



Gullers Grupp  
**Rapport**

## **Allmänheten om klimatet 2018**

En kvantitativ undersökning om den svenska allmänhetens syn på lösningar för klimatet

# Innehåll

<b>INLEDNING</b>	<b>3</b>
<b>METOD</b>	<b>3</b>
<b>SAMMANFATTNING AV RESULTATEN</b>	<b>4</b>
<b>KUNSKAP OM KLIMATFÖRÄNDRING</b>	<b>6</b>
PÅVERKAN AV KLIMATFÖRÄNDRINGARNA	6
ÅTGÄRDER I KLIMATFRÅGAN JÄMFÖRT MED ANDRA SAMHÄLLSFRÅGOR	7
<b>INSATSER FÖR ATT BROMSA KLIMATFÖRÄNDRINGEN</b>	<b>9</b>
SVERIGES MÖJLIGHET ATT BROMSA KLIMATFÖRÄNDRINGEN	9
INDIVIDENS MÖJLIGHET ATT BROMSA KLIMATFÖRÄNDRINGEN	10
ÅTGÄRDER SOM MAN SJÄLV KAN TÄNKA SIG	11
STATLIGA STYRMEDEL FÖR ATT BEGRÄNSA KLIMATFÖRÄNDRINGEN	20
<b>FÖRETAGENS KLIMATARBETE</b>	<b>22</b>
VILJAN ATT HANDLA FRÅN FÖRETAG SOM ARBETAR FÖR ATT BEGRÄNSA KLIMATFÖRÄNDRINGEN	22
VILJAN ATT BETALA MER VID KÖP FRÅN FÖRETAG SOM ARBETAR FÖR ATT BEGRÄNSA KLIMATFÖRÄNDRINGEN	22
VIKTEN AV ATT FÖRETAG ENGAGERAR SIG I MINSKADE UTSLÄPP	23
FÖRETAGENS KOSTNADER FÖR ATT SLÄPPA UT VÄXTHUSGASER	24
<b>ÅTTITYDER OCH KONSUMTIONSBETEENDE</b>	<b>25</b>
KLIMATMEDVETEN	25
DÅLIGT SAMVETE FÖR DIN KLIMATPÅVERKAN	26
ÄNDRADE BETEENDEN FÖR ATT MINSKA KLIMATPÅVERKAN	27
HINDER	28

# Inledning

Denna undersökning är genomförd på uppdrag av Naturvårdsverket. Syftet med undersökningen är att mäta allmänhetens kunskaper och attityder till vägar framåt mot ett klimatneutralt samhälle och uppfattningar om olika lösningar på klimatfrågan över tid.

Resultaten från 2018 års mätning visas tillsammans med mätningar som Naturvårdsverket genomförde mellan åren 2002 - 2015 där svenska folkets kunskap om och attityd till klimatförändringen undersökts. På så sätt kan man följa allmänhetens inställning till och kunskaper om klimatfrågor över tid.

# Metod

Undersökningen genomfördes av PFM Research som en webbenkät under två veckor i maj 2018, mot ett riksrepresentativt urval av respondenter avseende geografisk härkomst, kön och ålder. Totalt besvarades av enkäten av 1000 personer.

2015 års mätning genomfördes också med webbenkäter, men åren dessförinnan genomfördes undersökningen via telefonintervjuer. Skillnad i metod kan medföra olikheter i resultat som inte speglar verkliga förändringar. Därför ska jämförelser mellan resultaten från undersökningar genomförda före 2015 och undersökningar genomförda från 2015 och framåt göras med stor försiktighet. Vi kommer av den anledningen främst fokusera på skillnader mellan resultaten från 2015 och 2018, då dessa är direkt jämförbara.

Alla resultat i form av förändringar och skillnader som presenteras i denna rapport är statistiskt säkerställda med 95 procents säkerhet (vilket är den normala nivån i samhällsforskning). Inga skillnader eller förflyttningar som inte är statistiskt säkerställda presenteras.

Respondenterna fick, förutom de utvalda frågorna från Naturvårdsverket, svara på sex kategorifrågor, vilka har använts för att analysera olika gruppers preferenser och beteenden. Respondenterna delas upp efter kön, ålder, storlek på bostadsort, sysselsättning, högsta avslutade utbildningsnivå, och om de brukar köra bil eller inte i följande grupper:

<b>Kön</b> Kvinna Man Annat Vill inte uppge	<b>Ålder</b> 18-29 år 30-45 år 46-60 år 61-74 år 75 år +	<b>Storlek på bostadsort</b> Ort med mindre än 15 000 invånare Ort/stad med 15 000-200 000 invånare Storstad med fler än 200 000 invånare
<b>Sysselsättning</b> Offentligt anställd Privatanställd Pensionär Studerande Egen företagare Arbetssökande Annat	<b>Högsta avslutade utbildning</b> Grundskola\motsvarande Gymnasium\motsvarande Universitet\högskola Ingen avslutad utbildning	<b>Brukar köra bil</b> Ja Nej

# Sammanfattning av resultaten

Det finns ett mycket stort engagemang för att lösa klimatfrågan. Svenskar vill gärna själva bidra och är samtidigt starkt positiva till samhällets insatser för klimatet och till näringslivets klimatarbete. Den allmänna positiva inställningen till lösningar för klimatet ligger på en fortsatt mycket hög nivå.

## Kunskap om klimatförändring

Andelen personer som tror att vi i Sverige i framtiden kommer att påverkas av klimatförändringen är hög, 95 procent, vilket är en ökning sedan 2015 års mätning.

Andelen personer som tycker att det är viktigt att sätta in samhällsåtgärder mot klimatförändringen är fortsatt hög, 86 procent.

## Insatser för att bromsa klimatförändringen

Den allmänna uppfattningen om Sveriges möjligheter att bromsa klimatförändringen ligger på en fortsatt hög nivå, 81 procent. Detta är en liten ökning jämfört med 2015 då 78 procent trodde att vi i Sverige kan minska vår klimatpåverkan.

78 procent tror att de själva kan göra något för att bromsa klimatförändringen, vilket är en ökning sedan 2015.

Generellt är andelen positiva svar hög för samtliga åtgärder som man själv kan tänka sig att göra för att minska klimatpåverkande utsläpp. Mest positiv är repondenterna till att köpa energisnåla hushållsapparater, 93 procent, köra bil mer energisnålt, 85 procent, sänka energiförbrukningen i hemmet, 83 procent, och åka tåg istället för flyg, 78 procent.

Cirka 6 av 10 respondenter är även i viss mån positiva till att äta mindre kött, åka mer kollektivt, samåka mer, sänka temperaturen inomhus, köra bil långsammare, semestra nära istället för att flyga, välja klimatsmarta fonder och ställa bilen till förmån för cykel eller elcykel.

## Statliga styrmedel

Vad gäller inställning till statliga styrmedel för att begränsa klimatpåverkan är inställningen fortsatt positiv, men det finns en tendens till minskat stöd för extra skatter och avgifter.

89 procent tycker att information till hushållen är en bra eller ganska bra insats för att minska klimatförändringen, vilket är en liten ökning jämfört med 2015.

75 procent anser att bidrag och sänkta skatter är bra eller mycket bra, vilket är en liten minskning jämfört med 2015 års mätning.

Andelen respondenter som tycker att det är bra eller ganska bra med extra skatter och avgifter är ungefär lika stor som andel som tycker att det inte är bra. 47 procent anser att extra skatter och avgifter är bra eller ganska bra. Andelen som anser att det inte är bra har ökat från 38 procent 2015 till 46 procent 2018.

### **Företagens klimatarbete**

Svenskarna är generellt positivt inställda till att vilja handla från företag som arbetar med att begränsa klimatförändringarna.

8 av 10 respondenter är villiga att betala mer pengar för varor och tjänster från företag som arbetar för att begränsa klimatförändringen, vilket är en ökning jämfört med 2015.

90 procent tror att det kommer bli viktigare för företagen att engagera sig i att minska klimatpåverkande utsläpp, vilket är i linje med 2015 års mätning.

I 2018 års mätning ser färre, 40 procent, att företagens kostnader för att släppa ut växthusgaser bör öka jämfört med 2015, 51 procent.

### **Attityder och konsumtionsbeteende**

84 procent beskriver sig själva som klimatmedvetna, vilket är en ökning jämfört med 2015 års mätning.

18 procent uppger i årets mätning att de aldrig får dåligt samvete till följd av sin klimatpåverkan. Det är en ökning sedan 2015 då motsvarande siffra var 13 procent.

Generellt är det många svenskar som svarar att de har börjat källsortera mer, minskat sin energianvändning i hemmet och återanvänder saker för att begränsa sin klimatpåverkan. 19 procent anger att de absolut har ändrat sitt val av semesterresor, vilket är en ökning med 4 procentenheter jämfört med 2015 års mätning.

Gällande vilka hinder det finns för att leva klimatmedvetet svarar 34 procent att man saknar information om hur ens klimatpåverkan kan minskas, vilket är en minskning med 10 procentenheter jämfört med 2015. 70 procent uppger att det egna invanda beteende är ett hinder. 65 procent uppger att det finns för få miljömedvetna alternativ och 79 procent anser att dessa alternativ många gånger är dyrare.

När svenskarna i en öppen fråga ombeds ange vad de kan göra i hemmet för att minska klimatpåverkan och energianvändningen handlar merparten av svaren om transport, köttkonsumtion och andra matvanor, samt källsortering och återanvändning.

Drygt hälften av svenskarna, 49 procent, har dåligt samvete när de gör saker som de tror påverkar klimatet negativt.

### **Gruppjämförelser**

Kvinnor, unga, storstadsbor, studenter och de som inte kör bil är de grupper som generellt är mest positiva till insatser för att bromsa klimatförändringarna, samt är mest benägna att ändra sina egna beteenden. Samtidigt ser sig kvinnor och yngre inte som klimatmedvetna personer i större utsläckning än äldre och män.

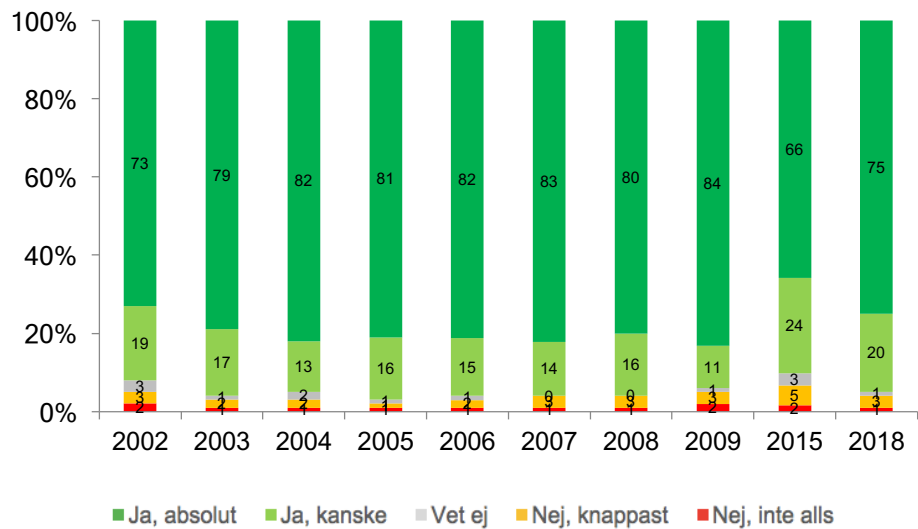
Kvinnor tror i större utsträckning än män att klimatförändringen kommer att påverka oss i Sverige. Kvinnor anser även att det är viktigare att det sätts in samhällsinsatser för att bromsa klimatförändringarna och är även mer positivt inställda till att det är möjligt att bromsa klimatförändringen.

Yngre anger i större utsträckningen än äldre att de konsumerar mindre kött och har ändrat sin dagliga transport. Äldre anger å andra sidan att de har börjat källsortera mer och ändrat sin energianvändning i hemmet.

# Kunskap om klimatförändring

## PÅVERKAN AV KLIMATFÖRÄNDRINGARNA

*”Tror du att klimatförändringen är något som nu eller i framtiden påverkar oss som bor i Sverige?”*



95 procent av respondenterna tror att vi absolut eller kanske kommer att påverkas av klimatförändringen i Sverige i framtiden, vilket är en ökning med 5 procentenheter jämfört med 2015. Andelen som tror att vi absolut kommer att påverkas har ökat från 66 procent till 75 procent sedan 2015. Tidigare år har denna andel legat mellan 73 och 84 procent. Andelen som knappast eller inte alls tror att Sverige kommer att påverkas har legat på en stabil låg nivå.

Kvinnor tror i större utsträckning än män att klimatförändringen kommer att påverka oss i Sverige. Personer som inte kör bil och personer med högre utbildning är också grupper som i större utsträckning svarar att Sverige kommer att påverkas.

## ÅTGÄRDER I KLIMATFRÅGAN JÄMFÖRT MED ANDRA SAMHÄLLSFRÅGOR

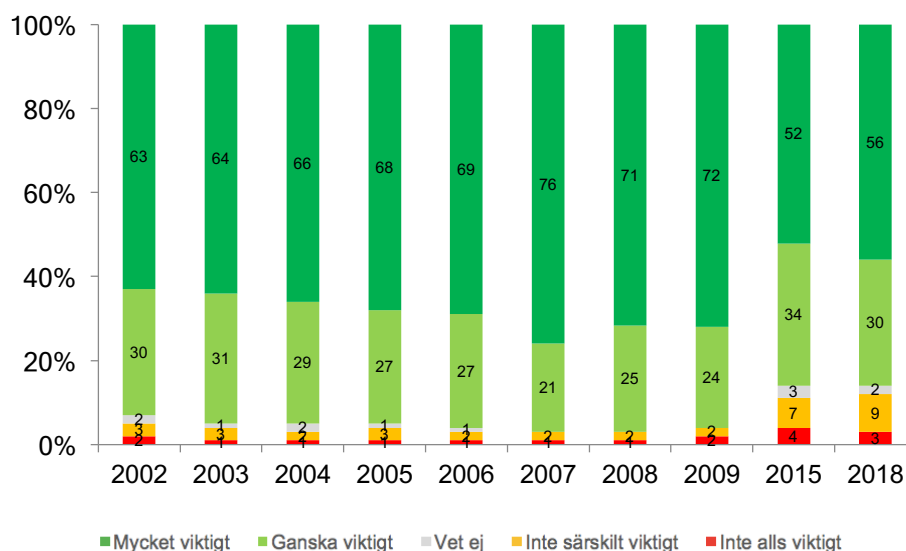
***”Ta ställning till hur viktigt du anser att det är att vi i Sverige sätter in åtgärder på några olika samhällsområden. Hur viktigt är det att vi försöker göra något åt...”***

Andelen respondenter som tycker att det är mycket viktigt eller ”Ganska viktigt” att Sverige sätter in åtgärder mot klimatförändringen är på samma nivå som 2015, 86 procent. Dock är det något fler i år som anser att frågan är mycket viktigt jämfört med ganska viktigt. Tidigare år när svaren samlades in genom telefonundersökning var dessa nivåer högre, vilket kan beror på att man tenderar att ge det svar man tror att undersökaren vill höra. 56 procent anser att frågan om klimatet är mycket viktigt”, vilket kan jämföras med 87 procent som tycker att frågan om ”brister i vård och omsorg” är mycket viktigt. Majoriteten anser att alla de övriga samhällsfrågor som frågas om (vård och omsorg, brottlighet, ohälsa och sjukskrivningar samt integration) är viktigare än klimatfrågan sett till andel som anger att frågan är mycket viktig.

Högre andel kvinnor och personer i kategorin annat kön anser att det är viktigare att vi sätter in samhällsåtgärder för att minska klimatförändringen jämfört med män. 68 procent av kvinnorna uppger att det är mycket viktigt att vidta åtgärder för att minska klimatförändringen medan endast 44 procent av männen uppgav att det var mycket viktigt.

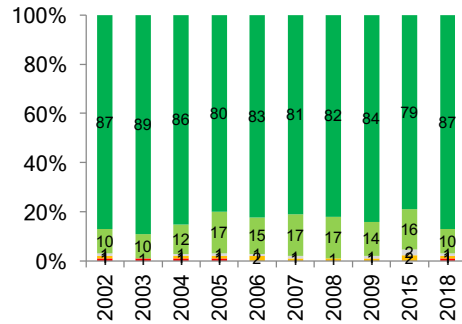
***”Ta ställning till hur viktigt du anser att det är att vi i Sverige sätter in åtgärder på några olika samhällsområden. Hur viktigt är det att vi försöker göra något åt...”***

***”...klimatförändringen?”***

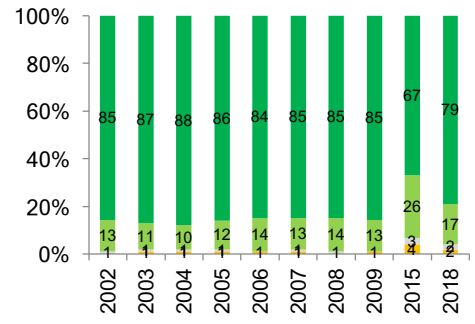


**"Ta ställning till hur viktigt du anser att det är att vi i Sverige sätter in åtgärder på några olika samhällsområden. Hur viktigt är det att vi försöker göra något åt..."**

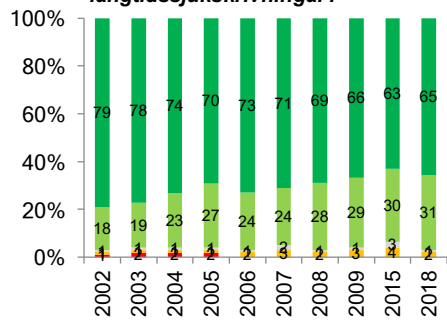
**"...brister i vård och omsorg?"**



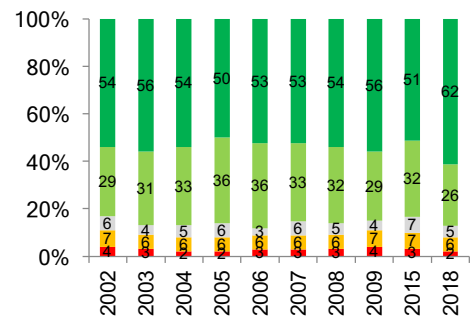
**"...brottslighet?"**



**"...ohälsa och långtidssjukskrivningar?"**



**"...brister i integrationen?"**



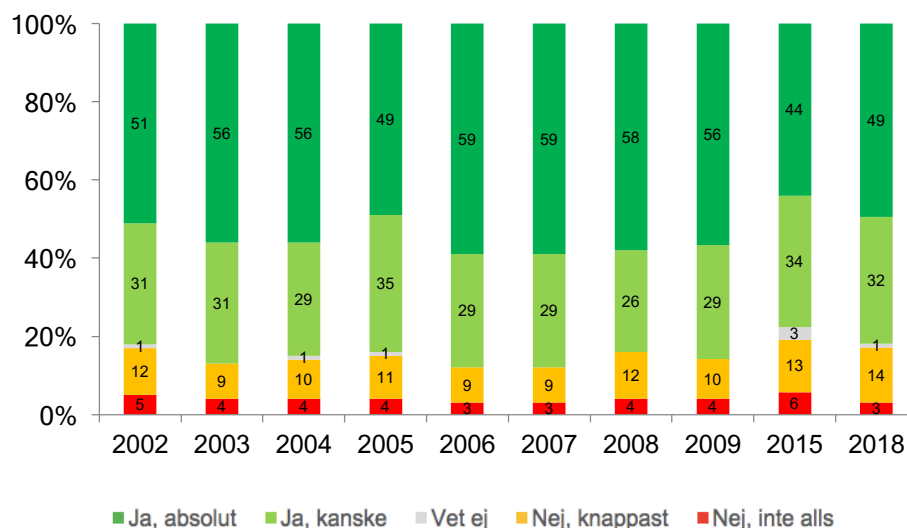
■ Mycket viktigt ■ Ganska viktigt ■ Vet ej ■ Inte särskilt viktigt ■ Inte alls viktigt



# Insatser för att bromsa klimatförändringen

## SVERIGES MÖJLIGHET ATT BROMSA KLIMATFÖRÄNDRINGEN

*”Tror du att vi i Sverige kan göra något för att bromsa klimatförändringen?”*

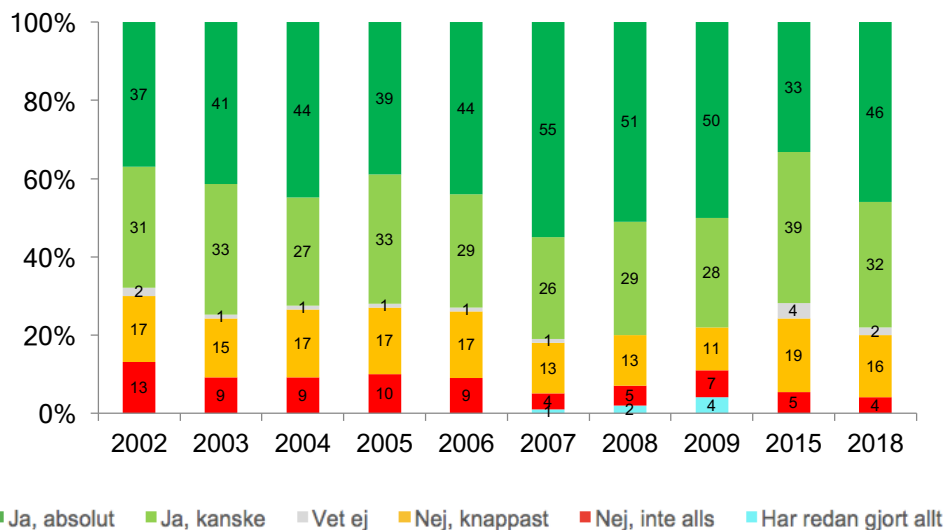


8 av 10 respondenter (81 procent) svarar att de tror Sverige kan göra något för att bromsa klimatförändringen, vilket är en liten ökning jämfört med 2015 års nivå på 78 procent. Det är även fler i år som svarat ”Ja, absolut” än ”Ja, kanske”. Andelen som svarat ”Nej, inte alls” har minskat från 6 procent 2015, till 3 procent i årets mätning.

Det framgår också att åldersgruppen 18-29 i större utsträckning absolut tror att vi kan göra något för att bromsa klimatförändringen i Sverige. Kvinnor tror i större utsträckning än män att vi kan göra något för att bromsa klimatförändringen. Endast 9 procent av kvinnorna svara ”Nej, inte alls” eller ”Nej, knappast”, jämfört med 25 procent av männen. Även grupperna högutbildade, studerande och storstadsbor är mer positivt inställda till att Sveriges insatser kan bidra.

## INDIVIDENS MÖJLIGHET ATT BROMSA KLIMATFÖRÄNDRINGEN

***”Tror du att du själv kan göra något för att bromsa klimatförändringen?”***



78 procent av respondenterna tror att de själva kan göra något åt klimatet, vilket är en ökning jämfört med 2015 då motsvarande siffra var 72 procent. Andelen som svarar ”Ja, absolut” har ökat från 33 procent till 46 procent och andelen som svarar ”Ja, kanske” har minskat med 7 procentenheter jämfört med 2015 års mätning. Även andelen som svarar ”Nej, inte alls” och ”Nej, knappast” har minskat.

Åldersgruppen 18-29 är mest positivt inställd till att de själva absolut kan göra något för att bromsa klimatförändringen, 54 procent, samtidigt är de färre i den kategorin som anger svarsalternativet ”Ja, kanske”. Åldersgrupperna 61-74 och 75+ tror i mindre utsträckning än andra att de kan påverka.

Kvinnor tror i större utsträckning än män att de själva kan göra något för att bromsa klimatförändringen. 52 procent jämfört med 41 procent tror att de absolut kan göra något för att minska klimatförändringen. Endast 12 procent av kvinnorna svarar att de inte alls eller knappast kan göra något för att bromsa klimatförändringen, jämfört med 27 procent av männen. Även storstadsbor och offentligt anställda har större tilltro till sin egen förmåga att göra något för att bromsa klimatförändringen än övriga grupper.

## ÅTGÄRDER SOM MAN SJÄLV KAN TÄNKA SIG ATT VIDTA

En stor andel av de svarande är positiva till många åtgärder som man själv kan göra för att minska klimatpåverkande utsläpp. Resultaten ligger till stor del i linje med 2015 års resultat.

Mest positiv är respondenterna till att köpa energisnåla hushållsapparater, 93 procent, köra bil mer energisnålt, 85 procent, sänka energiförbrukningen i hemmet, 83 procent, och åka tåg istället för flyg, 78 procent.

Cirka 6 av 10 respondenter är i viss mån även positiva till att äta mindre kött, åka mer kollektivt, samåka mer, sänka temperaturen inomhus, köra bil långsammare, semestra nära istället för att flyga, välja klimatsmarta fonder och ställa bilen till förmån för cykel eller elcykel.

Den insats som lägst andel är positivt inställda till att göra är att välja elbil nästa gång man köper eller behöver använda bil, 56 procent.

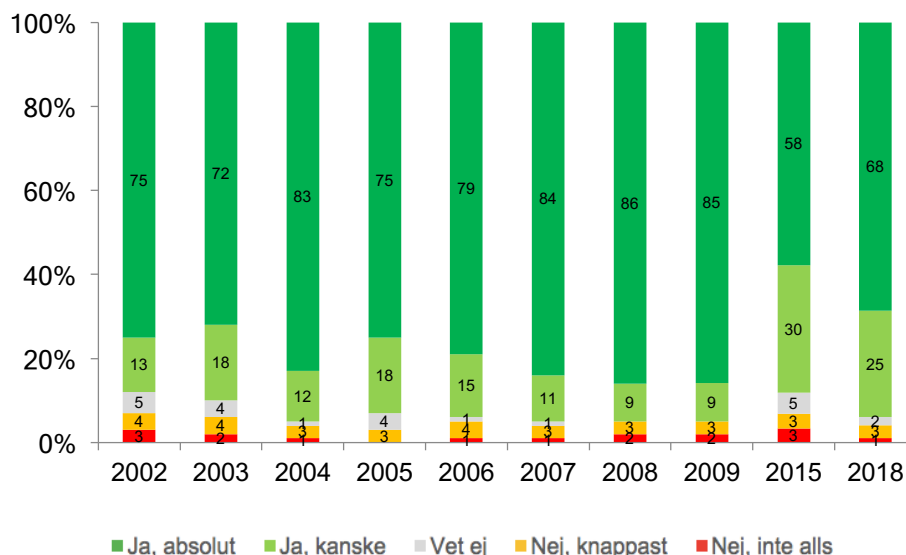
Kvinnor kan i högra grad tänka sig att vidta alla av de föreslagna åtgärderna, förutom att välja cykel eller elcykel framför bilen när det gäller kortare resor, där det inte är någon skillnad mellan könen.

Överlag är unga, högutbildade, storstadsbor och studenter mer benägna att göra förändringar för klimatet än övriga grupper.

Nedan följer en redovisning av varje separat fråga.

### ***”Ta ställning till vad du själv skulle kunna tänka dig att göra för att minska klimatpåverkande utsläpp. Jag skulle kunna tänka mig att...”***

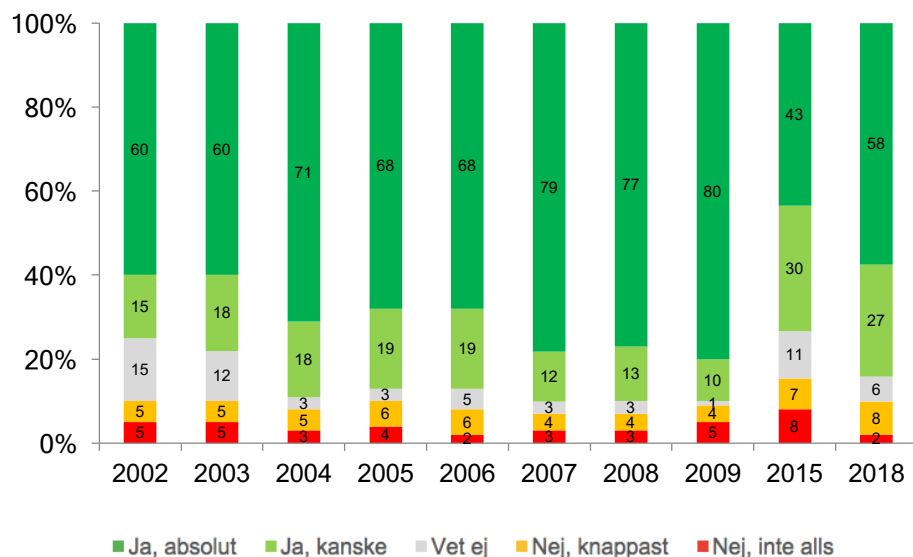
#### ***”Köpa energisnåla hushållsapparater nästa gång jag byter”***



Det är 2018 fler respondenter, 68 procent, som absolut kan tänka sig att köpa mer energisnåla hushållsapparater jämfört med den senaste mätningen 2015, 58 procent.

Män, personer över 75 och grundskoleutbildade är mindre benägna att göra denna förändring än övriga grupper.

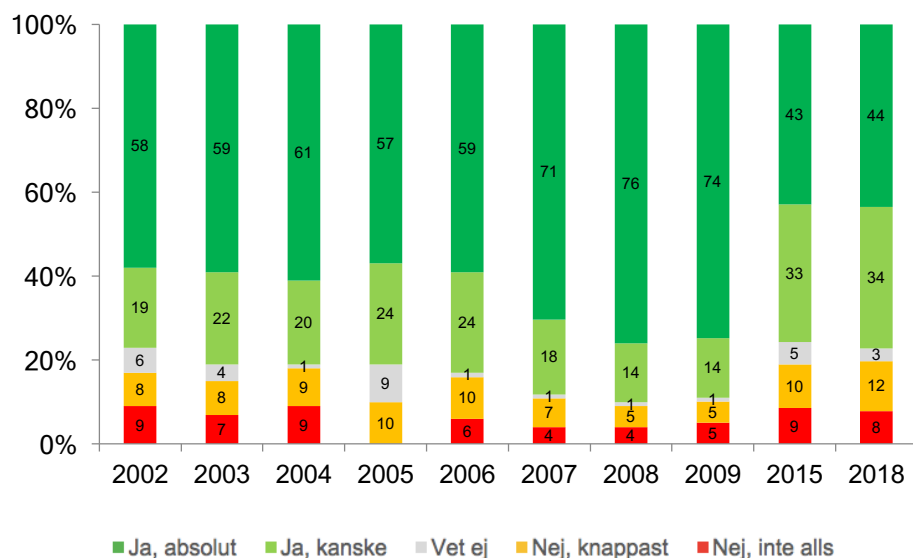
### "Köra bil mer energisnålt, ecodriving"



Det är även en större andel respondenter som absolut kan tänka sig att köra bil mer energisnålt jämfört med tidigare år. Totalt kan 85 procent i någon mån tänka sig att köra mer energisnålt, vilket motsvarar en ökning med 12 procentenheter sedan 2015.

Män, personer över 75, pensionärer och grundskoleutbildade är mindre benägna att göra denna förändring än övriga grupper.

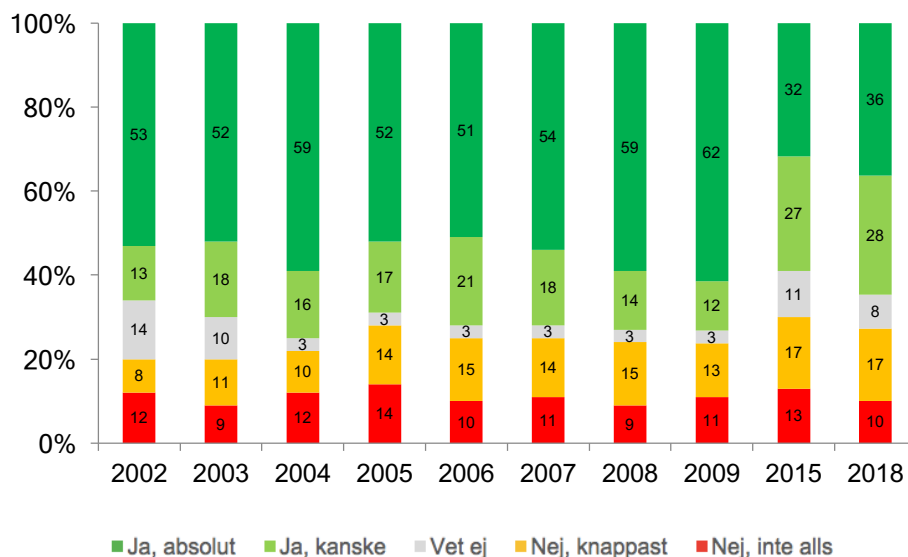
### "Åka tåg istället för flyg om det är möjligt"



78 procent av respondenterna kan tänka sig att åka tåg istället för flyg om det är möjligt, vilket ligger i linje med 2015 års mätning.

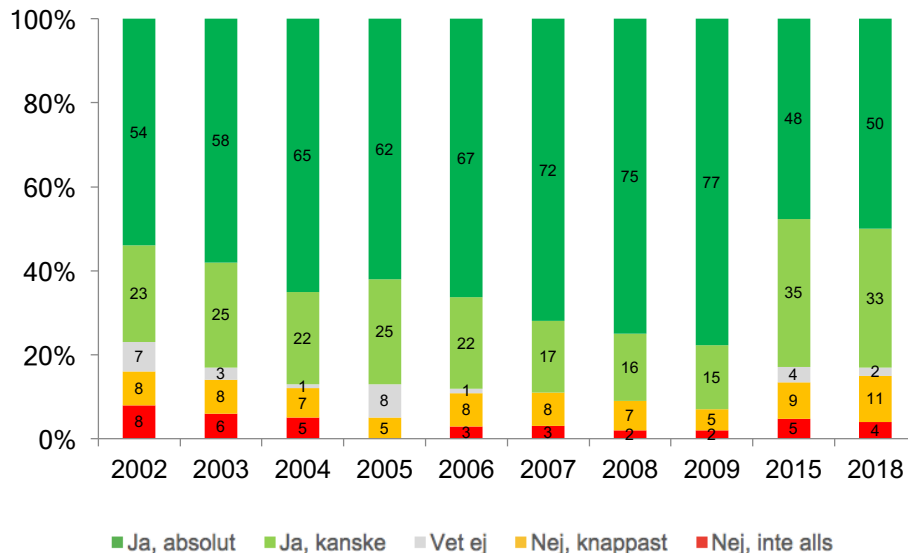
Kvinnor är mer benägna än män att välja tåget framför flyget när det är möjligt.

**”Samåka mer till jobb/skola eller på fritid”**



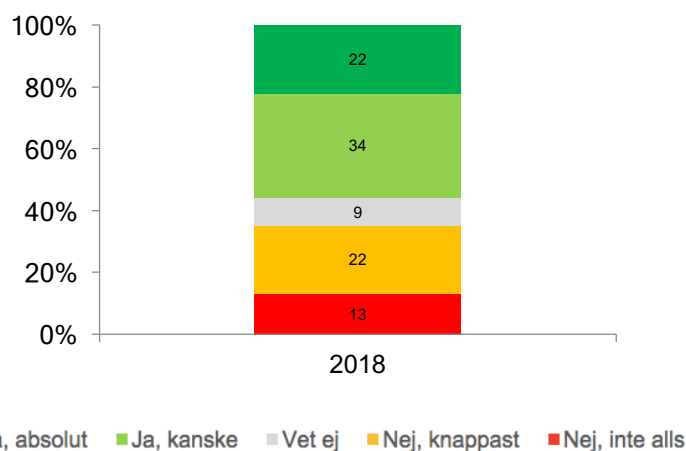
Andelen respondenter som i någon mån kan tänka sig att samåka mer är 64 procent, vilket är en ökning sedan 2015 års mätning då denna andel var 59 procent. Kvinnor, personer mellan 18 och 45 och de som inte brukar köra bil kan tänka sig att samåka mer i större utsträckning än övriga grupper.

**”Sänka elförbrukningen i hemmet”**



Andelen respondenter som kan tänka sig att sänka elförbrukningen i hemmet är 83 procent, vilket ligger i linje med 2015 års mätning. Respondenter i åldersgruppen 30-45 år samt kvinnor svarar i större utsträckning än övriga grupper att de kan tänka sig att sänka elförbrukningen i hemmet.

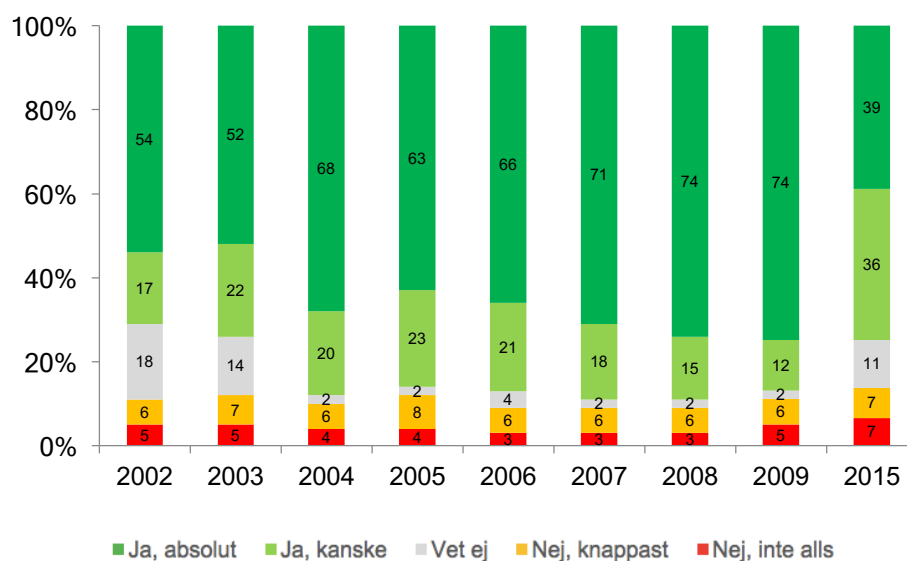
**”Välja elbil nästa gång jag köper eller behöver använda bil” (2018)**



56 procent av respondenterna anger att de i någon mån kan tänka sig att välja elbil nästa gång de köper eller behöver använda bil.

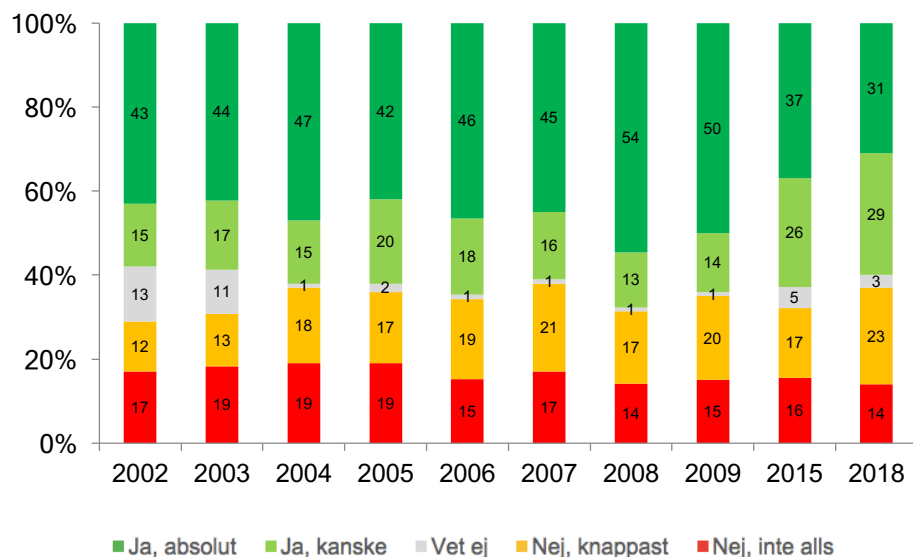
Åldersgruppen 18-29, privatanställda och storstadsbor är mer benägna att välja elbil jämfört med andra grupper.

**”Välja mer klimatvänlig bil nästa gång” (2015 och tidigare)**



Tidigare år fanns alternativet ”Välja mer klimatvänlig bil nästa gång” inte med. Istället fanns alternativet ”Välja elbil nästa gång jag köper eller behöver använda bil”. Det innebär att årets resultat inte är direkt jämförbara med tidigare år. Man kan dock konstatera att andelen som kan tänka sig att välja en elbil är lägre än andelen som kan tänka sig att välja en bil som endast är ”mer klimatvänlig”.

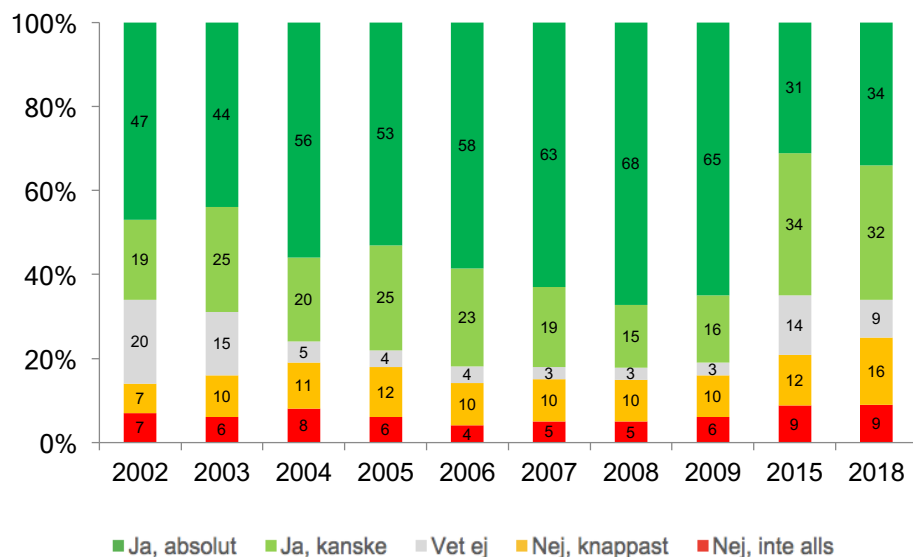
### "Åka mer kollektivt"



Det 2018 färre respondenter, 31 procent, som anger att de absolut kan tänka sig att åka mer kollektivt, en minskning på 6 procentenheter jämfört med 2015 års mätning. Det är dock något fler som kanske kan tänka sig åka mer kollektivt.

Kvinnor är i större utsträckning mer positiva till att åka kollektivt, 38 procent, jämfört med män, 24 procent. Yngre, högutbildade, storstadsbor, studenter och de som inte brukar åka bil kan också i större utsträckning tänka sig att åka mer kollektivt än andra grupper.

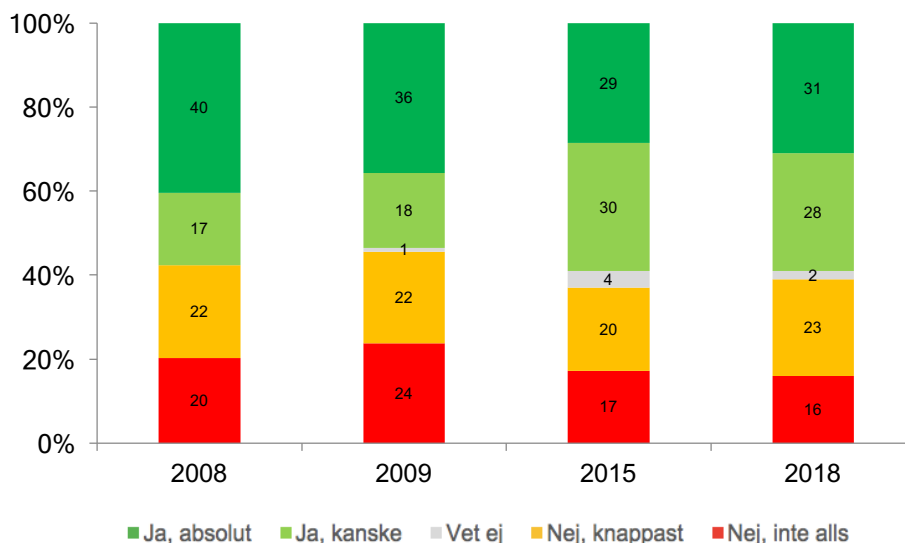
### "Byta till mer klimatvänlig uppvärmning av hemmet"



66 procent av respondenterna kan in någon mån tänka sig att byta till mer klimatvänlig uppvärmning av hemmet, vilket är i linje med 2015 års resultat.

Storstadsbor och personer i åldern 30-45 år är mer benägna att göra denna förändring än övriga grupper.

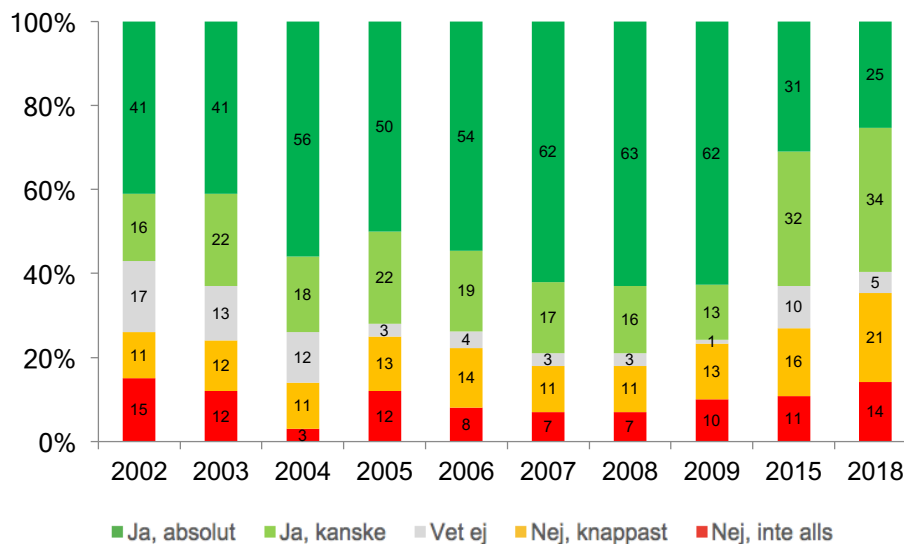
### ”Äta mindre kött”



59 procent av respondenterna kan tänka sig att äta mindre kött, vilket är linje med 2015 års mätning.

Kvinnor kan betydligt större utsträckning än män tänka sig att äta mindre kött, 41 procent av kvinnorna jämfört med 20 procent av männen. Även personer mellan 18-29, högtbildade, storstadsbor och studenter är mer benägna än övriga grupper att minska sin köttkonsumtion.

### ”Köra långsammare, t.ex. 90 istället för 110 km/h”

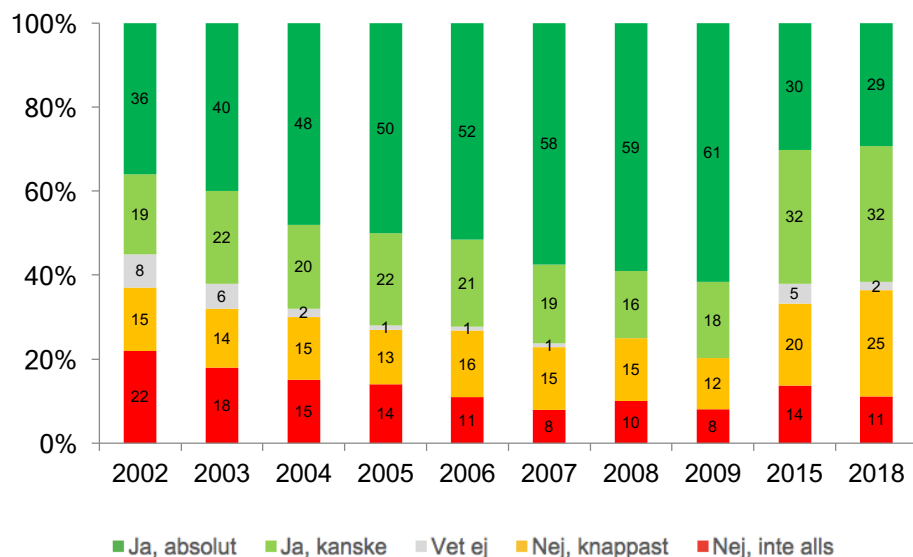


Andelen respondenter som 2018 i någon mån kan tänka sig att köra långsammare, är 59 procent, vilket är en liten minskning från 2015 då motsvarande andel var 63 procent. Det är även färre som i år svarar att de absolut kan tänka sig att köra långsammare, 25 procent 2018 jämfört med 31 procent 2015. Tidigare år var andelen som kunde tänka sig att köra långsammare betydligt högre. Denna skillnad beror antagligen till stor del på att de tidigare undersökningarna gjordes via telefon då respondenter tenderar att svara mer vad de tror att frågeställaren vill höra.

Kvinnor och äldre är mer positiva till den denna förändring än övriga grupper.



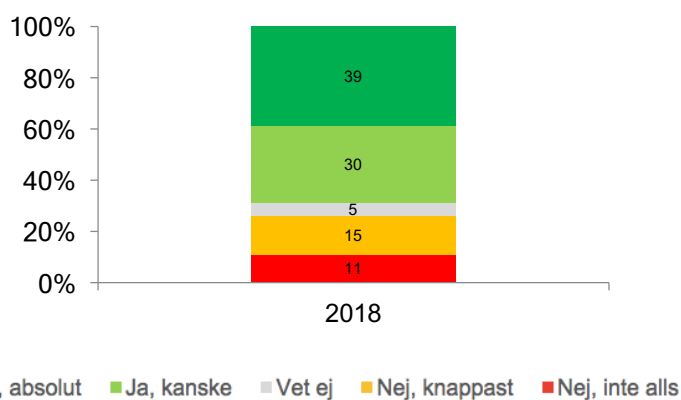
**”Sänka temperaturen inomhus”**



61 procent av respondenterna kan tänka sig att sänka temperaturen inomhus, vilket är i linje med 2015 års resultat.

Kvinnor är mer positiva till denna förändring än övriga grupper.

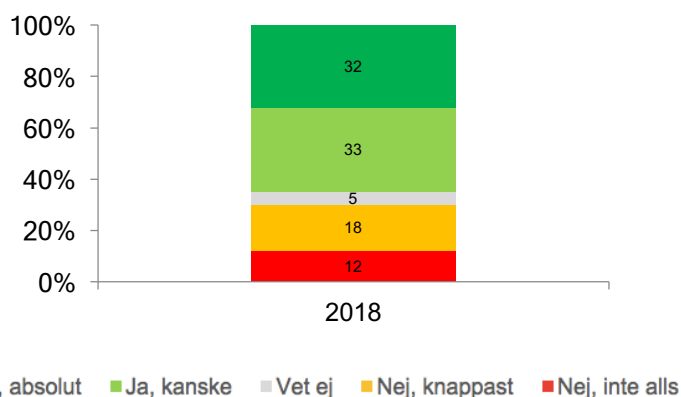
**”Ställa bilen till förmån för cykel eller elcykel när resan är under 5 km”**



Av respondenterna kan 69 procent tänka sig att ställa bilen till förmån för cykeln eller elcykeln i någon mån. Denna frågan är ny för i år.

Yngre (18-45 år) är mer benägna att än äldre att ställa bilen till förmån för cykel eller elcykel. Även studerande och offentligt anställda är mer positiva till att ta cykeln, än övriga grupper. Detta är ett av få områden där det inte finns någon statistiskt säkerställd skillnad mellan könen.

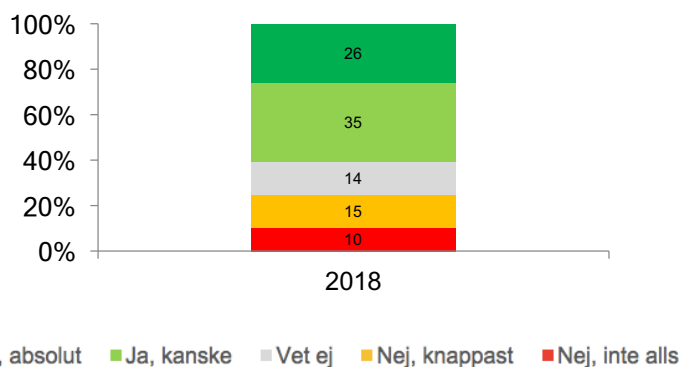
***"Välja att semestra nära istället för att flyga utomlands"***



Nästan 2 av 3 respondenter, 65 procent, kan i någon mån tänka sig att semestra nära istället för att flyga utomlands. Denna fråga är ny för i år.

Kvinnor, arbetssökande och personer boende på liten ort är mer positiva än övriga grupper.

***"Välja klimatvänliga fonder eller företag när du ska spara eller placera dina pengar"***



61 procent av respondenterna kan i någon mån tänka sig att välja klimatvänliga fonder eller företag när de ska spara eller placera sina pengar. Även denna fråga är ny för i år.

Kvinnor och storstadsbor är mer positiva än övriga grupper.

## INSATSER FÖR MINSKAD KLIMATPÅVERKAN OCH ENERGIANVÄNDNING

På den öppna frågan: *"Nämn några saker du kan göra i hemmet för att minska din klimatpåverkan och energianvändning"* har respondenterna med egna ord beskrivit vad de själva kan göra för att minska klimatpåverkan.



Storleken på orden representerar antalet omnämningar. Ju större ord desto fler gånger är det nämnts.

En stor andel av de öppna svaren handlar om transporter (åka mindre bil, cykla mer och flyga mindre). Men det är ungefär lika många som anger ett svar som har att göra med köttkonsumtion och vad man äter. En ytterligare vanlig kategori är källsortering och återanvändning i förhållande till att köpa nytt.

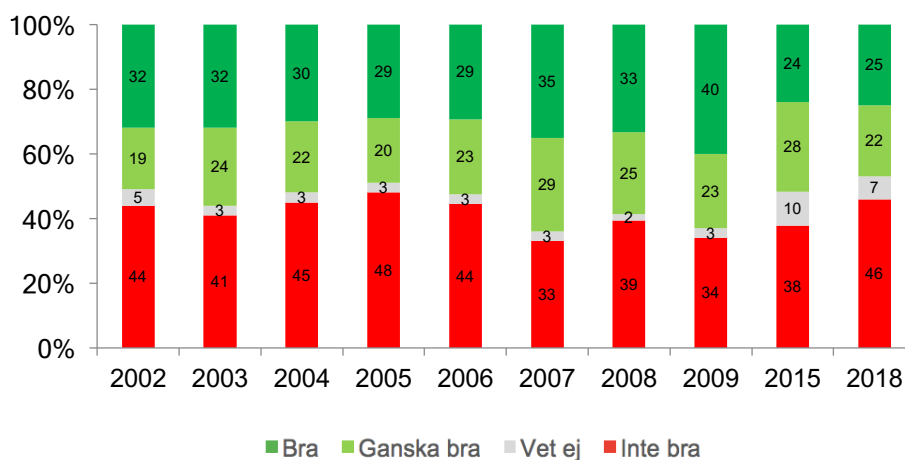
# Styrmedel

## STATLIGA STYRMEDEL FÖR ATT BEGRÄNSA KLIMATFÖRÄNDRINGEN

*"Ta ställning till hur du uppfattar förslagen nedan, vars syfte är att bromsa klimatförändringen."*

### Extra skatter och avgifter

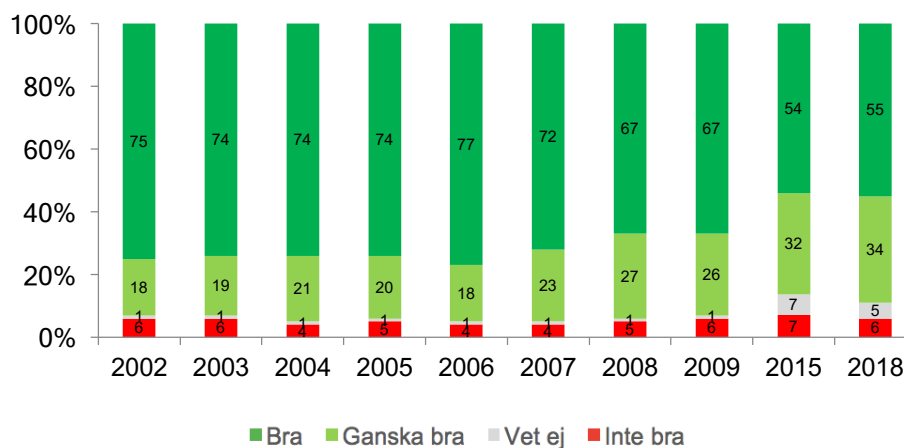
*"Vad anser du om att staten skulle lägga på extra skatter och avgifter på varor och tjänster som t. ex. bensin, olja och flyg som orsakar stora klimatpåverkande utsläpp?"*



Fler respondenter tycker i år att detta är ett dåligt förslag, 46 procent, jämfört med 2015, 38 procent. Andelen som anser att det är bra förslag är oförändrad medan andelen som anser att det är ganska bra har minskat med 6 procentenheter. Män, äldre och personer som kör bil är mer negativa än övriga grupper.

### Information

*"Vad anser du om att sprida mer information till hushållen om klimatförändringen för att få dem att välja varor och tjänster som minskar klimatpåverkande utsläpp?"*

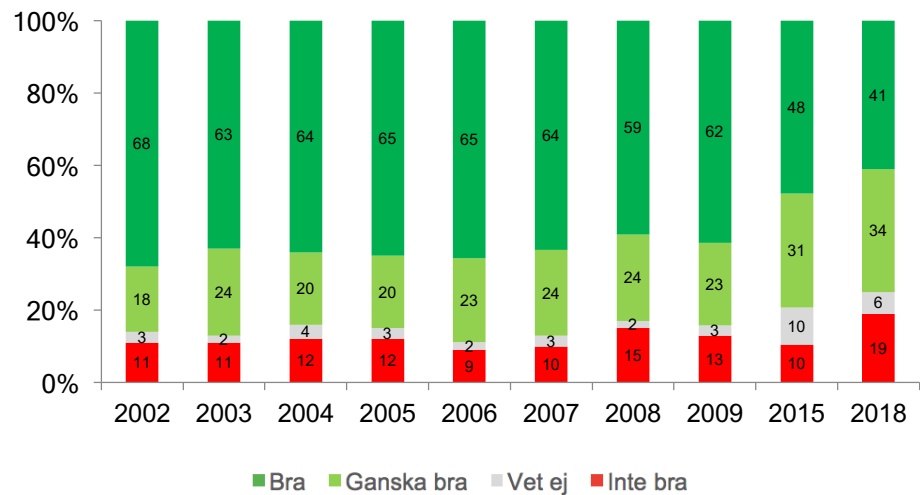


89 procent av respondenterna tycker att information till hushållen är en bra insats för att minska klimatpåverkan. Det är en liten ökning på 3 procentenheter sedan 2015 års mätning.

Kvinnor är mer positiva än män.

### Bidrag/sänkta skatter

***”Vad anser du om att staten skulle använda skattemedel för att ge bidrag eller sänkta skatter till köp av varor och tjänster som minskar klimatpåverkande utsläpp?”***



Inställningen till bidrag och sänkta skatter till köp av varor och tjänster som minskar klimatpåverkande utsläpp är i år inte lika positiv som den var 2015.

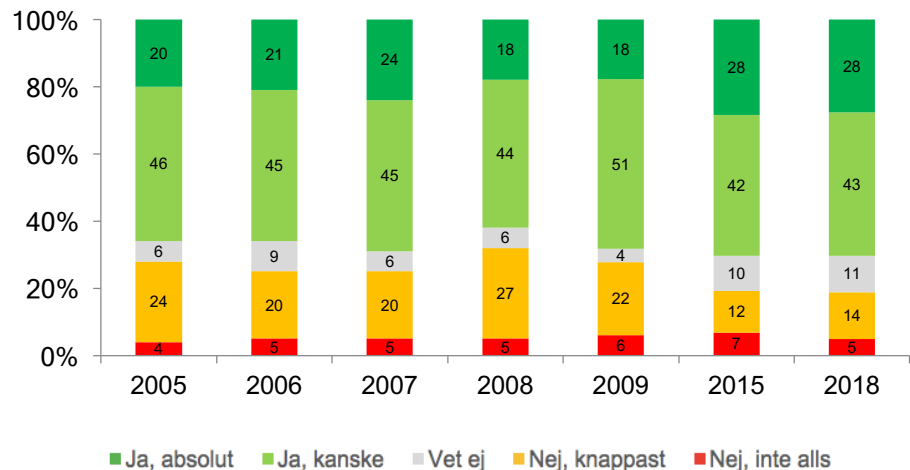
75 procent av respondenterna anser 2018 att bidrag och sänkta skatter är bra eller mycket bra, jämfört med 79 procent 2015. Andelen som ställer sig negativa till bidrag/sänkta skatter har ökat från 10 procent i 2015 års mätning till 19 procent 2018.

Yngre, kvinnor och offentligt anställda är mer positiva än övriga grupper.

# Företagens klimatarbete

## VILJAN ATT HANDLA FRÅN FÖRETAG SOM ARBETAR FÖR ATT BEGRÄNSA KLIMATFÖRÄNDRINGEN

*”När du köper varor eller tjänster, föredrar du då att köpa dem från ett företag som du vet arbetar för att begränsa klimatförändringen?”*

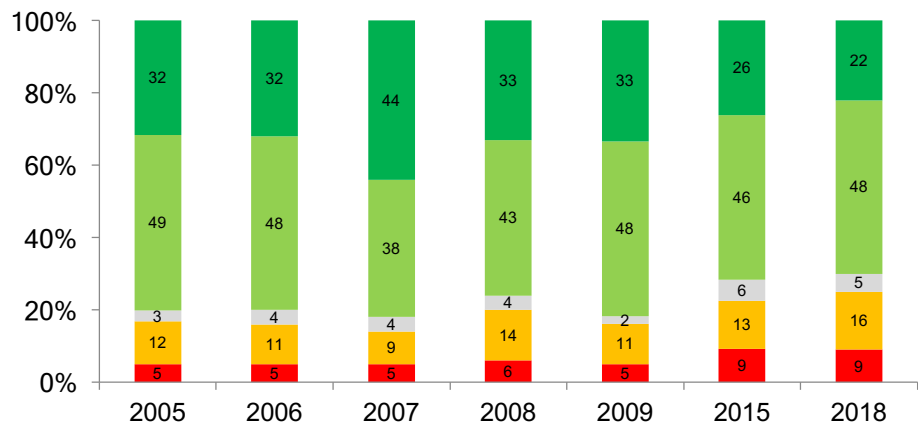


Drygt 7 av 10 respondenter, 71 procent, uppger att de föredrar att köpa varor/tjänster från företag som de vet arbetar för att begränsa klimatförändringen. Detta ligger i linje med 2015 års mätning.

Kvinnor föredrar i större utsträckning än män att köpa varor och tjänster från företag som arbetar för att begränsa klimatförändringen. Det finns inga statistiskt säkerställda skillnader mellan åldersgrupperna.

## VILJAN ATT BETALA MER VID KÖP FRÅN FÖRETAG SOM ARBETAR FÖR ATT BEGRÄNSA KLIMATFÖRÄNDRINGEN

*”Skulle du kunna tänka dig att betala mer — säg ca 5 % mer — för en vara eller tjänst om du vet att företaget som producerar den arbetar för att begränsa klimatförändringen?”*



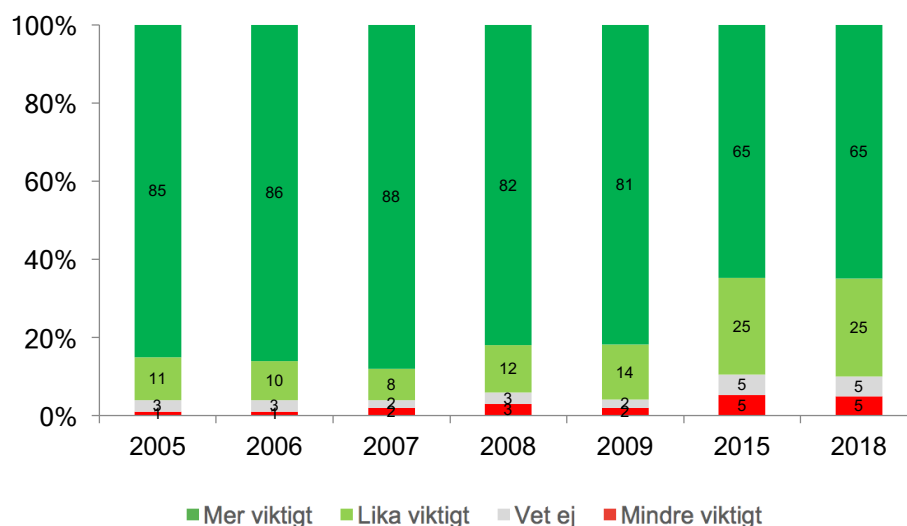
■ Ja, absolut ■ Ja, kanske ■ Vet ej ■ Nej, knappast ■ Nej, inte alls

22 procent av respondenterna skulle absolut kunna tänka sig att betala mer för en vara eller tjänst från ett företag som man vet arbetar för att begränsa klimatförändringen. Det är en liten minskning sedan 2015 års undersökning då 26 procent absolut skulle kunna tänka sig detta. 48 procent skulle 2018 i viss mån kunna tänka sig att betala mer för en vara eller tjänst, vilket är i linje med 2015 års resultat.

Storstadsbor och högutbildade skulle i större utsträckning än andra kunna tänka sig att betala för en vara eller tjänst från ett företag som arbetar med att begränsa klimatförändringen.

#### VIKTEN AV ATT FÖRETAG ENGAGERAR SIG I MINSKADE UTSLÄPP

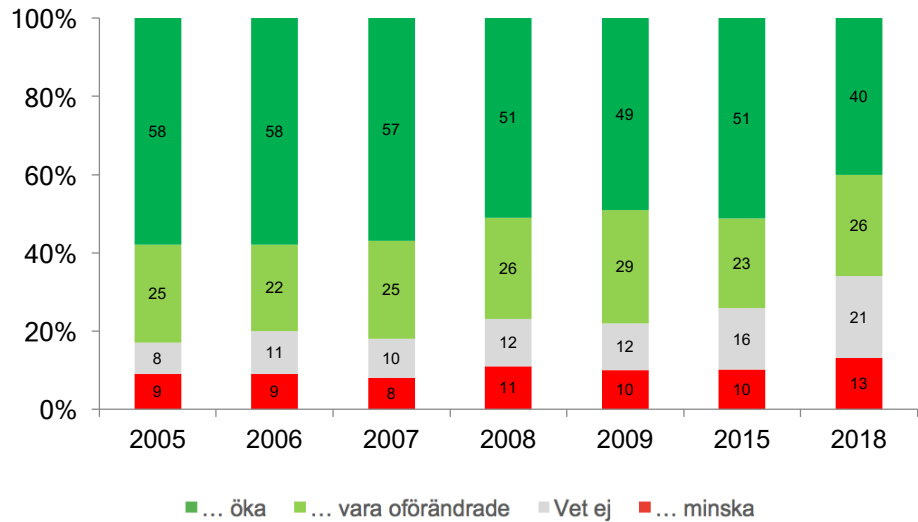
***”Hur viktigt tror du att det blir för företagen att engagera sig i att minska klimatpåverkande utsläpp?”***



9 av 10 respondenter, 90 procent, anser att det blir allt viktigare för företagen att engagera sig i att minska klimatpåverkande utsläpp, vilket är samma nivå som i 2015 års mätning. Kvinnor, högutbildade och storstadsbor tror i en större utsträckning än övriga grupper att företagens engagemang kommer att bli viktigare.

## FÖRETAGENS KOSTNADER FÖR ATT SLÄPPA UT VÄXTHUSGASER

*"Vad anser du om företagens kostnader för att orsaka klimatpåverkande utsläpp? Företagens kostnader bör..."*



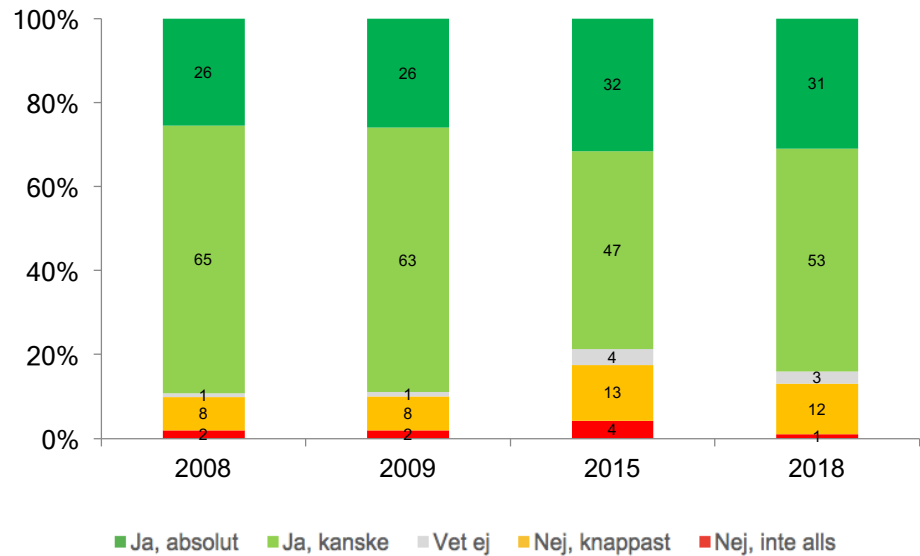
Gällande företagens kostnader för att orsaka klimatpåverkande utsläpp anser 4 av 10 respondenter, 40 procent, att det borde öka. 26 procent anser att kostnaderna borde vara oförändrade. 2015 ansåg en knapp majoritet av respondenterna, 51 procent, att kostnaderna borde öka högre. 13 procent anser att företagens kostnader borde minska, vilket är en liten ökning jämfört med 2015 års mätning.



# Attityder och konsumtionsbeteende

## KLIMATMEDVETENHET

*”Ser du dig själv som en person som är klimatmedveten?”*

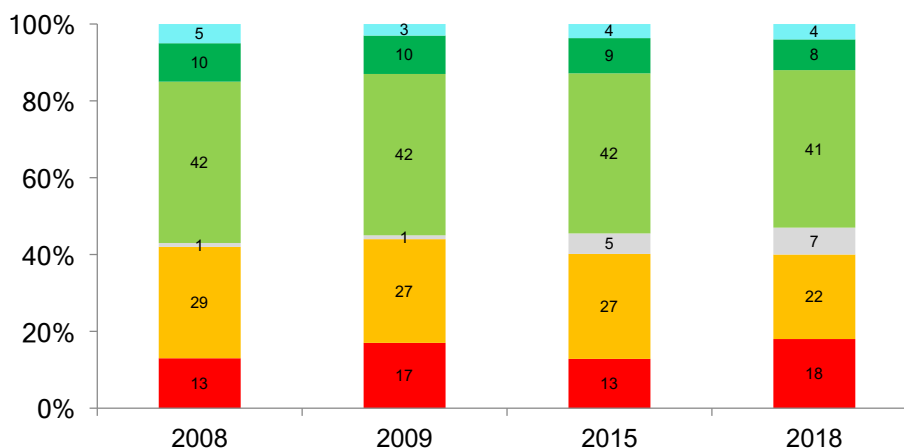


84 procent av respondenter ser sig själva i någon mån som en klimatmedveten person, vilket är en liten ökning sedan 2015 då motsvarande andel var 79 procent. Andelen som inte alls ser sig som klimatmedvetna är 1 procent, vilket är en minskning från förra mätningen då 4 procent gav samma svar.

Högutbildade och storstadsbor ser sig själva som klimatmedvetna i större utsträckning än andra grupper. Det finns inga statistiskt säkerställda skillnader mellan könen och de olika åldersgrupperna, vilket är något anmärkningsvärt då det finns återkommande skillnader mellan könen och åldersgrupperna vad gäller benägenheten att förändra det egna beteendet för att begränsa klimatförändringen.

## DÅLIGT SAMVETE FÖR KLIMATPÅVERKAN

*”Händer det att du får dåligt samvete när du gör saker som du tror påverkar klimatet negativt?”*



■ Jag gör inte saker som jag tror påverkar klimatet negativt ■ Ja, ofta ■ Ja, ibland ■ Tveksam/Vet ej ■ Nej, sällan ■ Nej, aldrig

49 procent av respondenterna uppger att de ofta eller ibland får dåligt samvete när de gör saker som påverkar klimatet negativt. Denna andel är i nivå med tidigare undersökningar. 18 procent av de svarande uppger att de aldrig får dåligt samvete vilket är en ökning med 5 procentenheter jämfört med 2015.

Kvinnor och yngre uppger i större utsträckning än övriga att de får dåligt samvete.



## ÄNDRADE BETEENDEN FÖR ATT MINSKA KLIMATPÅVERKAN

**"Har du gjort något i ditt vardagsliv för att minska din klimatpåverkan under de senaste två åren, t ex vad gäller..."**

**"...att källsortera mera?"**

**"...din energianvändning i hemmet?"**

**"...att återanvända saker?"**

**"...ditt val av dagliga transporter?"**

**"...din köttkonsumtion?"**

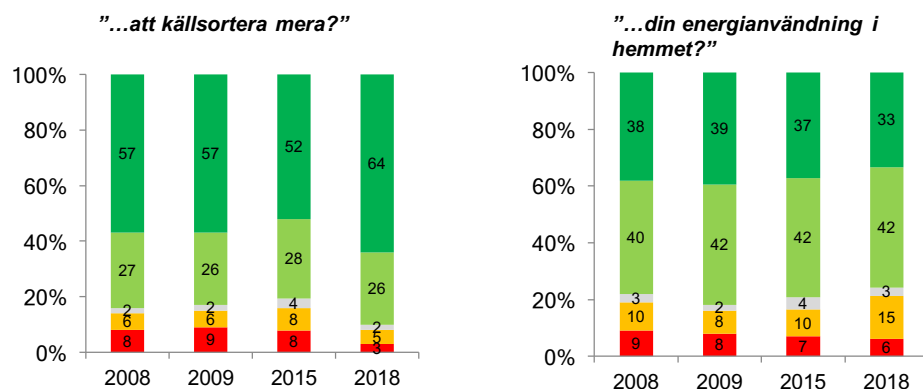
**"...ditt val av semesterresor?"**

En stor andel av respondenterna svarar att de har källsorterat mer, 90 procent, återanvänt saker, 84 procent, och minskat sin energipåverkan i hemmet, 75 procent. 60 procent har ändrat sina dagliga transporter. Ungefär hälften svarar att de har minskat sin köttkonsumtion, 55 procent, och ändrat sina val av semesterresor, 47 procent.

De större förflyttningarna sedan 2015 är att det är fler som anger att de absolut har ändrat sina val av semesterresor, från 15 procent till 19 procent, och färre som anger att de inte alls ändrat dem, från 27 procent till 19 procent. Ökningen av andelen som förändrat sin köttkonsumtion har fortsatt även i år. Det har också skett en ökning av andelen respondenter som anger att de källsorterar och återanvänder saker mer.

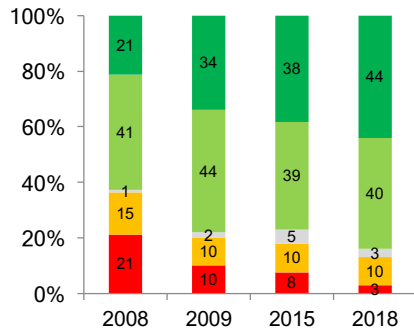
Kvinnor anger i större utsträckning än män att de har minskat sin köttkonsumtion, källsorterat mer, återanvänt saker i större utsträckning och ändrat val av semesterort. Vad gäller den dagliga transporten och energianvändningen i hemmet finns ingen signifikant skillnad mellan könen.

Yngre anger i större utsträckningen än äldre att de minskat sin köttkonsumtion och har ändrat sin dagliga transport. De äldre anger å andra sidan att de har börjat källsorterar mer och ändrat sin energianvändning i hemmet.

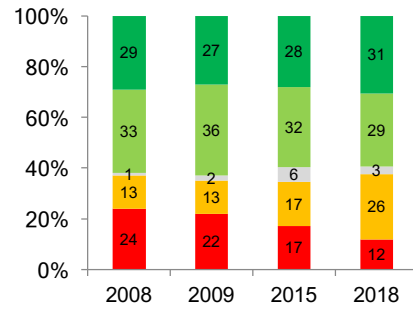




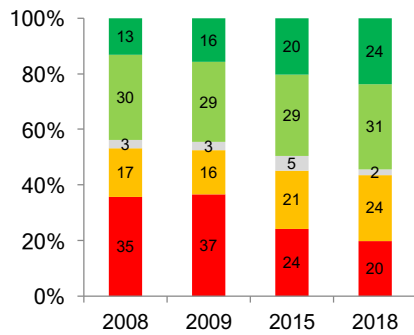
**"...att återanvända saker?"**



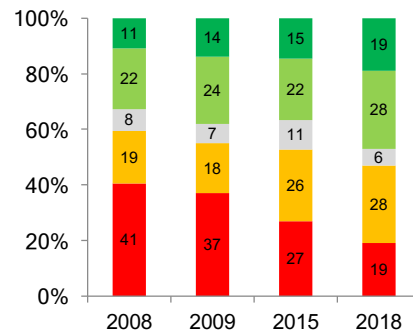
**"...ditt val av dagliga transporter?"**



**"...din köttkonsumtion?"**



**"...ditt val av semesterresor?"**



■ Ja, absolut ■ Ja, kanske ■ Vet ej ■ Nej, knappast ■ Nej, inte alls



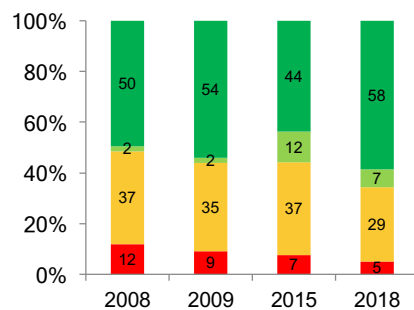
## HINDER

### ***"Ta ställning till vad som eventuellt hindrar dig från att leva klimatmedvetet."***

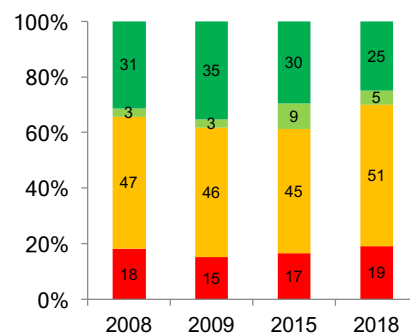
Drygt 1 av 3 respondenter, 34 procent, uppger att de saknar information om hur ens klimatpåverkan kan minskas, vilket är minskning med 10 procentenheter jämfört med 2015. Andelen som svarat "Nej, inget hinder alls" har ökat från 44 procent 2015 till 58 procent 2018. Andelen som uppgav att ens invanda beteende är ett hinder för att leva klimatmedvetet är 70, procent vilket är en ökning med 8 procentenheter jämfört med 2015 års mätning. 65 procent uppgav även att det finns för få miljömedvetna alternativ och 79 procent anser att dessa många gånger är dyrare.

Avsaknad av information upplevs som ett större hinder för äldre och boende på mindre orter. Invanda beteenden upplevs som ett större hinder för yngre än för äldre.

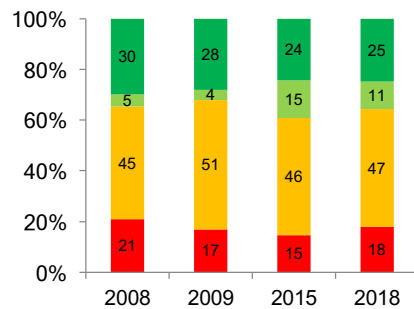
***"Jag saknar information om hur min påverkan kan minskas"***



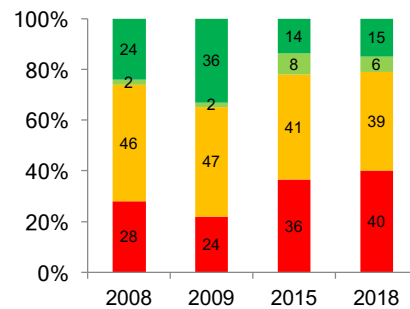
***"Mina invanda beteenden"***



***"Det finns för få miljö- och klimatmedvetna alternativ"***



***"Miljö och klimatvänliga alternativ är oftast dyrare"***



■ Nej, inget hinder alls   ■ Tveksam/Vet ej   ■ Ja, ett litet hinder   ■ Ja, ett stort hinder



## Annat som hindrar

I ett öppet svar har respondenterna fått ange om det är något annat som hindrar dem från att leva klimatmedvetet.



Storleken på orden representerar antalet omnämningar. Ju större ord desto fler gånger är det nämnts.

En stor del av de öppna svaren handlar om hur man bor och vilka alternativ som erbjuds.

*"Alternativ som att åka kollektivt existerar inte på landsbygden."*

*"Att inte bo i en större centralort där all service finns"*

*"Kollektivtrafiken borttagen där jag bor."*

*"Avsaknad av bra alternativ"*

*"Bor i ren landsbygd, där det är avstånd till service mm och det ej finns någon kollektivtrafik."*

*"Nedmonterad kollektivtrafik på landsbygden."*

Många svar handlar om ekonomi och ekonomiska förutsättningar:

*"Brist på pengar"*

*"Det är dyrare"*

*"Att mitt liv snart är slut och klimativänliga investeringar är svårt att göra med låg"*

*"Pension"*

*"Ekonomi"*

*"Pris och tillgång på elbilar"*

Även lathet/bekvämlighet, ålder och att ens arbete kräver resor är vanligt förekommande svar:

*"Bekvämlighet"*

*"Lathet"*



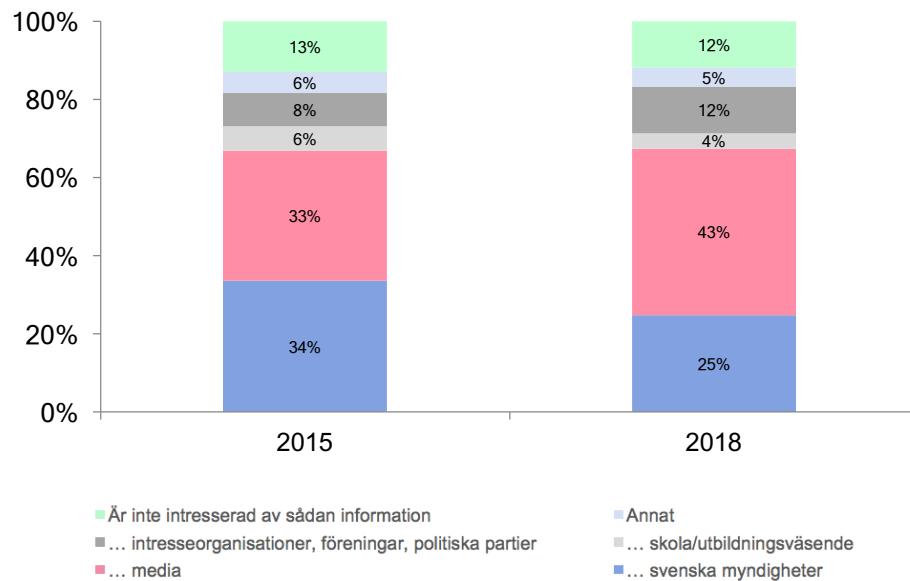
"I mitt jobb ingår det mycket bilkörning varje dag"

"Ålder och ohälsa"

"Är gammal, kan inte längre cykla, kan inte fördyra mitt liv, har åtgärdat en del redan, flyger aldrig."

## INFORMATIONSMHÄMTNING

**"Om/när jag vill veta mer om åtgärder för minskad klimatpåverkan, söker/får jag helst information via..."**



43 procent av respondenter söker helst information om åtgärder för minskad klimatpåverkan via media och 25 procent från svenska myndigheter. Det är en förflyttning sedan 2015 då det var ungefär lika stora andelar som sökte information från svenska myndigheter som från media.

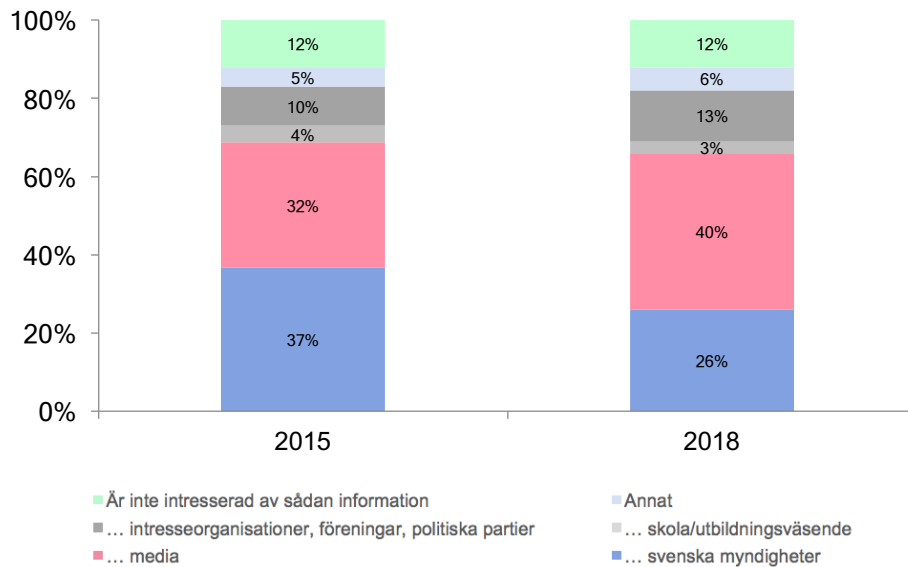
12 procent anger att de helst söker information från intresseorganisationer, föreningar eller politiska partier, vilket är en ökning sedan förra mätningen då motsvarande andel var 8 procent.

12 procent är inte intresserad av sådan information, vilket är i linje med 2015. 5 procent anger någon annan källa, vilket också det är i linje med förra mätningen. I denna kategorin återfinns främst "internet" och "Google".

Unga söker i mindre utsträckning information från media och mer från skola/utbildningsväsende, jämfört med övriga grupper. Det finns inga signifikanta skillnader mellan män och kvinnor.



**"Om/när jag vill veta mer om klimatförändringen i Sverige och världen, söker/får jag helst information via..."**



4 av 10 respondenter, 40 procent, söker information om klimatförändringen i Sverige och världen från media, vilket är en ökning sedan 2015 års mätning då motsvarande andel var 30 procent. Andelen som vänder sig till svenska myndigheter har minskat från 37 procent till 26 procent.

12 procent uppger att de inte är intresserade av sådan information och 13 procent vänder sig till organisatorer, föreningar och politiska partier. 6 procent uppger något annat svarsalternativ där "internet" och "Google" är de mest vanligt förekommande svaren.

Unga söker i mindre utsträckning information från media och mer från skola/utbildningsväsen och intresseorganisationer, jämfört med övriga grupper. Det finns inga signifikanta skillnader mellan könen.





## Övriga tankar och idéer

*"Har du några andra tankar, synpunkter eller idéer vad gäller klimatförändringen som du vill dela med dig av?"*

En stor del av de öppna svaren handlar om tre områden: 1) att andra länder borde ta sitt ansvar, 2) att staten borde ta ett större ansvar i Sverige och inte lägga så mycket på den enskilde individen, samt 3) att alla individer måste göra vad de kan.

### Andra länder borde ta sitt ansvar

*"Att alla länder ska vara med och ta ansvar även dom penning-galna."*

*"Få stopp på utsläppen i t ex Polen, Tyskland m fl"*

*"Tror Sverige spelar en ganska liten roll i frågan."*

*"Att det kanske är viktigare att påverka vår omvärld. Det skulle kanske göra större nytta."*

*"Börja i Kina och USA."*

### Statens borde ta ett större ansvar

*"Ekonomiska styrmedel är A och O för att styra folket i rätt riktning tror jag."*

*"Staten måste straffa och subventionera mer för gemene man tänker pengar och överlevnad. Saftiga skatter på Thailandsresor."*

*"Sen måste saker som är bättre för miljön vara billigare än det som är dåligt."*

*"Idag är vegetarisk mat mycket dyrare än kött. staten bör skatta kött och subventionera vego."*

### Alla individer måste göra vad de kan

*"Alla måste dra sitt lilla strå till stacken."*

*"Begränsa egna inköp/konsumtion."*

*"Alla kan inte göra allt men alla kan göra något."*

*"Alla måste hjälpa till!"*