragen aan de waterkwaliteit (middelbaren 50% en ouderen 51%).

INFORMATIEKANALEN EN NAAMSBEKENDHEID

Informatiekanalen

In onderstaande tabel is, per leeftijdscategorie, weergegeven waar Limburgers informatie over klimaatverandering zouden gaan zoeken, indien ze daar naar op zoek zouden zijn. Enkel antwoorden waarop verschillen gevonden zijn, zijn weergegeven.

	Leeftijdscategorieën		
	Jongeren (n=379)	Middelbaren (n=2.657)	Ouderen (n=3.263)
Ik zou op internet gaan zoeken	86%	84%	79%
Ik zou naar de website of het loket van mijn gemeente gaan	24%	26%	33%
Ik zou navraag doen bij vrienden, familie, kennissen	23%	17%	17%
Ik zou naar een specifieke website gaan	9%	13%	14%

Spontane naamsbekendheid aanbieders van informatie

Jongeren geven iets vaker aan bekend te zijn met een partij of website die informatie aanbied over klimaatverandering: 13% noemt een specifieke website of partij (middelbaren: 9%, ouderen: 8%). Jongeren noemen daarbij ook vaker Waterklaar: 6% van alle jongeren kan Waterklaar spontaan benoemen (middelbaren en ouderen beide 1%).

Geholpen naamsbekendheid aanbieders van informatie

Ook geholpen is Waterklaar onder jongeren het best bekend. Van de jongeren geeft 11% aan Waterklaar te kennen (middelbaren 4%, ouderen 3%).

BEZOEK WEBSITE WATERKLAAR

Trigger bezoek website Waterklaar

Naarmate Limburgers ouder zijn, zien ze in het aanvragen van subsidie veel minder vaak een trigger om de website van Waterklaar te bezoeken. Ook reclame van Waterklaar triggert minder sterk, naarmate men ouder is (zie onderstaande tabel voor details).

	Leeftijdscategorieën		
	Jongeren (n=373)	Middelbaren (n=2.597)	Ouderen (n=3.177)
Als ik een vraag heb	52%	47%	43%
Voor algemene informatie	50%	51%	59%
Om subsidie aan te vragen	44%	26%	13%
Als ik reclame van Waterklaar zou zien	29%	26%	19%

Gebied waarop men informatie wenst

Naarmate Limburgers ouder zijn, geven ze vaker aan informatie te willen op het gebied van waterkwaliteit. Voor de onderwerpen extreme droogte, hittestress en wateroverlast geldt het omgekeerde: naarmate men jonger is, geeft men vaker aan informatie te willen op deze gebieden.

Gewenste informatie

Naarmate men ouder is, geeft men minder vaak aan behoefte te hebben aan informatie over subsidieregelingen, voorbeelden uit de praktijk, technisch advies en verhalen van ambassadeurs (zie onderstaande tabel voor details).

	Leeftijdscategorieën		
	Jongeren (n=374)	Middelbaren (n=2.587)	Ouderen (n=3.162)
Subsidieregelingen	71%	55%	39%
Voorbeelden uit de praktijk	58%	55%	48%
Technisch advies	43%	40%	36%
Verhalen van ambassadeurs	11%	10%	7%

TOPONDERZOEK

Toponderzoek is een Horsters no-nonsense bedrijf, dat sterk is in **het raadplegen van meningen**. In een mondige wereld waarin men direct resultaat wil zien, is het raadplegen van meningen / ervaringen / beleving van belang om te overleven.

Onze **professionele en flexibele medewerkers** hebben **interesse** voor uw onderzoeksvraag om de beleving en inzichten vanuit de maatschappij regulier zichtbaar te maken. Door een **transparant inzicht** in hetgeen leeft en speelt onder inwoners / bestuurders / politici, levert dit beter beleid en meer draagvlak op. Tips worden aangeleverd. Tevens toetst u of ingezette acties resultaat hebben.

Toponderzoek faciliteert dit proces als onafhankelijk onderzoeksbureau TIPTOP voor u. Het onderzoeksbureau heeft de beschikking over ruim 100 eigen Tip-burgerpanels, het overheidspanel 'Overheid in Nederland' en het 'Ambtenarenpanel'.



Toponderzoek
Herstraat 20
5961 GJ Horst

www.Toponderzoek.com
enquete@toponderzoek.com
085-4860100

Toponderzoek is lid van MOA.