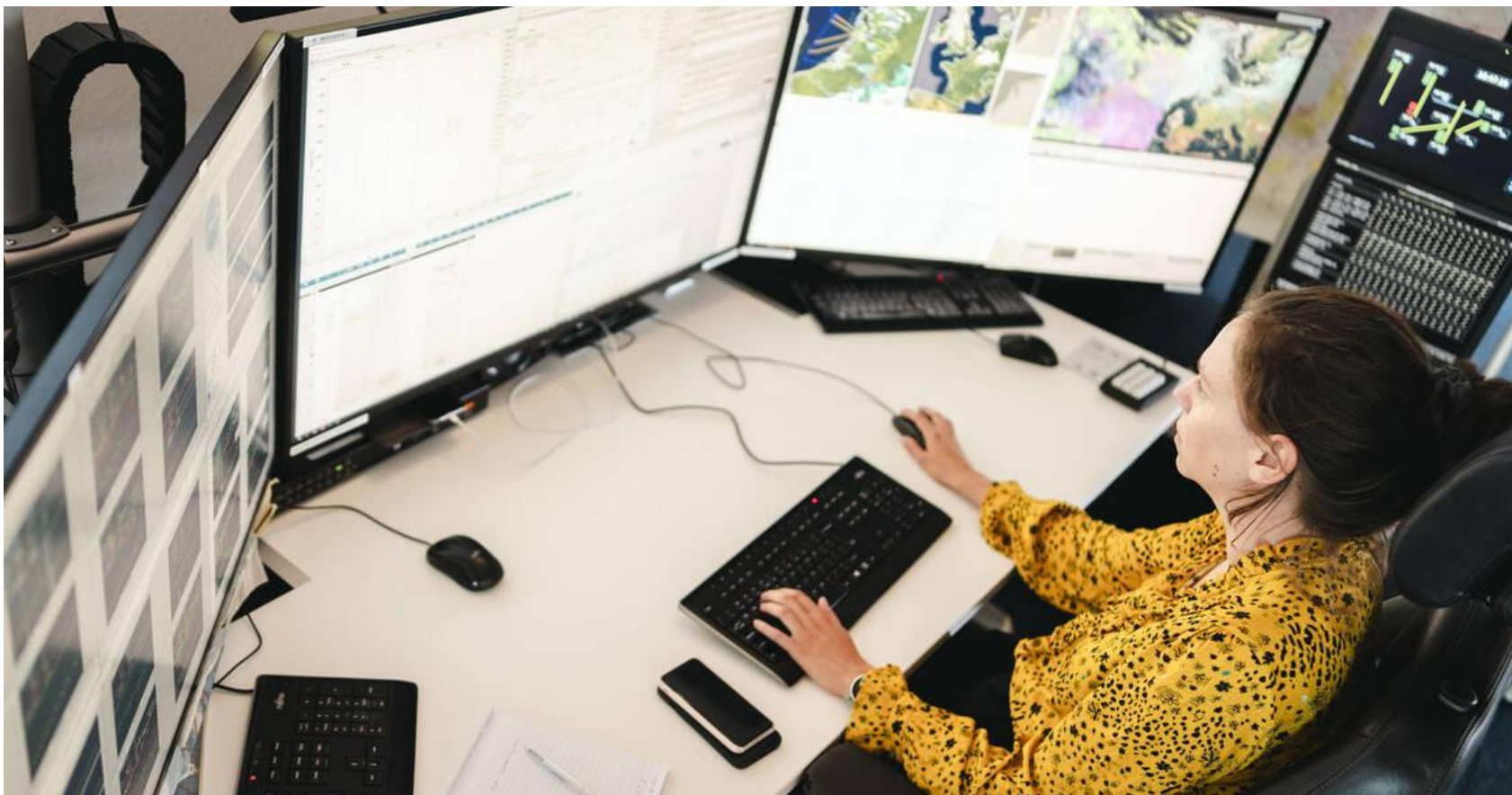




Imago onderzoek KNMI

Onderzoeksrapportage

M250970

Giovanni Giaquinto
David Borchert

18-12-2025

g.giaquinto@motivaction.nl
d.borchert@motivaction.nl

Inhoud

Achtergrond, doelstelling en onderzoeksvragen	3
Methode en opzet	4
Management samenvatting	5
Leeswijzer	7
Resultaten	
Bekendheid	8
Houding	17
Imago	24
Informatiebehoefte en gedrag	28
Interesse in extra KNMI informatie	32
Groningen	36
Bijlagen	39

Achtergrond, doelstelling en onderzoeksvragen

In opdracht van het KNMI heeft Motivaction International bv een herhaling van het imago-onderzoek uitgevoerd dat eerder in 2017, 2019, 2021 en 2023 plaatsvond.

Achtergrond

In 2017, 2019, 2021 en 2023 is onderzocht wat de samenleving van het KNMI vindt, middels een zogeheten imago onderzoek. Het KNMI had de wens om het imago onderzoek ook in 2025 te herhalen om kritisch te kunnen kijken of zij de juiste dingen doen om de samenleving te bereiken en of zij dat ook goed genoeg doen.

Doelstelling van het onderzoek

De doelstelling van het onderzoek was als volgt:

Het KNMI inzicht geven in de bekendheid, waardering en het imago van het KNMI onder de Nederlandse bevolking en de ontwikkelingen daarin ten opzichte van 2023.

Dit inzicht stelt het KNMI in staat om de dienstverlening en de wijze van communicatie naar de samenleving waar nodig verder te optimaliseren

Onderzoeksvragen:

Het onderzoek biedt antwoord op de volgende vragen:

- Wat weten Nederlanders van het KNMI?
- Wat zijn spontane associaties met het KNMI?
- Welk beeld leeft er van het KNMI? En waar is dat beeld op gebaseerd?
- Ervaren zij het KNMI als een betrouwbare afzender?
- Trekken Nederlanders zich iets aan van weerswaarschuwingen vanuit het KNMI?
- Welke (extra) informatiebehoefte hebben zij als het gaat om weerswaarschuwingen en/of aardbevingen?
- Wat zijn de belangrijkste informatiebronnen van Nederlanders voor weerswaarschuwingen? Hoe willen ze informatie bij een weerswaarschuwing aangereikt krijgen? En zien de burgers hierin zelf mogelijke ontwikkelingen?

Methode en opzet

Doelgroep, steekproef en representativiteit

Het kwantitatieve onderzoek is online uitgevoerd onder het ISO-20252:2019-gecertificeerde panel van Motivaction: Stempunt.

Voor het onderzoek is een steekproef getrokken van Nederlanders van 18 t/m 80 jaar. Daarnaast zijn er extra respondenten uit de provincie Groningen geworven voor het onderzoek. In totaal vulden n=1.259 (waarvan n=1.011 Nederland representatief & n=248 inwoners van Groningen) respondenten vulden de vragenlijst volledig in.

De steekproef van Nederlanders van 18 t/m 80 jaar is representatief voor opleiding, leeftijd, geslacht, regio (Nielsen), sociaal milieu (segmenten van de bevolking met een eigen waardenoriëntatie en kijk op het dagelijks leven, o.b.v. Mentality) en alle interacties hiertussen. Representativiteit is verkregen door middel van propensitysampling en -weging. De Gouden Standaard van het CBS diende als ijkbestand samen met de tweejaarlijkse schriftelijke Mentality-metingen van Motivaction.

Vragenlijst, dataverzameling en veldwerkperiode

De vragenlijst met 25 vragen is in samenwerking met het KNMI opgesteld. Het veldwerk is uitgevoerd tussen 17 en 25 november 2025.



Methode

Kwantitatief onderzoek
Online vragenlijst



Werving

Via het online panel van
Motivaction: Stempunt



Doelgroep & steekproef

Nederlanders
(18-80 jaar), n=1.011

Inwoners provincie Groningen
(18-80 jaar), n=248



Veldwerkperiode

17 t/m 25 november
2025



Vragenlijst

25 vragen



Representativiteit

O.b.v. opleiding,
leeftijd, geslacht, regio,
sociaal milieu en alle
interacties hiertussen

Management summary (1/2)

Hoofdconclusie

Nederlanders zijn over het algemeen (zeer) positief over het KNMI. Ondanks een lichte daling in de positieve waarderingen en het gevoel van veiligheid dat het KNMI biedt, blijft het vertrouwen in de betrouwbaarheid en duidelijkheid van de organisatie groot. Onder jongeren (18 t/m 34 jaar) is het KNMI minder bekend en bemind dan onder oudere generaties. Door meer in te spelen op interesses van deze groep (bijvoorbeeld communicatie over hoe waarschuwingen & weercodes tot stand komen en (de gevolgen) van veranderingen in het klimaat) kunnen de bekendheid en het imago van de organisatie mogelijk verbeterd worden onder deze groep.

Bekendheid | Nederlanders kennen het KNMI vooral als organisatie die zich bezighoudt met het weer, het takenpakket van de KNMI is voor velen echter onduidelijk.

- Het KNMI kent als organisatie die zich bezighoudt met het weer een relatief hoge spontane (62%) en geholpen (84%) bekendheid. Het KNMI staat minder goed bekend als organisatie die onderzoek doet naar het klimaat (spontane bekendheid 12%, geholpen 68%).
- De naamsbekendheid is gelijk gebleven, echter zien we wel een licht daling in het aantal Nederlanders dat inhoudelijk bekend is met het KNMI is (van 78% in 2023 naar 72% in 2025).
- Het waarschuwen bij gevaarlijk weer (82%) en het dagelijks weerbericht (76%) opstellen zijn de bekendste taken van het KNMI. Een grote meerderheid (90%) schrijft onterecht taken, zoals het opstellen van een hitteplan, toe aan het KNMI.
- Het kennisniveau over het KNMI is grotendeels gelijk gebleven aan 2023, wel zien we een lichte stijging in het aantal mensen dat de risico's bij code geel onderschat (van 20% in 2023 naar 26% in 2025).

Houding | Het vertrouwen in het KNMI blijft groot, maar het gevoel dat het KNMI bijdraagt aan veiligheid is iets gedaald

- Een ruime meerderheid van de Nederlanders (76%) staat nog altijd (zeer) positief tegenover het KNMI. Wel zien we dat het aandeel Nederlanders met deze uitgesproken positieve houding iets lijkt te dalen (81% in 2023).
- Nederlanders met een positieve houding vinden het KNMI vooral betrouwbaar en deskundig en vinden dat het duidelijke informatie geeft die belangrijk is voor de samenleving. Mensen die negatief zijn over het KNMI lijken te vinden dat het KNMI niet accuraat is en weinig ruimte biedt voor alternatieve klimaatvisies.
- Een grote meerderheid vindt het KNMI nog altijd betrouwbaar (81%) en duidelijk in haar weercodes (80%). Wel zien we dat het aantal Nederlanders dat ervan overtuigd is dat het KNMI bijdraagt aan de veiligheid van de samenleving iets is afgenomen (van 77% in 2023 naar 72% in 2025).
- Ongeveer zeven op de tien Nederlanders vertrouwen de weersverwachtingen van het KNMI (73%) en zijn overtuigd van de feitelijkheid (71%) en eerlijkheid (70%) van het KNMI.
- Een grote meerderheid van de Nederlanders (89% - 97%) vinden de kerntaken van het KNMI nog altijd (helemaal) passend bij het KNMI.

Management summary (2/2)

Imago | Het KNMI wordt vooral geassocieerd met het weer en gezien als wetenschappelijk en actueel.

- Weer gerelateerde woorden worden het meest genoemd als men denkt aan het KNMI: weer (32%), weersverwachting (24%) en weerbericht (20%) het meest.
- Over het algemeen vinden Nederlanders positieve termen passend voor het KNMI. Negatieve termen worden vaak als niet passend gezien.
- De termen wetenschappelijk en actueel worden het sterkst geassocieerd met het KNMI, arrogant en egoïstisch het minst.

Informatiebehoefte en gedrag | Bij gevaarlijk weer gebruiken Nederlanders vooral mobiele apps en ontvangen zij het liefst waarschuwingen via smartphone-alerts van het KNMI.

- Mobiele apps worden het meest gebruikt voor het informeren bij gevaarlijk weer (48%), de apps van Buienrader (50%) en Buienalarm (27%) zijn daarbij het populairst. Ongeveer één op de vijf Nederlanders gebruikt de app (17%) of internetsite (21%) van het KNMI.
- De intensiteit en aard (62%), en duur van gevaarlijk weer (59%), samen met locatiegebonden informatie (62%), worden het meest gewenst bij gevaarlijk weer.
- Men ontvangt bij gevaarlijk weer het liefst informatie via smartphone-alerts (47%), het KNMI wordt daarbij het meest genoemd als gewenste afzender (61%).

Interesse in verdiepende informatie | Ongeveer de helft van de Nederlanders zou meer willen weten over het werk van het KNMI bij voorkeur via online artikelen.

- Ongeveer de helft (51%) van de Nederlanders zou het interessant vinden om meer te weten over het werk en het onderzoek van het KNMI.
- Men zou vooral meer willen weten over wat ze zelf kunnen doen bij gevaarlijk weer (39%), hoe de weersverwachtingen tot stand komen (39%) en veranderingen in het klimaat (38%).
- Nederlanders zouden het liefst meer willen leren via online artikelen (45%), gevolgd door berichten op social media (28%) en video's of animaties (25%).

Groningen | RTV Noord belangrijkste informatiebron bij aardbevingen voor Groningers

- Groningers informeren zich het meest via RTV Noord bij aardbevingen (68%), de internetsite van RTV Noord wordt daarbij het meest gebruikt (74%).
- Groningers hebben daarbij vooral behoefte aan informatie over de plaats (79%) en de kracht van aardbevingen (78%).

Leeswijzer voor de resultaten

Structuur rapportage

We behandelen in dit rapport achtereenvolgens de volgende onderwerpen:

- Bekendheid, houding en imago
- Informatiebehoefte en gedrag, en Groningen
- Interesse in extra informatie over het KNMI

Er is gekozen voor deze volgorde om de leesbaarheid te bevorderen. Op enkele punten betekent dit dat deze volgorde niet overeenkomt met de volgorde waarin respondenten de vragen in de vragenlijst te zien hebben gekregen. In de vragenlijst is de volgorde mede bepaald door het willen voorkomen van volgorde effecten.

Vergelijking met 2023

Op de meeste plekken in het rapport maken we een vergelijking met de resultaten uit 2023. Op plekken waarop we dat niet doen komt dat ofwel omdat de vraag nieuw is toegevoegd aan de vragenlijst, of omdat de vraag dusdanig is aangepast dat er geen goede vergelijking meer te maken is.

Grafiektitels

Iedere grafiek toont een 'n': het ongewogen aantal respondenten waarop de resultaten in de grafiek betrekking hebben. Daarnaast staat bij elke grafiek een 'basis'. De basis beschrijft welke deel van de respondenten de vraag heeft beantwoord.

Percentages

Sommige opgetelde percentages in de tekst komen net niet overeen met de percentages in de grafiek (verschil van -1% / 1%). Dit komt door afrondingsverschillen.

Bij sommige grafieken telt het totaal niet op tot 100%. Dit kan komen door afrondingsverschillen of doordat er sprake is van een vraag waarbij men meerdere antwoorden mocht aanvinken.

Voor de leesbaarheid van het rapport worden in sommige grafieken percentage <4% niet getoond.

Top 2

Naast sommige grafieken staat ook een top 2. Dit is het optelde percentage van de twee hoogste/meest positieve antwoordcategorieën.

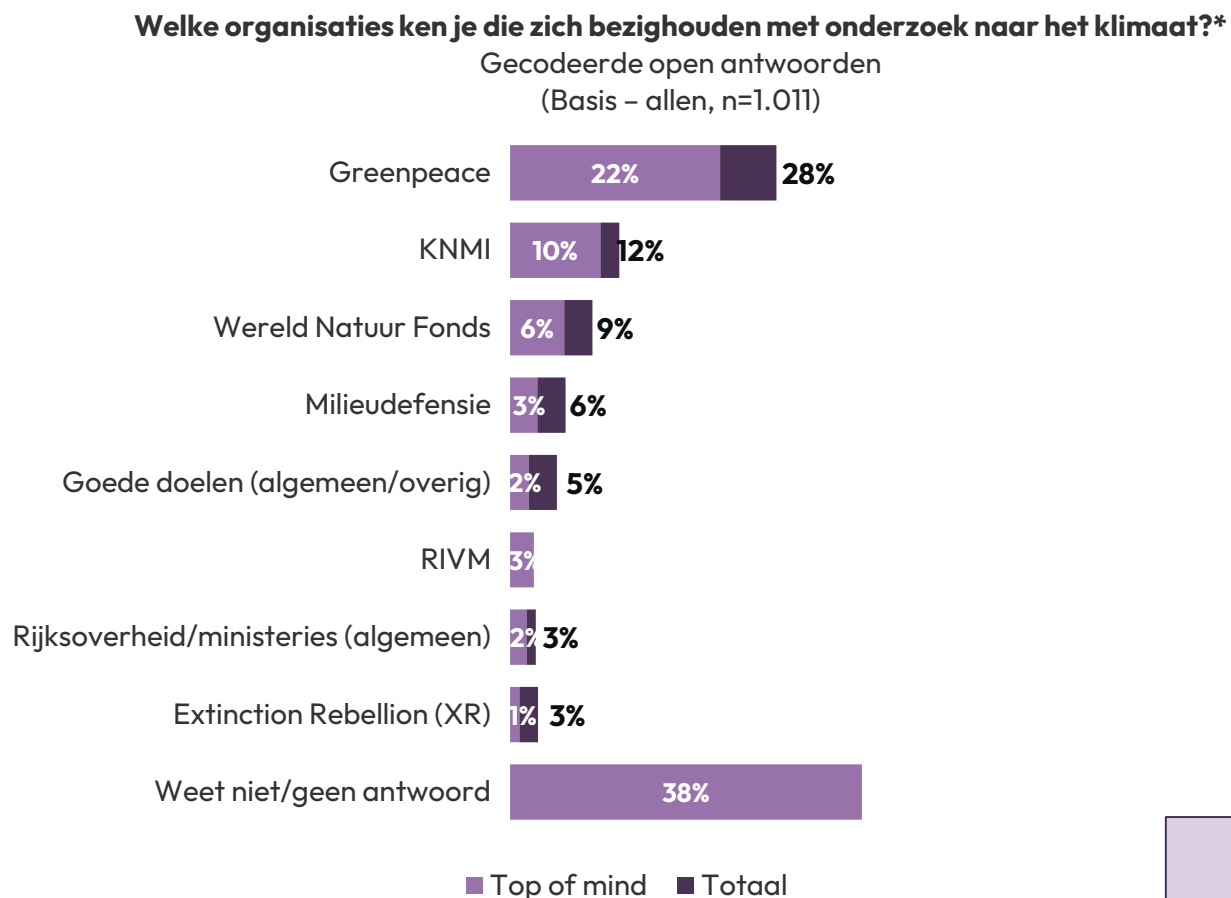
Significante verschillen

In de meeste grafieken staan de resultaten voor de metingen van 2023 en 2025 weergegeven. Significante verschillen tussen de twee jaren worden aangeduid met een **oranje** (significant lager) of **groene** (significant hoger) kleur. In de toegankelijkheidstabellen worden de significanties geduid met * (=significant lager) of ** (=significant hoger).



Resultaten | Bekendheid

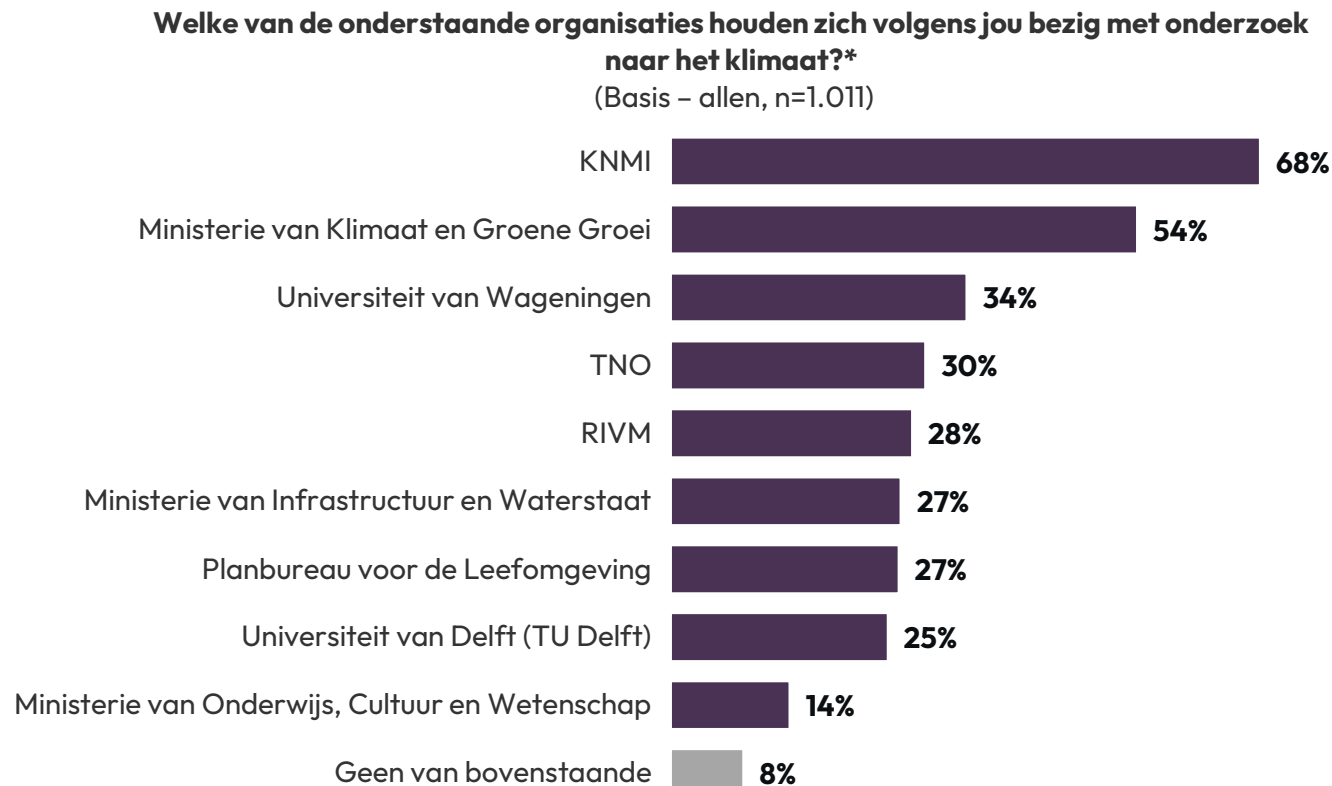
Spontane bekendheid klimaat | KNMI tweede meest spontaan genoemde organisatie die zich bezighoudt met onderzoek naar het klimaat



Verschillen tussen leeftijdsgroepen
Jongeren (18 t/m 34 jaar) benoemen het KNMI significant minder vaak top of mind (6% vs. 11% door 35+'ers) en totaal (7% vs. 14% door 35+'ers).

*Deze vraag is gewijzigd ten opzichte van 2023. wordt daarom niet vergeleken. Vraagstelling in 2023: 'Welke organisaties ken je die zich bezighouden met het klimaat?'

Geholpen bekendheid klimaat | KNMI vaakst herkend als organisatie die zich bezighoudt met onderzoek naar het klimaat

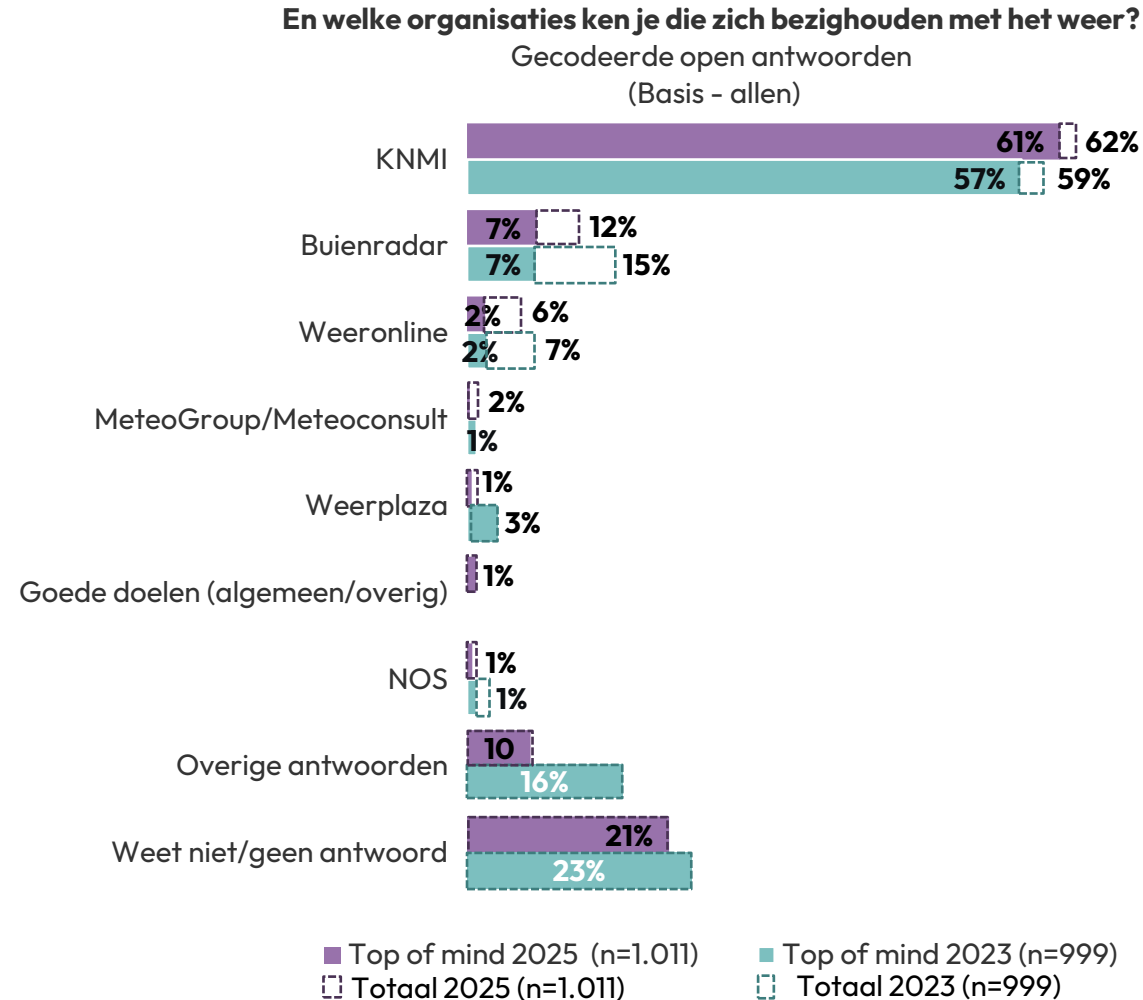


Verschillen tussen leeftijdsgroepen

Jongeren (18 t/m 34 jaar) herkennen het KNMI significant minder vaak als organisatie die zich bezig houdt met onderzoek naar het klimaat (58%), terwijl 55+'ers dit juist significant vaker doen (75%).

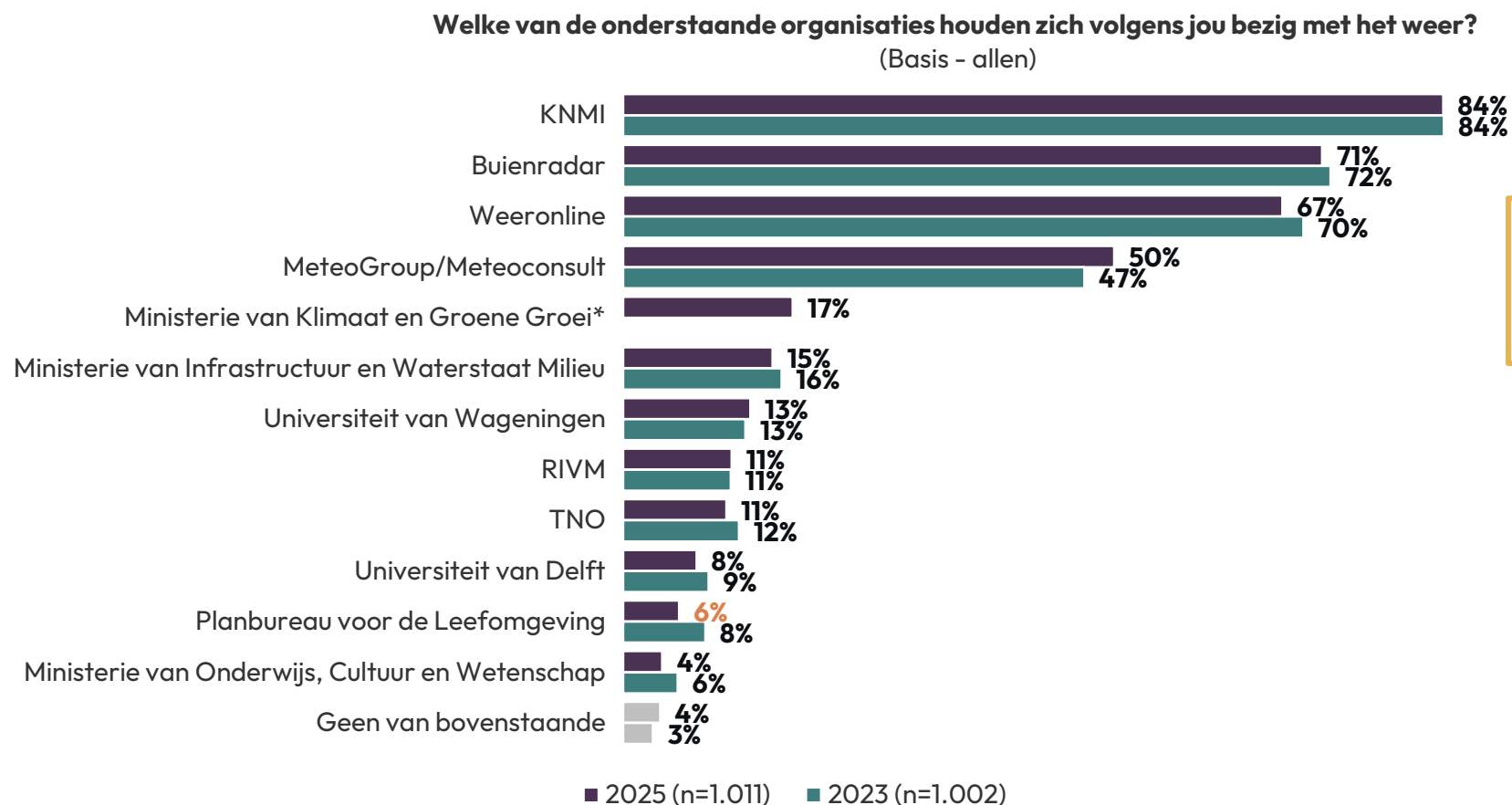
*Deze vraag is gewijzigd ten opzichte van 2023. wordt daarom niet vergeleken. Vraagstelling in 2023: 'Welke organisaties ken je die zich bezighouden met het klimaat?'

Spontane bekendheid weer | KNMI wordt veruit het vaakst spontaan genoemd als weerorganisatie



Verschillen tussen leeftijdsgroepen
Jongeren (18 t/m 34 jaar) benoemen het KNMI minder vaak top of mind (35% vs. 71% door 35+'ers) en totaal (36% vs. 72% door 35+'ers).

Geholpen bekendheid weer | KNMI nog altijd het vaakst herkend als weerorganisatie



Verschillen tussen leeftijdsgroepen

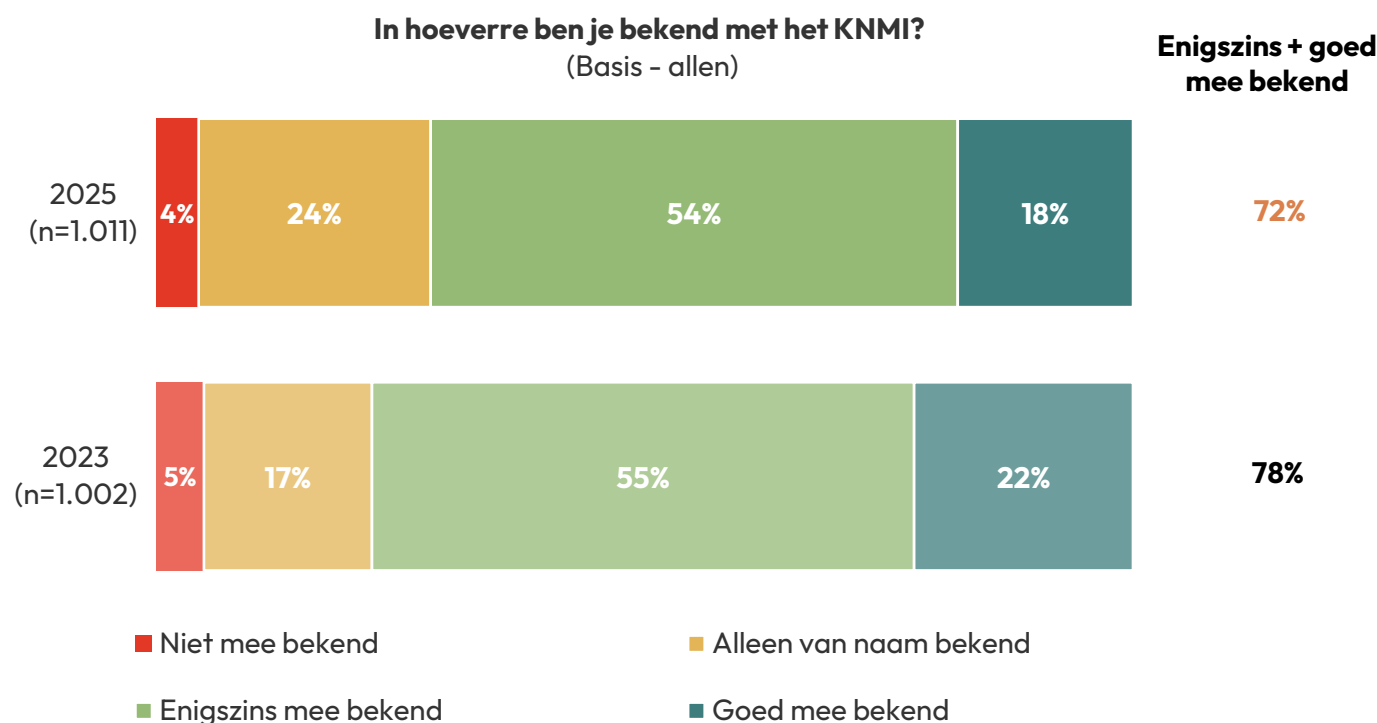
Jongeren (18 t/m 34 jaar) herkennen het KNMI significant minder vaak als organisatie die zich bezig houdt met het weer (63% vs. 92% door 35+'ers).

*Antwoordoptie in 2025 toegevoegd
geen vergelijking met 2023 mogelijk.

Groen = significant hoger dan 2023

Oranje = significant lager dan 2023

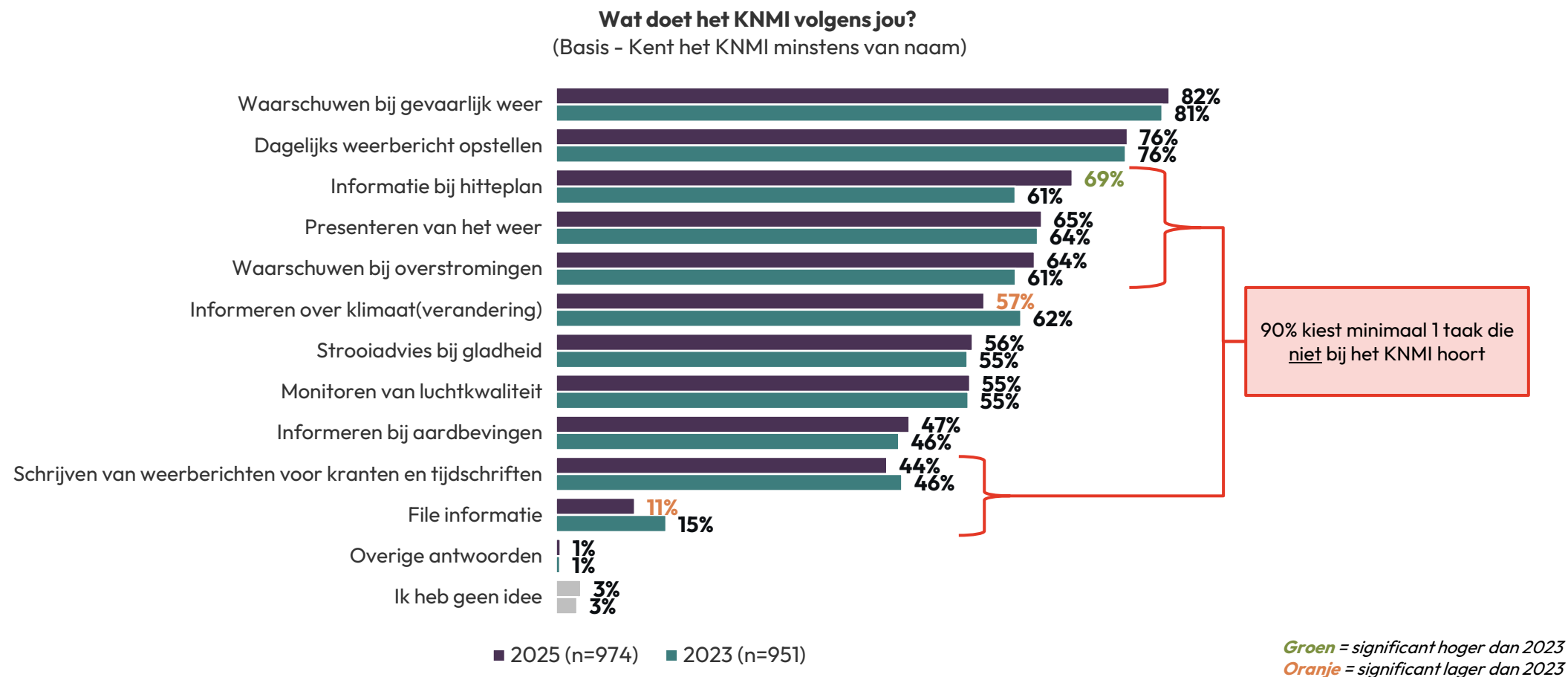
Mate van bekendheid | Grote meerderheid kent KNMI minimaal van naam, inhoudelijke bekendheid iets gedaald



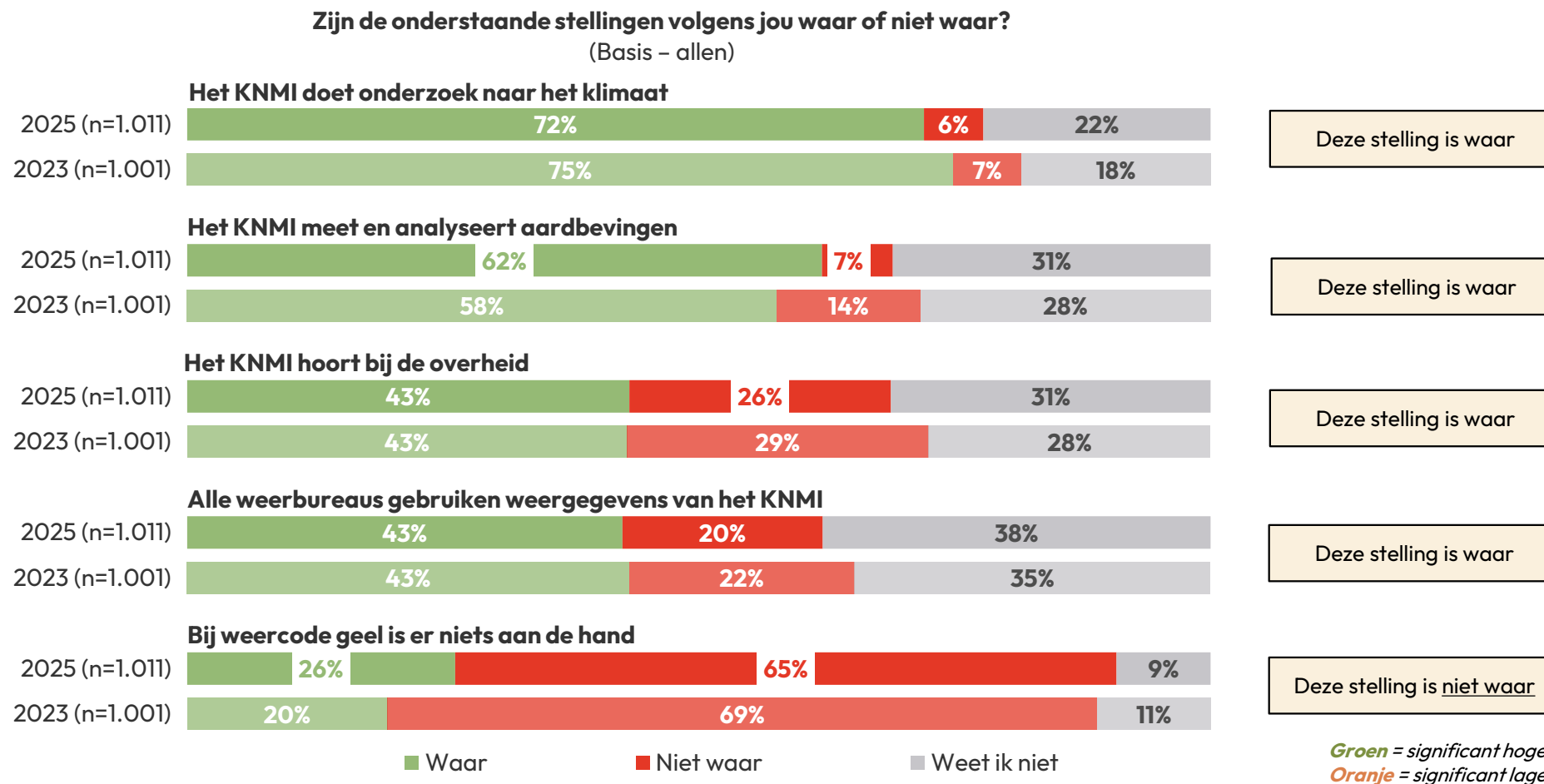
Verschillen tussen leeftijdsgroepen
Jongeren (18 t/m 34 jaar) zijn minder goed bekend met het KNMI dan 35+ers. Een op de tien (8%) kent het KNMI niet, een op de drie (33%) alleen van naam. 55+’ers zijn daarentegen vaker bekend met het KNMI (81%).

Groen = significant hoger dan 2023
Oranje = significant lager dan 2023

Bekendheid taken | Waarschuwen bij gevaarlijk weer blijft bekendste taak, grote meerderheid schrijft onterecht taken toe aan het KNMI



Kennis | Ruim een kwart onderschat risico's bij weercode geel



Weercodes | Twee op de vijf Nederlanders weet niet wat zij moeten doen bij code oranje

In hoeverre ben je het eens of oneens met de volgende uitspraken?

(Basis - Allen, n=1.011)

Bij weercode rood bedenk ik me twee keer voordat ik de weg op ga



% (zeer) eens

79%

Bij weercode oranje weet ik niet wat ik moet doen



18%

Oneens Niet eens, niet oneens Eens Zeer eens Weet ik niet

Verschillen tussen leeftijdsgroepen

Jongeren (18 t/m 34 jaar) lijken code rood iets minder serieus te nemen dan 35+'ers. Zij zijn het minder vaak (zeer) eens met de stelling dat ze zich bij weercode rood twee keer bedenken voordat ze de weg op gaan (74% vs. 82% onder 35+'ers).

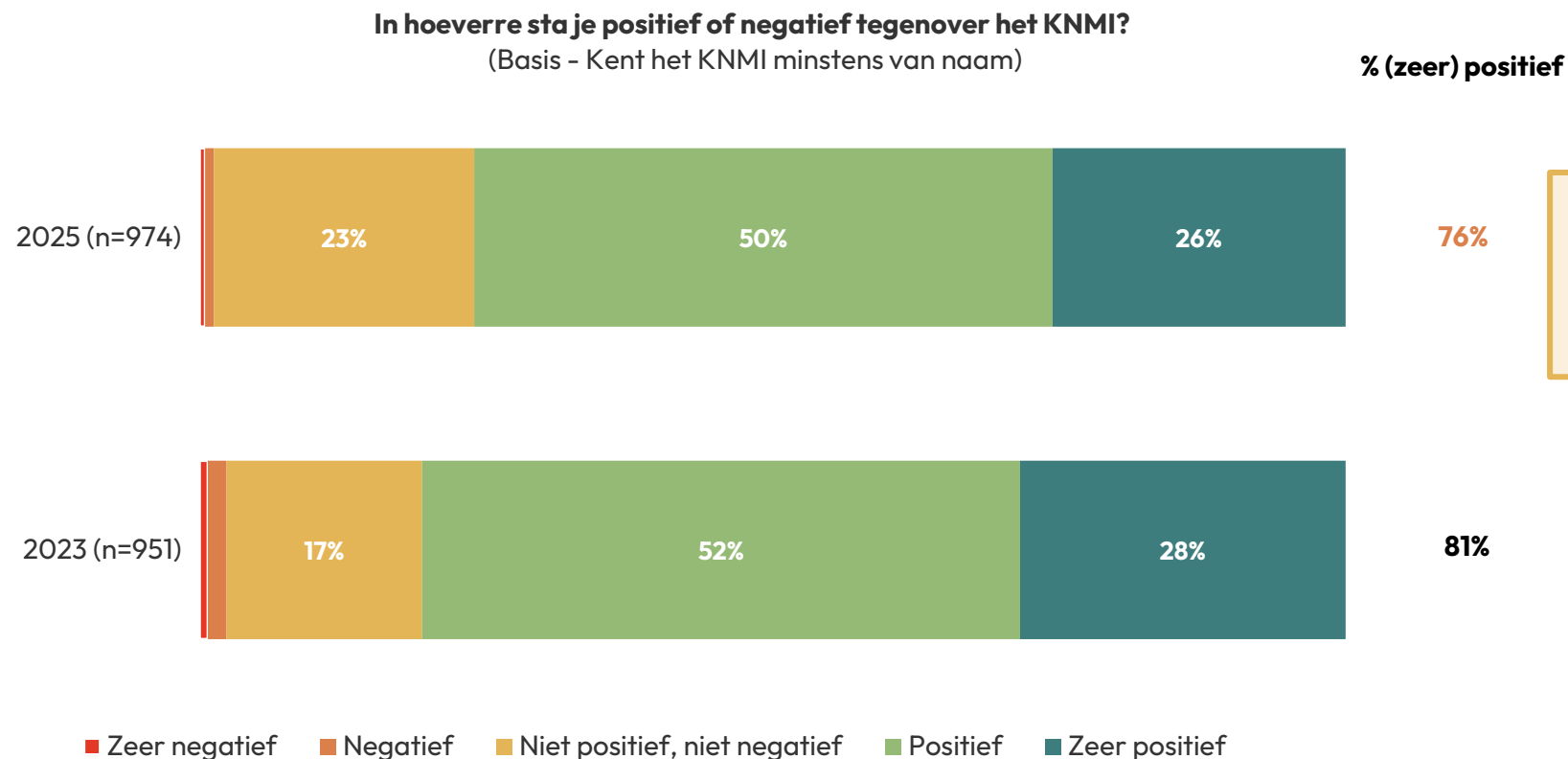
Ook zijn jongeren (18 t/m 34 jaar) vaker niet goed op de hoogte van wat ze bij weercode oranje moeten doen (25%) in vergelijking met 35+'ers (52%)

*Deze vraagstelling is gewijzigd ten opzichte van 2023. Toen werd de vraag gesteld of men dacht dat de stellingen waar of niet waar waren. Resultaten kunnen daarom niet worden vergeleken



Resultaten | Houding

Houding | Positieve houding iets gedaald, maar ruime meerderheid blijft (zeer) positief



Verschillen tussen leeftijdsgroepen
Jongeren (18 t/m 34 jaar) zijn minder uitgesproken positief over het KNMI (67%). 55+'ers zijn daarentegen meer uitgesproken positief over het KNMI (84%).

Groen = significant hoger dan 2023
Oranje = significant lager dan 2023

Houding | Bloemlezing van waarom Nederlanders (zeer) positief staan tegenover het KNMI*

Het KNMI is betrouwbaar en deskundig

"Betrouwbaar en vernieuwend in het onderzoeken van klimaat en voorspellen van weer."

"Jarenlang betrouwbare berichtgeving vanuit gedegen onderzoek."

"Prima degelijk instituut met veel ervaring."

"Betrouwbare organisatie."

Het KNMI geeft duidelijke en relevante informatie

"Prima instantie die veel goede informatie verstrekt."

"Geven goede en duidelijke info."

"Het KNMI informeert ons over belangrijke zaken zoals weer, klimaat en mogelijk gevaarlijke situaties."

"Geeft duidelijkheid over het weer en hoe er gekeken wordt bij voorspellingen. Codes heel belangrijk ook al valt het soms wel mee."

Het KNMI levert belangrijk werk voor samenleving en veiligheid

"Belangrijk voor veilige samenleving."

"Ze zijn belangrijk voor Nederland. Elke dag weer hebben wij de informatie nodig over het weer."

"Een onafhankelijk instituut die weermodellen ontwikkeld is belangrijk voor zeevaart en vervoer."

"Richten zich zowel voor de korte- als de lange termijn op het bieden van een veilige samenleving."

**Gebaseerd op 472 open antwoorden.*

Houding | Bloemlezing van waarom Nederlanders (zeer) negatief staan tegenover het KNMI*

Het KNMI zaait angst en is niet accuraat

"Angst zaaiers van de overheid."

"Komen te snel met waarschuwingen en stellen niet op tijd bij."

"Klopt vaak zeer weinig van de zogenoemde voorspellingen, waarschuwingen met codes vaak een storm in een glas water."

"Hun voorspellingen zijn altijd fout. Zij voorspellen sneeuw er komt regen. Voorspellen regen er komt zon."

Het KNMI biedt weinig ruimte voor alternatieve klimaatvisies

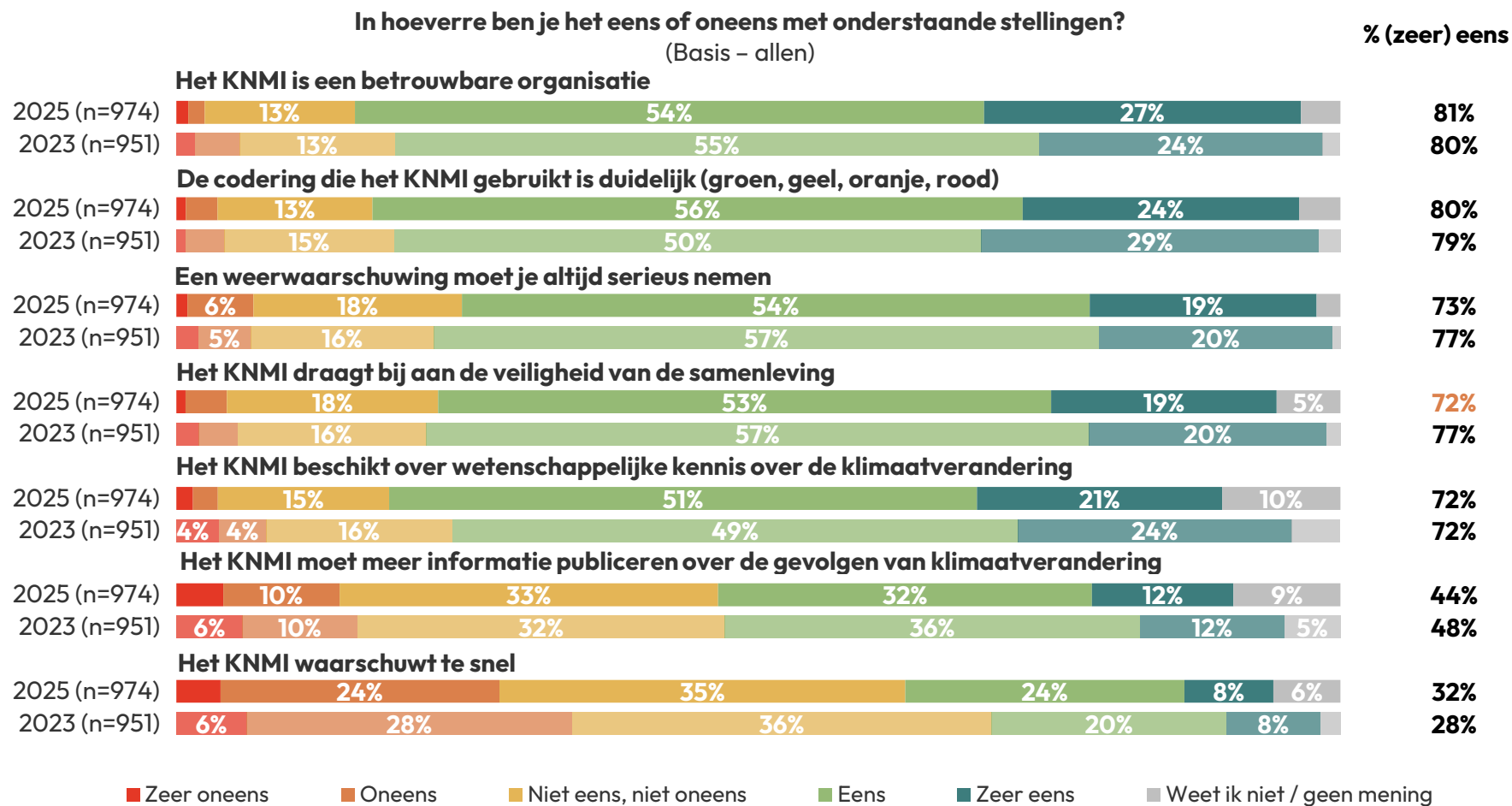
"Bemoeien zich te veel in klimaat discussie in media ."

"Staan niet open voor nieuwe informatie over klimaat, zitten vast in narratief."

"Er wordt teveel gepraat vanuit het narratief van de overheid en het IPCC. Er is geen ruimte voor een ander geluid bij het KNMI. Er is een dogmatische overtuiging van klimaatverandering en dat hoor ik elke avond weer. (...)"

**Gebaseerd op 7 open antwoorden.*

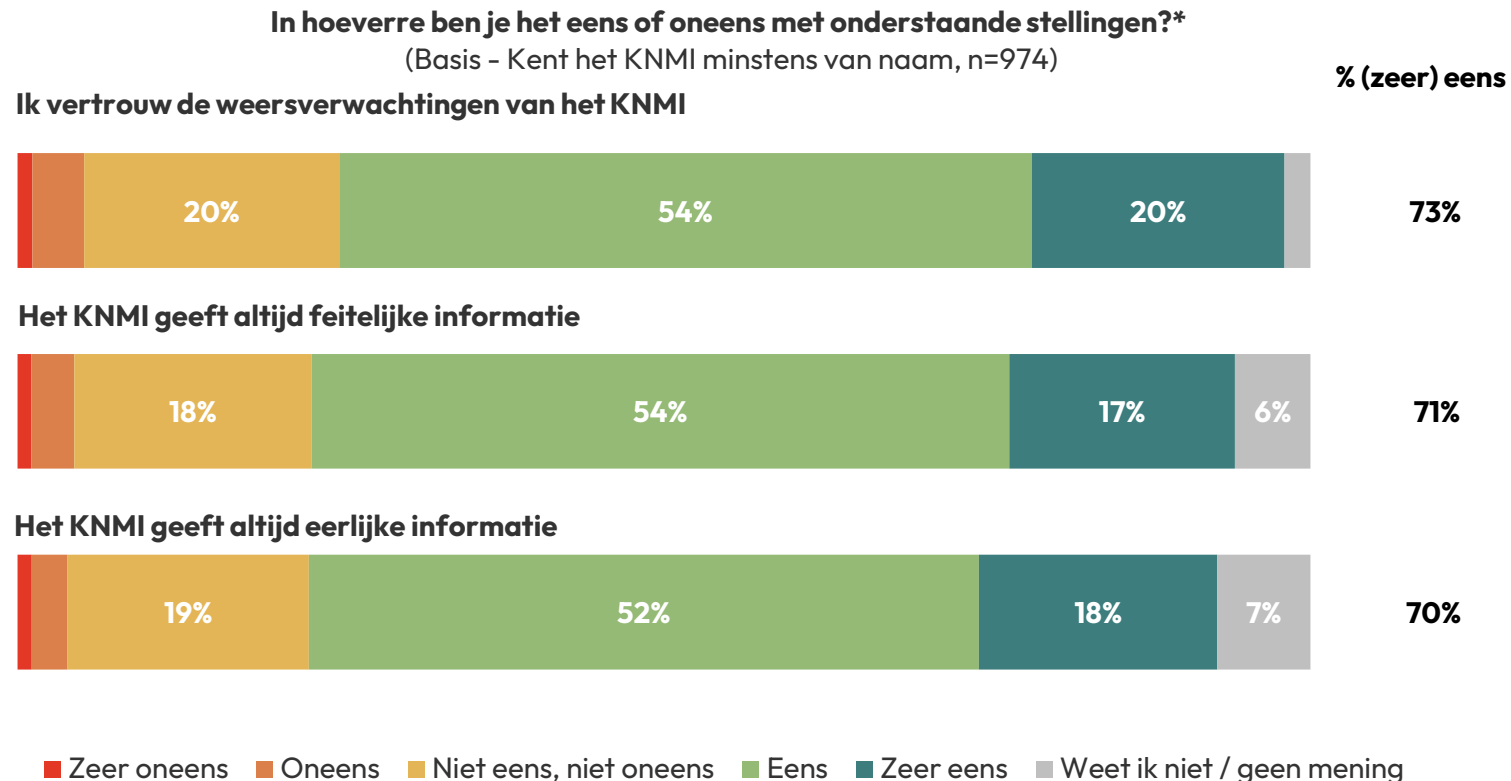
Houding | Grote meerderheid vindt KNMI nog steeds betrouwbaar en duidelijk



Verschillen tussen leeftijdsgroepen
 Jongeren (18 t/m 34 jaar) zijn het vaker eens met de stellingen dat het KNMI meer informatie moet publiceren over de gevolgen van klimaatverandering (51% vs. 42% onder 35+'ers).
 Wat betreft het waarschuwen door het KNMI vinden jongeren (18 t/m 34 jaar) vaker dat het KNMI te snel waarschuwt (41%), terwijl 55+'ers dat veel minder zo ervaren (24%).

Groen = significant hoger dan 2023
Oranje = significant lager dan 2023

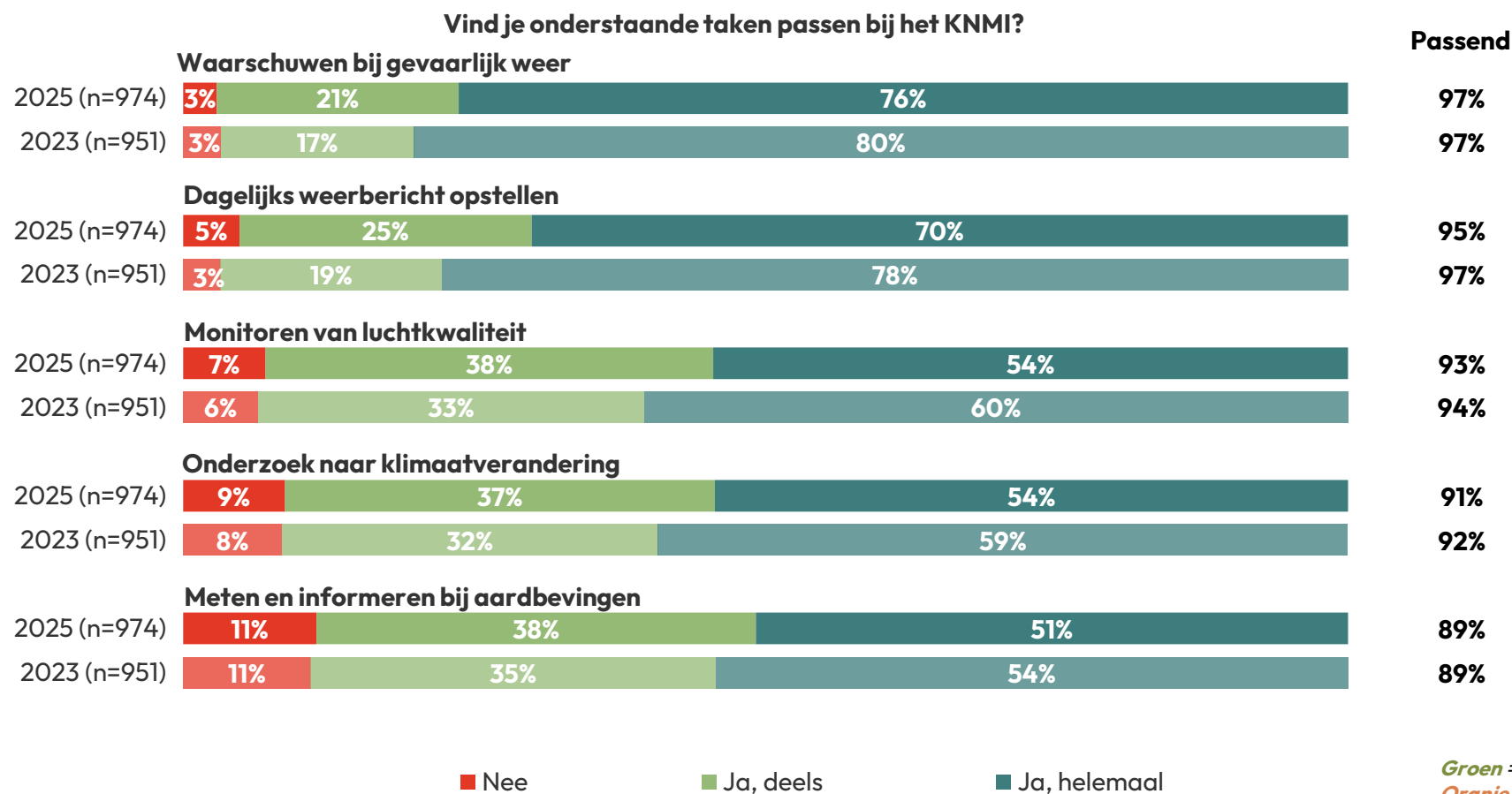
Houding | De meerderheid vertrouwt de weersverwachtingen en is overtuigd van de feitelijkheid en eerlijkheid van het KNMI



Verschillen tussen leeftijdsgroepen
55+'ers zijn het vaker (zeer) eens met de stellingen dat het KNMI altijd feitelijke en eerlijke informatie geeft (beide 76% vs. 68% onder 18 t/m 55 jarigen).

*Deze vraag is nieuw toegevoegd ten opzichte van 2023 en wordt daarom niet vergeleken

Passendheid taken | Ruime meerderheid vindt hoofdtaken KNMI nog altijd helemaal passend





Resultaten | Imago

Spontane associaties | Weer gerelateerde woorden het meest genoemd als men denkt aan het KNMI



*Deze vraag is in 2023 niet gecodeerd en kan daarom niet worden vergeleken

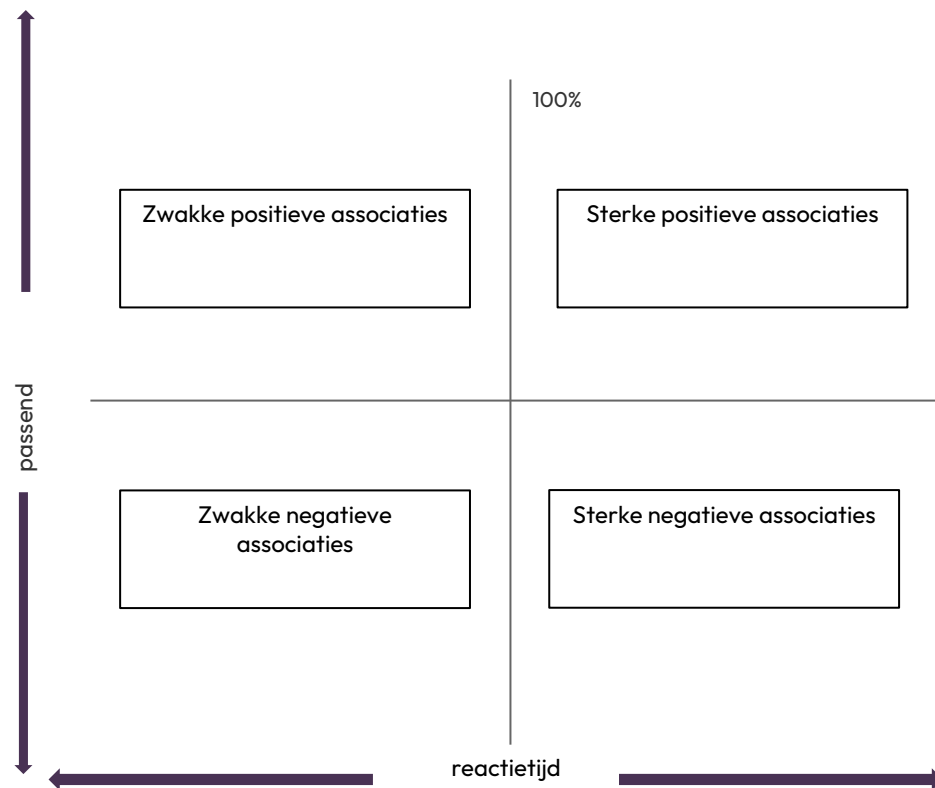
Leeswijzer: Impliciete associaties

Impliciete associaties meten

Door middel van een impliciete associatietask (Go or No-go Association Task; GNAT) zijn de associaties met KNMI op een onbewust niveau gemeten. In de GNAT krijgen respondenten verschillende termen te zien, waarvan zij zo snel mogelijk moeten beslissen of deze wel, of niet bij KNMI passen.

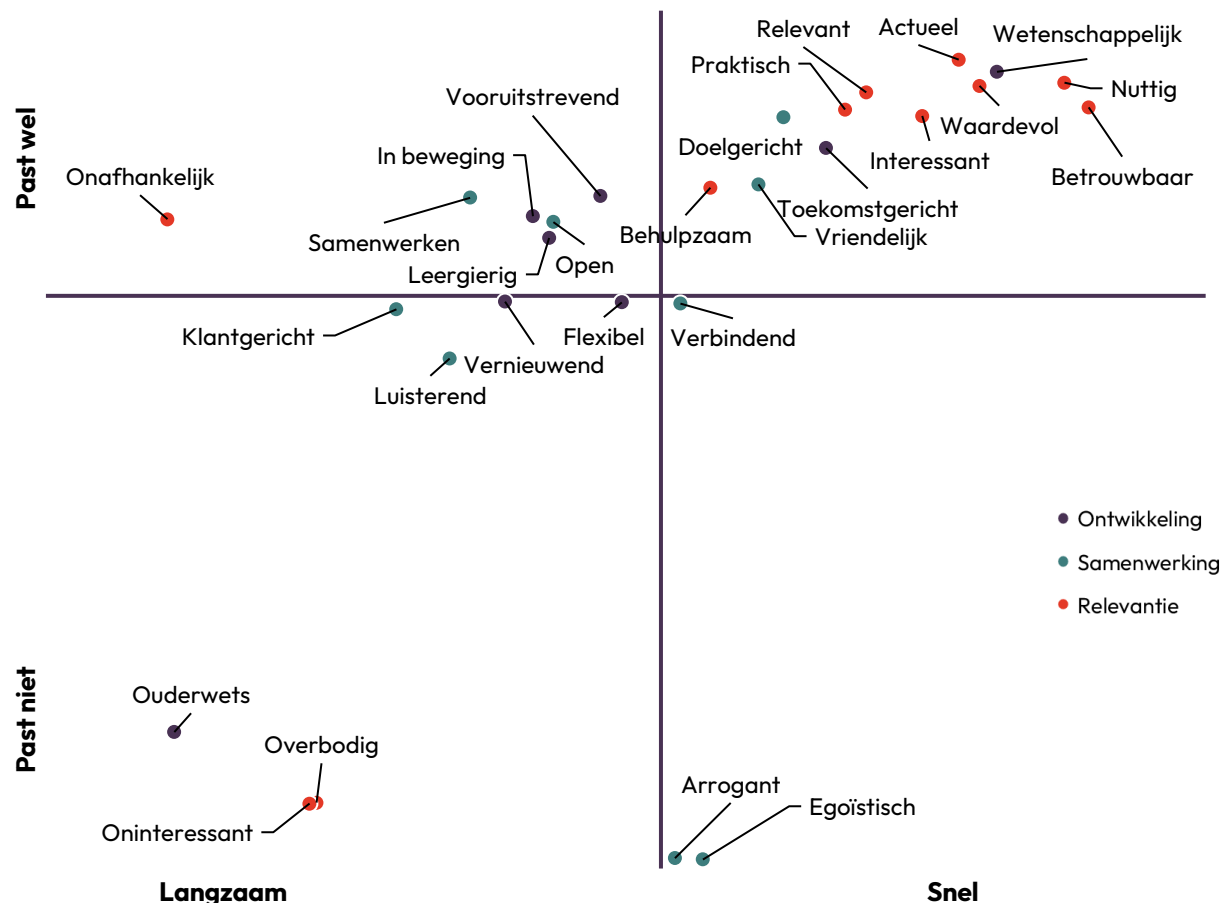
De resultaten van de GNAT staan weergegeven in een assenstelsel. De verticale as toont de beoordeling van de aspecten, uitgedrukt in het percentage respondenten dat aangeeft de waarde passend te vinden. De horizontale as toont de reactietijd. De assen snijden op de gemiddelde passendheid en reactietijd. Hoe hoger een waarde op de verticale as ligt, hoe passender respondenten deze waarde vinden. Hoe meer naar rechts een waarde ligt, hoe sneller respondenten bij deze waarde hun oordeel gaven.

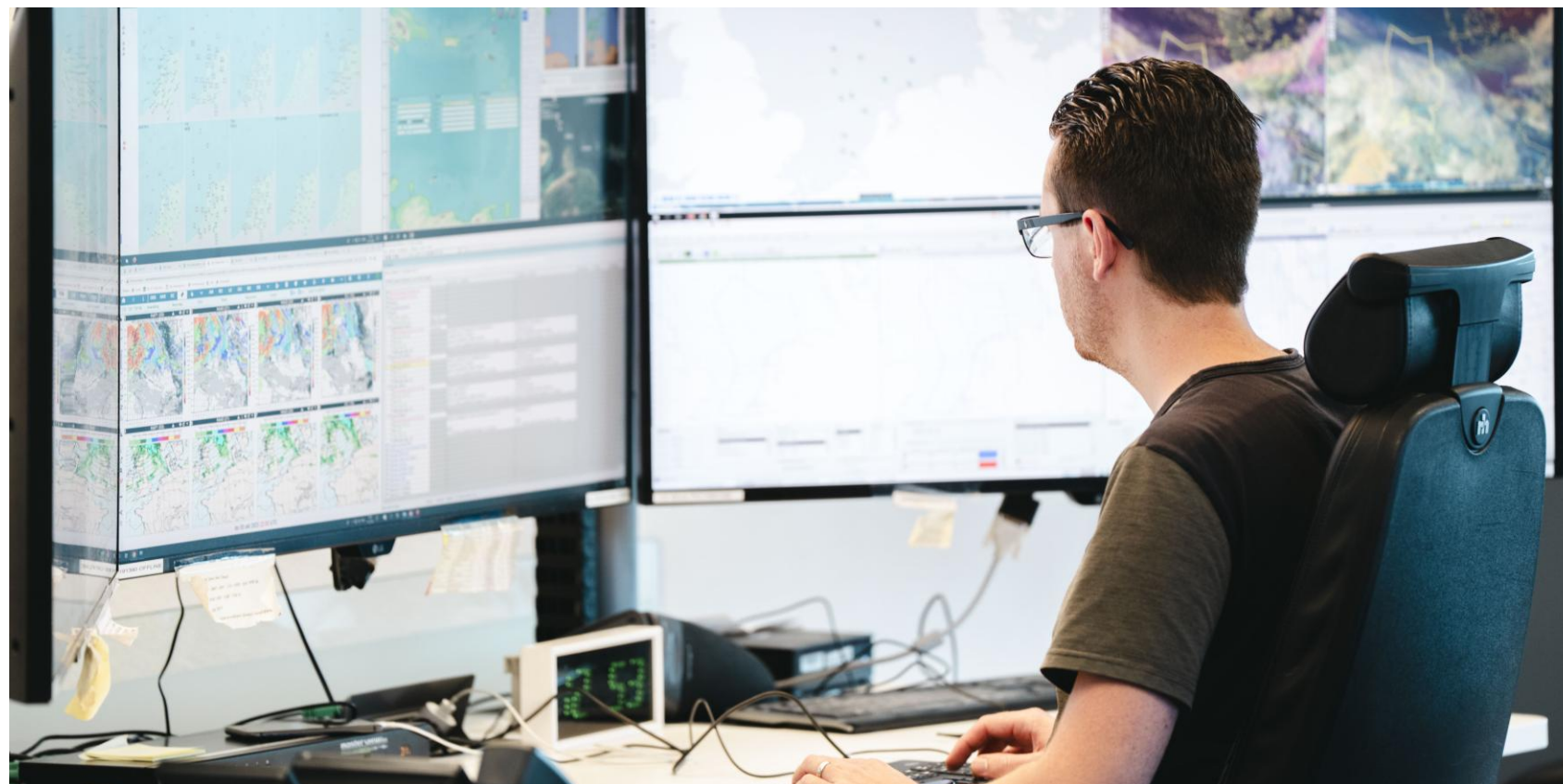
Door de passendheid en reactietijden in dit assenstelsel tegen elkaar af te zetten ontstaat een beeld van welke waarden men wel en niet vindt passen en hoe sterk deze associaties zijn. Hoe sneller de reactietijd, hoe sterker de associatie. Hoe langzamer de reactietijd, hoe zwakker de associatie.



Impliciete associaties | Positieve termen over het algemeen als passend gezien, negatieve termen als niet passend

- Nederlanders associëren de termen *wetenschappelijk*, *nuttig*, *betrouwbaar*, *waardevol*, *actueel*, *relevant*, *interessant*, *praktisch*, *toekomstgericht*, *doelgericht*, *behulpzaam* en *vriendelijk* relatief het sterkst met het KNMI. Net als in 2023 worden wetenschappelijk en actueel als meest passend ervaren.
- De termen *arrogant* en *egoïstisch* worden als niet passend gezien en het oordeel wordt relatief snel gegeven.
- Ook de termen *ouderwets*, *overbodig* en *oninteressant* worden als niet-passend gezien, maar het oordeel hierover wordt minder snel gegeven.
- De positieve termen onder de kernwaarde *relevantie* worden snel als passend beoordeeld en zijn daarmee sterk geassocieerd met het KNMI enkel *onafhankelijk* wordt langzaam beoordeeld maar wel als passend.
- Voor de positieve termen onder *samenwerking* en *ontwikkeling* doet men relatief lange over hun beoordeling. Het valt op dat de termen *klantgericht*, *luisterend*, en *verbindend* (samenwerking) en *vernieuwend* en *flexibel* (ontwikkeling) als (bijna) niet passend worden beoordeeld.

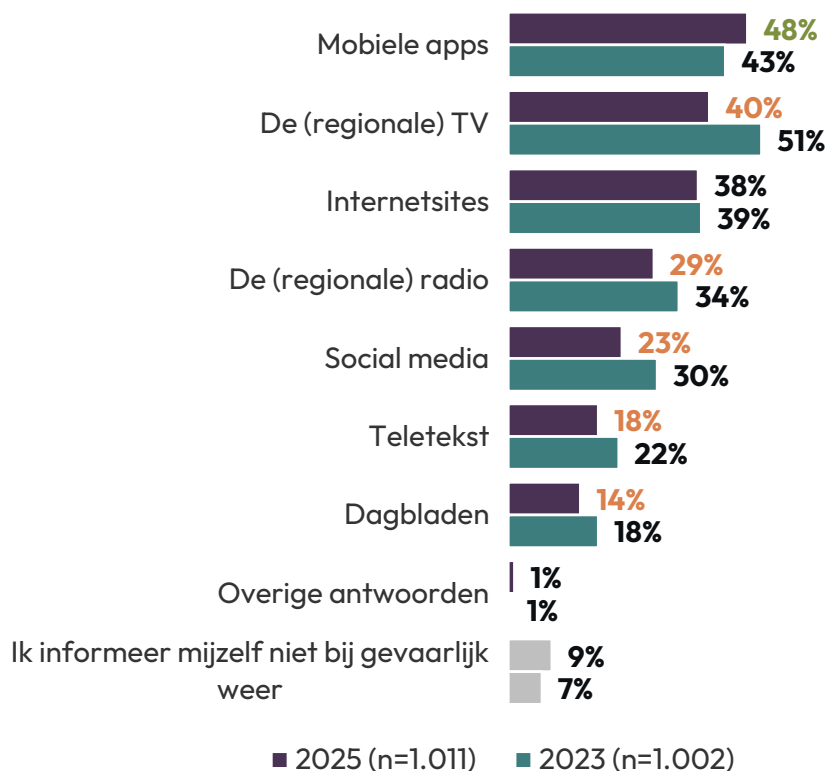




Resultaten | Informatiebehoefte en gedrag

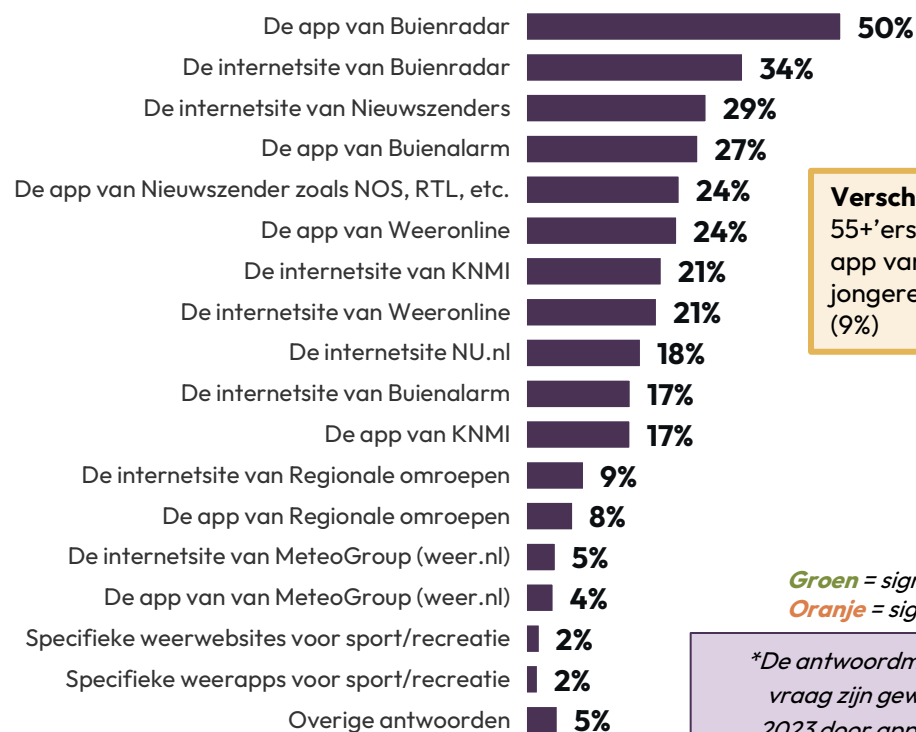
Media, sites en apps bij gevaarlijk weer | Mobiel app gebruik gestegen voor informatie bij gevaarlijk weer, één op de vijf gebruikt de app van het KNMI

Via welke kanalen informeer jij je bij gevaarlijk weer?
(Basis - allen)



En welke internetsites en apps raadpleeg je bij gevaarlijk weer?*

(Basis - Gebruikt internetsites en mobiele apps voor gevaarlijk weer, n=676)

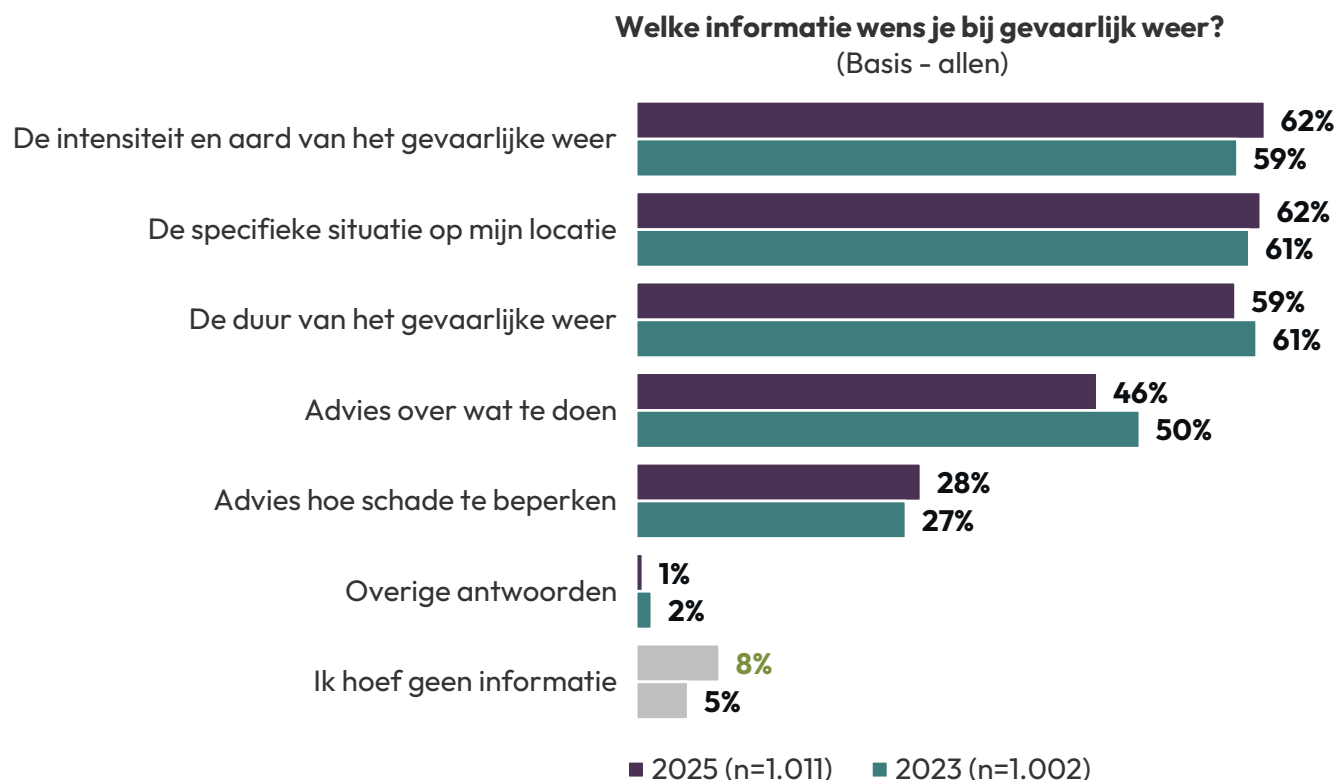


Verschillen tussen leeftijdsgroepen
55+'ers maken vaker gebruik van de app van het KNMI (26%), terwijl jongeren dit juist minder vaak doen (9%)

Groen = significant hoger dan 2023
Oranje = significant lager dan 2023

*De antwoordmogelijkheden van deze vraag zijn gewijzigd ten opzichte van 2023 door apps en internetsites op te splitsen en wordt daarom niet vergeleken

Gewenste informatie | Informatie over intensiteit, aard en duur van gevaarlijk weer, samen met locatiegebonden informatie het meest gewenst bij gevaarlijk weer



Verschillen tussen leeftijdsgroepen

Jongeren wensen vaker advies over wat te doen bij gevaarlijk weer (55%) en vaker advies over hoe zij schade kunnen beperken (35%). 35 t/m 54-jarigen hebben hier juist minder vaak (respectievelijk 38% en 23%) behoefte aan.

Daarnaast zien we dat jongeren minder vaak behoefte hebben aan informatie over de intensiteit en aard van gevaarlijk weer (54%). 55+ hebben daar juist vaker (68%) aan.

Groen = significant hoger dan 2023

Oranje = significant lager dan 2023

Voorkeurskanalen | Bij gevaarlijk weer of aardbevingen ontvangt men het liefst informatie via smartphone-alerts, KNMI meest gewenst afzender

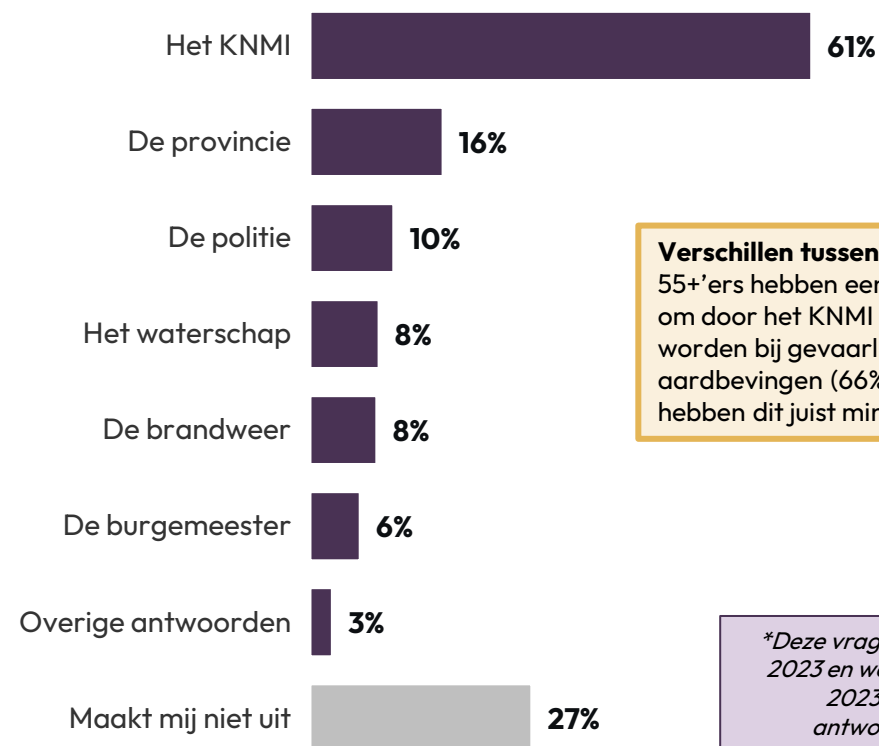
Hoe zou je het liefst de informatie over gevaarlijk weer en/of aardbevingen (indien uit Groningen) aangereikt willen krijgen?*

(Basis - allen, n=1.011)



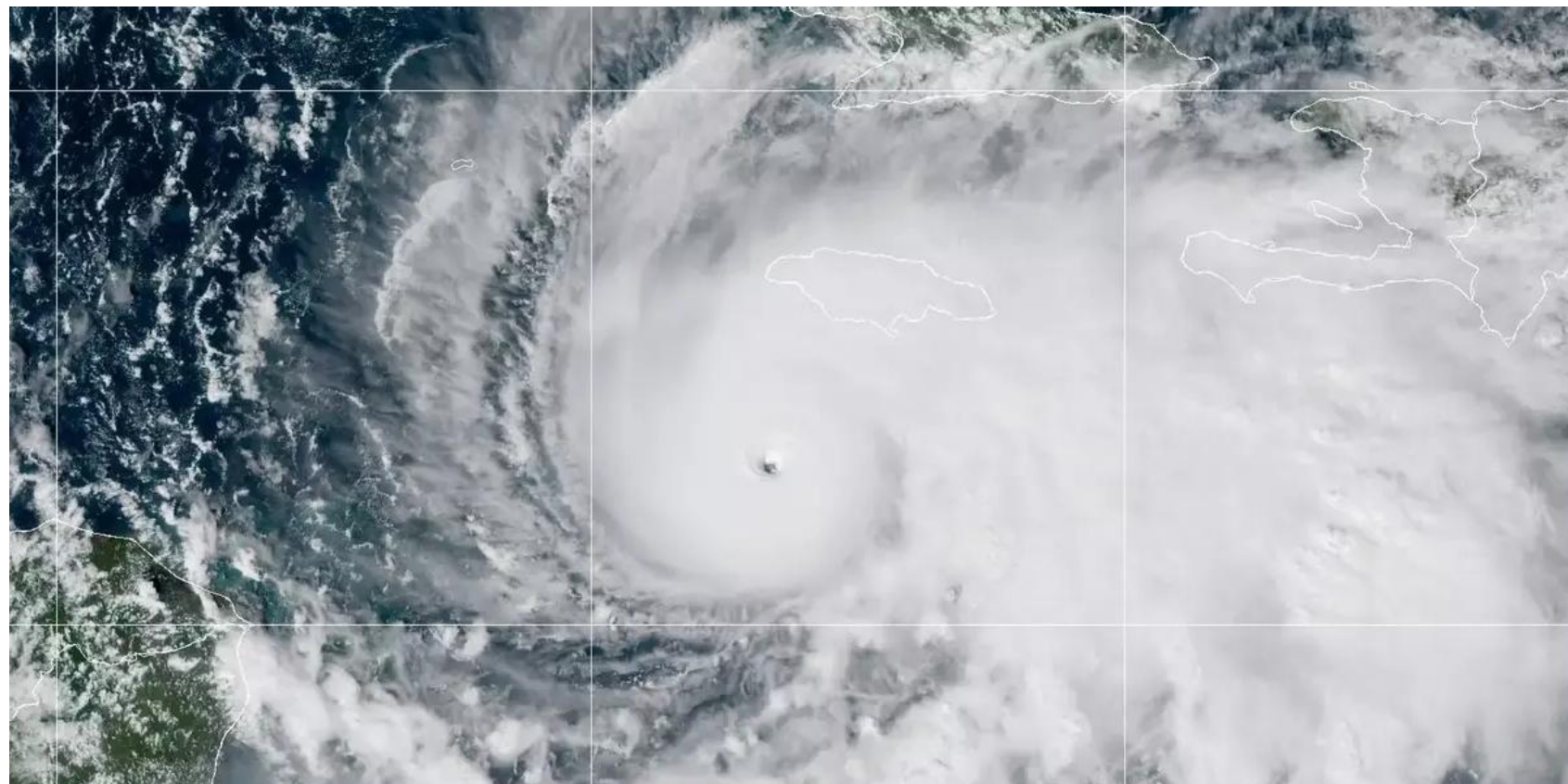
Door wie zou je het liefst geïnformeerd willen worden bij gevaarlijk weer en/of aardbevingen (indien uit Groningen)?*

(Basis - allen, n=1.011)



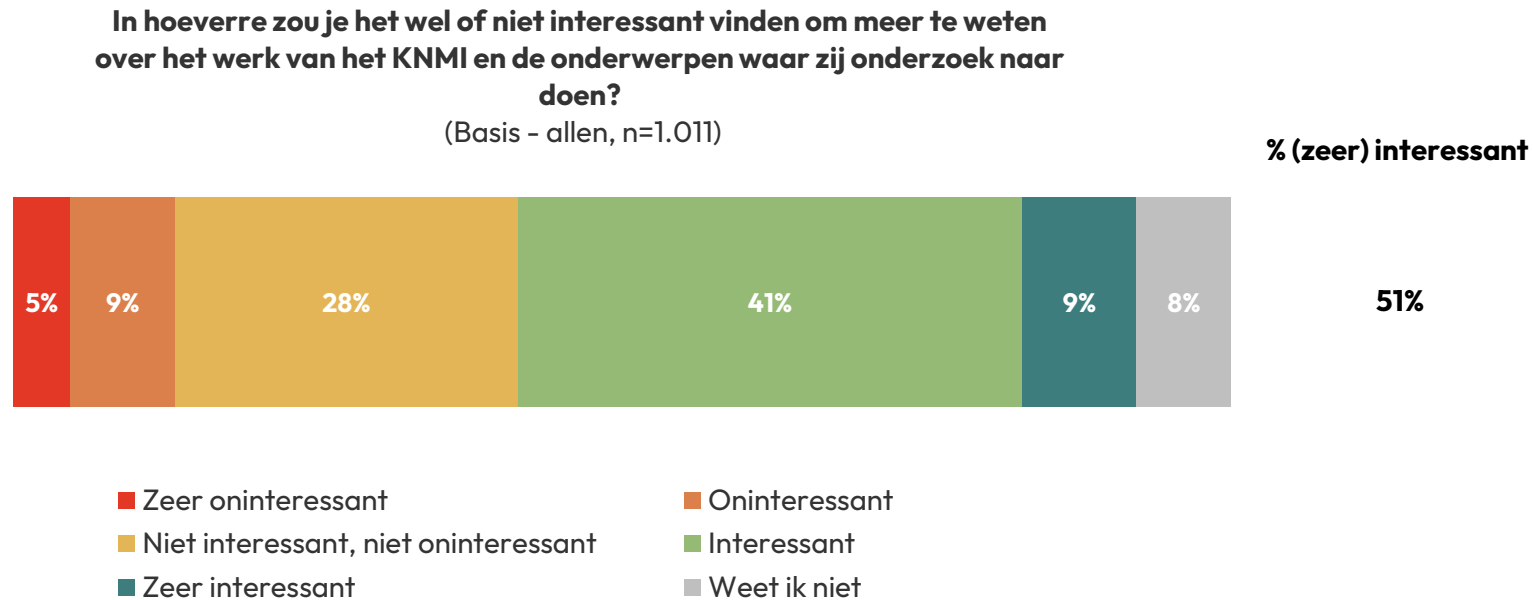
Verschillen tussen leeftijdsgroepen
55+'ers hebben een sterkere voorkeur om door het KNMI geïnformeerd te worden bij gevaarlijk weer en/of aardbevingen (66%). Jongeren hebben dit juist minder sterk (54%).

**Deze vragen zijn gewijzigd ten opzichte van 2023 en worden daarom niet vergeleken. In 2023 konden respondenten alleen één antwoordoptie aanvinken, in de huidige meting kon men meerdere antwoorden kiezen*



Resultaten | Interesse in extra KNMI informatie

Interesse meer informatie | Helft van de Nederlanders zou het interessant vinden om meer te weten over het werk en het onderzoek van het KNMI



*Deze vraag is nieuw toegevoegd ten opzichte van 2023 en wordt daarom niet vergeleken

Informatiebehoeften| Men zou vooral meer willen weten over wat ze zelf kunnen doen bij gevaarlijk weer, hoe de weersverwachtingen tot stand komen en veranderingen in het klimaat

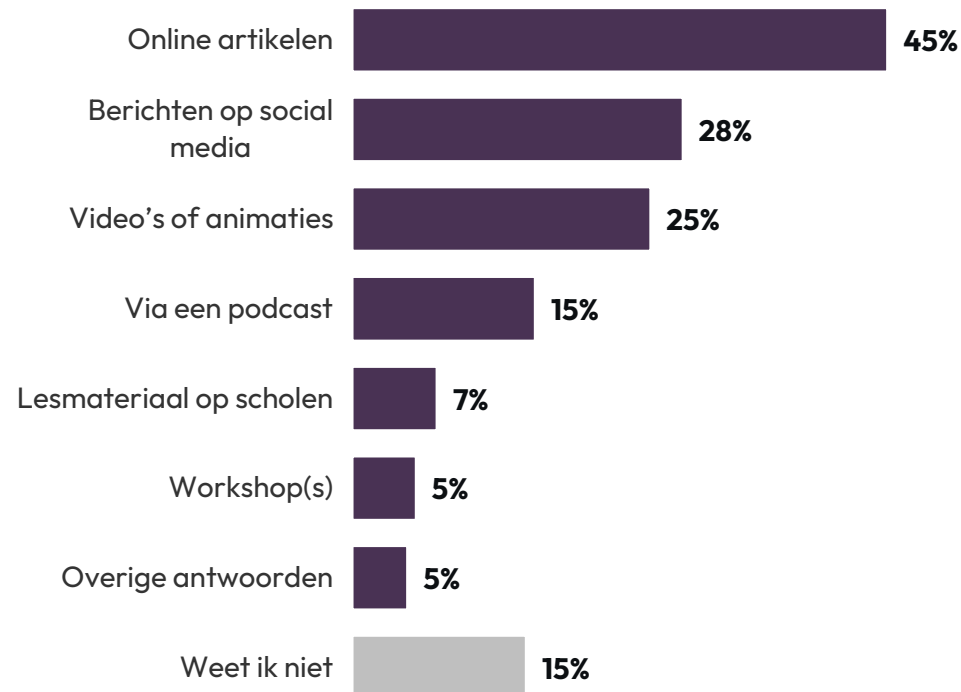
Over welke van onderstaande onderwerpen zou je graag meer willen weten?
(Basis - Is neutraal/geïnteresseerd in het werk en onderzoek van het KNMI, n=808)



*Deze vraag is nieuw toegevoegd ten opzichte van 2023 en wordt daarom niet vergeleken

Bron meer informatie | Nederlanders zouden het liefst meer willen leren via online artikelen, ook social media en video's of animaties vaak genoemd

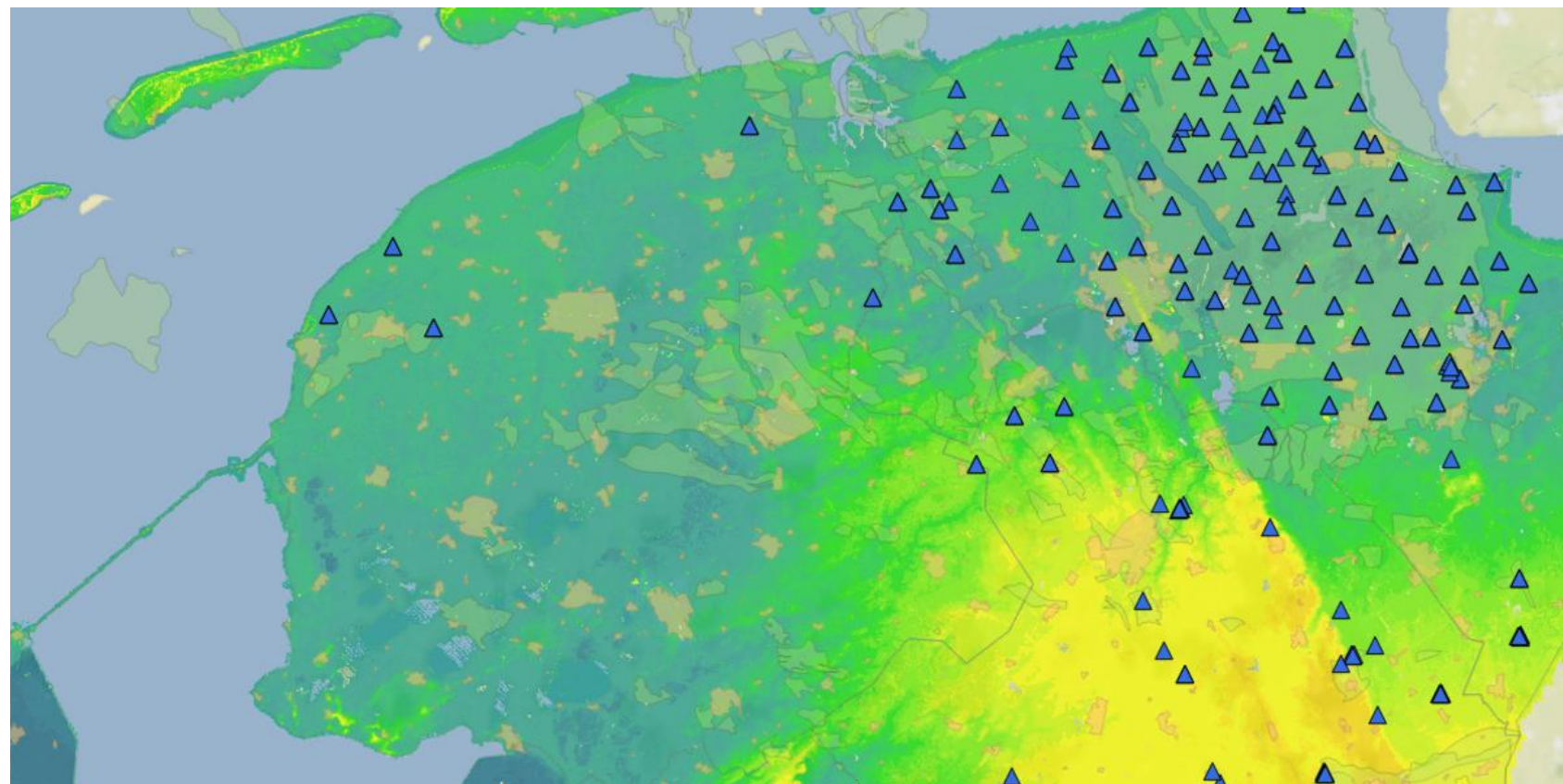
Op welke manier zou je hierover het liefst meer leren?
(Basis - Is neutraal/geïnteresseerd in het werk en onderzoek van het KNMI, n=808)



Verschillen tussen leeftijdsgroepen

Jongeren (18 t/m 34 jaar) hebben meer interesse in video's of animaties (35%) of een podcast (22%). 55'+ers hebben hier juist minder interesse voor (19% en 8% respectievelijk).

*Deze vraag is nieuw toegevoegd ten opzichte van 2023 en wordt daarom niet vergeleken

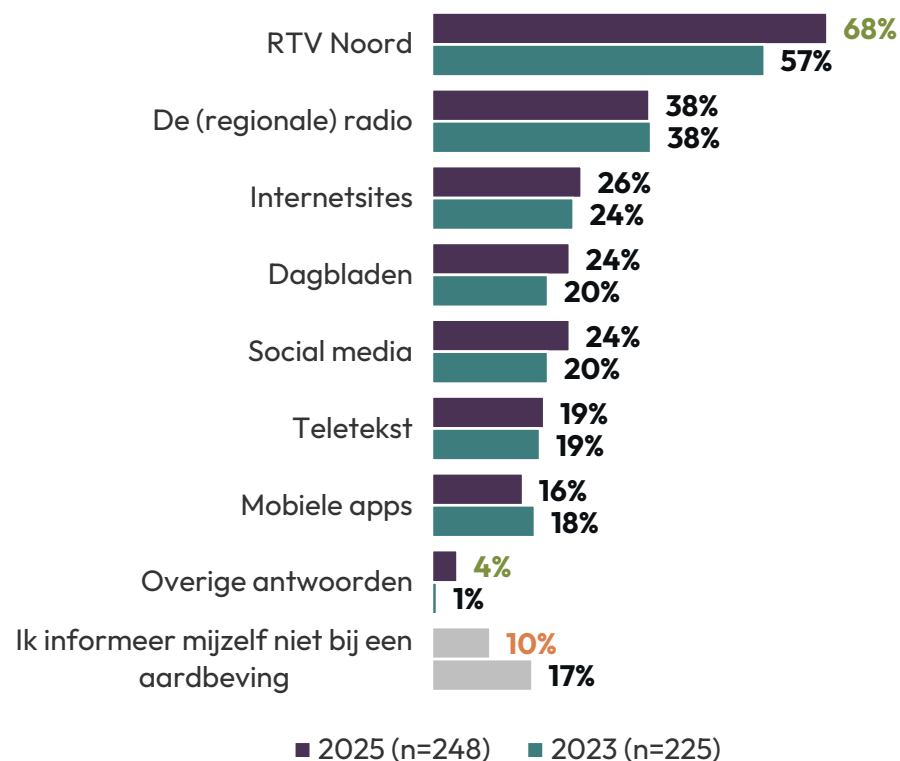


Resultaten | Groningen

Voorkeurskanalen | RTV Noord meest gebruikt kanaal bij aardbevingen, internetsite van de omroep

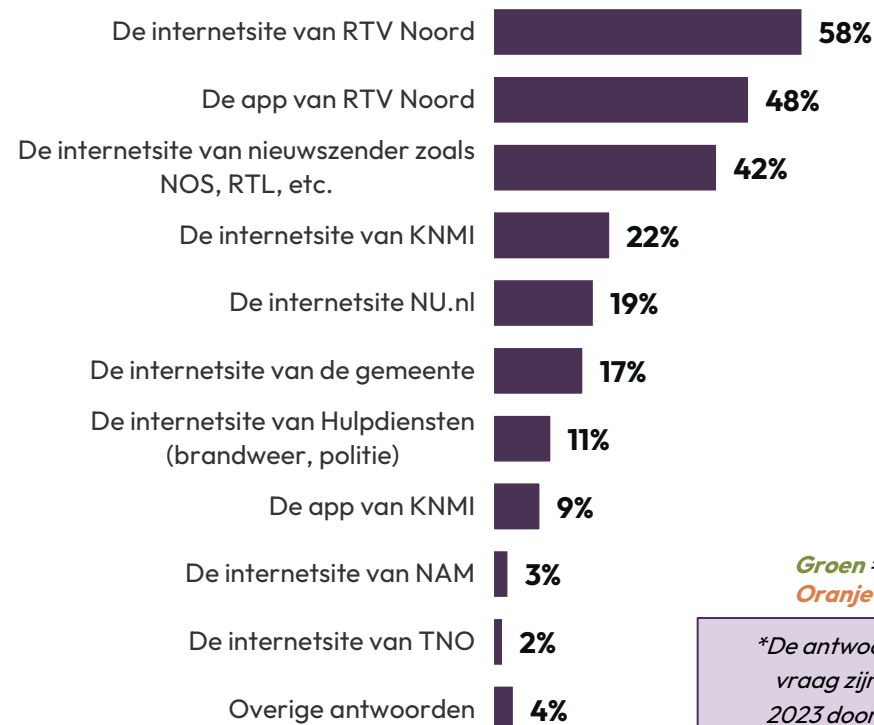
Via welke kanalen informeer jij je bij een aardbeving?

(Basis - Woont in Groningen)



Welke internetsites en apps raadpleeg je bij een aardbeving?*

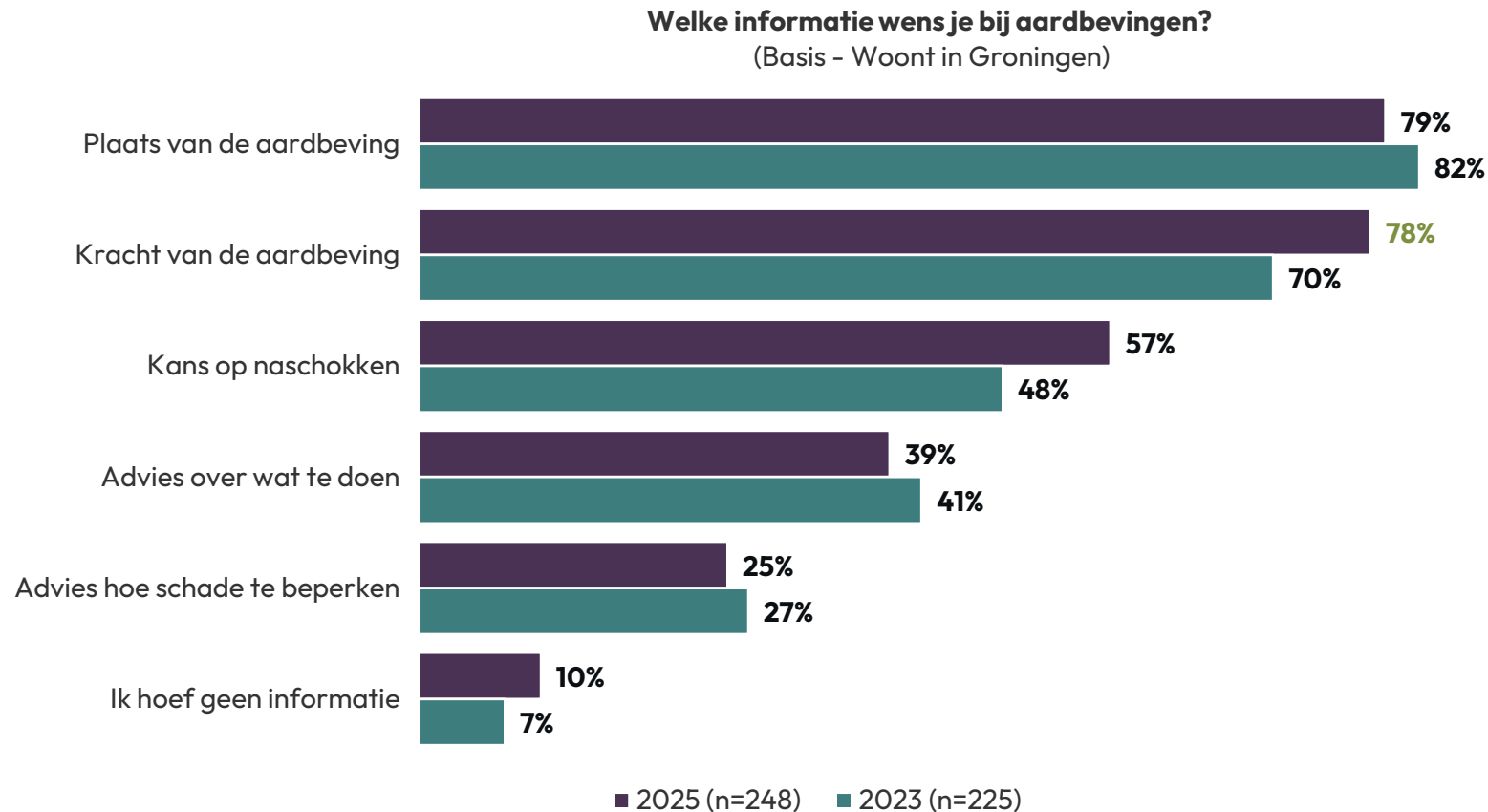
(Basis - Woont in Groningen en gebruikt internetsites en mobiele apps voor aardbevingen, n=261)



Groen = significant hoger dan 2023
Oranje = significant lager dan 2023

*De antwoordmogelijkheden van deze vraag zijn gewijzigd ten opzichte van 2023 door apps en internetsites op te splitsen en wordt daarom niet vergeleken

Gewenste informatie bij aardbevingen | Groningers hebben vooral behoefte aan informatie over de plaats en de kracht van aardbevingen



Groen = significant hoger dan 2023

Oranje = significant lager dan 2023



Wij verminderen onze footprint

Motivaction gebruikt uitsluitend papier met een FSC-label

Motivaction gebruikt energiezuinige auto's

Motivaction gebruikt groene stroom

Auteursrecht

Het auteursrecht op dit rapport ligt bij de opdrachtgever. Voor het vermelden van de naam Motivaction in publicaties op basis van deze rapportage – anders dan integrale publicatie – is echter schriftelijke toestemming vereist van Motivaction International bv

Beeldmateriaal

Motivaction heeft datgene gedaan wat redelijkerwijs van ons verwacht kan worden om de rechthebbenden op beeldmateriaal te achterhalen. Mocht u desondanks menen recht te kunnen doen gelden op gebruikt beeldmateriaal, neem dan contact op met Motivaction.

Pers- en publicatiebeleid

Het vermelden van de naam van Motivaction in persberichten en/of andere publicaties over door Motivaction uitgevoerd onderzoek is gebonden aan een aantal voorwaarden, zoals vastgelegd in ons [Pers- en publicatiebeleid](#).

meer zien
meer weten
meer betekenen

motivaction
insights and strategy

Motivaction International bv

Marnixkade 109F
1015ZL Amsterdam

Postbus 15262
1001MG Amsterdam

020 589 83 83

info@motivaction.nl
www.motivaction.nl