

## **PERSBERICHT**

-17 januari 2005-

### **Nederlanders geven hun mening over de toekomst van Nederland**

*“Nederland heeft antwoorden nodig. Antwoorden die alleen u kunt geven. Ga vandaag nog naar [21minuten.nl](http://21minuten.nl)”*

*Amsterdam, 17 januari 2005;* Vandaag start 21minuten.nl, het grootste on-line opinieonderzoek van Nederland ooit. Iedereen krijgt de kans om zijn of haar mening te geven over de toekomst van de Nederlandse economie en maatschappij. De resultaten van het onderzoek worden naar verwachting eind april bekendgemaakt. 21minuten.nl is een onafhankelijk en belangeloos initiatief van managementadviesbureau McKinsey&Company, Planet Internet, NRC Handelsblad, Algemeen Dagblad, FHV BBDO en MSN.

“Nederland staat voor de enorme opgave om de welvaart te behouden voor onze toekomstige generaties terwijl economische groei achterblijft en de druk van vergrijzing en internationale concurrentie toeneemt. 21minuten.nl geeft alle inwoners van Nederland de gelegenheid om hun mening te geven over de maatregelen die nodig zijn om de concurrentiekracht van Nederland te vergroten”, zegt Marc van Rooijen, senior partner van McKinsey&Company.

#### **Metten van draagvlak voor verandering is essentieel**

De antwoorden van 21minuten.nl geven aan onze politieke leiders en sociale partners inzicht in hoe Nederlanders over de toekomst van Nederland denken en voor welke maatregelen wel of geen draagvlak bestaat bij verschillende bevolkingsgroepen. Dit initiatief kan daarmee inzicht verschaffen in hoe blijvende verbeteringen in Nederland teweeg gebracht kunnen worden. Aan bod komen onderwerpen die op dit moment onder de Nederlandse bevolking leven, zoals de situatie op de arbeidsmarkt, de betaalbaarheid van pensioenen en sociale voorzieningen, de ontwikkeling van welvaart, concurrentiekracht en economische groei in Nederland en de kwaliteit van het onderwijs.

Iedere Nederlander die toegang heeft tot het Internet kan de vragenlijst op de website [www.21minuten.nl](http://www.21minuten.nl) vinden. Het invullen ervan duurt ongeveer 21 minuten, vandaar de naam.

Het onderzoek is anoniem. Wel wordt gevraagd naar demografische gegevens. Dit om de antwoorden representatief te maken en om draagvlak per bevolkingsgroep te kunnen vaststellen. Alle antwoorden worden vertrouwelijk behandeld.

Om draagvlak voor de resultaten te winnen, worden zoveel mogelijk Nederlanders via televisie- en radiospotjes en via advertenties in landelijke dagbladen en op websites aangespoord de vragenlijst in te vullen.

### **Comité van aanbeveling**

21minuten.nl wordt ondersteund door de STER en een comité van aanbeveling dat bestaat uit Ali B, Lans Bovenberg, Job Cohen, Loek Hermans, Yvon Jaspers, Annemarie Jorritsma, Wim Kok, Ruud Lubbers, Hans van Mierlo, Ed Nijpels, Prem Radhakishun, Yvonne van Rooy, Paul Schnabel, Jacques Schraven en Lodewijk de Waal.

Het onderzoek bouwt onder andere voort op de ervaring van McKinsey&Company in Duitsland met het onderzoek “Perspektive Deutschland”, waaraan in de laatste editie door circa 500.000 Duitse burgers is deelgenomen.

McKinsey&Company neemt het initiatief tot 21minuten.nl ter gelegenheid van zijn veertigjarig bestaan in Nederland. “Er is al onderzoek gedaan naar hoe we welvarend en internationaal concurrerend kunnen blijven. Wat we nog niet weten is of er draagvlak is voor de veranderingen die nodig zijn. In ons werk met bedrijven en andere organisaties zien we dat veranderingsprogramma’s alleen slagen als ze breed worden gesteund. Met 21minuten.nl onderzoeken we of er draagvlak is bij verschillende bevolkingsgroepen en hoe het verder kan worden versterkt”, aldus Marc van Rooijen.

## **EINDE PERSBERICHT**

---

---

### **Noot voor de redactie:**

Voor meer informatie over dit onderzoek kunt u contact opnemen met Maddy Ellinger van McKinsey&Company op: 020-5513777. U kunt ook een e-mail sturen naar [pers@21minuten.nl](mailto:pers@21minuten.nl)