

3.6 Informatie en communicatie

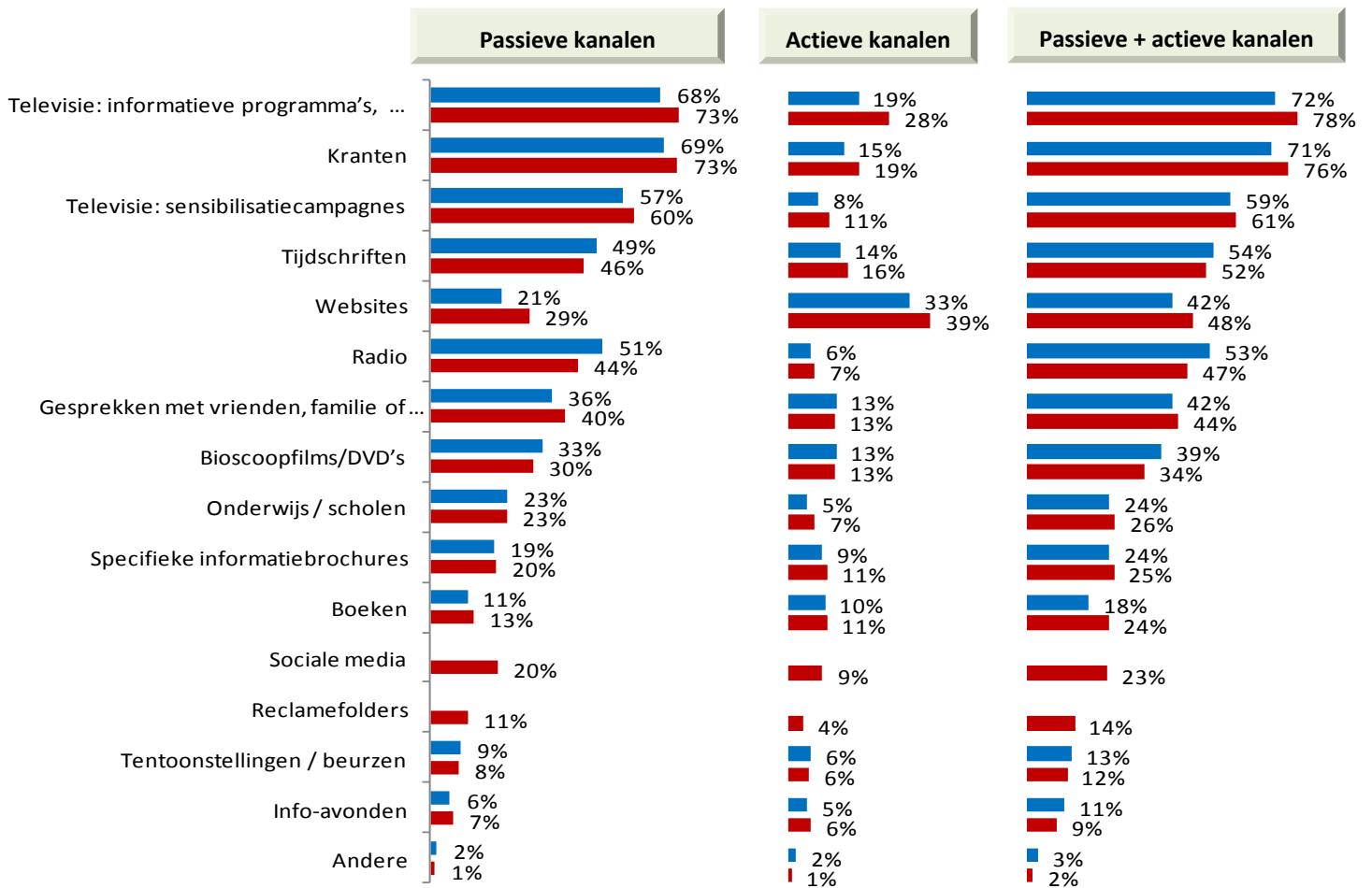
Binnen dit hoofdstuk gaan we dieper in op de informatiekanaalen via dewelke de Belgen zich informeren over de klimaatverandering. Daarnaast staan we stil bij de informatiekanaalen die ze gebruikt hebben om zich te informeren over de financiële steun (belastingvermindering of premies) toegekend door de overheid voor investeringen in een aantal energiebesparende technieken.

3.6.1 Informatie over de klimaatproblematiek

3.6.1.1 INFORMATIEKANALEN

In de vragenlijst werd er gepeild naar de informatiekanaalen via dewelke de Belgen informatie ontvangen over klimaatverandering, zonder er zelf actief naar op zoek te gaan. Daarnaast werd er gevraagd welke informatiekanaalen ze gebruiken om zelf bewust informatie over dit probleem op te zoeken. Onderstaande figuur geeft in eerste instantie de passieve kanalen weer en vervolgens de actieve kanalen. De rechtse grafiek geeft een overzicht van de mate waarin een bepaald kanaal in totaliteit werd gebruikt (dus zowel actief als passief).

Grafiek 37 – Vraag 9A+B: Via welke kanalen heeft u zich tot nu toe over klimaatverandering geïnformeerd?



Basis: alle respondenten (N=1510) – excl. 'missings'.

■ 2009 ■ 2013

In het algemeen hebben de Belgen zich voornamelijk geïnformeerd via informatieve programma's, documentaires of fictie op TV (78%). De top drie van meest geraadpleegde informatiekanaal (zowel passief als actief) bestaat verder uit kranten (76%) en sensibilisatiecampagnes op TV (61%). Websites vormen echter het meest actief geconsulteerde kanaal (39%).

Bekijken we de significante verschillen per subgroep, stellen we vast dat met name leeftijd een belangrijke predictor is voor de kanalen die worden geconsulteerd (zowel passief als actief). Zo ontvangen Belgen in de jongste leeftijdsgroep (16-35 jaar) vaker dan Belgen in de oudste leeftijdsgroep (56-75 jaar) informatie over klimaatverandering via kranten, informatieve programma's op televisie, het internet, gesprekken met anderen en via het onderwijs. De meeste van de zonet vermelde kanalen raadplegen ze ook bewust meer dan de oudere Belgen om informatie over klimaatverandering te vinden.

Wanneer we verschillen optekenen naar niveau van opleiding is dit steeds in een zelfde richting: hoger opgeleide Belgen ontvangen meer dan lager opgeleide Belgen langs verschillende kanalen informatie over klimaatverandering. Via websites en informatieve programma's op televisie gaan ze ook vaker zelf bewust zoeken naar informatie over klimaatverandering.

Naar regio zien we dat Vlamingen meer dan Walen informatie over klimaatverandering ontvangen via kranten en sociale media; het omgekeerde is waar voor wat betreft sensibilisatiecampagnes op televisie en boeken. Brusselaars kijken voor een kanaal af van zowel Vlamingen als Walen: zij ontvangen meer informatie over klimaatverandering dan laatstgenoemde via tentoonstellingen en beurzen; een vaststelling die ook opgaat voor inwoners van de vijf grote centra versus meer landelijke gebieden.

Tabel 33: V9A ('informatie ontvangen'), significante verschillen naar subgroepen

Geslacht	Percentages		Significante verschillen
	Mannen (1)	Vrouwen (2)	
Kranten	75,7%	70,4%	1/2
Reclamefolders	9,5	12,8%	1/2
Bioscoopfilms/DVD's	27,9%	32,8%	1/2
Tentoonstellingen/beurzen	10,0%	6,6%	1/2
Websites	33,3%	25,2%	1/2
Sociale media	17,4%	22,4%	1/2
Boeken	16,3%	9,9%	1/2
Info-avonden	8,9%	4,5%	1/2
Gesprekken met vrienden, familie, ...	36,9%	42,7%	1/2
Onderwijs/scholen	19,6%	25,5%	1/2

	Percentages						Significante verschillen
Leeftijd	16-35j (1)	36-55j (2)	56-75j (3)				
Kranten	78,2%	73,2%	67,6%				1/3
Specifieke informatiebrochures	17,5%	24,5%	15,9%				1/2, 2/3
Televisie: informatieve programma's	76,2%	77,8%	65,2%				1/3, 2/3
Websites	40,3%	27,3%	20,5%				1/2, 1/3
Sociale media	34,4%	14,3%	12,5%				1/2, 1/3
Info-avonden	3,4%	7,9%	8,5%				1/2, 1/3
Gesprekken met vrienden, familie, ...	46,0%	38,3%	35,9%				1/2, 1/3
Onderwijs/scholen	46,0%	15,9%	7,8%				1/2, 1/3, 2/3
Opleiding	Lager ond. (1)	Lager sec. (2)	Hoger sec. beroeps (3)	Hoger sec. algemeen (4)	Hoger onderwijs (5)	Univ. onderwijs (6)	
Tijdschriften	34,3%	40,6%	44,3%	47,2%	51,0%	58,8%	1/5-6, 2/6
Televisie: informatieve programma's	63,9%	69,3%	69,1%	77,8%	77,2%	77,9%	1/4-5
Bioscoopfilms/DVD's	20,6%	28,8%	29,6%	30,8%	32,3%	41,0%	1/6
Radio	35,7%	45,0%	45,2%	40,6%	45,1%	56,7%	1/6, 4/6
Websites	21,2%	22,9%	26,3%	31,2%	32,6%	43,4%	1-2/6
Gesprekken met vrienden, familie, ...	32,6%	39,5%	33,6%	39,3%	43,0%	53,0%	1/6, 3/6
Onderwijs/scholen	20,7%	19,2%	18,1%	22,3%	25,7%	32,9%	2/6
Regio	Noord (1)	Brussel (2)	Zuid (3)				
Kranten	76,2%	73,6%	66,9%				1/3
Televisie: sensibilisatiecampagnes	55,9%	62,3%	67,3%				1/3
Tentoonstellingen/beurzen	6,4%	18,9%	9,0%				1/2, 2/3
Sociale media	22,7%	20,4%	15,0%				1/3
Boeken	11,3%	12,2%	16,3%				1/3
Urbanisatie	5 centra (1)	Steden (2)	Kleine lok. (3)	Landelijk (4)			
Tentoonstellingen/beurzen	13,6%	8,0%	5,7%	6,4%			1/3, 1/4
Sociale media	21,6%	26,8%	19,1%	16,2%			2/4

Tabel 34: V9B ('zelf informatie geraadpleegd/opgezocht'), significante verschillen naar subgroepen

	Percentages						Significante verschillen
	Mannen (1)		Vrouwen (2)				
Geslacht							
Tijdschriften	19,8%		12,5%				1/2
Websites	44,4%		33,4%				1/2
Boeken	13,4%		8,1%				1/2
Onderwijs/scholen	4,5%		9,7%				1/2
Leeftijd	16-35j (1)	36-55j (2)	56-75j (3)				
Televisie: informatieve programma's	33,7%	26,0%	23,6%			1/2, 1/3	
Bioscoopfilms/DVD's	18,4%	11,9%	8,5%			1/2, 1/3	
Radio	6,7%	5,3%	9,5%			2/3	
Websites	51,3%	40,9%	24,0%			1/2, 1/3, 2/3	
Sociale media	12,6%	8,9%	6,5%			1/3	
Boeken	10,9%	13,1%	7,5%			2/3	
Gesprekken met vrienden, familie, ...	12,9%	15,5%	9,3%			2/3	
Onderwijs/scholen	13,7%	4,9%	3,6%			1/2, 1/3	
Opleiding	Lager ond. (1)	Lager sec. (2)	Hoger sec. beroeps (3)	Hoger sec. algemeen (4)	Hoger onderwijs (5)	Univ. onderwijs (6)	
Kranten	15,6%	12,6%	20,3%	23,8%	21,3%	23,4%	2/4
Tijdschriften	9,9%	12,9%	11,9%	21,8%	13,6%	24,8%	1-2/4, 1-2/6
Televisie: sensibilisatiecampagnes	4,7%	13,8%	13,3%	11,6%	11,6%	8,3%	1/2
Televisie: informatieve programma's	11,2%	22,8%	27,9%	32,6%	32,4%	36,1%	1/2-6
Radio	13,6%	8,4%	5,7%	5,2%	5,8%	4,8%	1/4
Websites	25,1%	25,2%	37,5%	41,4%	51,7%	55,0%	1-2/4-6
Gesprekken met vrienden, familie, ...	4,9%	12,2%	15,7%	14,1%	11,5%	19,0%	1/3-4, 1/6
Regio	Noord (1)	Brussel (2)	Zuid (3)				
Reclamefolders	2,8%	6,0%	5,5%			1/3	
Televisie: sensibilisatiecampagnes	9,3%	8,0%	15,3%			1/3	
Televisie: informatieve programma's	25,5%	26,0%	31,8%			1/3	
Websites	35,6%	51,8%	41,5%			1/2	
Urbanisatie	5 centra (1)	Steden (2)	Kleine lok. (3)	Landelijk (4)			
Websites	47,0%	39,5%	32,8%	37,3%		1/3, 1/4	

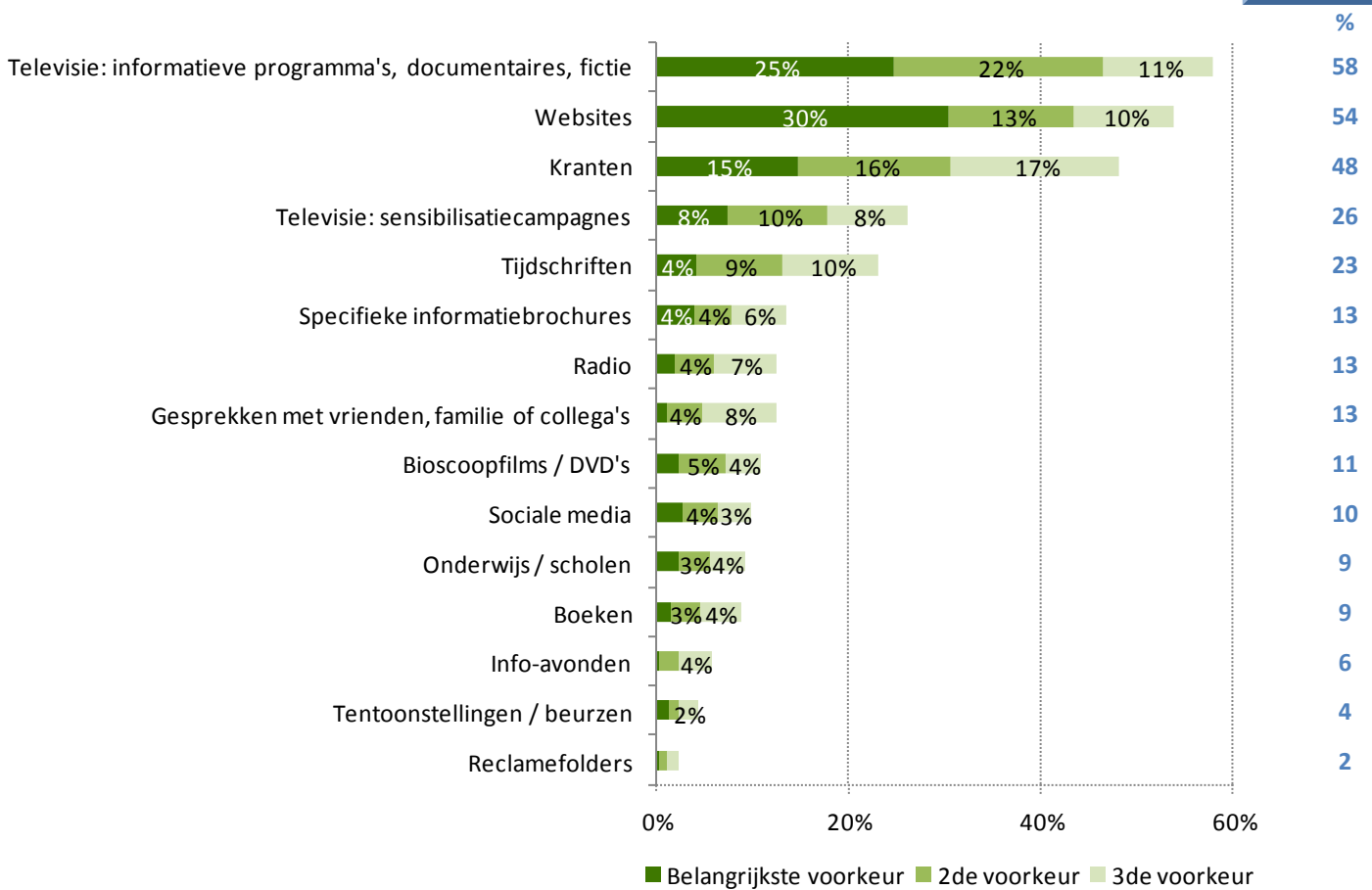
3.6.1.2 VOORKEUR INFORMATIEKANALEN

In navolging van de kanalen die zowel actief als passief worden geconsulteerd, stelden we de vraag via welk kanaal men het liefst informatie opzoekt. Uit de resultaten blijkt dat de volgende drie kanalen zich onderscheiden: informatieve programma's, documentaires of fictie op TV (58%), websites (54%) en kranten (48%). Websites wordt het vaakst aangeduid als kanaal dat het meest de voorkeur geniet (30%).

Infoavonden (6%), tentoonstellingen of beurzen (4%) en reclamefolders (2%) dragen het minste voorkeur weg.

Grafiek 38 - Vraag 9C: Via welk kanaal zoekt u het liefst informatie op?

1^{ste} / 2^{de} / 3^{de}
voorkeur



Basis: alle respondenten (N=1510) – excl. 'missings'.

Terwijl mannen eerder tijdschriften verkiezen als informatiekanal, geven vrouw significant vaker de voorkeur aan bioscoopfilms of DVD's, sociale media en onderwijs of scholen. Verder mag het niet verbazen dat de respondenten binnen de jongste leeftijdscategorie (16-35j) vaker bioscoopfilms of DVD's, websites, sociale media en onderwijs of scholen verkiezen. Hun voorkeur gaat minder uit naar tijdschriften, sensibilisatiecampagnes op TV en radio.

Hoger opgeleiden geven vaker de voorkeur aan tijdschriften, websites en het onderwijs maar minder aan sociale media.

Tabel 35: V9C, significante verschillen naar subgroepen

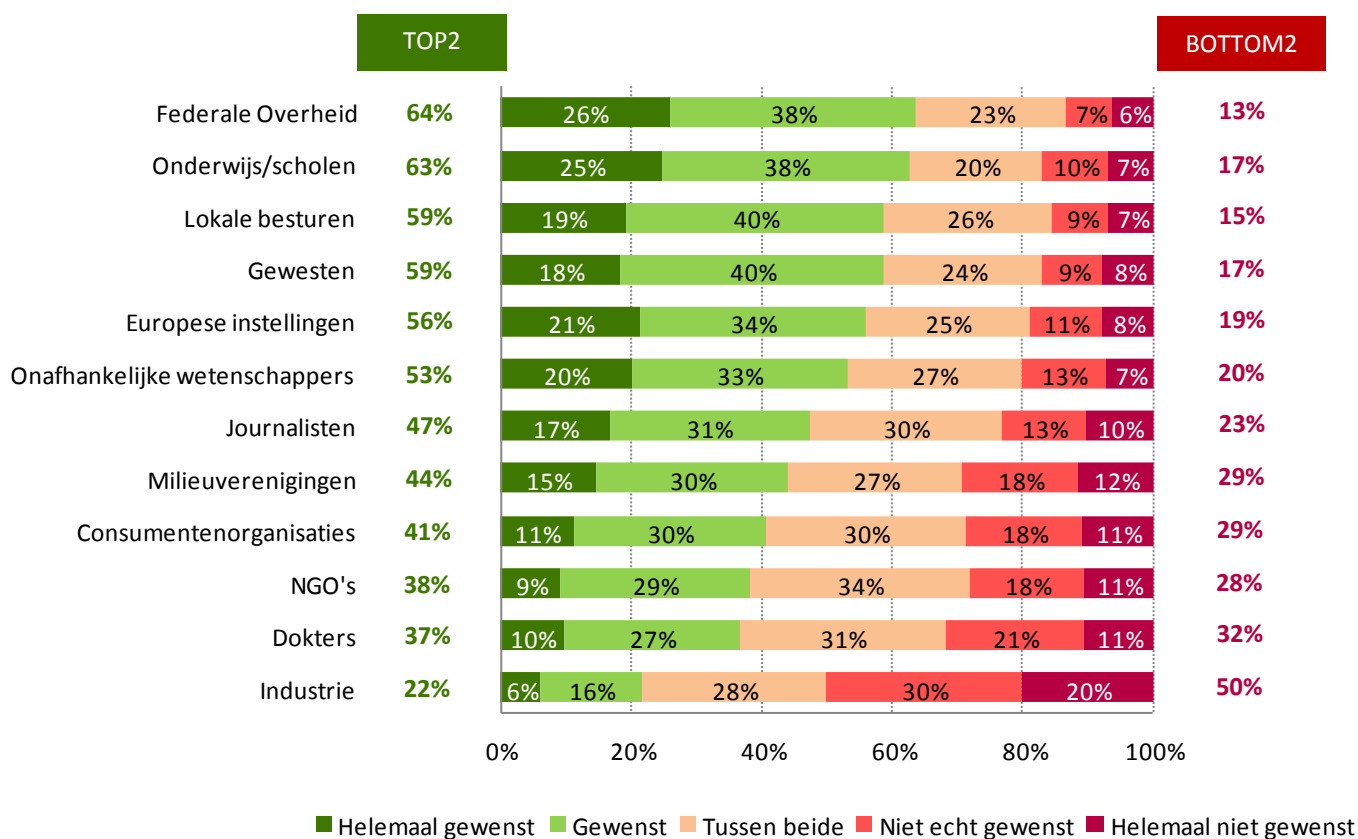
Geslacht	Percentages		Significante verschillen				
	Mannen (1)	Vrouwen (2)					
Tijdschriften	25,9%	18,4%	1/2				
Bioscoopfilms / DVD's	8,4%	12,7%	1/2				
Sociale media	7,6%	11,5%	1/2				
Onderwijs / scholen	5,5%	12,2%	1/2				
Leeftijd	16-35j (1)	36-55j (2)	56-75j (3)	Significante verschillen			
Tijdschriften	13,9%	23,8%	30,5%		1/2, 1/3		
Televisie: sensibilisatiecampagnes	15,9%	30,8%	29,3%	1/2, 1/3			
Bioscoopfilms / DVD's	16,2%	7,7%	7,5%	1/2, 1/3			
Radio	8,3%	12,0%	16,9%	1/3			
Websites	63,0%	53,6%	38,3%	1/2, 1/3, 2/3			
Sociale media	17,0%	6,8%	4,0%	1/2, 1/3			
Onderwijs / scholen	20,8%	3,4%	1,6%	1/2, 1/3			
Opleiding	Lager ond. (1)	Lager sec. (2)	Hoger sec. beroeps (3)	Hoger sec. algemeen (4)	Hoger onderwijs (5)	Univ. onderwijs (6)	Significante verschillen
Tijdschriften	4,5%	24,1%	18,6%	25,2%	22,3%	30,4%	
Websites	47,9%	33,2%	53,7%	56,1%	60,1%	66,1%	1/2,5,6, 2/3-6
Sociale media	17,1%	9,0%	13,4%	10,4%	5,9%	6,0%	1/2-6
Onderwijs / scholen	2,6%	10,9%	5,0%	9,0%	10,2%	9,7%	1/2,4-6, 3/2,4-6
Regio	Noord (1)	Brussel (2)	Zuid (3)	Significante verschillen			
Televisie: sensibilisatiecampagnes	21,6%	24,1%	32,8%	1/3			
Tentoonstellingen / beurzen	2,9%	12,1%	5,3%	1/2			
Websites	53,7%	64,5%	48,3%	2/3			
Urbanisatie	5 centra (1)	Steden (2)	Kleine lok. (3)	Landelijk (4)	Significante verschillen		
Kranten	42,6%	48,7%	55,5%	39,5%		1/3, 3/4	
Tentoonstellingen / beurzen	7,6%	3,5%	4,6%	1,8%	1/4		
Onderwijs / scholen	7,5%	16,0%	6,9%	8,3%	1/2, 2/3, 2/4		

3.6.1.3 BRONNEN VAN INFORMATIE

Uit het voorgaande kunnen we besluiten welke informatiekanalen best gebruikt worden om informatie over klimaatverandering te verspreiden. Bijkomend stelden we de vraag in welke mate men informatie wenst te ontvangen van bepaalde personen of organisaties zoals dokters of milieuverenigingen.

Uit de resultaten blijkt dat de overheden, samen met de onderwijssector, een zeer gewenste bron van informatie zijn. De Belgen wensen in de eerste plaats informatie van de Federale Overheid (64%), gevolgd door onderwijs of scholen (63%) en lokale besturen (59%) Voor slechts 22% van de Belgen is de industrie (helemaal) gewenst als informatiebron met betrekking tot klimaatverandering.

Grafiek 39 – Vraag 10: In welke mate wenst u informatie met betrekking tot klimaatverandering te ontvangen van volgende bronnen?



Basis: alle respondenten (N=1510) – excl. 'missings'.

Niet iedereen wenst in dezelfde mate informatie over klimaatverandering te ontvangen van verscheidene bronnen. Zo geven mannen vaker dan vrouwen aan dat ze geïnformeerd willen worden door onafhankelijke wetenschappers, terwijl vrouwen vaker dan mannen informatie via dokters en het onderwijs willen ontvangen.

Ook jongere respondenten verkiezen het onderwijs als informatiebron, terwijl oudere respondenten de voorkeur geven aan lokale besturen en vaker dan jongeren het advies van onafhankelijke wetenschappers en consumentenorganisaties verkiezen.

In vergelijking met hoger opgeleide Belgen wensen lager opgeleide Belgen vaker informatie over klimaatverandering te verkrijgen van de industrie. Hoger opgeleide Belgen willen meer dan lager opgeleide Belgen geïnformeerd worden via onafhankelijke wetenschappers, de onderwijssector, de federale overheid en Europese instellingen.

De verschillen tussen de regio's zijn zeer eenduidig: ongeacht de bron wensen Vlamingen minder dan Walen (en Brusselaars) informatie te ontvangen over klimaatverandering.

Tabel 36: V10, significante verschillen naar subgroepen

		Percentages			Significante verschillen
	<i>Geslacht</i>	Mannen (1)	Vrouwen (2)		
Dokters	(Helemaal) niet gewenst	33,4%	30,5%		
	Tussen beide	34,5%	28,5%		1/2
	(Helemaal) gewenst	32,1%	40,9%		1/2
Onafhankelijke wetenschappers	(Helemaal) niet gewenst	16,7%	23,6%		1/2
	Tussen beide	23,5%	29,7%		1/2
	(Helemaal) gewenst	59,8%	46,7%		1/2
Onderwijs / scholen	(Helemaal) niet gewenst	17,9%	16,0%		
	Tussen beide	24,1%	16,9%		1/2
	(Helemaal) gewenst	58,0%	67,1%		1/2
	<i>Leeftijd</i>	16-35j (1)	36-55j (2)	56-75j (3)	
Onafhankelijke wetenschappers	(Helemaal) niet gewenst	26,9%	14,7%	20,1%	1/2
	Tussen beide	25,6%	26,6%	28,0%	
	(Helemaal) gewenst	47,5%	58,7%	51,9%	1/2
Onderwijs / scholen	(Helemaal) niet gewenst	10,6%	17,6%	22,9%	1/2, 1/3
	Tussen beide	14,3%	22,1%	24,9%	1/2, 1/3
	(Helemaal) gewenst	75,1%	60,3%	52,2%	1/2, 1/3, 2/3
Consumenten-organisaties	(Helemaal) niet gewenst	38,7%	26,7%	21,0%	1/2, 1/3
	Tussen beide	33,4%	29,2%	28,9%	
	(Helemaal) gewenst	27,9%	44,1%	50,1%	1/2, 1/3
Lokale besturen	(Helemaal) niet gewenst	16,8%	13,9%	15,9%	
	Tussen beide	29,7%	25,9%	21,2%	1/3
	(Helemaal) gewenst	53,5%	60,1%	63,0%	1/3

		Percentages						Significante verschillen
	Opleiding	Lager ond. (1)	Lager sec. (2)	Hoger sec. beroeps (3)	Hoger sec. algemeen (4)	Hoger onderwijs (5)	Univ. onderwijs (6)	
Onafhankelijke wetenschappers	(Helemaal) niet gewenst	24,8%	22,8%	24,6%	21,1%	16,9%	8,4%	1-4/6
	Tussen beide	43,0%	28,2%	31,1%	24,5%	22,9%	12,9%	1/2, 1/4-6, 2-3/6
	(Helemaal) gewenst	32,3%	49,1%	44,3%	54,4%	60,2%	78,6%	1/2, 1/4-5, 3/5, 1-5/6
Onderwijs / scholen	(Helemaal) niet gewenst	30,0%	21,3%	15,3%	14,3%	11,9%	10,7%	1/3-6, 2/5
	Tussen beide	32,4%	19,2%	23,0%	13,5%	23,3%	20,5%	1/2, 1/4, 4/5
	(Helemaal) gewenst	37,6%	59,5%	61,7%	72,2%	64,8%	68,8%	1/2-6, 2/4
NGO's	(Helemaal) niet gewenst	40,7%	28,3%	34,3%	25,5%	24,4%	22,4%	1/4-6
	Tussen beide	26,3%	40,0%	34,5%	32,4%	33,4%	29,9%	
	(Helemaal) gewenst	33,0%	31,7%	31,2%	42,1%	42,1%	47,7%	2/6
Industrie	(Helemaal) niet gewenst	48,0%	40,5%	45,4%	52,7%	55,3%	62,5%	2/4-6
	Tussen beide	22,0%	33,0%	29,3%	27,8%	28,1%	23,6%	
	(Helemaal) gewenst	30,0%	26,5%	25,3%	19,5%	16,7%	13,9%	1/5-6
Federale overheid	(Helemaal) niet gewenst	15,8%	13,5%	15,7%	13,0%	13,2%	10,3%	
	Tussen beide	41,3%	20,7%	21,7%	20,3%	20,9%	19,1%	1/2-6
	(Helemaal) gewenst	42,9%	65,8%	62,6%	66,7%	65,9%	70,6%	1/2-6
Europese instellingen	(Helemaal) niet gewenst	21,8%	19,9%	23,3%	18,5%	16,8%	14,8%	
	Tussen beide	38,3%	26,4%	23,9%	24,6%	21,6%	16,9%	1/4-6
	(Helemaal) gewenst	39,9%	53,7%	52,8%	56,9%	61,6%	68,2%	1/4-6
	Regio	Noord (1)	Brussel (2)	Zuid (3)				
Milieuverenigingen	(Helemaal) niet gewenst	31,5%	26,3%	25,6%				
	Tussen beide	28,2%	21,8%	24,7%				
	(Helemaal) gewenst	40,2%	51,9%	49,7%	1/3			
Onderwijs / scholen	(Helemaal) niet gewenst	19,2%	12,3%	13,6%	1/3			
	Tussen beide	22,6%	12,5%	18,0%				
	(Helemaal) gewenst	58,2%	75,1%	68,4%	1/2, 1/3			
NGO's	(Helemaal) niet gewenst	33,1%	17,5%	21,2%	1/2, 1/3			
	Tussen beide	35,5%	29,7%	31,3%				
	(Helemaal) gewenst	31,4%	52,8%	47,5%	1/2, 1/3			
Consumentenorganisaties	(Helemaal) niet gewenst	33,5%	21,5%	21,6%	1/2, 1/3			
	Tussen beide	31,8%	26,7%	28,7%				
	(Helemaal) gewenst	34,6%	51,8%	49,7%	1/2, 1/3			
Lokale besturen	(Helemaal) niet gewenst	17,3%	13,8%	12,2%	1/3			
	Tussen beide	25,6%	33,9%	23,9%				
	(Helemaal) gewenst	57,0%	52,3%	63,9%	1/3			
Gewesten	(Helemaal) niet gewenst	20,1%	12,3%	12,3%	1/3			
	Tussen beide	26,2%	27,4%	19,9%	1/3			
	(Helemaal) gewenst	53,7%	60,4%	67,8%	1/3			
Europese instellingen	(Helemaal) niet gewenst	19,8%	17,3%	17,8%				
	Tussen beide	28,2%	25,2%	19,4%	1/3			
	(Helemaal) gewenst	52,0%	57,5%	62,8%	1/3			
Journalisten	(Helemaal) niet gewenst	29,0%	15,6%	14,0%	1/2, 1/3			
	Tussen beide	32,0%	20,8%	27,0%				
	(Helemaal) gewenst	39,0%	63,6%	59,0%	1/2, 1/3			

		Percentages				Significante verschillen
	<i>Urbanisatie</i>	5 centra (1)	Steden (2)	Kleine lok. (3)	Landelijk (4)	
Dokters	(Helemaal) niet gewenst	31,5%	31,8%	34,5%	29,9%	1/2, 1/3 1/3
	Tussen beide	25,1%	35,9%	34,8%	31,2%	
	(Helemaal) gewenst	43,4%	32,4%	30,7%	39,0%	
Onafhankelijke wetenschappers	(Helemaal) niet gewenst	16,8%	14,7%	26,8%	19,4%	1/3, 2/3 1/2 1/3, 3/4
	Tussen beide	22,9%	33,9%	27,9%	25,1%	
	(Helemaal) gewenst	60,3%	51,4%	45,3%	55,5%	
NGO's	(Helemaal) niet gewenst	24,7%	21,0%	34,6%	28,1%	1/3, 2/3 1/3
	Tussen beide	30,9%	37,3%	31,2%	36,6%	
	(Helemaal) gewenst	44,5%	41,6%	34,2%	35,3%	
Federale Overheid	(Helemaal) niet gewenst	13,2%	12,1%	15,0%	12,7%	1/3 1/3, 3/4
	Tussen beide	16,7%	21,6%	29,1%	22,6%	
	(Helemaal) gewenst	70,1%	66,3%	55,9%	64,7%	
Europese instellingen	(Helemaal) niet gewenst	17,9%	15,8%	21,5%	18,9%	1/3
	Tussen beide	20,7%	25,8%	28,8%	25,1%	
	(Helemaal) gewenst	61,4%	58,4%	49,7%	56,0%	
Journalisten	(Helemaal) niet gewenst	16,0%	24,1%	25,8%	26,1%	1/3, 1/4 1/2, 1/3, 1/4
	Tussen beide	26,2%	31,7%	32,0%	29,0%	
	(Helemaal) gewenst	57,8%	44,2%	42,2%	45,0%	

3.6.2 Informatie over het beleid

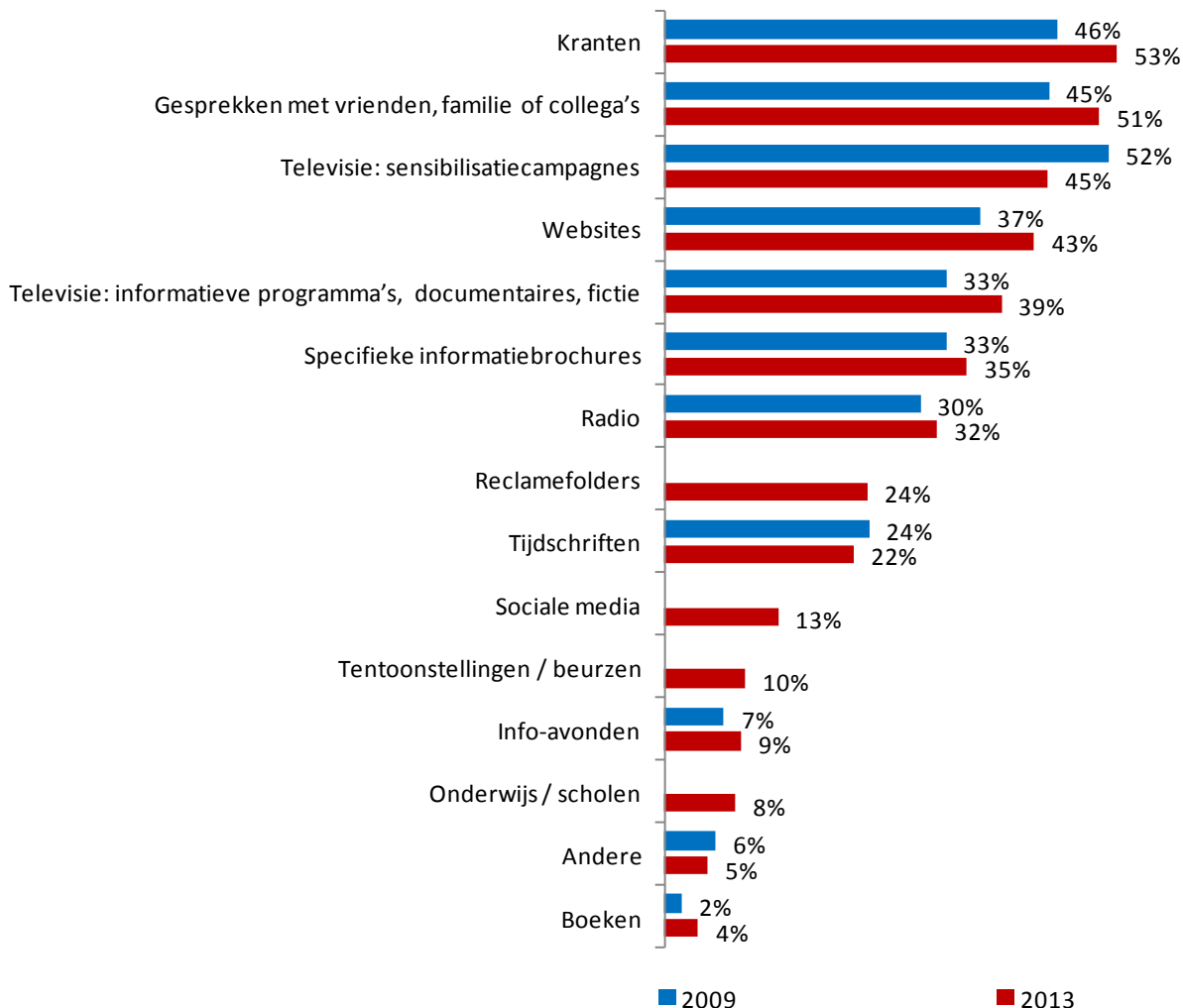
3.6.2.1 FINANCIËLE STEUN

Mensen kunnen een bepaald kennisniveau hebben over het beleid (bv. het geven van financiële steun voor investeringen in een aantal energiebesparende technieken) dat de verschillende overheden voeren om klimaatverandering tegen te gaan. Het is dan ook interessant om na te gaan hoe men aan dit kennisniveau gekomen is. Via welke kanalen heeft de Belg zich geïnformeerd over de financiële steun (belastingvermindering of premies) toegekend door de overheid?

De meerderheid van de bevroagde Belgen heeft zich over de steunmaatregelen van de overheid geïnformeerd via kranten (53%) of via gesprekken met vrienden, familie of collega's (51%).

Ten opzichte van 2009 hebben kranten (+7%), gesprekken met vrienden, familie of collega's, websites en informatieve programma's op TV (allen +6%) het meest aan populariteit gewonnen. Sensibilisatiecampagnes op TV hebben daarentegen het sterkst aan populariteit ingeboet (-7%).

*Grafiek 40 – Vraag 24:
Indien u op de hoogte bent van deze financiële steun (belastingvermindering of premies) door de overheid toegekend, via welke kanalen heeft u zich hierover dan geïnformeerd?*



Basis: alle respondenten die op de hoogte zijn van de overheidssteun (N=1388) – excl. 'missings'.

Uit de resultaten van de significantieanalyses blijkt dat de leeftijd van de Belgen een aantal grote verschillen resorteert inzake de geconsulteerde informatiekanaal rond de financiële overheidssteun. Terwijl de respondenten ouder dan 35 jaar zich vaker informeren via tijdschriften, sensibilisatiecampagnes op televisie en infoavonden, consulteren de jongeren (16-35j) vaker websites en scholen.

Voorts hebben lager opgeleide Belgen zich vaker dan hoger opgeleide Belgen geïnformeerd via reclamefolders, informatieve programma's op televisie en via de radio. Omgekeerd zien we dat hoger opgeleide Belgen zich meer via websites geïnformeerd hebben dan lager opgeleide Belgen.

We noteren dat als basis voor de berekende percentages opnieuw enkel de respondenten zijn weerhouden die op de hoogte zijn van deze steun (N=1.338).

Tabel 37: V24, significante verschillen naar subgroepen

	Percentages						Significante verschillen
	Mannen (1)		Vrouwen (2)				
Geslacht							
Kranten	56,4%		49,7%				1/2
Onderwijs/scholen	5,4%		11,1%				1/2
Leeftijd	16-35j (1)	36-55j (2)	56-75j (3)				
Tijdschriften	16,5%	24,4%	25,3%		1/2, 1/3		
Specifieke informatiebrochures	29,4%	41,3%	34,5%		1/2		
Televisie: sensibilisatiecampagnes	37,0%	44,6%	53,0%		1/2, 1/3		
Televisie: informatieve programma's	40,7%	34,8%	43,8%		2/3		
Radio	28,0%	28,2%	40,5%		1/3, 2/3		
Websites	53,3%	47,0%	29,0%		1/3, 2/3		
Boeken	1,7%	3,1%	7,2%		1/3, 2/3		
Infoavonden	5,5%	10,1%	11,1%		1/2, 1/3		
Onderwijs/scholen	16,7%	5,9%	2,8%		1/2, 1/3		
Opleiding	Lager ond. (1)	Lager sec. (2)	Hoger sec. beroeps (3)	Hoger sec. algemeen (4)	Hoger onderwijs (5)	Univ. onderwijs (6)	
Specifieke informatiebrochures	15,9%	40,0%	30,1%	33,8%	33,5%	39,9%	1/2-6
Reclamefolders	26,3%	32,3%	22,6%	17,7%	15,1%	17,4%	1/5, 2/4-6
Televisie: sensibilisatiecampagnes	45,9%	54,6%	33,7%	38,3%	38,2%	32,6%	2/3-6
Televisie: informatieve programma's	47,8%	41,3%	36,0%	37,8%	29,9%	24,0%	1-2/5-6
Radio	40,5%	36,8%	19,4%	27,5%	25,3%	25,4%	1/3-5, 2/3, 2/5
Websites	22,2%	30,7%	37,9%	46,5%	47,1%	52,2%	1/3-6, 2/4-6
Sociale media	17,1%	17,7%	12,4%	10,4%	8,3%	7,2%	2/5
Boeken	11,4%	2,6%	4,8%	2,2%	2,8%	0,7%	1/2, 1/4-6
Onderwijs/scholen	7,1%	11,6%	4,4%	8,6%	4,2%	5,3%	2/5
Regio	Noord (1)	Brussel (2)		Zuid (3)			
Televisie: informatieve programma's	35,6%	41,3%		46,2%		1/3	
Websites	47,2%	40,0%		36,9%		1/3	
Sociale media	15,7%	3,9%		11,3%		1/2	
Infoavonden	10,9%	2,9%		6,7%		1/2, 1/3	