


A
BIGGER
CONTEXT

BÆRE- DYGTIGHEDS- BAROMETER

/2021



advice/



1. UDGAVE 04/21

ADVICE BÆREDYGTIGHEDSBAROMETER

Advice A/S
Gammel Kongevej 3E
1610 København V
adviceas.dk

Kontakt:
Martin Vith Ankerstjerne
Director & Partner
martin.a@adviceas.dk

“

VI STÅR PÅ
UBETRÅDT LAND.
VI STÅR I EN
SITUATION, SOM
IKKE LIGNER
NOGET, VI HAR
PRØVET FØR

Mette Frederiksen, statsminister.

INDHOLD

- 05/ **ADVICE BÆREDYGTIGHEDS-
BAROMETER**
- 06/ **ER BÆREDYGTIGHEDEN
STADIG GRØN?**
- 10/ **KAN VI MÆRKE OS TIL
BÆREDYGTIGHED?**
- 15/ **ER DANSKE VIRKSOMHEDER
FØRENDE?**
- 23/ **HVEM SKAL TAGE ANSVAR FOR
DEN GRØNNE UDVIKLING?**
- 28/ **HAR CORONAKRISEN FJERNET
FOKUS FRA BÆREDYGTIGHED?**
- 30/ **FEM FUND**
- 32/ **METODE**

ADVICE BÆREDYGTIGHEDS- BAROMETER

FORORD/

Bæredygtighed har med stor berettigelse fyldt meget både herhjemme og i den brede, internationale samfundsagenda gennem de senere år. Så da en dengang ukendt virus for godt et års tid siden bredte sig over hele verden og lagde sig som en tung tåge over vores hverdag, satte det gang i analyser og refleksioner over, hvad der nu ville ske med den bæredygtige omstilling.

Ville en dyb, økonomisk recession tvinge både private og offentlige aktører til at spænde livremmen ind og pause udvikling og investeringer i grøn og bæredygtig omstilling? Ville forbrugerne lade de kortsigtede økonomiske hensyn vinde over den ellers stigende tendens til at handle og forbruge mere bæredygtigt? Eller ville den nye verdensorden accelerere den bæredygtige omstilling med ny innovation, samarbejder og initiativer inden for alt fra klima og energi over diversitet til forbrug og produktion?

Det er nok stadig for tidligt at vove sig ud i et klart svar. Men vi må konstatere, at selv om corona i den grad har stjålet opmærksomheden, kan vi også se tilbage på et år,

hvor linjerne er blevet tegnet skarpt op inden for stort set alle de temaer, der på den ene eller anden måde påvirker bæredygtighedsagendaen i en bred forstand. Race, diversitet og ligestilling har konkurreret med pandemi, mink og vacciner om mediernes dagsorden.

Der findes nok ikke en virksomhed i dag, der ikke på den ene eller anden måde forholder sig til bæredygtighed og de strømninger, der præger verden omkring den – kunder, stakeholdere, medarbejdere og konkurrenter. Nogle virksomheder er langt fremme, mens andre famler efter at finde deres position og omsætte ambitioner til konkrete handlinger.

Men hvad er det egentlig, at danskerne forventer af den bæredygtige dagsorden? Og af virksomhederne? Og af dem selv? Det forsøger vi at give nogle meget konkrete svar på i dette års Bæredygtighedsbarometer. Men vi nøjes ikke med en rapport. Vi står naturligvis til rådighed, hvis du vil tale mere om bæredygtighed med os.

Rigtig god læselyst!

Mille Klink
CEO

ER BÆREDYGTIGHEDEN STADIG GRØN?

01/

Selvom FN's definition af bæredygtighed mildest talt er særdeles rummelig, så viste sidste års Bæredygtighedsbarometer, at danskerne i høj grad forbandt begrebet med miljø og natur samt klima. Men hvis der nogensinde har været et år, hvor opfattelsen af bæredygtighed som værende grøn har været udfordret, så må det være det forgangne år.

Vi var knapt kommet i gang med 2020 før en verdensomspændende pandemi satte sig tungt på alles dagsorden. I meget lang tid har vi ikke diskuteret meget andet end corona og de spørgsmål, der knytter sig til pandemien. Det har handlet om testkapacitet, mink og vacciner. Al snak om klimaet gled i baggrunden – og samvittigheden blev dulmet af, at pandemien automatisk sænkede vores udledning af CO₂.

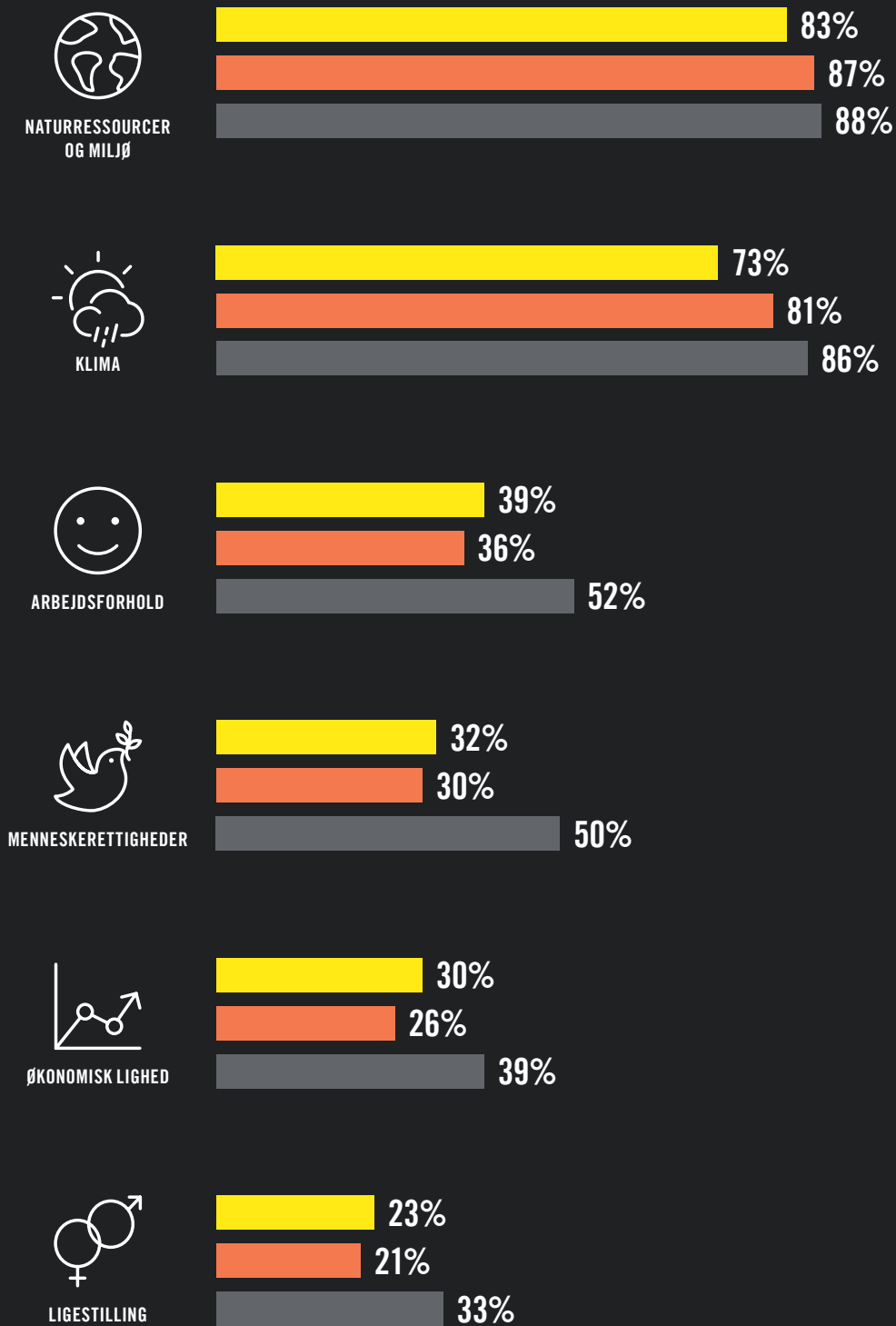
Men der skete også noget i 2020, der ikke direkte havde med corona at gøre. Da politiet i Minneapolis, USA med et knæ på halsen i ni minutter og 29 sekunder dræbte den 46-årige sorte amerikaner George Floyd foran rullende kameraer, udløste det voldsomme protester. Protester, der i form af bevægelsen Black Lives Matter også nåede vores hjemlige breddegrader.

Senere på sommeren satte vært ved Zulu Comedy Galla, Sofie Linde Ingversen, gang i en omfattende dansk bølge af MeToo-bevægelsen, der siden hen har kostet både politikere og journalister deres job. Mest fremtrædende var den radikale Morten Østergaards fald fra partitoppen samt Frank Jensens exit som overborgmester i København.

“**JEG HAR VÆRET I MEDIEBRANCHEN I 12 ÅR, OG HVIS VI NU SKAL VÆRE ÆRLIGE, OG DET SKAL VI JO, SÅ HAR JEG MØDT EKSTREMT MANGE MAGTFULDE MÆND, DER HAR VÆRET PISSE ULÆKRE.**

Sofie Linde Ingversen, TV-vært, skuespiller og forfatter.

OPFATTELSE AF BÆREDYGTIGHED I 2019-2021:



Samtidig lagde 2020 også bagtæppe til en historisk amerikansk præsidentvalgkamp, hvor fronterne var trukket hårdere op end nogensinde tidligere, og hvor corona var med til at sikre, at intet var som normalt.

Der har således været mange årsager til at tro, at danskernes opfattelse af bæredygtighed ville tage et kæmpe skridt tilbage mod 2019, hvor arbejdsforhold, menneskerettigheder, økonomisk lighed og ligestilling fyldte mere.

Natur og miljø dominerer stadig

Selvom danskerne har taget et skridt i den retning, er der på ingen måde tale om et kæmpe skridt. Tværtimod kan man nærmere konkludere, at danskerne holder fast i deres opfattelse af, at bæredygtighed handler om miljø, natur og – i lidt mindre grad – klimaet.

For 83 procent af danskerne handler bæredygtighed om naturressourcer og miljø, hvilket er lidt færre end de foregående to år. Samme udvikling er sket for klimaet, hvor 73 procent er enige eller helt enige i, at det er en del af bæredygtighedsbegrebet. For to år siden stod klimaet noget stærkere i bæredygtighedsopfattelsen, idet 86 procent dengang var enige i, at klima er lig bæredygtighed.

Som det fremgår af figuren på forrige side, er der sket en meget beskeden vækst i, hvor mange der mener, at begreber som arbejdsforhold, menneskerettigheder, økonomisk lighed og ligestilling er en del af, hvad man opfatter som bæredygtighed. Og vi er ikke tilbage i nærheden af tallene for 2019.

Bæredygtighed på pause – for nu

2020 blev altså året, hvor det massive fokus på bæredygtighed blev suspenderet til fordel for corona-pandemien. Helt på pause var arbejdet med den grønne omstilling dog ikke. Vi fik fx vedtaget en klimalov, som skal sørge for, at Danmarks udledning af drivhusgasser reduceres med 70 procent i 2030. Men pandemien har fyldt og udskudt rigtig meget af arbejdet med at folde ambitionerne ud med konkrete handlinger. Alligevel tyder vores tal på, at danskerne fortsat forbinder bæredygtighed med den grønne dagsorden. Derfor vil den grønne omstilling uden tvivl også påvirke indeværende år, hvor det helt sikkert vil fylde i valgkampen, der skal besætte posterne i landets by- og regionsråd.



70%
REDUKTION AF
DRIVHUSGASSER
I 2030

KAN VI MÆRKE OS TIL BÆREDYGTIGHED?

02/

Hvis man tvivler på, at mærkning af varer virker på vores adfærd som forbrugere, er det interessant at se på udviklingen i salget af økologiske fødevarer. Her har et simpelt 'Ø-mærke' opbygget troværdighed og understøttet en udvikling, hvor salget af økologiske fødevarer er steget markant gennem flere år. Så mærkning virker.

Spørgsmålet er, om man gennem mærkning kan hjælpe forbrugerne til at blive mere bæredygtige i deres indkøb? Danskerne anerkender i hvert fald, at en bæredygtig udvikling kræver, at deres forbrugsvaner ændres. Seks ud af ti er enige i, at det forholder sig sådan, og kun otte procent er uenige. Dermed er lidt flere enige i 2021 sammenlignet med 2020, og en anelse færre er uenige. Fire ud af ti tænker også over, om de varer de køber er bæredygtige.

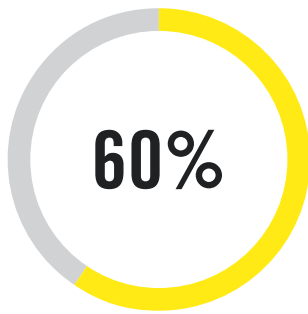
Men det står også klart, at danskerne ikke finder det let at vurdere, om en vare er bæredygtig. Næsten halvdelen af danskerne mener ikke, at det er let. Og hver tredje er hverken enig eller uenig i, at man let kan vurdere, om en vare er bæredygtig. Dermed er det kun cirka 15 procent af danskerne, der mener, at de let kan vurdere en vares bæredygtighed. Og det er tal, der stort set er uændret sammenlignet med året før.

Selvom det kan være svært at vurdere, om en vare er bæredygtig, behøver det ikke at

være et stort problem. For hvis forbrugeren alligevel føler sig velinformeret om, hvilke varer, der er bæredygtige, så kan det måske imødegå noget af den kompleksitet, der uden tvivl er, når man skal vurdere, om en tomat fra Spanien er mere bæredygtig end en væksthustomat fra Danmark. Desværre er det mindre end hver femte dansker, der føler sig velinformeret om, hvilke varer, der er bæredygtige.

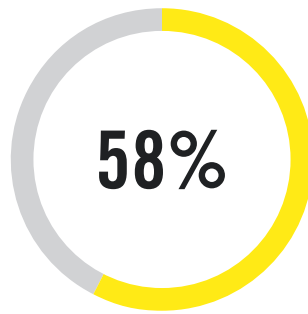
Meget tyder altså på, at øget information om bæredygtighed vil kunne hjælpe de danske forbrugere. Måske. For det er også kun knapt 40 procent af danskerne, der er enige i et udsagn om, at de tænker over, om de varer, de køber er bæredygtige. Det til trods for – og det kan virke modsætningsfyldt – at halvdelen af danskerne mener, at deres forbrug er blevet mere bæredygtigt igennem det seneste år. Den anden halvdel mener, at forbruget hverken er blevet mere eller mindre bæredygtigt. Samtidig forventer halvdelen af danskerne også, at deres forbrug vil blive endnu mere bæredygtigt de kommende 12 måneder.

Konklusionen må være, at når forbrugerne tænker over deres indkøb, så vil de gerne lægge vægt på bæredygtighed, men de er udfordret af, at det er svært at vurdere, om en vare er bæredygtig. Samtidig føler de sig ikke velinformede om, hvilke varer, der er bæredygtige.



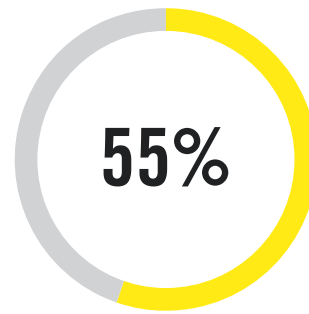
60%

En bæredygtig udvikling kræver, at jeg ændrer mine forbrugsvaner.



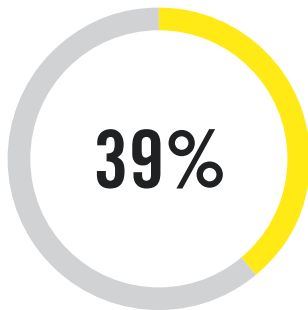
58%

Mine handlinger har betydning for udviklingen i verden.



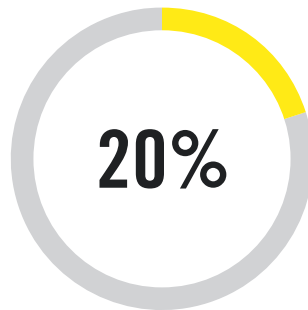
55%

Mit daglige forbrug har betydning for udviklingen i verden.



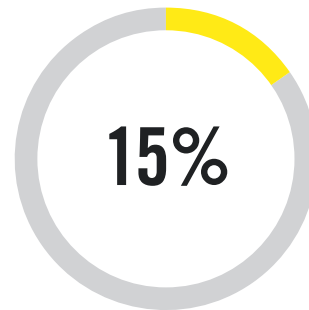
39%

Jeg tænker over, om de varer, jeg køber, er bæredygtige.



20%

Jeg føler mig velinformeret om, hvilke varer der er bæredygtige.



15%

Det er let at vurdere, om en vare er bæredygtig.

Danskerne har taget stilling til bæredygtighed

Igen i år har vi kigget på, hvordan danskerne grupperer sig om deres holdninger til bæredygtighed. Og årets barometer viser også i år store forskelle i måden, man opfatter bæredygtighed på; om det er et globalt eller lokalt problem, om ens egne handlinger gør en forskel, om bæredygtighed udelukkende handler om klima og miljø, eller om man oplever bæredygtighed bredere end det grønne.

Sidste år identificerede vi fem segmenter, mens vi i år, ved hjælp af samme algoritme, kun har identificeret fire segmenter.

Segmentet, som ikke kunne identificeres i år, er dem, vi sidste år kaldte "De apatiske". Dette segment havde svært ved at forholde sig til bæredygtighed og var i det hele taget uafklarede i deres holdninger til bæredygtighed.

At vi ikke har kunnet identificere dette segment i år viser, at flere danskere i højere grad har taget stilling og fået en holdning til bæredygtighed. De apatiske er altså blevet indsluset i de fire øvrige segmenter. Dermed kan man konkludere, at danskerne generelt er blevet mere afklarede om deres holdning til bæredygtighed under corona-pandemien.



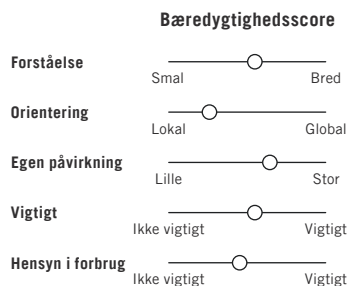
Alder Ligeligt repræsenteret i alle aldersgrupper.

Køn Lille overrepræsentation af mænd (57,7%).

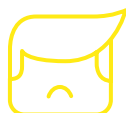
Uddannelse Underrepræsenteret blandt folk med lang videregående uddannelse.

Region Ligeligt fordelt i hele landet.

DE LOKALE



De lokale udgør med 29 procent mere end hver fjerde dansker. De kendetegnes ved deres holdning til, at det er vigtigst at fokusere på bæredygtighed inden for Danmarks grænser i stedet for globalt. For de lokale handler bæredygtighed især om klima, miljø og naturressourcer. De lokale synes, at der tales for meget om bæredygtighed, og de mener generelt ikke, at økonomiske hensyn må vige for bæredygtighedsdagsordenen. De er dog enige i, at deres egne handlinger gør en forskel, og de tænker derfor også over bæredygtighed, når de forbruger – men det er blot ét aspekt blandt mange, der påvirker deres forbrug. Blandt de lokale oplever blot 17 procent, at det er let at vurdere om en vare er bæredygtig eller ej, mens 19 procent føler sig velinformeret om hvilke varer, der er bæredygtige.



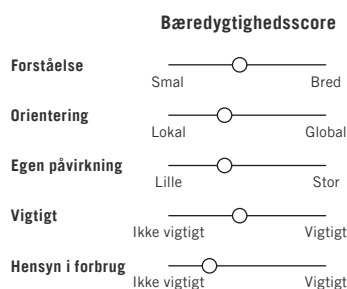
Alder Overrepræsenteret blandt 50-70 årige.

Køn Klart overrepræsenteret blandt mænd (70,8%).

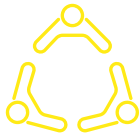
Uddannelse Overrepræsenteret blandt folk der har en kort uddannelse.

Region Overrepræsenteret i Nordjylland.

DE KRITISKE



Det kritiske segment er i år blevet en smule mindre og udgør cirka seks procent af den danske befolkning, mens det sidste år drejede sig om syv procent. De har en meget smal forståelse af bæredygtighed, som primært handler om naturressourcer og miljø, mens kun 43 procent også forbinder bæredygtighed med klima. De mener ikke, at bæredygtighed har meget med sociale eller økonomiske forhold at gøre. De kritiske mener, at vi skal fokusere på bæredygtighed lokalt fremfor globalt, og de synes, at der tales for meget om bæredygtighed. De afviser, at den bæredygtige udvikling går for langsomt, men de er ikke helt afvisende over for, at de økonomiske hensyn må vige for bæredygtighedsdagsordenen. De er i overvejende grad uenige i, at deres handlinger påvirker den bæredygtige udvikling, og derfor tænker de heller ikke bæredygtighed ind i deres eget forbrug. Det kan skyldes, at seks ud af ti ikke føler, at de er velinformede om, hvilke varer, der er bæredygtige. Samtidig er 62 procent uenige eller helt uenige i, at det er let at vurdere, om en vare er bæredygtig. Det kritiske segment er præget af en grundlæggende følelse af, at deres egne handlinger ikke gør en forskel i forhold til den bæredygtige udvikling, og at det desuden er svært at træffe det bæredygtige valg i deres eget forbrug.



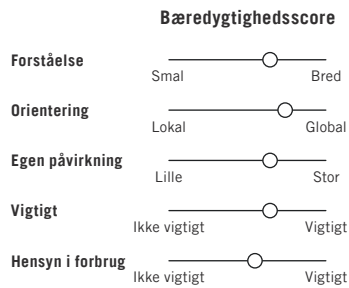
Alder Ligeligt repræsenteret i alle aldersgrupper.

Køn Overrepræsenteret blandt kvinder (54%).

Uddannelse Overrepræsenteret blandt folk med en lang videregående uddannelse.

Region Ligeligt repræsenteret i hele landet.

DE FLESTE



Igen i år er 'de fleste' – som navnet antyder – den største gruppe, og segmentet er vokset fra cirka 40 procent sidste år til i år at udgøre 53 procent af danskerne. Deres forståelse af bæredygtighedsbegrebet er bredt og rummer både naturressourcer, miljø og klima samt faktorer som arbejdsforhold og menneskerettigheder. Bæredygtighed kræver, i deres øjne, et internationalt engagement. De fleste synes, at den bæredygtige udvikling går for langsomt, og de er overvejende enige i, at de økonomiske hensyn må vige for bæredygtighedsdagsordenen. De fleste mener, at deres egne handlinger i høj grad påvirker den bæredygtige udvikling. De tager derfor hensyn til bæredygtighed, når de selv forbruger. Det er kun 12 procent, der er enige eller helt enige i, at det er let at vurdere, om en vare er bæredygtig, mens 18 procent føler sig velinformede om hvilke varer, der er bæredygtige.



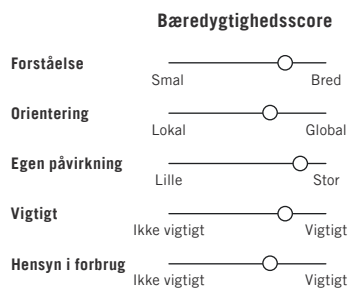
Alder Kraftigt overrepræsenteret blandt 18-29 årige.

Køn Overrepræsenteret blandt kvinder (53,4%).

Uddannelse Overrepræsenteret blandt folk med lang videregående uddannelse.

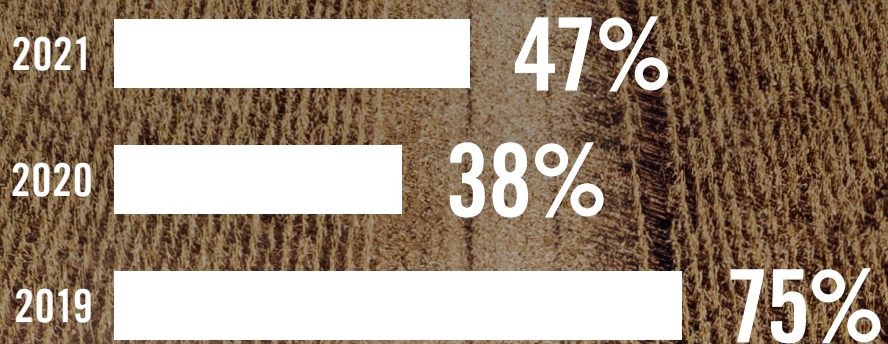
Region Overrepræsenteret i Region Hovedstaden.

DE PASSIONEREDE



Der er kommet mange flere passionerede siden sidste år. Fra at udgøre cirka seks procent af befolkningen, udgør de passionerede i år 13 procent. De passionerede brænder for en bæredygtig udvikling, og blandt de passionerede opfattes bæredygtighed bredt og omfatter derfor både grønne aspekter som klima, naturressourcer og miljø samt sociale og økonomiske aspekter som arbejdsforhold, ligestilling, økonomisk ulighed og menneskerettigheder. De passionerede mener, at bæredygtighed skal behandles internationalt, og de synes i høj grad, at den bæredygtige udvikling går for langsomt, og at de økonomiske hensyn må tilsidesættes til fordel for den bæredygtige udvikling. De ved, at deres handlinger har betydning for bæredygtigheden og tænker derfor også bæredygtigt, når de forbruger. De passionerede er samtidig det segment, hvor flest – hver fjerde – er enige i, at det er let at vurdere, om en vare er bæredygtig. Samtidig er det også dem, der føler sig mest velinformede om, hvilke varer, der er bæredygtige.

Andel, der er enige i, at danske virksomheder er førende i verden til at bidrage til den bæredygtige udvikling:



ER DANSKE VIRKSOMHEDER FØRENDE?

03/

For første gang i barometerets levetid er det i 2021 ikke en dansk virksomhed, der er kåret som verdens mest bæredygtige virksomhed af Corporate Knights. Men vi er stadig godt med. Ørsted snupper nemlig den samlede andenplads. Dermed er Ørsted for tredje år i træk det mest bæredygtige energiselskab i verden. Og vi har stadig Vestas og Chr. Hansen med blandt de 25 mest bæredygtige virksomheder i verden. Så vi kan godt være med i Danmark.

Danskerne mener også, at vores virksomheder gør det godt. Og de mener det i stigende grad.

I år er knapt halvdelen af danskerne enige i, at danske virksomheder er blandt de førende i verden, når det gælder om at bidrage positivt til den bæredygtige udvikling. Det er knapt ti procent-point mere end sidste år,

hvor kun 38 procent var enige eller helt enige i dette udsagn. Omvendt er det stadig markant færre end de 75 procent, der var enige i dette i 2019. Mænd har størst tiltro til, at de danske virksomheder er blandt verdens førende på bæredygtighedsområdet, hvilket 52 procent tilslutter sig. Kvinder er mere skeptiske, idet kun 42 procent mener, at danske virksomheder er blandt verdens førende.

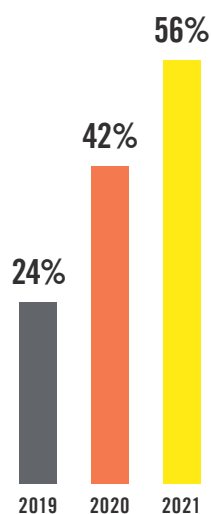
Bliver danske virksomheder bedre til at kommunikere bæredygtighed?

Ligesom sidste år mener omkring hver anden dansker, at det er relevant for dem at høre om virksomhedernes bæredygtighedsarbejde. Blandt unge i alderen 18-34 år er det i år hele seks ud af ti. Andelen af danskere, der oplever, at danske

Andel, der er enige i, at danske virksomheder er førende i verden til at bidrage til den bæredygtige udvikling – fordelt på køn:



Andel, der er enige i, at danske virksomheder er gode til at fortælle om deres arbejde med bæredygtighed:



virksomheder er gode til at fortælle om deres bæredygtige tiltag, er steget markant over de seneste år. Hvor det i 2019 blot var 24 procent, der var enige i dette, så var tallet i 2020 steget til 42 procent. I år fortsætter stigningen, hvor hele 56 procent af danskerne mener, at de danske virksomheder er gode til at fortælle om deres bæredygtige arbejde. Til trods for denne udvikling, synes fire ud af ti danskere dog, at virksomhederne overdriver deres indsats på bæredygtighedsområdet. De unge er især kritiske over for virksomhedernes kommunikation, og blandt de 18-34-årige mener hver anden, at virksomhederne overdriver.

Fødevarebranchen på vej frem

Når danskerne skal vurdere forskellige branchers bæredygtighed, opfatter danskerne fortsat energisektoren som den mest bæredygtige. Der er stor forskel på, hvilke brancher danskerne mener fremmer den bæredygtige udvikling. Seks ud af ti er enige i, at energisektoren fremmer den bæredygtige udvikling. Her er der et minimalt fald fra 62 procent i 2020 til 58 procent i år. På andenpladsen er fødevarebranchen hoppet op, mens dagligvarehandlen nu ligger på en tredjeplads. Det betyder, at de to brancher bytter plads i forhold til sidste år.

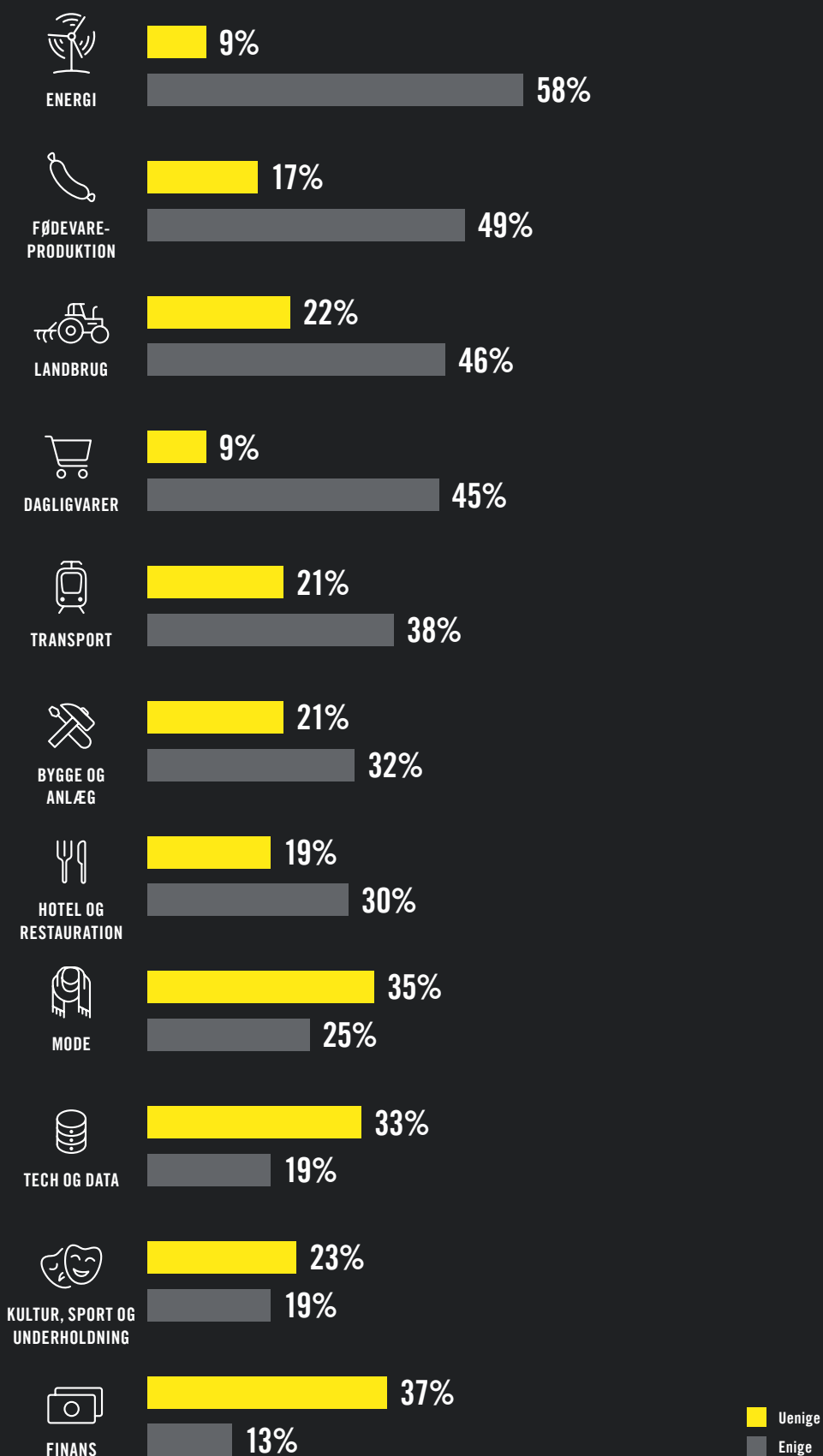
Den finansielle sektor skraber igen i år bunden. Kun 13 procent af danskerne synes, at den finansielle sektor gør noget for at fremme den bæredygtige udvikling. Fire ud af ti danskerne er direkte uenige, hvilket er en stigning fra sidste år, hvor tre ud af syv var uenige.

Hvad driver holdninger til branchernes bæredygtighed?

I år har vi kigget nærmere på, hvad der driver danskernes holdninger til, hvorvidt en branche er bæredygtig eller ej. I driveranalysen fokuserer vi på hvilke synspunkter, der kendetegner de danskere, der vurderer de forskellige brancher som mere bæredygtige end gennemsnittet.

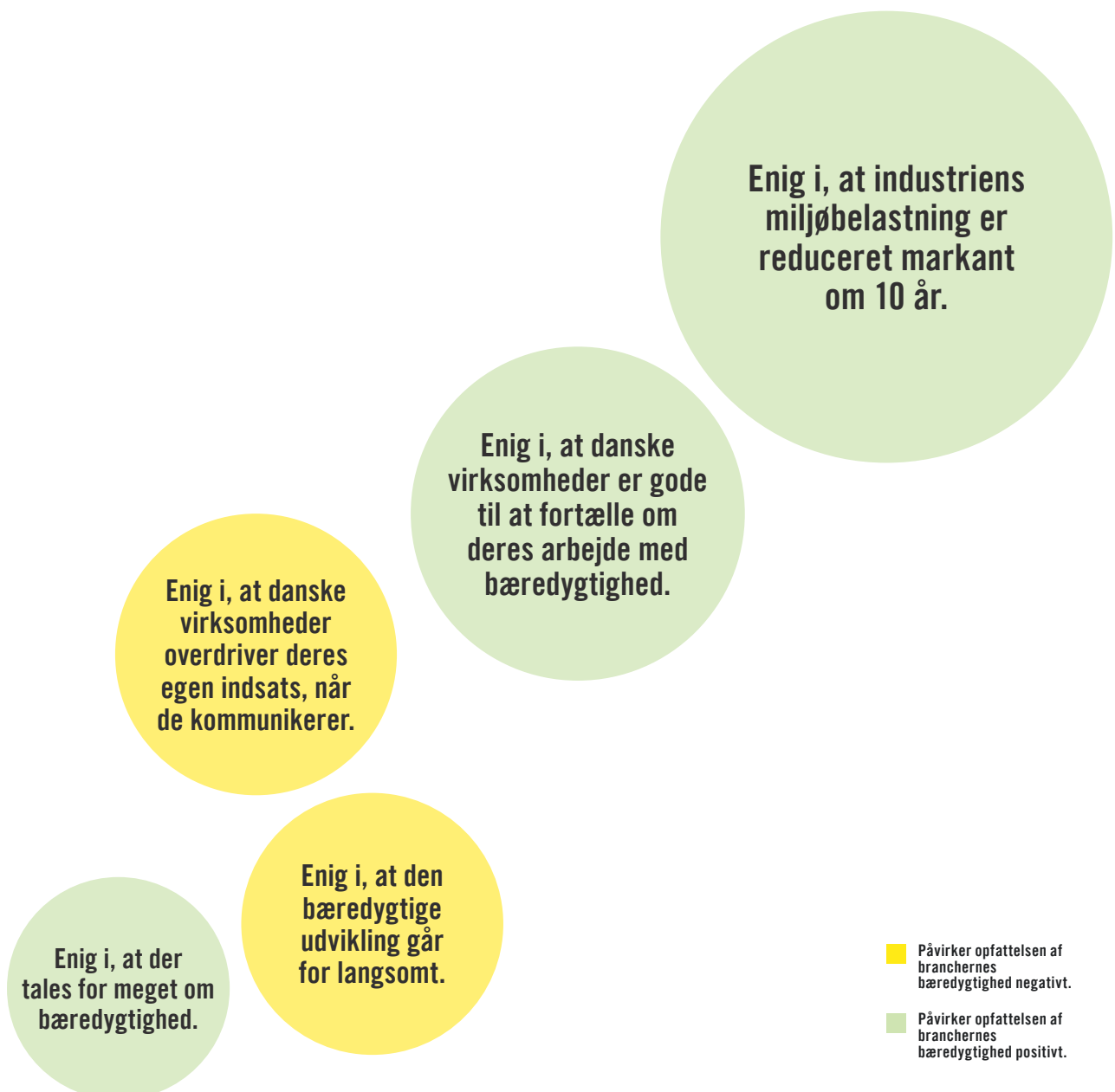
Driveranalysen identificerer fem faktorer, der påvirker, hvorvidt man opfatter en branche som bæredygtig, hvor særligt to faktorer har stor betydning. Den første primære driver er, i hvor høj grad man tror på, at industriens miljøbelastning er reduceret markant om 10 år. Den anden primære driver er, i hvor høj grad man synes, at danske virksomheder er gode til at fortælle om deres arbejde med bæredygtighed. Jo mere enig man er i disse to spørgsmål, desto mere tilbøjelig er man til at vurdere en branche som bæredygtig.

ANDEL AF DANSKERNE, DER ER ENIGE ELLER UENIGE I, AT BRANCHEN BREDT SET, GØR MEGET FOR AT FREMME DEN BÆREDYGTIGE UDVIKLING:



At kommunikationen er væsentlig understreges endvidere af, at vi blandt de mindre vigtige – men stadig signifikante – drivere finder spørgsmål som, hvorvidt man er enig i, at danske virksomheder overdriver deres egen indsats, når de kommunikerer. Jo mere enig man er i dette spørgsmål, desto mindre bæredygtig vurderer man generelt brancherne. Så troværdighed og handling bag ordene er helt centralt, når der kommunikeres om bæredygtighed.

De sidste to drivere er, hvorvidt man synes, at den bæredygtige udvikling går for langsomt, og om man synes, at der tales for meget om bæredygtighed. Jo mere enig man er i, at den bæredygtige udvikling går for langsomt, desto mindre bæredygtig vurderer man brancherne generelt. Jo mere enig man er i, at der tales for meget om bæredygtighed, desto mere bæredygtig vurderer man generelt brancherne.



Vestas på toppen – igen

Igen i år har vi bedt respondenterne om uhjulpet at nævne, hvilke danske virksomheder, som de mener, gør meget for en bæredygtig udvikling. Danskerne placerer Vestas, Ørsted og Arla i top tre. Virksomhederne er repræsentanter for præcis de to brancher, som opfattes som mest bæredygtige af danskerne, nemlig energibranchen og dagligvarebranchen.

I år har Arla vippet Coop af tredjepladsen, som ellers har ligget på en tredjeplads i to år. Vestas og Ørsted ligger fortsat solidt på deres sædvanlige første- og andenplads.

Top ti virksomheder

Ser vi på listen over de ti virksomheder, som danskerne synes gør mest for bæredygtigheden, så er det interessant, at der i år igen er kommet endnu flere nye repræsentanter fra dagligvare- og fødevarerbranchen. I år er de nye repræsentanter inden for disse Aarstiderne og Irma. Således er seks ud af ti bæredygtige virksomheder repræsentanter fra disse brancher.

Coop er rykket ned på en fjerdeplads. Novo Nordisk er rykket fra en ottendeplads til en femteplads, mens Danfoss og Thise Mejeri er rykket ned. Grundfos er gledet helt ud af top ti. Og endelig har Rema 1000 taget et imponerende spring op ad listen fra plads nummer ni til en sjettedeplads.

Nr/01

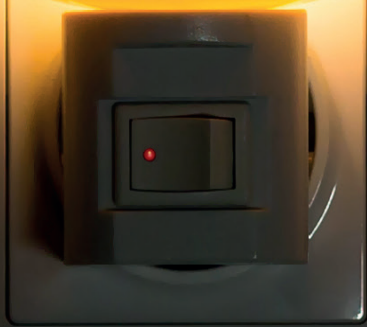
Vestas®

Nr/02

Ørsted

Nr/03





VIRKSOMHEDER DER LYKKES MED AT GØRE BÆREDYGTIGHED
TIL EN DEL AF DERES FORRETNING:

Vestas (1)

Ørsted (2)

Arla (4) ▲

Coop (3) ▼

Novo Nordisk (8) ▲

REMA 1000 (9) ▲

Danfoss (5) ▼

Aarstiderne (-) ▲

Thise Mejeri (7) ▼ / Irma (-) ▲



I parentes er angivet placeringen på sidste års Bæredygtighedsbarometer.

An aerial photograph of a dense forest of evergreen trees, with a narrow, light-colored road or path winding through the center. The text is overlaid in the middle of the image.

VIRKSOMHEDER ER EN CENTRAL AKTØR I UDVIKLINGEN AF BÆREDYGTIGHED

HVEM SKAL TAGE ANSVAR FOR DEN GRØNNE OMSTILLING?

04/

For godt et år siden dominerede klima- og miljøpolitik vælgerne og politikernes dagsorden. Siden har coronakrisen lavet om på spillereglerne i dansk politik, og den har betydet en større ommøblering af vælgerne dagsorden. Nu er det sundhed og økonomisk politik, som vælgerne i højere grad mener, at politikerne bør gøre noget ved. Men selvom danskerne måske har fået andre prioriteter, så har de absolut ikke glemt den grønne dagsorden.

Det går (stadig) for langsomt

Knapt halvdelen af den danske befolkning mener nemlig stadig, at den bæredygtige udvikling går for langsomt. Samtidig er andelen af danskere, der mener, at der tales for meget om bæredygtighed, faldet fra 37 procent i 2020 til 29 procent i 2021. Og andelen, der er direkte uenige i, at der tales for meget om bæredygtighed, er steget fra 32 procent i 2020 til 39 procent i 2021. Så i et år, hvor bæredygtighed har fyldt mindre på vælgerne dagsorden end året før, er der fortsat

mange, der gerne så, at der blev sat mere tempo på den bæredygtige udvikling.

Virksomhederne skal tage mere ansvar

Der er to bemærkelsesværdige tendenser i årets barometer. For det første forventer danskerne i stadig stigende grad, at virksomhederne tager ansvar for den bæredygtige udvikling. Hvor 24 procent i 2019 mente, at virksomhederne havde det største ansvar for den bæredygtige udvikling, så er denne andel over årene steget til 30 procent – og i 2021 mener danskerne igen, at virksomhederne isoleret set har et større ansvar end forbrugerne.

For det andet ser vi et markant fald i andelen af danskere, der mener, at de selv som forbrugere og borgere bærer det største ansvar. Hvor 34 procent mente dette i 2020, er andelen i 2021 faldet til 28 procent. Det er stadig markant højere end de 22 procent, der mente dette i 2019. Samtidig ser vi også en lille stigning i

andelen, der mener, at politikerne har det største ansvar – fra 34 procent i 2020 til 36 procent i 2021. Samlet set er der altså en tendens til, at de store institutioner i samfundet pålægges et større og større ansvar, og at virksomhederne er en central aktør i danskernes forestilling om en bæredygtig udvikling.

De unge kræver handling fra politikerne

Det er især de unge, der kræver, at politikerne tager deres del af ansvaret. Blandt de 18-29-årige mener 40 procent, at det primært er politikernes ansvar at sikre en bæredygtig udvikling, hvilket er en markant stigning fra sidste år, hvor det var 33 procent.

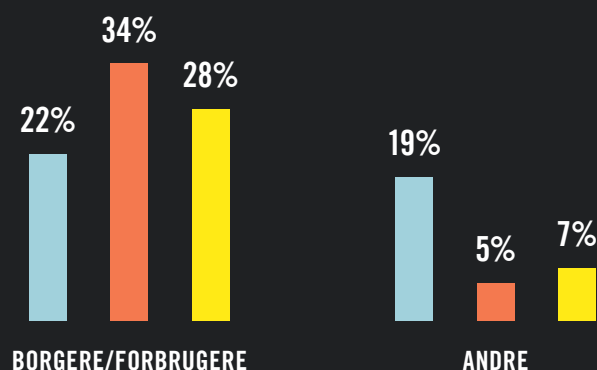
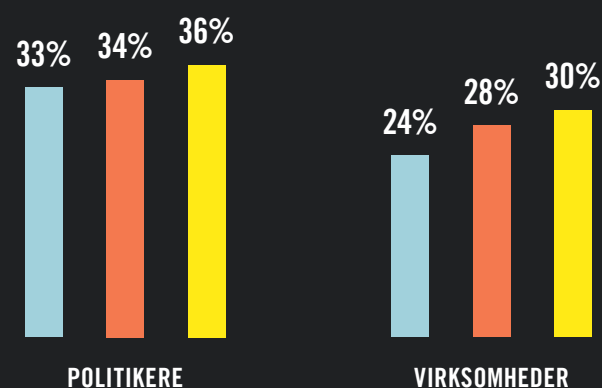
Generelt er der også i 2021 en ret klar aldersmæssig sammenhæng i spørgsmålet om, hvem der har det største ansvar. Jo yngre man er, desto større et ansvar mener man, at politikere og virksomheder har, og jo ældre man er, desto større et ansvar mener man, at den enkelte borger eller forbruger har.

Ligesom i 2020 er der også ret markante kønsforskelle på dette spørgsmål. Mændene synes i noget højere grad end kvinderne, at det er politikerne, der har det primære ansvar. Hvor 32 procent af kvinderne deler dette synspunkt, gælder det 39 procent af mændene. Den mest markante udvikling er dog, at mændene i 2021 i noget højere grad giver virksomhederne ansvaret og i noget mindre grad forbrugerne – kvinderne er langt mere konsistente i deres holdninger. Hvor 34 procent af mændene i 2020 gav forbrugerne det primære ansvar, er det i 2021 kun 28 procent. Omvendt er andelen af mænd, der giver virksomhederne det største ansvar, steget fra 25 procent til 28 procent.

HVEM HAR DET STØRSTE ANSVAR?

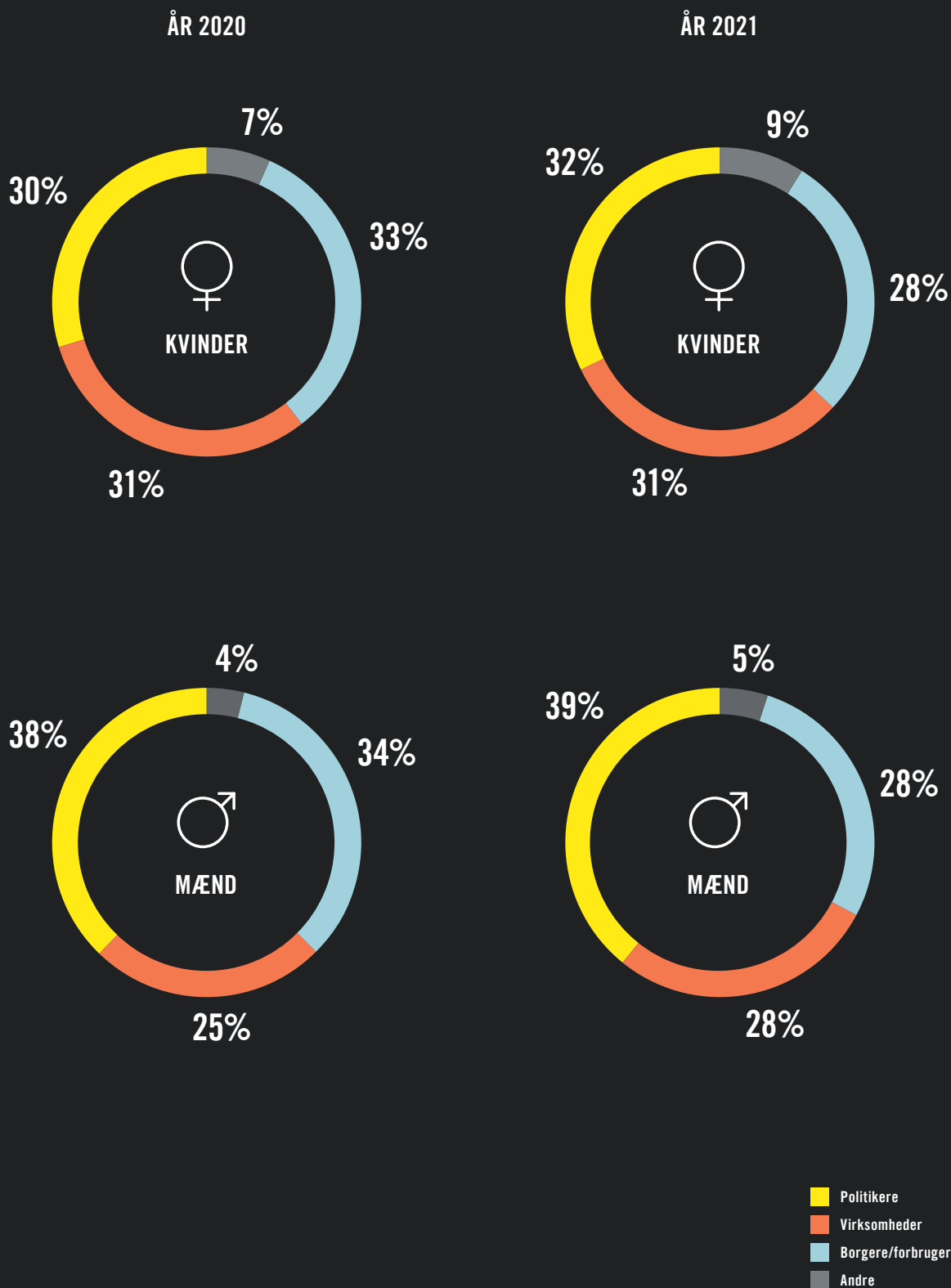
Mange mener, at det er vigtigt at sikre en bæredygtig udvikling. Vi har spurgt danskerne, hvem de mener har det største ansvar for at sikre den bæredygtig udvikling.

Resultat fordelt på gruppe:

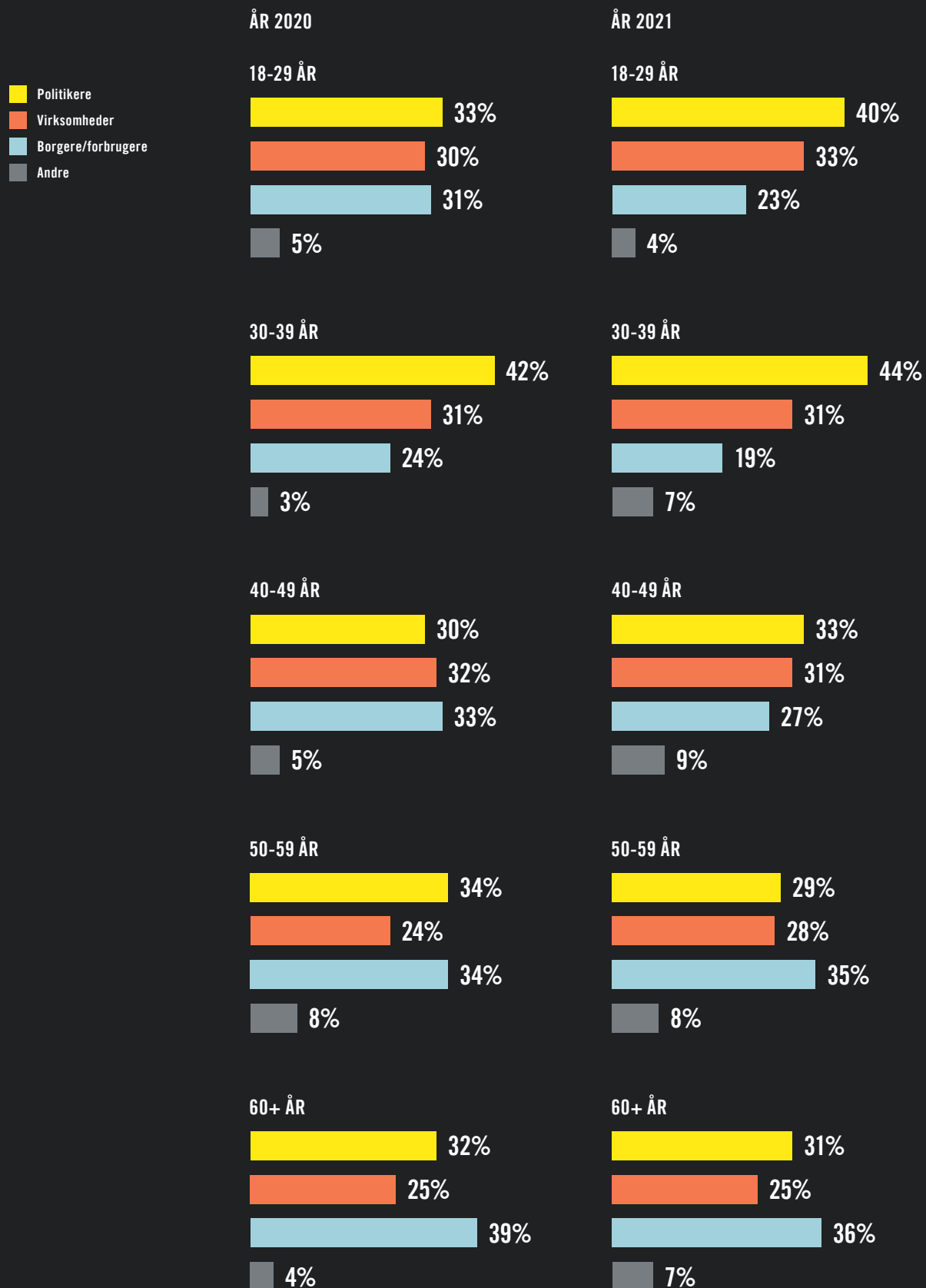


år 2021
år 2020
år 2019

Resultat fordelt på køn:



Resultat fordelt på alder og år:



HAR CORONAKRISEN FJERNET FOKUS PÅ BÆREDYGTIGHED?

05/

Vi er – forhåbentligt – stille og roligt på vej ud af en coronakrise, der har domineret vores tilværelse på en måde, ingen havde forudset. Ingen rejser, ingen biografbesøg, ingen træning i fitnesscenteret og ingen restaurantoplevelser. Til gengæld har vi oplevet hjemmearbejde og hjemmeundervisning til den store guldmedalje.

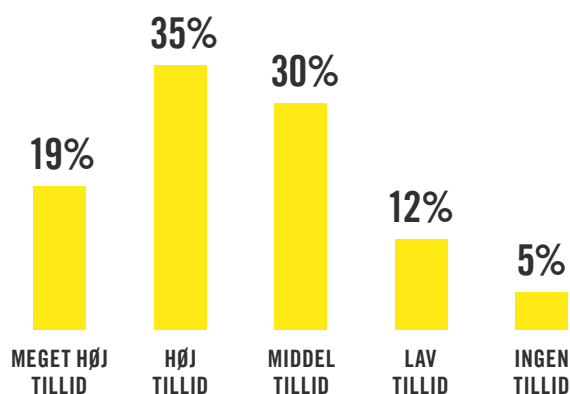
Alligevel forventer over halvdelen af danskerne, at deres hverdag fra før corona vil vende tilbage. Knapt halvdelen af danskerne – nemlig 46 procent – forventer omvendt, at corona vil sætte et varigt aftryk, som vil gøre, at hverdagen i fremtiden vil være markant anderledes end før pandemien. Og for at komme tilbage til den hverdag ønsker to ud af tre danskere, at politikerne fokuserer på at få gang i samfundsøkonomien, når vi er på vej ud af coronakrisen. Det er således

kun en tredjedel af danskerne, der vil have politikerne til at sætte fart på den bæredygtige udvikling. Disse tal forklarer også, hvorfor samfundsøkonomien i dag står højere på vælgernes dagsorden.

Tilliden til myndighederne er fortsat høj

Vi har også spurgt ind til i hvor høj grad danskerne har tillid til myndighedernes håndtering af coronakrisen. Og da vi lavede vores dataindsamling i januar måned, var tilliden i hvert fald stadig markant. Over halvdelen af danskerne, nemlig knapt 54 procent, har således meget høj eller høj tillid til myndighedernes håndtering af krisen. Og det er kun cirka hver sjette dansker, der har lille eller ingen tillid til myndighederne.

Tillid til myndighedernes håndtering af corona:





67%

**MENER AT DET ER AFGØRENDE AT
FÅ GANG I SAMFUNDSØKONOMIEN**

46%

**FORVENTER AT HVERDAGEN
I FREMTIDEN, VIL VÆRE
MARKANT ANDERLEDES END
FØR PANDEMIEN**

FEM FUND

BÆREDYGTIGHED OPFATTES STADIG SOM GRØNT

På trods af pandemi, MeToo og Black Lives Matter opfatter danskerne stadig bæredygtighed som værende grønt. 83 procent peger på, at natur og miljø er lig med bæredygtighed.

FORBRUGERNE VIL GERNE, MEN MANGLER VIDEN

Seks ud af ti er enige i, at en bæredygtig udvikling kræver, at de ændrer deres forbrug. Men det er kun én ud af fem, der føler sig velinformeret om, hvilke varer, der er bæredygtige.

DANSKERNE ER BLEVET MERE AFKLARET OM BÆREDYGTIGHED

Gruppen af apatiske forbrugere er forsvundet. Det skyldes, at danskerne er blevet mere afklarede om deres holdning til bæredygtighed. Gruppen af passionerede forbrugere er mere end fordoblet.

KOMMUNIKATION OM BÆREDYGTIGHED VIRKER

Andelen af forbrugere, der oplever, at danske virksomheder er gode til at fortælle om deres bæredygtighedstiltag, er stigende. Og netop kommunikation om bæredygtige tiltag er ifølge vores analyse drivende for danskernes opfattelse af, om en branche er bæredygtig.

ØKONOMI SKYGGER FOR BÆREDYGTIG UDVIKLING

På vej ud af coronakrisen mener to ud af tre forbrugere, at det er afgørende, at vi får gang i samfundsøkonomien, mens hver tredje dansker peger på, at vi i stedet skal sætte fart i den bæredygtige udvikling.

METODE

06/

Dataindsamling

Bæredygtighedsbarometeret baserer sig på spørgeskemadata indsamlet i perioden den 21. januar 2021 til den 1. februar 2021. Der er indsamlet 2.014 besvarelser fra et repræsentativt udsnit af den danske befolkning. Besvarelserne er indsamlet via Userneeds panel, og Userneeds har gennem kvotestyring af besvarelserne sikret stikprøvens repræsentativitet. Dataindsamlingen er gennemført som CAWI-interviews.

Analyseresultater

De fleste af barometerets resultater er baseret på krydstabuleringer og frekvens fordelinger. Når dette er tilfældet, er analysen i udgangspunktet lavet på baggrund af den fulde stikprøve

(n = 2.014), medmindre andet er angivet. I sammenligning med 2019 og 2020 bør man være opmærksom på, at stikprøvestørrelserne varierer mellem årene. Således blev der i 2019 indsamlet 1.061 besvarelser, mens der i 2020 blev indsamlet 1.992 besvarelser.

Driveranalyse

Driveranalysen er gennemført som en step wise regressionsanalyse af sammenhængen mellem respondenternes vurdering af, om brancherne overordnet set gør meget for den bæredygtige udvikling som den afhængige variabel.

De uafhængige variable i regressionen var;

1. Hvor enig man er i, at industriens miljøbelastning er reduceret om 10 år;
2. Hvor enig man er i, at danske virksomheder er gode til at fortælle om deres arbejde med bæredygtighed;
3. Hvor enig man er i, at danske virksomheder overdriver deres indsats, når de kommunikerer omkring deres bæredygtighed;
4. Hvor enig man er i, at den bæredygtige udvikling går for langsomt;
5. Hvor enig man er i, at der tales for meget om bæredygtighed for tiden;
6. Hvor vigtigt et hensyn bæredygtighed er i ens eget forbrug.
7. Hvorvidt man mener, at virksomheder bærer det største ansvar for den bæredygtige udvikling.

Segmenteringsanalyse

Segmenteringsanalysen er gennemført som unsupervised machine learning, og den anvendte metode er latent profilanalyse. Der er sorteret 74 respondenter fra stikprøven til denne analyse (n = 1.940). Årsagen til frasortering af respondenter er, at de 74 respondenter ikke havde gyldige svar på alle relevante variable.









advice