



# Young Mentality

en duurzaamheid



# Young Mentality

en duurzaamheid

Praktische handvatten voor het communiceren  
met jongeren in de NME-sector

# INHOUDSOPGAVE

<b>SAMENVATTING</b>	<b>6</b>
<b>VOORWOORD</b>	<b>9</b>
<b>1 INLEIDING</b>	
Wat is YoungMentality?	10
YoungMentality en duurzaamheid	11
Voor wie?	
<b>2 JONGEREN OVER DUURZAAMHEID</b>	<b>12</b>
Inleiding	
<b>3 DE YOUNGMENTALITY-GROEPEN OVER NME</b>	
Inleiding	23
Groep 1: de Honkvaste Gemakzoekers	25
Groep 2: de Enthousiaste Verkenners	29
Groep 3: de Sociale Aanpassers	33
Groep 4: de Erkenningszoekers	37
Groep 5: de Extraverte Statuszoekers	41
Groep 6: de Eigenzinnige Idealisten	45
<b>4 YOUNGMENTALITY, WAT KUN JE ERMEE?</b>	
Inleiding	49
Stappenplan	49
Voortgezet Onderwijs	51
NME-aanbieders	52
Overheden	52
Samenwerkingsverbanden	52
Tien belangrijke vragen om te stellen	53
<b>ONDERZOEKSVERANTWOORDING</b>	<b>55</b>

# SAMENVATTING

## SAMENVATTING YOUNGMENTALITY EN DUURZAAMHEID

Jongeren vormen een enorm diverse groep, die behoorlijk lastig te 'vangen' is. Ze hebben zoveel verschillende voorkeuren, achtergronden en interesses en willen niet in een 'hokje' geplaatst worden. Toch is een goede segmentatie van deze heterogene doelgroep een onschatbaar hulpmiddel voor iedereen die Natuur- en milieueducatie (NME) effectief wil richten op jongeren. In opdracht van Programma NME hebben YoungWorks en Motivaction onderzoek verricht onder jongeren van 12 t/m 18 jaar. YoungMentality & Duurzaamheid borduurt voort op YoungMentality, een bestaand onderzoeksmodel dat kinderen en jongeren onderverdeelt in zes verschillende groepen. Deze zes groepen verschillen onderling in waarden en drijfveren, welke doorwerken in hun gedrag. Met dit vervolgonderzoek is een uniek en vernieuwend model ontstaan, dat op basis van kwalitatief en kwantitatief onderzoek inzicht geeft in de plek die

duurzaamheid inneemt in de belevingswereld van jongeren van 12 t/m 18 jaar. YoungMentality & Duurzaamheid biedt handvatten voor iedereen die met jongeren wil communiceren over duurzaamheidsthema's, of je nu bij een gemeente, een natuurorganisatie, in het onderwijs of bij een bedrijf werkt. Als je weet hoe jongeren denken over duurzaamheid kun je beter aansluiten op die drijfveren en kom je tot andere invullingen van NME.

Hieronder volgen in het kort de zes verschillende groepen. In het model hiernaast is te zien hoe de groepen zich ten opzichte van elkaar verhouden.

### De Honkvaste Gemakzoekers

Deze jongeren vinden het prettig om thuis met hun familie te zijn. Televisie kijken is hun favoriete bezigheid en hun karakter is redelijk passief te noemen. Deze groep zoekt naar veiligheid en bestaat voor een groter deel uit jongeren

onder de 14 jaar. Hun gezinsgerichtheid zorgt ervoor dat ze bij de meeste van hun activiteiten het liefst dicht bij huis blijven. Deze groep houdt zich niet erg bezig met natuur en milieu en staat ver af van de mondiale problemen op dit gebied.

### De Enthousiaste Verkenners

Deze groep jongeren is erg nieuwsgierig en continu op zoek naar verschillende en nieuwe activiteiten, spanning en afwisseling (wel vanuit een stabiele thuissituatie). Ze zijn erg actief en willen graag de beste zijn in alles wat ze doen, zoals met panna (straatvoetbal) of op school. Ze kijken niet zo vaak tv, ze zitten eerder achter de computer. Vooral gamen is populair. Ze bezoeken veel verschillende websites. Een van hun grote dromen is van hun hobby hun beroep te maken. Zij zien natuur en milieu vooral als een mogelijkheid om leuke dingen in te doen zoals sporten, spelen of avonturen beleven.

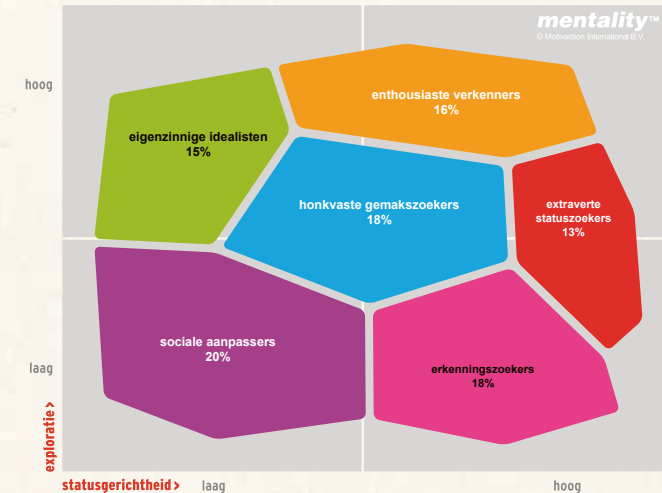
### De Sociale Aanpassers

Deze groep is niet graag alleen en heeft het liefst veel gezelligheid om zich heen. De Sociale Aanpasser is een echt 'mensenmens'. Deze jongeren maken makkelijk vrienden en passen hun gedrag snel aan. Omdat ze zich meer op mensen richten, is hun mediagebruik in vergelijking met de andere groepen laag. Deze groep hecht niet aan status en afwisseling en is redelijk mainstream. Wat betreft duurzaamheid is deze groep gevoelig voor de sociale norm. Als je ouders of vrienden zich duurzaam gedragen, doe jij dat ook.

### De Erkenningzoekers

Dit is een vrij onzekere groep. Ze zijn erg op zoek naar zichzelf en willen er graag bijhoren. Dit proberen ze onder andere te compenseren met consumptief gedrag, het dragen van merkleding en het lezen van glossy magazines om bij weg te dromen. Zij scoren dus hoog op

YoungMentality



YoungMentality-Milieus 8 t/m 18 jaar

© Motivacion International B.V.

de factor status. Hun smaak is echter redelijk mainstream te noemen, omdat ze niet van opvallen houden. Ze hebben weinig behoefte aan afwisseling: ze zitten graag thuis en gaan niet zo snel uit. Erkenningzoekers hebben een passieve houding met betrekking tot duurzaamheid en leren hierover het liefst via tv of filmpjes op internet.

### De Extraverte Statuszoekers

Deze groep is sociaal en statusgericht. Uiterlijk is belangrijk en ze kopen over het algemeen meer merkleding. Status komt ook tot uitdrukking in hun liefde voor nieuwe technologische gadgets. Hun contactgerichtheid uit zich in uitgaan en het bezoeken van grote feesten. Opvallend exploratief zijn ze niet te noemen: ze experimenteren bijvoorbeeld wel met alcohol, maar dat doen ze met hun eigen groep vrienden. Ze gaan bij voorkeur naar plekken die ze goed kennen. Duurzaamheid staat voor deze groep op

gespannen voet met hun fascinatie voor luxe en glamour. Deze groep is met het onderwerp duurzaamheid het best te bereiken als gefocust wordt op persoonlijk gewin, uiterlijk en vormgeving.

### De Eigenzinnige Idealisten

Jongeren in deze groep zijn zeer exploratief en anti-burgerlijk. Authenticiteit vinden ze belangrijk, wat zich uit in hun vaak afwijkende kledingstijl. Materieële status vinden ze niet zo belangrijk, dus merkleding speelt vrijwel geen rol. Deze groep gaat eerder voor het *customizen* (aanpassen) van bestaande kleding, juist omdat ze anders willen zijn dan de massa. Ze zijn op zoek naar veel afwisseling, wat ervoor zorgt dat ze veel nieuwe dingen doen, experimenteren en zichzelf willen ontplooiën. Eigenzinnige Idealisten zijn van nature erg betrokken bij natuur en milieu en zijn ook vooral geïnteresseerd in de internationale problematiek op dit gebied.



# VOORWOORD

“If you are thinking a year ahead, sow seed.  
If you are thinking ten years ahead, plant a tree.  
If you are thinking one hundred years ahead, educate people.  
By sowing seed once, you will harvest once.  
By planting a tree, you will harvest tenfold.  
By educating people, you will harvest one hundredfold.”

- Anonymous Chinese poet, 4th Century BC -

Er staan ons grote uitdagingen te wachten. Met een groeiende wereldbevolking leggen we een steeds groter beslag op de grondstoffen van de aarde en zullen we de grenzen van die groei gaan tegenkomen. Om hier goed mee om te gaan zijn nieuwe oplossingen noodzakelijk. Maar nieuwe oplossingen vragen om nieuwe en andere manieren van denken. Door jongeren en volwassen te betrekken bij natuur en milieu, door duurzaamheid een rol te laten spelen in de keuzes die ze maken, bieden we hen perspectief op een duurzame toekomst.

In Nederland zijn vele organisaties actief betrokken bij NME. Van bezoekerscentrum tot kinderboerderij; van lokale NME-stichting tot dierentuin en van heemtuin tot wandelroute: zowel binnen het onderwijs als in de vrijetijdsector is NME in vele vormen aanwezig. Circa 20.000 vrijwilligers en professionals in Nederland zijn betrokken bij

NME-programma's op het gebied van natuur, groen, water en energie.

Het programmabureau NME is opgericht door de ministeries van LNV, VROM en OC&W naar aanleiding van de rijksnota 'Kiezen, Leren, Meedoen'. Doel van het programma is om NME in Nederland te intensiveren. Dit doen we door partijen met elkaar samen te laten werken in arrangementen. Scholen, NME-aanbieders, provincies, gemeenten, bedrijven en maatschappelijke organisaties werken samen aan aansprekende educatieprogramma's, waarin beleidsdoelstellingen van bestuurders en organisaties worden verbonden met de belangen van scholen, jongeren en volwassenen. We zien hier inmiddels de eerste resultaten van. NME wordt niet langer gezien als 'iets leuks erbij' maar geeft een serieuze invulling aan ambities op het gebied van energie, water en groen.

Maar nog lang niet alle jongeren worden aangesproken door de boodschap van de NME-programma's. Moeten we ons daarbij neerleggen? Nee. De urgentie van de huidige natuur- en milieuvraagstukken maakt duidelijk dat dit geen optie is. De grote uitdaging is om manieren te vinden om ook jongeren te betrekken die niet van nature of van huis uit interesse in natuur en milieu hebben. Het YoungMentality-onderzoek laat zien dat dit kan. Het gaat uit van de belevingswereld van jongeren zelf en laat zien dat verschillende jongeren, die er misschien hetzelfde uitzien, een totaal andere aanpak vergen. Het programmabureau NME wil met deze publicatie concrete handvatten bieden om verschillende typen jongeren te interesseren. Een *must-read* voor iedereen die iets wil met jongeren en duurzaamheid.

Marieke van der Werf, programmamanager Arjan Klopstra, adviseur Jeugd en Jongeren Programmabureau NME, Agentschap NL



# 1. INLEIDING

## WAT IS YOUNGMENTALITY?

Hoe duurzaam zijn jongeren tegenwoordig? Hoe denken ze over klimaatverandering of de energievoorraad? Willen ze in actie komen voor natuur in hun buurt? En vooral: hoe kun je ze bereiken met NME?

Iedereen die veel met jongeren te maken heeft, weet dat op deze vragen niet eenvoudig een eenduidig antwoord te geven is. Dé jongere bestaat niet. Jongeren zijn in vele opzichten heel verschillend, en dat geldt zeker ook voor aan duurzaamheid gerelateerde onderwerpen. Voor iedereen die zich met NME bezighoudt is het van belang zicht te hebben op achterliggende factoren waarom de ene jongere bijvoorbeeld graag meewerkt aan een project over waterverontreiniging en de andere hier een regelrechte afkeer van heeft. Dit inzicht stelt ontwikkelaars, aanbieders en uitvoerders van NME namelijk in staat in gesprek te komen met diverse jongeren over natuur en milieu

en materiaal te ontwikkelen dat hen aanspreekt en aan het denken zet.

In veel onderzoeken worden jongeren ingedeeld naar leeftijd, opleiding, sekse en etnische afkomst (de zogenaamde socio-demografische factoren). Ook zien we indelingen op basis van kleding- en muziekstijl, vaak gekoppeld aan subculturen als skaters of hiphoppers. Maar zo simpel is het niet. Een indeling op leeftijd zegt weinig over denkbeelden, over hoe jongeren kijken naar de wereld om zich heen. Een meisje van zestien kan heel erg op haar gezin en vrienden en haar eigen vertrouwde omgeving gericht zijn, terwijl een ander meisje in die leeftijd al droomt over het maken van een wereldreis na haar eindexamen. Maar wat dan? Hoe krijg je meer grip op jongeren als die groep zo enorm divers is? In 2006 ontwikkelden Motivaction en YoungWorks gezamenlijk

een nieuw model om de achterliggende belevingswereld van kinderen en jongeren van 8 tot 18 jaar in kaart te brengen. Zo ontstond YoungMentality, een nieuwe indeling op basis van gemeenschappelijke waardepatronen. Deze indeling, ofwel segmentatie, in subgroepen is niet van trends en modes afhankelijk, maar juist voor de langere termijn op vele manieren toepasbaar. Door te kijken naar waarden legt YoungMentality de achterliggende factoren bloot die het gedrag en de keuzes van jongeren bepalen en laat zien in welke richting jongeren zich in de toekomst kunnen ontwikkelen. YoungMentality deelt kinderen en jongeren (8 – 18 jaar) in zes handzame profielen in, die gebaseerd zijn op hun persoonlijke opvattingen, waarden en leefstijlen. Jongeren binnen elk van die groepen lijken qua belevingswereld sterk op elkaar. Zo hebben ze bijvoorbeeld vergelijkbare interesses,

## ZEVEN FACTOREN

Bij YoungMentality analyseerden we vele factoren en legden vervolgens zeven factoren bloot waarin jongeren verschillen en die hielpen bij de indeling in homogene groepen:

**Exploratie** - In welke mate vinden jongeren spanning en afwisseling belangrijk?

**Statusgerichtheid** - Hoe belangrijk vinden jongeren het om hoog in aanzien te staan bij leeftijdgenoten?

**Contactgerichtheid** - De mate waarin jongeren sociale contacten leggen en de waarde die ze hieraan hechten.

**Idealisme** - Hoe maatschappelijk en sociaal betrokken zijn jongeren, en hoe groot is de bereidheid om 'iets' te doen voor een goed doel?

**Gezinsgerichtheid** - De mate van oriëntatie op het eigen gezin, met bijbehorende rust, orde en regelmaat.

**Toewijding** - In hoeverre willen jongeren alles zo goed mogelijk doen, van huiswerk maken tot anderen helpen?

**Mondigheid** - De mate waarin jongeren hun mening klaar hebben en deze ook in een groep verwoorden.

hobby's en toekomstplannen. Eerder werd YoungMentality onder meer ingezet om inzicht te geven in studie- en beroepskeuze in de bèta-technische sector, wat resulteerde in de studie BètaMentality. In deze studie voor het Programma NME zoomden we specifiek in op jongeren van 12 t/m 18 jaar en hun relatie met duurzaamheid en NME.

## YOUNGMENTALITY EN DUURZAAMHEID

YoungMentality werd in 2006 ontwikkeld, op basis van vele interviews met jongeren en een representatieve steekproef onder ruim 4.000 jongeren. Op zeven factoren bleken ze onderling sterk te verschillen.

Binnen die zeven factoren bleken twee factoren met name cruciaal om kinde-

ren en jongeren te kunnen indelen in homogene groepen: de factor 'statusgerichtheid' (op de horizontale as) en de factor 'exploratie' (op de verticale as).

Begin 2010 zijn we gestart met onderzoek over duurzaamheid onder jongeren van 12 t/m 18 jaar. Het traject startte met groepsgesprekken met jongeren uit de verschillende YoungMentality-milieus. Zo spraken we afzonderlijk met de Eigenzinnige Idealisten, Enthousiaste Verkenners, Honkvaste Gemakzoekers, Extraverte Statuszoekers, Sociale Aanpassers en Erkenningzoekers over educatie en duurzaamheid, en specifiek: energie, water en natuur. Op basis van de uitkomsten van deze groepsgesprekken konden we aanvullende vragen en stellingen formuleren over duurzaamheid, die we aan een veel grotere, representatieve groep jongeren van 12 t/m 18 jaar (> 1.200) uit het StempuntPanel van Motivaction hebben voorgelegd.

Uit de gesprekken en de online vragenlijst hebben we allereerst achterhaald hoe jongeren op dit moment aankijken tegen duurzaamheid. Hoe is bijvoorbeeld hun verwachting van de toekomst? Zijn ze overal optimistisch over de potentie van technologische oplossingen: is er over dertig jaar door nieuwe uitvindingen bijvoorbeeld schoon drinkwater voor de hele wereldbevolking? Of zijn ze eerder pessimistisch gestemd en maken ze zich zorgen over het verdwijnen van de natuur of het opraken van de olie? We haalden spontane associaties bij verschillende thema's naar boven en legden concrete NME-projecten aan ze voor.

Met de opgedane inzichten uit de gesprekken is een vragenlijst opgesteld voor het kwantitatieve onderzoek. Hierbij hebben we eveneens elementen uit de bekende trits kennis – houding – gedrag voorgelegd. We





begonnen met de vraag hoeveel jongeren eigenlijk weten over duurzame gedragsopties. Afvalscheiding, korter douchen, lichten uit; hier is de relatie voor de meesten helder, maar hoeveel weten jongeren over duurzaamheidsaspecten van vlees eten of minder computeren? Vervolgens hebben we naar hun houding gekeken. Maakt het jongeren eigenlijk uit hoe het met de Nederlandse natuur gaat? Interessant was het om daarna te onderzoeken welke gedragingen jongeren zelf verrichten. Hoeveel jongeren doen eigenlijk het licht uit als ze niet in die kamer zijn? En kopen ze zelf biologische producten?

Ook hebben we hun informatiebehoefte onderzocht. Hoe leren ze nu vooral over natuur- en milieuthema's en – nog relevanter – hoe zouden ze hier het liefst over willen leren?

Voor meer informatie over de onderzoeksmethodiek verwijzen we naar de verantwoording op pagina 55.

## VOOR WIE?

YoungMentality & Duurzaamheid biedt inzichten voor iedereen die betrokken is bij NME-activiteiten voor jongeren. Van beleidsmedewerkers die lokaal, provinciaal of landelijk NME-beleid uitstippelen tot voorlichters, toekomstdenkers en educatief medewerkers bij natuur- en milieuorganisaties. Van marketeers bij bedrijven met een interesse in MVO tot docenten op middelbare scholen. Hieronder volgen enkele fictieve voorbeelden.

### A. Beleid ontwikkelen

Je bent educatief medewerker bij een landelijke natuurorganisatie en werkt aan de opdracht om een nieuwe strategie te ontwikkelen voor jongeren

van 12 t/m 18 jaar. Met kinderen in de basisschoolleeftijd heeft je organisatie veel ervaring en affiniteit. Die leeftijdsgroep reageert enthousiast op activiteiten in de natuur, zo is de heersende mening intern, terwijl je van de meeste pubers amper hoogte krijgt. Een collega zei het laatst nog: 'Kunnen we niet iets doen op Hyves in plaats van activiteiten op de hei? Natuur is gewoon niet cool in die leeftijd.' Nadat je hebt gelezen over YoungMentality & Duurzaamheid realiseer je je dat jullie organisatie in de discussie over jongeren te veel generalisaties gebruikt. Er is niet één type jongere en ook niet twee (jongeren met of zonder interesse in de natuur). Er is juist een grote diversiteit en door andere drijfveren aan te spreken kun je ook activiteiten op de hei heel anders inrichten en aantrekkelijk maken.

Je zoekt contact met een aanbieder van GPS-toestellen en ontwikkelt

### CASE: MADNES

Een voorbeeld van een goed gerichte activiteit is het MadNes Festival dat in juni 2010 voor de derde keer op het strand van Ameland werd georganiseerd. Op MadNes kun je golfsurfen, windsurfen, kitesurfen, skimboarden, SUP'en en skateboarden. Er zijn clinics om de sporten onder de knie te krijgen en je kunt materialen huren. Verder treden reggae-, ska-, punk-, rock- en surfbandjes op die het publiek goed op weten te zwepen.

MadNes wordt elk jaar in de maand juni georganiseerd. MadNes is partnerships aangegaan met voor jongeren aansprekende, hippe merken in kleding en energiedrankjes. De 800 bezoekers van MadNes houden van surfen of andere boardsporten, maar komen

vooral voor de relaxte sfeer. Van de 800 bezoekers zijn de meesten tussen de 16 en 25 jaar: zowel meisjes als jongens.

Naast alle sportieve en muzikale activiteiten heeft het festival ook erg veel aandacht voor duurzaamheid. Zo is er een biogasinstallatie die Amelandse koeienmaaltijd in energie waar de vuurtoren en een deel van de keuken op draaien, worden er uitsluitend biologisch afbreekbare bекers en bordjes gebruikt, is er een vegetarische avondmaaltijd en worden bezoekers aangespoord het strand schoon te houden via een volle vuilniszakcompetitie met aantrekkelijke prijzen. Ook was er dit jaar een clinic waarbij jongeren gezamenlijk een werkende windmolen van 12 meter hoog bouwden, die genoeg energie levert om een gemiddeld Nederlands huishouden mee te voorzien.

Het MadNes Festival is een schoolvoorbeeld van hoe je de lifestyle van hedendaagse jongeren (sport, muziek) kunt combineren met duurzame (leer)ervaringen. Hierdoor sluit het festival helemaal aan op de belevingswereld van enthousiaste, nieuwsgierige, actieve en sociale jongeren zoals de Enthousiaste Verkenners, Sociale Aanpassers, Eigenzinnige Idealisten en zelfs Extraverte Statuszoekers. Aandacht voor duurzaamheid wordt gekoppeld aan wat voor de jongeren zelf relevant is: om op het strand lekker te chillen wil je namelijk een schoon strand, en surfen doe je graag in een schone zee. Door de combinatie van fun en educatie zijn groepen jongeren bereikt en geraakt die normaal gesproken niet staan te trappelen voor het onderwerp duurzaamheid.

gezamenlijk een GPS-spel in de natuur. Jongeren strijden in teamverband via allerlei opdrachten om de eer. Met het spelement spreek je Sociale Aanpassers en Honkvaste Gemakzoekers aan. Het innovatieve en actieve karakter appelleert ook aan Extraverte Statuszoekers en Enthousiaste Verkenners. Na een half jaar laten evaluaties zien dat jongeren en docenten het niet alleen een leuke en innovatieve activiteit vinden, maar dat de opgedane kennis bovendien erg goed beklijft.

### B. Aanscherpen bestaande projecten

Je bent pas gestart als beleidsambtenaar naar NME bij een middelgrote gemeente en financiert verschillende lokale NME-projecten. Het valt je op dat veel projecten al jarenlang draaien, zonder zicht op waardering en effectiviteit bij de doelgroep. De wethouder heeft aangegeven dat hij bij NME jongeren

prioriteit wil geven, want de jeugd heeft immers de toekomst.

Kennismaking met YoungMentality & Duurzaamheid doet je vermoeden dat de zes jongerenprojecten die je nu financiert allemaal eenzelfde type jongeren aanspreekt: jongeren met een intrinsieke interesse in milieu en natuur, die vaak ook bovengemiddeld idealistisch zijn. Kortom: de Eigenzinnige Idealisten.

Je organiseert een bijeenkomst met betrokken partijen waarin je toetst of anderen die mening delen en initieert vervolgens een brainstormsessie waarin je gezamenlijk aan de hand van het YoungMentality-model zoekt naar manieren om ook andere type jongeren aan te trekken. In je subsidievoorwaarden ga je voortaan als voorwaarde stellen dat partijen betogen welke YoungMentality-groep zij verwachten te bereiken, zodat ook zij hierover gaan nadenken. Een lokaal jongerenpanel met daarin verschillende type jongeren beoordeelt mee.

### C. Nieuwe activiteiten opstarten

Je bent docent techniek op een vmbo-school. In je lessen plaats je techniek altijd graag in een context, zodat je leerlingen ook leren nadenken over het maatschappelijke belang van techniek. Dat kost geregeld extra tijd, maar omdat je ziet dat leerlingen het waardeeren, steek je die extra uren er graag in.

Je directeur vraagt je mee te denken over een themaweek over duurzame energie, waarin de school gaat samenwerken met het NME-centrum, een energieproducent en de gemeente. Je krijgt ook een boekje over YoungMentality & Duurzaamheid in je hand gedrukt. Het gegeven dat veel jongeren zich druk maken over klimaatverandering, maar geen idee hebben wat ze eraan kunnen doen, triggert je tot een idee voor een nieuw project waarin je – samen met technische bedrijven uit de regio – gaat samenwerken.





#### BETEKENIS VAN NATUUR: JONGEREN VS. VOLWASSENEN

Hoe denken jongeren van 12 tot 18 jaar over natuur- en landschapsbeleid? En hoe kan het ministerie van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit (LNV) jongeren hier zinvol bij betrekken? YoungWorks verkende deze vragen eerder met een kwalitatief en een kwantitatief onderzoekstraject (Pilot jongerenraadpleging, 2009). Centraal hierbij stond direct contact tussen ambtenaren van LNV en jongeren zelf. Eén van de inzichten uit dit traject was het verschil in betekenis van landschap & natuur tussen jongeren en volwassenen.

- Natuur is voor jongeren altijd de context waarin ze iets doen, niet zozeer het doel. Voor jongeren is de belangrijkste functie van de natuur dus recreatie. Voor hen heeft de natuur als zodanig geen passieve functie. Dat is een belangrijk verschil met volwassenen. Zij zoeken bewust de natuur op, terwijl jongeren er 'toevallig' zijn, omdat

Leerlingen gaan in groepjes een voorwerp ontwerpen dat energie opwekt en het team met de hoogste opbrengst wint vrijkaartjes voor Six Flags. In de teams verdelen jongeren verschillende taken: van ontwerp tot productie; van communicatie tot het kostenplaatje. Het project blijkt een groot succes. Sommige leerlingen (Erkenningszoekers, Extraverte Statuszoekers) gaan vooral voor het competitie-element, maar ook zij weten na afloop wel te vertellen hoeveel Watt een led-lamp verbruikt.

ze gezellig met vrienden in een park willen hangen, zonnen en zwemmen op het strand of door de duinen mountainbiken.

"Als ik met m'n vader in de duinen ben zegt ie: Oh mooi. Dan denk ik: Ja hallo, dat zie je overal." (Justin, mbo, 18 jaar)

"Je zegt niet: Ik ga vanmiddag even lekker de natuur in." (Chris, havo/vwo, 13 jaar)

- Het imago van de natuur is onder veel jongeren niet 'cool'. Een echte liefhebber van de natuur wordt door jongeren dan ook getypeerd als een suf en saai persoon. In een levensfase waarin het juist belangrijk is wat je vrienden van je vinden, zullen jongeren niet snel uitkomen voor hun liefde voor natuur.

"Misschien klinkt het ook wel stom om te gaan 'wandelen'. Dan ben je een sukkel, denk ik." (Seylin havo/vwo 14 jaar)

"Populaire mensen hebben niet zoveel met de natuur. Die zijn veel te druk met andere dingen." (Manja vmbo 13 jaar)

"Je laat je gevoelige kant zien als je je troep

opruimt. Dat is natuurlijk niet goed voor je imago." (Jesse havo/vwo 17 jaar)

Volwassenen zoeken de natuur bewust op en genieten van landschap en natuur om hen heen. Deze manier van natuur- en landschapsbeleving kunnen we niet vanzelf verwachten van jongeren. Jongeren de volwassen beleving opleggen is een 'beledende' gedachte die natuur en landschap juist minder 'cool' maakt in de ogen van jongeren. Laat jongeren hun eigen beleving krijgen bij natuur en landschap. Accepteer dat jongeren nu eenmaal minder bewust de natuur opzoeken en speel juist in op wat ze wel aanspreekt: de natuur als context. Het hebben van hun eigen beleving is de eerste stap naar een 'cooler' imago en meer betrokkenheid.

"Ik realiseerde me daarna veel meer dat jongeren helemaal niet zitten te wachten op nog meer informatie, maar gewoon in de natuur willen 'chillen' of hangen." (Beleidsmedewerker LNV)



# 2. JONGEREN OVER DUURZAAMHEID

## INLEIDING

Voordat we de zes YoungMentality-groepen beschrijven en ingaan op hun specifieke blik ten opzichte van duurzaamheid, belichten we hier algemene uitkomsten uit het onderzoek. Hierbij maken we gebruik van uitkomsten uit de kwalitatieve onderzoeksfase (verkennende groepsgesprekken) en uit het kwantitatieve onderzoek (online vragenlijst). Wat valt op als we kijken naar de jongerendoelgroep als geheel? We bespreken hun blik op de toekomst, hoe ze duurzaamheid beleven en hoe ze kijken naar educatie over natuur en milieu.

### Gemengde gevoelens over de toekomst

"De natuur verdwijnt, maar je krijgt wel meer door mensen gemaakte natuur. Dat is vaak een beetje te perfect. Bomen staan precies op de goede plaats. Het is geen echte natuur." (Michiel, 14 jaar)

Hoe zien Nederland en de wereld er over dertig jaar uit? Jongeren hebben gemengde gevoelens over waar het heen gaat met de wereld. Aan de ene kant hebben ze vertrouwen in meer milieuvriendelijke energie en schonere auto's. Technologische vooruitgang zorgt dat we schoner worden, bijvoorbeeld de auto's waarin we rijden. We moeten ook wel, want olie is over dertig jaar op. Met de komst van nieuwe technologieën zullen ook meer mensen over schoon drinkwater kunnen beschikken.

"Er komen meer elektrische auto's en scooters in plaats van benzine. Dat heb

ik op tv gezien. Je hebt dan speciale op-laadpunten voor auto's." (Jason, 15 jaar)

Tegenover schonere energie en minder uitstoot staat het verdwijnen van natuurgebieden, zowel van bossen in Nederland als tropische regenwouden op wereldniveau. Jongeren hebben allerminst het gevoel dat er natuur bijkomt in Nederland of dat er goed gezorgd wordt voor het behoud van de bestaande natuurgebieden. Doordat er steeds meer mensen bij komen worden er de komende dertig jaar steeds meer steden en wegen gebouwd en komt de ruimte voor natuur onder druk te staan. Jongeren hebben er weinig vertrouwen in dat we er in zullen slagen om bossen en regenwouden te behouden.

Jongeren maken zich het meeste zorgen over het gegeven dat meer mensen en steden gelijk staan aan minder natuur. De afname van tropische regenwouden vinden

### ■ Positief

- 79% verwacht dat alle energie milieuvriendelijk zal zijn.
- 73% verwacht dat bijna alle auto's op elektriciteit zullen rijden.
- Veel vertrouwen in technologische oplossingen.
- 83% denkt dat dammen de zeespiegelstijging tegengaan.
- 62% denkt dat door nieuwe uitvindingen iedereen op de wereld schoon drinkwater heeft.

### ■ Negatief

- 66% denkt dat er bijna geen tropisch regenwouden zullen zijn.
- 68% denkt dat er meer auto's en files zijn in Nederland.
- 55% denkt dat er meer natuurrampen zullen zijn.
- 54% denkt dat de olie op is.

jongeren hierbij belangrijker dan verdwijnende natuur in Nederland. Toch denken ze dat ze zelf vooral met Nederlandse problemen te maken krijgen: luchtvervuiling, het verdwijnen van Nederlandse natuur, een tekort aan energie en overstromingen door de stijgende zeespiegel in Nederland. Verder zien we dat de jongere doelgroep zich relatief vaker zorgen maakt over uitstervende dieren. Het beeld van de eenzame ijsbeer op een smeltende ijsschots, symbool voor global warming, staat op het netvlies van veel jongeren. Jonge jongeren zijn ook wat gevoeliger voor een zekere aibaarheidsfactor, waardoor zij zich meer om dieren bekommeren.

"Ik denk dat door de opwarming van de aarde Nederland over dertig jaar half onder water is. Heel veel mensen moeten weg en verhuizen. De mensen die aan de zee kant zitten moeten verhuizen naar het oosten. Daar wordt het dan dichter bevolkt." (Janita, 16 jaar)

### Beleving van duurzaamheid

Het is jammer dat het milieu steeds slechter wordt, maar ik wil niet zeggen dat ik zelf elke dag recycle. Ik ben erg slecht voor het milieu. Ik vind wel dat er meer aan gedaan moet worden." (Michelle, 16 jaar)

Jongeren vinden duurzaamheid en de problemen die ze zelf noemen, zoals het verdwijnen van natuur, belangrijk. Dit blijkt ook uit de cijfers hierboven: tweederde maakt zich wel eens zorgen over verdwijnende regenwouden. Veel jongeren voelen zich betrokken bij milieuproblemen. We zien ook dat het met de kennis van duurzame gedragingen vaak wel goed zit: jongeren weten dat je door energie te besparen (bijvoorbeeld door het licht uit te doen) of door afval te scheiden goed bezig bent voor het milieu. Minder vlees eten of biologische voeding/kleding kopen zegt ze minder. Maar ondanks het gegeven dat jongeren

Maak je je weleens zorgen over de volgende dingen?	
Het verdwijnen van tropische regenwouden	65%
Het smelten van de Noordpool	61%
Het verdwijnen van natuurgebieden in Nederland	58%
Gebrek aan schoon drinkwater voor mensen in Afrika	57%
Uitstervende diersoorten	57%
Luchtvervuiling in Nederland	54%
Natuurrampen door klimaatverandering in Nederland	44%
Genoeg energie (zoals olie, gas en elektriciteit) voor alle mensen in de wereld	44%
Overstromingen in Nederland door een stijgende zeespiegel	43%
Genoeg energie (zoals olie, gas en elektriciteit) voor Nederland	39%

wel een bijdrage willen leveren, ervaren ze ook belemmeringen: duurzaamheid mag bijvoorbeeld niet ten koste gaan van genot. Weinig jongeren douchen korter, omdat ze dat te fijn vinden. Verder merken we dat jongeren geen extra geld over hebben voor duurzame producten zoals duurzaam geproduceerde kleding of voeding. Jongeren vinden dat vooral ouders geld moeten steken in duurzame producten. Die verantwoordelijkheid voelen ze nog niet voor zichzelf. Tenslotte moet duurzaam gedrag niet te veel inspanning kosten: met hetzelfde gemak gooi je glas of papier in een vuilnisbak. Kortom: ge-

## Puberbrein

De hersenen van jongeren zijn nog in ontwikkeling tot hun 25<sup>e</sup> jaar. In dat ontwikkelingsproces is er een disbalans tussen emotie en ratio. Hierdoor reageren jongeren vaak emotioneler en impulsiever en hebben ze meer moeite om abstract te denken en te plannen of anticiperen. Houd hier rekening mee als je materialen ontwikkelt voor jongeren. Overschat je doelgroep niet: maak je boodschap niet te moeilijk en test je materialen bij jongeren uit de doelgroep. Zie voor meer informatie [www.kijkinjebrein.nl](http://www.kijkinjebrein.nl) of lees 'Het puberende brein' van Eveline Crone of 'Puberbrein binnenstebuiten' van Huub Nelis & Yvonne van Sark.

## Grenzeloze Generatie

In het boek 'De Grenzeloze Generatie' reflecteren Frits Spangenberg en Martijn Lampert van onderzoeksbureau Motivaction op 25 jaar waarden- en opinieonderzoek. Deze analyse laat zien dat jongeren nu op vele indicatoren minder milieubewust zijn dan tien jaar geleden. Het bewustzijn dat duurzaamheid belangrijk is wordt niet vanzelfsprekend overgedragen naar nieuwe generaties. Vergeleken met leeftijdgenoten van tien jaar geleden is de jongste generatie beduidend minder betrokken bij wat er in de maatschappij gebeurt, en opvallend minder milieubewust. Een slinkende groep probeert milieubewust te leven, en een groeiende

groep gooit de oude batterijen meestal bij het huisvuil. Zo gaf tien jaar geleden 83% van de jongeren aan dat ze zo milieubewust mogelijk probeerde te leven, nu is dat percentage nog maar 50%. Je hoort vaak dat de boodschap van Al Gore zo'n enorme impact heeft, maar dat geldt meer voor oudere generaties, journalisten en beleidsmakers. Lees voor meer informatie het boek 'De Grenzeloze Generatie' van Frits Spangenberg en Martijn Lampert.



Schets van een duurzaam persoon door Pieter (15 jaar)

not, gemak, gebrek aan kapitaal en het gevoel dat anderen verantwoordelijk zijn staan duurzaam gedrag nog in de weg.

"Grote merken maken wel duurzame kleding, maar dat is keiduur. Bij Project Catwalk zie je dat wel." (Claire, 16 jaar)

Daarnaast herkennen veel jongeren wel wat ze kunnen doen als je ze dit voorlegt (energie besparen, gescheiden afval inzamelen), maar hebben ze toch een machteloos gevoel. Wat kan ik echt bijdragen? Of: mijn gedrag helpt toch niet, omdat anderen zich ook niet duurzaam gedragen. Voor veel jongeren is duurzaamheid een abstract thema, waarvan ze vinden dat zij er zelf nog weinig invloed op hebben. Jongeren hebben behoefte aan handelingsperspectief. Ze willen wel, maar weten niet hoe ze iets kunnen bijdragen. Ook zien jongeren vaak niet direct effect van het eigen duurzame gedrag, terwijl ze hier wel behoefte aan hebben.

"Wij kunnen er niet allemaal over nadenken. We zijn veel te druk met school." (Bobby, 15 jaar)

### Positief imago van duurzame mensen

Duurzame mensen zijn volgens jongeren in de eerste plaats actief, eerlijk en slim. Toch zien we ook een gemengd beeld. Een typisch duurzaam iemand is door de ogen van verschillende jongeren een totaal ander persoon. Jongeren maakten tekeningen die zijn op te delen in vijf types: de wereldliefhebber of bewuste mens, de hightech uitvinder, de hippie, de strenge actievoerder, en de 'gewone' duurzame. Dit imago van duurzaamheid verschilt ook erg per YoungMentality-milieu, hier gaan we later dieper op in.

"Het is iemand die vrijwilligerswerk doet. Ze is heel aardig en lief en geeft meer om anderen dan zichzelf. En ze houdt van de natuur." (Janice, 16 jaar)

"Ik denk aan iemand die geen baan heeft, alleenstaand en wat ouder. Een vrouw van ongeveer 50 a 60 jaar. Ze heeft een kat en gaat vaak naar protesten. Een beetje zo'n gek type." (Lisa, 14 jaar)

### Educatie over natuur & milieu: informatiebehoefte en voorkeuren

"Op mijn school wordt er nauwelijks aandacht besteed aan natuur en milieu of duurzaamheid. Dat mag best iets meer." (Gerbrand, 15 jaar)

"We hebben bij mij op school geloof ik wel vier keer die Al Gore film gezien: bij biologie, aardrijkskunde, mentoruur. Dan geloof je het wel." (Rowena, 14 jaar)

Ruim de helft van de jongeren vindt zelf dat ze genoeg leren over natuur en milieu. Een derde vindt dat ze te weinig leren. Dit heeft vooral te maken met hun school. De mate waarin en

de manieren waarop scholen aandacht besteden aan het thema duurzaamheid verschillen sterk. Op de ene school worden verschillende projecten georganiseerd of actief aandacht besteed aan natuur- en milieuthema's, terwijl het op andere scholen stil blijft rond het thema. Naast tv-programma's over duurzaamheid gerelateerde projecten zien jongeren lessen van leraren voor de klas als de belangrijkste kanalen om daar meer over te leren. Dat wil niet zeggen dat ze deze lessen op school ook een leuke manier vinden om meer te leren. In de tabel op pagina 21 blijkt dat jongeren vooral geïntereerd zijn op beelden: natuurprogramma's op National Geographic of Animal Planet en YouTube-filmpjes winnen het op dit moment met afstand van de leraar voor de klas. De vraag voor NME-aanbieders en het onderwijs lijkt dan ook: hoe kunnen lessen op school jongeren meer inspiratie bieden? En welke rol kun-

nen beelden hierbij spelen? Jongeren hebben behoefte aan meer inspiratie ten opzichte van informatieoverdracht in de klas. Een goed voorbeeld is de les van weerman Reinier van den Berg (RTL4), die met een presentatie vol wunderschone en gruwelijke foto's over klimaatverandering jongeren weet te raken op emotioneel niveau.

"Pas als je ergens een gevoel bij hebt ga je er goed voor zorgen, heb je er iets voor over." (Johnny mbo 19 jaar)

"Betrokkenheid is bewustzijn. Als je er echt bewust van bent, dan ben je ook betrokken." (Kahlisha havo/vwo 15 jaar)

Hoe zorg je nu dat jongeren natuur en landschap meer leren waarderen? Jongeren geven zelf aan dat in het onderwijs vooral aandacht is voor de functionele kant van de natuur. In het onderwijs ook aandacht besteden aan

## Betrokkenheid bij de natuur vergroten

Tijdens de pilot jongerenraadpleging die YoungWorks uitvoerde voor het ministerie van LNV (zie ook kader op pagina 15), kwam naar voren hoe je de betrokkenheid van jongeren bij natuur en landschap kunt vergroten.

Je kunt pas betrokken zijn bij iets als je ergens om geeft, als je er waardering voor hebt. Jongeren geven aan dat het daarom belangrijk is om eerst de stap te maken naar het leren waarderen en genieten van de natuur en het landschap (op hun eigen manier!), voordat hun betrokkenheid vergroot kan worden. Als je ergens om geeft wil je er graag goed voor zorgen.

genieten van (activiteiten in) de natuur levert een positieve bijdrage aan de eerste stap naar betrokkenheid.

"Met aardrijkskunde krijg je natuurlijk info, maar niet echt over de natuur zelf. Meer over de delen van de wereld die van belang zijn voor de economie. Als het maar goed oplevert. Niet zo van: kijk eens hoe mooi de natuur is." (Noah mbo 20 jaar)

Jongeren zijn eerder gericht op (technologische) oplossingen dan op problemen rond duurzaamheid. Het liefst komen ze meer te weten over nieuwe uitvindingen die een positief effect hebben op natuur & milieu of over informatie over hun eigen rol: wat kunnen ze zelf bijdragen?

Uit de antwoorden op de vraag hoe ze deze informatie het liefst willen krijgen, maken we op dat jongeren vooral serieus genomen willen worden.





Schets van een duurzaam persoon door Chantal (16 jaar)

Televisieprogramma's sluiten goed aan bij de huidige beeldcultuur en behoefte aan inspirerende beelden. Daarnaast waarderen meer jongeren een gastles van een wetenschapper dan een gastles van een bekende Nederlander. Ze willen het verhaal horen van iemand die *echt* weet hoe het zit. Sociale netwerken als Hyves of Facebook beschouwen jongeren als hun privé domein en houden ze liever voor zichzelf en de sociale doelen waar ze voor bedoeld zijn. Social media kunnen wel een ondersteunende rol spelen bij een project, bijvoorbeeld om contact te houden na afloop van een fysiek project. Als primair of op zichzelf staand kanaal zijn social media volgens jongeren niet geschikt om ze meer te leren over natuur en milieu. Als de duurzaamheidsboodschap ondergeschikt wordt gemaakt aan het sociale aspect is de kans op het bereiken van een bredere groep jongeren groter. Een goed voorbeeld hiervan is het spel Farmville

op Facebook waarbij je je eigen boerderij opbouwt en onderhoudt. Farmville zag het aantal fans in korte tijd groeien tot ruim 24 miljoen wereldwijd. De reden hiervoor ligt vooral in de sociale en competitieve aspecten van het spel. Als je samen met meer vrienden speelt, groei je sneller (en ontvang je bijvoorbeeld een kip van een van je online vrienden).

Naast het gebruik van inspirerende beelden willen jongeren actief bezig zijn. Beelden kunnen dus gebruikt worden om jongeren een inspirerend kader te schetsen van waar duurzaamheid concreet over gaat. Vervolgens willen ze graag zelf actief aan de slag.

**School als kanaal is belangrijk, ondanks kritische houding tegenover huidige NME-lessen.**

Ondanks het gegeven dat jongeren op dit moment niet zo positief zijn over veel van de huidige lessen over natuur

en milieu, blijft de school een voornaam kanaal. Veel jongeren zien zich, afgezien van het kijken naar televisieprogramma's, namelijk al helemaal niet in hun vrije tijd actief bezig zijn met duurzaamheid. Activiteiten in de vrije tijd die natuur en milieu als uitgangspunt nemen interesseren alleen een groepje dat al sterk betrokken is bij het thema. Voor NME-aanbieders is het daarom van groot belang om de stap te maken naar de belevingswereld van jongeren: wat vinden zij interessant? In plaats van: wat wil ik overbrengen? Een te sterke nadruk op educatie, wat op scholen kan gebeuren, helpt vaak niet bij het betrokken krijgen van een bredere groep jongeren.

"Als je via school meedoet aan zo'n project verzinnen ze altijd wel iets stoms dat het niet leuk maakt. Dan moet je weer een of andere vragenlijst invullen." (Juriaan, 16 jaar)



Schets van een duurzaam persoon door Tim (14 jaar)

**Link naar YoungMentality**

De uitkomsten hierboven geven een beeld van algemene tendensen in hoe jongeren duurzaamheid en natuur & milieu beleven. Ze zien de noodzaak, zijn bezorgd, kennen de gedragsopties, maar hebben toch moeite zich daar naar te gedragen. Met betrekking tot NME hebben ze zeker interesse, maar vaak wel in andere manieren of kanalen dan het traditionele NME-veld aanbiedt. In het volgende hoofdstuk zoomen we verder in op de YoungMentality-groepen en zien we hoe verschillende typen jongeren elk een eigen kijk op duurzaamheid hebben. Om aan te sluiten op deze verschillende belevingswerelden van jongeren moet je hen begrijpen en hun taal spreken. Dit leidt er toe dat je soms een totaal andere aanpak moet nemen, wil je de jongeren inspireren of informeren over natuur en milieu. Door als organisatie de vertaalslag naar deze groepen te maken kun je beter inspelen op de zeer uiteenlopende behoeften van jongeren.

**Op welke manier leer je meestal over de natuur en het milieu? (top 4)**

Door natuurprogramma's op Animal Planet of National Geographic te kijken	56%
Lessen van leraren voor de klas	48%
Door zelf informatie op internet te zoeken	40%
Door werkstukken hierover op school te maken	29%

**Op welke manier vind je het het leukst om iets te leren over de natuur en het milieu? (top 4)**

Door natuurprogramma's op Animal Planet of National Geographic te kijken	49%
Door korte filmpjes op internet (Youtube) te kijken	20%
Door samen met klasgenoten projecten op school te doen	19%
Lessen van leraren voor de klas	15%

**Wat zou je graag willen weten over de natuur en het milieu? (top 4)**

Welke nieuwe uitvindingen goed zijn voor natuur en milieu	43%
Hoe ik zelf kan helpen natuur en milieu te verbeteren	35%
Wat de gevolgen zijn van mijn gedrag voor de natuur	33%
Hoe mensen in andere werelddelen omgaan met natuur en milieu	32%

# 3. DE YOUNGMENTALITY- GROEPEN OVER NME

## INLEIDING

In dit hoofdstuk gaan we in op hoe de verschillende YoungMentality-groepen aankijken tegen duurzaamheid en NME. We zullen zien dat elke groep hier op zijn eigen manier mee omgaat. Aan de hand van profielschetsen wordt per YoungMentality-groep inzicht gegeven in de algemene belevingswereld en waardenoriëntatie, de betekenis en het imago van duurzaamheid en de wensen op het gebied van NME. Ofwel: wat willen de verschillende typen jongeren leren? Hoe spreek je ze aan? En welke activiteiten vinden zij aantrekkelijk?



'De wereld is groter dan je eigen leven.'

# DE EIGENZINNIGE IDEALISTEN

**“Met een paar vrienden heb ik het vaak over een wereldreis maken. Misschien wil ik dat meteen na mijn eindexamen gaan doen. Maar ik denk dat ik eerst ga studeren.” (Joris, 17 jaar)**

## Wat vind ik belangrijk?

Eigenzinnige Idealisten zijn vaak wat ouder en wat hoger opgeleid. En zoals de naam al verkapt zijn zij de meest idealistische jongeren. Zij zijn de echte wereldverbeteraars. Ze zijn bijvoorbeeld begaan met het lot van mensen in ontwikkelingslanden, maar ook met uitstervende diersoorten of de verwoesting van ecosystemen. De gesteldheid van natuur en milieu vormt een belangrijk aandachtsgedebied van deze groep want zij zijn erg milieubewust en willen daar dus graag iets aan doen. Eigenzinnige Idealisten hebben een interne drive tot zelfontplooiing. Ze willen zelf op intellectueel niveau groeien en doen dit graag door verschillende ervaringen op te doen (zoals bijvoorbeeld vrijwilligers- of ontwikkelingswerk). Hiernaast is het ook een kritische groep die het van belang vindt om zich een gefundeerde eigen mening te vormen en deze ook te ventileren. Ze denken en praten dus graag mee over maatschappelijke ontwikkelingen. Daarbij stellen ze zich zeker kritisch op naar grote (industriële) bedrijven die in hun

ogen voor veel narigheid verantwoordelijk zijn. De Eigenzinnige Idealisten zetten zich graag af tegen de gevestigde orde en deze jongeren behoren dan ook vaak tot een alternatieve jongerenstijl of cultuur. Tenslotte hebben Eigenzinnige Idealisten een bovengemiddelde internationale focus en voelen ze zich verbonden met de wereld en de aarde. Ze bekommeren zich over mondiale problemen en willen het liefst ook in internationaal verband hier iets aan doen.

## Wat betekent duurzaamheid voor mij?

Eigenzinnige Idealisten hebben vaker een sombere toekomstvisie. Als we nu niet rigoureuus iets doen aan duurzaamheid zal de wereld er over een tijdje niet mooi uitzien, nee, eerder lelijk: minder bossen, tropische regenwouden en schoon water, en meer fabrieken, auto's, uitlaatgassen en natuurrampen. Zij maken zich meer dan andere jongeren grote zorgen over de toekomst, denk aan het verdwijnen van natuur, diersoorten, de zeespiegelstijging en

overstromingen, voldoende energie en schoon drinkwater. Zij denken ook vaker persoonlijk te maken te krijgen met deze (ook internationale) problemen. Het is dan ook niet vreemd dat deze groep meer dan gemiddeld op de hoogte is van duurzame gedragsopties zoals: met het openbaar vervoer reizen, biologische producten kopen of minder vlees eten. Uit het onderzoek blijkt dat ze niet alleen beter op de hoogte zijn, maar ook dat ze zelf vaker milieubewust gedrag vertonen. Ze voelen zich zelf meer verantwoordelijk en zijn vaker bereid persoonlijk iets aan comfort in te leveren of extra te betalen. Kortom: duurzaamheid heeft een positief imago binnen deze groep en zij zien mensen die zich hier mee bezighouden ook vaker als actief, slim en avontuurlijk.

“Ik heb zelf lange tijd in een kringloopwinkel gewerkt. Ik vind dat heel leuk. Je verbaast je eigenlijk over wat mensen wel niet brengen. Zelfs gebruikte onderbroeken. Die gooden we dan bij het textiel om te recyclen.” (Jasper, 18 jaar)



### Wat vind ik van NME?

Aangezien natuur en milieu een belangrijk aandachtsgebied is en Eigenzinnige Idealisten van nature een nieuwsgierige/leergierige houding hebben is het niet vreemd dat zij vaker zeggen meer te willen leren over natuur en milieu. Hoewel deze groep al goed bediend wordt door de NME-sector (vanwege het onderwerp en de aansluitende tone of voice) willen zij best nog meer leren. Eigenzinnige Idealisten leren ook graag over duurzaamheid in hun eigen tijd. Zo leren zij momenteel vaak door natuurdocumentaires op bijvoorbeeld National Geographic te kijken, of zelf op het internet informatie over duurzaamheid te zoeken. Eigenzinnige Idealisten hebben een hoge informatiebehoefte en willen van alles meer leren. Ze willen bijvoorbeeld graag weten wat ze zelf kunnen doen om natuur en milieu te verbeteren en wat de gevolgen en effecten van hun eigen gedrag zijn, maar ook hoe mensen in andere werelddelen omgaan met duurzaamheid. Aangezien Eigenzinnige Idealisten een enigszins intellectuele houding hebben, hebben zij meer dan andere jongeren een voorkeur voor inhoudelijke kanalen zoals serieuze wetenschappelijke documentaires of opiniebladen. Daarnaast vinden ze het ook leuk om van hun vrienden te leren.

### Hoe spreek je mij aan?

Eigenzinnige Idealisten willen graag meedenken en meedoen. Projecten of communicatietrajecten die in dialoog plaatsvinden spreken deze groep aan. De 'tone of voice' moet kortom een gevoel van gelijkwaardigheid uitstralen, want Eigenzinnige Idealisten willen ook serieus genomen worden. Je mag daarbij best complexe informatie gebruiken. Campagneslogans waar een doordenkertje in zit vinden zij prachtig vanwege de intellectuele uitdaging. Een onderwerp waar je deze groep goed mee kunt triggeren is duurzaamheid in de internationale context. Welk effect heeft

NAAM: **WILFRIED**  
LEEF TIJD: **18**  
OPLEIDING: **HBO**

#### Alle weilanden weg

"Hoe Nederland er over dertig jaar uitziet? Druk, volgebouwd, files, vervuild en de natuur verdwenen. Nee, ik denk niet dat er veel overblijft als het zo doorgaat. Ik zie het ook in mijn eigen dorp: alle weilanden gaan weg en er worden huizen gebouwd. Ik denk dat de Randstad zich uit gaat breiden. Ik denk ook dat er steeds meer technologie bijkomt, steeds meer snufjes en apparatuur. De computer is nu al niet meer weg te denken. Door de klimaatveranderingen zullen er meer overstromingen komen, daar krijgen we ook last van."

#### Ledlampen

"Ik denk dat duurzaam betekent dat dingen of spullen langer mee gaan. Ook het verbruik van minder energie, zoals ledlampen in plaats van spaarlampen gebruiken. Al het plastic wordt vervangen door materiaal dat wel vergaat. En natuurlijk recyclen. Ik denk dat het wel belangrijk is om te investeren en

om zuiniger met dingen om te gaan en zo te leven. Het kost wel geld om duurzamer te zijn. Ik vind daarom wel dat de overheid er ook geld in moet stoppen."

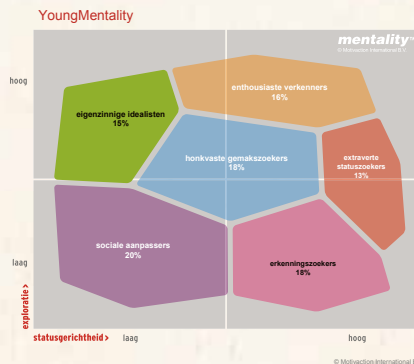
#### Goede doelen

"Ik maak me best druk over het milieu. Eigenlijk denk ik er elke dag aan. Ik wil er later ook wat mee doen, met goede doelen. Ik ben ook vegetarisch. Ik vind het belangrijk voor onze generatie, ik vind dat we mee kunnen helpen. Dit is iets wat we moeten doen."

#### Geen wijzend vingertje

"Iets leren over het milieu? Dat doe ik liever buiten school, want dan ga ik er toch iets meer voor. Maar dan heb ik wel minder tijd en dus is op school misschien toch beter. Dan moet je er wel mee bezig zijn, dat je er zelf iets moois van kunt maken. Het moet dan niet met een wijzend vingertje gebracht worden; zo van, jullie doen dit verkeerd en dat. Het is beter om het positief te benaderen. Volgens mij is het ook wel belangrijk om te laten zien wat beter kan en ook welke gevolgen het voor je eigen leven heeft."

het kopen van eerlijke producten bijvoorbeeld op de kwaliteit van het leven van een jongere in India? Daarnaast moet de focus liggen op wat zij voor anderen kunnen betekenen. Geschikte kanalen om deze groep te bereiken zijn internet, dagbladen (vooral de gratis bladen als Metro en Spits) en opiniebladen. Een ideaal project voor een Eigenzinnige Idealist zou zijn om met een groepje jongeren contact te leggen met jongeren in Afrika om samen te identificeren welke problemen met duurzaamheid aan beide kanten van de wereld spelen en gezamenlijk oplossingen hiervoor te verzinnen en uit te wisselen, die uiteindelijk ook echt in praktijk gebracht worden.



8-13 jaar: 8% / 14-18 jaar: 24%  
jongens: 38% / meisjes: 62%







"Houd je hoofd erbij."

# DE SOCIALE AANPASSERS

"Ik ken eigenlijk wel heel veel andere kinderen. Uit de klas, maar ook van voetbal en van de knutselclub. Ik kan met iedereen wel goed overweg. O ja, en ik heb veel vriendjes hier in de straat."  
(Luuk, 9 jaar)



## Wat vind ik belangrijk?

De Sociale Aanpasser is sociaal ingesteld: ze hebben het liefst veel mensen om zich heen, zowel vrienden als familie. Ze maken makkelijk contact met anderen en passen hun gedrag snel aan. Vriendschap vinden ze het allerbelangrijkste op de wereld. Ze houden van veiligheid: Sociale Aanpassers voelen zich het meest op hun gemak in hun eigen buurt of thuis; 'go with the flow' is hun motto en ze zullen niet zo snel duidelijk hun eigen mening laten horen. Het zijn dan ook niet de popie jopie's uit de klas met de grootste mond waar iedereen eigenlijk een beetje bang voor is, maar juist diegenen die iedereen graag als vriend wil hebben. Iedereen vindt deze jongeren aardig, wat waarschijnlijk ook een van de redenen is dat ze best tevreden zijn met zichzelf. Opvallend is hun positieve zelfbeeld: deze jongeren vinden zichzelf bovengemiddeld vaak mooi, aantrekkelijk en slim. Ze hebben geen subcultureel groepje nodig om zich aan op te trekken; vaak weten ze dan ook niet tot welke subcultuur ze

behoren. Omdat ze zich meer op mensen richten, is hun mediagebruik in vergelijking met de andere groepen laag. Deze groep hecht minder aan status en afwisseling en is redelijk mainstream.

## Wat betekent duurzaamheid voor mij?

Sociale Aanpassers maken zich weinig zorgen over de toekomst en denken niet dat er veel zal veranderen de komende dertig jaar. De maatschappij zal er niet heel anders uit gaan zien, misschien wordt het wat drukker, met meer mensen, huizen en auto's. Wat betreft duurzaamheid wijken ze niet heel erg af van de gemiddelde Nederlandse jongeren en dit heeft mogelijk te maken met hun gevoeligheid voor sociale normen. De Sociale Aanpasser richt zich vooral op de directe omgeving, zoals vrienden en familie. Over internationale milieuproblemen maken zij zich niet zoveel zorgen. Dit is voor Sociale Aanpassers een 'ver van je bed show'. Opvallend is dat Sociale Aanpassers wel een redelijk kennisniveau over duurzaamheid en een

positief beeld van duurzame mensen hebben, maar zich zelf weinig milieuvriendelijk gedragen. Buiten glas en papier in de daarvoor bestemde bakken te gooien doet de Sociale Aanpasser maar weinig milieuvriendelijks en zijn zij minder bereid om meer te betalen voor duurzame producten of diensten. Deze groep is erg gevoelig voor sociale normen. De invloed van ouders en vrienden is dan ook groter dan bij andere groepen jongeren.

"Over dertig jaar kunnen delen van Nederland onder water liggen. De dijken houden het niet meer, maar ik maak me daar geen zorgen over. Ik woon in Den Bosch, dus ik heb daar niet mee te maken." (Ilvy, 16 jaar)

## Wat vind ik van NME?

Sociale Aanpassers zijn niet echt geïnteresseerd in NME, een passieve houding is kenmerkend voor hen. Ze vinden dat ze op school genoeg leren over dit onderwerp en hebben verder geen idee over wat ze nog meer zouden



NAAM: **HANNAH**  
LEEFTIJD: **16**  
OPLEIDING: **5 VWO**

#### Meer auto's en minder natuur

"Het zal er niet heel anders uitzien in de toekomst. Ja, misschien wat meer zonne-energie en elektrische auto's, maar ik denk ook dat we dan wat meer auto's en minder natuur hebben. Maar ik maak me eigenlijk niet zoveel zorgen. Ik vind het wel belangrijk dat de natuur blijft, want het is gezond voor ons en ook mooier dan alleen maar gebouwen en auto's".

#### Rustig en vriendelijk

"Als ik aan duurzame mensen denk dan moet ik aan iemand denken die altijd op de fiets naar zijn werk gaat en een hond heeft waarmee hij gaat wandelen in het bos. Hij is rustig en kijkt niet zoveel tv. Hij heeft een vrouw die heel veel boeken leest en daar

door ook veel weet. Zij draagt regenlaarzen en een trui. Ze hebben wel een lief karakter allebei."

#### Plastic scheiden

"Afval scheiden daar heb ik wel iets mee, de groene bak. Plastic scheiden vind ik een beetje lastig, dan moet je nog meer gaan scheiden. Dat gooi ik gewoon in de keukenbak. Duurzame kleding? Ik let eigenlijk meer op het merk, denk er niet echt over na. Een vriendin van mij is wel vegetariër, omdat dat beter is voor het milieu."

#### Liever samen

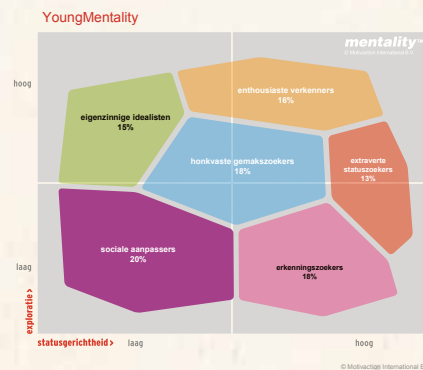
"Ik ga liever iets doen, dat is beter dan zitten en luisteren. Ik wil naar buiten, echt de natuur in samen met m'n klas. En dan een project doen met een groepje, dat vind ik het leukst. Als ik zou mogen kiezen dan kies ik voor iets dat je samen doet met anderen. Dan leer je over de natuur en ook over de anderen. Je leert elkaar dan toch beter kennen, hè."

willen leren. Sociale Aanpassers vinden het meer dan andere jongeren prettig om via hun ouders iets over duurzaamheid te leren.

#### Hoe spreek je mij aan?

Sociale Aanpassers zijn gericht op de directe omgeving en daarom zullen projecten of communicatietrajecten die dichtbij huis plaatsvinden het meeste aanspreken. Projecten in groepsverband zijn het meest geliefd en succesvol. De nadruk van een project moet meer liggen op de samenwerking en de gezelligheid van werken in een groep dan op het verkrijgen van kennis. Omdat ze zo gevoelig zijn voor de sociale norm is dit een belangrijke factor waarmee

je het gedrag zou kunnen beïnvloeden. Dit kan door bijvoorbeeld gevolgen van (on)duurzaam gedag openbaar te maken binnen de groep of groepsleden verantwoordelijk te stellen voor een bepaald eindresultaat en ze hier ook op aan te spreken. Daarnaast vinden Sociale Aanpassers het leuk om te werken aan projecten waar ze zelf ook iets aan hebben, zoals het duurzaam opladen van je eigen mp3-speler of telefoon. Kortom: Sociale Aanpassers kun je goed aanspreken met projecten in groepsverband, die zich in de eigen leefomgeving afspelen en waar zij zelf ook nog iets aan hebben. Laat ze bijvoorbeeld een duurzaam schoolfeest organiseren.



8-13 jaar: 25% / 14-18 jaar: 14%  
jongens: 50% / meisjes: 50%





'Doe maar gewoon!'



# DE HONKVASTE GELUKSZOEKER

**“Elke ochtend ontbijten we thuis met z'n allen. Dat is heel gezellig, want dan praten we altijd over wat iedereen die dag gaat doen.”**  
(Jacob, 10 jaar)



## Wat vind ik belangrijk?

De Honkvaste Gemakzoekers nestelen zich het liefst lekker thuis voor de buis, samen met pa en ma, broer en zus of hun beste vriend(innet)je. Thuis is sowieso de plek waar ze zich het meest op hun gemak voelen en de tv is hun grootste vriend. Lekker veilig. Rust, orde en regelmaat is een belangrijke drie-eenheid van de Honkvaste Gemakzoekers en waar vinden ze die beter dan in hun eigen gezin? Pa en ma zijn de grootste helden. Deze jongeren hoeven niet zo nodig de buitenwereld in en zijn ook (nog) niet zo bezig met nieuwe vrienden maken. Opvallend is hun lagere zelfbeeld: ze geven vaker aan dat ze niet mooi zijn en vinden zichzelf minder vaak slim. Ze willen ook niet bijzonder zijn, want dat valt op. Hartstikke eng! De Honkvaste Gemakzoekers willen best eens iets nieuws uitproberen, maar dan wel vanuit de veilige omgeving van hun eigen huis of de buurt. Een compleet andere look uitproberen met de make-up van ma? Oké, maar geen denken aan dat ze daarmee de straat op gaan! Gekke

dansspasjes oefenen? Kan ook, maar dan niet in de disco en liever thuis voor de camera tijdens een interactieve game. Het zijn 'veilige spanningzoekers', al mag een beetje dromen best. Toch zijn het niet altijd 'de braafste kinderen van de klas' en willen ze thuis wel eens de boel op z'n kop zetten. Door stiekem een sigaretje te roken bijvoorbeeld.

## Wat betekent duurzaamheid voor mij?

De toekomstvisie van de Honkvaste Gemakzoeker is optimistisch, maar tegelijk ook onzeker. Ze maken zich niet zoveel zorgen over (inter)nationale problemen en denken zelf ook met weinig problemen te maken te krijgen. Zo denken ze vaker dat de wereld er over dertig jaar mooi uit zal zien, dat iedereen dan met het openbaar vervoer reist en er grote nieuwe oliebronnen gevonden zijn. Tegelijk geven ze ook aan niet zo goed te weten hoe het er later uit zal zien. Ze vinden het lastig om zich hier een voorstelling van te maken. Honkvaste Gemakzoekers zijn niet zo maatschappelijk

betrokken en bewust. Daarom hebben ze ook moeite met de complexiteit van het onderwerp duurzaamheid en geen duidelijk beeld van wat dit nu precies inhoudt. Ze zijn ook niet echt geïnteresseerd in natuur en milieu. Manieren om duurzamer te leven zijn minder bekend onder Honkvaste Gemakzoekers en zij vertonen zelf dan ook weinig duurzaam gedrag. Ze gooien vaker papier of glas in de gewone prullenbak en vergeten vaker het licht uit te doen. De Honkvaste Gemakzoeker is gericht op gewoonte en gemak en past daarom niet snel zijn gedrag aan. Kortom: deze groep is weinig duurzaam en toont niet veel interesse in het onderwerp. Dit heeft voor een groot deel ook te maken met onwetendheid. Vandaar dat er bij Honkvaste Gemakzoekers wel veel terreinwinst te behalen is.

**“Jammer dat de natuur weg gaat, die is wel mooi. We hebben al zo weinig natuur. In Afrika vind ik het jammer als er overal steden komen. De natuur is zo mooi daar.”**(Koen, 15 jaar)



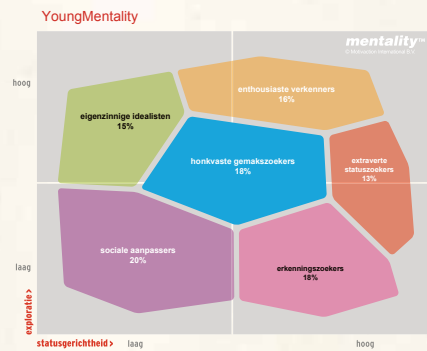
### Wat vind ik van NME?

Honkvaste Gemakzoekers hebben een zeer onduidelijk beeld van NME. Ze weten niet of ze genoeg, teveel of te weinig leren, hebben geen idee over wat ze zouden willen leren en ook niet op welke manieren. Wel hebben ze het gevoel vooral op school iets over natuur en milieu te leren. Dit vinden ze ook vaker een leuke manier. Het is niet een groep die zelf informatie op internet over dit onderwerp zoekt of graag naar natuurprogramma's op tv kijkt. De lokale oriëntatie van Honkvaste Gemakzoekers beïnvloedt de aandacht voor specifieke duurzaamheidsonderwerpen. Zij vinden vooral onderwerpen belangrijk die op hun persoonlijke leven betrekking hebben, zoals schoon water uit de kraan thuis of genoeg energie om je mp3-speler of mobieltje mee op te laden.

### Hoe spreek je mij aan?

Honkvaste Gemakzoekers zijn dus niet zo bezig met duurzaamheid en hebben ook weinig kennis over dit onderwerp. De complexiteit van het onderwerp kost hen veel moeite en het is daarom

belangrijk om de informatie zo simpel en basaal mogelijk te houden. Informatie over duurzaamheid moet persoonlijk, dichtbij en kleinschalig zijn. Omdat Honkvaste Gemakzoekers veelal uit gewoonte en gemak handelen is het erg belangrijk dat er een direct resultaat te zien is na een duurzame inspanning, bijvoorbeeld een douchetimer waarop de besparing in euro's wordt uitgedrukt. Honkvaste Gemakzoekers willen zien wat ze kunnen doen en wat het resultaat is. De Honkvaste Gemakzoekers zijn net als Sociale Aanpassers vooral gericht op de directe omgeving. Het is dus belangrijk te focussen op de relevantie van duurzaamheid en NME in de persoonlijke leefomgeving. Dat betekent dat je met lokale activiteiten zoals schoonmaken van speelplantsoenen of het bestuderen van biodiversiteit in een sloot in de buurt het meest aansluit op hun eigen belevingswereld. De focus van deze groep ligt op persoonlijke gevolgen en profijt. Zolang de Honkvaste Gemakzoekers er zelf iets aan hebben, vinden ze het best interessant. De Honkvaste Gemakzoekers willen best iets nieuws leren of uitproberen, maar het liefst niet te complex en in een veilige omgeving. Een project voor deze groep moet leuk zijn, de nadruk moet niet teveel op de inhoud liggen. Het mag leerzaam zijn maar het spelelement is zeer belangrijk, zoals een dropping in de buurt met uitleg over de omgeving. Deze groep is goed te bereiken via school, tv of met computerspelletjes.



8-13 jaar: 24% / 14-18 jaar: 10%  
jongens: 54% / meisjes: 46%

NAAM: NINA  
LEEFTIJD: 17  
OPLEIDING: MBO

### Vierkant en saai

"Alles wordt vierkant en alles gaat er saai uit zien. Ik vind het jammer dat de natuur weggaat, want ik vind het wel mooi. Ik hou van rust en natuur en niet van drukte, dat is niet goed. Eigenlijk ook best jammer als alle ijsbeertjes weg zijn. Dat de ozonlaag weggaat vind ik ook niet goed, maar daar hebben vooral onze kinderen last van. Ik maak me er eigenlijk niet zo'n zorgen over."

### Aardig maar alleen

"Zelf maak ik me meer druk om werkloosheid dan om het milieu, want ik weet niet of we ermee te maken krijgen. Ik vind het goed dat mensen ermee bezig zijn. Ik denk dat duurzame mensen wel aardig zijn. Ik moet denken aan een boswachter die de hele dag door het bos loopt en daar moet opletten. Iemand die op zichzelf is en van wandelen houdt. Hij is wel een beetje alleen en heeft niet zoveel vrienden, want er zijn weinig anderen ook mee bezig. Misschien ga ik er later wel wat mee doen."

### Licht uit doen

"Lampen laten branden is niet goed, ik doe zelf het licht van mijn kamer uit. Dat vind ik best belangrijk. Ik doe ook vaak het rode lampje van de tv uit. Dat doe ik omdat het minder kost en beter is voor het milieu. Ik kies wel voor milieubewust, maar alleen als ik geld heb, hoor! Lang douchen vind ik wel weer fijn, dus dat blijf ik wel doen."

### Zuiveren en reinigen

"Tets leren over het milieu lijkt me wel leuk. Wat me leuk lijkt is bijvoorbeeld met een groepje vrienden water uit een vijver of sloot halen en dat dan zelf zuiveren en reinigen. Als het water dan schoon is kun je er een zwembad mee vullen. Zo maak je het reinigingsproces mee en kan je ook nog eens gaan zwemmen."





'Lekker leuke en  
nieuwe dingen doen!'



# DE ENTHOUSIASTE VERKENNERS

**“Vorig jaar zat ik op paardrijden, maar ik wilde ook graag op ballet, dus dat doe ik nu ook. Mijn beste vriendinnetje zit op karate. Echt heel stoer. Dat zou ik ook wel willen.”**  
(Eefje, 11 jaar)



## **Wat vind ik belangrijk?**

De Enthousiaste Verkenners hebben een positieve, enthousiaste levensinstelling en zijn behoorlijk actieve types. Ze vinden alles leuk om te doen, zijn nieuwsgierig en zoeken steeds weer naar iets nieuws. Keuzes maken is lastig. Ze willen én sporten én iets creatiefs doen én computeren én met vrienden afspreken én nog duizend-en-een andere dingen doen. Wel zijn ze daarbij vooral op thuis en het eigen gezin gericht. Ze kijken iets minder vaak tv en zitten vaker achter de computer dan de gemiddelde Nederlandse jongere. Ze bezoeken veel verschillende sites en houden erg van gamen. Het is een groep die school en huiswerk maken leuk vindt en daar graag erg zijn best in doet. Net als in andere dingen die ze doen trouwens, want ook al doen ze zoveel dingen, ze houden niet van half werk en willen graag de beste zijn in alles wat ze doen. In tegenstelling tot de Honkvaste Gemakzoekers willen zij vaker 'anders' zijn dan anderen. Ze zijn er minder bang voor om uit de groep te springen en een

van hun grote dromen is van hun hobby hun beroep te maken.

## **Wat betekent duurzaamheid voor mij?**

Enthousiaste Verkenners zijn erg actief en besteden hun tijd voornamelijk aan vrienden, school en hobby's. Hierdoor blijft er maar weinig tijd over om zich te verdiepen in natuur en milieu. Ze hebben dan ook moeite met het vormen van een toekomstvisie op het gebied van duurzaamheid. Maar ze maken zich wel redelijk veel zorgen wanneer ze aan de toekomst denken, vooral over de persoonlijke gevolgen van veranderingen door het verdwijnen van natuur, luchtvervuiling en overstromingen in de directe omgeving. Met name nationale problemen, dichtbij het eigen leefgebied, gaan Enthousiaste Verkenners aan het hart. Natuur wordt door deze groep vooral gezien als een plek waar zij hun hobby's kunnen uitoefenen, als recreatiemogelijkheid. Stel je voor dat je straks niet meer buiten kunt sporten of zwemmen! Wat ze zelf kunnen doen om

dit te voorkomen weten Enthousiaste Verkenners eigenlijk niet zo goed. Ze hebben veel vertrouwen in innovatieve technologische oplossingen voor milieuproblemen en willen best wat meer betalen voor duurzame producten. Verder hebben Enthousiaste Verkenners een positief beeld van mensen die zich inzetten voor duurzaamheid, want deze mensen zijn eerlijk, vrolijk en avontuurlijk. Vooral die laatste eigenschap spreekt Enthousiaste Verkenners aan. Duurzaamheid wordt dus niet gezien als iets sufs voor geitenwollensokken.

## **Wat vind ik van NME?**

Enthousiaste Verkenners zijn nieuwsgierig ingesteld en gefascineerd door alles wat nieuw of bijzonder is. Zij willen bijvoorbeeld meer weten over bijzondere natuurgebieden of over welke planten je in Nederland allemaal kunt eten. Het merendeel van de Enthousiaste Verkenners vindt dat ze genoeg leert over natuur en milieu. Zij doen dat op dezelfde manieren als de gemiddelde jongere: natuurprogramma's kijken, lessen en



NAAM: **HIND**  
 LEEFTIJD: **16**  
 OPLEIDING: **VMBO-T**

**Geen plek om te leven**

"Over dertig jaar zullen er heel veel auto's rijden die zoveel CO2 uitstoten dat de ozonlaag verdwijnt. Er is dan een smoglaag net zoals in Japan. Er zijn geen koude winters meer en de duinen zijn hoger, omdat de zeespiegel stijgt. Er is heel veel drukte en hoge gebouwen. Als we zo doorgaan is er geen plek meer om te leven. Ik vind de natuur heel mooi, dus dat lijkt me niet zo leuk."

**Recyclen**

"Duurzaamheid? Bomen planten en duurzaam toerisme. Recyclen, daar heb ik wel wat mee, dat doen we thuis ook. Het is ook goed voor de volgende generatie om dat te doen. Eigenlijk zou je een huis moeten

hebben met zonnepanelen en waar de regen de afvoer ingaat en dan naar de kraan. En scharreleieren eten, maar die kosten extra en van dat geld kan je ook weer leuke dingen doen. Zo is het dus ook met het milieu."

**Douchen**

"Als het zou moeten zou ik het niet erg vinden om korter onder de douche te staan. Als ik dat alleen zou doen maakt het niets uit. Dan moet wel iedereen korter gaan douchen."

**Deltawerken en propellers**

"Ik zou wel een reisje willen maken naar de Deltawerken, met de klas samen. Of bomen planten, het moet wel leuk zijn. Maar buiten school ga ik er niets aan doen, ik doe het niet in mijn vrije tijd. Bij techniek zou er aandacht aan besteed kunnen worden. Iets met een propeller die energie opwekt met een lampje. Dat kan je dan mee naar huis nemen."

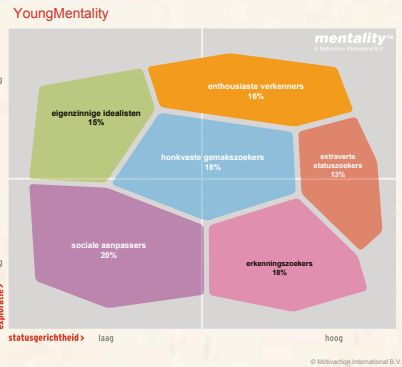
werkstukken op school. Enthousiaste Verkenners geven wel iets vaker aan via vrienden iets te leren over natuur en milieu. Het is een erg sociale groep jongeren met veel contacten. Ze zijn ook vaker geïnteresseerd in hoe andere jongeren omgaan met natuur en milieu.

**Hoe spreek je mij aan?**

Zoals de naam al doet vermoeden is de Enthousiaste Verkenner enthousiast en verkennend van aard. Actief op zoek gaan naar nieuwe informatie doen ze graag. Net als Sociale Aanpassers vinden ze het leuk om samen met andere jongeren projecten te doen. Enthousiaste Verkenners zouden dus liever de natuur in trekken om iets te leren dan vanuit de schoolbanken hiermee bezig te zijn. Tenzij dat op een andere manier

gebeurt dan normaal, door bijvoorbeeld een gastles van een bekende Nederlander. Enthousiaste Verkenners worden meer getriggerd door projecten met een creatieve component, zoals op windkracht bewegende kunst maken of een modeshow met milieuvriendelijke kleding. Daarnaast is de toon van de boodschap ook erg belangrijk; een positieve toonzetting spreekt Enthousiaste Verkenners meer aan dan doemscenario's over de toekomst.

"Je moet het gewoon wat vetter maken. Net als met Uggs; die dragen sterren ook, en dan wil iedereen ze hebben. Dat kan je ook met duurzame kleding doen of met bomen planten. Een modeshow maken." (Christian, 16 jaar)



8-13 jaar: 20% / 14-18 jaar: 9%  
 jongens: 55% / meisjes: 45%







‘Wat vind jij van mij?’

# DE ERKENNING- ZOEKERS

“Ik hou een eigen weblog over make-up bij. Over trends die ik op internet en in de bladen zie bijvoorbeeld en over spullen die ik zelf koop. Ik lees ook elke dag de reacties van andere mensen op mijn berichtjes, want ik wil weten hoe ze mijn blog vinden.”  
(Sharon, 13 jaar)



## Wat vind ik belangrijk?

De Erkenningzoekers hebben een individualistische waardenoriëntatie. Ze gaan lekker hun eigen gang, maar denken er wel steeds aan wat anderen van hen vinden. Ze vinden het bijvoorbeeld belangrijk hoe ze eruit zien en welke spullen ze hebben. Zo maken ze zich zorgen om hun gewicht en staan ze best vaak voor de spiegel te turen of ze er wel goed uitzien. Meestal zijn ze niet zo happy met zichzelf. In tegenstelling tot de Sociale Aanpassers hebben zij juist niet zoveel vrienden en besteden ze minder tijd met hun familie. Ze hebben weinig behoefte aan afwisseling, zitten thuis op hun kamer en kijken dan graag tv. De tv en de computer zijn de grootste vrienden van Erkenningzoekers. Ze kunnen zich geen leven voorstellen zonder deze apparaten. Als ze iets doen willen ze het graag goed doen. Het zijn een beetje brave *control freaks*. Een onvoldoende halen op school vinden ze een grote nachtmerrie en ze streven ook naar een goede band met hun ouders. Ze zijn vrij behoudend:

dingen die ze leuk vinden blijven ze ook doen, en ze proberen dan ook niet zo snel iets nieuws uit. Wel zijn ze opvallend veel bezig met het zoeken naar hun eigen identiteit, maar ze willen niet opvallen en uiten zich dan ook niet in extreme subculturen. Vaak hebben ze zelf geen uitgesproken idee over tot welke groep ze behoren, of noemen ze zichzelf doorsnee, normaal of Top40'er.

## Wat betekent duurzaamheid voor mij?

Erkenningzoekers vinden het erg belangrijk wat anderen van hen denken en willen zo min mogelijk afwijken van de norm. Ze zullen niet zo snel hun mening geven en stemmen hun mening af op belangrijke anderen, zoals vrienden en ouders. Hierdoor wijkt hun mening over duurzaamheid, hun toekomstvisie en kennisniveau weinig af van dat van de gemiddelde jongere. Ze maken zich wel wat vaker zorgen over natuurrampen als gevolg van klimaatverandering in Nederland, maar ze denken niet vaker hier ook zelf mee te maken te krijgen.

Erkenningzoekers zijn minder vaak buiten te vinden dan andere jongeren. Ze hechten dan ook wat minder waarde aan lekker in de natuur sporten of chillen. Wel zijn Erkenningzoekers enigszins maatschappelijk betrokken, maar ze laten ook hierover hun mening vaak afhangen van wat zij horen van anderen of in de media. Opvallend is dat deze groep wel afwijkt van het gemiddelde als het gaat om duurzaam gedrag. Zo scheiden Erkenningzoekers vaker het afval, reizen zij vaker met het openbaar vervoer en laten ze apparaten minder vaak op standby staan. De Erkenningzoekers zijn wat minder gemakzuchtig dan andere groepen. Binnen deze groep valt dus relatief makkelijk terreinwinst te behalen.

## Wat vind ik van NME?

Als het gaat over NME verschillen Erkenningzoekers niet veel van de gemiddelde Nederlandse jongere. Informatie over natuur en milieu krijgt deze groep graag in de vorm van filmpjes op televisie en internet. Dit is natuur-



lijk niet zo vreemd aangezien Erken- ningszoekers graag televisie kijken. Erkeningszoekers hebben iets meer interesse in de technologische kant van duurzaamheid. Zij zouden meer willen weten over welke nieuwe uitvindingen goed zijn voor natuur en milieu en hoe van regenwater drinkwater wordt gemaakt.

**"Ik denk dat deze generatie veel bezig is met technologie. Ik ben veel bezig met mijn mobieltje; ben graag bereikbaar. Heb altijd mijn mobiel of mijn computer aanstaan. Denk er niet bij na of dat duurzaam is. Mijn laptop laad ik trouwens pas op als ie helemaal op is, niet om het milieu maar omdat het beter is voor de accu."** (Liesbeth, 16 jaar)

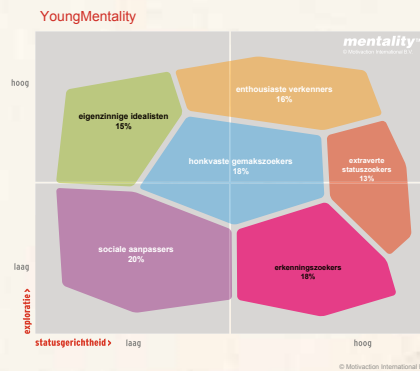
**"Ik zorg dat de computer en tv niet op standby staan, laat lichten niet onnodig aan, heb één schakelaar waarmee ik alles uit zet. Mijn ouders hebben me dat geleerd. Het is niet nodig om je tv aan te laten dus waarom? Het zit gewoon in mijn systeem."** (Yoy, 16 jaar)

### Hoe spreek je mij aan?

De individualistische instelling van de

Erkeningszoekers zorgt ervoor dat het benadrukken van de persoonlijke relevantie van projecten over duurzaamheid, natuur en milieu het meeste effect heeft. De voor- en nadelen voor het eigen leven benoemen is een manier om de aandacht van Erkeningszoekers te trekken. Daarnaast is deze groep net als de Sociale Aanpassers zeer gevoelig voor de sociale norm en wil ze hier graag aan voldoen. Een project waarin de sociale norm over duurzaamheid wordt aangepast zal bij de Erkeningszoeker dan ook tot meer duurzaam gedrag leiden. Dat kan, zoals eerder uitgelegd, door jongeren individueel verantwoordelijk te maken voor bepaalde taken en deze publiekelijk te maken binnen de peer group. Wat anderen van ze denken en hoe ze eruit zien speelt een grote rol. Een project waarin de nadruk wordt gelegd op het uiterlijk zal Erkeningszoekers aanspreken. Zo kan duurzaamheid gekoppeld worden aan zaken die belangrijk voor hen zijn zoals merkleding of sieraden, denk aan Kuyichi en sommige producten van H&M.

**"Nou als het mooie biologische kleding is, haha....."** (Fleur, 16 jaar)



8-13 jaar: 15% / 14-18 jaar: 21%  
jongens: 47% / meisjes: 53%

**NAAM: WOLF**  
**LEEFTIJD: 18**  
**OPLEIDING: 6 VWO**

### Grote steden

"Over dertig jaar gaat het een stuk beter of een stuk slechter. Er wordt minder aandacht aan de natuur besteed, daarom gaat het slechter. Er wordt minder voor het milieu gezorgd. Ze moeten er meer aan doen, de regering en overheid. Ik denk dat Nederland tegen die tijd helemaal vol is gebouwd. Nog meer grote steden en de bevolking zal groeien. Steden zullen met elkaar verbonden worden door tunnels en er komen snellere, elektrische vervoersmiddelen. Ik denk dat Nederland dan nog meer op de wereld gericht zal zijn. We zijn een klein land en we moeten rekening houden met de buitenwereld."

### Niet over een kam scheren

"Duurzame mensen? Ik denk dat iedereen op zijn eigen manier met duurzaamheid bezig kan zijn. Het is niet perse een bepaald type. Meer een gemiddeld iemand, die biologische dingen koopt en bewust kijkt naar wat voor kleren hij koopt. Voor de rest weet ik het niet, met sommige dingen doe je het wel en met andere weer niet. Ik denk niet dat je mensen over een kam kunt scheren."

### Niet lang volhouden

"Laatst was er iets op het nieuws over water en toen dacht ik: voortaan ga ik nog maar vijf minuten douchen. Ik zou graag willen zeggen dat ik rustig aan doe met water, maar ik sta gewoon twintig minuten onder de douche. Ik heb het dus niet lang volgehouden."

### Competitie en serieus

"Als ik iets zou willen leren over het milieu dan zou ik iets actiefs willen doen. Niet alleen luisteren, want dat doe je al genoeg op school. Ik zou het wel eerder doen als het voor school is. Het zou leuk zijn als het iets met een competitie is en dat dan de uitslag op tv komt. Iets groots wat serieus genomen wordt door anderen."







'Kijk mij eens!'

# DE EXTRAVERTE STATUSZOEKERS

**“Met mijn vaste vriendenclub ga ik elke zaterdagavond naar allerlei feesten hier in de buurt. Een schuimparty bijvoorbeeld. Komende zomer gaan we voor het eerst met z'n allen op vakantie. Lekker feesten!” (Barry, 16 jaar)**



## Wat vind ik belangrijk?

Extraverte Statuszoekers zijn supersociale types met een sterk hedonistische inslag. Ze zien het leven als één groot feest. Uiterlijk, vrienden, feesten en uitgaan is waar het allemaal om draait. Ze hechten vooral veel waarde aan materiële status en hebben best een hoge dunk van zichzelf. Je zult een Extraverte Statuszoeker dan ook niet gauw zonder merkkleding zien, hoe subtiel een merkje soms ook boven hun broekband uit popt. Ze willen nieuwe spullen graag als eerste hebben (het zijn de *early adopters*). Deze jongeren hebben vaak een eigen stijl, zoals fashionistas of hipsters. Ook het hebben van oudere vrienden, die vaak net dat beetje meer ervaring hebben, dragen bij aan een hogere status (ze hebben bijvoorbeeld een rijbewijs, zodat ze naar de hotste feesten kunnen 'chaufferen'). Bij alles wat ze doen vragen ze zich af wat hun vrienden daarvan denken. Deze jongeren zijn goedgebekt, hebben snel hun mening klaar en zijn ook niet te beroerd om op een feestje de lolbroek uit te hangen. Om een beetje in aanzien te stijgen bij leeftijds-

genoten experimenteert deze groep ook volop met genotsmiddelen. Ze drinken en roken meer dan andere groepen en ook gebruiken ze vaker drugs. Extraverte Statuszoekers hebben het vaak druk met bijbaantjes om hun luxueuze levensstijl te kunnen bekostigen. Tegelijkertijd zijn het echte 'communicatiedieren' die elk moment van de dag in contact staan met hun persoonlijke netwerk. Het mobieltje is heilig en er wordt veelvuldig van social media gebruik gemaakt.

## Wat betekent duurzaamheid voor mij?

De materialistische houding en fascinatie voor luxe en glamour van Extraverte Statuszoekers staan op gespannen voet met het thema duurzaamheid. Zij zijn dan ook de minst duurzame groep van de zes groepen. Extraverte Statuszoekers zijn optimistisch over de toekomst en maken zich weinig zorgen. De wereld wordt mooi, schoon en er komen nieuwe oliebronnen aan. Ze geven eigenlijk gewoon niet zoveel om de staat van de natuur. Duurzaamheid heeft een nega-

tief imago binnen deze groep. Mensen die zich met duurzaamheid bezig houden zijn vaker saai, somber, zeurderig, sloom en 'softe hippies', woorden die totaal niet passen in de wereld van de Extraverte Statuszoeker. Ze hebben een laag kennisniveau van duurzame gedragsopties en vertonen het minst duurzame gedrag van alle jongeren. Deze groep is niet geïnteresseerd en weinig offerbereid. Ze zullen bijvoorbeeld niet korter gaan douchen, omdat ze lang douchen gewoon te lekker vinden, en dat kleine beetje water dat zij gebruiken zal het verschil toch niet maken. Zij vinden het meer dan andere jongeren belangrijk dat hun persoonlijke comfort niet in gevaar komt. Extraverte Statuszoekers zijn gericht op consumptie en comfort. Spullen moeten vooral mooi zijn en hoe ze worden gemaakt en welk effect dit heeft op het milieu is minder interessant. Kortom: de Extraverte Statuszoeker is niet geïnteresseerd in duurzaamheid, weet er weinig van en is niet gemotiveerd om het gedrag aan te passen. Je meer duurzaam gaan



NAAM: **SORAYA**  
LEEFTIJD: **16**  
OPLEIDING: **4 HAVO**

#### Warmer en kouder

"Ik denk dat er extreme weersomstandigheden zijn, warmer en kouder. Door de opwarming van de aarde is Nederland half onder water. Het wordt een stuk kleiner en veel mensen moeten verhuizen. En dat de communicatie een stuk minder sociaal is. Er komen steeds meer technologische dingen zoals mobieltjes enzo. Het is meer ieder voor zich denk ik."

#### Oud en gek

"Duurzame mensen? Dat zijn volgens mij van die types zonder baan, wel wat ouder, zeker geen jongere, met een kat en die heel vaak naar protesten gaan enzo. Ja, een beetje zo'n gek type.... Maar wel iemand die veel om andere

mensen geeft, en ook om het milieu natuurlijk."

#### Iedereen of niemand

"Ik wil er best wel wat aan doen, maar als niemand anders het doet heeft het weinig zin hè. Het is iedereen of niemand. Ik zou best een duurzame scooter willen hebben, maar ja die zijn zo gek duur! Als je dat dan ziet dan denk ik: laat maar."

#### Modeshow

"Eigenlijk ga ik liever iets leukes doen, maar als ik iets over het milieu zou moeten leren dan maar op school. Als ik het woensdagmiddag moet doen, vind ik het ok, maar als het vrijdagmiddag is, ja doe, dan doe ik het echt niet. Ik vind wel dat het iets voor je plezier moet zijn. Mensen moeten niet alleen maar negatieve dingen zeggen, alleen maar over de opwarming, dat heb je al zo vaak gehoord, dat doet je niets meer. Maar iets leukes zoals een modeshow of zo lijkt me wel wat."

gedragen geeft geen direct effect en dit is een belemmering voor de Extraverte Statuszoekers, want ze zijn erg resultaatgericht. Extraverte Statuszoekers voelen zich niet persoonlijk verantwoordelijk, als zij iets duurzamer gaan leven moet iedereen dat doen, anders helpt het niets. Als de rest het niet doet hoeven zij het toch ook niet te doen? Externe partijen, zoals de regering, zijn verantwoordelijk voor de oplossing van de milieuproblemen, vindt deze groep.

"Het is niet eerlijk omdat ik denk: Oh, ik moet spaarlampen aanschaffen, en dan zie ik op tv iemand met drie auto's. Dan vind ik dat wel een beetje... dan voelt het niet goed. Ik wil er best iets aan doen, alleen als ik zoveel mensen zie die zoveel verspillen vind ik het erg om me op te offeren." (Dzifa, 14 jaar)

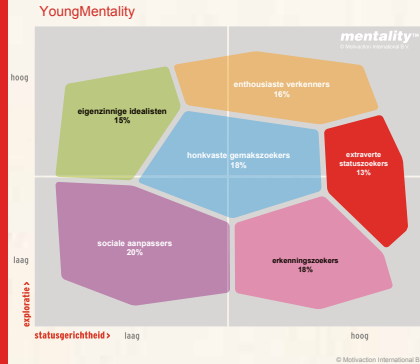
"Ik wil er best wel wat aan doen, maar als niemand anders er wat aan doet is het onbegonnen werk." (Britt, 17 jaar)

#### Wat vind ik van NME?

Extraverte Statuszoekers leren naar hun idee genoeg over natuur en milieu. Deze groep heeft geen behoefte om nog meer te leren omdat het onderwerp ze niet aanspreekt. Ze geven aan milieumoe te zijn en vinden dat er al zoveel aandacht aan is besteed. De Extraverte Statuszoeker heeft eigenlijk wel genoeg van het 'gezeur' over natuur en milieu. 'What's in it for me'? Niets? Nou, dan hoef je me er ook niet lastig mee te vallen. Extraverte Statuszoekers vinden dat zij geen extra informatie nodig hebben over duurzaamheid. Zij gaan niet zelf op zoek naar informatie en leren minder vaak dan andere jongeren over duurzaamheid die wel natuurprogramma's op tv kijken.

#### Hoe spreek je mij aan?

Door het gebrek aan interesse voor duurzaamheid is de Extraverte Statuszoeker de lastigste groep om te bereiken. Omdat deze groep vooral vanuit de 'what's in it for me'-gedachte leeft is het belangrijk om de aandacht te leggen op de persoonlijke voordelen van duurzaam



8-13 jaar: 6% / 14-18 jaar: 22%  
jongens: 61% / meisjes: 39%

gedrag. Projecten waarmee je vakanties, gadgets of geld kunt winnen zal deze groep meer aanspreken. Daarnaast speelt het uiterlijk een grote rol in deze groep, dus een mooie vormgeving van NME is erg belangrijk. Om de aandacht van Extraverte Statuszoekers te krijgen moet de informatie er hip en mooi uitzien. Denk aan Avatar, een sciencefiction film met een ecologische boodschap of de elektrische sportauto Tesla. Net als bij de Erkenningszoekers kan het koppelen van NME aan een hip kledingmerk als Kuyichi een goede ingang zijn. Een feest met een combinatie van een NME-boodschap en een hip karakter, zoals een feest van Monkey Business of een Plug'N'Party bij oplaadpalen voor elektrische auto's spreken deze groep wel aan. Niet zozeer vanwege de duurzame boodschap maar meer vanwege het hippe en sociale karakter. Voor de Extraverte Statuszoeker is vorm belangrijker dan inhoud. Zet dus niet de duurzaamheidsboodschap in de etalage, maar vertel hen eerder wat zij zelf kunnen winnen, verdienen of meemaken.





## CONCLUSIE: DÉ JONGERE BESTAAT NIET

Jongeren in de leeftijd van 12 t/m 18 jaar staan lang niet allemaal op dezelfde manier in het leven. Zij hebben verschillen in waarden en die uiten zich op allerlei manieren zoals andere vrijetijdsbesteding, andere hobby's en andere studiekeuzen, maar ook verschillen in hun kijk op natuur en milieu en duurzaamheid. De Eigenzinnige Idealisten zijn bijvoorbeeld van nature geïnteresseerd in natuur en milieu en moeten vooral inhoudelijk worden geprikkeld. De Extraverte Statuszoekers hebben een totaal andere levensvisie en willen niet zo veel van duurzaamheid weten tenzij dit op een meer glamou-rachtige manier wordt gebracht. Hieruit volgt dat één concept voor alle jongeren als totaal niet genoeg is, maar dat je op verschillende manieren de juiste snaren bij jongeren moet raken. Voor iedereen

die zich bezig houdt met NME is het dus van uiterst belang om goed inzicht te hebben met welk type jongeren je gaat werken. Dan kunnen de activiteiten (of het nou voorlichtingsfolders zijn of een dansfestival) precies op maat worden ingericht om zo het maximale effect te behalen.



# 4. YOUNGMENTALITY, WAT KUN JE ERMEE?

## INLEIDING

Hiervoor heb je kennis gemaakt met YoungMentality en de zes verschillende milieus. Wat kun je concreet met deze informatie? Hier volgt een stappenplan met vier stappen die je kunt doorlopen om YoungMentality te raadplegen bij verandertrajecten binnen jouw organisatie. Hoezeer organisaties en mogelijkheden onderling ook verschillen; iedereen is gebaat bij een planmatige aanpak. Daarna volgen aanbevelingen voor verschillende doelgroepen: onderwijs, NME-aanbieders, overheden en samenwerkingsverbanden.

## STAPPENPLAN

Je kunt YoungMentality inzetten als een instrument, waarmee je stap voor stap komt van een analyse van je huidige aanpak en vervolgens tot een optimalisatie daarvan in de toekomst. Hiervoor zien we een stappenplan voor ons met vier fases.

### Stap 1: Terreinverkenning

In de eerste fase ga je een antwoord formuleren op de vraag waar jouw organisatie en/of activiteitenaanbod zich op dit moment in het model bevindt. Je gaat – in marketingtermen – op zoek naar jullie identiteit, dat wat je bént. Ook ga je nadenken over hoe de buitenwereld naar je kijkt, ofwel naar je imago of uitstraling.

Wie je bent en hoe de buitenwereld je ziet, daar kan soms veel verschil in zitten. Voordat je dus (in stap 2) kunt gaan

nadenken over het huidige en het gewenste imago van je organisatie, is het belangrijk om de huidige situatie goed scherp te hebben en te onderzoeken. Bij welke YoungMentality-types sluit dat het beste aan? Deze vraag kun je zowel op individueel als op organisatieniveau beantwoorden, want een belangrijk deel van deze identiteit wordt gevormd door de mensen die er werken.

Daarbij is het belangrijk om authentiek te blijven, want jongeren voelen het haarfijn aan als je iets mooier of anders brengt dan het in werkelijkheid is. En mocht je ze dan toch weten te activeren om deel te nemen aan je activiteiten: als het gecommuniceerde beeld niet verenigbaar is met de realiteit weet je ze op termijn vaak ook niet te behouden. Begin daarom bij jezelf. Wat typeert jou?

Op de site [www.motivaction.nl](http://www.motivaction.nl) kun je een online testje invullen en achterhalen welk YoungMentality-profiel bij jou past. De YoungMentality-test is eigendom van Motivaction International B.V. en bedoeld voor individueel gebruik. Voor gebruik van de test voor commerciële doeleinden of trainingen is schriftelijke toestemming van Motivaction vereist.

Kijk naar de activiteiten die je aanbiedt voor jongeren, en naar de manier waarop ze zijn uitgewerkt, in inhoud en vorm. Stel jezelf daarbij de vraag hoe jongeren vanuit verschillende YoungMentality-milieus hierop kunnen reageren en ook welk YoungMentality-milieu je op dit moment het meeste aanspreekt. Zo 'plot' je als het ware jullie eigen activiteiten in het model.

### Stap 1 terreinverkenning

- eigen identiteit
- imago
- contact
- doelgroep YoungMentality-milieus



### Stap 2 koersbepaling

- welk YoungMentality-milieu
- liever 2 dan 6
- sluit aan op drijfveren en motivaties
- formuleer aanpassingen



### Stap 3 koerswijziging

- implementeer aanpassingen
- virtuele stijl, tone of voice (communicatiekanalen)
- nieuwe activiteiten
- beëindiging oude activiteiten



### Stap 4 terreinwinst

- evaluatie
- heb je meer of andere jongeren bereikt
- vraag jongeren wat ze ervan vinden

Welk YoungMentality-milieu past het best bij jou persoonlijk? En hoe is dit voor andere mensen in jouw organisatie?

#### Stap 2: Koersbepaling

Je hebt nagedacht over de identiteit van jezelf en jullie organisatie als geheel en bestaande activiteiten geplot in het YoungMentality-model. Nu weet je met andere woorden op welk terrein je je bevindt. Tijd om de koers vast te houden en te optimaliseren of bij te stellen en op zoek te gaan naar manieren om ook andere groepen meer aan te spreken. In deze fase formuleer je een antwoord op de vraag: Op wie wil ik me (nog meer) richten? Welke nieuwe doelgroepen ga ik aanspreken? Hierbij geldt het adagium 'alles is niets'.

Kies liever voor twee specifieke milieus dan voor alle zes. Misschien bereik je tot nog toe met name Eigenzinnige Idealisten. Dan kun je nu de ambitie formuleren om je pijlen te gaan richten

op Enthousiaste Verkenners en Honkvaste Gemakzoekers. Het gaat erom dat je bewust een koers uitzet en daarmee andere drijfveren en motivaties gaat aanspreken in al je activiteiten.

#### Stap 3: Koerswijziging

In deze fase ga je de koersbepaling omzetten in een koerswijziging en de voorgenomen veranderingen implementeren in jullie activiteiten voor jongeren. Je gaat verkennen welke aanpassingen nodig zijn en die aanpassingen ook stap voor stap doorvoeren. Soms kan het om lichte aanpassingen gaan, zoals het wijzigen van beeldmateriaal. Zo kun je ervoor kiezen om in al je communicatiemiddelen niet alleen foto's van landschappen te laten zien, maar hierbij ook jongeren in beeld te brengen, waardoor het sociale element van jullie activiteiten meer nadruk krijgt. Of je ontwikkelt nieuwe activiteiten die aanspreken bij de (nieuwe) doelgroep,

zoals bijvoorbeeld een actief survivalweekend waarbij jongeren leren te overleven door gebruik te maken van wat de Nederlandse natuur allemaal te bieden heeft. Soms gaat er meer op de schop en kies je voor het beëindigen van bepaalde activiteiten en het opstarten van geheel nieuwe zaken.

#### Stap 4: Terreinwinst

In deze laatste fase ga je, net als in stap 1, wederom om je heen kijken en evalueren. Heeft de koerswijziging ertoe geleid dat je meer en andere jongeren hebt bereikt? Hoe waarderen de verschillende YoungMentality-groepen je nieuwe aanbod? Wie trek je daarmee aan en wie niet? Deze vragen helpen je wederom om dit aan te scherpen en te vernieuwen.

Een voorbeeld: een NME-centrum in een duingebied biedt middelbare scholieren een tentoonstelling aan over waterwinning in de duinen. Een stagi-

air voert een onderzoekje uit onder de bezoekers en daaruit blijkt dat slechts 10% van alle scholieren de tentoonstelling interessant vindt. Analyse op basis van YoungMentality & Duurzaamheid doet vermoeden dat het NME-centrum vooral Eigenzinnige Idealisten aanspreekt (stap 1).

Het NME-centrum verdiept zich in het YoungMentality-model en wil iets organiseren dat ook Sociale Aanpassers en Extraverte Statuszoekers kan charmeren (stap 2). Een interne brainstorm levert zes ideeën op voor mogelijke nieuwe activiteiten. De stagiair toetst deze ideeën in een paar gesprekken met groepjes leerlingen. Hieruit blijkt dat het onderwerp vervuiling in de oceaan erg leeft, mede ingegeven door recente olierampen op zee.

Het NME-centrum werkt een simulatiespel uit over olievervuiling op zee, waarin leerlingen in groepjes verschillende belangen vertegenwoordigen

(stap 3). Schoolklassen kunnen zich aanmelden voor het multimediale rollenspel, dat in één dag gespeeld kan worden op het NME-centrum. Een evaluatie van een jaar later geeft heel andere resultaten (stap 4): 75% van de deelnemers beoordeelt het simulatiespel met een 7 of hoger. Reden voor het NME-centrum om nog meer promotie te gaan maken, teneinde een groter aantal scholen te bereiken.

## VOORTGEZET ONDERWIJS

Als je als docent les geeft in aan duurzaamheid gerelateerde onderwerpen kan deze publicatie je helpen om te leren hoe jongeren denken over deze thema's. Je zult zien dat er niet één type jongere is, maar dat jongeren op dit vlak onderling behoorlijk verschillen. Als docent heb je alle typen leerlingen





in je klas en kun je je dus niet zomaar richten of focussen op één of twee types. Wél kun je via dit model analyseren welke leerlingen je nu vooral aanspreekt en welke minder.

Hoewel veel leerlingen school een logische plek vinden voor NME-activiteiten, uiten ze ook regelmatig didactische frustratie als ze vertellen over NME op school. Bijvoorbeeld omdat het educatieve aspect er te dik op ligt of omdat het te passief is. Als je meer weet over belangrijke drijfveren van je leerlingen, kan het je helpen om je lessen anders in te richten en zo andere leerlingen te enthousiasmeren.

## NME-AANBIEDERS

YoungMentality & Duurzaamheid kan je helpen om NME-activiteiten anders in te richten. Veel organisaties werken zendergericht (wat wil ik overbren-

gen?) in plaats van ontvangergericht (what's in it for them?). Dit model kan je helpen om je meer te verplaatsen in de jongerendoelgroep. Door binnen je organisatie stapsgewijs de hierboven beschreven fases te doorlopen kom je tot andere beslissingen en uitkomsten in het ontwerpproces.

## OVERHEDEN

Overheden – lokaal, provinciaal en landelijk – kunnen in hun beleid YoungMentality meenemen. Bijvoorbeeld door in de beleidsvoorbereidende fase doelstellingen op te nemen over het bereiken van bepaalde YoungMentality-groepen, danwel later in het beleidsproces door effecten te monitoren en evalueren op basis van YoungMentality. Zo zou een gemeente bij de beoordeling van subsidieaanvragen kunnen analyseren welke type jongeren met

name bediend worden en indieners ook kunnen meenemen in de uitdaging om juist ook andere motieven en dus andere groepen te bereiken.

## SAMENWERKINGS- VERBANDEN

Het Programma NME stimuleert allianties op het terrein van NME. Zij wil dat verschillende partijen (bestuurders en beleidsmedewerkers, eindgebruikers zoals het onderwijs, NME-professionals en andere organisaties met nieuwe ideeën) samenwerken in arrangementen. Om zodoende te komen tot vernieuwende NME-activiteiten die vraaggericht zijn ontworpen. In deze arrangementen kun je ook partnerships aangaan met organisaties en merken die jongeren al succesvol weten te bereiken. Denk aan een hip kledingmerk of een goedbezocht festival. Door

allianties te smeden met partijen die goed aansluiten bij de belevingswereld van jongeren kun je een belangrijke hobbel (hoe bereiken we jongeren?) overwinnen. Enkele voorbeelden:

- Plug'N'Party: Amsterdam geeft gratis stroom voor elektrische auto's via laadpalen uit de grond. The New Motion, facilitator van elektrisch rijden, vindt dat dit gevierd moet worden en organiseert bij laadpalen in Amsterdam exclusieve Plug'N'Party's. De DJ plugt in de laadpaal en zorgt voor een instant feest op straat! Via social media kun jij Plug'N'Party volgen, zodat je op de hoogte bent waar de volgende Plug'N'Party gevierd wordt. Zie [www.plugnparty.nl](http://www.plugnparty.nl).

- Treemagotchi helpt je om samen met anderen de duurzame dingen te doen die je stiekem al van plan was maar waar je nooit aan toekwam. Door een boompje te planten op Hyves (en in de toekomst ook op Facebook). Elke keer



als je een duurzame actie uitvoert groeit je boom. Hiervoor krijg je elke twee weken een oproep: zo zegden 2.700 mensen, geïnspireerd door Treemagotchi, hun papieren telefoongids op. Zie [www.treemagotchi.nl](http://www.treemagotchi.nl).

- Met de campagne 'Het is lekkerder in het landschap' wil de Provincie Utrecht jongeren bewust maken van het Utrechtse landschap. Via ondermeer een Midzomernachtsdiner en een openlucht filmpremière triggeren zij vooral stedelijke jongeren om het Utrechtse landschap op te zoeken. Zie [www.lekkerderinhet-landschap.nl](http://www.lekkerderinhet-landschap.nl).

- Spot en sport: buitensporters weten als geen ander hoe lekker het is om buiten te bewegen. Sporten is namelijk pas echt rustgevend en bevrijdend in een omgeving waar je je onbegrensd voelt. Op de site van Spot en Sport vind je wat bekende sporters te zeggen hebben over sport en natuur. Daarnaast wordt jongeren de mogelijkheid geboden om

hun eigen spot en sportbeleving toe te voegen. Voor meer informatie: zie [www.spottendesporters.nl](http://www.spottendesporters.nl).

## TIEN BELANGRIJKE VRAGEN OM TE STELLEN

'Hoe kom ik er nu achter welk type jongere ik voor me heb?', horen wij vaker. Gewoon, door het ze indirect te vragen. Hieronder staan tien mogelijke vragen die je als NME-ontwikkelaar, -aanbieder of elke andere professional die met jongeren en duurzaamheid bezig is, kunt stellen om een scherper beeld van je doelgroep te krijgen en je activiteiten daarop af te stemmen.

Je kunt deze vragen rechtstreeks aan jongeren stellen in 1-op-1-gesprekken. Maar ook aan jezelf, want zo krijg je inzicht in waar de raakvlakken of juist verschillen liggen. Een belangrijke opmerking hierbij is dat je de vragen

open moet stellen, dus zonder vooraf gedefinieerde antwoordcategorieën in je hoofd. Dit is nodig, omdat je dan geen enkele richting uitsluit en je mogelijk tot verrassende antwoorden en inzichten komt. We hebben eerst wat vragen geformuleerd die een richting geven over binnen welke belevingswereld de jongeren zich bevinden. Vervolgens hebben we ook vragen opgenomen die inzicht geven in de beleving van duurzaamheid en NME. Hoewel het wellicht open deuren lijken, zullen deze vragen leiden tot een beter begrip van de doelgroep en daarmee helpen om je activiteiten precies op maat in te richten.

Met betrekking tot de belevingswereld

1. Wat vind jij het allerbelangrijkst in het leven?
2. Waar word je het meest gelukkig van?
3. Wat doe jij het liefst in je vrije tijd?
4. Wat is jouw droomwens?
5. Wat wil jij bereiken als je volwassene bent?

Met betrekking tot duurzaamheid

1. Hoe denk je dat de wereld er over dertig jaar uit zal zien?
2. Maak je je weleens zorgen over de toekomst van de wereld? En, zo ja, waarover?
3. Wat betekent natuur/energie/water voor jou?
4. Wat vind je van mensen die zich inzetten voor het milieu?
5. Hoe zou jij het liefst iets willen leren over natuur en milieu?

# ONDERZOEKS- VERANTWOORDING

YoungMentality & Duurzaamheid borduurt voort op het YoungMentality-model dat in 2006 gezamenlijk door YoungWorks en Motivaction is ontwikkeld in opdracht van Sanoma Uitgevers.

Het onderzoek naar YoungMentality en NME startte in januari 2010 en kende drie fases.

## 1.Deskresearch

Om inzicht te krijgen in wat er allemaal bekend is over het thema jongeren en duurzaamheid zijn diverse eerder verrichte onderzoeken bekeken. Dit heeft als input gediend voor de volgende kwalitatieve fase.

## 2.Kwalitatieve fase

Om goed te achterhalen wat er onder jongeren allemaal leeft met betrekking tot duurzaamheid en NME is per YoungMentality-milieu een groepsgesprek georganiseerd met telkens acht jongeren uit het

betreffende milieu. We verkenden hoe de jongeren dachten over duurzaamheid, vroegen naar spontane associaties bij het thema en bespraken drie subthema's: water, energie en natuur. Daarbij legden we de jongeren ook enkele concrete NME-projecten voor. De resultaten van deze gesprekken dienden als input voor de vragenlijst in de volgende kwantitatieve fase.

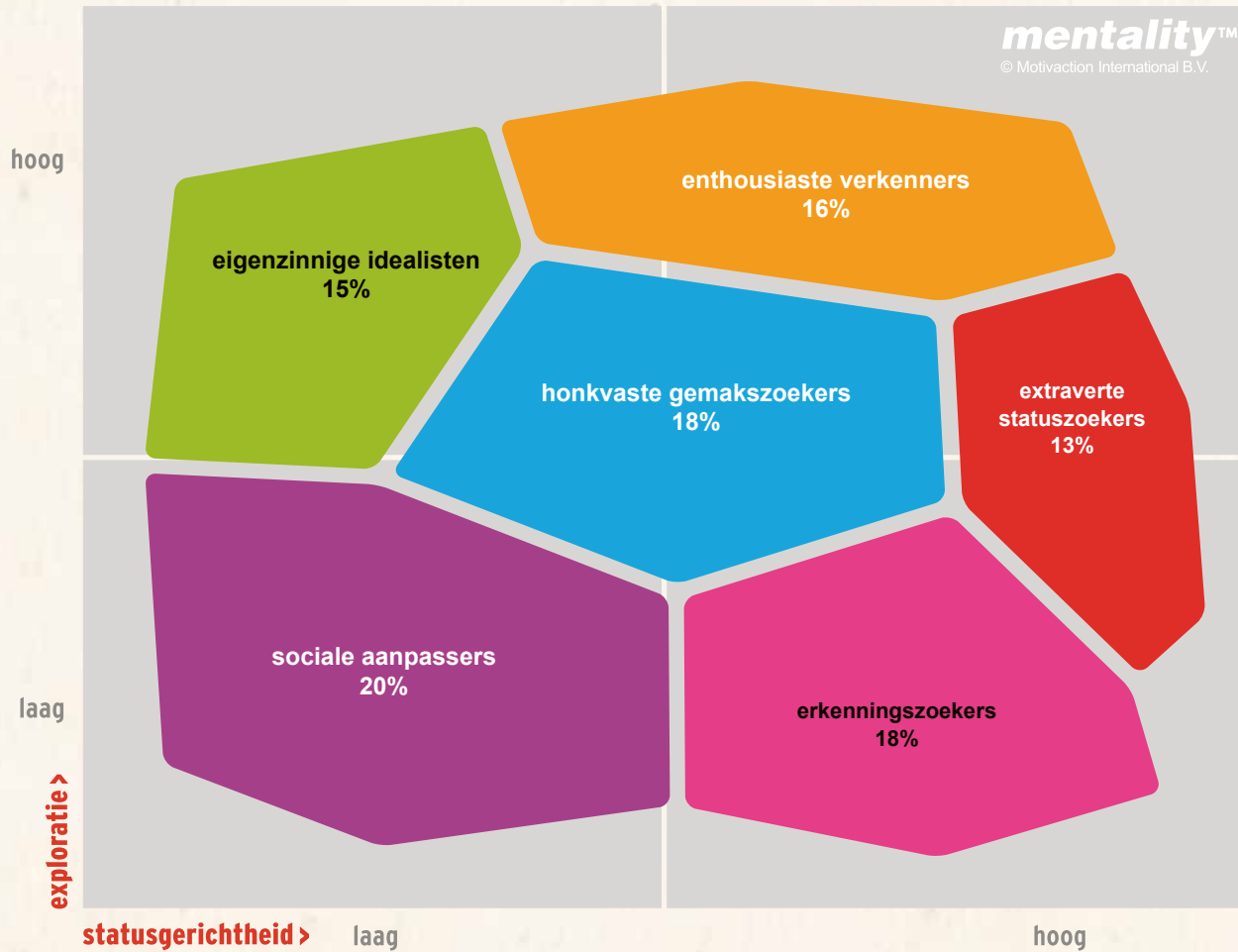
## 3.Kwantitatieve fase

Om de uitkomsten van het kwalitatieve deel te kunnen generaliseren naar de Nederlandse jongeren tussen de 12 en 18 jaar en de zes YoungMentality-milieus, is een grootschalig online onderzoek onder een representatieve steekproef van circa 1.200 jongeren uitgevoerd. De jongeren kregen een vragenlijst die uit twee delen bestond. Het eerste deel bestond uit de YoungMentality-stellingen en was bedoeld om YoungMentality-milieus te kunnen

bepalen. Het tweede deel bestond uit een vragenlijst met vragen die gebaseerd waren op de uitkomsten van de groepsgesprekken. Dit bestond onder andere uit vragen over hun toekomstverwachtingen, hun kijk op natuur en milieu en hun houding ten aanzien van NME. Uiteindelijk zijn alle antwoorden van de jongeren met behulp van SpSS geanalyseerd en uitgesplitst naar de YoungMentality-milieus.



## YoungMentality



© Motivaction International B.V.

## COLOFON

YoungMentality & Duurzaamheid is een onderzoek om de jongerenwereld in kaart te brengen. YoungMentality wordt gerealiseerd door Motivaction en YoungWorks in opdracht van Programma NME.

### ONDERZOEK:

Martijn Lampert, Sander Van Duijn (Motivaction), Joris Schuurman, Maxime Rooijmans (YoungWorks)

### ONDERZOEKSBEGELEIDING:

Arjan Klopstra (Programma NME Agentschap NL)

### TEKST EN CITATEN:

Joris Schuurman, Sander van Duijn en Yvonne van Sark (YoungWorks) i.s.m. Motivaction

### VORMGEVING:

YoungWorks / Overburen

### FOTO'S:

Arjan Benning, YoungWorks, Motivaction

Deze publicatie is gedrukt op 100% gerecycled papier met het FSC keurmerk

De Creative Commons Naamsvermelding-NietCommercieel-GelijkDelen 3.0 Nederlandse licentie is van toepassing op dit werk



# Young Mentality

## en duurzaamheid

Hoe denken jongeren (12 t/m 18 jaar) over duurzaamheid? Deze doelgroep is immers divers en behoorlijk lastig aan te spreken. In opdracht van Programma NME hebben YoungWorks en Motivaction hier onderzoek naar verricht.

YoungMentality & Duurzaamheid borduurt voort op YoungMentality, een bestaand onderzoeksmodel dat kinderen en jongeren onderverdeelt in zes verschillende groepen, die onderling verschillen in waarden en drijfveren. Deze publicatie presenteert, op basis van kwalitatief en kwantitatief onderzoek, een uniek en vernieuwend model, dat inzicht geeft in de plek die duurzaamheid inneemt in de belevingswereld van jongeren van 12 t/m 18 jaar.

YoungMentality & Duurzaamheid biedt handvatten voor iedereen die met jongeren wil communiceren over duurzaamheidsthema's, of je nu bij een gemeente, een natuurorganisatie, in het onderwijs of bij een bedrijf werkt. Als je weet hoe jongeren denken over duurzaamheid kun je beter aansluiten op die drijfveren en kom je tot andere invullingen van Natuur- en Milieu-Educatie (NME).

●  
YOUNGWORKS

●  
motivaction  
research and strategy

●  
nme | natuur & milieu educatie