

December 2021

# Klimaatuitdagingen: Belg zet de overheid aan het roer

Steven Trypsteen  
Economist  
Brussel +32 (0) 477 71 07 96  
Steven.Trypsteen@ing.com

Een enquête van ING, uitgevoerd door ipsos<sup>1</sup>, toont aan dat 28% van de Belgen actief gestopt is met het kopen van bepaalde producten nadat ze ontdekten dat deze niet milieuvriendelijk waren. In vergelijking met andere landen is dat aan de lage kant. Slechts 15% denkt dat hun individuele acties een significante impact heeft op de CO<sub>2</sub>-uitstoot. Dat relatief lage percentage kan een verklaring zijn waarom een internationaal gezien eerder klein deel van de bevolking verkiest zijn gedrag te wijzigen.

61% van de Belgen geeft aan dat ze het moeilijk vinden om te weten welke producten duurzaam zijn. Meer kennis en juiste informatie hierover zou in principe moeten bijdragen aan het vertrouwen en de wil van de consument om duurzamer te consumeren. Maar de consument heeft een verkeerde inschatting van de CO<sub>2</sub>-uitstoot van individuele acties. Zo denken de Belgen dat recycleren de beste manier is om de CO<sub>2</sub>-uitstoot te verminderen, terwijl er andere acties zijn die een veel groter effect sorteren.

59% van de Belgen denkt dat duurzaam geproduceerde voeding altijd duurder is. En die mogelijke meerprijs wil niet iedereen betalen. Zo zegt 45% van de Belgen dat ze bij een lager inkomen minder zouden letten op de duurzaamheid en herkomst van de voedingsmiddelen en de boodschappen die ze kopen. Dit percentage ligt nog hoger in landen waar het per capita inkomen lager is. In Turkije, bijvoorbeeld, gaat het om 77% van de respondenten.

Het lijkt erop, tenslotte, op dat de consument zelf voorlopig vooral kijkt naar de overheid om de klimaatproblematiek aan te pakken. Zo vindt 56% van de Belgen dat bedrijven die oplossingen bieden voor de klimaatuitdagingen, zoals windenergie en elektrische voertuigen, ondersteuning moeten krijgen van de overheid. Bedrijven die financiële steun krijgen van de overheid moeten volgens 69% van de Belgen ook voldoen aan verplichtingen die bijdragen aan het behalen van de klimaatdoelstellingen.

## Consument niet happig om gedrag te wijzigen

Om te polsen of consumenten duurzaamheid belangrijk vinden, hebben we enkele stellingen voorgelegd. We vroegen of de respondenten actief gestopt zijn met het kopen van producten van een bedrijf nadat ze ontdekt hadden dat ze niet milieuvriendelijk waren. In België gaat 28% akkoord met deze stelling, wat aan de lage kant is in vergelijking met andere Europese landen (Grafiek 1). Enkel in Nederland ligt dit percentage lager (23%). In Duitsland, Polen, Spanje en Turkije tonen meer mensen zich gevoelig aan de milieu-impact van hun aankopen, respectievelijk 34%, 38%, 46% en 62%.

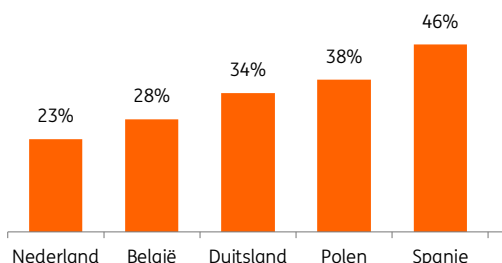
Een juiste inschatting maken van het eigen gedrag is soms moeilijk en dit is nog meer het geval bij onderwerpen waar mensen politiek correct willen antwoorden. Bij vragen omtrent het milieu zou dit het geval kunnen zijn. Daarom vroegen we onze respondenten om ook het gedrag van hun vrienden en familie omtrent het milieu te beoordelen: "Hebben uw vrienden en familie hun gedrag dit jaar veranderd uit zorg voor het milieu?" We vinden echter geen grote verschillen met de antwoorden op de stelling over het eigen gedrag. Net zoals bij de stelling over het eigen gedrag gaat 28% van de Belgen akkoord

<sup>1</sup> De enquête werd uitgevoerd tussen 16 en 27 september bij meer dan 1000 Belgen. De enquête werd ook uitgevoerd in Duitsland, Nederland, Polen, Spanje, en Turkije. De stalen zijn telkens representatief voor de volledige bevolking.

met de stelling dat vrienden en familie een meer milieuvriendelijk leven zijn gaan leiden (Grafiek 2). De wil om politiek correct te antwoorden is dus niet zo belangrijk bij Belgen.

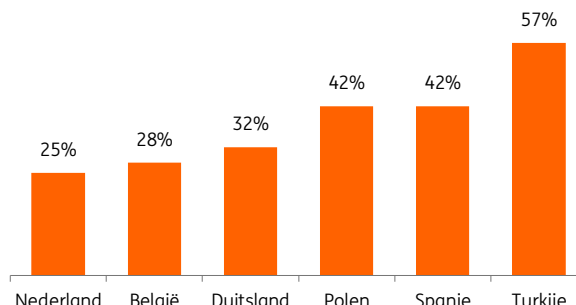
De resultaten voor andere landen verschillen ook niet erg, maar het percentage dat akkoord gaat met de stelling over het gedrag van vrienden en familie is in alle andere landen, behalve Polen, lager dan bij de stelling over hun eigen gedrag.

**Grafiek 1** Percentage dat akkoord gaat met de stelling: “Ik ben actief gestopt met het kopen van producten van een bedrijf nadat ik had ontdekt dat het niet milieuvriendelijk is”



Bron: ING

**Grafiek 2** Percentage dat akkoord gaat met de stelling: “Ik heb gemerkt dat mijn vrienden en familie dit jaar hun gedrag hebben veranderd uit zorg voor het milieu”



Bron: ING

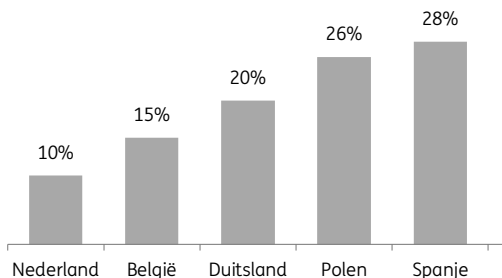
**Amper 15% van de Belgen denkt dat zijn acties een significant effect hebben op de milieu- en sociale uitdagingen van deze wereld**

Een verklaring voor de relatief lage bereidheid om het gedrag te wijzigen is misschien het feit dat weinig Belgen overtuigd zijn dat individuele actie een significant effect heeft op de milieu- en sociale uitdagingen van deze wereld. Slechts 15% van de Belgen is daarvan overtuigd, wat aan de lage kant is in vergelijking met andere landen (Grafiek 3). In Turkije, bijvoorbeeld, is dat percentage gelijk aan 35%.

**61% van de Belgen weten niet of een bepaald product duurzaam is**

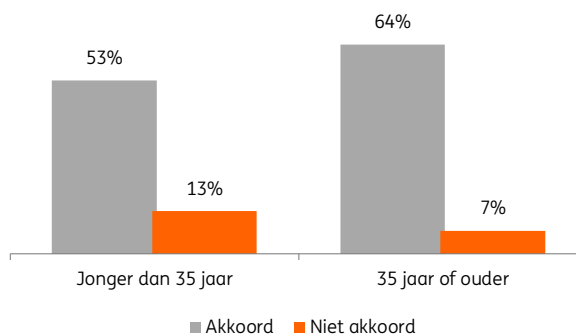
We merken ook op dat Belgen het moeilijk vinden om te weten of een product duurzaam is of niet (61% van de Belgen vindt het moeilijk). Dat is meer het geval bij de Belgen die 35 jaar of ouder zijn dan bij jongeren (Grafiek 4). Het gebrek aan kennis kan de reden zijn waarom de Belgen weinig vertrouwen hebben dat hun gedrag een verschil kan maken. Het geven van de juiste informatie zou dit in principe kunnen verhelpen.

**Grafiek 3** % dat denkt dat individuele actie een significant effect heeft op de milieu- en sociale uitdagingen van deze wereld



Bron: ING

**Grafiek 4** Percentage dat akkoord of niet akkoord gaat met de stelling: “Het is moeilijk om te weten of een product duurzaam is of niet”



Bron: ING

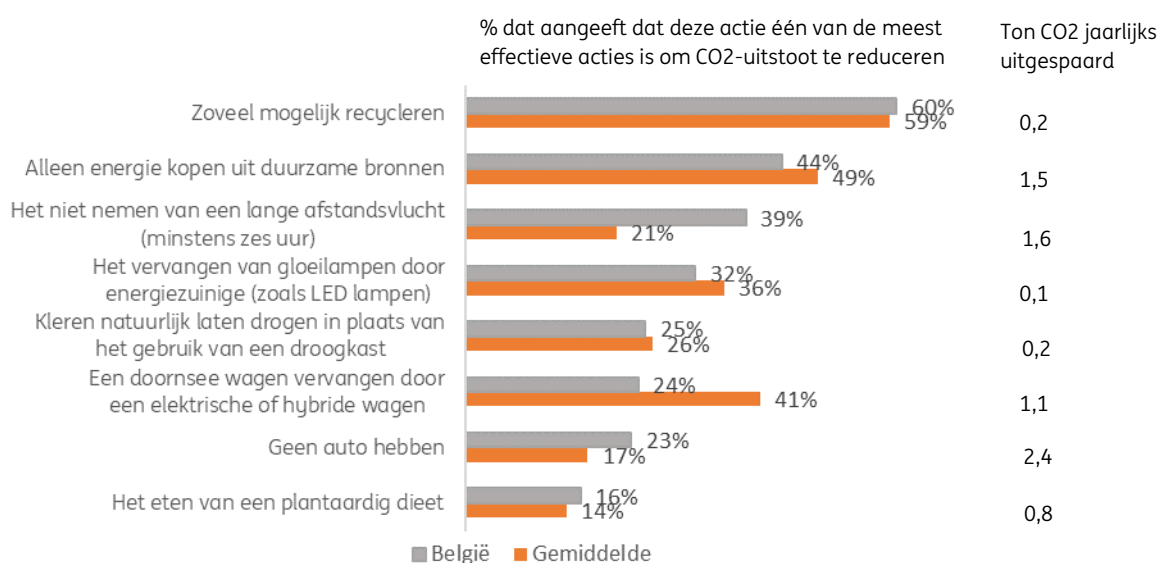
## Onvoldoende kennis over efficiënte aanpak klimaatuitdagingen

Een enquête eerder uitgevoerd door Ipsos (publicatiedatum April 2021) toonde bovendien aan dat de kennis over hoe efficiënt bepaalde acties zijn om de CO<sub>2</sub>-uitstoot te verlagen, beperkt is. Zo denkt 60% van de Belgen dat recycleren één van de meest effectieve maatregelen is om de CO<sub>2</sub>-uitstoot te verlagen, terwijl deze actie in realiteit slechts op de zevende plaats staat van onderzochte acties. Gemiddeld genomen zou een persoon die zoveel mogelijk recycleert 'slechts' 0,2 ton CO<sub>2</sub> uitsparen (Grafiek 5). Dit staat in schril contrast met de optie om geen auto te bezitten. Deze actie spaart 2,4 ton CO<sub>2</sub> uit, terwijl slechts 23% van de Belgen denkt dat dit één van de efficiëntste gedragswijzigingen is.

Over het algemeen wijkt België hierin niet echt af in vergelijking met andere landen. Er zijn twee noemenswaardige verschillen. Ten eerste denkt een hoger percentage van Belgen dat het niet nemen van een lange afstandsvlucht een effectieve actie is (39% van de Belgen tegenover een wereldwijd gemiddelde van 21%). Ten tweede denkt een lager percentage van Belgen dat het vervangen van een doorsnee wagen door een hybride of elektrische wagen een effectieve actie is (24% van de Belgen tegenover wereldwijd gemiddelde van 41%).

Het bijschaven van de kennis omtrent dit onderwerp zou in principe het vertrouwen van de consument en de wil om duurzaam te consumeren moeten verhogen.

**Grafiek 5: De volgens Belgen meest efficiënte acties om CO<sub>2</sub>-uitstoot te verminderen**



Bron: Ipsos

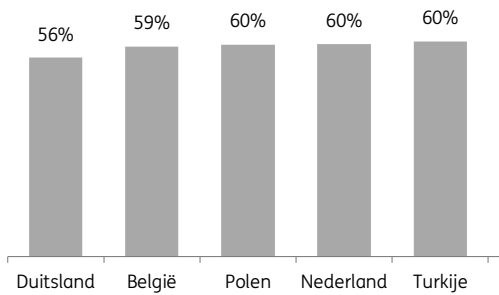
Noot: Het gemiddelde omvat een groep van zowel hoge als middeninkomenslanden. Voor meer info zie [hier](#).

## 59% van de Belgen vindt duurzame voeding duur

59% van de Belgen denkt dat duurzaam geproduceerde voeding altijd duurder is. In vergelijking met de andere gepeilde landen zit België in het midden. In Duitsland denkt 56% dat duurzaam geproduceerde voeding altijd duurder is, terwijl 68% van de Spanjaarden die mening is toegedaan.

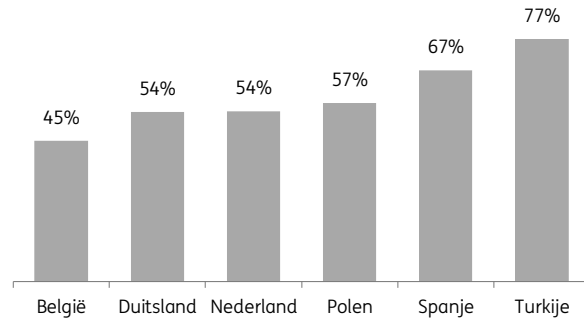
Een belangrijke vraag is dan natuurlijk of de consument bereid is om die mogelijke meerprijs te betalen. Zou de consument in het geval van inkomensverlies een even grote aandacht besteden aan duurzaamheid? Uit onze enquête blijkt dat 45% van de Belgen bij een lager inkomen minder zouden letten op de duurzaamheid en herkomst van de voedingsmiddelen en de boodschappen die ze kopen. Dit percentage ligt nog hoger in landen waar het per capita inkomen lager is. In Turkije, bijvoorbeeld, gaat het om 77% van de respondenten. Dit geeft wel aan dat bij financiële krapte de consument eerder op de prijs dan op de duurzaamheid let.

**Grafiek 6** Percentage dat akkoord gaat met de stelling: “Ik denk dat duurzaam geproduceerde voeding altijd duurder is”



Bron: ING

**Grafiek 7** Percentage dat akkoord gaat met de stelling: “Als ik minder geld te besteden heb, zal ik minder letten op de duurzaamheid en herkomst van het eten en de boodschappen die ik koop”



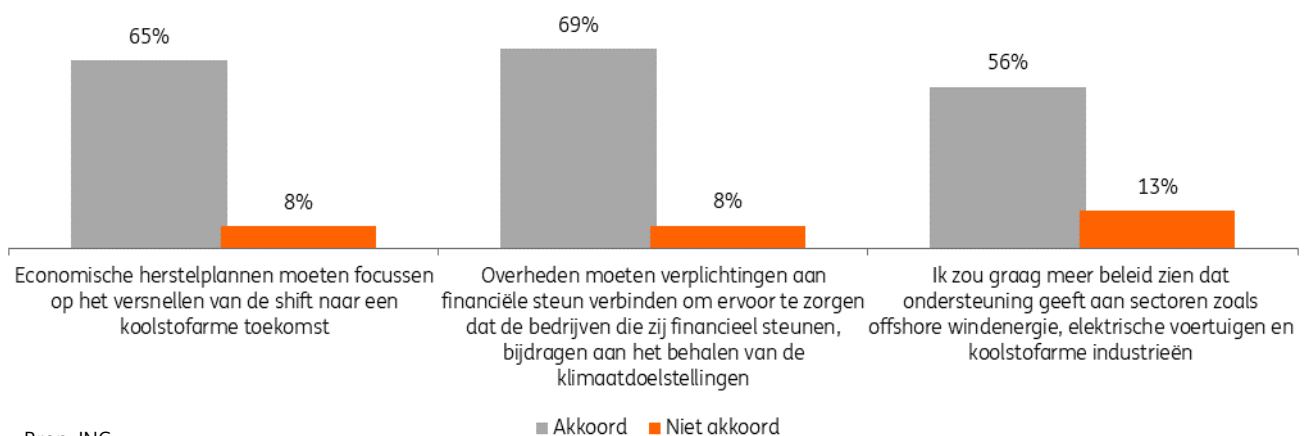
Bron: ING

### Consument zet overheid aan het roer

Over het algemeen geven Belgen aan dat ze hun gedrag niet sterk wijzigen in het licht van de milieu-uitdagingen. Maar de Belg is wel overtuigd dat er iets moet gebeuren. In de eurobarometer van juni peilde de Europese Commissie naar wat volgens de Belgen het belangrijkste wereldprobleem is en klimaatverandering stond op nummer één, gevolgd door armoede (inclusief honger en een tekort aan drinkwater). De verspreiding van besmettelijke ziekten stond pas op een gedeelte vierde plaats. De overstromingen van deze zomer in België en andere Europese landen zullen dat gevoel alleen maar versterkt hebben. Maar wie moet dan actie ondernemen?

Het lijkt erop dat de Belg vooral naar de overheid kijkt. 65% van de Belgen gaat bijvoorbeeld akkoord met de stelling dat economische herstelplannen moeten focussen op het versnellen van de shift naar een koolstofarme toekomst (Grafiek 8). En 69% van de Belgen vindt dat financiële overheidssteun aan bedrijven moet gepaard gaan met verplichtingen die het halen van de klimaatdoelstellingen ondersteunt. Ook bedrijven die oplossingen bieden voor de klimaatuitdagingen zouden meer steun moeten krijgen. 56% van de Belgen zou graag meer beleid zien dat sectoren zoals offshore windenergie, elektrische voertuigen en koolstofarme industrieën (meer) subsidieert. België is hierin echter geen uitzondering. Ook in andere landen vinden we vergelijkbare cijfers. Dit geeft aan dat de consument de factuur van de verduurzaming nog altijd liefst wil doorschuiven naar de belastingbetaler. Wat natuurlijk paradoxaal is, want de consument is een belastingbetaler.

**Figuur 8: De consument kijkt naar de overheid voor actie**



Bron: ING

## Disclaimer

Deze publicatie, opgesteld door de afdeling Economische en Financiële Analyse van ING België N.V. ("ING") is uitsluitend bedoeld ter informatie en houdt geen rekening met de beleggingsdoelstellingen, financiële situatie of middelen van een bepaalde gebruiker. De informatie in deze publicatie is geen aanbeveling om te beleggen en is geen juridisch, fiscaal of beleggingsadvies noch een aanbod of uitnodiging om financiële instrumenten te kopen of te verkopen. Alle redelijke maatregelen werden genomen om ervoor te zorgen dat deze publicatie niet onwaar of misleidend is, maar ING kan niet garanderen dat de informatie volledig is of de informatie meegegeed door derden correct is. ING is niet aansprakelijk voor directe, indirecte of gevolgschade die voortvloeit uit het gebruik van deze publicatie, behoudens grove fout van ING. Tenzij anders vermeld, zijn eventuele opinies, voorspellingen of schattingen uitsluitend toe te rekenen aan de auteur(s), zoals deze gelden op de publicatiedatum. Bovendien kunnen deze zonder voorafgaande kennisgeving worden gewijzigd.

Mogelijk is de verspreiding van deze publicatie onderworpen aan wettelijke of reglementaire beperkingen in verschillende rechtsgebieden en wie die deze publicatie in handen krijgt, dient zich te informeren over, en zich te houden aan, deze beperkingen.

Op dit rapport zijn auteurs- en databankrechten van toepassing en dit rapport mag niet gereproduceerd, verspreid of gepubliceerd worden voor welke doeleinden dan ook zonder de voorafgaandelijke, uitdrukkelijke en schriftelijke toestemming van ING. Alle rechten voorbehouden. Aan de publicerende juridische entiteit, ING België N.V is vergunning verleend door de Nationale Bank van België en zij staat onder toezicht van de Europese Centrale Bank (ECB), de Nationale Bank van België (NBB) en de Autoriteit voor Financiële Diensten en Markten (FSMA). ING België N.V. is opgericht in België (ondernemingsnummer 0403.200.393 te Brussel).

Voor Amerikaanse beleggers: Wie dit rapport wenst te bespreken of transacties wenst uit te voeren met de effecten die hierin besproken werden, dient contact op te nemen met ING Financial Markets LLC, dat lid is van de NYSE, FINRA en SIPC en onderdeel is van ING, en dat de verantwoordelijkheid draagt voor de verspreiding van dit rapport in de Verenigde Staten conform de toepasselijke voorschriften.

Verantwoordelijke uitgever: Peter Vanden Houte, Marnixlaan 24, 1000 Brussel, België.