

Klimabarometeret 2022

**Befolkningens holdninger og atferd
i forhold til klima og klimapolitikk**

Litteraturhuset

3. november 2022 kl 13:00 – 15:00

KANTAR

eva.fosby.livgard@kantarc.com



Om undersøkelsen

Kantar Klimabarometer er en uavhengig, årlig undersøkelse.

Formålet er å kartlegge befolkningens holdninger og atferd i forhold til klima og klimapolitikk.

Målingen har vært gjennomført siden 2009, dette er den 13 målingen.

Mer enn 2000 respondenter.

Datainnsamling ble gjennomført 7. – 22. juni 2022.



Gjennomført i samarbeid med





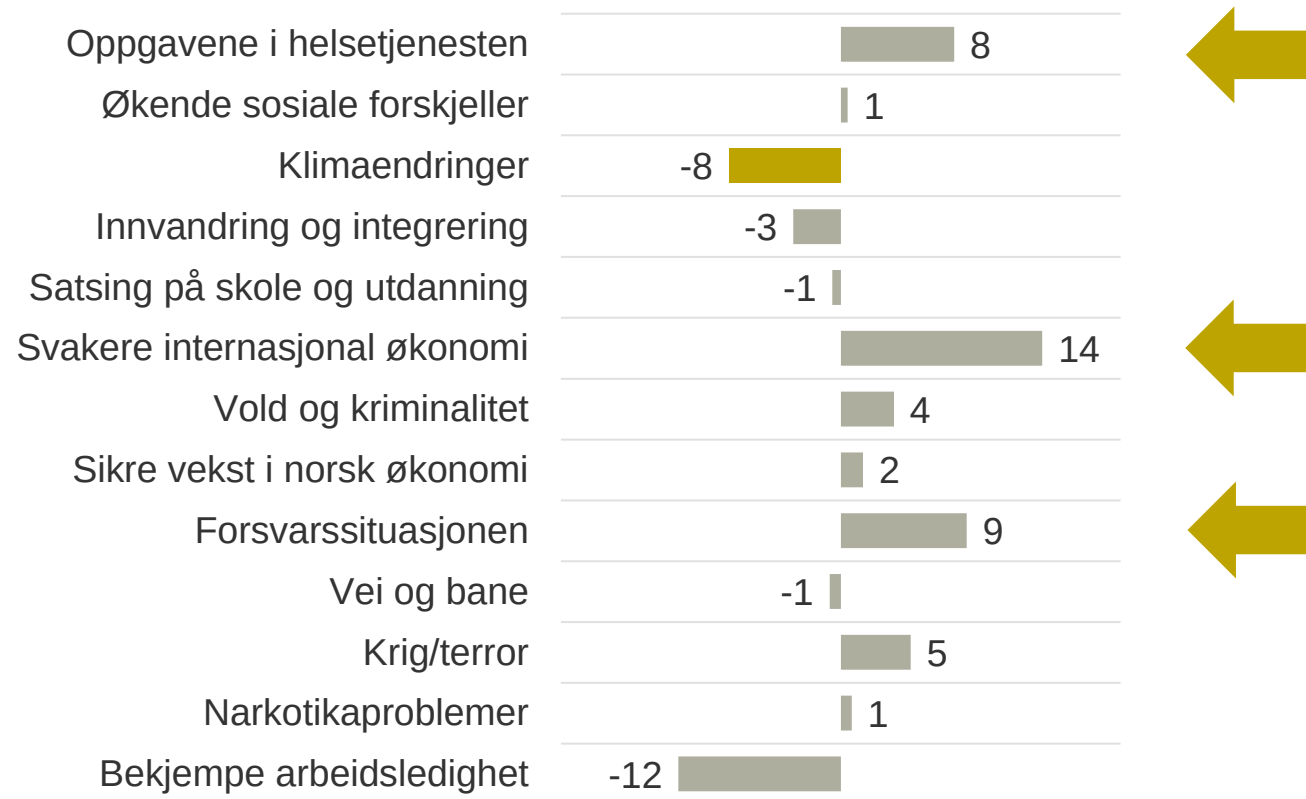
Pandemi og krig i Ukraina setter sett preg på årets resultater

38% ser «klima» som en av de tre største utfordringene for landet vårt



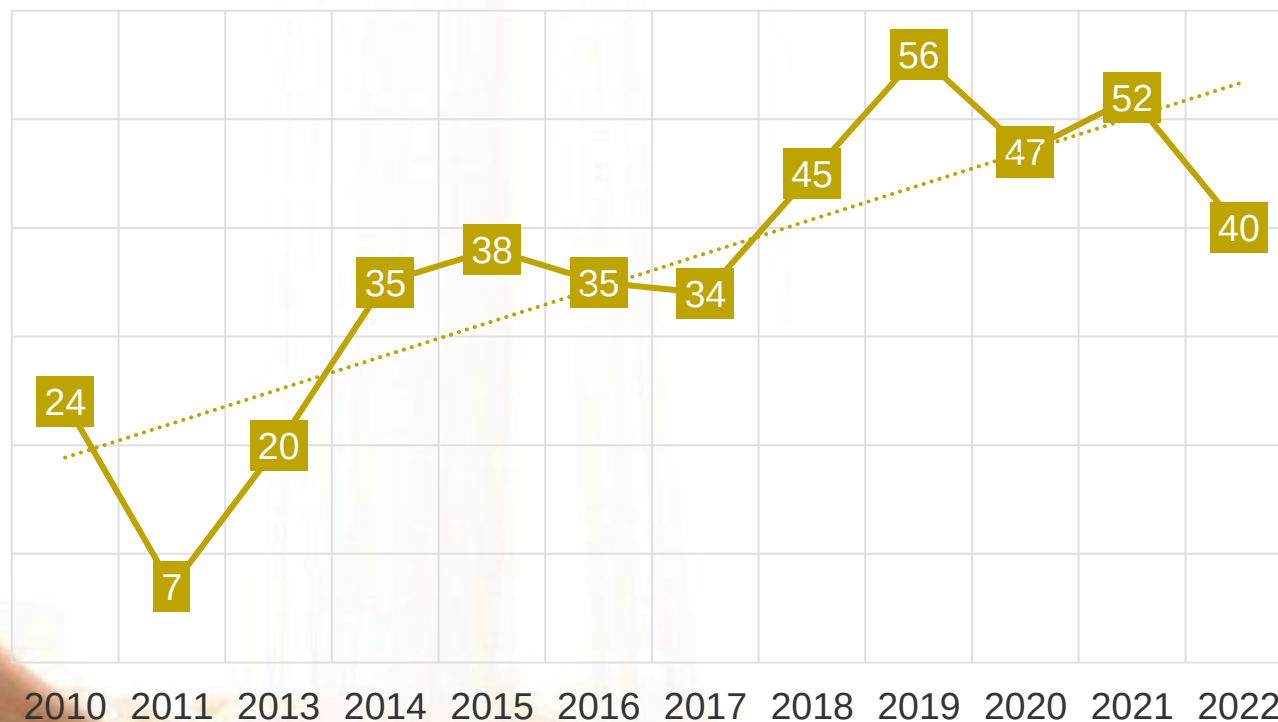
Flere er bekymret for den internasjonale økonomien og for forsvarssituasjonen vår

%-poeng endring fra 2021



Klimaengasjementet blant ungdommen avtar

Andelen av aldersgruppen under 30 år som ser «Klimaendringer» som en av de tre viktigste utfordringene Norge står overfor



Prioritering av «klima» i de ulike alderskategoriene

Under 30 år



1. Økende sosiale forskjeller 48% (0)
2. Oppgavene i helsetjenesten 42% (+13)
3. Klimaendringer 40% (-12)

30 – 44 år



1. Økende sosiale forskjeller 49% (+3)
2. Oppgavene i helsetjenesten 47% (+10)
3. Klimaendringer 40% (-9)

45 – 59 år



1. Oppgavene i helsetjenesten 50% (+8)
2. Økende sosiale forskjeller 46% (+2)
3. Klimaendringer 31% (-10)

60 år+



1. Oppgavene i helsetjenesten 52% (+5)
2. Økende sosiale forskjeller 47% (-1)
3. Klimaendringer 42% (0)

Tall i parentes viser prosentpoeng endring fra 2021

«Klima» er blant topp-tre saker i alle velgergrupper, men klimaengasjementet er ikke like sterkt som tidligere



Topp 3 av 14 saker

Sosiale forskjeller 79% (-7)	Klimaendringer 72% (-6)	Sosiale forskjeller 56% (-8)	Klimaendringer 81% (-13)	Sosiale forskjeller 58% (+12)	Klimaendringer 69% (-9)	Sosiale forskjeller 43% (+11)	Helsetjenesten 49% (0)	Innvandring 53% (-16)
Klimaendringer 57% (+3)	Sosiale forskjeller 68% (-15)	Helsetjenesten 50% (+8)	Sosiale forskjeller 59% (+1)	Helsetjenesten 45% (-5)	Helsetjenesten 52% (+22)	Helsetjenesten 42% (+12)	Klimaendringer 29% (-12)	Helsetjenesten 40% (+5)
Helsetjenesten 46% (+14)	Helsetjenesten 57% (+24)	Klimaendringer 43% (-1)	Helsetjenesten 36% (+7)	Klimaendringer 30% (+4)	Sosiale forskjeller 43% (+17)	Klimaendringer 37% (-19)	Skole og utdanning 26% (-1)	Kriminalitet 35% (+5)

Tall i parentes viser prosentpoeng endring fra 2021

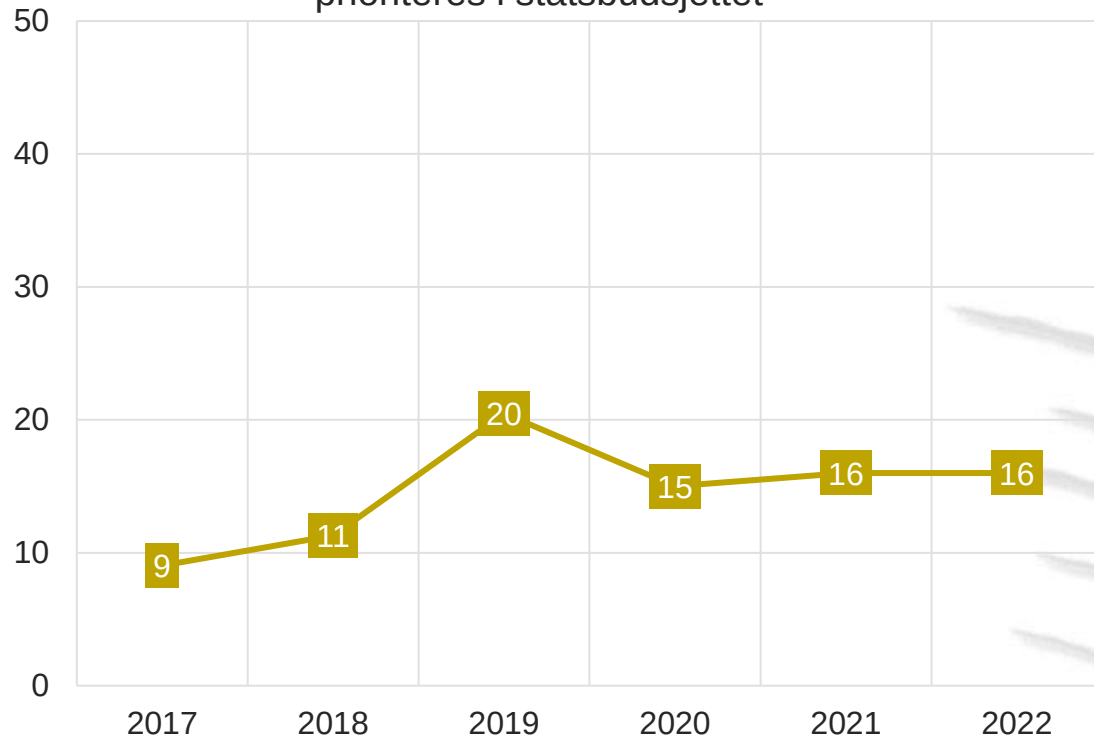
Viser de tre øverste av totalt 14 saker

Helse og omsorg

er fortsatt hva flest (30%) mener regjeringen bør prioritere i statsbudsjettet,

klima- og miljø ligger som nummer to med 16%

Andel av befolkningen som mener klima- og miljø må prioriteres i statsbudsjettet



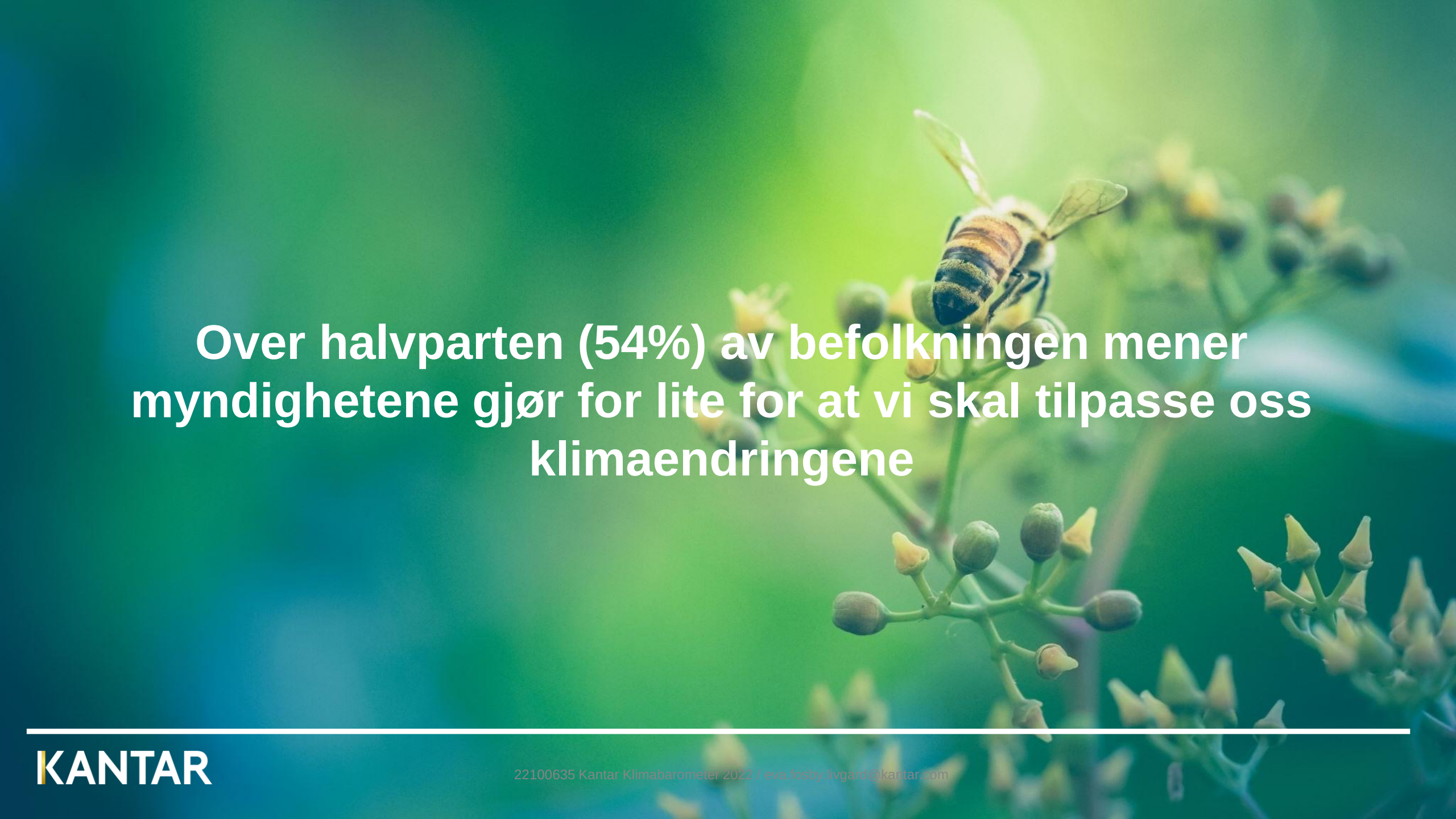
Statsbudsjettet:

Flere ønsker å prioritere helse, forsvar og olje/energi, færre vil prioritere arbeid og sysselsetting



%-poeng endring i andelen som mener sektoren bør prioriteres i statsbudsjettet





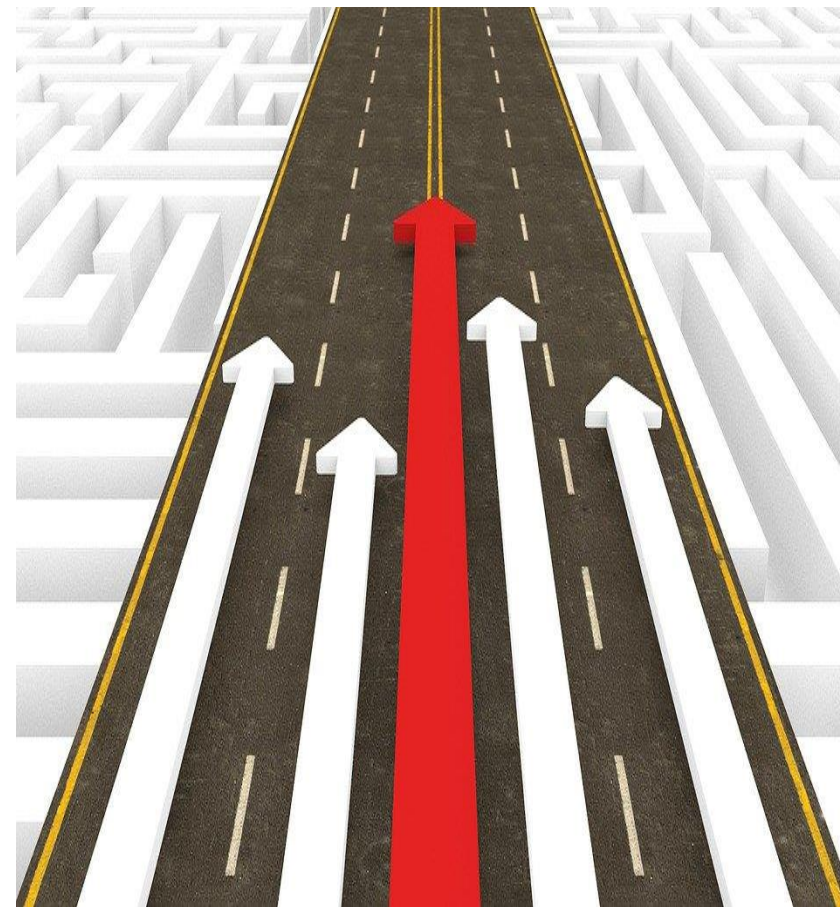
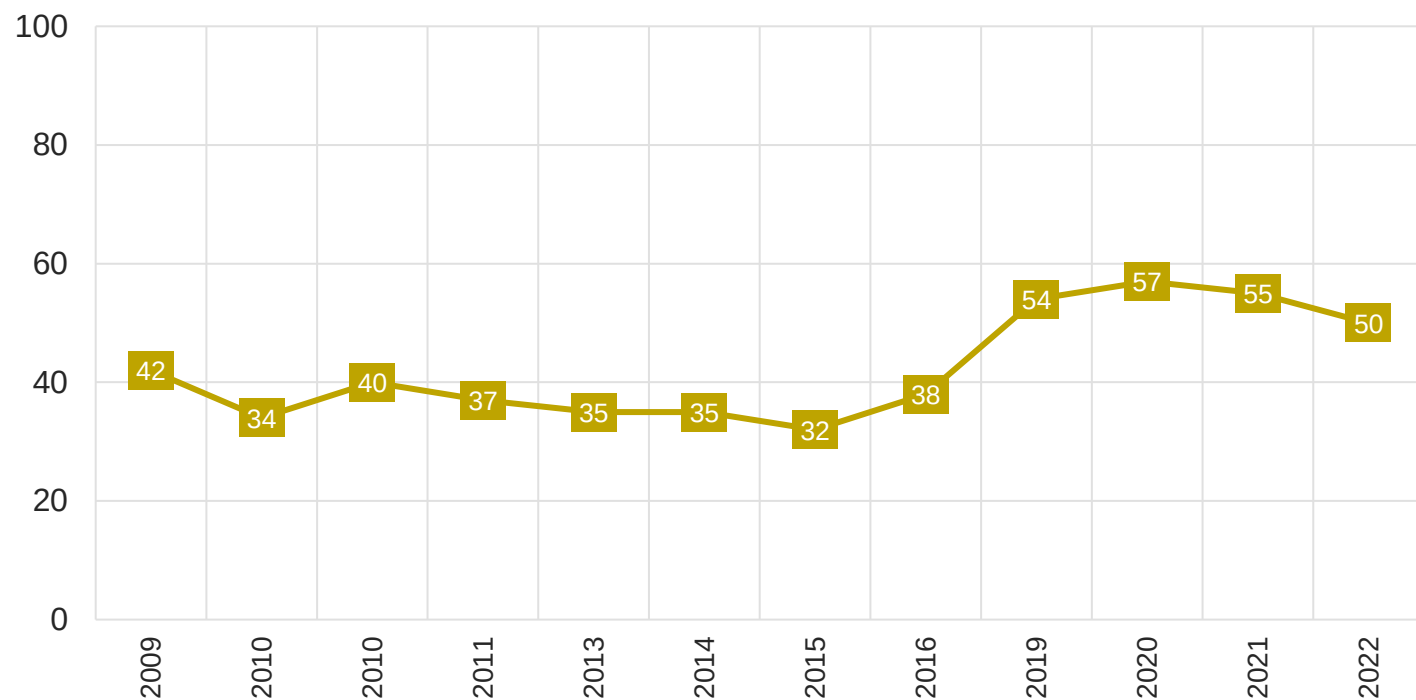
Over halvparten (54%) av befolkningen mener myndighetene gjør for lite for at vi skal tilpasse oss klimaendringene

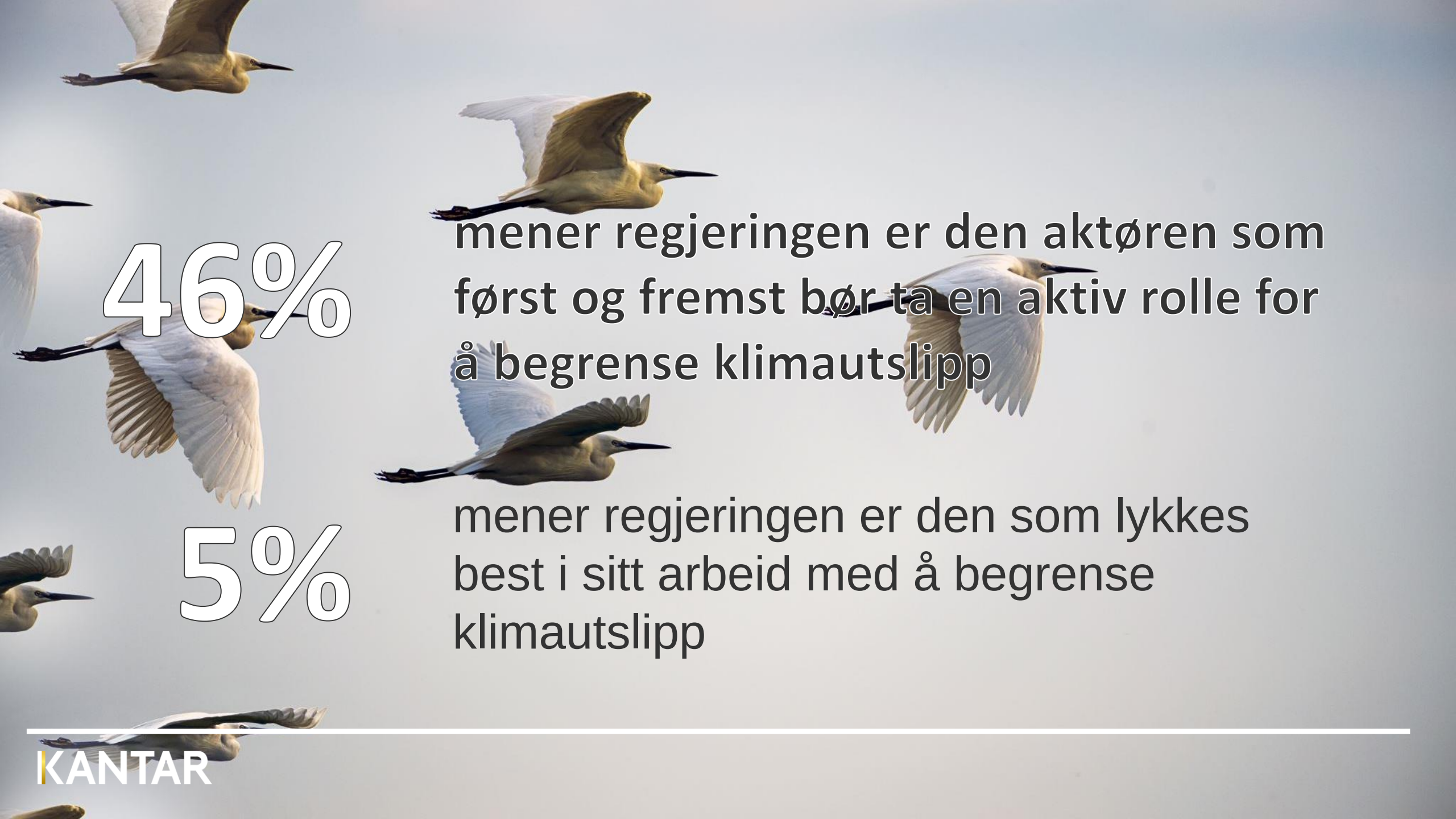


Halvparten (51%) av befolkningen
mener politikerne gjør altfor lite for å
begrense utslipp av klimagasser
i Norge

Færre ser Norge som foregangsland internasjonalt i klimaspørsmål

Andel som ser Norge som foregangsland internasjonalt i klimaspørsmål





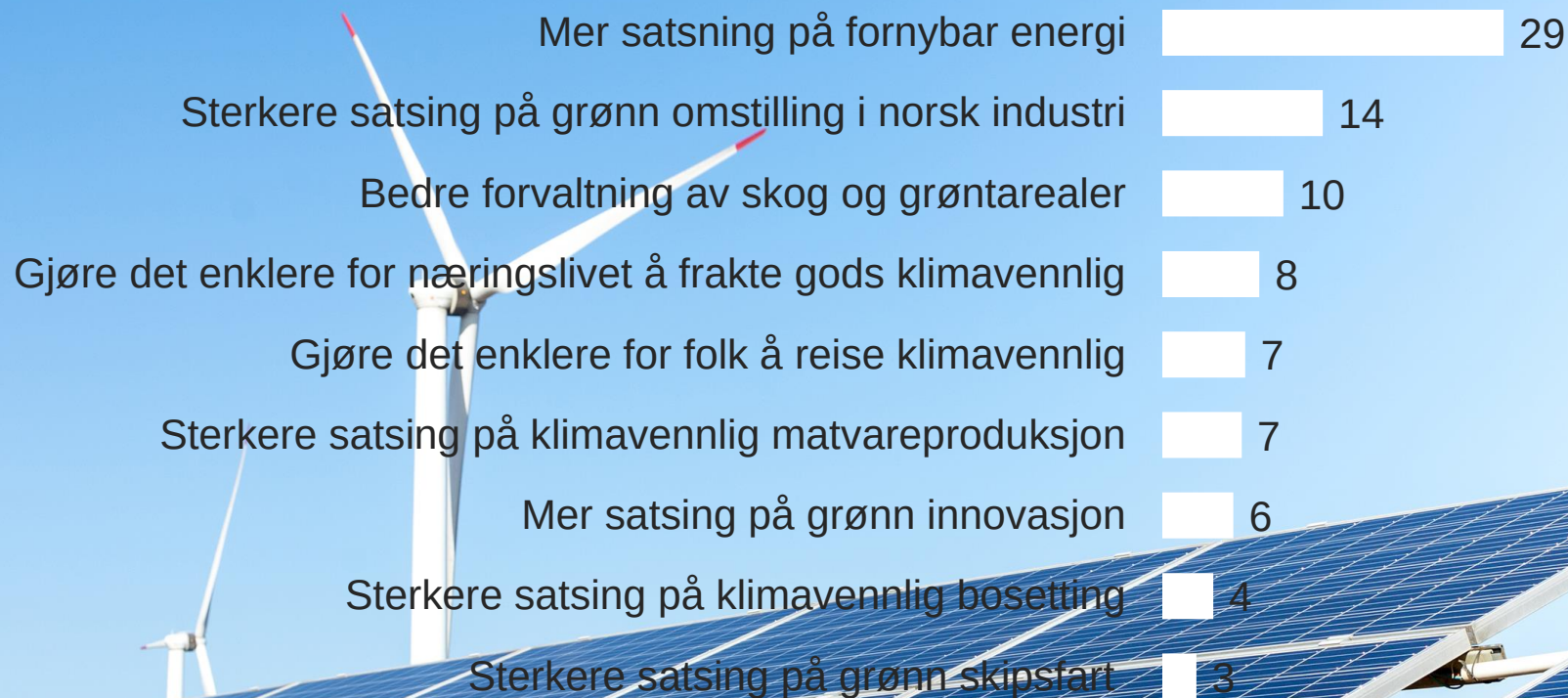
46%

mener regjeringen er den aktøren som
først og fremst bør ta en aktiv rolle for
å begrense klimautslipp

5%

mener regjeringen er den som lykkes
best i sitt arbeid med å begrense
klimautslipp

Sterkere satsning på fornybar energi er hva velgerne mener bør prioriteres i regjeringens klimaplan



**Over 40% har som følge av høye energikostnader måttet
vise nøysomhet eller hatt problemer
med å gjøre opp for seg**

De unge rammes hardest:

For 18% av aldersgruppen under 30 år
utgjorde energikostnadene mer enn
30% av inntekten sist vinter



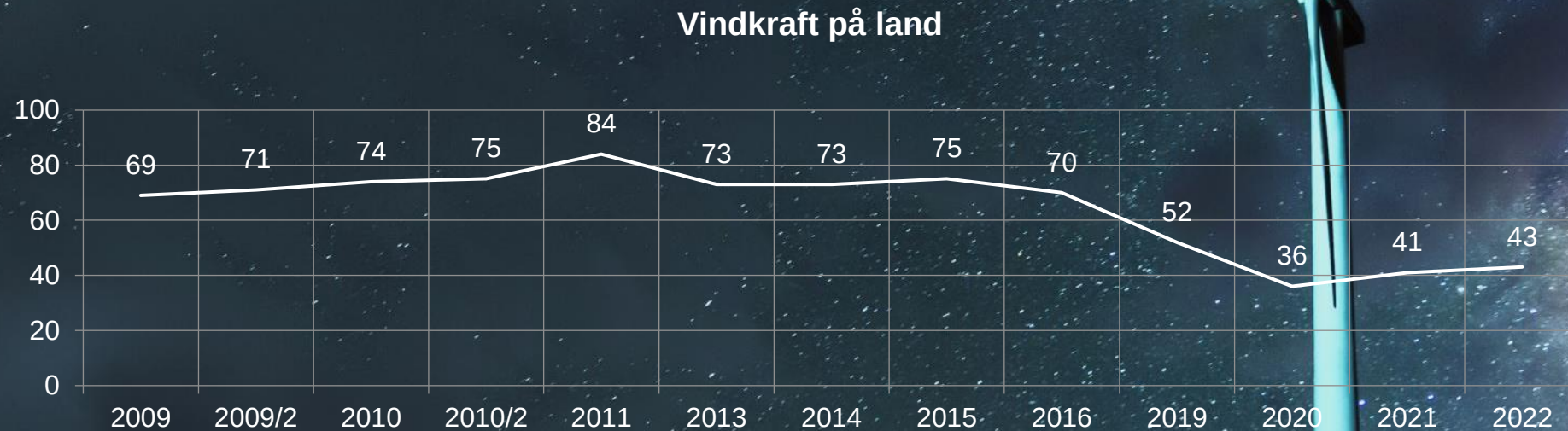
A photograph of two large, illuminated cooling towers of a nuclear power plant at night. The towers are glowing orange and their lights are reflected in the water in the foreground. The sky is dark blue.

41%

stiller seg positive til atomkraft
som energikilde

Betydelig økning fra 2009: 9%

Holdningen til landbasert vindkraft er svakt økende,



Holdningen til landbasert vindkraft er svakt økende,
mens andelen som stiller seg positive til havvinder
ligger temmelig stabilt



Flere stiller seg positive til olje som energikilde

- andelen øker fra 16% i 2016 til 35% i 2022

57% mener Norge bør fortsette å lete etter olje og gass

A photograph of three workers in an industrial setting, likely an oil field. They are wearing white hard hats, safety glasses, and high-visibility yellow and orange vests over red shirts. They are all looking upwards with expressions of interest or concern. The background is filled with large, dark industrial pipes and machinery. A yellow warning sign with a flame icon and the text "Danger compressed" is visible on a pipe to the right.

**Færre vil ofre arbeidsplasser
for at oljeindustrien skal gå fra å produsere
olje og gass til å produsere mer fornybar energi**

- andelen faller fra 65% til 57% det siste året

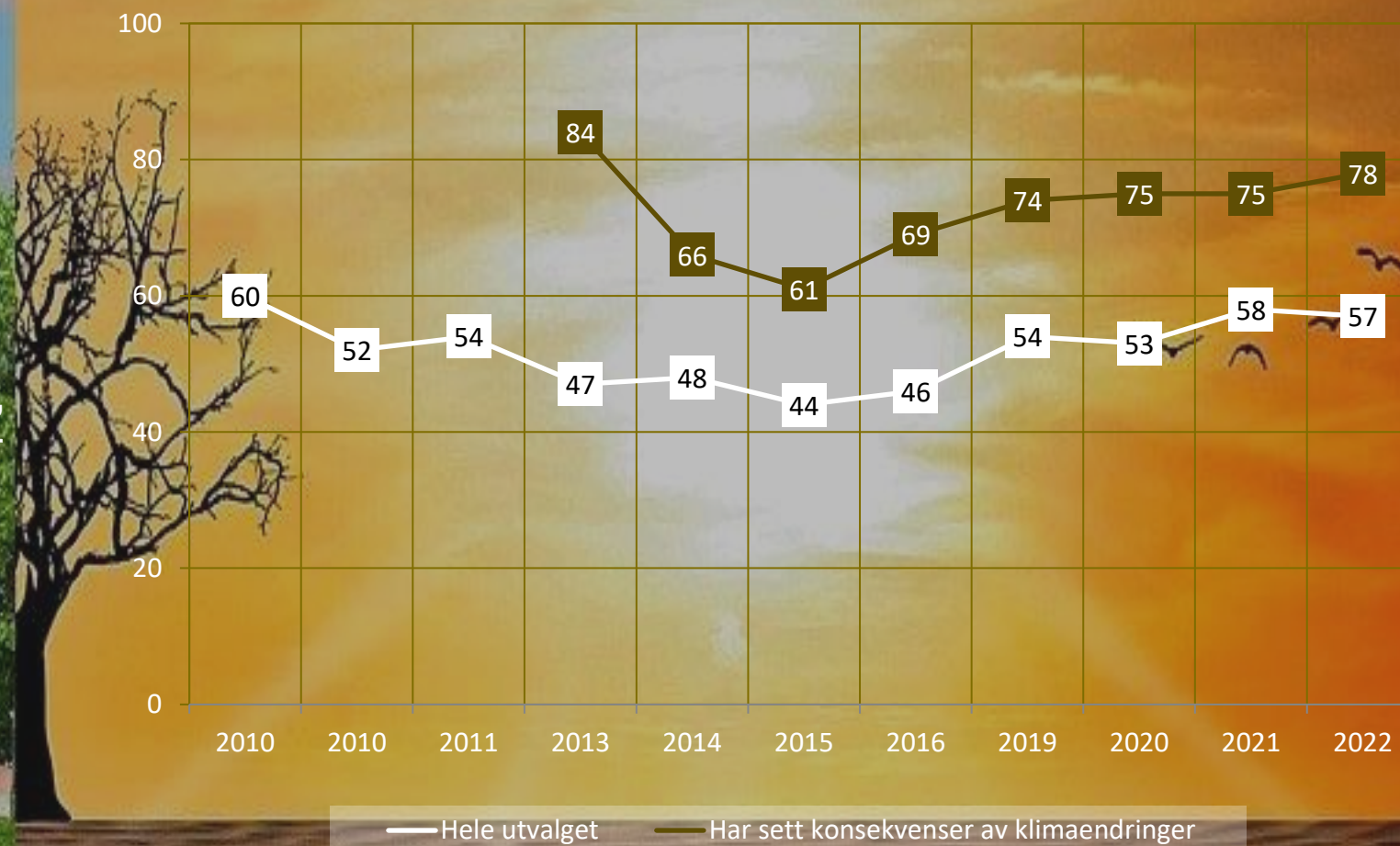
- 
- Mindre snø
 - Endringer i start/varighet av årstider
 - Høyere temperaturer
 - Mindre regn

30%
mener de har sett
klimaendringer
i sitt nærmiljø

2013: 11%

57%

bekymrer seg for
konsekvenser av klimaendringer,
de som har erfart klimaendringer
bekymrer seg mer (78%)
enn andre



For 48% vil mulig effekt av klimaendringer ha betydning for hvor de vil bosette seg

Det gjelder i vesentlig større grad de unge (70%)

Respondentene er gruppert i fire segmenter ut i fra sin holdning til klima

13% av befolkningen er
«Idealister»



Er svært opptatt av klimaspørsmål
og prioriterer hensynet til klima
i det daglige.

47% av befolkningen er
«Pragmatikere»



Er opptatt av klimaspørsmål,
men tar hensyn til klima
kun der det lar seg gjøre.

27% av befolkningen er
«Likegyldige»



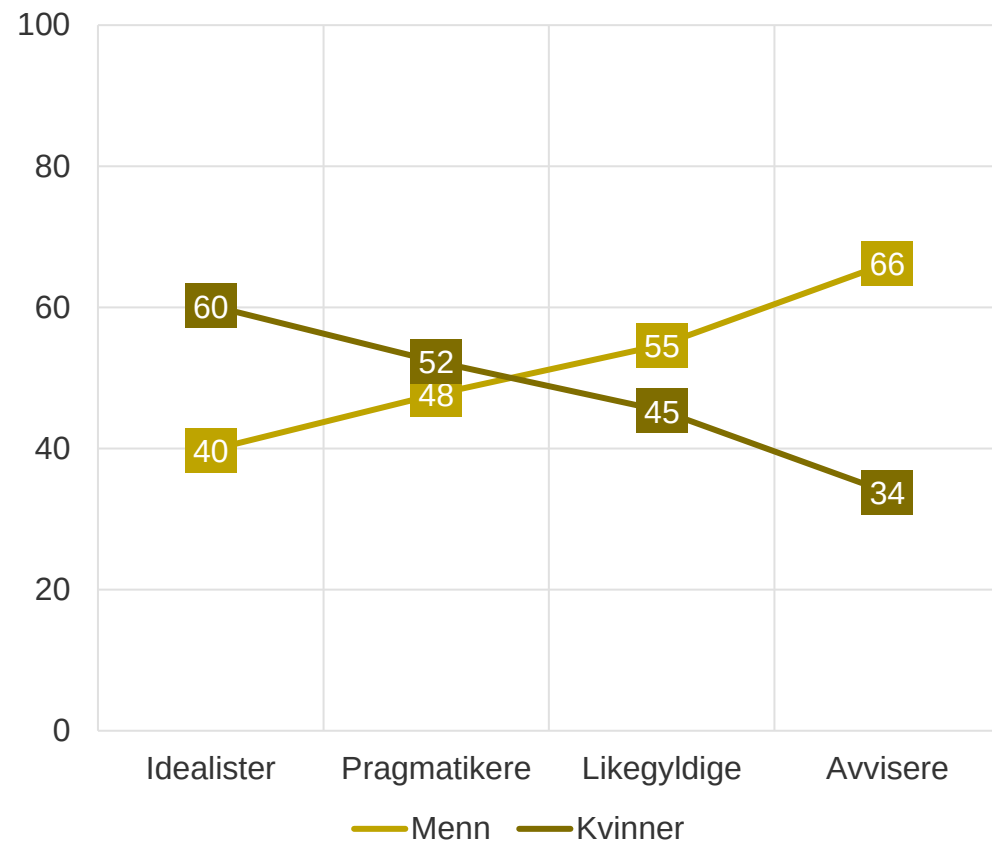
Er litt opptatt av klimaspørsmål,
men lar sjelden hensynet til klima
påvirke hverdagen.

10% av befolkningen er
«Avvisere»

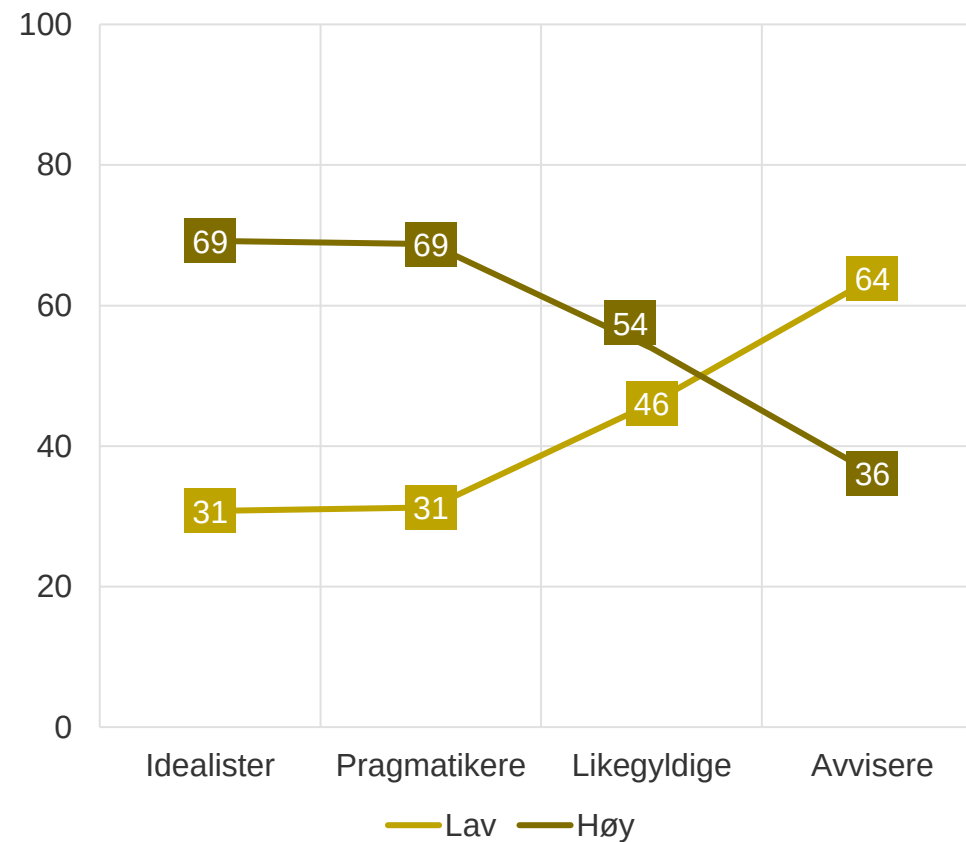
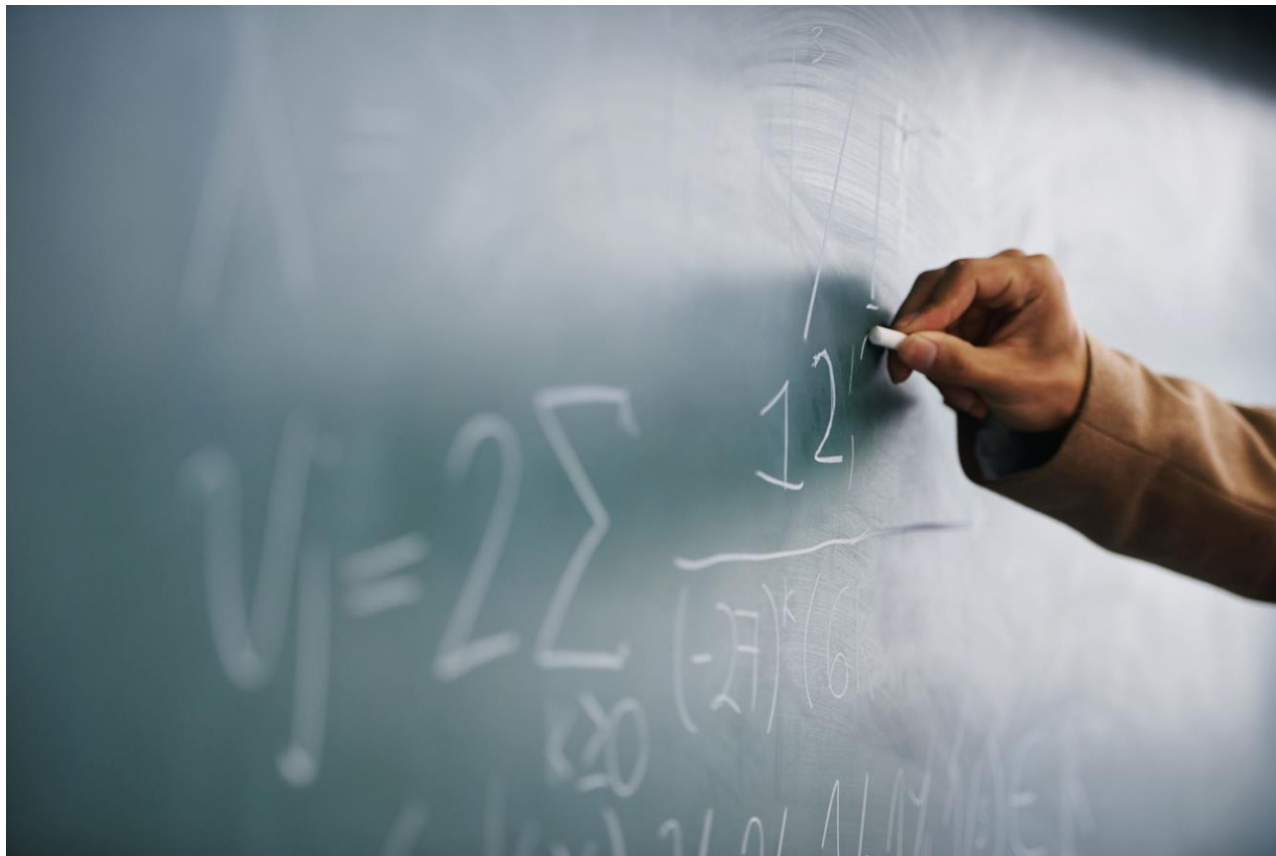


Er ikke opptatt av klimaspørsmål,
og lar ikke hensyn til klima
påvirke hverdagen.

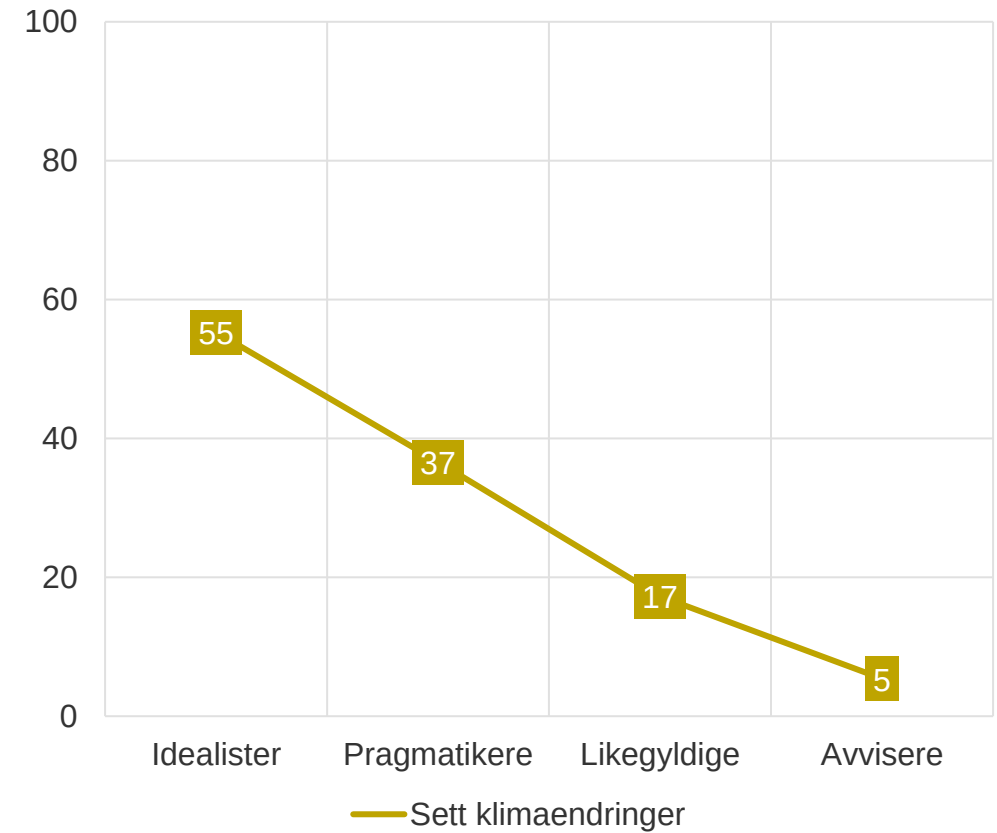
Kvinner er mer opptatt av klima enn menn



Jo høyere utdanning – desto sterkere er klimaengasjementet



Erfaringer med klimaendringer stimulerer interessen for klima



Mindre matsvinn, bedre kildesortering og redusert strømforbruk er hva flest har gjort det siste året for å redusere sitt eget fotavtrykk

Mindre matsvinn



47%

Kildesortering



46%

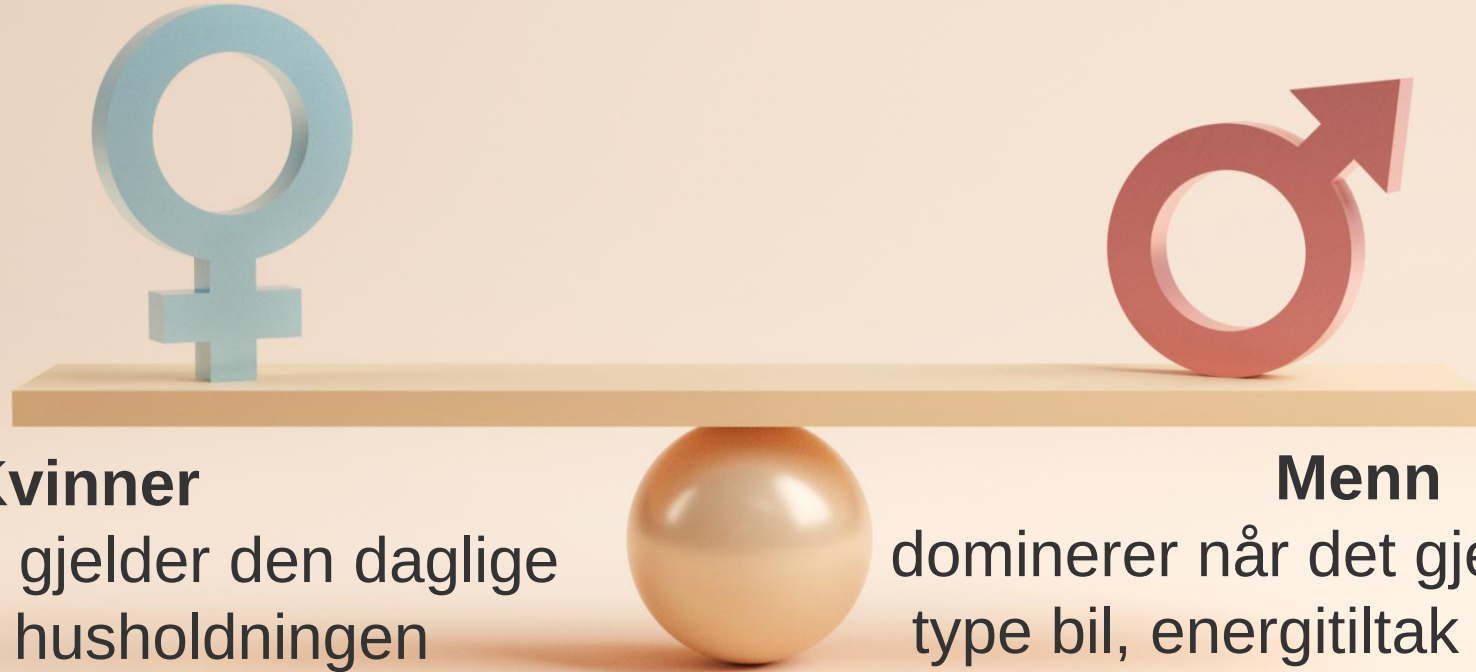
Redusert strømforbruk



41%

Mindre bruk av plast og emballasje og redusert personlig forbruk nevnes også av mange

Kvinner gjør mer for klima enn menn



Kvinner

gjør tiltak som gjelder den daglige driften av husholdningen

Menn

dominerer når det gjelder valg av type bil, energitiltak i boligen og valg av type strømvaktale

Lavere pris er hva flest mener må til for at de skal velge flere klimavennlige produkter



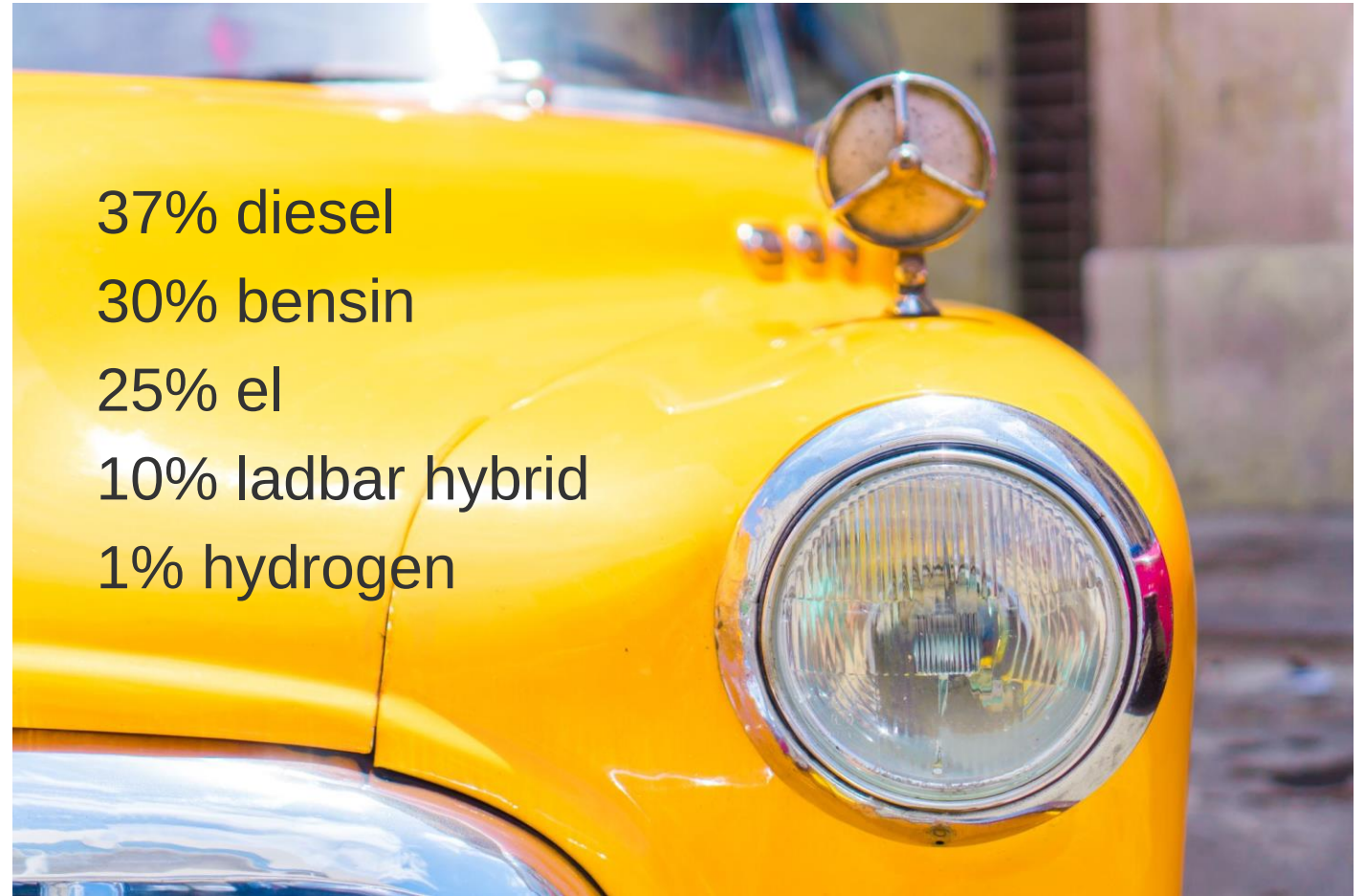
38% mener produkter med mindre klimabelastning må bli billigere

Opp fra 29% 2021



13% mener produkter med mest klimabelastning må bli dyrere

85%
eier eller
disponerer bil



37% diesel
30% bensin
25% el
10% ladbar hybrid
1% hydrogen

Bedre kollektivtilbud er hva flest mener må til for at de skal gå bort i fra å ha bil eller redusere bilbruken



Bedre
kollektivtilbud



Bedre
bildeingsordninger



Flere
sykkelveier

2%: Bedre byplanlegging, dyrere drivstoff, tilbud om skyss

50%

av de som eier eller disponerer bil,
er ikke villige til å gå bort i fra å ha bil,
eller å redusere bilbruken

38% er fornøyd med kollektivtilbudet der de bor

Andel ganske/svært fornøyd



Hvor fornøyd folk er,
avhenger av hvor i landet de bor

31% er villige til å endre reisemåte for å ta bedre vare på klima og miljø

20% har endret sine vaner og reiser
klima- og miljøvennlig så sant det er mulig

A man with dark hair and glasses, wearing a green jacket and blue jeans, is sitting on a black bench inside a modern glass bus stop. He is looking down at a smartphone in his hands. The bus stop has a glass roof and walls, and the background shows a grey concrete wall and a street.

Skal man få flere til å ta kollektivtransport til og fra jobb,
er det **fleksible priser** og **hyppigere avganger**
som først og fremst må til

For 26% av de yrkesaktive vil pris være avgjørende for at de skal bruke kollektiv transport i forbindelse med jobb. Like mange (26%) svarer at hyppigere avganger vil være avgjørende

A woman with long brown hair, wearing a yellow and grey plaid shirt and grey leggings, is sitting on a train seat. She is looking out a large window at a scenic mountain landscape with green hills and snow-capped peaks under a cloudy sky. A red backpack is on the seat next to her.

Pris

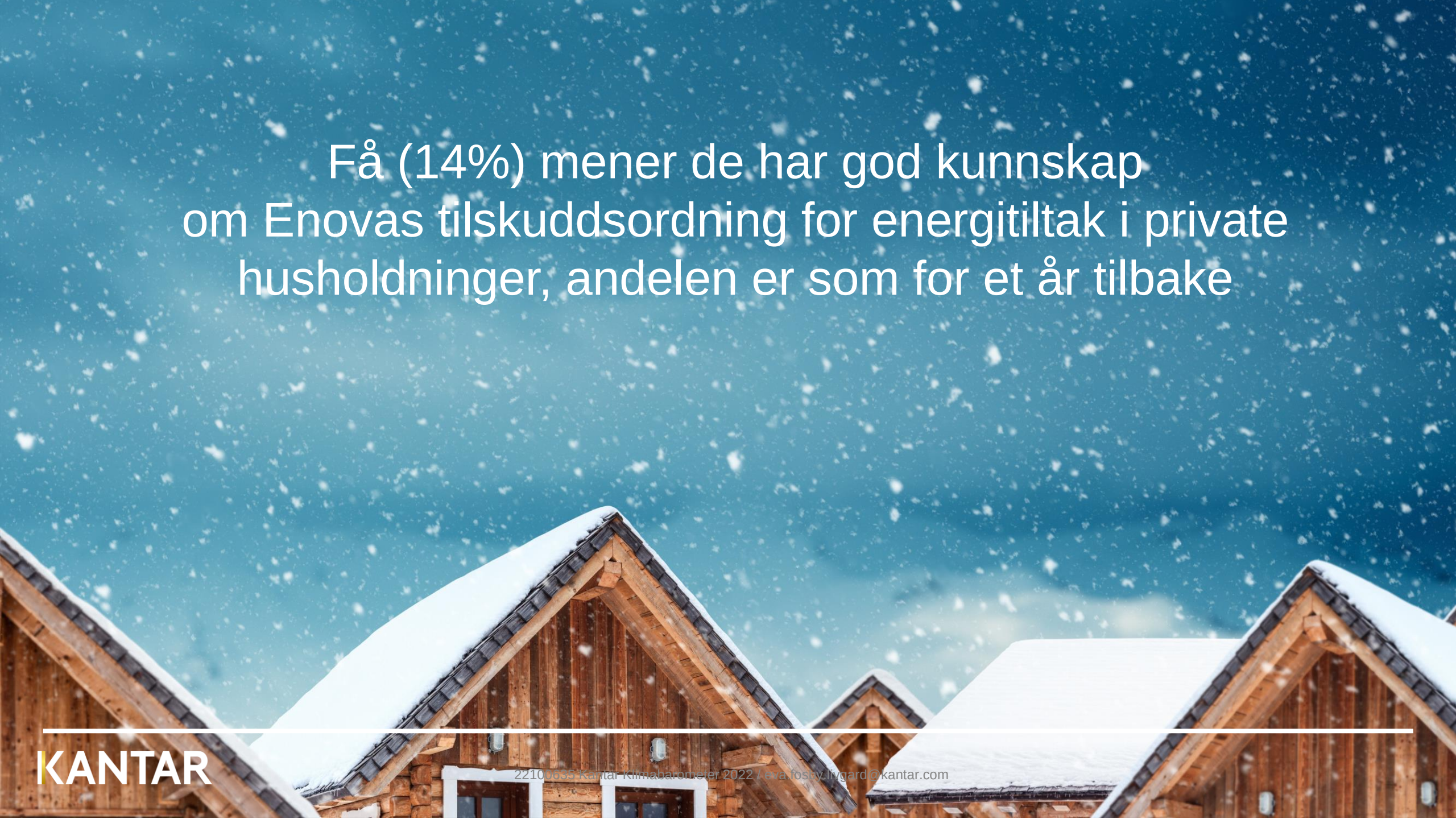
er en enda viktigere faktor for å få flere til å ta
buss eller tog i ferie eller fritid

41% av befolkningen mener pris vil være avgjørende
for at de skal bruke tog eller buss i forbindelse med ferie eller fritid



64%

Gratis eller rimeligere kollektivtransport
er hva flest mener myndighetene bør
prioritere for å tilrettelegge for
mer miljøvennlig transport

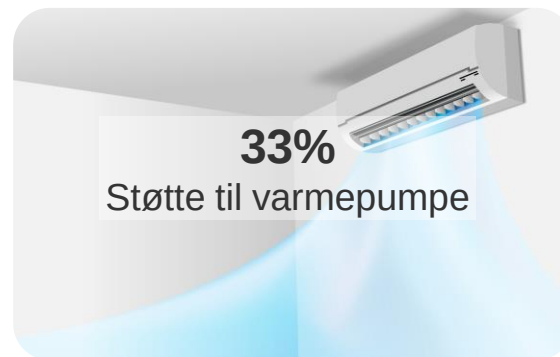


Få (14%) mener de har god kunnskap
om Enovas tilskuddsordning for energitiltak i private
husholdninger, andelen er som for et år tilbake

Størst interessert for støtte til å montere solcelleanlegg på egen bolig



For 18% er det ikke aktuelt å gjennomføre energieffektiviserende tiltak.



Økonomisk tilskudd eller skattefradrag (52%),
høy strømpris (41%) eller verdiøkning på boligen (37%)
er viktige motivasjonsfaktorer for å gjennomføre energiltak

31% vil iverksette tiltak av hensyn til klima





Pris

går som en rød tråd gjennom hele Klimabarometeret, og utpeker seg som en viktig driver for å få forbrukerne til å endre atferd

**Årets Klimabarometer er gjennomført i en tid
hvor de fleste av oss opplever store endringer i hverdagen**

**Pandemi, krig & konflikter, økende fokus på
samfunnssikkerhet & beredskap og svekket kjøpekraft
påvirker de fleste av oss**



**Klima oppfattes fortsatt som viktig,
men andre utfordringer rykker opp
og ansees som enda viktigere**

Takk for oppmerksomheten!

Presentasjonen kan lastes ned fra
www.kantar.no

For mer informasjon kontakt:
eva.fosby.livgard@kantat.com

KANTAR

