



# **Burgers over Nijmegen European Green Capital 2018**

Bereik, draagvlak, inspiratie, oordeel en  
toekomstverwachting

Januari 2019

Gemeente Nijmegen - bureau Onderzoek en Statistiek - K.W. Pruijsen

## Samenvatting

In 2018 was Nijmegen Europese duurzame hoofdstad ('European Green Capital'). Naast het neerzetten van een inspirerend jaar is het ook de opdracht om de 'nalatenschap' vast te leggen. Stedelijke effecten op bijvoorbeeld duurzaamheid en citymarketing komen in de langlopende stadsmonitoring in beeld, maar ook middels peilingen onder Nijmegenaren.

Aan het Nijmeegse digitaal stadspanel, ruim 4.200 betrokken Nijmegenaren, zijn vragen en stellingen voorgelegd over<sup>1</sup>:

- bekendheid van het themajaar;
- draagvlak;
- betrokkenheid bij activiteiten (voor professionals en/of publiek);
- inspiratie en gedrag;
- oordeel en toekomstverwachting.

### *Betrokkenheid en deelname*

- Hoewel de invulling van het Green Capital-jaar in sterke mate op professionals was gericht is 28% van de panelleden goed bekend met het themajaar. Daarnaast heeft 58% in mindere mate iets meegekregen.
- Ongeveer een van de drie (31%) nam deel aan één of meerdere activiteiten, congressen, volgde een groene route, ging een 'green challenge' aan en/of bezocht het bezoekerspaviljoen.

### *Draagvlak*

Green Capital Nijmegen beoogde Nijmeegse burgers en bedrijven te inspireren, nieuwe samenwerkingen te stimuleren en duurzaamheid en milieuzaken op de agenda te zetten.

- Ruim zes van de tien panelleden (66%) ondersteunen een dergelijke aanpak, gericht op inspiratie, samenwerking en agendering;
- Vier van de tien (41%) zijn trots op de uitverkiezing van Nijmegen als European Green Capital;
- Zes van de tien panelleden (61%) vinden het belangrijk de reputatie van Nijmegen als groene, duurzame stad te versterken;
- Ruim een kwart (27%) verwacht dat Nijmegenaren geïnspireerd zijn tot milieuvriendelijker gedrag.

### *Inspiratie en gedrag*

Het Green Capital-jaar kende een brede insteek, gericht op bijvoorbeeld Europese uitwisselingen, bijeenkomsten van professionals op een bepaald vakgebied maar ook op inspiratie en impact op dagelijks leven van Nijmegenaren.

- Het beeld rond inspiratie en gedrag verdient een bepaalde context. Uit de psychologie is bekend dat er een groot verschil is tussen intenties en gedrag. Duurzaamheid en klimaat zijn abstracte onderwerpen, en de gevolgen van ons gedrag lijken ver weg. Daar is ons brein niet zo gevoelig voor<sup>2</sup>.
- Uiteindelijk geeft 24% van de panelleden zelf aan geïnspireerd te zijn tot 'milieuvriendelijker gedrag';

---

<sup>1</sup> De respons van deze meting van januari 2019: 1.474 van de 4.153 Nijmeegse panelleden. Ons opiniepanel kent een goede spreiding over stad en leeftijdscategorieën, maar is niet volledig representatief.

<sup>2</sup> bron: Victor Lamme, hoogleraar cognitieve neurowetenschappen, De Volkskrant, februari 2019.

- Een kleine, maar niet onaanzienlijk groep van 9% heeft concrete stappen gezet richting een milieuvriendelijker leven. Dat is in het licht van de geschetste context een aanzienlijk aandeel. Daadwerkelijke gedragsverandering is moeilijk te bewerkstelligen en vraagt veel tijd. Samengevat gaven deze panelleden de volgende stappen aan:
  - a. aanpassingen in gedrag, bijvoorbeeld m.b.t. afval, het opruimen van zwerfafval, autogebruik, toepassing van pesticiden;
  - b. duurzame investeringen, bijvoorbeeld in energie (zonnecollectoren, isolatie van de woning) en mobiliteit (elektrische auto);
  - c. aanpassingen in de tuin, bijvoorbeeld 'ontstenen', insectenhôtels plaatsen;
  - d. andere keuzes in voeding (o.a. minder/geen vlees);
  - e. anderen aanspreken op niet duurzaam gedrag, zelf voorbeeldgedrag vertonen;
  - f. vaker en meer 'groen' nieuws volgen, open staan voor ideeën.

#### *Oordeel over Nijmegen als European Green Capital*

Hoe deed Nijmegen het als European Green Capital in de ogen van het stadspanel<sup>3</sup>? Nijmegenaren baseren hun oordeel waarschijnlijk op (een combinatie van) mediaberichten, persoonlijke ervaringen (31% nam deel aan een of meer activiteiten) of uitwisseling met anderen.

- Het paneloordeel is vaak gunstig, de teneur van 42% van de reacties is positief.
- Er is daarnaast een duidelijke groep die ronduit negatief oordeelt. Een vijfde van de reacties van panelleden (20%) kent een negatieve teneur.
- Er is ook een behoorlijk aandeel dat onvoldoende zicht heeft op het verloop van het Green Capital-jaar en niet kan of wil oordelen (18%).
- Voor de meerderheid is het beeld van Nijmegen niet veranderd nadat de stad tot Europese duurzame hoofdstad is verkozen (64%);

#### *Toekomstbeeld*

De gemeente Nijmegen ziet de Green Capital-verkiezing als een soort beweging die is gestart, en zou deze graag voortzetten.

- Panelleden toonden zich betrokken, desgevraagd dachten ruim 900 van hen (62%) mee. Veel genoemde suggesties zijn op bladzijde 18 samengevat. Enkele voorbeelden:
  - a. zichtbare, concrete projecten realiseren, zoals lokale stroomopwekking, autovrije gebieden, meer snelle fietsroutes;
  - b. duurzaamheid verhelfen en verkopen aan alle burgers, ook met lage SES en in buitenwijken. Groene beweging dichterbij de burger brengen dan nu;
  - c. impact van de auto verminderen, minder ruimtebeslag, concentreren op doorstroomroutes, minder uitstoot afdwingen;
  - d. als gemeente zelf stappen zetten in infrastructuur, verkeer, energie, behoud en uitbreiding van groen, schoonhouden van de stad;
  - e. inzetten op de jeugd, duurzaamheid in lesmateriaal, gedrag beïnvloeden (o.a. zwerfvuil).
- Als het gaat om verwachtingen: ruim een kwart (27%) verwacht dat de award een positief effect op het leefmilieu in Nijmegen zal hebben. De groep die geen positief effect verwacht is met 24% vergelijkbaar.

---

<sup>3</sup> Voorafgaand aan de vraag (eind december 2018/begin januari 2019 gesteld) is de volgende toelichting gegeven: "De gemeente hoopt dat andere steden van ons kunnen leren, en wij van hen; duurzaamheid en milieuzaken in de stad flink op de agenda komen; burgers en bedrijven geïnspireerd raken; de reputatie van Nijmegen als groene, duurzame stad wordt gevestigd."

# Inhoudsopgave

<b>Samenvatting</b>	<b>2</b>
<b>Inhoudsopgave</b>	<b>4</b>
<b>Achtergrond onderzoek</b>	<b>5</b>
Doel onderzoek en probleemstelling	5
Onderzoeksopzet/methode	5
<b>1. Bereik</b>	<b>6</b>
Bekendheid	6
Betrokkenheid en deelname	6
Informatiekanaal	8
<b>2. Draagvlak</b>	<b>9</b>
Aanpak en trots	9
Reputatie en bezieling	9
<b>3. Inspiratie en gedrag</b>	<b>11</b>
Aanknopingspunten gedragsverandering	11
Concrete stappen	12
<b>4. Oordeel</b>	<b>14</b>
Waardering Nijmegen als European Green Capital	14
Beeld van Nijmegen veranderd?	17
<b>5. Toekomstverwachting</b>	<b>18</b>
Effect op leefmilieu	18
Suggesties toekomst	18

# Achtergrond onderzoek

## Doel onderzoek en probleemstelling

In 2018 was Nijmegen Europese duurzame hoofdstad ('European Green Capital'). Naast het neerzetten van een jaarprogramma is het ook onze opdracht om de 'nalatenschap' vast te leggen. Centraal staat wat wij willen delen met - en nalaten aan andere Europese steden. Daarnaast kijken we naar stedelijke effecten op bijvoorbeeld duurzaamheid en citymarketing. Deze 'city effects' worden vooral vanuit de bestaande stadsmonitor in beeld gebracht, maar ook met peilingen onder Nijmegenaren.

Doel van het onderzoek: conform het Plan van aanpak monitoring EGCN2018 (februari 2017) zijn metingen onder Nijmegenaren gedaan in relatie tot het Green Capital-jaar.

### Onderzoeksvragen:

Is er steun voor de verkozen aanpak en invulling van Nijmegen European Green Capital? Hoe zijn bekendheid en deelname? En een algemeen oordeel? Heeft men zelf inspiratie opgedaan? Is men met anderen aan de praat geraakt over duurzaam leven? Heeft men zelf concrete stappen gezet richting een duurzamer leven?

Vanuit de informatiebehoefte en onderzoeksvragen zijn de vraagthema's:

- bereik: bekendheid en betrokkenheid;
- draagvlak;
- inspiratie en gedrag;
- oordeel;
- toekomstverwachting.

## Onderzoekopzet/methode

In compacte vragenlijsten zijn aan het Nijmeegse digitaal stadspanel, ruim 4.150 betrokken Nijmegenaren, vraagpunten en stellingen voorgelegd.

Respons: in januari 2019 namen 1.474 van de 4.153 Nijmeegse panelleden deel. Ons opiniepanel kent een goede spreiding over stad en leeftijdscategorieën, maar is niet volledig representatief.



# 1. Bereik

In hoeverre hebben Nijmegenaren (panelleden) de invulling van het Green Capital-jaar meegekregen? Welke elementen vielen op? Welke communicatiekanalen speelden daarbij een rol? Aan welke activiteiten heeft men deelgenomen? Was men zelf actief in organisatorische zin?

## Bekendheid

Direct na afloop van het Green Capital-jaar (december 2018/januari 2019) is naar de bekendheid van de award en het speciale jaar gevraagd<sup>4</sup>.

### Bereik: 'Nijmegen European Green Capital' meegekregen?

		2019
ja	28%	
een beetje	58%	
nee	14%	

Bron: meting januari 2019 (n=1.474)

- Ruim een kwart van ons opiniepanel (28%) is duidelijk bekend met Green Capital, ruim de helft van de ondervraagden (58%) heeft enige bekendheid met het themajaar. De invulling van het Green Capital-jaar was in sterke mate op professionals gericht.

## Betrokkenheid en deelname

Betrokkenheid en participatie blijken bijvoorbeeld uit deelname aan één of meerdere activiteiten, congressen, het volgen van een groene route gevolgd of het aangaan van een 'green challenge'.

### Bereik: wat meegekregen (meerdere antwoorden mogelijk)?

		2019
ik heb erover gehoord of gelezen	77%	
ik heb de website 'greencapital2018.nl' bekeken	17%	
ik heb het bezoekerspaviljoen op het plein Kelfkensbos bezocht	22%	
ik ben naar een congres/festival rondom Green Capital geweest	6%	
ik heb een activiteit rondom Green Capital bezocht	8%	
ik heb een 'groene route' gevolgd	4%	
ik heb meegedaan aan een 'Green Capital challenge' (een groene uitdaging)	2%	
ik ben betrokken bij de organisatie of bij bepaalde activiteiten rondom Green Capital	3%	
anders	5%	

Bron: meting januari 2019 (n=1.474)

<sup>4</sup> 2019: Dit jaar was Nijmegen "hoofdstad" op het gebied van duurzaamheid en milieu: European Green Capital. Een jaar lang was er van alles te zien en te doen rondom deze thema's. Heeft u, terugkijkend op 2018, iets meegekregen van 'Nijmegen European Green Capital'?

- Uiteindelijk heeft 31%<sup>5</sup> deelgenomen aan één of meerdere activiteiten, congressen, een groene route gevolgd, een 'green challenge' aangegaan of het bezoekerscentrum bezocht.
- Meestal heeft men iets gehoord of gelezen (77% van het panel), het bezoekerspaviljoen op het Kelfkensbos bezocht (22%) of de website 'greencapital2018.nl' bekeken (17%).
- Een aandeel van 3% is betrokken bij de organisatie of bij bepaalde activiteiten rondom Green Capital.
- Panelleden namen deel aan activiteiten als het openingsfestival Wondertuin, het spiegelwaalconcert of de opening in de St. Stevenskerk.
- Genoemde congressen of festivals zijn bijvoorbeeld de duurzaamheidscafés, de 'ondernemersbeurs' in het Valkhofmuseum en operatie Steenbreek (vergroening van tuinen en openbare ruimte).
- Groene uitdagingen (green challenges) zijn onder meer de zwerfvuil-opraapdag, vergroening van tuinen, mobiliteit en energiebesparing.
- Onder 'anders' vallen vooral het bezoekerspaviljoen (zonder het bezocht te hebben), het spiegelwaalconcert via livestream, vlaggen of borden. Ook is er vaak een relatie met het werk of de werkgever. Nogal wat panelleden grepen naast kaartjes voor het spiegelwaalconcert, zien dat als een gemiste kans voor zichzelf én voor het GC-jaar.

---

<sup>5</sup> Dit % is lager dan de optelling in de tabel omdat panelleden meerdere antwoorden hebben gegeven. Daarmee is rekening gehouden in de analyse.

## Informatiekanaal

Aan de groep die aangeeft (enigszins) bekend te zijn met Nijmegen European Green Capital is gevraagd op welke manier zij aan informatie kwamen. Deze vraag is tussentijds gesteld, in juni 2018.

### Hoe heeft u iets over Nijmegen Green Capital meegekregen? Meerdere antwoorden mogelijk.

	% antwoorden		
vrienden, familie of andere bekenden	177	26%	
(regionale/landelijke) TV	150	22%	
sociale media, namelijk:	149	22%	
(regionale/landelijke) krant of tijdschrift	424	63%	
flyers/posters	177	26%	
website, namelijk:	34	5%	
bezoekerspaviljoen op Kelfkensbos	193	29%	
(regionale/landelijke) radio	27	4%	
anders	49	7%	

Bron: meting juni 2018, n=952

- Vooral de traditionele media blijken van betekenis als communicatiekanaal. De meeste panelleden verkregen informatie over Nijmegen Green Capital via de regionale of landelijke krant. Ook het bezoekerspaviljoen en info van vrienden of familie doen het goed<sup>6</sup>.
- In de categorie 'social media' gaat het vooral om facebook (114 van de 149 antwoorden) en Twitter (21). Heel beperkt genoemd zijn LinkedIn en Instagram.
- Genoemde website's zijn: nijmegen.nl, gelderlander.nl, greencapital2018.nl, greencapitalchallenges.nl, omroep gelderland, theeconomicboard.com, ru.nl en ec.europa.eu/invironment/europeangreencapital.
- Onder de categorie 'anders' zijn bijvoorbeeld genoemd 'via het werk', banners of vlaggen en de nieuwjaarsreceptie van de gemeente.

---

<sup>6</sup> Beeld medio 2018.



## 2. Draagvlak

Green Capital Nijmegen beoogt Nijmeegse burgers en bedrijven te inspireren, nieuwe samenwerkingen te stimuleren en duurzaamheid en milieuzaken op de agenda te zetten.

- Ondersteunen panelleden een dergelijke aanpak?
- Zijn ze trots op de uitverkiezing van Nijmegen als European Green Capital?
- Is het belangrijk de reputatie van Nijmegen als groene, duurzame stad te versterken?
- Verwachten ze dat Nijmegenaren geïnspireerd zijn tot milieuvriendelijker gedrag?

### Aanpak en trots

De gemeente beoogt als groene en duurzame stad Nijmeegse burgers en bedrijven te inspireren, nieuwe samenwerkingen te stimuleren en duurzaamheid en milieuzaken op de agenda te zetten. Ondersteunen panelleden een dergelijke aanpak?

#### Ik ben het eens met een aanpak gericht op inspiratie, samenwerking en agendering

2019	
eens	66%
neutraal	22%
niet eens	9%
weet niet	3%

Bron: meting januari 2019 (n=1.474)

#### Ik ben trots op de uitverkiezing van Nijmegen als European Green Capital

2019	
eens	41%
neutraal	38%
niet eens	17%
weet niet	3%

Bron: meting januari 2019 (n=1.474)

### Reputatie en bezieling

#### Het is belangrijk de reputatie van Nijmegen als groene, duurzame stad te versterken

2019	
eens	61%
neutraal	26%
niet eens	11%
weet niet	2%

Bron: meting januari 2019 (n=1.474)

#### Ik verwacht dat Nijmegenaren geïnspireerd zijn tot milieuvriendelijker gedrag

2019	
eens	27%
neutraal	37%
niet eens	27%
weet niet	9%

Bron: meting januari 2019 (n=1.474)

- Uiteindelijk is de grootste groep (41%) trots op de uitverkiezing van Nijmegen als European Green Capital;
- Een meerderheid (61%) vindt het belangrijk de reputatie van Nijmegen als groene, duurzame stad te versterken;
- Ruim een kwart (27%) verwacht dat Nijmegenaren geïnspireerd zijn tot milieuvriendelijker gedrag. Zoals we verderop zullen zien geeft tevens een kwart (24%) aan zelf geïnspireerd te zijn geraakt tot 'milieuvriendelijker gedrag'.

### 3. Inspiratie en gedrag

Zijn Nijmegenaren al met al zelf geïnspireerd geraakt? Geven panelleden impact op conversatie of gedrag aan?

#### Aanknopingspunten gedragsverandering

Naast mogelijke inspiratie tot 'milieuvriendelijker gedrag' is er gevraagd naar concrete stappen richting milieuvriendelijker leven. En, spreekt men door Green Capital vaker met anderen over 'milieuvriendelijker leven'?

Het Green Capital-jaar kende een brede insteek, gericht op bijvoorbeeld Europese uitwisselingen, bijeenkomsten van professionals op een bepaald vakgebied maar ook op inspiratie en impact op dagelijks leven van Nijmegenaren. Het beeld rond inspiratie en gedrag verdient een bepaalde context. Uit de psychologie is bekend dat er een groot verschil is tussen intenties en gedrag. Duurzaamheid en klimaat zijn abstracte onderwerpen, en de gevolgen van ons gedrag lijken ver weg. Daar is ons brein niet zo gevoelig voor<sup>7</sup>.

#### Geïnspireerd geraakt tot 'milieuvriendelijker gedrag'

2019	
Eens	24%
neutraal	37%
niet eens	38%
weet niet	2%

Bron: meting januari 2019 (n=1.474)

#### Ik spreek door Green Capital vaker met anderen over 'milieuvriendelijker leven'

2018	
eens	10%
neutraal	29%
niet eens	56%
weet niet	4%

Bron: meting juni 2018, n=952

Inspiratie en impact op dagelijks leven:





- Uiteindelijk geeft 24% van de panelleden zelf aan geïnspireerd te zijn;
- Een klein, maar niet onaanzienlijk deel van het panel is vaker keuzes in het dagelijks leven gaan bespreken met anderen (10%, medio 2018).

<sup>7</sup> bron: Victor Lamme, hoogleraar cognitieve neurowetenschappen, De Volkskrant, februari 2019.

## Concrete stappen

Daadwerkelijke gedragsverandering is moeilijk te bewerkstelligen en vraagt veel tijd. Uit de gedragswetenschappen zijn hierover diverse verklaringen en modellen bekend.

### Ik heb door Green Capital concrete stappen gezet richting milieuvriendelijker leven

	2019	
eens	9%	
neutraal	34%	
niet eens	54%	
weet niet	3%	

Bron: meting januari 2019 (n=1.474)

- Ongeveer een van de tien panelleden (9%) heeft concrete stappen gezet richting een milieuvriendelijker leven. Dat is in het licht van de geschetste context een aanzienlijk aandeel. Voor meer dan de helft (54%) is er op dit vlak vooralsnog geen doorwerking.

#### Welke concrete stappen heeft u gezet richting milieuvriendelijker leven?

De 9% die aangaf concrete stappen te hebben gezet is gevraagd dit te verduidelijken. Samengevat gaven deze panelleden de volgende stappen richting een milieuvriendelijker leven aan:

- aanpassingen in gedrag, bijvoorbeeld m.b.t. afval, het opruimen van zwerfafval, autogebruik, toepassing van pesticiden;
- duurzame investeringen, bijvoorbeeld in energie (zonnecollectoren, isolatie van de woning) en mobiliteit (elektrische auto);
- aanpassingen in de tuin, bijvoorbeeld ontstenen, insectenhôtels plaatsen;
- andere keuzes in voeding (o.a. minder/geen vlees);
- anderen aanspreken op niet duurzaam gedrag, zelf voorbeeldgedrag vertonen
- vaker en meer 'groen' nieuws volgen, open staan voor ideeën.

Enkele citaten:

*“Zwerfvuil in de woonomgeving opruimen, gebruik van plastic vermijden”*

*“Subsidie voor een groener schoolplein aangevraagd, zonnepanelen op het dak en afval nog zorgvuldiger scheiden. Ik ben in een projectgroep Duurzaamheid gaan zitten!”*

*“Toch meer groen in de tuin”*

*“Minder vlees eten, terugdringen verspilling, minder gebruik auto”*

*“Nadenken over betere isolatie, wijkoverleg van het gas”*

*“Groen dak. Minder auto. Zonne-energie, lessen gegeven aan basisscholieren. Artikelen geschreven in wijkblad”*

*“luchtkwaliteitssensor in mijn tuin opgehangen om feitelijk te gaan kijken wat luchtkwaliteit echt is”*

*“alles in en rondom Nijmegen met de fiets gedaan”*

*“meer reclame maken voor effectief afval scheiden, zuiniger aanschaffen en rotzooi in de winkel laten of trachten tegen te gaan”*

*“Regenwaterafvoer van riool gekoppeld”*

*“Diversiteit in tuin vergroot. Daarnaast was ik al erg groen bezig.”*

*“Betere afvalscheiding, 1 dag per week geen vlees, Let op mijn energieverbruik”*

*“Als IVN-er was ik tevoren al heel erg bezig met mijn eigen gedrag dat invloed heeft op onze aarde en uiteraard ook op onze stad. Maar samen met nog meer anderen - dan normaal - daarmee bezig te zijn, werkt zeer inspirerend!! Ondanks dat ik 40 jaar daar zelf me bezig ben, heb ik toch weer nieuwe zaken en ervaringen op gedaan en die zullen doorwerken in mijn leven nu en in de toekomst.”*

## 4. Oordeel

Hoe waarden Nijmegenaren de invulling van het Green Capital-jaar? Is hun beeld van Nijmegen positiever of negatiever geworden?

### Waardering Nijmegen als European Green Capital

Nijmegenaren baseren hun oordeel waarschijnlijk op (een combinatie van) mediaberichten, persoonlijke ervaringen (31% nam deel aan een of meer activiteiten) of uitwisseling met anderen.

Hoe deed Nijmegen het als European Green Capital in de ogen van het stadspanel<sup>8</sup>? Deze vraag is eind december 2018/begin januari 2019) gesteld.

- Het oordeel van panelleden is vaak gunstig, de teneur van 42% van de reacties is positief.
- Er is daarnaast een duidelijke groep die ronduit negatief oordeelt. Een vijfde van de reacties van panelleden (20%) kent een negatieve teneur.
- Er is ook een behoorlijk aandeel dat onvoldoende zicht heeft op het verloop van het Green Capital-jaar en niet kan of wil oordelen (18%).

#### Hoe deed Nijmegen het als European Green Capital? (eindmeting januari 2019)

Oordeel	% panel	Aantal reacties
Positief	42%	468
Neutraal	20%	216
Negatief	20%	224
Kan geen oordeel geven	18%	197

Bron: meting januari 2019 (n=1.474); 1.105 van de 1.474 deelnemende panelleden beantwoordden deze vraag.

Panelleden die positief oordelen (42%) geven veelal korte toelichtingen. Veel van de reacties zijn positief kritisch van aard. Samengevat zien we het volgende beeld:

- Er zijn goede, uiteenlopende activiteiten en initiatieven losgekomen, vooral gericht op inspiratie en bewustwording. Organisatie en stad hebben veel inzet getoond.
- Goede profilering. Er was voldoende media-aandacht, presentatie en promotie;
- Nijmegen op de kaart (ook internationaal), de stad timmerde aan de weg;
- De inzet op inspiratie, bewustwording en vooral op het zelf in actie komen van burgers en bedrijven is aansprekend;
- Concrete inzet op groenvoorzieningen, fietsinfrastructuur, groene voortuinen, zwerfvuil wordt gewaardeerd;
- Duidelijke agendering van duurzaamheid, groen en milieu;
- Nijmegen deed het op zich goed, maar het kan altijd beter (namelijk...);
- Nijmegen is een goed voorbeeld voor andere gemeenten gebleken.

<sup>8</sup> Voorafgaand aan de vraag is de volgende toelichting gegeven: "De gemeente hoopt dat andere steden van ons kunnen leren, en wij van hen; duurzaamheid en milieuzaken in de stad flink op de agenda komen; burgers en bedrijven geïnspireerd raken; de reputatie van Nijmegen als groene, duurzame stad wordt gevestigd."

Panelleden die negatief oordelen (20%) geven vaak uitgesproken, felle reacties. Samengevat:

- Het programma is aan de gewone burger voorbijgegaan, Green Capital leefde niet in de stad. Nauwelijks betrokkenheid van Nijmegenaren, alleen incrowd;
- Te veel gemeenschapsgeld aan besteed, te duur, wantrouwen over besteding;
- Moeilijk om informatie te krijgen, te weinig reclame, geen proactieve informatievoorziening naar burgers;
- Geen aantoonbare resultaten in woonomgeving, concrete acties bleven uit;
- Voel me als Nijmegenaar niet geraakt, niet geïnspireerd. Te weinig concrete acties waar burgers op aan kunnen sluiten;
- Geringe media-aandacht, te weinig zichtbaar;
- Programma vooral bestaande activiteiten met groen sausje, lage ambitie, tegenvallende opening;
- Twijfel over duurzaamheid en milieubewustzijn van en in Nijmegen. De stad onderscheidt zich niet van andere, waarom Green Capital?

#### Enkele citaten met een positieve teneur

*“Goed dat Nijmegen dit initiatief nam.”*

*“Vooruitstrevend, timmert best aan de weg”*

*“Goed, leuke mogelijkheden qua workshops en lezingen die je bij kon wonen. Het was zeker een gespreksonderwerp en ik denk dat ze de stad er bewuster van hebben gemaakt”*

*“Veel op hét gebied van groene energie, groene voortuinen etc. in het nieuws’*

*“Best goed. Wel jammer dat o.a. het spiegelwaalconcert en de picknick op de brug heel erg snel vol zaten”*

*“Ik vind dat Nijmegen voorloopt op menig andere Nederlandse stad, en met de plannen voor de uitbreiding van Nijmegen-Noord d.m.v. De hof van Holland e.d. met een energieneutraal winkelcentrum en meer duurzame klimaat neutrale woningbouw wordt het alleen maar beter!”*

*“Heel goed, er waren vele activiteiten. Bijzonders goed vond ik de activiteiten op de basisschool, groene week, hoe bespaar ik energie, dat de kinderen meer betrokken worden bij het thema milieu.”*

*“Gezien het budget heeft de gemeente er bijzonder veel van gemaakt. Ik denk dat meer moeite gedaan had kunnen worden om de buitenwijken te bereiken.”*

*“Goed en nu volhouden, vooral initiatieven m.b.t. alternatieve energiewinning (en ook toekomstige opslag) dienen hierbij speciaal in de gaten te worden gehouden. Tevens zaken als het voedselbos mogen nog meer ruimte krijgen. Prachtig initiatief.”*

### Enkele citaten met een negatieve teneur

*“Wie wil je bereiken in de stad? Ik denk dat de gemeente vooral de mensen bereikte die al groen bezig zijn. Maar hoe zit het met laag-/praktisch opgeleiden, nieuwkomers, laaggeletterden, mensen in goedkope huurwoningen? Ik denk dat je je juist daarop moet richten. Die mensen gaan niet naar een klassiek concert, die bezoeken niet snel een paviljoen. Dat is bedacht door goed opgeleide mensen met een leuk inkomen. En daarmee bereik je goed opgeleide mensen en/of mensen met een redelijk inkomen. Duurzaamheid had al lang hoog op de agenda moeten staan! Green Capital was vooral PR.”*

*“Ik heb er als bewoner die niet regelmatig in het centrum komt niet veel van gemerkt. Zo bezien denk ik dat Nijmegen er, in ieder geval promotie-matig, veel meer mee had kunnen doen.”*

*“Heb er weinig van meegekregen. Ik heb wel geprobeerd om me te informeren maar met weinig succes”*

*“Eerlijk gezegd vond ik het wat flets, maar dat is enkel een observatie gebaseerd op weinig kennis over wat er allemaal is gebeurd. Maar het was mooi geweest als er ergens in de stad een heuse transformatie had plaatsgevonden die gelinkt kon worden aan EGC”*

*“Ik vond het onderwerp luchtvervuiling veel te weinig belicht.”*

*“Niet zo goed, te weinig activiteiten en burgers zijn er niet door geïnspireerd geraakt volgens mij. Ik hoor er niemand over”*

*“Matig. Feestje voor bobo's en GroenLinks enclave uit Nijmegen oost. Als het de gemeente serieus was geweest, hadden we het hele jaar gratis openbaar vervoer gehad, waren er in de wijken (mobiele) paviljoens geweest met alle info over duurzaam wonen en leven,, etc... kortom activiteiten voor alle Nijmegenaren.”*

*“Ik vond niet heel duidelijk wat het inhield, zelfs al bezocht ik het bezoekerspaviljoen. Het was me ook niet duidelijk wat Nijmegen doet aan het milieu en wat ik als burger kan doen. Meer informatie zou fijn zijn!”*

### Enkele citaten van panelleden die geen oordeel kunnen geven

*“kan niet vergelijken, heb het niet/nauwelijks meegekregen, terwijl ik wel geïnteresseerd ben in het onderwerp, rijd elektrisch, heb zonnepanelen, maar op de 1/andere manier is dit grotendeels aan mij voorbij gegaan. kan te maken hebben met "jullie" manier van communiceren hierover, of dat dit "bij mij als persoon net voldoende geraakt heeft..?”*

*“Er zal zeker energie en menskracht gestopt zijn in deze campagne. Het lijkt mij lastig om als burger een goed antwoord te geven op de vraag omdat niet duidelijk is of de boodschap bij alle Nijmegenaren is binnengekomen en begrepen.”*





*“Weet ik niet, daarvoor heb ik er te weinig van meegekregen.”*



## Beeld van Nijmegen veranderd?

Zijn panelleden positiever of negatiever gaan denken over Nijmegen in relatie tot het Green Capital-jaar?

### Door verkiezing tot Europese duurzame hoofdstad positiever of negatiever beeld van Nijmegen gekregen?

	2019	
positiever beeld	25%	
negatiever beeld	5%	
beeld niet veranderd	64%	
weet niet / geen mening	5%	

Bron: meting januari 2019 (n=1.474)





- Voor de meerderheid is het beeld van Nijmegen niet veranderd nadat de stad tot Europese duurzame hoofdstad is verkozen (64%);
- Een kwart van het panel (25%) heeft wel een positiever beeld gekregen, 5% is negatiever over Nijmegen gaan denken.

## 5. Toekomstverwachting

Er is gevraagd naar verwachtingen: zal de award een positief effect op het leefmilieu in Nijmegen hebben? En, zijn er suggesties voor de toekomst? De gemeente ziet de Green Capital-verkiezing als een soort beweging die is gestart, en zou deze graag voortzetten.

### Effect op leefmilieu

**De award zal een positief effect op het leefmilieu in Nijmegen hebben**

	2019	
eens	27%	
neutraal	36%	
niet eens	24%	
weet niet	14%	

Bron: meting januari 2019 (n=1.474)

- Ruim een kwart (27%) verwacht een positief effect op het leefmilieu.
- De groep die geen positief effect verwacht is met 24% vergelijkbaar.

### Suggesties toekomst

Hoe nu verder? Dit jaar is er in Nijmegen extra aandacht geweest voor duurzaamheid en milieu. Allerlei mensen hebben elkaar ontmoet, als burger, vanuit het werk of bijvoorbeeld vereniging. Tegelijkertijd zijn Green Capital en de achterliggende thema's aan veel stadsgenoten voorbijgegaan. De gemeente ziet de Green Capital-verkiezing als een soort beweging die is gestart, en zou deze graag voortzetten. Hoe kunnen we dat het beste doen in Nijmegen? Hebben panelleden een suggestie?

Ruim 900 panelleden (62%) plaatsen in dit kader een opmerking. Meestal met een of meerdere suggesties, soms met een andere boodschap. Alle opmerkingen over een eventuele 'follow-up' zijn gebundeld en apart verkrijgbaar bij de gemeente Nijmegen (aanvragen via onderzoek.statistiek@nijmegen.nl).

Veel genoemde suggesties (in willekeurige volgorde):

- zichtbare, concrete projecten realiseren, zoals lokale stroomopwekking, autovrije gebieden, meer snelle fietsroutes;
- duurzaamheid verhelfen en verkopen aan alle burgers, ook met lage SES en in buitenwijken. Groene beweging dichtbij de burger brengen dan nu;
- gewone burger centraler stellen, niet de groene enthousiasteling;
- impact van de auto verminderen, minder ruimtebeslag, concentreren op doorstroomroutes, minder uitstoot afdwingen;
- werken op buurt- en wijkniveau, daar acties zichtbaar maken, kleine teams inzetten;
- als gemeente zelf stappen zetten in infrastructuur, verkeer, energie, behoud van groen, schoonhouden van de stad;
- burgers sterker faciliteren in duurzaam gedrag;
- letterlijk meer groen aanleggen in de bestaande stad, overal straat- en laanbomen;
- de ontstane netwerken vasthouden en versterken;
- initiatieven van burgers oppakken en stimuleren;
- inzetten op de jeugd, duurzaamheid in lesmateriaal, gedrag beïnvloeden (o.a. zwerfvuil).