



**RESULTATEN NAMENS
NEDERLAND.**

**NAMENS
NEDERLAND**





VOORWOORD:

NAMENS NEDERLAND

Namens Nederland is een enquête die is uitgezet onder de Nederlandse bevolking. Inwoners van Nederland krijgen via de enquête – die wordt uitgevoerd op basis van een wetenschappelijke conjunct-analyse - de gelegenheid om mee te denken over de vraag waar we in Nederland naartoe willen in de komende 10 jaar, en wat we ervoor over hebben om deze ambities te realiseren. Met behulp van alle mede-initiatiefnemers hebben we zoveel mogelijk inwoners van Nederland bereikt. Ruim 170,000 mensen hebben de enquête ingevuld. De resultaten zijn gewogen om de representativiteit te waarborgen. Namens Nederland geeft daarmee het best mogelijke beeld van de stem van de inwoners van Nederland. De enquête is uitgevoerd ten tijde van de coronapandemie, met als doel een bijdrage te leveren aan de agenda voor een beter Nederland na corona.

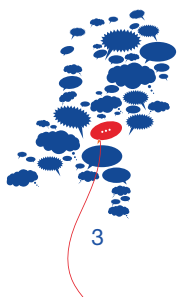
Namens Nederland is een onafhankelijk en breed gedragen initiatief van Stichting NL2025, dat wordt ondersteund door McKinsey Company en een grote groep mede-initiatiefnemers. Dit zijn de volgende maatschappelijke organisaties, koepelorganisaties, mediapartijen, vakbonden, verenigingen en bedrijven: &samhoud, ADG Groep, Albert Heijn, CNV, CSU, De Unie, Deedmob, Deloitte, DPG Media, DSM, Exterion Media, fiKks, FNV, FutureNL, G-Star, ICT Media, ING, JCDecaux, JOGG, Johan Cruyff Foundation, Jonge Klimaatbeweging, Jumbo, KBO-PCOB, KNVB, MediaMonks, MKB Nederland, MVO Nederland, NJR, nlgroei, NLvoorelkaar, NLdigital, NOC*NSF, NS, Philips, Rabobank, Randstad, RTL, Salesforce, Schooldakrevolutie, SER, Shell, SRVO, STER, Stichting LeerKRACHT, Sungevity, TomTom, Tzorg, Unilever, Vereniging Eigen Huis, Vereniging Natuurmonumenten, VNO-NCW, Vopak, VO-Raad, WNF en Young Impact.

Wij zijn alle mede-initiatiefnemers van Namens Nederland, die hebben geholpen bij het uitvoeren en onder de aandacht brengen van de enquête, dank verschuldigd. Daarnaast bedanken we alle NL2025 aanjagers die hebben geholpen - op persoonlijke titel - om het initiatief in hun achterban te verspreiden. In het bijzonder danken wij MediaMonks voor de hulp bij de website, banners en video's en Dawn voor het ontwikkelen van de huisstijl en de campagne. Dit geldt ook voor Motivaction, dat betrokken is geweest bij het voortraject, en voor SKIM, sinds 2014 onze partner bij het opstellen van de vragenlijst en de hosting.

In het bijzonder willen wij een aantal mensen bedanken voor hun hulp bij de totstandkoming van de inhoud van de vragenlijst. Dank je wel Barbara Baarsma, Marjolein ten Hoonte, Marieke Blom en Mariette Hamer. Ook veel dank aan Feike Sijbesma en Kim Putters, voor het lanceren van Namens Nederland tijdens de uitzending van Op1 op 9 januari 2020. Dit is voor het bereik van de enquête van grote toegevoegde waarde is geweest.

Tot slot danken we alle 170.000 deelnemers die de tijd hebben genomen om hun mening te geven, hun ambities te delen en ideeën te posten, zodat we in staat zijn om onze collectieve ambitie voor een beter Nederland te formuleren.

NL2025



SAMENVATTING RESULTATEN

Met de Namens Nederland enquête kunnen de inwoners van Nederland hun mening geven over wat zij het belangrijkste vinden voor de toekomst van Nederland. De uitkomsten helpen mee om tot een breed gedragen visie en aanpak te komen voor de komende 10 jaar.

De enquête laat zien dat inwoners van Nederland nu over het algemeen gelukkiger zijn met hun land dan in de periode voordat de coronacrisis begon: 56% in 2020, versus 37% in 2019 en 42% in 2014. Ondanks het uitbreken van de coronacrisis zijn mensen dus gelukkiger met Nederland dan voorheen.

Tegelijkertijd hebben de inwoners van Nederland – ongeacht hun geslacht, leeftijd of achtergrond - de ambitie om te veranderen. Er is veel draagvlak om samen een grote sprong voorwaarts te maken en zo de toekomst voor de volgende generaties zeker te stellen. Dit geldt voor de waarden die de toekomstige samenleving zouden moeten typeren, maar ook voor een aantal maatschappelijke thema's die volgens de respondenten de meeste aandacht verdienen in de komende jaren. Meer dan 90% van de inwoners van Nederland is het daarover eens. Bovendien zijn zij bereid zich daar ook zelf voor in te zetten. Gezien het grote aantal deelnemers zijn we in staat om allerlei doorsnijdingen te maken, naar bv. woonplaats. Het blijkt echter dat de verschillen tussen de Nederlanders op de vraag wat zij belangrijk vinden voor de toekomst van Nederland klein zijn. Er bestaat dus brede consensus over de richting die de inwoners van Nederland willen inslaan, zowel op het gebied van waarden als ambities.

OP WEG NAAR EEN MEER VOORUITSTREVENDE, SOCIAAL EN INTERNATIONAAL GEORIËNTEERDE SAMENLEVING, WAAR SOLIDARITEIT EN TOLERANTIE CENTRAAL STAAN

Deelnemers typeren de huidige samenleving als 'individualistisch', waarbij eigen verantwoordelijkheid en persoonlijke vrijheid centraal staan. Voor de toekomst zouden inwoners van Nederland graag zien dat de samenleving over 10 jaar meer 'sociaal' en 'voortuitstrevend' is en dat waarden zoals solidariteit en tolerantie meer centraal komen te staan. Ook hoopt men dat de Nederlandse maatschappij een meer internationale oriëntatie zal krijgen dan zij nu heeft. Dit vraagt om een verschuiving in onze collectieve waarden: geen van de waarden uit de huidige top-5 staan in de top-5 van de gewenste samenleving van over 10 jaar.

VEEL AMBITIE VOOR KWALITEITSVERBETERING OP HET GEBIED VAN KLIMAAT & LEEFOMGEVING, VEILIGHEID, ZORG EN ONDERWIJS

Als we de inwoners van Nederland op basis van verschillende scenario's vragen welke thema's zij dusdanig belangrijk vinden dat ze er zelf tijd en geld voor over hebben om gekozen doelen te realiseren, komen de volgende vier thema's naar voren: Klimaat & Leefomgeving, Veiligheid, Onderwijs en Gezondheidszorg.¹ Men is bereid om hiervoor meer belasting te betalen en gemiddeld 4.3 uur per week langer en/of intensiever deel te nemen aan de arbeidsmarkt en/of vrijwilligerswerk. 90% van de inwoners van Nederland steunt dit "menu." Een uniek en zeer positief gegeven, aangezien deze bereidheid tot extra inzet uiteindelijk kan zorgen voor een 'vliegwieleffect' voor groei en verbetering in de komende jaren.²

Klimaat & Leefomgeving

Tweederde van de respondenten vindt dat we de huidige crisis moeten gebruiken om versneld onze klimaatdoelstellingen te realiseren. Maatregelen zoals het heffen van meer belasting op klimaatbelastende producten en -gedrag en het stimuleren van lokale productie van goederen worden genoemd als

1 Zie figuur 3, p.17

2 Zie hoofdstuk 5

belangrijke speerpunten. Daarnaast is men bereid meer belasting te betalen, wanneer er meer wordt geïnvesteerd in schone lucht en groenvoorziening, duurzame gebouwen en infrastructuur en in een schone gemeente. Ook geven inwoners van Nederland aan bij te willen dragen aan een groenere klimaat en leefomgeving door milieubewuster te leven, onder andere door energie te besparen, minder vlees te eten en/of milieuvriendelijk te reizen. Tot slot zou een meerderheid van de inwoners van Nederland graag zien dat de overheid een grotere rol zou vervullen dan nu als het gaat om de klimaat en leefomgeving.

Veiligheid

Op het gebied van veiligheid zijn bijna alle respondenten bereid om meer belasting te betalen, wanneer er meer geïnvesteerd zou worden in snellere opsporing en vervolging en hogere gevangenisstraffen. Dit geldt ook voor investeringen in preventie van misdaad. Ongeveer driekwart van de respondenten is bovendien bereid om meer belasting te betalen in ruil voor meer veiligheid op straat.

Onderwijs

Binnen het thema onderwijs zien we dat men wil investeren in zowel leerlingen als leraren. Leerlingen uit 'sociaal kwetsbare groepen' verdienen volgens onze respondenten de komende jaren extra aandacht. Het aanpakken van het lerarentekort, het creëren van meer mogelijkheden om vakmensen voor de klas te zetten en kleinere klassen gelden als belangrijkste voorwaarden voor het betalen van meer belasting. Daarnaast zegt een grote meerderheid het belangrijk te vinden dat leraren in de toekomst een hoger salaris krijgen en dat er meer ruimte komt voor maatwerk. Tot slot moet er geïnvesteerd worden in digitale vaardigheden van leerlingen en docenten en in bewegingsonderwijs.

Gezondheidszorg

Op het gebied van curatieve zorg ('cure'), vindt een groot deel van de inwoners van Nederland dat er meer aandacht moet komen voor preventie. Als het gaat om langdurige zorg ('care'), is het overgrote deel van hen bereid om meer voor hun zorgpremie te betalen, wanneer er meer wordt geïnvesteerd in ouderenzorg en mantelzorg. Andere voorwaarden die hiervoor worden gesteld, zijn onder andere de vergroting van de IC-capaciteit, investeringen in maatregelen tegen toekomstige pandemieën, sneller recht op langdurige zorg en hogere salarissen voor zorgpersoneel.

Meer werk

De inwoners van Nederland zijn bereid om meer te werken om hun ambities voor Nederland waar te maken. Gemiddeld willen ze 4,3 uur per week meer werken. Dat betekent dat er ook meer werk nodig is in Nederland – hetzij in de vorm van meer banen, hetzij in de vorm van meer uren werken per baan.

GEBRUIKTE ONDERZOEKSMETHODE

Voor het onderzoek naar het ideale "menu" voor de gemiddelde inwoner van Nederland hebben we de zogenaamde conjunctie-methodiek gebruikt. Dit is een veelgebruikte onderzoekstechniek die mensen meerdere malen laat kiezen tussen verschillende opties (producten of scenario's) en waarbij statistische analyse dan berekent welke kenmerken van de opties het meest belangrijk zijn voor mensen. Deelnemers krijgen verschillende scenario's voorgelegd. Elke keer moet men kiezen welke van twee scenario's men prefereert. Bijvoorbeeld: Optie 1 = beter onderwijs, veel beter milieu en wat koopkracht inleveren; Optie 2 = een slechter onderwijs, veel beter milieu en meer koopkracht. Iedere respondent krijgt 12 van deze afwegingen steeds met een andere combinatie van thema's. De scenario's zijn 'neutraal'; m.a.w. men moet altijd iets opofferen (bijv. minder koopkracht) om iets anders te wensen (bijv. beter onderwijs). Uit de statistische analyse van de keuzes die de respondenten maken, kunnen we afleiden welke thema's mensen het allerbelangrijkst vinden en wat ze hiervoor willen opofferen. Als iemand bijvoorbeeld vaak scenario's prefereert met 'beter onderwijs' dan vindt die persoon onderwijs blijkbaar belangrijk. Door het analyseren van alle respondenten wordt dan het ideale menu voor de inwoners van Nederland bepaald.



AANLEIDING: HOE KOMT NEDERLAND HET BEST UIT DE CRISIS?

Nederland wordt getypeerd als een welvarend en gelukkig land. We scoren goed op ranglijsten met betrekking tot kwaliteit van het leven, welzijn en internationale concurrentiekracht.^{3 4} Ondanks de sterke uitgangspositie van ons land, is ook Nederland getroffen door de coronapandemie. De maatregelen om het corona virus te bestrijden hebben invloed (gehad) op alle aspecten van onze samenleving: van de gezondheidszorg, tot het onderwijs, de economie, ons gedrag en onze vrijheden.

Om zo goed mogelijk uit deze crisis te komen is het belangrijk om te weten hoe onze inwoners tegen ons land aankijken en hoe zij hopen dat Nederland er over 10 jaar uit ziet. Wat vinden inwoners van Nederland belangrijk? En wat hebben zij er eigenlijk voor over om daar te komen? Namens Nederland geeft inzicht in de antwoorden op deze vragen, die in dit rapport zijn samengevat.

Het initiatief van Namens Nederland wordt getrokken door initiatiefnemer Stichting NL2025. Dit is een beweging waarin onder andere leiders (“aanjagers”) uit het bedrijfsleven, cultuur en wetenschap, onderwijs, kunst en sport zich op persoonlijke titel vanuit het “pay it forward” principe inzetten voor een betere toekomst van Nederland. NL2025 helpt om bestaande succesvolle initiatieven nog groter te maken en de impact te vergroten door de inzet van haar kennis, expertise en netwerk. Kijk voor meer informatie op over NL2025 op www.nl2025.nl.

Doordat Namens Nederland zo’n breed gedragen inzicht geeft in wat de inwoners van Nederland willen, zijn de uitkomsten van de enquête uitermate geschikt om te gebruiken als richtsnoer voor alle organisaties die de toekomst van Nederland mede vormgeven. NL2025 gebruikt de uitkomsten om te bepalen op welke thema’s zij zich richt, en welke initiatieven zij ondersteunt. Doel is om Nederland nog beter en mooier te maken voor alle inwoners. Wij geloven dat met iedereen aan boord een verbetering mogelijk is voor alle inwoners van Nederland.

3 Nederland staat op nummer 5 van de World Happiness Index van de Verenigde Naties (2021)

4 Nederland staat in de top 13 van de meest welvarende landen ter wereld (GDP per capita ranking, 2021, bron: IMF)

RESULTATEN



METHODOLOGIE: REPRESENTATIVITEIT EN VOOR WAT HOORT WAT

REPRESENTATIVITEIT

Ruim 170.000 inwoners van Nederland hebben in 2020 deelgenomen aan Namens Nederland. De deelnemers hebben de enquête op de website NamensNederland.nl of via een link op een andere website ingevuld. De enquête is ingevuld tussen medio april 2020 en eind oktober 2020. De enquête is het grootste publieksonderzoek ooit in Nederland gehouden. Deze grote steekproef stelt ons in staat uitspraken te doen over relatief kleine groepen.

Om de kwaliteit van het onderzoek te waarborgen is een aantal maatregelen genomen: er hebben uitgebreide kwalitatieve pre-tests plaatsgevonden om de begrijpelijkheid van de vragenlijst voor de respondent te meten, de vragenlijst is geoptimaliseerd voor zowel PC's als mobiele apparaten en gedurende het veldwerk is tussentijds gecontroleerd op het verloop van de respons en eventuele onregelmatigheden.

De uitkomsten van Namens Nederland vormen een goede afspiegeling van de Nederlandse bevolking, door weging. Weging is nodig omdat deelnemers niet aselekt zijn gevraagd om mee te doen. Ze zijn benaderd via televisie, radio, kranten, internetsites, sociale media, e-mail en billboards. Bovendien zijn sommige mensen eerder geneigd om mee te doen aan het onderzoek dan anderen en heeft een (zeer) klein deel van de inwoners van Nederland geen toegang tot internet. Dat alles kan de resultaten, als hiervoor niet wordt gecorrigeerd, vertekenen. Dit verschijnsel staat bekend als 'zelfselectieonzuiverheid.'

Om te corrigeren voor de over- en ondervetegenwoordiging van bepaalde groepen is gewogen naar een aantal demografische kenmerken, zoals geslacht, leeftijd, provincie, werksituatie en samenstelling van het huishouden, en vragen omtrent politieke interesse. Het blijkt – niet onverwacht – dat met name hoogopgeleiden, ouderen en meer politiek betrokkenen vaker hebben meegedaan. Er is gebruikt gemaakt van de zogenaamde 'Gouden Standaard' van het CBS om de profielen van onze steekproef te corrigeren naar die van de Nederlandse bevolking.

Voor de weging is gebruikt gemaakt van de zogenaamde RIM-methode. Dit is een iteratieve methode om gewichten te bepalen, zodat de distributie van kenmerken waarop wordt gewogen (bijv. verhouding mannen en vrouwen) gelijk is aan die in het gebruikte referentiebestand. Bij het selecteren van de uiteindelijke wegingsvariabelen is gekeken naar (1) hoe groot de afwijking versus het referentiebestand is en (2) hoeveel invloed categorische verschillen hebben op de resultaten. Als er nauwelijks of geen invloed is, oftewel de uitkomsten tussen de verschillende groepen (bijvoorbeeld mensen uit verschillende regio's) zijn nagenoeg gelijk (na correctie voor andere factoren), dan worden deze variabelen niet, of in mindere mate, meegenomen. Elke niet in de weging betrokken variabele is getest op afwijking van het referentiepunt na weging en potentiële invloed op de uitkomsten. Alle variabelen die we niet hebben meegenomen hadden geen significante invloed.

De reden om niet onnodig te wegen is dat de betrouwbaarheidsmarges dan onnodig groter worden. Alle resultaten in dit rapport en andere publicaties van Namens Nederland zijn gewogen en kunnen als een goede afspiegeling van de Nederlandse bevolking worden beschouwd.⁵ Namens Nederland dus!

5 Mogelijk is het aandeel laaggeletterden onder de deelnemers lager dan onder de bevolking van Nederland als geheel. Net als in andere enquêtes is dit zo goed mogelijk ondervangen door middel van de gebruikte wegingsmethode.

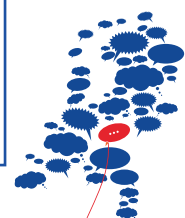
VOOR WAT HOORT WAT

Uniek aan Namens Nederland is het gebruik van de zogeheten conjunct-methodologie in een grootschalig, openbaar onderzoek. Respondenten worden herhaaldelijk gevraagd verschillende scenario's te vergelijken en er telkens één te kiezen die het meest aanspreekt. Op basis hiervan kan afgeleid worden welke aspecten van een scenario voor de respondent het meest waardevol zijn (bijvoorbeeld verbetering van het onderwijs), en welke het minst (bijvoorbeeld meer vrije tijd).

In het conjunct-gedeelte van de enquête kiezen respondenten steeds tussen twee scenario's. Elk scenario bevat vier thema's (van in totaal acht). Er worden steeds andere thema's getoond, waardoor respondenten alle thema's een aantal keer voorbij zien komen. Er is voor deze opzet (met een beperkt aantal thema's per keuze) gekozen om de keuzes voor de respondenten overzichtelijk te houden. Uitgebreide pre-tests hebben aangetoond dat deze opzet het beste werkt.

Een belangrijke eigenschap van de gebruikte methode is dat elk scenario een gebalanceerde mix van ambities en inzet vormt. Een scenario kan bijvoorbeeld beter onderwijs en veel betere zorg bevatten, maar daar staat dan een vermindering op andere thema's tegenover, bijvoorbeeld minder veiligheid of harder werken. In de conjunct-vragen is er dus nooit sprake van een afweging tussen een zeer positief scenario (alles beter) en een zeer negatief scenario (alles slechter). De gebalanceerde scenario's zijn onderling goed vergelijkbaar en benaderen de realiteit beter dan niet-gebalanceerde scenario's.

Op die manier ontstaat er een beeld van wat men wil én van wat men ervoor over heeft om datgene te bereiken: 'voor wat hoort wat.' We weten bijvoorbeeld dat de Nederlander liever 3 uur harder werkt dan inlevert op de kwaliteit van onderwijs. We weten ook dat de Nederlander liever een 10% hoger salaris wil dan een beter sociaal vangnet. Ook in andere delen van de vragenlijst is bewust geprobeerd vrijblijvende antwoorden te voorkomen, door de antwoordoptie 'weet niet' weg te laten.





RESULTATEN

PERCEPTIE VAN HET HUIDIGE NEDERLAND

HOOFDSTUK

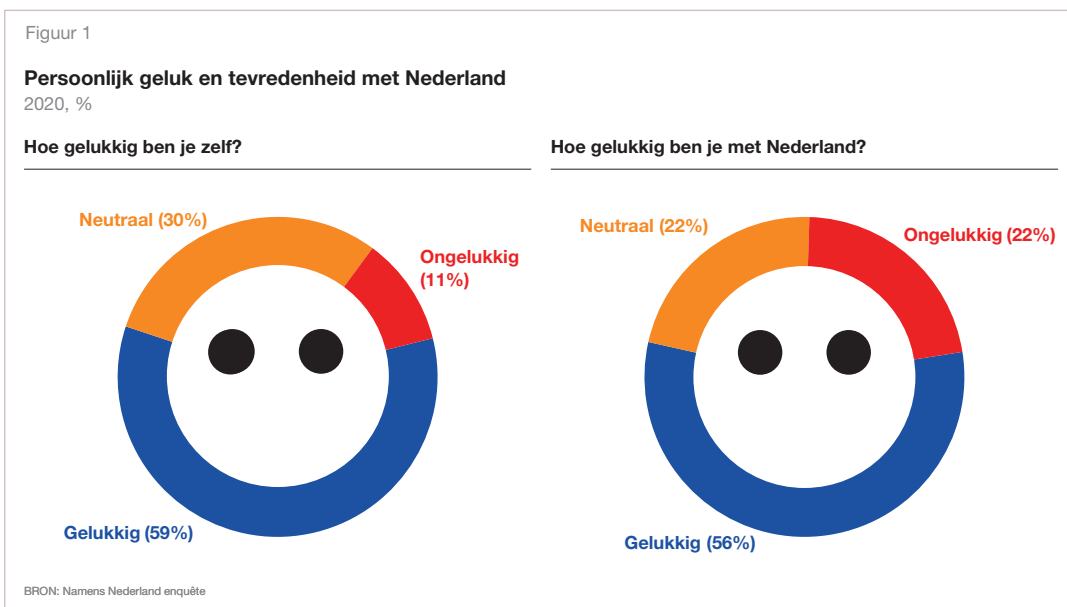
**NAMENS
NEDERLAND**



1. PERCEPTIE VAN HET HUIDIGE NEDERLAND

INWONERS VAN NEDERLAND ZIJN GELUKKIG, OP PERSOONLIJK VLAK EN MET NEDERLAND

Ondanks de huidige crisis, beschouwen inwoners van Nederland zichzelf in 2020 als persoonlijk gelukkig en zijn zij gelukkig met Nederland. Op het gebied van persoonlijk geluk, zegt 59% van de inwoners van Nederland gelukkig te zijn. In vergelijking met onze enquête uit 2014, waarin 67% aangaf gelukkig te zijn, is het percentage gelukkige mensen afgenomen. In vergelijking met 2019 - waar 58% aangaf persoonlijk gelukkig te zijn - is er echter nauwelijks verschil. Hieruit concluderen we dat de coronacrisis in het algemeen geen ingrijpend effect heeft gehad op het persoonlijke geluk van de inwoners van ons land. Met Nederland, zijn onze inwoners nu over het algemeen gelukkiger met Nederland dan in de periode voordat de coronacrisis begon: 56% in 2020 versus 37% in 2019 en 42% in 2014 (zie figuur 1).



RESULTATEN





RESULTATEN

HET GEWENSTE NEDERLAND

HOOFDSTUK

2

**NAMENS
NEDERLAND**

2. HET GEWENSTE NEDERLAND

INWONERS VAN NEDERLAND WILLEN EEN SOCIALER, VOORUITSTREVENDE EN MEER INTERNATIONAAL GEORIENTEERD NEDERLAND, WAARIN SOLIDARITEIT EN TOLERANTIE CENTRAAL STAAN

Net zoals uit de enquête uit 2014 naar voren kwam, wordt onze samenleving door de respondenten van Namens Nederland ook nu getypeerd als 'individualistisch', waarbij eigen verantwoordelijkheid en persoonlijke vrijheid centraal staan. Anders dan in 2014, zien inwoners van Nederland onze samenleving op dit moment als risicomijdend en meer op Nederland dan op het buitenland gericht. Dit laatste heeft mogelijk te maken met de huidige coronacrisis.

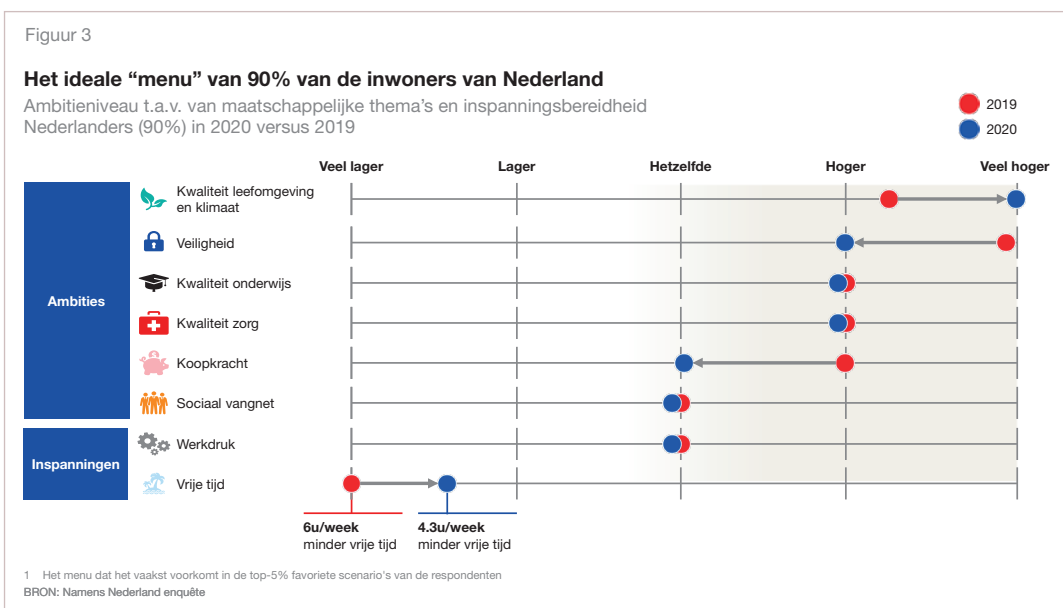
Men hoopt dat de samenleving over 10 jaar meer 'sociaal' en 'voortuitstrevend' zal zijn en dat thema's zoals solidariteit en tolerantie meer centraal komen te staan. Daarnaast hoopt men dat de Nederlandse maatschappij een meer internationale oriëntatie zal krijgen. Dit vraagt om een verschuiving in onze collectieve waarden: geen van de waarden uit de huidige top 5 in de top 5 staan van de gewenste samenleving van over 10 jaar (zie figuur 2).



90% VAN DE INWONERS VAN NEDERLAND HEEFT DE AMBITIE OM DE KWALITEIT VAN KLIMAAT & LEEFOMGEVING, VEILIGHEID, ONDERWIJS EN ZORG TE VERBETEREN

Inwoners van Nederland hebben de ambitie om de kwaliteit van Klimaat & Leefomgeving, Veiligheid, Onderwijs en Gezondheidszorg te verbeteren. Om deze verbeteringen te realiseren, zijn inwoners van Nederland bereid gemiddeld 4.3 uur per week langer en/of intensiever deel te nemen aan de arbeidsmarkt en/of vrijwilligerswerk te verrichten. Dit is 1.8 uur meer dan in 2014. Zaken die nauwelijks tot geen verandering behoeven zijn de koopkracht, het sociaal vangnet en de werkdruk (zie figuur 3, een schematische samenvatting van de resultaten van de conjoint-analyse).

Een overweldigende 90% van de inwoners van Nederland heeft deze thema's als topprioriteit voor Nederland bestempeld. Deze grote consensus, mate van ambitie en bereidheid tot extra inzet kunnen uiteindelijk leiden tot een 'vliegwieleffect' voor groei en verbetering in de komende jaren. Zie hoofdstuk 5 voor meer over het vliegwieleffect en hoofdstuk 3 voor meer details van de uitkomsten per thema.



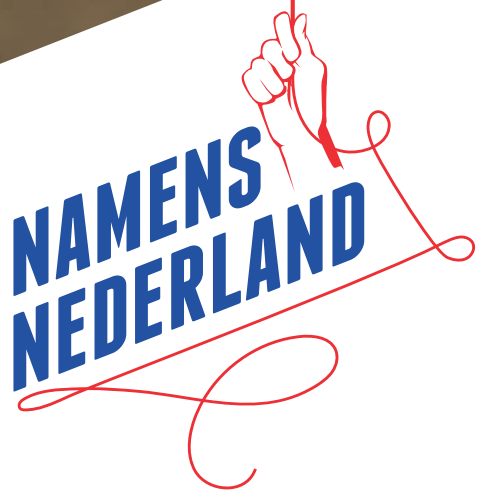


RESULTATEN

**GEWENSTE
PRIORITEITEN**

HOOFDSTUK

3

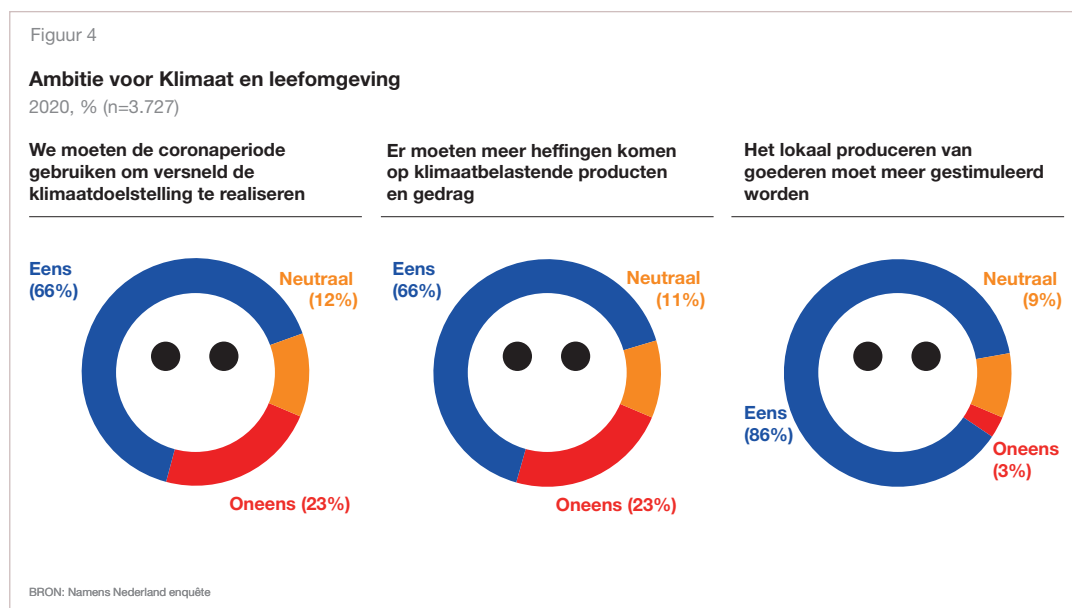


3. GEWENSTE PRIORITEITEN

In dit hoofdstuk worden de thema's die volgens de inwoners van Nederland de meeste aandacht behoeven, gedetailleerd behandeld: *Klimaat & Leefomgeving, Veiligheid, Onderwijs en Gezondheidszorg*. De appendix van dit document bevat een overzicht van de maatregelen voor alle overige thema's. Respondenten zijn gevraagd een afweging te maken tussen verschillende maatregelen die op een bepaald thema kunnen worden genomen en de kosten en baten van die maatregelen. Een voorbeeld is een hogere zorgpremie en de garantie op professionele hulp wanneer iemand oud/hulpbehoevend is, of een lagere zorgpremie en slechts de optie om mantelzorg in te schakelen.

KLIMAAT & LEEFOMGEVING: MOMENTUM VOOR VERANDERING

Inwoners van Nederland zien klimaat en leefomgeving als hét thema waar de overheid meer verantwoordelijkheid moeten nemen (zie figuur x hoofdstuk 4, 56% ziet graag een grotere rol van de overheid dan nu). Daarnaast zou een derde van de inwoners van Nederland graag zien dat we de huidige coronaperiode gebruiken om versneld onze klimaatdoelstellingen te realiseren. Eenzelfde percentage vindt dat er meer heffingen moeten komen op klimaatbelastende producten en -gedrag. Bovendien vindt 86% van de respondenten dat lokale productie van goederen de komende jaren meer gestimuleerd moet worden (zie figuur 4).



Als het gaat om zaken waar Inwoners van Nederland meer belastinggeld voor over zouden hebben op het gebied van de openbare ruimte, zien we grote overeenstemming bij de respondenten. Zo vindt 90% het belangrijk dat er meer schone lucht komt in hun woonomgeving en wil 87% dat er wordt geïnvesteerd in parken en groenvoorzieningen. 81% zou graag meer fietspaden zien en 74% wil dat er minder geluidshinder komt door verkeer. Een vergelijkbaar percentage laat blijken dat zij graag belastinggeld willen investeren in een schonere gemeente (zie figuur 5). Iets meer dan de helft van de respondenten (52%) zou graag meer belastinggeld uitgeven aan het vaker laten ophalen van afval en voor een betere kwaliteit van de wegen (51%).

Figuur 5

Ambitie voor Klimaat en leefomgeving (1/2)

2020, % (n=3.727)

Ik betaal meer voor investeringen in de openbare ruimte en...



BRON: Namens Nederland enquête

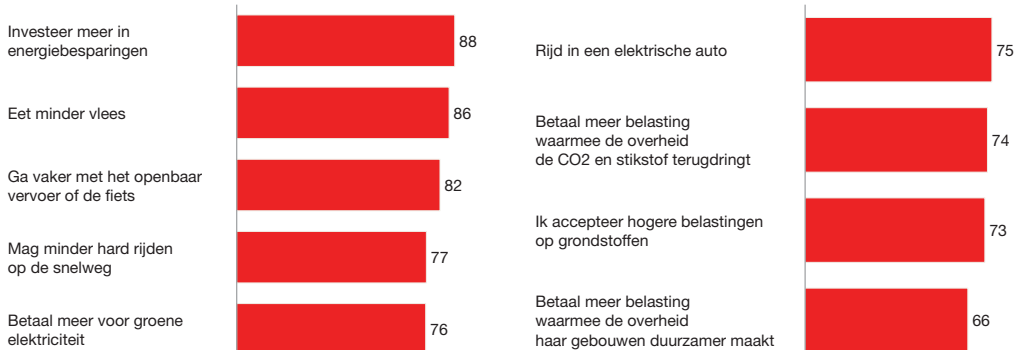
Ook als het gaat om hun directe woonomgeving zitten de inwoners van Nederland grotendeels op een lijn. Zo geven zij aan bij te willen dragen aan een groenere klimaat en leefomgeving door milieubewuster te leven. Met name door energie te besparen (88%), minder vlees te eten (86%, in verband met de relatief grote 'ecologische voetafdruk' van vlees) en/of zich bewuster met het milieu bezig te houden wanneer zij reizen (ongeveer 80%). Ook is 76% van de respondenten bereid meer te betalen voor groene elektriciteit, belastingheffing op CO₂- en stikstofuitstoot en op het gebruik van grondstoffen en voor de verduurzaming van gebouwen (zie figuur 6).

Figuur 6

Ambitie voor Klimaat en leefomgeving (2/2)

2020, % (n=3.727)

Ons klimaat en onze leefomgeving is groener en ik...



BRON: Namens Nederland enquête



VEILIGHEID: INVESTEREN IN PREVENTIE, OPSPORING, VERVOLGING EN SURVEILLANCE OP STRAAT

Hoewel veiligheid volgens de Nederlandse bevolking minder een prioriteit lijkt te zijn dan vijf jaar geleden, blijft het één van de vijf onderwerpen waarop inwoners van Nederland aangeven zich meer voor in te willen zetten. Op dit thema zien we ook dat er op een groot aantal punten consensus bestaat. Men is met name bereid om meer belasting te betalen wanneer er meer geïnvesteerd zou worden in snellere vervolging (91%), opsporing (80%, door het zoeken naar criminele- of terroristische aanwijzingen in communicatie) en hogere gevangenisstraffen (76%). Dit geldt ook voor investering in preventie van misdaad (81%) en preventie van recidive (65%). De veiligheid op straat is ook voor veel mensen belangrijk: ongeveer driekwart van de respondenten is bereid om meer belasting te betalen in ruil voor meer blauw op straat en meer dan de helft is daartoe bereid in ruil voor meer verkeerscontrole en cameratoezicht (zie figuur 7).



ONDERWIJS: INVESTEREN IN LEERLINGEN EN IN LERAREN

De overgrote meerderheid van de respondenten van Namens Nederland ziet onderwijs als een thema waarin extra moet worden geïnvesteerd - met name door de overheid - zowel in leerlingen als in leraren. 'Leerlingen uit sociaal kwetsbare groepen' worden door een meerderheid van de respondenten gezien als een groep die de komende jaren extra aandacht verdient (zie figuur 8).

Uit de enquête blijkt ook dat een kleine 90% van de deelnemers zich bereid tonen meer belasting te betalen indien het lerarentekort wordt aangepakt en er wordt geïnvesteerd in kleinere klassen. Daarnaast zegt ongeveer 80% het belangrijk te vinden dat leraren in de toekomst een hoger salaris krijgen, dat vakmensen een deel van de lessen geven en dat er meer ruimte komt voor maatwerk. Tot slot benoemt ongeveer 70% dat er geïnvesteerd moet worden in digitale vaardigheden bij leerlingen en docenten en in bewegingsonderwijs (zie figuur 9).

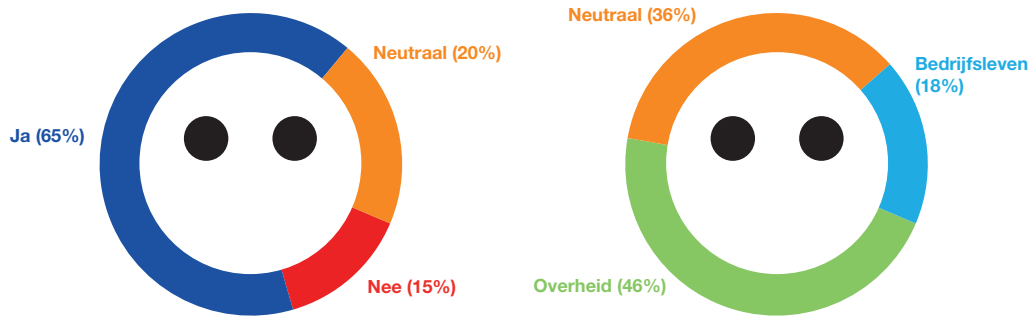
Figuur 8

Ambitie voor Onderwijs (1/2)

2020, % (n=2.588)

Er komen meer financiële middelen en betere leraren voor scholen met veel leerlingen uit sociaaleconomisch kwetsbare groepen

Zou het geld dat nu wordt uitgegeven aan onderwijs meer door de overheid of meer door het bedrijfsleven moeten worden uitgegeven?



BRON: Namens Nederland enquête

Figuur 9

Ambitie voor Onderwijs (2/2)

2020, % (n=2.588)

Ik betaal meer belasting voor onderwijs en...



BRON: Namens Nederland enquête

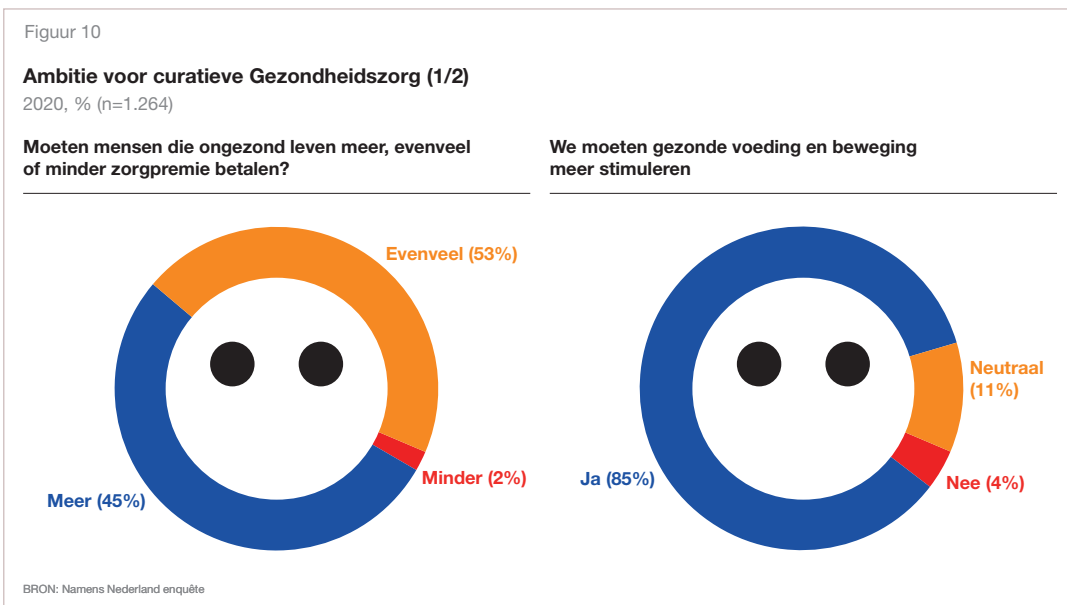
GEZONDHEIDSZORG: GEZONDHEIDSZORG VERDIENT MEER AANDACHT EN INZET, MET EEN GROTERE ROL VOOR DE OVERHEID

Zorg is voor de inwoners in Nederland ook een heel belangrijk onderwerp. Uit de resultaten blijkt dat men over het algemeen een grotere rol voor de overheid prefereert binnen de zorg (50%), versus 20% die liever een kleinere rol aan de overheid zouden willen toebedelen. Deze tendens zien we ook terug in het feit dat slechts 20% van de respondenten aangeeft liever zelf te willen sparen voor langdurige zorg in plaats van deze te bekostigen via de belasting.



Curatieve zorg: aandacht voor preventie en mantelzorg

Op het gebied van curatieve zorg vindt men dat er meer aandacht moet komen voor preventie: 85% van de inwoners van Nederland vindt dat gezonde voeding en beweging meer moeten worden gestimuleerd. Levensstijl mag volgens een kleine meerderheid (53%) echter geen invloed hebben op de hoogte van de zorgpremie (zie figuur 10). Wat wel als acceptabele reden wordt beschouwd voor een verhoging van de zorgpremie, is wanneer er meer aandacht en steun komt voor mantelzorg (65%). Precies de helft van de inwoners van Nederland is bereid om een hogere premie te betalen wanneer het eigen risico daardoor naar beneden zou gaan. Over de locatie waarop zorg wordt verleend en door wie, de afstand tot niet-acute zorglocaties en het basispakket van de zorgverzekering heerst minder overeenstemming (zie figuur 11). Dit is een interessant verschil met de uitkomsten van de enquête uit 2014, waar men juist veel duidelijkere voorkeuren had als het ging om waar zorg werd verleend en door wie, men in het algemeen meer de voorkeur gaf aan maatregelen die de productiviteit van zorg ten goede kwamen.



Langdurige zorg: een hogere premie in ruil voor een 'steviger' zorgpakket

Als het gaat om langdurige zorg wordt de garantie op zorg wanneer men oud en/of hulpbehoevend wordt (88%) door inwoners van Nederland aangemerkt als belangrijkste acceptabele reden voor een verhoging van de zorgpremie. Een andere belangrijke voorwaarde die inwoners van Nederland hiervoor stellen is dat er (wederom) meer aandacht komt voor mantelzorg (78%). Ook de vergroting van de IC-capaciteit, investering in maatregelen tegen toekomstige pandemieën, sneller recht op langdurige zorg en hogere salarissen voor zorgpersoneel gelden als voorwaarden voor een verhoging van de zorgpremie (zie figuur 12). Dit is een interessant verschil met de enquête uit 2014, waar inwoners van Nederland eerder kozen voor versoering van het zorgpakket, tegen een lagere zorgpremie. Ook dit lijkt goed verklaarbaar te zijn in de huidige context.

Figuur 12

Ambitie voor langdurige Gezondheidszorg

2020, % (n=1.388)

Ik betaal meer voor langdurige zorg en...



BRON: Namens Nederland enquête





RESULTATEN

VERANTWOOR- DELIJKHEDEN IN NEDERLAND

HOOFDSTUK

4

NAMENS
NEDERLAND



4. VERANTWOORDELIJKHEDEN IN NEDERLAND

MEER OVERHEIDSVERANTWOORDELIJKHEID OP GROTE MAATSCHAPPELIJKE THEMA'S

Het algemeen hebben inwoners van Nederland een voorkeur voor meer overheidsverantwoordelijkheid met betrekking tot grote maatschappelijke thema's, met name als het gaat om Klimaat & Leefomgeving, Onderwijs en Langdurige zorg, maar ook Mobiliteit en Sociaal vangnet.

Dit betekent een verschuiving ten aanzien van de resultaten uit de enquête uit 2014, waaruit naar voren kwam dat inwoners van Nederland juist een (lichte) voorkeur hadden voor meer eigen verantwoordelijkheid, op alle thema's behalve op het gebied van langdurige zorg.

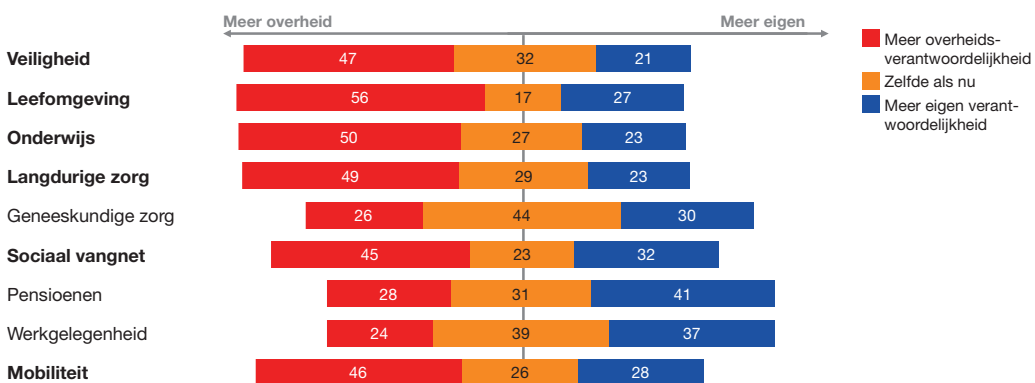
De onderwerpen waarbij inwoners van Nederland op moment wel een minder grote rol van de overheid ambiëren dan ten tijde van de vorige enquête in 2014, zijn Pensioenen en Werkgelegenheid.

Figuur 13

Nederlanders neigen naar meer overheidsverantwoordelijkheid

2020, %

Vergeleken met nu, vind je dat ... meer je eigen of meer de verantwoordelijkheid van de overheid zou moeten zijn?



BRON: Namens Nederland enquête

RESULTATEN





RESULTATEN

OP WEG NAAR
EEN BETER
NEDERLAND

HOOFDSTUK

5

NAMENS
NEDERLAND

5. OP WEG NAAR EEN BETER NEDERLAND

De grote ambitie van 90% van de inwoners van Nederland om zich in te zetten voor de een beter Nederland en daar zelfs meer uren per week voor te willen werken, kan leiden tot een additionele economische groei. In dit hoofdstuk wordt uiteengezet hoe dit ambitieuze toekomstbeeld van Nederland kan worden gerealiseerd.

HET VLEGWIEL: MEER INZET KAN LEIDEN TOT EXPONENTIËLE GROEI EN VERBETERING

Zoals in de samenvatting en in hoofdstuk 2 al kort werd aangestipt, kan een toename van werk en inzet zorgen voor een 'vliegwieleffect' van groei en verbetering, waarbij vraag en aanbod elkaar versterken (zie figuur 14): enerzijds zorgt de ambitie om meer te werken voor een toename in productiviteit en mogelijk een verbetering van de (internationale) concurrentiepositie van bedrijven en instellingen. Voor werknemers leidt het ertoe dat zij meer geld verdienen. Dit beïnvloedt hun koopkracht positief en stimuleert zo de economie. Anderzijds zorgt het voor meer belastinginkomsten door de overheid. Dit extra geld kan de overheid weer besteden aan investeringen in belangrijke maatschappelijke domeinen, zoals Klimaat & Leefomgeving, Veiligheid, Onderwijs en Gezondheidszorg. Dit alles kan weer leiden tot meer werkgelegenheid, doordat bedrijven groeien, er meer vraag is naar goederen en diensten en ook binnen de (semi-)publieke sector meer financiële ruimte ontstaat. Hierdoor wordt de productiviteit alleen nog maar groter en het 'vliegwieleffect' wordt in stand gehouden. Zo kunnen de ambities van de Nederlanders de komende jaren actief worden gerealiseerd.



WE MOETEN HET SAMEN DOEN!

De verantwoordelijkheid voor het realiseren van de ambities van Nederland ligt bij vijf actoren: de politiek, de centrale en decentrale overheid, de polder (o.a. werkgevers en werknemers), de private sector en uiteraard de inwoners van Nederland. Het is een breed gedragen ambitie van de inwoners is om een betere klimaat en leefomgeving te creëren, meer veiligheid, en beter onderwijs en betere zorg. Om ervoor te zorgen dat de wensen van de inwoners van Nederland kunnen worden gerealiseerd, zullen alle partijen gezamenlijk in actie moeten komen. Alleen samen kunnen zij ervoor zorgen dat iedereen die wil werken kan werken, dat er wordt geïnvesteerd in onderwijs, zorg en in voorzieningen op het gebied van mobiliteit, klimaat en leefomgeving en dat we tegelijkertijd zorgen voor de zwakkeren in de samenleving. Hierbij zijn afspraken die individuele en collectieve belangen met elkaar verenigen van cruciaal belang. Iedereen zal zijn of haar steentje moeten bijdragen, met ieder zijn eigen rol en verantwoordelijkheid.





RESULTATEN

CONCLUSIE
HOOFDSTUK

6

**NAMENS
NEDERLAND**

6. CONCLUSIE

SAMEN STERKER UIT DE CRISIS DOOR GEZAMENLIJKE INZET VOOR EEN BETER NEDERLAND

Namens Nederland laat ons zien dat inwoners van Nederland ondanks de coronacrisis over het algemeen gelukkig zijn en dat er brede consensus heerst over de richting die Nederland op zou moeten. De enquête laat ook zien dat de inwoners er wat voor over hebben dit te realiseren. Namens Nederland geeft ons het inzicht dat juist de mensen die je niet vaak hoort, uit het 'brede midden' van de samenleving, grote ambities hebben voor hun land en bereid zijn te investeren in een beter Nederland voor toekomstige generaties. Wanneer wij er gezamenlijk in slagen om het onbenutte potentieel in ons land in te zetten, zal er een vliegwieleffect ontstaan voor groei en verbetering, wat alle Nederlanders ten goede zal komen. Nu is het moment om daar mee te beginnen.

Namens Nederland kan dienen als richting die wij met elkaar op willen. Om dit te realiseren zullen de verschillende actoren – van de politiek, tot de overheid, de polder, de private sector en de inwoners van Nederland hun handen ineens moeten slaan en afspraken moeten maken waarin individuele en collectieve belangen worden verenigd. NL2025 levert daaraan een bijdrage door initiatieven op te schalen die helpen om ons gezamenlijke toekomstbeeld te realiseren. Op naar het Nederland van 2030.

RESULTATEN





RESULTATEN

APPENDIX



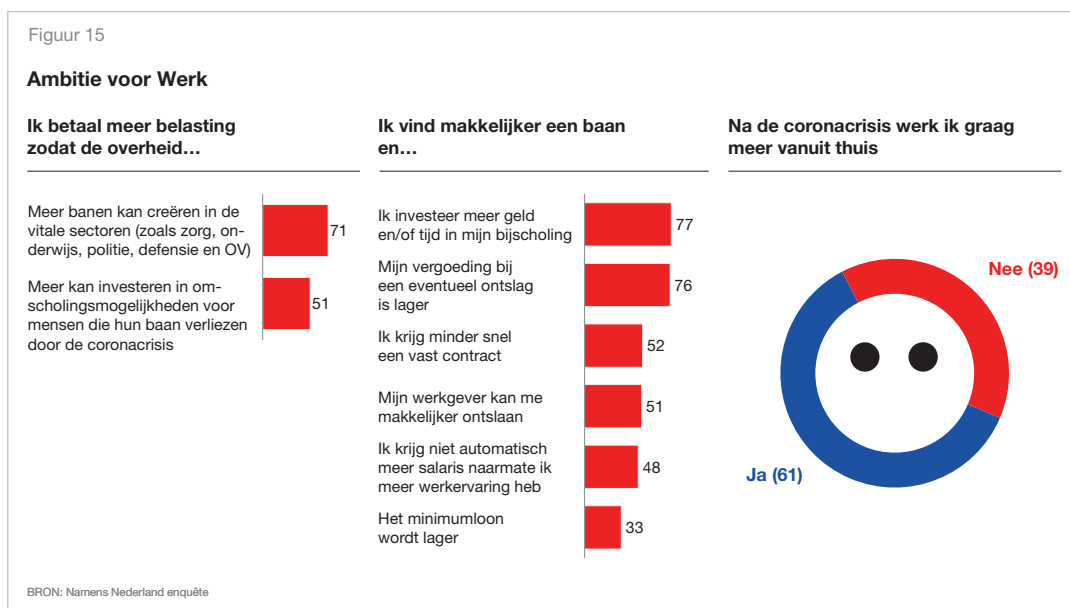
APPENDIX 1: ANTWOORDEN OP DE OVERIGE VRAGEN

Deze appendix bevat de antwoorden op vragen die in de enquête zijn gesteld over onderwerpen die niet in de top-4 staan. De antwoorden worden per thema weergegeven.

WERKGELEGENHEID & ECONOMIE: MEER BANEN IN VITALE SECTOREN, MEER BAANZEKERHEID EN VAKER THUIS WERKEN

71% van de respondenten is bereid meer belasting te betalen als er meer banen worden gecreëerd in vitale sectoren, zoals zorg, onderwijs, politie, defensie en in het OV. Iets meer dan de helft van de respondenten ziet bovendien graag dat de overheid investeert in omscholingsmogelijkheden voor onder andere mensen die hun baan verliezen door de coronacrisis.

Net zoals in de enquête in 2014, hechten inwoners van Nederland aan maatregelen die flexibiliteit op de arbeidsmarkt bevorderen, op voorwaarde dat zij makkelijker een baan kunnen vinden. Zij zijn bereid in ruil daarvoor een lagere ontslagvergoeding te accepteren (76%), minder snel een vast contract te krijgen (52%) of makkelijker ontslagen te kunnen worden (51%). Zij zijn bovendien (77%) bereid te investeren in de eigen scholing als dat het makkelijker maakt een baan te vinden. Wat betreft het thuiswerken, dat sinds de coronacrisis veel 'normaler' geworden is, geeft meer dan de helft van de respondenten aan dat ook na de crisis meer te zullen doen (61%) (zie figuur 15).



Tot slot hebben mensen geld over voor een sterker sociaal vangnet. Zo zou 76% van de inwoners van Nederland, in ruil voor minder salaris of hogere belastingen, graag zien dat het verschil tussen het minimumloon en een uitkering kleiner wordt. Ook wordt er door een meerderheid gepleit voor zaken zoals meer dagen ouderschapsverlof (72%) en een verplichte arbeidsongeschiktheidsverzekering voor ZZP'ers (63%) en de versterking van sociale netwerken door buurthuizen en buurtorganisaties (55%) (zie figuur 16).

Figuur 16

Ambitie voor Sociaal vangnet

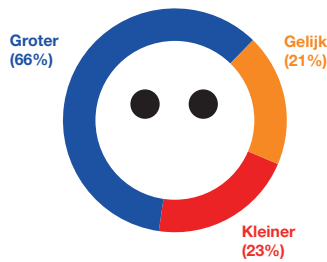
2020, % (n=868)

Ik betaal meer belasting of heb een lager inkomen en...

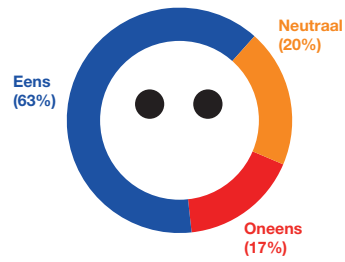


BRON: Namens Nederland enquête

Het verschil in percentage belasting tussen hoge en lage inkomens moet ... zijn in de toekomst



ZZZ'ers moeten verplicht verzekerd zijn tegen arbeidsongeschiktheid



PENSIOENEN: EIGEN VERANTWOORDELIJKHEID EN KEUZEVRIJHEID STAAN CENTRAAL

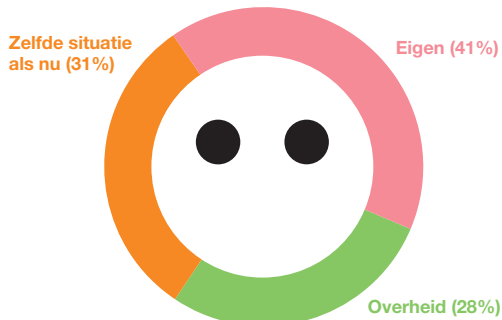
Op het gebied van pensioenen zijn eigen verantwoordelijkheid en keuzevrijheid belangrijk voor inwoners van Nederland. 41% van hen wil zelfs graag nog meer eigen verantwoordelijkheid dan nu, versus 28% die liever een grotere rol van de overheid zou zien (zie figuur 17). Daar komt bij dat slechts 20% van de inwoners van Nederland bereid is om verplicht te stoppen met werken wanneer zij de pensioengerechtigde leeftijd bereiken.

Figuur 17

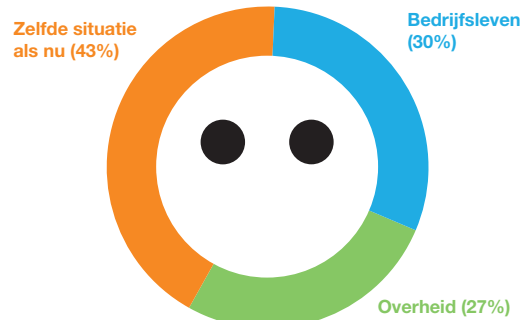
Ambitie voor Pensioenen

2020, % (n=1.934)

Vergeleken met nu, vind je dat pensioenen meer je eigen of meer de verantwoordelijkheid van de overheid zouden moeten zijn?



Zou het geld dat nu wordt uitgegeven voor pensioenen meer door de overheid of meer door het bedrijfsleven moeten worden uitgegeven?



BRON: Namens Nederland enquête



Ook zijn inwoners van Nederland bereid meer risico te accepteren met betrekking tot hun pensioen. Slechts 34% van de respondenten vindt het acceptabel een lagere pensioenuitkering te ontvangen, in ruil voor meer zekerheid over de hoogte van zijn of haar pensioen. Tegelijkertijd betalen zij liever meer premie aan hun pensioenfondsen dan dat zij zelf geld opzijzetten (67%). Over de vraag door wie het geld dat wordt uitgegeven aan pensioenen betaald moet worden, heerst een verdeeld beeld (zie figuur 18).



MOBILITEIT: MILIEUVRIENDELIJKER VERVOER EN GEBRUIKSVRIENDELIJKER EN SNELLER OV

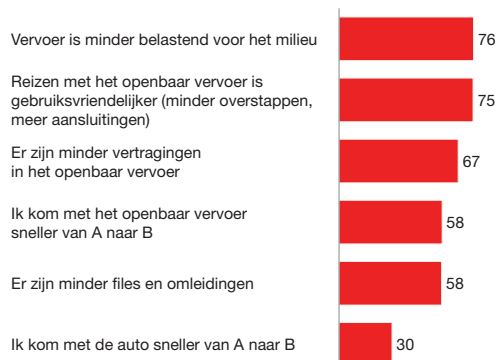
Inwoners van Nederland zijn voorstander van verschillende maatregelen ter vergroting/verbetering van de mobiliteit. Zo zijn zij bereid meer belasting te betalen wanneer vervoer in het algemeen minder belastend is voor het milieu (76%). Ook gebruiksvriendelijkheid van (75%), minder vertraging (67%), en snellere verbindingen in het OV (58%) zijn belangrijke voorwaarden hiervoor. Dit geldt ook voor de afname van het aantal files en omleidingen (58%). Sneller vervoer met de auto lijkt minder belangrijk voor de respondenten: slechts 30% wil meer betalen om met de auto sneller van A naar B te komen (zie figuur 19).

Figuur 19

Ambitie voor Mobiliteit

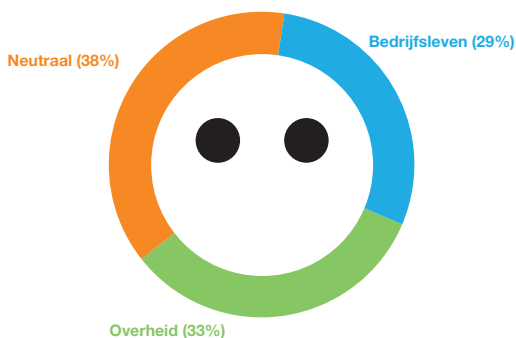
2020, % (n=1.344)

Ik ben bereid meer te betalen voor mobiliteit en...



BRON: Namens Nederland enquête

Zou het geld dat nu wordt uitgegeven voor mobiliteit meer door de overheid of meer door het bedrijfsleven moeten worden uitgegeven?



HET BEDRIJFSLEVEN: SAMENWERKING, INNOVATIE, GELIJKE BELASTINGEN, SOCIALE VOORZIENINGEN EN MEER VROUWEN AAN DE TOP

Als het gaat om het bedrijfsleven, zien we dat inwoners van Nederland graag zouden zien dat de overheid meer belastinggeld zou uitgeven aan regionale samenwerking en het stimuleren van innovatie in het bedrijfsleven (73% en 76%) als dat de welvaarts-groei en koopkracht bevordert. Daarnaast pleiten inwoners van Nederland voor het beschermen van werknemers van kleine en middelgrote bedrijven, door hen bij ziekte langer te laten doorbetalen (56%) – ook al gaat dat ten koste van de groei van de welvaart en koopkracht. Daarnaast is een kleine meerderheid tegen het voeren van lage belastingtarieven voor buitenlandse bedrijven, om hen zo naar Nederland te trekken (53%). Als het gaat om gelijkheid tussen mannen en vrouwen, pleit 53% voor de introductie van een vrouwenquotum aan de top (zie figuur 20).

Figuur 20

Ambitie voor Bedrijfsleven

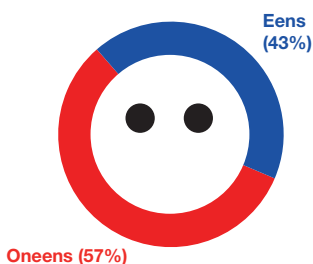
2020, % (n=1.302)

Langzamere welvaarts-groei en lagere koopkracht en...

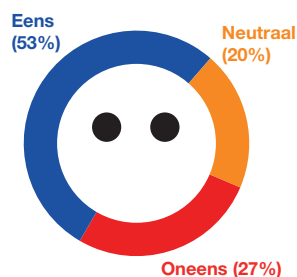


BRON: Namens Nederland enquête

Meer belasting zodat de overheid meer kan investeren in innovatie & ondernemerschap



De overheid moet een vrouwenquotum aan de top introduceren

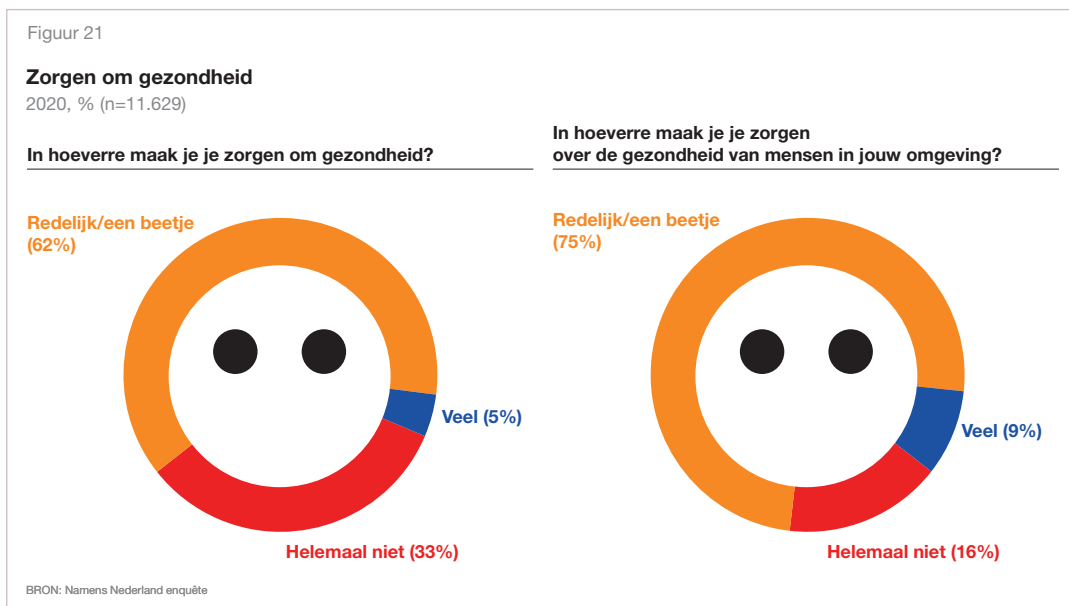


APPENDIX 2: ANTWOORDEN OP VRAGEN SPECIFIEK OVER CORONA

In deze appendix worden de antwoorden op alle vragen omtrent de coronacrisis uiteengezet. Deze antwoorden zijn geen onderdeel van het hoofddocument gezien het feit dat deze sterk afhankelijk zijn van de veranderlijke context van het specifieke moment (april tot oktober 2020) waarop de enquête is ingevuld door de respondenten.

MEN MAAKTE ZICH TEN TIJDE VAN HET INVULLEN VAN NAMENS NEDERLAND ZORGEN OVER GEZONDHEID, MAAR MINDER OVER WERK

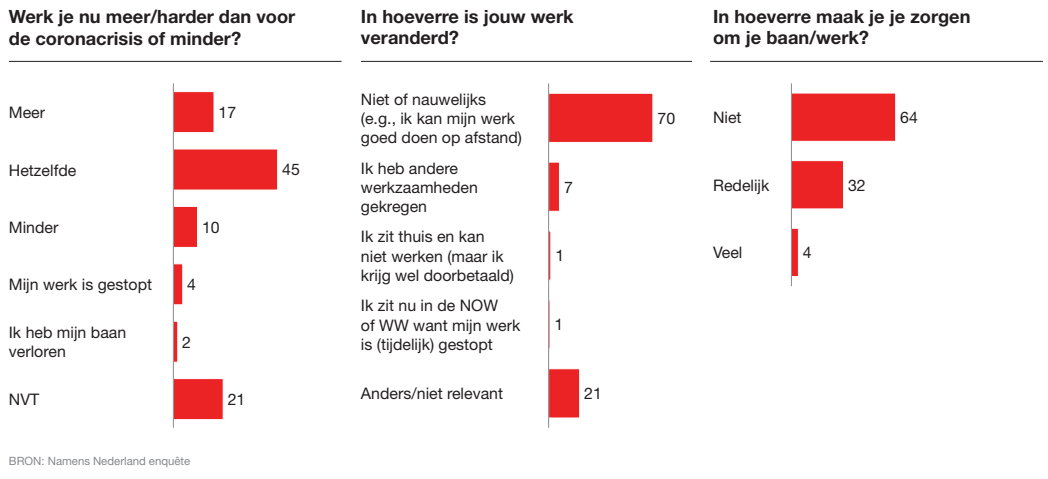
Toen de enquête werd ingevuld, gaf het merendeel van de inwoners van Nederland aan zich zorgen te maken over de gezondheid van hun naasten (75%) en tevens over zijn of haar eigen gezondheid (62%) (zie figuur 21). Tegelijkertijd laten de resultaten van de enquête zien dat de crisis voor 70% van de inwoners van Nederland hun werk niet heeft veranderd (e.g. dat zij hun werk ook op afstand goed kunnen doen). Voor 64% geldt dat zij zich op het moment van invullen geen zorgen maakten over zijn of haar baan (figuur 22). Tot slot liet 45% van de inwoners van Nederland weten dat zij op het moment van invullen net zo hard werkten als voor de crisis. 17% gaf aan meer te werken dan voor de crisis.



Figuur 22

Werk tijdens Corona

2020, % (n=5.458)



INWONERS VAN NEDERLAND WILDEN OP HET MOMENT VAN INVULLEN VAN NAMENS NEDERLAND MEER TESTEN, MEER ONDERZOEK NAAR VACCINS EN MEER ZORGCAPACITEIT

Op het moment van uitvragen, hebben de inwoners van Nederland aangegeven dat zij, als het gaat om maatregelen die we meer zouden moeten nemen, met name het testen op corona (66%), onderzoek naar vaccins/medicatie (65%) en het uitbreiden van de Nederlandse zorgcapaciteit (65%) belangrijk vonden. Ook stemde een meerderheid voor een meer Europese aanpak (i.p.v. landelijk) van de crisis (57%). Maatregelen waar volgens de inwoners van Nederland minder ingezet zou moeten worden waren het beperken van bezoek in verpleeghuizen (54%), handhaving door middel van beboeting (44%) en het inzetten van apps voor het opsporen van het virus (43%). Over zaken zoals het dragen van mondkapjes en het invoeren van protocollen, heerste een minder eenduidig beeld. Men vond dat de steun voor bedrijven (die op dat moment gold) hetzelfde moest blijven (zie figuur 23).

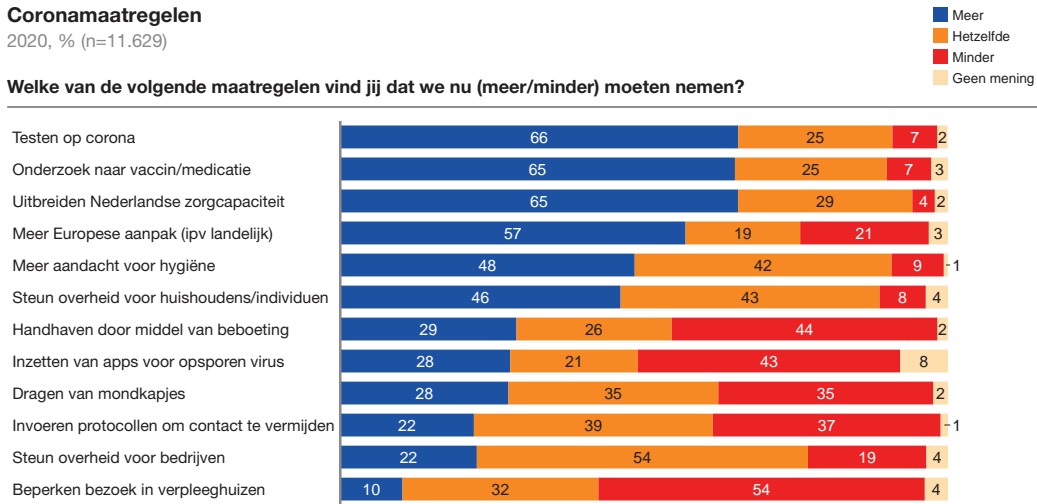


Figuur 23

Coronamaatregelen

2020, % (n=11.629)

Welke van de volgende maatregelen vind jij dat we nu (meer/minder) moeten nemen?



BRON: Namens Nederland enquête

EEN MEERDERHEID WAS TEN TIJDE VAN UITVRAGEN TEVREDEN OVER HET CORONABELEID VAN DE OVERHEID

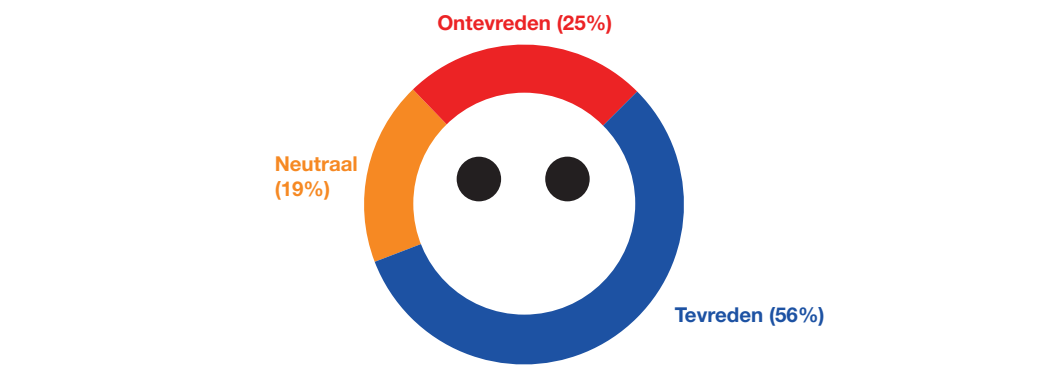
Op de vraag hoe tevreden men was over de corona-aanpak van de overheid, heeft 56% van de respondenten destijds positief geantwoord. Slechts een kwart was op het moment van invullen ontevreden en 19% was neutraal. Dit sentiment is echter zeer moment-afhankelijk. Daarom zou het vooral interessant zijn dit over een langere tijd op meerdere momenten te peilen, om te zien welke omstandigheden hier het meest bepalend voor zijn (figuur 24).

Figuur 24

Nederlanders zijn tevreden over de huidige aanpak van de overheid

2020, % (n=11.629)

Hoe tevreden ben je over hoe de overheid op dit moment de crisis aanpakt?



BRON: Namens Nederland enquête

ORGANISATIES DIE HEBBEN BIJGEDRAGEN AAN NAMENS NEDERLAND

ORGANISATIES BETROKKEN BIJ DE TOTSTANDKOMING VAN DE VRAGENLIJST EN DE MEDIACAMPAGNE

Dawn
McKinsey & Company
Mediamonks
Motivaction
SKIM
NL2025

MEDE-INITIATIEFNEMERS

&samhoud
ADG Groep
Albert Heijn
CNV
CSU
De Unie
Deedmob
Deloitte
DPG Media
DSM
Exterion Media,
fiKks
FNV
Future NL
G-Star
ICT Media
ING
JCDecaux
JOGG
Johan Cruyff Foundation
Jonge Klimaatbeweging
Jumbo
KBO-PCOB
KNVB
MediaMonks
MKB Nederland
MVO Nederland
NJR,
NLdigital

nlgroei
NLvoorelkaar
NOC NSF
NS
Philips
Rabobank
Randstad
RTL
Salesforce
Schooldakrevolutie
SER
Shell
SRVO
STER
Stichting LeerKRACHT
Sungevity
TomTom
Tzorg
Unilever
Vereniging Eigen Huis
Vereniging Natuurmonumenten
VNO-NCW
Vopak
VO-Raad
WNF
Young Impact



