

# NATURVÅRDSVERKET

## Allmänhetens syn på företagens klimatarbete

Omnibusundersökning

Rapport 2

P1087

An abstract graphic at the bottom of the page consists of several overlapping, semi-transparent geometric shapes in shades of blue and grey, creating a layered, architectural effect.

Hösten 2009

# INNEHÅLLSFÖRTECKNING

1. INLEDNING .....	3
1.1 Bakgrund.....	3
1.2 Syfte .....	3
1.3 Målgrupp.....	3
1.4 Metod och omfattning.....	4
1.5 Tidsperiod .....	4
2. RESULTATREDOVISNING .....	5
2.1 Inledning .....	5
2.2 Resultatet .....	5
3. ANALYS OCH KOMMENTARER .....	15
3.1 Inledning .....	15
3.2 Resultatsammanfattning .....	15
3.3 Analys av undergrupperna.....	15
3.4 Förändring över tid .....	16

# 1. INLEDNING

## 1.1 Bakgrund

Naturvårdsverket har givit ARS Research AB i uppdrag att fråga den svenska allmänheten hur man ser på olika miljö- och klimatfrågor. Frågorna ställs i två omgångar och rapporteras i två separata rapporter.

Frågorna ställs parallellt med, den sedan 2002 genomförda, undersökningen om svenska folkets kunskaper och attityder i klimatfrågan.

Detta är den första av de två rapporterna och behandlar företagens miljöarbete.

## 1.2 Syfte

Undersökningen syftar till att undersöka och mäta allmänhetens attityder till företagens miljöarbete, samt om förändringar har skett över tiden.

## 1.3 Målgrupp

Målgrupp för undersökningen är den svenska allmänheten 15 – 75 år.

## 1.4 Metod och omfattning

Undersökningen är genomförd som en kvantitativ urvalsundersökning.

Frågorna är ställda inom en omnibus. Datainsamlingen har skett med hjälp av telefonintervjuer.

Sammanlagt har 1 000 intervjuer genomförts.

## 1.5 Tidsperiod

Telefonintervjuerna genomfördes i en omnibusundersökning under tiden 14 till 17 september 2009.

## 2. RESULTATREDOVISNING

### 2.1 Inledning

I detta kapitel redovisas undersökningens resultat. Rapporten är upplagd för att presentera resultaten i kronologisk ordning och följer frågeformulärets disposition. Frågorna anges vidare med fullständig formulering med indragen kursiverad text.

Resultaten redovisas vidare grafiskt och intressant avvikande resultat kommenteras löpande i texten. För 2009 års resultat kommenterar vi statistiskt signifikanta skillnader för undergrupper. Därefter följer en tabellbilaga med detaljresultat nedbrutet efter bland annat kön, ålder, sysselsättning, region och utbildning. Statistiskt säkerställda skillnader mellan totalresultatet och undergruppens resultat är markerade med ett + eller – tecken.

Vid undersökningen 2006 användes begreppet ”Växthuseffekten”. Detta begrepp ändrades vid 2007 års undersökning för att ersättas av ”Klimatförändringen”. I frågornas formulering har vi skrivit ut ”Växthuseffekten” inom parentes. ”Växthuseffekten” har i dessa frågor ej nämnts vid intervjun.

Summan i diagram och tabeller kan i vissa fall summera till någon procent lägre eller högre än 100 procent. Detta beror på att värdena är avrundade till närmsta heltal.

### 2.2 Resultatet

Nedan följer en genomgång av årets resultat och jämförelser med föregående års resultat. Först redovisas frågans formulering och resultaten i huvuddrag, därefter visas resultaten i grafisk form. Statistiskt signifikanta skillnader bland undergrupper och förändringen över tid kommenteras efter den grafiska presentationen.

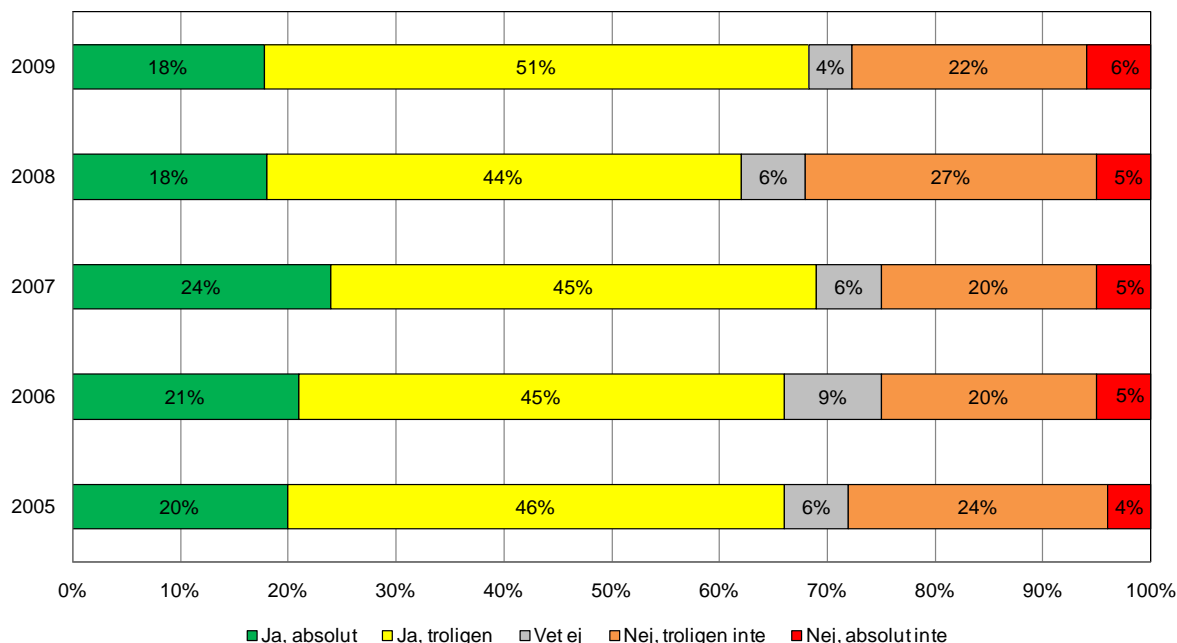
Den första frågan vi ställer behandlar om allmänheten föredrar att köpa varor och tjänster från företag som arbetar för att begränsa klimatförändringen. Det vill säga kan det finnas ett positivt värde för företagen att informera om sitt arbete för att minska klimatförändringen.

1. *När Du köper varor eller tjänster, föredrar Du då att köpa dem från ett företag som Du vet arbetar för att begränsa klimatförändringen (2006 växthuseffekten)? Välj mellan svaren ... LÄS UPP 1 TILL 4*

7 av 10 (69 procent) svarar att de föredrar att köpa varor från företag som arbetar med att begränsa klimatförändringen. 18 procent svarar Ja, absolut och 51 procent Ja, troligen. En femtedel (22 procent) framhåller svaret Nej, troligen inte och 6 procent svarar Nej, Absolut inte.

### Föredrar att köpa varor och tjänster från företag som arbetar för att begränsa klimatförändringen?

Bas: Samtliga



Vid analys av undergrupperna kan en könsrelaterad skillnad konstateras. Kvinnor (21 procent svarar Ja, absolut) tenderar att vara mer positiva i den aktuella frågan i relation till män (14 procent). Kvinnor (3 procent) ger därtill i mindre grad än män (8 procent) svaret Nej, absolut inte (genomsnittet är 6 procent).

Det går också att utläsa att arbetslösa (16 procent svarar Nej, absolut inte) i lägre grad köper varor eller tjänster med begränsad klimatpåverkan i åtanke (genomsnittet är 6 procent). Vidare tenderar anställda inom den offentliga sektorn (24 procent) svara Ja, absolut i högre utsträckning än privata tjänstemän (13 procent). Genomsnittet är 18 procent.

Vad gäller geografi så sticker Stockholmsområdet ut negativt (11 procent svarar Nej, absolut inte) tillsammans med Småland och öarna (32 procent svarar Nej, troligen inte). Vid studier av allmänhetens utbildningsbakgrund visar sig högskoleutbildade (22 procent ger svaret Ja, absolut) vara mer positiva än genomsnittet (18 procent), och personer med gymnasieutbildning visar sig vara under genomsnittet (14 procent).

Partipolitisk tillhörighet spelar en roll i sammanhanget. De borliga partierna har sammantaget en andel på 17 procent som svarar Ja, absolut. För opposition är andelen 23 procent, som till

stor del ökas genom att en dryg tredjedel (36 procent) av miljöpartiets anhängare ger detta svar.

Sett över tid kan vi konstatera att andelen som svarar Ja på frågan nu åter är på nivån för toppåret 2007. I år svarar 69 procent Ja (18 procent Ja, absolut + 51 procent Ja troligen). 2007 var det också 69 procent som svarade Ja, fördelningen var då 24 procent Ja, absolut och 45 procent Ja, troligen.

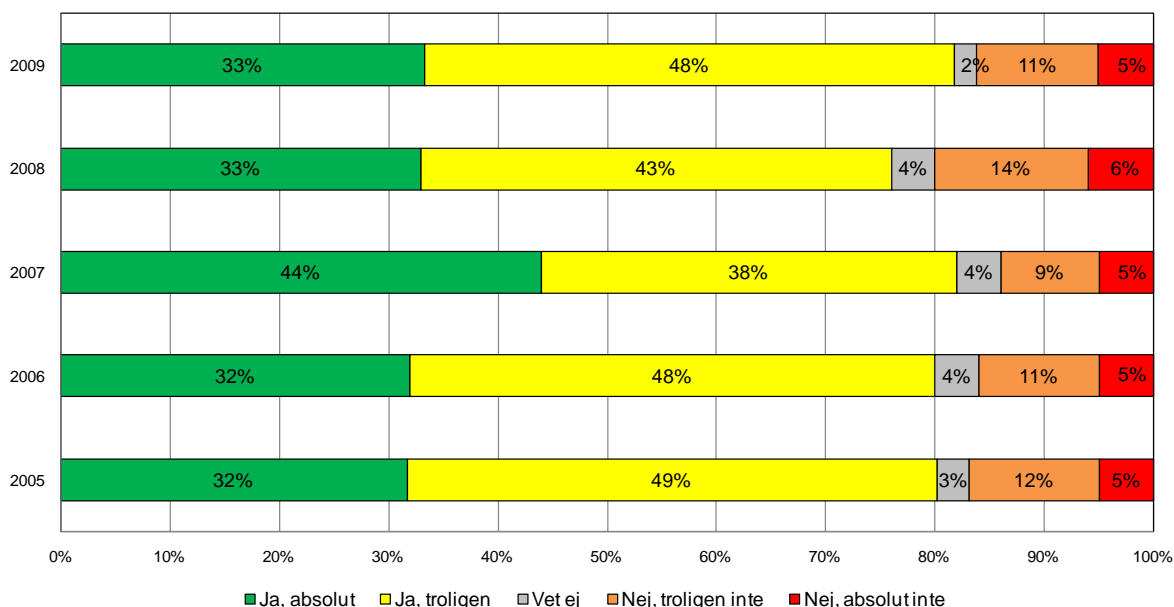
Nästa fråga behandlar om de tillfrågade har en större benägenhet att betala mer för varor som är producerade av företag som producerar på ett klimatbegränsande sätt.

2. *Skulle Du kunna tänka Dig att betala **något** mer, säg cirka 5 procent mer, för en vara eller en tjänst, om Du vet att företaget som producerar den, arbetar för att begränsa klimatförändringen (växthuseffekten)? Du kan välja mellan svaren LÄS UPP 1 TILL 4*

8 av 10 (81 procent) kan tänka sig att betala något mer för en vara producerad av ett företag som arbetar för att begränsa klimatförändringen – en tredjedel (33 procent) svarar Ja, absolut och 48 procent svarar Ja, troligen. Vidare svarar 11 procent Nej, troligen inte och fem procent framhåller svaret Nej, absolut inte.

### Skulle kunna tänka sig att betala något mer för en vara eller tjänst om man vet att företaget som producerar den, arbetar för att begränsa klimatförändringen.

Bas: Samtliga



Bland undergrupperna finns en rad avvikande svarsmönster. Tjänstemän (42 procent) ger i högre grad än Arbetare (30 procent) svaret Ja, absolut (genomsnittet är 33 procent).



Skillnaden mellan dessa två grupper jämnas dock ut genom att 57 procent av Arbetarna mot 44 procent av Tjänstemännen svarar Ja, troligen. Därtill framhåller 16 procent av de Arbetslösa att de absolut inte kan tänka sig att betala mer.

Befolkningen i Småland och öarna (12 procent) skiljer sig signifikant från den övriga allmänheten (5 procent) genom att de absolut inte skulle kunna tänka sig att betala mer för produkter som är producerade på ett klimatfrämjande sätt. Malmö-området avviker istället i positiv bemärkelse nästan hälften (47 procent) svarar Ja, absolut (genomsnittet är 33 procent).

Utbildningsnivån påverkar resultatet i detta avseende. 29 procent av personer med Grundutbildning svarar Ja, absolut, vilket är en signifikant låg andel. I synnerhet i jämförelse med de Högutbildade svenskarna (42 procent ger det nämnda svaret). Genomsnittet är 33 procent.

Partipolitisk tillhörighet påverkar resultatet även för denna frågeställning. De borgerliga partierna har sammantaget en andel på 33 procent som svarar Ja, absolut. För oppositionen är andelen 39 procent. Oppositionens resultat dras återigen upp på grund av en hög andel (59 procent) av miljöpartiets anhängare som ger detta svar.

Även i denna fråga kan vi se att vi sammantaget är på samma nivå som toppåret 2007. I år svarar 81 procent Ja på frågan (33 procent Ja, absolut + 48 procent Ja, troligen). 2007 var andelen positiva svar 82 procent (44 procent Ja, absolut + 38 procent Ja, troligen). Jämfört med 2008 har andelen positiva svar ökat med 5 procentenheter.

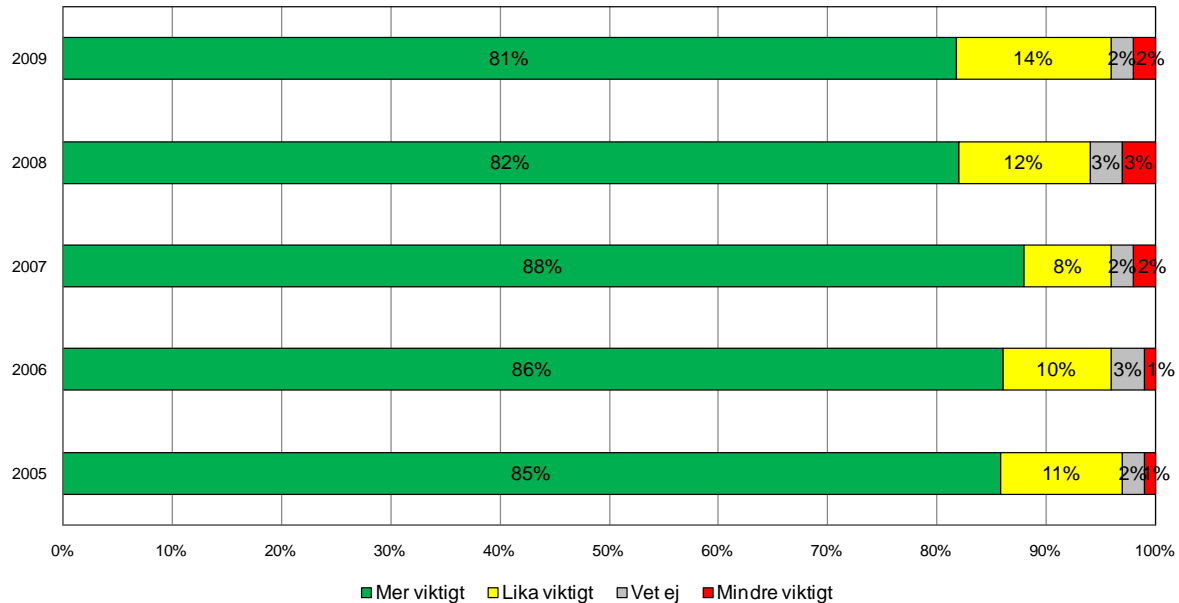
Nästa fråga är framåtblickande och gäller om allmänheten tror att det kommer att bli mer eller mindre viktigt för företag att engagera sig i att minska utsläppen av växthusgaser.

- 3. Tror Du att det, under de närmaste 5 – 10 åren, kommer att bli mer viktigt, mindre viktigt eller lika viktigt som idag, för företag att engagera sig i att minska utsläppen av växthusgaser?*

8 av 10 (81 procent) svarar att de tror att det kommer att bli Mer viktigt för företagen att engagera sig i att minska utsläppen av växthusgaser. 14 procent framhåller att de tror att det inte kommer att förändras och två procent tror att det kommer att bli Mindre viktigt.

## Tror Du att det kommer att bli mer eller mindre viktigt för företag att engagera sig i att minska utsläppen av växthusgaser?

Bas: Samtliga



Färre av de äldre (65 år +) svarar att de tror att det kommer att bli Mer viktigt för företag att engagera sig i att minska utsläppen av växthusgaser (73 mot 81 procent för samtliga). En annan undergrupp som utskiljer sig på liknande sätt är Arbetslösa (8 procent svarar Mindre viktigt).

Geografiskt utmärker sig boende i Norra Mellansverige där 6 procent svarar att det kommer att bli Mindre viktigt (genomsnittet är två procent). Sett till utbildningsnivå så svarar en lägre grad av personer med Grundskoleutbildning att det kommer att bli Mer viktigt (77 mot 81 procent för genomsnittet).

Partitillhörigheten visar att de som röstar på miljöpartiet i mycket hög grad (94 procent) svarar att det kommer att bli Mer viktigt att minska utsläppen, medan personer med politisk tillhörighet hos vänsterpartiet i signifikant låg grad (61 procent) ger samma svar.

Vid jämförelser över tid kan det konstateras att det inte har skett några större skillnader sedan mätningen 2008.

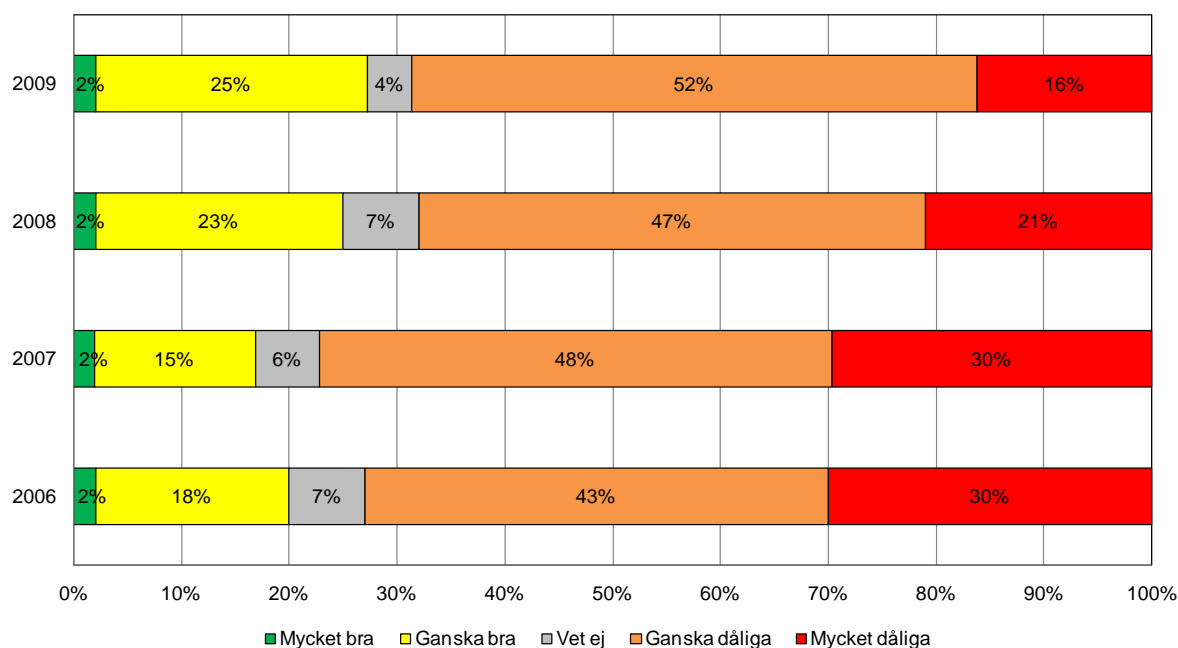
Den fjärde frågan behandlar hur allmänheten uppfattar företags marknadsföring i relation till deras arbete med att begränsa utsläpp av växthusgaser.

4. *Tycker Du att företagen i sin marknadsföring av sina varor och tjänster är bra eller dåliga på att berätta vad de gör för att begränsa utsläppen av växthusgaser? Du kan välja mellan svaren .... LÄS UPP 1 TILL 4*

27 procent anser att företagen är bra på att berätta vad de gör för att begränsa utsläppen av växthusgaser – två procent Mycket bra och 25 procent Ganska bra. 68 procent anser att företagen är dåliga på att förmedla information om deras arbete i detta sammanhang – 16 procent Mycket dåliga och 52 procent Ganska dåliga. Fyra procent är tveksamma eller svarar Vet ej på frågan.

### Är företagen bra eller dåliga på att berätta vad de gör för att begränsa utsläppen av växthusgaser?

Bas: Samtliga



Vid analys av undergrupperna står det klart att Arbetslösa (9 procent) avviker och anser att företagen marknadsför sig Mycket bra i sammanhanget (genomsnittet är 2 procent). Vidare utmärker sig boende i Mellansverige genom att 19 procent svarar Mycket dåligt (genomsnittet är 16 procent). Det är vidare framförallt i Norra Mellansverige som man är negativ – 26 procent Mycket dåligt. Även de boende i Malmö området är skeptiska då två tredjedelar (66 procent) svarar Ganska dåligt.

Utbildningsnivån påverkar svarmönstret och 38 procent av personerna med Grundskoleutbildning ger svaret Ganska bra, medan 21 procent av personerna med



Gymnasiekompetens ger samma svar och 20 procent av svenskarna med Högskoleutbildning gör detsamma.

Partitillhörighet har ingen större påverkan i sammanhanget. Det borgerliga blocket (27 procent) svarar dock Ganska bra i större utsträckning än det oppositionella blocket (21 procent). Genomsnittet är 25 procent.

Andelen som svarar att företagen är Mycket dåliga på att marknadsföra sitt klimatarbete har minskat från 21 procent 2008 till 16 procent 2009. Andelen som svarar Ganska dålig har ökat från 47 till 52 procent. En ökning går också att observera för de som svarar Ganska bra – från 23 till 25 procent vid 2009 års mätning. Allmänhetens syn på hur företag marknadsför sina insatser för att begränsa sina utsläpp av växthusgaser har alltså förbättrats något sedan 2008.

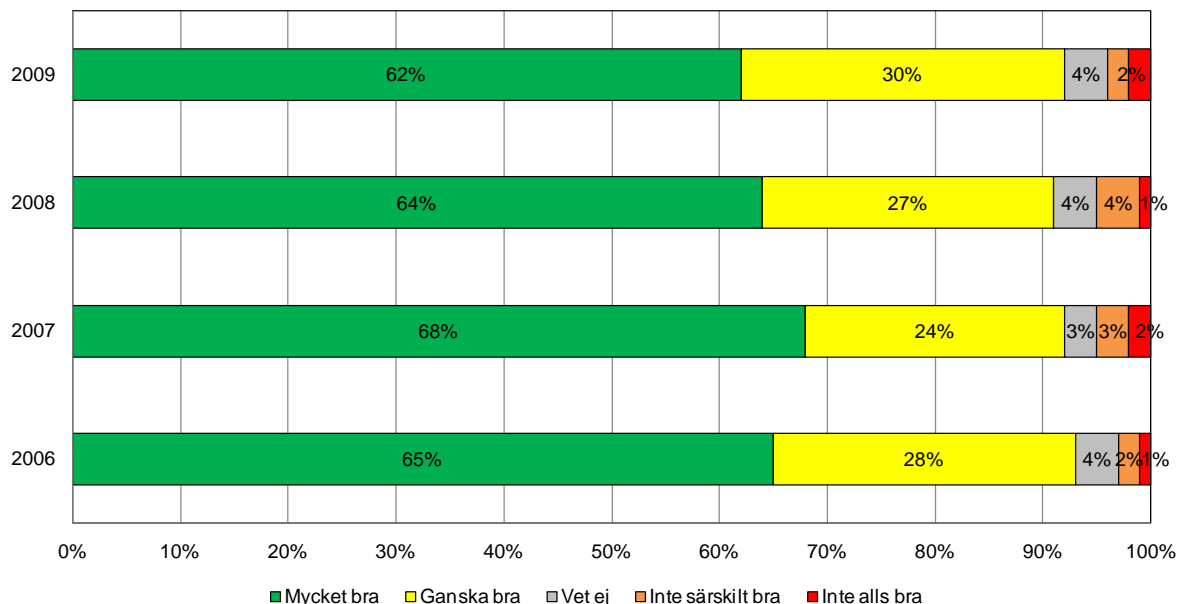
Nästa fråga behandlar miljömärkning som skulle kunna visa vilka varor och tjänster som är producerade med låga utsläpp av växthusgaser.

5. *Vore det bra eller inte bra om det fanns en miljömärkning så att Du kan se vilka varor och tjänster som är producerade med lågt utsläpp av växthusgaser? Du kan välja mellan svaren ... LÄS UPP 1 TILL 4*

9 av 10 (92 procent) tycker att det vore bra med en sådan miljömärkning, varav 62 procent svarar Mycket bra och 30 procent svarar Ganska bra. Svartalternativen Ganska dåligt och Mycket dåligt har erhållit en svarsandel på två procent vardera.

## Vore det bra om det fanns en miljömärkning som talar om vilka varor och tjänster som är producerade med låga utsläpp av växthusgaser?

Bas: Samtliga



Personer mellan 15 och 29 år är mer positiva (76 procent svarar Mycket bra) än den övriga populationen (62 procent). Detta gäller särskilt de äldre 65 år + (47 procent ger samma svar). Vidare framhåller en relativt stor andel av de som ser anger sig vara "Arbetare" (71 procent) att de tycker att en miljömärkning i enlighet med rubriceringen skulle vara Mycket bra (genomsnittet är 62 procent).

Personer med Grundskoleutbildning (51 procent) avviker i negativ bemärkelse, och personer med Gymnasiekompentens (67 procent) avviker positivt från det totala genomsnittet (62 procent). Därtill sticker ännu en gång personer som röstar på miljöpartiet ut på ett positivt sätt och tre fjärdedelar (76 procent) svarar Mycket bra, vilket påverkar oppositions andel på ett positivt sätt. Oppositionen (68 procent) har således en högre andel än det borgerliga lägre (59 procent) som svarar Mycket bra.

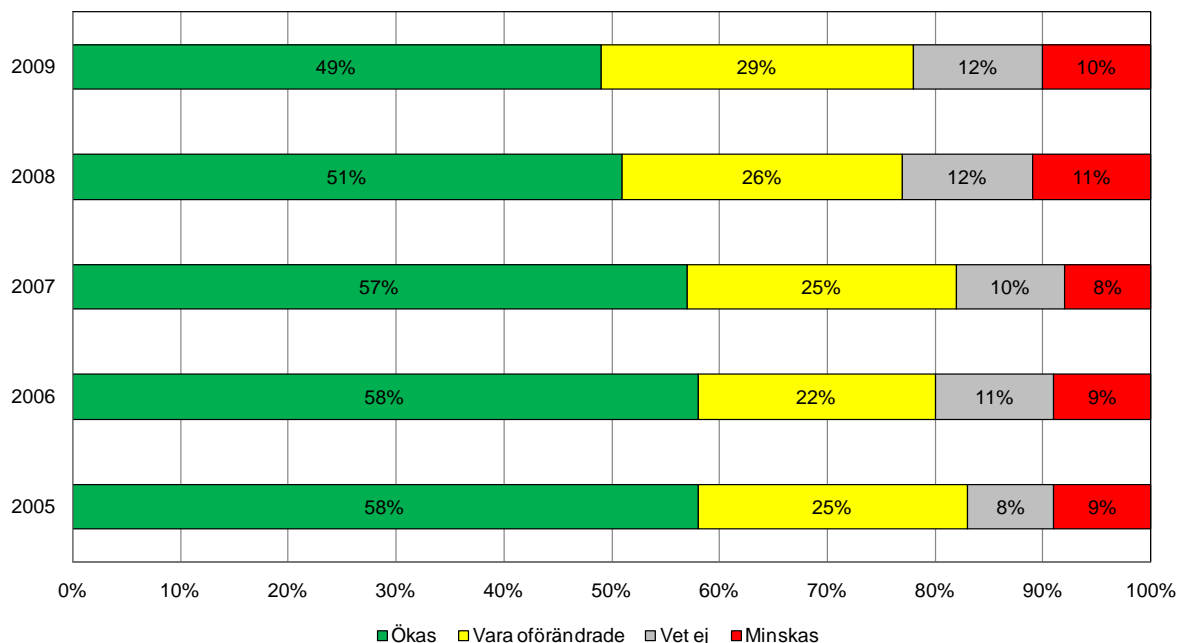
Den sjätte frågan berör allmänhetens preferenser om utvecklingen av företagens kostnader för att släppa ut växthusgaser.

### 6. Tycker Du att kostnaderna för företagen att släppa ut växthusgaser ska ökas, minskas eller vara oförändrade, jämfört med idag?

Hälften (49 procent) av den svenska allmänheten anser att företagens kostnader för att släppa ut växthusgaser bör ökas. Nästan en tredjedel (29 procent) tycker att det ska vara oförändrade kostnader och 10 procent framhåller att de bör minskas. En relativt stor andel (12 procent) svarar därtill att de inte vet eller att de är tveksamma.

## Ska företagens kostnader för utsläpp av växthusgaser ökas eller minskas?

Bas: Samtliga



Denna frågeställning delar könen. Män (34 procent) tenderar att i stor utsträckning tycka att kostnaderna ska Vara oförändrade (genomsnittet är 29 procent), medan Kvinnor (53 procent) i hög grad svarar att kostnaderna bör Ökas. Det bör dock framhållas att det vanligaste svarsalternativet bland Män likväl är Ökas vilket 46 procent svarar. Därtill är det en stor andel av kvinnorna (15 procent) som svarar att Tveksam, vet ej.

Vid jämförelser mellan de olika åldersgrupperna visar resultatet att personer mellan 30-49 år (57 procent) i stor utsträckning vill att kostnaderna ska Öka. De äldre 65 år + (43 procent) avviker negativt i denna bemärkelse och har dessutom en stor andel (18 procent) som är tveksamma eller inte vet.

De olika representerade anställningssektorerna uppvisar varierande resultat. Personer anställda i den privata sektorn (47 procent) svarar i mindre grad att kostnaderna bör Öka, medan personer i offentliga sektorn (61 procent) i signifikant hög grad tycker att kostnaderna ska Öka (genomsnittet är 49 procent). Ett omvänt svarsmönster för dessa båda grupper går att finna för svarsalternativet Vara oförändrade – 40 procent för Privata sektorn och 19 procent för den offentliga. Genomsnittet är 29 procent.

Vidare är de boende i Småland och på öarna (38 procent) mer negativa och har en låg andel som tycker att kostnaderna ska Öka. Undersökningen visar också att utbildningsnivå medför skillnader. 42 procent av personerna med Grundskoleutbildning ger svaret Ökas, medan 57 procent av de Högskoleutbildade gör detsamma. Genomsnittet är 49 procent.



miljöpartiet (87 procent) och vänsterpartiet (67 procent) utmärker sig i positiv bemärkelse bland de som svarar att kostnaderna bör Öka (genomsnittet 49 procent). Det här leder till att det oppositionella partilägret (60 procent) har en högre andel som ger svaret Ökas i relation till det borgerliga lägret (44 procent).

## 3. ANALYS OCH KOMMENTARER

### 3.1 Inledning

Naturvårdsverket har under hösten 2009 låtit ARS Research AB ställa 6 frågor om företags klimatansvar till den svenska allmänheten (15 – 75 år). Samtliga frågor ställdes även under 2005 - 2008. Föreliggande studie (2009) har genererat en rad intressanta insikter i hur den svenska allmänheten uppfattar och värderar företag i relation till deras klimatbaserade arbete och engagemang.

### 3.2 Resultatsammanfattning

2009 års undersökning visar att 69 procent av svenskarna föredrar att köpa varor och tjänster från företag som arbetar för att begränsa en global klimatförändring. 8 av 10 (81 procent) framhåller att de kan tänka sig att betala något mer för varor och tjänster som producerats på ett klimatvänligt sätt. 81 procent av den svenska allmänheten tror att betydelsen av att företag engagerar sig för att minska utsläpp av växthusgaser kommer öka. 9 av 10 (92 procent) anser vidare att det vore bra med miljömärkning för klimatvänligt framställda varor, och hälften (49 procent) av den svenska allmänheten tycker att företags kostnader för utsläpp av växthusgaser fortsättningsvis bör öka.

### 3.3 Analys av undergrupperna

Föreliggande undersökning tyder på att det förekommer skillnader i undergruppernas uppfattning om företags arbete och engagemang för klimatfrämjande åtgärder. Undergrupperna skiljer sig framförallt genom att vissa grupper är mer positivt inställda till de ställda frågorna medan andra ger mer negativt laddade svar<sup>1</sup>. Bland de mer positivt inställda grupperna finner vi Kvinnor, Offentliganställda, Högskoleutbildade och personer som röstar på partier i oppositionen, i synnerhet miljöpartiet. De mer negativt inställda undergrupperna

<sup>1</sup> Positivt och negativt bygger på en subjektiv gränsdragning i det aktuella fallet. Med positiva svar menas att de tillfrågade exempelvis hellre köper varor och tjänster som begränsar klimatutsläpp; att de kan tänka sig att betala mer för dessa produkter; att klimatfrämjande åtgärder för företag kommer att bli viktigare i framtiden; att marknadsföring av klimatfrämjande arbete får ökad betydelse; att en miljömärkning vore önskvärd; samt att kostnaderna för utsläpp av växthusgaser bör öka.



är Män, Arbetslösa, Privatanställda, boende i Småland och öarna, och Norra Mellansverige, Personer med Grundutbildning, Äldre (65 år +), samt personer som röstar på borgerliga partier.

### 3.4 Förändring över tid

Vi kan konstatera att vi i 2009 års mätning har ett likande svarsmönster som toppåret 2007, men att styrkan i svaren är lägre än 2007. Andelen som anger det starkaste positiva svarsalternativet ligger vanligen på 2008 års nivå, medan andelen som anger det mindre starka positiva svarsalternativet har ökat, jämfört med 2008. Sammantaget är andelen positiva alltså åter på 2007 års nivå och vi kan alltså se en ökning av den totala andelen positiva från 2008.

Förändringar över tid som likväl noterats är att andelen som svarade Ja till att de föredrar att köpa varor och tjänster från företag som arbetar för att begränsa klimatförändringen har ökat – 62 procent 2008 till 69 procent 2009. Ett liknande svarsmönster har registrerats för frågan om allmänheten skulle kunna tänka sig att betala mer för klimatvänligt producerade varor och tjänster – 76 procent svarade Ja 2008 och 2009 var denna andel 81 procent. Avslutningsvis minskar andelen som tycker att en högre kostnad för utsläpp av växthusgaser är önskvärt – 51 procent 2008 till 49 procent 2009.

#### **ARS Research AB**

Stockholm 2009-09-28

Michael Söderström

Jonas Norén

#### Bilagor

- |           |                                  |
|-----------|----------------------------------|
| Bilaga 1. | Tabeller                         |
| Bilaga 2. | Frågeformulär                    |
| Bilaga 3. | ARS Research AB företagsbroschyr |