

Befolkningens holdninger til bærekraft

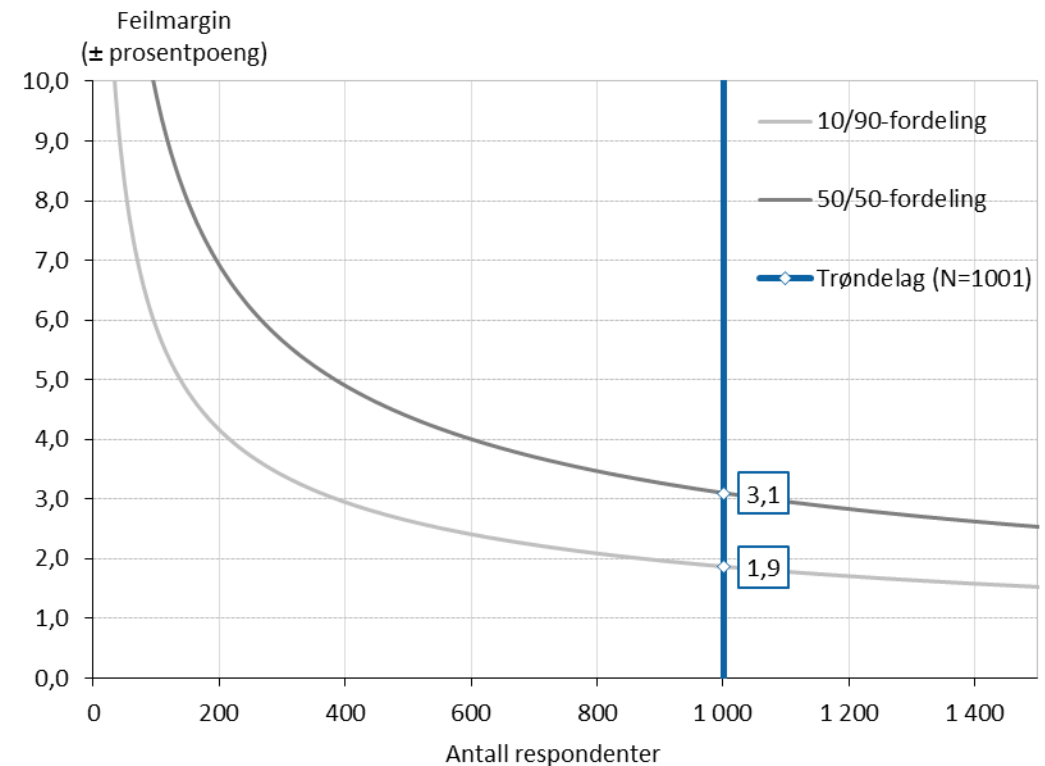
Hovedresultater for Trøndelag

Om undersøkelsen

- I denne rapporten presenteres hovedresultatene fra SpareBank 1 SMNs bærekraftsundersøkelse blant befolkningen i Trøndelag.
- Formålet med undersøkelsen er blant annet å kartlegge holdninger til bærekraft i befolkningen, folks handlinger og barrierer for disse når det gjelder forbruk, og forhold knyttet til arbeidslivet.
- Undersøkelsen ble gjennomført blant et utvalg på 1001 personer i alderen 18 år og eldre bosatt i Trøndelag. Utvalget ble trukket tilfeldig blant deltakerne i et webpanel.
- Datainnsamlingen ble gjennomført elektronisk i perioden fra 11. til 23. februar 2022.
- Resultatene er vektet etter kjønns- og aldersfordelingen i Trøndelag.

Feilmarginer ved fordelinger

- I alle utvalgsundersøkelser må man operere med feilmarginer for prosentfordelinger (prosentuering).
- Størrelsen på feilmarginene avhenger av utvalgtes størrelse og svarfordelingen. Jo mer prosentandelen som har en bestemt egenskap nærmer seg 50, dvs. jo mer heterogent utvalget er, desto større feilmargin må vi regne med.
- Med et utvalg på 1001 personer, vil feilmarginene i denne undersøkelsen variere fra 1,3 prosentpoeng ved en 10/90-fordeling til 3,1 prosentpoeng ved en 50/50-fordeling.
- Figuren til høyre viser hvordan feilmarginene utvikler seg ved ulike utvalgsstørrelser og fordelinger.

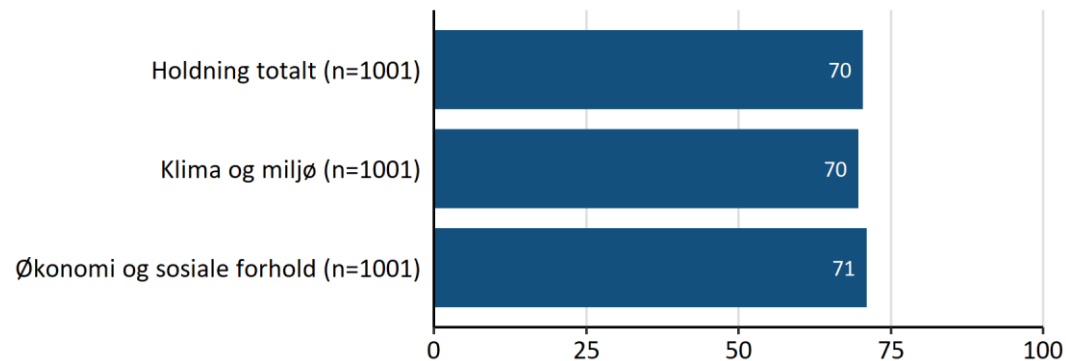


Indekser og standardisert gjennomsnitt

- I undersøkelsen ble respondentene bedt om å ta stilling til ulike påstander om bærekraft. På bakgrunn av svarene, er det konstruert 2 indekser for holdninger og 2 indekser for handlinger. Tabellen til høyre viser hvilke påstander som er regnet med i indeksene.
- Noen påstander er «negativt rettet» med tanke på bærekraft, og er derfor snudd i analysen (markert med rødt).
- Resultatene for indeksene er kodet om til en skala fra 0 til 100 (standardisert gjennomsnitt), der 100 er det mest positive resultatet (f.eks. mest positive holdninger til bærekraft).

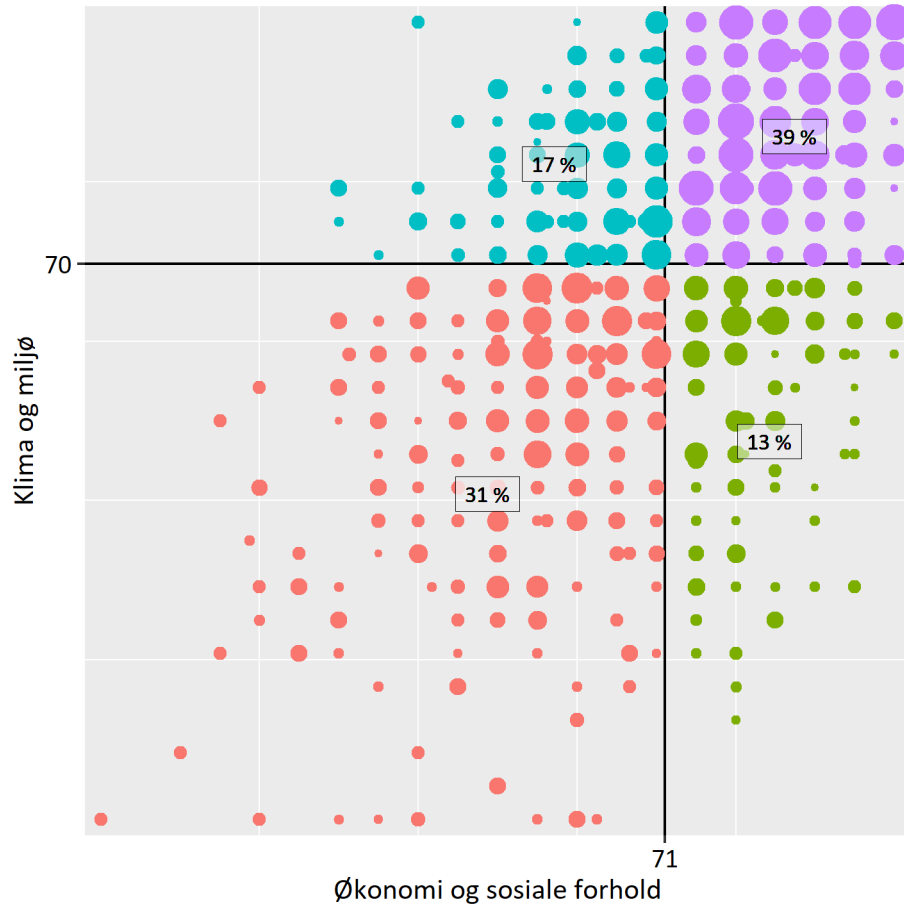
Holdninger		Handlinger	
Klima og miljø	Økonomi og sosiale forhold	Redusert forbruk	Innkjøp
<ul style="list-style-type: none"> • Klimaendringer er den største utfordringen i samfunnet i dag • Klimaendringene er i liten grad skapt av mennesker • Jeg er bekymret for konsekvensene av klimaendringene • Klima- og miljøtiltak bør i hovedsak gjennomføres i land med større klimaavtrykk enn Norge • Mitt eget forbruk har ingen betydning for klimaendringene • Jeg har selv et ansvar for å redusere klimaavtrykket mitt 	<ul style="list-style-type: none"> • Økonomisk vekst er ikke mulig uten økonomiske og sosiale ulikheter i samfunnet • Likestilling mellom kjønnene er viktig for å sikre bærekraftig utvikling • Norge bør bidra mer til varig reduksjon av fattigdom i andre deler av verden • Det er viktig for meg å vite hvor varene jeg kjøper er produsert • Det er viktig for meg at de som har laget varene jeg kjøper har gode arbeidsvilkår 	<ul style="list-style-type: none"> • Jeg er villig til å redusere eget forbruk for å leve mer miljøvennlig • Jeg kjøper helst klær, utstyr og gjenstander brukt • Jeg går, sykler eller velger kollektivtransport hvis det er mulig • Jeg unngår å kaste mat • Jeg har en eller flere kjøttfrie dager i uken 	<ul style="list-style-type: none"> • Jeg er villig til å betale mer for produkter og tjenester som er bærekraftige • Hvis mulig, velger jeg varer som er miljømerket • Hvis mulig, velger jeg varer som er etisk produsert (f.eks. merket med «Fair trade») • Hvis jeg handler nye klær, ser jeg etter merker som ivaretar klima og arbeidsforhold • Lav pris er viktigere for meg enn at varer og tjenester er bærekraftige • Hvis mulig, velger jeg leverandører som tilbyr tjenester med grønn profil

Holdninger til bærekraft



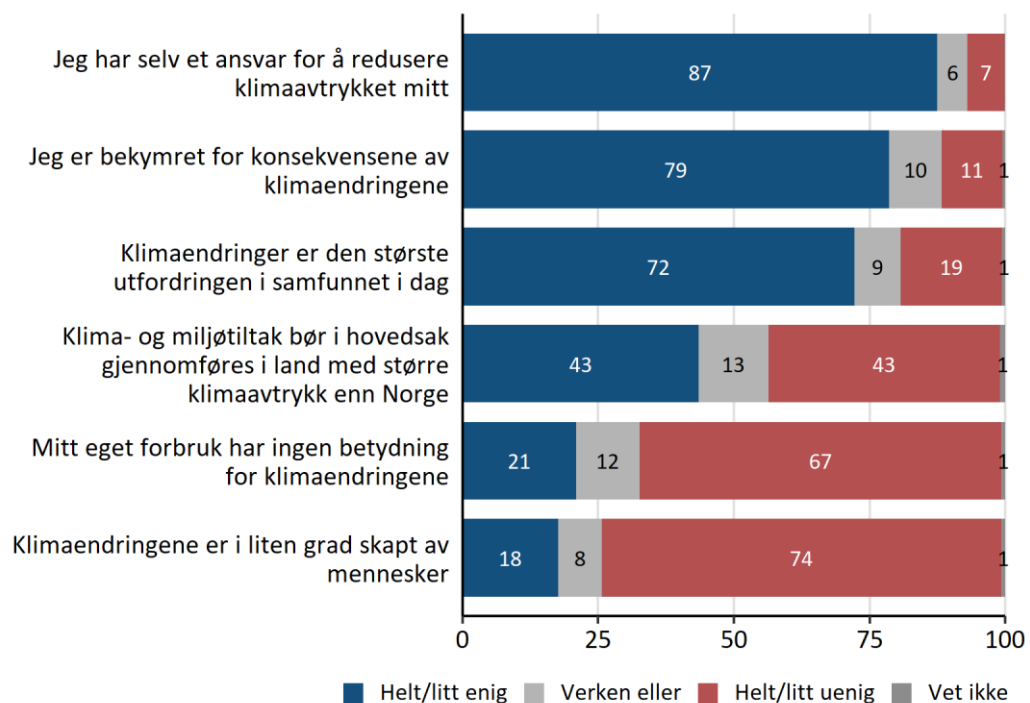
- I gjennomsnitt har respondentene ganske positive holdninger til bærekraft (70 av 100 poeng), både når det gjelder klima og miljø (70) og økonomi og sosiale forhold (71).

Holdninger til bærekraft



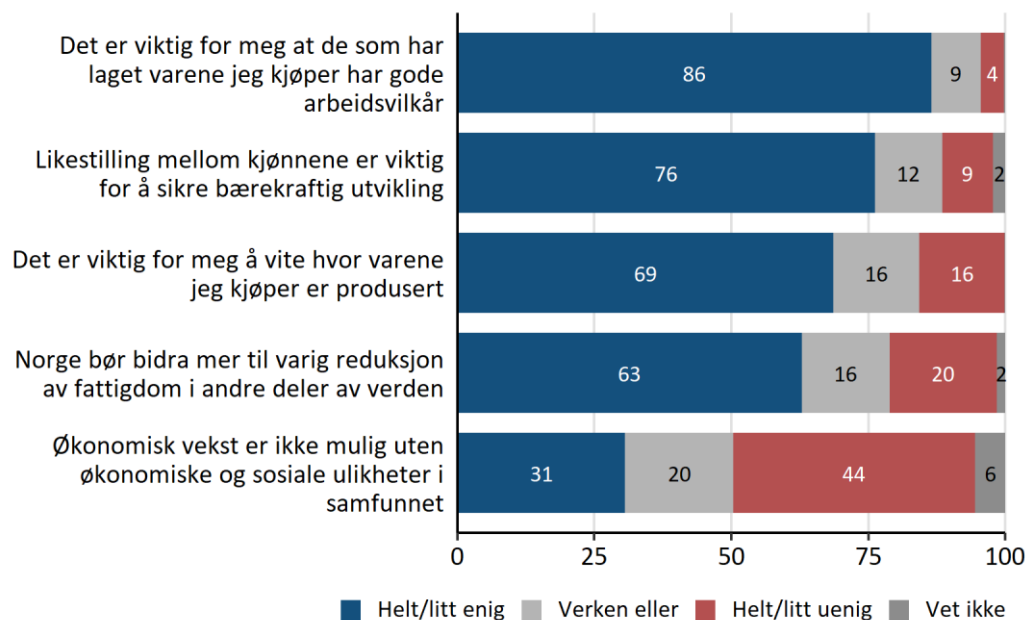
- Figuren til venstre viser fordelingen på de to indeksene som måler holdninger til bærekraft. Fordelingen viser at det varierer mellom respondentene hvilke områder de har fokus på:
 - 39 % skårer over gjennomsnittet både på klima og miljø og økonomi og sosiale forhold.
 - 17 % har høy skår for klima og miljø, men skårer lavere enn snittet på økonomi og sosiale forhold.
 - 13 % skårer over snittet på økonomi og sosiale forhold, men lavere enn snittet på klima og miljø.
 - 31 % skårer under gjennomsnittet på begge målene.

Holdninger til bærekraft: Klima og miljø



- Nesten 9 av 10 sier seg helt eller litt enige i at de selv har et ansvar for å redusere klimaavtrykket sitt (87 %).
- De fleste svarer at de er bekymret for konsekvensene av klimaendringene (79 %), og sier seg enige i at klimaendringer er den største utfordringen i samfunnet i dag (72 %).
- Respondentene er delte i synet på hvorvidt klima- og miljøtiltak i hovedsak bør gjennomføres i land med større klimaavtrykk enn Norge, 43 % er enige og en like stor andel er uenige.
- Rundt 1 av 5 er enige i påstandene om at deres eget forbruk har ingen betydning for klimaendringene (21 %) og at klimaendringene i liten grad er skapt av mennesker (18 %).

Holdninger: Økonomi og sosiale forhold

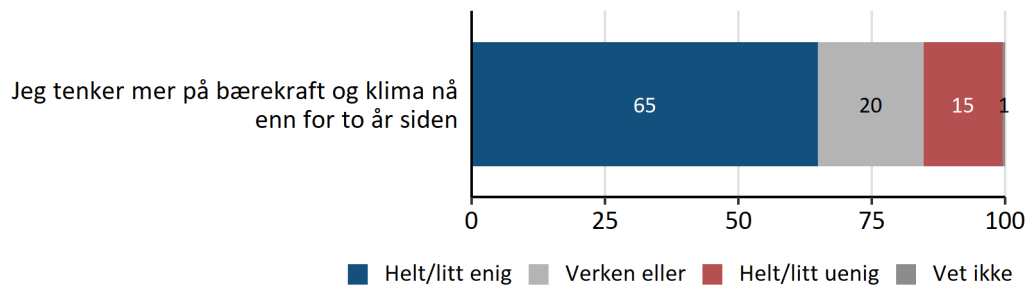


- Nesten 9 av 10 sier seg enige i at det er viktig for dem at de som lager varene de kjøper har gode arbeidsvilkår (86 %). 7 av 10 svarer at det er viktig for dem å vite hvor varene de kjøper er produsert (69 %).
- 3 av 4 mener likestilling mellom kjønnene er viktig for å sikre bærekraftig utvikling (76 %).
- 63 % er enige i at Norge bør bidra mer til varig reduksjon av fattigdom i andre deler av verden.
- 44 % av respondentene er *uenige* i påstanden «Økonomisk vekst er ikke mulig uten økonomiske og sosiale ulikheter i samfunnet». 31 % sier seg enige i denne påstanden.

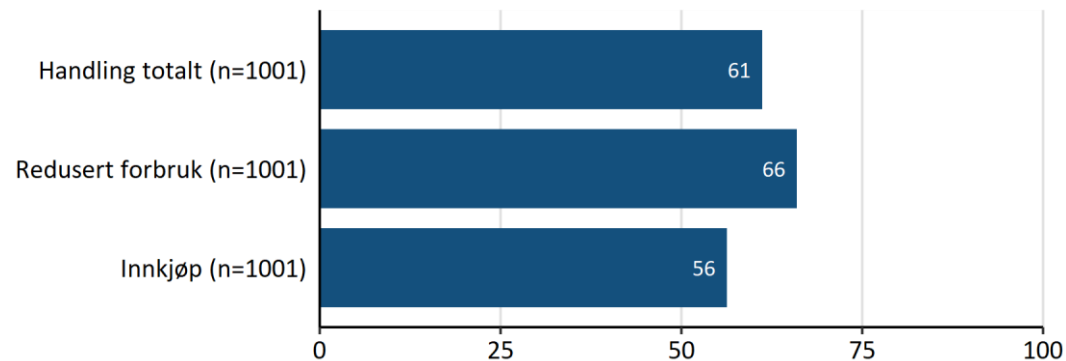
Holdninger:

2 av 3 tenker mer på bærekraft og klima nå enn for to år siden

- 65 % oppgir at de tenker mer på bærekraft og klima nå enn for to år siden.

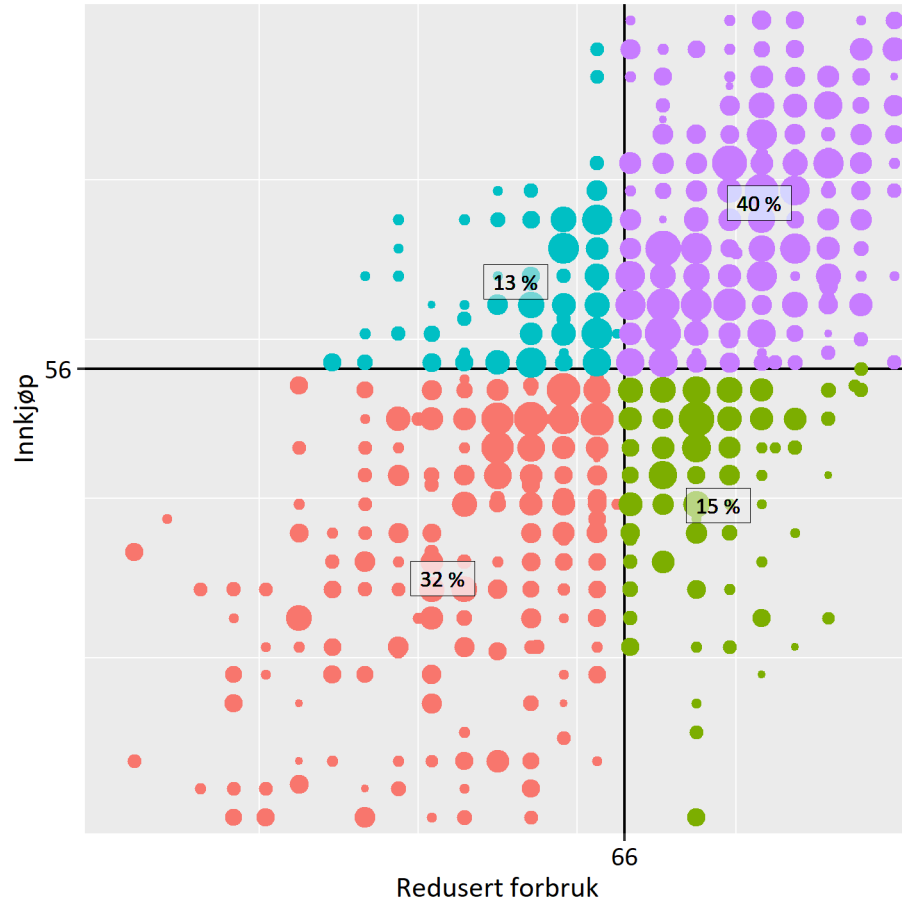


Handlinger



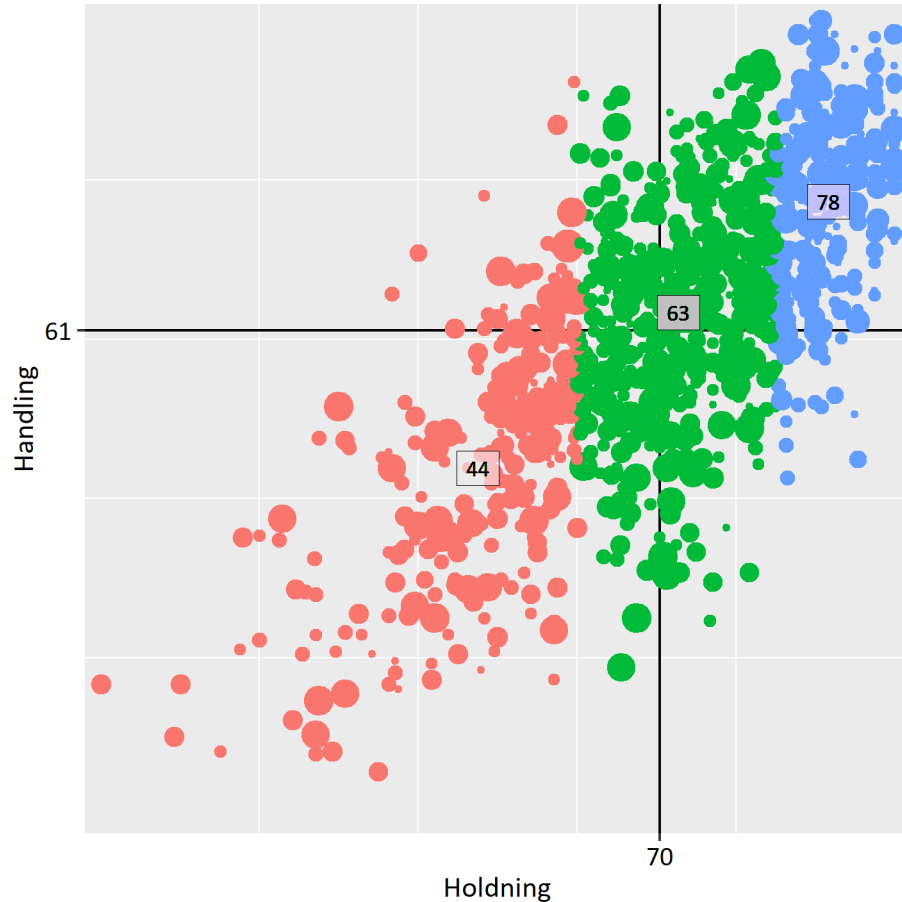
- I gjennomsnitt gjør respondentene i noen grad handlinger knyttet til å redusere forbruk og gjøre bærekraftige innkjøp (61 av 100).
- Det er høyest skår når det gjelder å redusere forbruket sitt (66), mens skåren er relativt lav når det gjelder innkjøp (56).

Handlinger



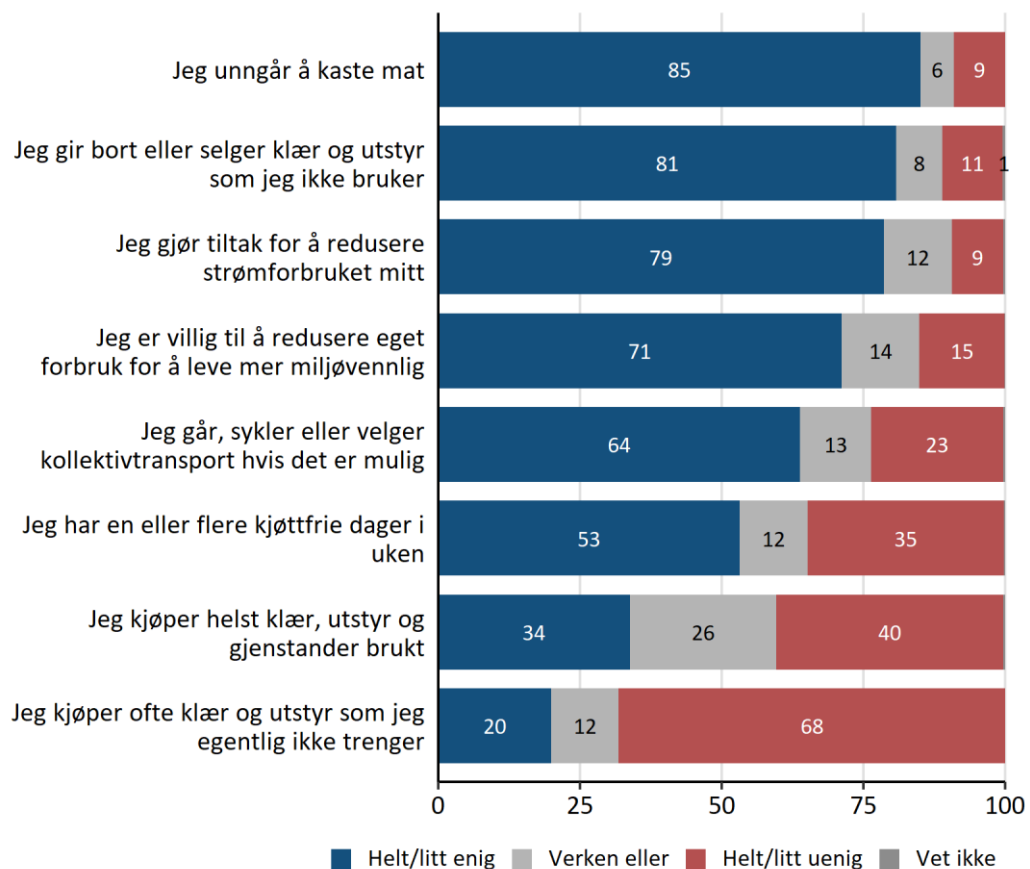
- Figuren til venstre viser fordelingen på de to indeksene som måler grad av handlinger:
 - 40 % handler i større grad enn gjennomsnittet både når det gjelder innkjøp og å redusere forbruk.
 - 13 % fokuserer på å kjøpe bærekraftige varer og tjenester, og reduserer i mindre grad forbruket.
 - 15 % reduserer i stor grad forbruket, men fokuserer i mindre grad enn snittet på å kjøpe inn bærekraftige varer og tjenester.
 - 32 % skårer under gjennomsnittet på begge målene.

Handlinger og holdninger



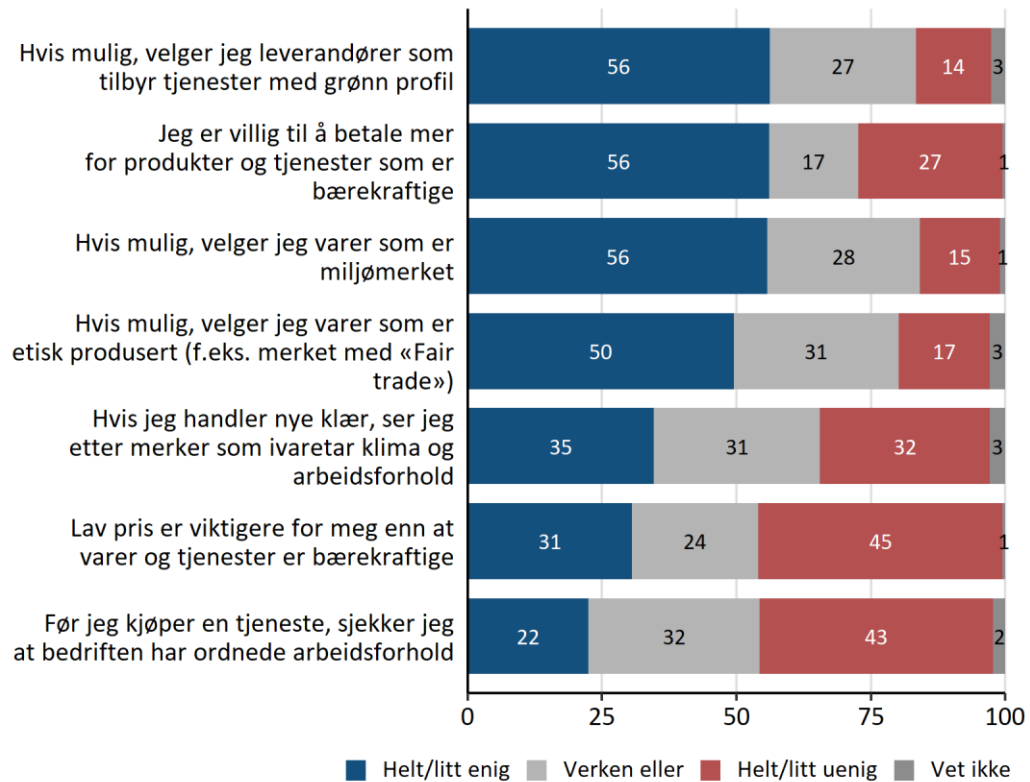
- Figuren til venstre viser sammenhengen mellom gjennomsnittskårene for holdninger til bærekraft og handlinger, gruppert etter skår på holdninger (lav, middels og høy).
- Respondentene med høyest skår på holdninger, har i gjennomsnitt også høyere skår for handlinger.

Handlinger: Redusere forbruk



- 7 av 10 svarer at de er villige til å redusere eget forbruk for å leve mer miljøvennlig (71 %).
- De vanligste tiltakene er at man unngår å kaste mat (85 %), gir bort eller selger klær og utstyr som man ikke trenger (81 %), eller gjør tiltak for å redusere strømforbruket sitt (79 %).
- 64 % svarer at de går, sykler eller velger kollektivtransport hvis det er mulig.
- Halvparten har en eller flere kjøttfrie dager i uken (53 %).
- 34 % oppgir at de helst kjøper klær, utstyr og gjenstander brukt.
- 20 % svarer at de ofte kjøper klær og utstyr som de egentlig ikke trenger.

Handlinger: Innkjøp

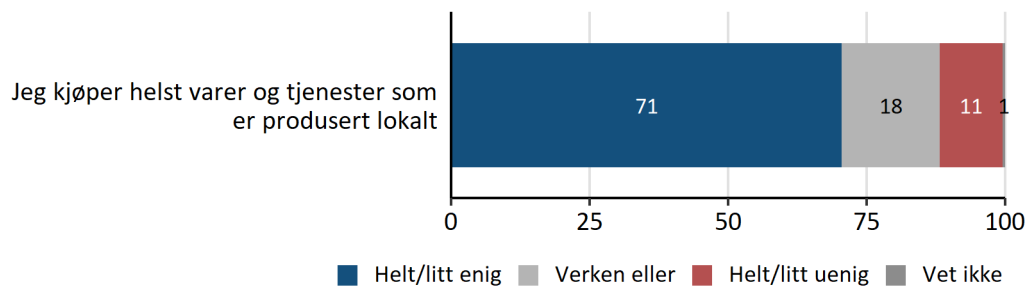


- 56 % oppgir at de er villige til å betale mer for produkter og tjenester som er bærekraftige. En relativt stor andel, 27 %, er ikke villige til å betale mer for slike produkter, og 31 % svarer at pris er viktigere for dem enn at varer og tjenester er bærekraftige.
- Drøyt halvparten oppgir at de, hvis det er mulig, velger leverandører som tilbyr tjenester med grønn profil (56 %) eller varer som er miljømerket (56 %). Halvparten velger varer som er etisk produsert (f.eks. merket med «Fair trade») (50 %).
- Det er mindre vanlig å se etter klesmerker som ivaretar klima og arbeidsforhold (35 %).
- 22 % sjekker at bedriften har ordnede arbeidsforhold før de kjøper en tjeneste.

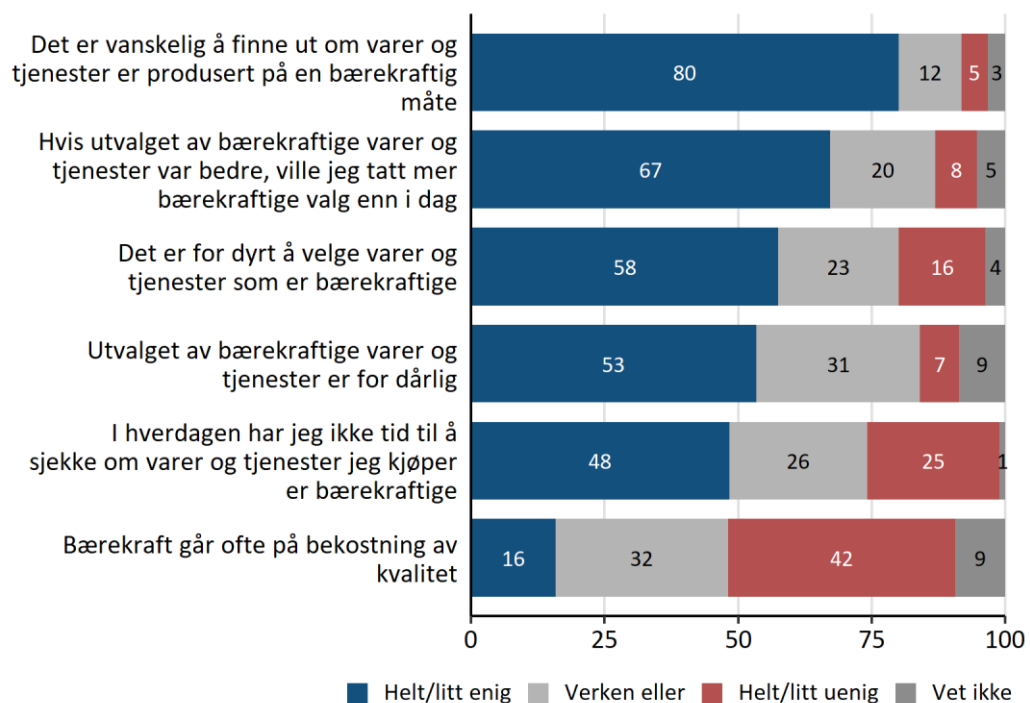
Handlinger:

7 av 10 vil helst kjøpe varer og tjenester som er produsert lokalt

- 71 % svarer at de helst kjøper varer og tjenester som er produsert lokalt.



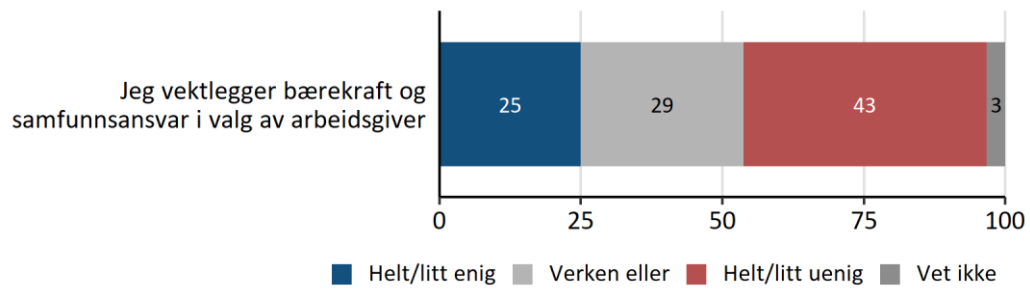
Barrierer



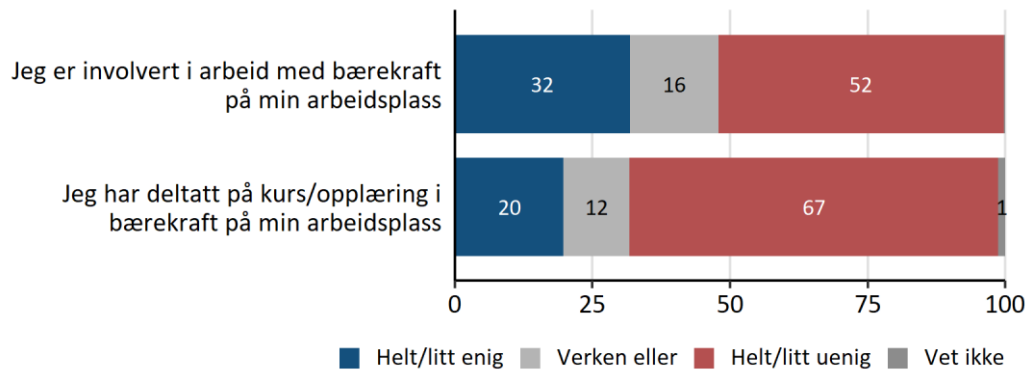
- 8 av 10 mener det er vanskelig å finne ut om varer og tjenester er produsert på en bærekraftig måte.
- Nesten 6 av 10 mener det er for dyrt å velge varer og tjenester som er bærekraftige (58 %).
- Halvparten av respondentene mener at utvalget av bærekraftige varer og tjenester er for dårlig (53 %). 67 % sier de ville tatt mer bærekraftige valg enn i dag, hvis utvalget av bærekraftige varer og tjenester var bedre.
- Rundt halvparten mener at de ikke har tid til å sjekke om varer og tjenester de kjøper er bærekraftige (48 %).
- 16 % mener at bærekraft ofte går på bekostning av kvalitet.

Arbeidsliv og bærekraft:

1 av 4 vektlegger bærekraft og samfunnsansvar ved valg av arbeidsgiver.

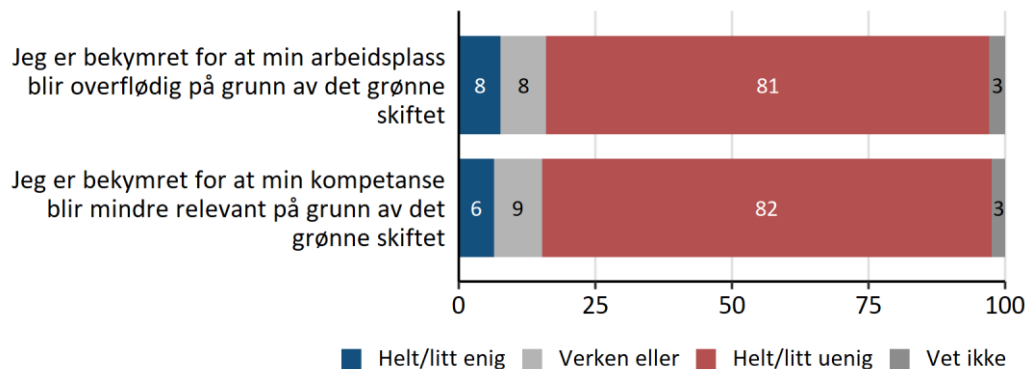


Arbeidsliv og bærekraft: Arbeidsplassens rolle



- Av yrkesaktive, oppgir 32 % at de er involvert i arbeid med bærekraft på sin arbeidsplass.
- 20 % har deltatt i kurs/opplæring.

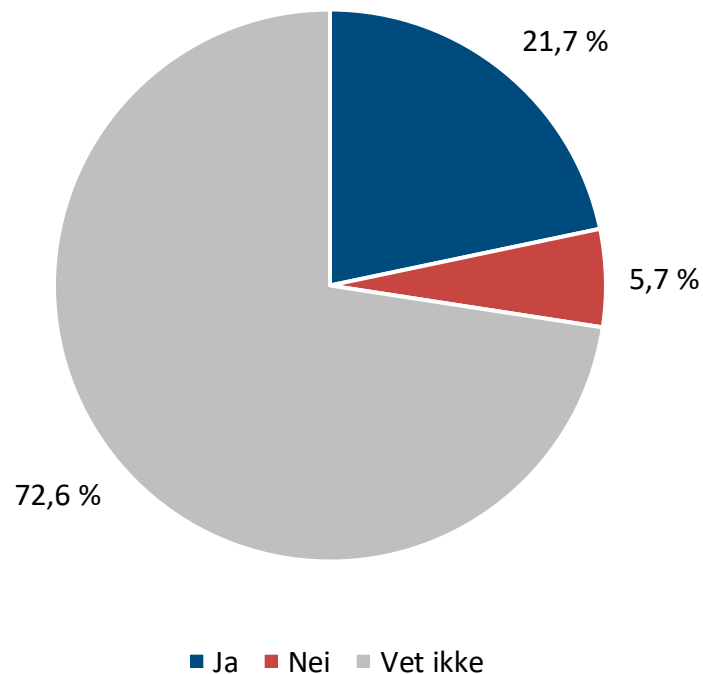
Arbeidsliv og bærekraft: Det grønne skiftet og fremtidsutsikter



- Blant de yrkesaktive respondentene, er det få som er bekymret for at deres arbeidsplass skal bli overflødig på grunn av det grønne skiftet (8 %).
- Det er ikke spesielt utbredt med bekymring for at egen kompetanse skal bli mindre relevant på grunn av det grønne skiftet (6 % av respondenter som er yrkesaktive, studerer/går på skole eller søker jobb).

3 av 4 vet ikke om banken deres tilbyr produkter og tjenester med grønn profil

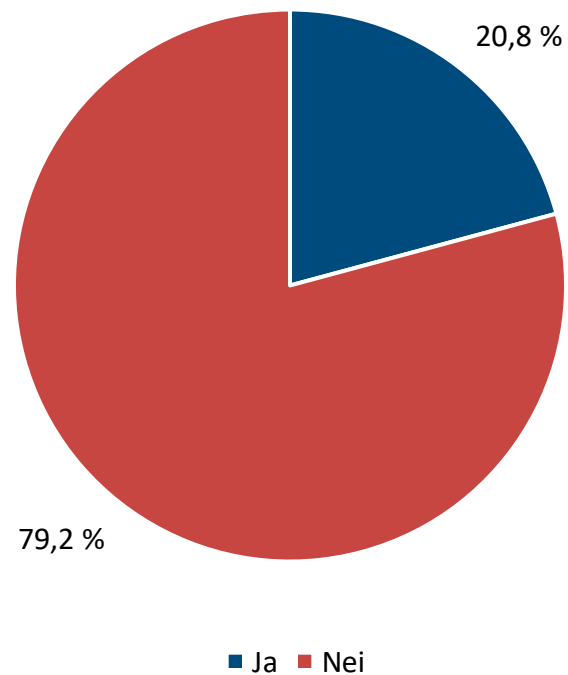
Tilbyr banken din produkter og tjenester med grønn profil?



- 22 % oppgir at banken deres tilbyr produkter og tjenester med grønn profil. De aller fleste, 73 %, svarer «vet ikke».

1 av 5 har kjennskap til grønne finansieringsløsninger

Har du kjennskap til grønne finansieringsløsninger?



- 21 % oppgir at de har kjennskap til grønne finansieringsløsninger.