

# Allmänheten om klimatet 2024

En kvantitativ undersökning om den svenska allmänhetens syn på klimatförändringen samt egna och statliga åtgärder för att möta den



**NEW REPUBLIC** på uppdrag av Naturvårdsverket

# Innehåll

<b>1</b>	<b>INLEDNING</b> .....	<b>4</b>
1.1	METOD .....	4
<b>2</b>	<b>SAMMANFATTNING AV RESULTATEN</b> .....	<b>5</b>
2.1	PÅVERKAN AV KLIMATFÖRÄNDRINGEN .....	5
2.2	FÖRUTSÄTTNINGAR ATT BROMSA KLIMATFÖRÄNDRINGEN .....	5
2.3	VÄRDERING AV ÅTGÄRDER INOM OLIKA SAMHÄLLSOMRÅDEN .....	5
2.4	INSATSER PÅ INDIVIDNIVÅ FÖR ATT BROMSA KLIMATFÖRÄNDRINGEN .....	6
2.5	STATLIGA ÅTGÄRDER .....	6
2.6	STATLIG FINANSIERING AV KLIMATÅTGÄRDER .....	6
2.7	KLIMATEFFEKTER AV POLITISKA BESLUT PÅ BRÄNSLEPRISER .....	7
2.8	FÖRETAGENS KLIMATARBETE .....	7
2.9	KONSUMENTBETEENDE .....	7
2.10	UPPLEVDA HINDER FÖR ATT LEVA KLIMATSMART .....	8
2.11	FAKTORER FÖR MER KLIMATMEDVETEN LIVSSTIL .....	8
2.12	INFORMATION OM KLIMATANPASSAT SAMHÄLLE .....	8
2.13	EFFEKTER AV DESINFORMATION .....	8
2.14	KLIMATANPASSAT SAMHÄLLE OCH LIVSKVALITET .....	9
2.15	GRUPPJÄMFÖRELSE .....	9
<b>3</b>	<b>ALLMÄNHETENS SYN PÅ KLIMATFÖRÄNDRINGEN</b> .....	<b>10</b>
3.1	PÅVERKAN AV KLIMATFÖRÄNDRINGEN .....	10
3.2	ÅTGÄRDER I KLIMATFRÅGAN JÄMFÖRT MED ANDRA SAMHÄLLSFRÅGOR .....	10
<b>4</b>	<b>INSATSER FÖR ATT BROMSA KLIMATFÖRÄNDRINGEN</b> .....	<b>12</b>
4.1	SVERIGES MÖJLIGHET ATT BROMSA KLIMATFÖRÄNDRINGEN .....	12
4.2	INDIVIDENS MÖJLIGHET ATT BROMSA KLIMATFÖRÄNDRINGEN .....	12
4.3	ÅTGÄRDER SOM MAN SJÄLV KAN TÄNKA SIG ATT VIDTA .....	13
<b>5</b>	<b>STYRMEDEL</b> .....	<b>19</b>
5.1	STATLIGA STYRMEDEL FÖR ATT BEGRÄNSA KLIMATFÖRÄNDRINGEN .....	19
5.1.1	EXTRA SKATTER OCH AVGIFTER .....	19
5.1.2	INFORMATION .....	20
5.1.3	BIDRAG/SÄNKTA SKATTER .....	20
5.1.4	FÖRBUD .....	21
5.1.5	EFFEKT PÅ UTSLÄPP I SVERIGE FRÅN PRISÖKNING PÅ BRÄNSLE .....	21
5.2	STATLIG FINANSIERING AV KLIMATÅTGÄRDER .....	22
<b>6</b>	<b>FÖRETAGENS KLIMATARBETE</b> .....	<b>25</b>
6.1	VILJAN HANDLA FRÅN FÖRETAG SOM BEGRÄNSAR KLIMATFÖRÄNDRINGEN ..	25
6.2	VILJAN BETALA EXTRA FÖR ATT BEGRÄNSA KLIMATFÖRÄNDRINGEN .....	25

6.3	FÖRETAGENS KOSTNADER FÖR ATT SLÄPPA UT VÄXTHUSGASER .....	26
7	ATTITYDER OCH KONSUMENTBETEENDE.....	27
7.1	ÄNDRADE BETEENDEN FÖR ATT MINSKA KLIMATPÅVERKAN .....	27
7.2	HINDER.....	30
7.3	FAKTORER FÖR MER KLIMATMEDVETEN LIVSSTIL.....	32
7.4	INFORMATIONINHÄMTNING.....	34
7.5	EFFEKTER AV DESINFORMATION.....	35
7.6	LIVSKVALITET I KLIMATANPASSAT SAMHÄLLE.....	36

# 1 Inledning

Sedan 2002 har Naturvårdsverket genomfört regelbundna mätningar där den svenska allmänhetens syn på klimatförändringen, och åtgärder för att möta den, har undersökts.

Resultaten från 2024 års mätning visas tillsammans med mätningar som Naturvårdsverket genomfört mellan åren 2002 och 2021.

## 1.1 METOD

Undersökningen genomfördes av PFM Research som en webbenkät under två veckor i november 2024. Urvalet var riksrepresentativt avseende geografi, kön och ålder. Totalt besvarades enkäten av 1000 personer.

De tre senaste mätningarna, 2015, 2018 och 2021, genomfördes som webbenkäter. De föregående mätningarna genomfördes via telefonintervjuer. Skillnad i metod kan medföra vissa 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 försiktighet.

Fokus i den kommenterande texten kommer att ligga vid jämförelser mellan undersökningarna 2021 och 2024.

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).

Respondenterna fick, förutom de utvalda frågorna från Naturvårdsverket, svara på sex kategorifrågor vilka har använts för att analysera olika gruppers preferenser och beteenden. Resultaten redovisas därför även efter kön, ålder, storlek på bostadsort, sysselsättning, högsta avslutade utbildningsnivå, och om de brukar köra bil eller inte. (De fullständiga, nedbrutna resultaten redovisas i det Excel-dokument som kompletterar denna rapport.)

<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	<b>Brukar köra bil</b> Ja Nej

## 2 Sammanfattning av resultaten

Jämfört med den föregående mätningen 2021 finns ett antal frågor där resultaten visar relativt stora förändringar. Bland dessa resultat finns tilltron till Sveriges och den egna förmågan att möta klimatförändringen. I båda fallen har tilltron sjunkit.

Svenskarnas engagemang för att möta klimatändringen märks samtidigt i deras egna beteende. Fler än tidigare är beredda att göra förändringar mot en mer klimatmedveten livsstil.

Ett antal nya frågor har tillkommit jämfört med 2021. En av dessa är synen på statlig finansiering inom olika sektorer för att minska klimatpåverkan. En annan är vilka faktorer som har störst påverkan på svenskarnas förutsättningar att leva en klimatmedveten livsstil.

### 2.1 PÅVERKAN AV KLIMATFÖRÄNDRINGEN

Andelen personer som tror att vi i Sverige kommer att påverkas av klimatförändringen är 93 procent, vilket är i linje med 2021 års mätning.

Samtidigt anses andra samhällsutmaningar (brister i vård och omsorg, brottslighet, arbetslöshet, brister i integrationen, försvaret samt skola och omsorg), som viktigare än klimatfrågan.

### 2.2 FÖRUTSÄTTNINGAR ATT BROMSA KLIMATFÖRÄNDRINGEN

Den allmänna uppfattningen om Sveriges möjligheter att bromsa klimatförändringen ligger på en fortsatt hög nivå, men har sjunkit jämfört med den förra mätningen. Drygt 7 av 10 tror att Sverige kan göra något för att bromsa klimatförändringen, vilket kan jämföras med 2021 då andelen var 8 av 10.

7 av 10 tror att de själva kan göra något för att bromsa klimatförändringen. Det är en minskning från 8 av 10 i 2021 års mätning.

### 2.3 VÄRDERING AV ÅTGÄRDER INOM OLIKA SAMHÄLLSOMRÅDEN

Respondenterna har fått värdera sammanlagt åtta samhällsområden utifrån hur viktigt de anser att det är att vi i Sverige sätter in åtgärder för att möta de utmaningar som finns.

Av de områden som värderats tycker svenskarna att det är viktigast att sätta in åtgärder för att möta är brister i vård och omsorg respektive mot brottsligheten. Drygt 8 av 10 svarar att det är *mycket viktigt*. Resultaten ligger i linje med dem från 2021 års mätning.

Knappt 8 av 10 (76 procent) anser att det är *mycket viktigt* att åtgärda brister i skola och barnomsorg. Detta är ett nytt område i 2024 års mätning.

Därefter kommer brister i integrationen som knappt 7 av 10 (66 procent) svarar att det är *mycket viktigt* att åtgärda. Det innebär en liten minskning jämfört med 2021 då motsvarande andel var 69 procent.

6 av 10 (59 procent) anser att det är *mycket viktigt* att sätta in åtgärder för att möta klimatförändringen. Det är en oförändrad andel jämfört med 2021 års mätning.

En lika stor andel (58 procent) anser att det är *mycket viktigt* med åtgärder för att minska arbetslösheten. Det är en liten minskning (61 procent) jämfört med den föregående mätningen.

Ett av de nya mätområdena 2024 är försvaret. 5 av 10 (52 procent) anser att det är *mycket viktigt* att åtgärder sätts in inom detta område. Ytterligare ett nytt område är ekonomiska ojämlikheter i samhället. 4 av 10 (42 procent) svarar att det är *mycket viktigt* att vi i Sverige sätter in åtgärder inom detta område.

Kvinnor, åldersgruppen 75 år och äldre, universitets-/högskoleutbildade, pensionärer och storstadsbor, svarar i större utsträckning än övriga att det är viktigt att vi i Sverige sätter in åtgärder och försöker göra något åt klimatförändringen.

#### **2.4 INSATSER PÅ INDIVIDNIVÅ FÖR ATT BROMSA KLIMATFÖRÄNDRINGEN**

Respondenterna har fått värdera vad de är beredda att göra för att bidra till att minska klimatpåverkande utsläpp. Nästan 9 av 10 är beredda att välja att åka tåg framför flyg, en ökning från nästan 8 av 10 år 2021. En lika stor andel kan tänka sig använda mindre plast i vardagen. Drygt 8 av 10 är beredda att förändra sin konsumtion genom att köpa färre saker.

Nästan 8 av 10 kan tänka sig att semestra nära i stället för att flyga utomlands. Drygt 7 av 10 kan tänka sig att åka mer kollektivt. Båda dessa andelar har ökat jämfört med 2021 års mätning.

Drygt 7 av 10 kan tänka sig att välja cykel framför bil på sträckor kortare än fem kilometer. 7 av 10 kan tänka sig att samåka mer.

Knappt 7 av 10 är beredda att välja klimatvänliga fonder. Denna andel har ökat sedan den förra mätningen.

Drygt 6 av 10 kan tänka sig att äta mindre kött och drygt 3 av 10 att äta helt växtbaserat (nytt frågealternativ 2024). 6 av 10 svarar att det är troligt att de kommer välja elbil nästa gång de köper eller behöver använda bil. Denna andel är i princip oförändrad jämfört med mätningen 2021.

#### **2.5 STATLIGA ÅTGÄRDER**

Svenska folket är över lag positiva till statliga styrmedel som verktyg för att begränsa klimatpåverkan. Årets resultat inom området ligger i stort sett i linje med 2021 års mätning.

9 av 10 tycker att information till hushållen är en bra eller ganska bra insats för att minska klimatförändringen.

Drygt 7 av 10 är positiva till bidrag och sänkta skatter för varor och tjänster som minskar klimatpåverkande utsläpp. En lika stor andel är positiva till att förbjuda varor och tjänster som orsakar stora klimatpåverkande utsläpp. Denna andel har ökat från drygt 6 av 10 i den förra mätningen.

6 av 10 är positiva till extra skatter och avgifter på varor och tjänster som orsakar klimatpåverkande utsläpp. Denna andel var 5 av 10 i mätningen 2021.

#### **2.6 STATLIG FINANSIERING AV KLIMATÅTGÄRDER**

Respondenterna har fått ta ställning till statlig finansiering av ett antal olika samhällsområden för att minska klimatutsläppen. 8 av 10 är positiva till att staten finansierar framtidens elnät. En nästan lika stor andel är positiv till statlig finansiering av kollektivtrafik respektive av anläggningar för plaståtervinning.

7 av 10 är positiva till att staten finansierar förnybara bränslen samt av cykelbanor.

Knappt 7 av 10 är positiva till statlig finansiering av jord- och skogsbrukets omställning och till fossilfri industri.

6 av 10 är positiva till att staten finansierar koldioxidlagring från industrier med stora utsläpp. En lika stor andel är positiva till statlig finansiering av laddinfrastruktur som en klimatåtgärd.

## **2.7 KLIMATEFFEKTER AV POLITISKA BESLUT PÅ BRÄNSLEPRISER**

Respondenterna har också fått bedöma effekter av politiska beslut som leder till högre bränslepriser (bensin respektive diesel). 5 av 10 respondenter bedömer att en höjning av bränslepriser vid pump med 1,50 kronor kommer att ge en minskning av klimatutsläppen i Sverige – i någon utsträckning.

2 av 10 som svarar att de tror att minskningen kommer att bli stor eller måttlig. 3 av 10 bedömer att den kommer att bli liten.

Närmare 4 av 10 tror inte att prishöjningen kommer att ha någon effekt. De enstaka återstående respondenterna (4 procent) bedömer att prishöjningen kommer att bidra till ökade utsläpp i någon utsträckning.

## **2.8 FÖRETAGENS KLIMATARBETE**

Svenskarna är generellt positivt inställda till att företag arbetar med att begränsa klimatförändringen.

7 av 10 respondenter föredrar att köpa varor och tjänster från företag som arbetar med att begränsa klimatförändringen. Resultatet ligger i linje med mätningen 2021.

7 av 10 är också villiga att betala mer (i frågan 5 procent mer) för varor och tjänster från företag som arbetar för att begränsa klimatförändringen. Detta resultat är oförändrat jämfört med den föregående mätningen.

5 av 10 anser att företagens kostnader för att orsaka klimatpåverkande utsläpp bör öka, en liten ökning jämfört med 2021.

## **2.9 KONSUMENTBETEENDE**

Respondenterna har därefter fått svara på frågan vad de gjort i sitt vardagsliv för att minska sin klimatpåverkan. Drygt 9 av 10 svarar att de har källsorterat mer, en liten ökning jämfört med förra mätningen.

Knappt 9 av 10 har återanvänt saker och en lika stor andel har minskat sin energianvändning i hemmet. Det senare resultatet innebär en ökning från drygt 7 av 10 i mätningen 2021. I 2024 års mätning har också alternativet att förebygga matsvinn lagts till. Knappt 9 av 10 svarar att de gjort det.

7 av 10 svarar att de i sina val av dagliga transportmedel valt alternativ som minskar klimatpåverkan. Jämfört med undersökningen 2021 innebär det en ökning från 6 av 10.

Knappt 6 av 10 svarar att de gjort aktiva val avseende kollektivtrafik och semesterresor för att minska sin klimatpåverkan. Denna andel har minskat något jämfört med den föregående mätningen.

Drygt 3 av 10 har i sin konsumtion av ägg och mejerivaror gjort val för att minska sin klimatpåverkan. En något mindre andel svarar att de aktivt valt aktier eller fonder för att minska sin klimatpåverkan.

## **2.10 UPPLEVDA HINDER FÖR ATT LEVA KLIMATSMART**

Respondenterna har också fått ta ställning till ett antal möjliga faktorer som hindrar dem att leva klimatmedvetet. Nästan 8 av 10 svarar att klimatvänliga alternativ oftast är dyrare. Knappt 7 av 10 menar att deras invanda beteenden utgör ett hinder. Denna andel har minskat från nästan 8 av 10 i mätningen 2021.

Drygt 6 av 10 menar att det faktum att samhället som helhet inte gör mer är ett hinder för dem själva. Detta alternativ är nytt 2024. En lika stor andel svarar att det finns för få miljö- och klimatvänliga alternativ.

Drygt 4 av 10 anser att de saknar information om hur deras egen klimatpåverkan kan minska. Denna andel har ökat från 3 av 10 i den förra mätningen.

Respondenterna fick också värdera betydelsen av beteendet hos personer i deras nära omgivning. 4 av 10 anser att det är ett hinder för att leva klimatmedvetet.

Det ställdes även en fråga om respondenterna har personer i sin nära omgivning som har förändrat sitt beteende för att minska sin klimatpåverkan. Drygt 7 av 10 svarar att de har minst någon som gjort det. 1 av 10 svarar att de har många som gjort det. Knappt 4 av 10 svarar att de har vissa som gjort det och knappt 3 av 10 svarar att de har enstaka som gjort det.

## **2.11 FAKTORER FÖR MER KLIMATMEDVETEN LIVSSTIL**

Respondenterna fick värdera fyra olika faktorer och deras betydelse för en mer klimatmedveten livsstil.

Drygt 7 av 10 svarar att det är viktigt att människor på landsbygden eller i glesbygd får bättre förutsättningar att leva klimatmedvetet.

6 av 10 svarar att det är viktigt för dem att höginkomsttagare gör klimatmedvetna val. Nästan lika många anser att det är viktigt att Sverige ska ha en ambitiös klimatpolitik för att de själva ska leva mer klimatmedvetet.

5 av 10 anser att det är viktigt att människor i deras omedelbara närhet gör klimatmedvetna val för att de själva ska kunna göra det.

## **2.12 INFORMATION OM KLIMATANPASSAT SAMHÄLLE**

Respondenterna har fått svara på hur de helst tar emot information om klimatåtgärder. 3 av 10 svarar att de helst vill ta emot informationen från forskare. Drygt 2 av 10 svarar att de helst vill ta emot den från svenska myndigheter och lika många från media.

Därefter har respondenterna fått svara på hur de helst tar emot eller söker information om klimatförändringen i Sverige och världen. Även här kommer forskare (3 av 10) knappt före media och svenska myndigheter som informationskälla.

## **2.13 EFFEKTER AV DESINFORMATION**

I årets undersökning fick svenska folket för första gången värdera effekter av desinformation och felaktig information. Nästan 3 av 10 svarar att sådan information absolut hindrar oss från att nå Sveriges klimatmål. 4 av 10 svarar till viss del och knappt 2 av 10 i begränsad utsträckning. 1 av 10 svarar att den inte alls har någon påverkan.



#### **2.14 KLIMATANPASSAT SAMHÄLLE OCH LIVSKVALITET**

I 2021 års mätning fick respondenterna för första gången tag ställning till hur de tror att ett helt klimatanpassat samhälle skulle påverka den egna livskvaliteten. Frågan upprepades i 2024 års mätning. 4 av 10 tror att ett klimatanpassat samhälle skulle påverka livskvaliteten positivt, 3 av 10 att det inte hade skett någon förändring och 2 av 10 att livskvaliteten hade påverkats till det sämre.

#### **2.15 GRUPPJÄMFÖRELSE**

Kvinnor, universitets-/högskoleutbildade och storstadsbor tror i större utsträckning än övriga grupper att klimatförändringen kommer att påverka oss i Sverige.

Kvinnor, 75+ år, universitets-/högskoleutbildade, pensionärer samt storstadsbor anser att det är viktigare än genomsnittet att det sätts in samhällsinsatser för att bromsa klimatförändringen

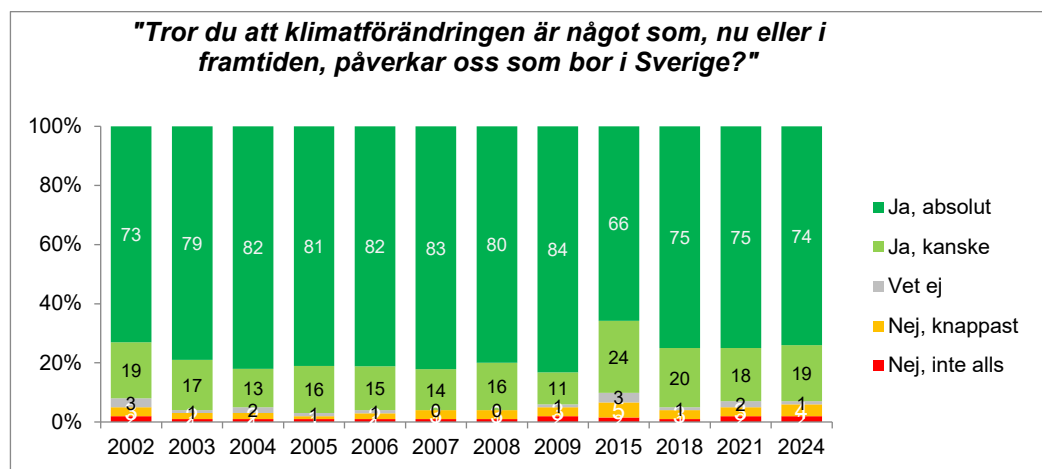
De grupper som är särskilt positivt inställda till att det är möjligt att bromsa klimatförändringen är kvinnor, 61 – 74 åringar, universitets-/ högskoleutbildade samt storstadsbor.

## 3 Allmänhetens syn på klimatförändringen

### 3.1 PÅVERKAN AV KLIMATFÖRÄNDRINGEN

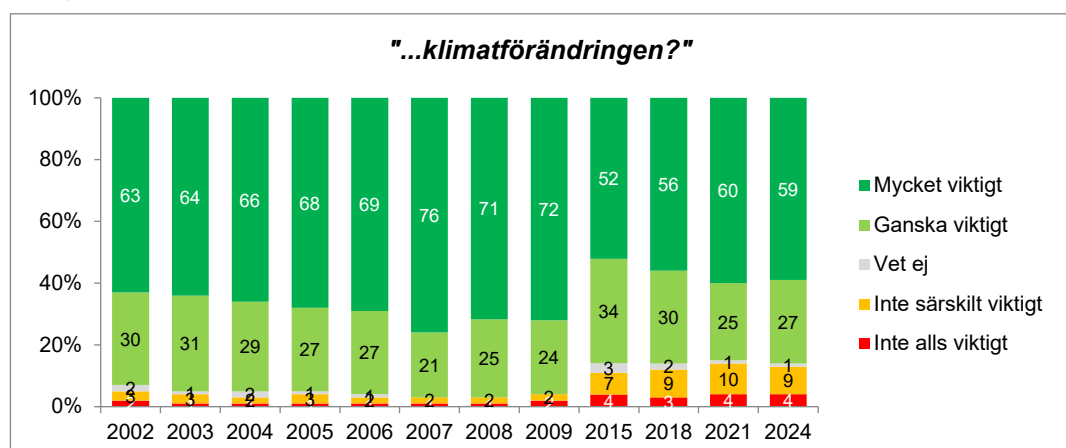
93 procent av respondenterna tror att vi absolut eller kanske kommer att påverkas av klimatförändringen i Sverige i framtiden, vilket är i linje med resultaten 2021. Andelen som tror att vi absolut kommer att påverkas har minskat med en procentenhet. Andelen som knappast eller inte alls tror att Sverige kommer att påverkas ligger kvar på en stabil låg nivå.

Kvinnor, universitets-/högskoleutbildade samt storstadsbor tror i större utsträckning än övriga att klimatförändringen absolut kommer att påverka oss i Sverige.



### 3.2 ÅTGÄRDER I KLIMATFRÅGAN JÄMFÖRT MED ANDRA SAMHÄLLSFRÅGOR

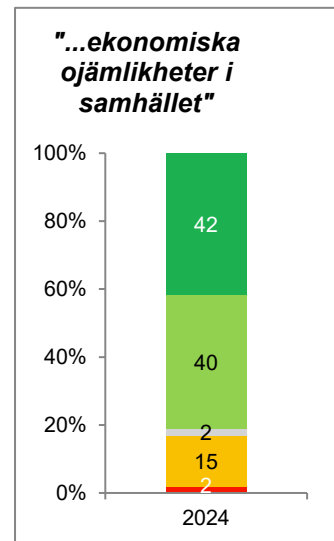
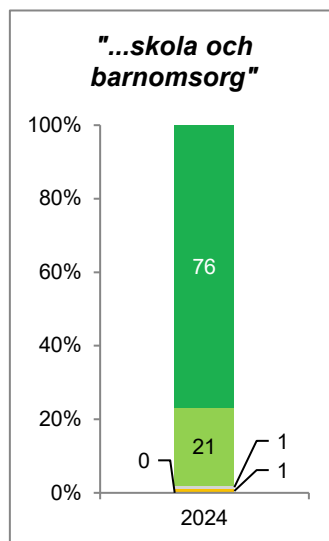
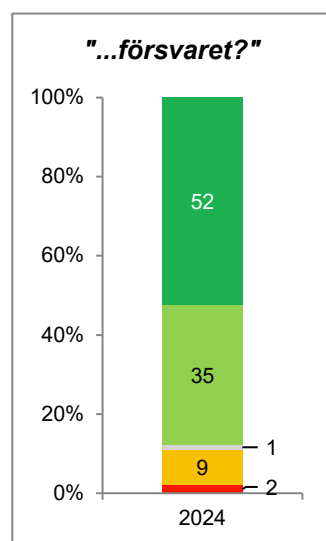
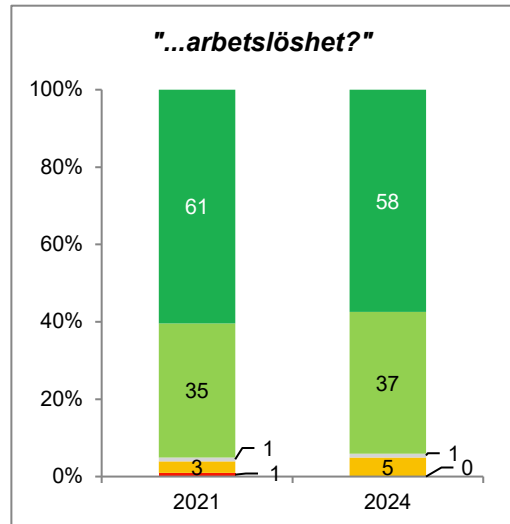
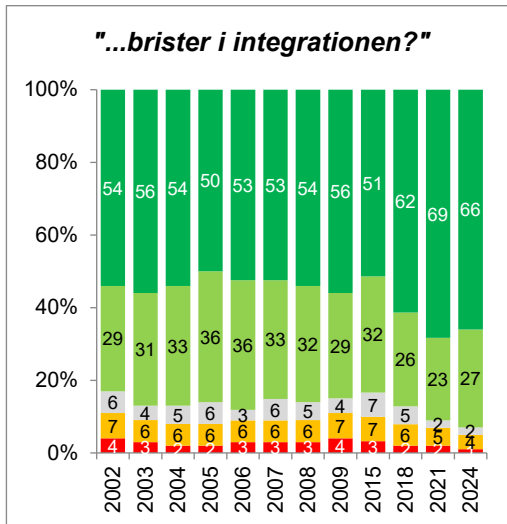
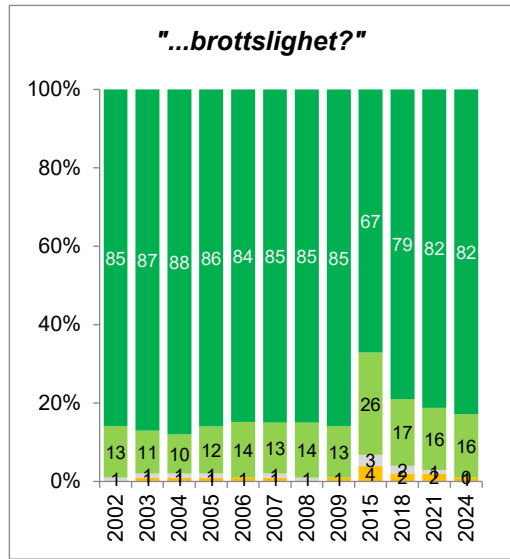
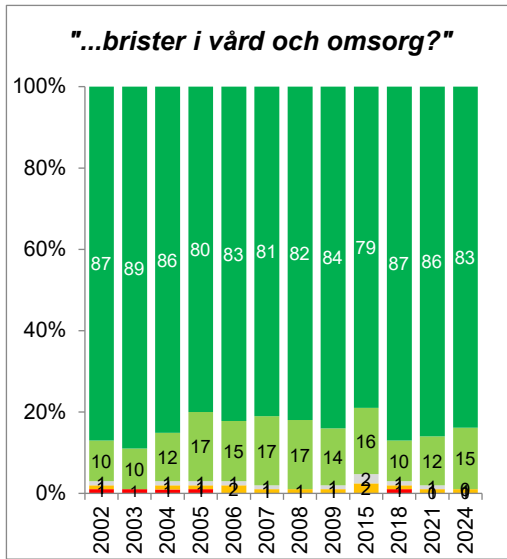
"Hur viktigt anser du att det är att vi i Sverige sätter in åtgärder och försöker göra något åt följande samhällsområden...?"



86 procent av de tillfrågade anser att det är mycket eller ganska viktigt att Sverige sätter in åtgärder mot klimatförändringen. Denna andel var 85 procent i 2021 års mätning.

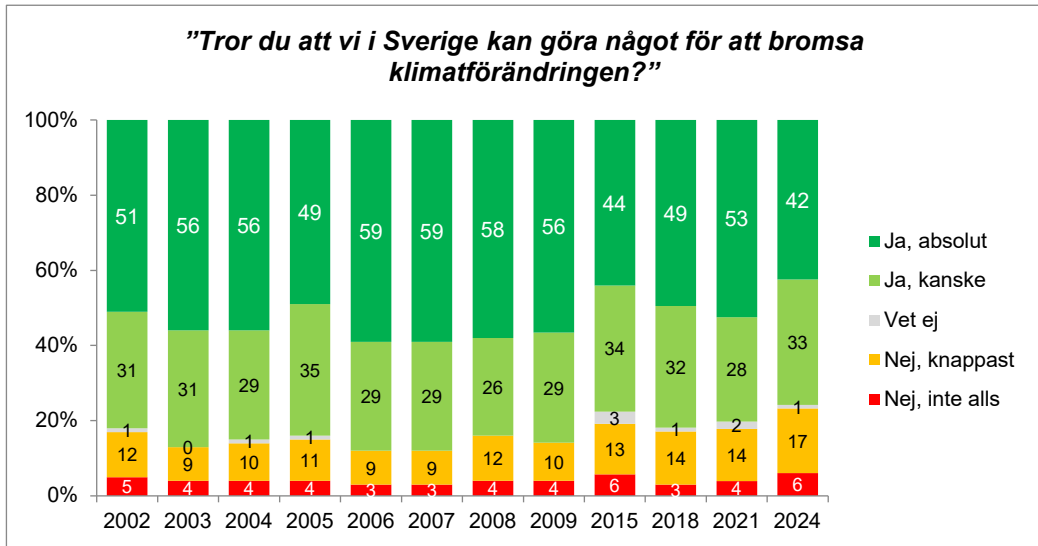
Kvinnor, åldersgruppen 75 år och äldre, universitets-/högskoleutbildade, pensionärer och storstadsbor är överrepresenterade i gruppen som svarar "mycket viktigt".

"Hur viktigt anser du att det är att vi i Sverige sätter in åtgärder och försöker göra något åt följande samhällsområden...?"



## 4 Insatser för att bromsa klimatförändringen

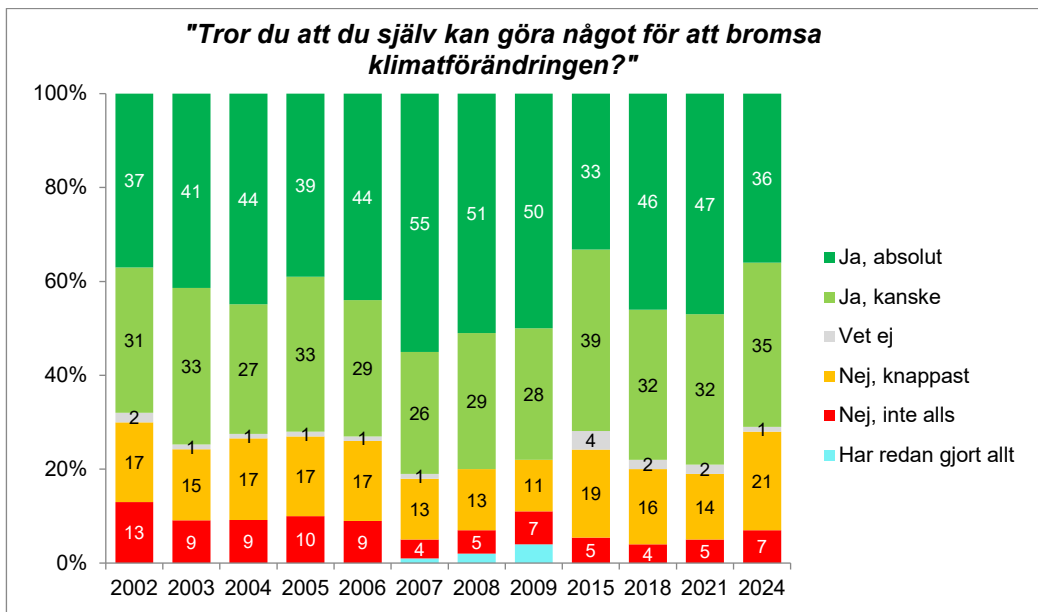
### 4.1 SVERIGES MÖJLIGHET ATT BROMSA KLIMATFÖRÄNDRINGEN



75 procent av respondenterna svarar att de tror att vi i Sverige kan göra något för att bromsa klimatförändringen. Det är en minskning från 2021 års mätning då motsvarande andel var 81 procent.

Det framgår också att kvinnor, åldersgruppen 61 – 74 år, universitets-/högskoleutbildade samt storstadsbor i större utsträckning absolut tror att vi i Sverige kan göra något för att bromsa klimatförändringen.

### 4.2 INDIVIDENS MÖJLIGHET ATT BROMSA KLIMATFÖRÄNDRINGEN



71 procent tror att de själva kan göra något åt klimatet. Det är en minskning från 79 procent vid mätningen 2021.

Kvinnor, åldersgruppen 61 – 74 år, universitets-/högskoleutbildade samt storstadsbor är mer positivt inställda än övriga, till att de själva absolut kan göra något för att bromsa klimatförändringen.

#### 4.3 ÅTGÄRDER SOM MAN SJÄLV KAN TÄNKA SIG ATT VIDTA

En stor andel av de svarande är generellt positiva till åtgärder som de själva kan göra för att minska klimatpåverkande utsläpp.

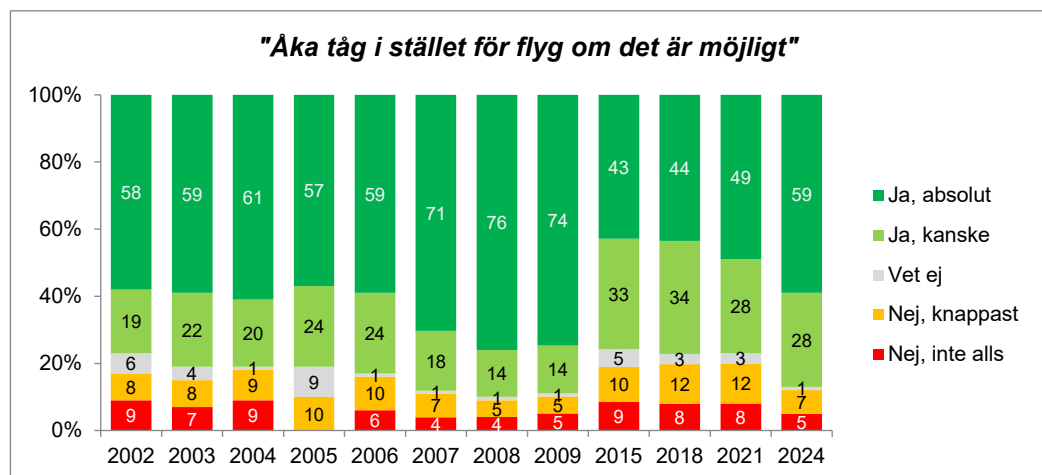
Mest positiva är respondenterna till att välja tåg i stället för flyg. Denna andel har ökat från 77 procent 2021 till 87 procent i den nya mätningen. En nästan lika stor andel (86 procent) är positiva till att minska användningen av plastförpackningar i vardagen. Detta alternativ är nytt för 2024 års mätning. Något fler än 8 av 10 (84 procent) kan tänka sig att köpa färre saker. Denna andel har ökat från 76 procent i 2021 års mätning.

Något färre än 8 av 10 (76 procent) är positiva till att semestra nära, vilket är en liten ökning sedan den förra mätningen. Nästan lika många (73 procent) är positiva till att välja cykel eller elcykel framför bil för resor kortare än 5 km. Denna andel har ökat från 64 procent i den föregående mätningen. Andelen som kan tänka sig att välja elbil nästa gång de ska köpa bil är 6 av 10 (59 procent), vilket är i linje med mätningen 2021. Drygt 7 av 10 (72 procent) kan tänka sig att åka mer kollektivt, en ökning från 53 procent i den förra mätningen.

7 av 10 (70 procent) är positiva till att samåka. Det är en ökning jämfört med 60 procent i undersökningen 2021. En nästan lika stor andel (67 procent) är positiva till att välja klimatvänliga fonder när de ska spara. Denna andel är oförändrad jämfört med 2021.

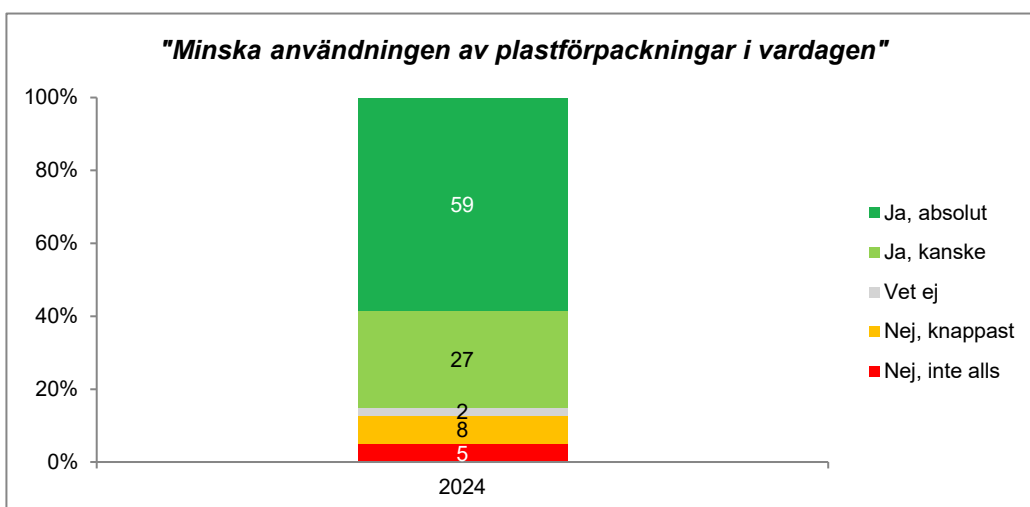
Drygt 6 av 10 (63 procent) kan tänka sig att äta mindre kött. Det är en ökning från 59 procent i den förra mätningen. Något fler än 3 av 10 (33 procent) är positiva till att helt äta växtbaserat för att bromsa klimatförändringen. Denna fråga är ny 2024.

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



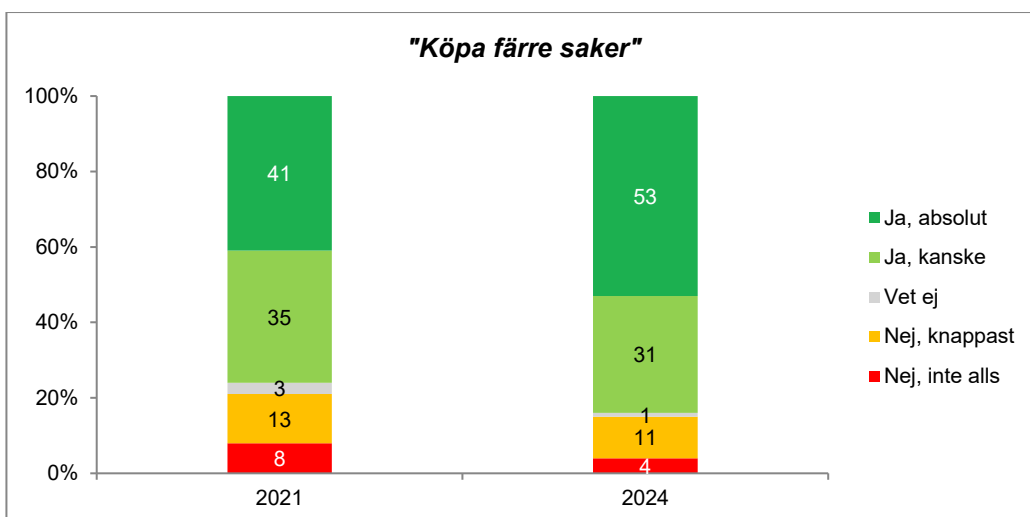
87 procent av respondenterna kan tänka sig att åka tåg i stället för flyg om det är möjligt. Det är en ökning från 77 procent i mätningen 2021.

Kvinnor, åldersgruppen 61 – 74 år, pensionärer samt personer som inte brukar köra bil är mer benägna än övriga att välja tåget framför flyget när det är möjligt.



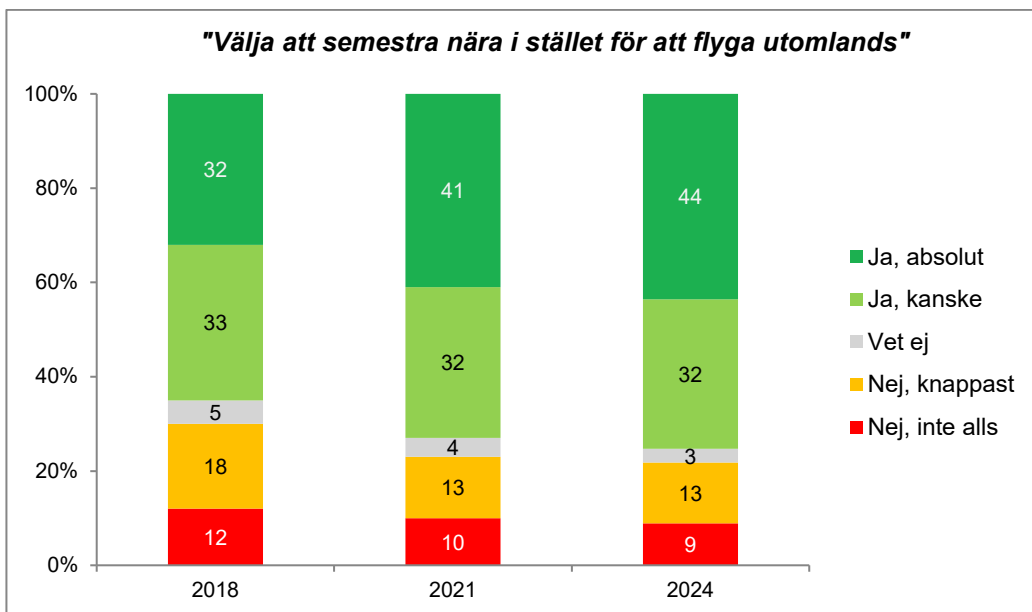
86 procent av de tillfrågade kan tänka sig att minska sin användning av plastförpackningar i vardagen. Detta alternativ fanns med för första gången i 2024 års undersökning.

Kvinnor, åldersgruppen 61 - 74 år och pensionärer mer benägna att minska sin plastanvändning jämfört med allmänheten som helhet.



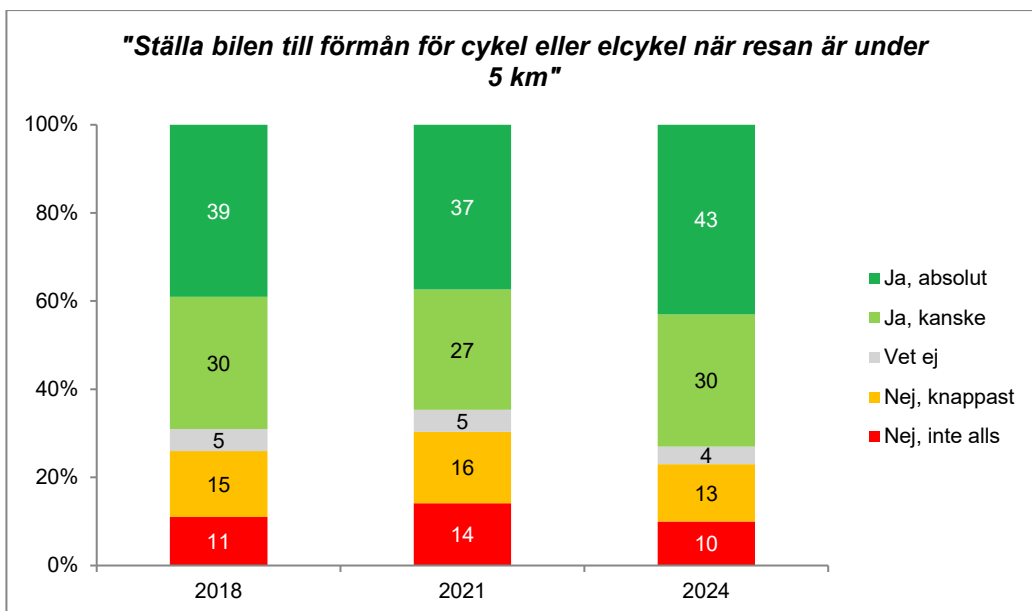
Nästan lika många, 84 procent, är beredda att köpa färre saker. Denna andel har ökat från 76 procent vid den förra mätningen.

Kvinnor, personer 61 - 74 år, universitets-/högskoleutbildade och personer som inte brukar köra bil svarar i större utsträckning än övriga att de kan tänka sig att köpa färre saker.



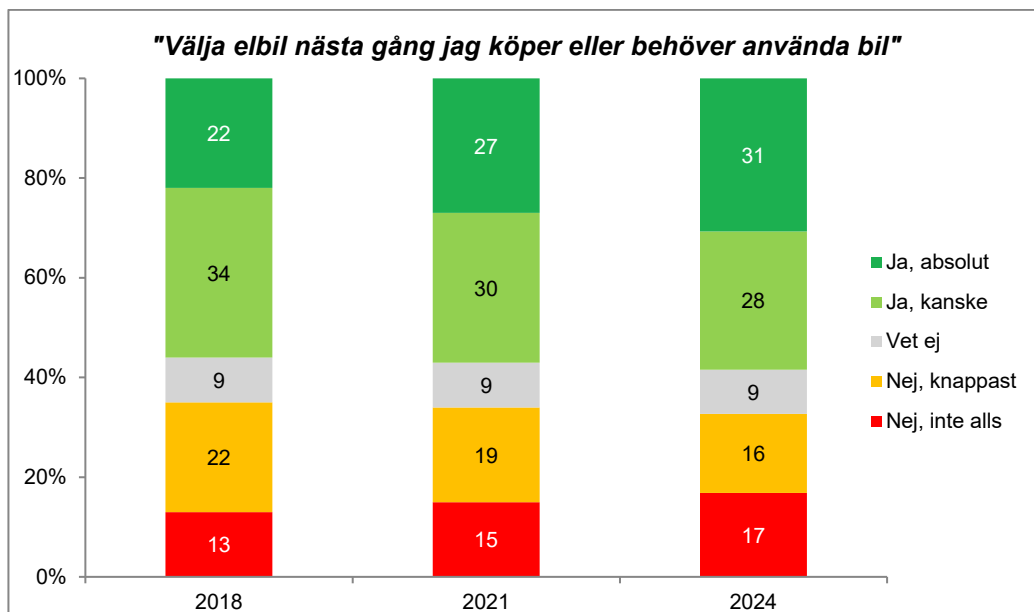
Alternativet med semesterresor finns med för tredje gången. I 2024 års mätning är det 76 procent som kan tänka sig att semestra nära i stället för att flyga. I mätningarna 2021 respektive 2018 var dessa andelar 73 respektive 65 procent.

Kvinnor, åldersgruppen 75 år och äldre, pensionärer, personer som inte brukar köra bil samt boende på orter med färre än 15 000 invånare svarar i större utsträckning än övriga att de kan tänka sig att semestra nära.



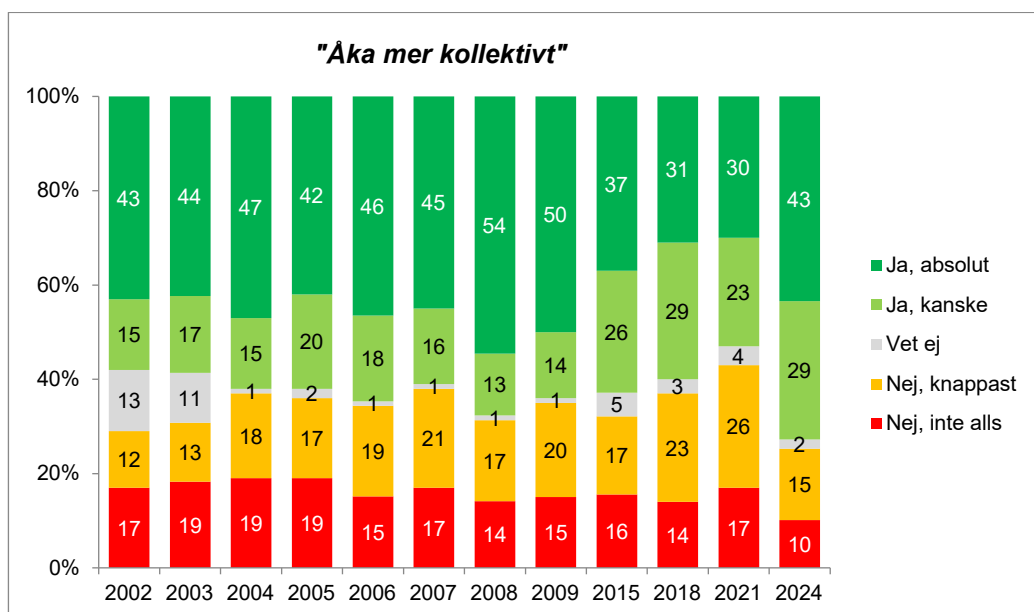
73 procent kan tänka sig att ställa bilen till förmån för cykel eller elcykel på sträckor kortare än 5 km. Detta är en ökning från 64 procent 2021.

Åldersgruppen 30–45 år, universitets-/högskoleutbildade, offentligt anställda samt respondenter som inte brukar köra bil är överrepresenterade bland dem som kan tänka sig att välja cykel.



59 procent av respondenterna svarar att de i någon mån kan tänka sig att välja elbil nästa gång de köper eller behöver använda bil. Andelen som absolut kan tänka sig det, 31 procent, har ökat jämfört med 2021 och 2018 års mätningar.

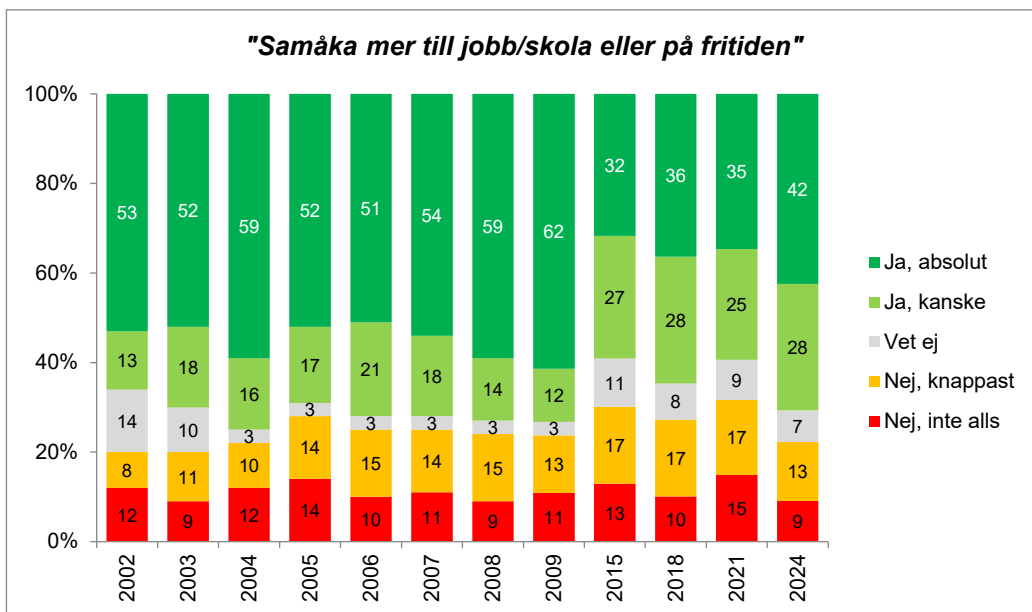
Kvinnor, åldersgruppen 18 – 29, universitets-/högskoleutbildade, privatanställda, studerande och storstadsbor är mer benägna att välja elbil än vad andra grupper är.



Totalt 72 procent av respondenterna svarar att de kan tänka sig att åka mer kollektivt. Det är en kraftig ökning jämfört med 2021 års mätning då motsvarande andel var 53 procent.

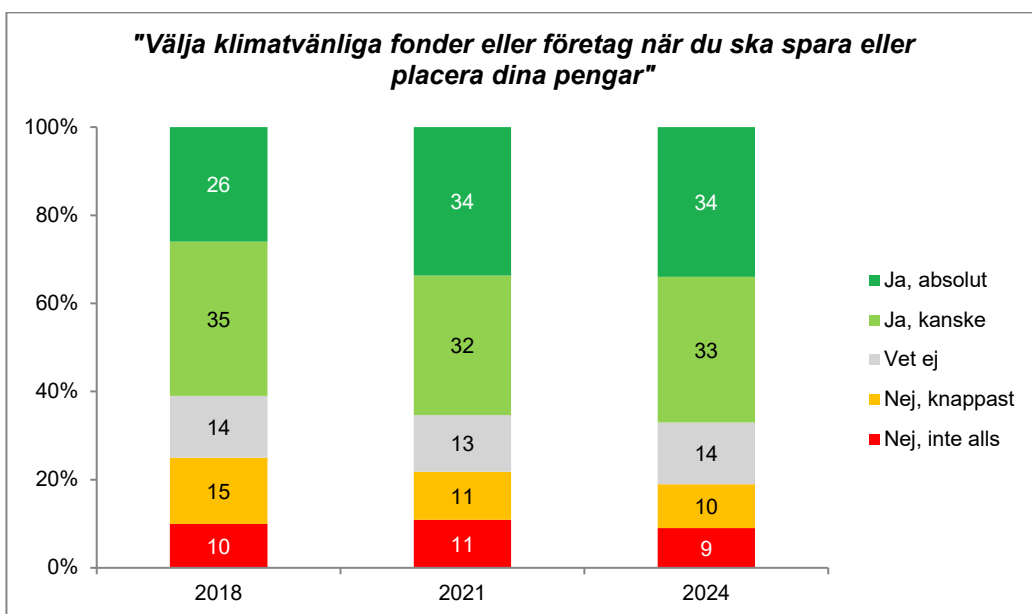
Kvinnor, universitets-/högskoleutbildade, storstadsbor samt personer som inte brukar köra bil, svarar i större utsträckning än övriga att de kan tänka sig att åka mer kollektivt.





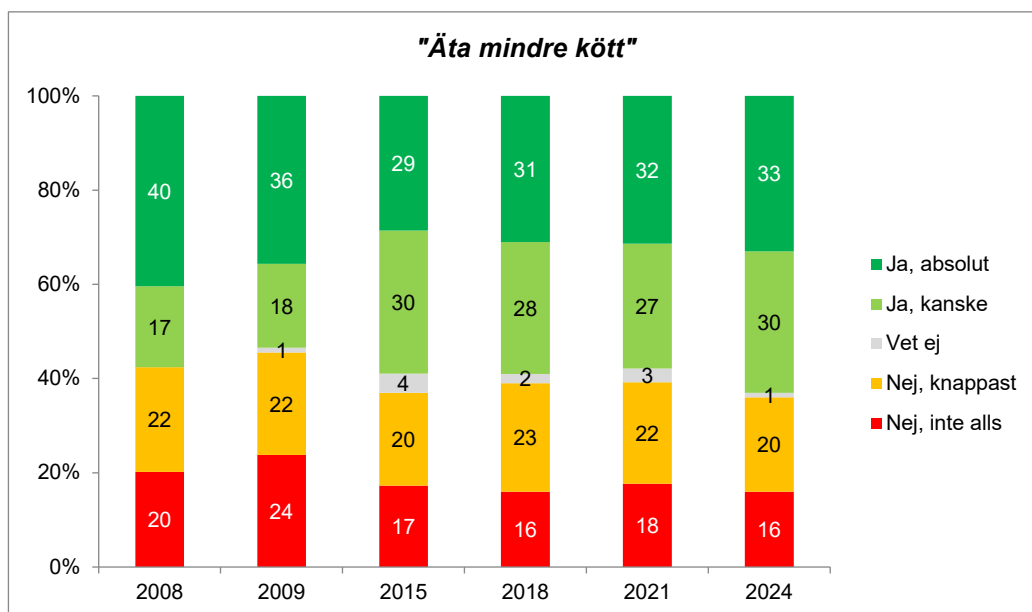
70 procent kan tänka sig att samåka mer. Det är en ökning från 2021 då andelen var 60 procent.

Kvinnor, anställda i offentlig sektor, boende på orter med 15 000 – 200 000 invånare samt personer som inte brukar köra bil, svarar i större utsträckning än övriga att de kan tänka sig att samåka mer.



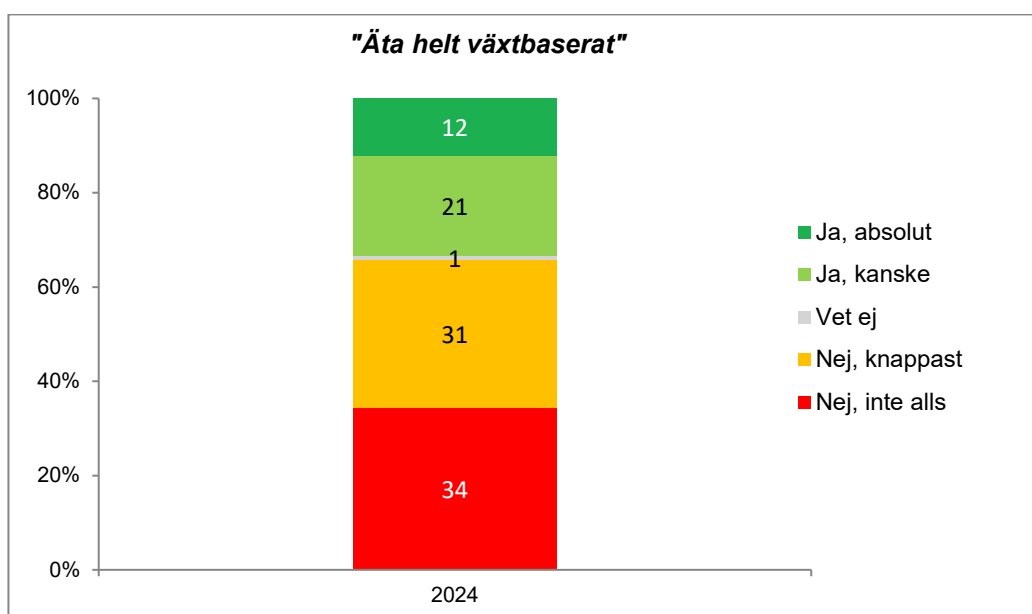
67 procent av respondenterna kan tänka sig att välja klimatvänliga fonder eller företag vilket är linje med 2021 års mätning.

Kvinnor och universitets-/högskoleutbildade kan i större utsträckning än övriga tänka sig att välja klimatvänliga fonder.



63 procent av respondenterna kan tänka sig att äta mindre kött. Jämfört med 2021 år mätning är det en ökning, motsvarande andel var då 59 procent.

Kvinnor, universitets-/högskoleutbildade, offentligt anställda, storstadsbor samt personer som inte brukar köra bil kan i större utsträckning tänka sig äta mindre kött än respondenterna som helhet.



Alternativet att äta helt växtbaserat är nytt i 2024 års mätning. 33 procent svarar att de kan tänka sig att göra det.

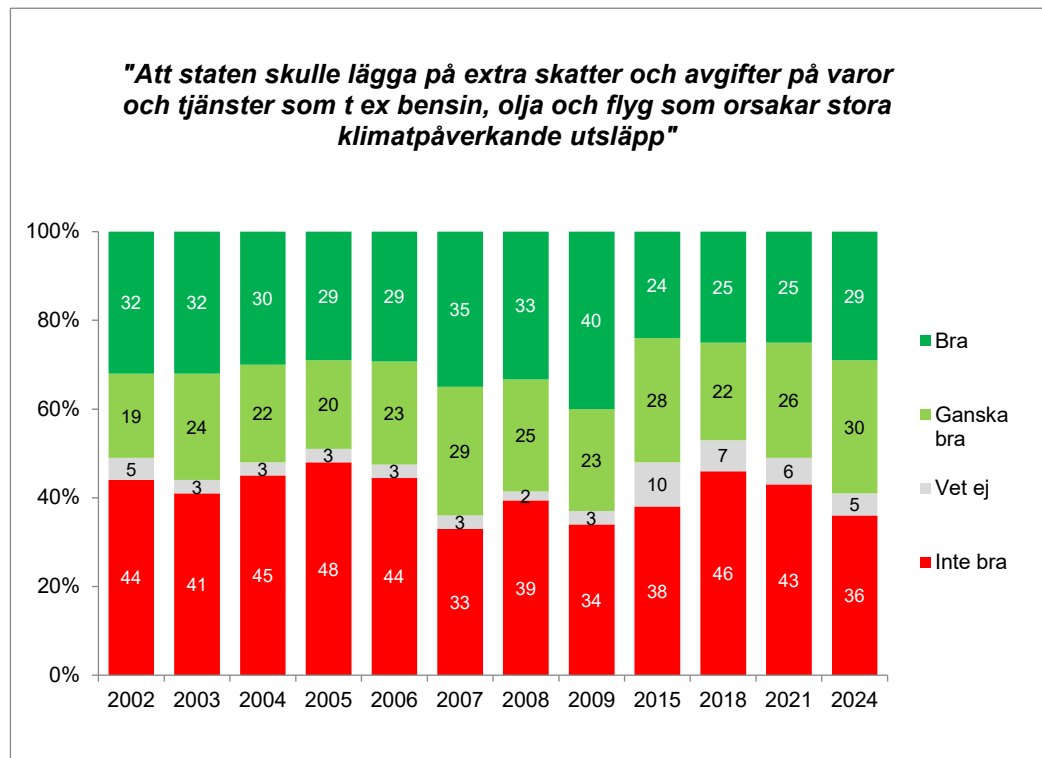
Kvinnor, åldersgrupperna 18 – 29 och 30 – 45 samt personer som inte brukar köra bil kan i större utsträckning än allmänheten som helhet tänka sig att äta helt växtbaserat.

## 5 Styrmedel

### 5.1 STATLIGA STYRMEDEL FÖR ATT BEGRÄNSA KLIMATFÖRÄNDRINGEN

"Hur bra tycker du att följande förslag är för att bromsa klimatförändringen...?"

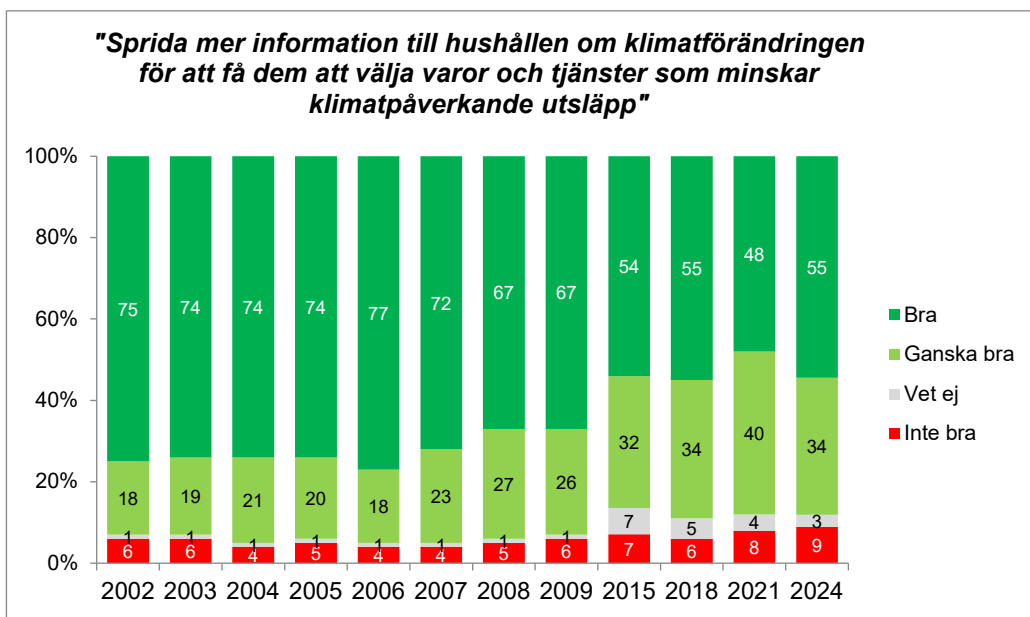
#### 5.1.1 EXTRA SKATTER OCH AVGIFTER



6 av 10 (59 procent) tycker att det är en bra eller ganska bra åtgärd att beskatta varor och tjänster som orsakar stora klimatpåverkande utsläpp. I mätningen 2021 var andelen 51 procent och i mätningen 2018 var andelen 47 procent.

Åldersgruppen 18 – 29 år, universitets-/högskoleutbildade, storstadsbor samt de som inte kör bil tycker förslaget är bättre än respondentgruppen som helhet.

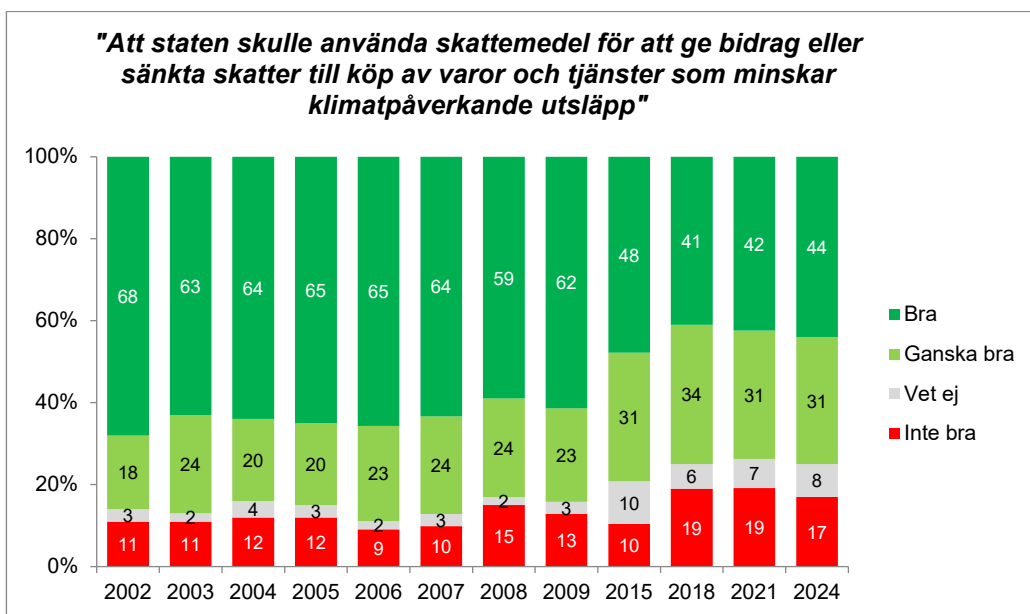
### 5.1.2 INFORMATION



89 procent av respondenterna tycker att information till hushållen är en bra eller ganska bra insats för att minska klimatpåverkan, vilket är samma nivå som i mätningen 2021 (88 procent).

Kvinnor, universitets-/högskoleutbildade och pensionärer är mer positiva till åtgärden än genomsnittet.

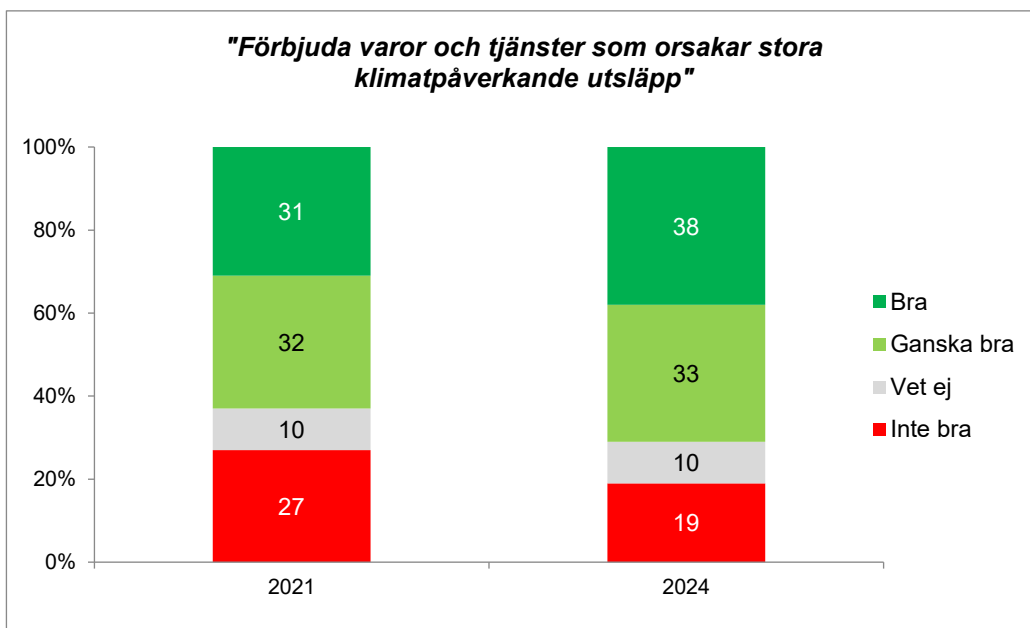
### 5.1.3 BIDRAG/SÄNKTA SKATTER



75 procent av respondenterna tycker att det är en bra eller ganska bra insats att använda skattemedel för att ge bidrag eller sänka skatter till köp av varor och tjänster som minskar klimatpåverkande utsläpp. Det är samma nivå som i mätningen 2021 (73 procent).

Åldersgruppen 18 - 29 år, universitets-/högskoleutbildade, storstadsbor samt personer som inte brukar köra bil är mer positiva till åtgärden än allmänheten som helhet.

#### 5.1.4 FÖRBUD

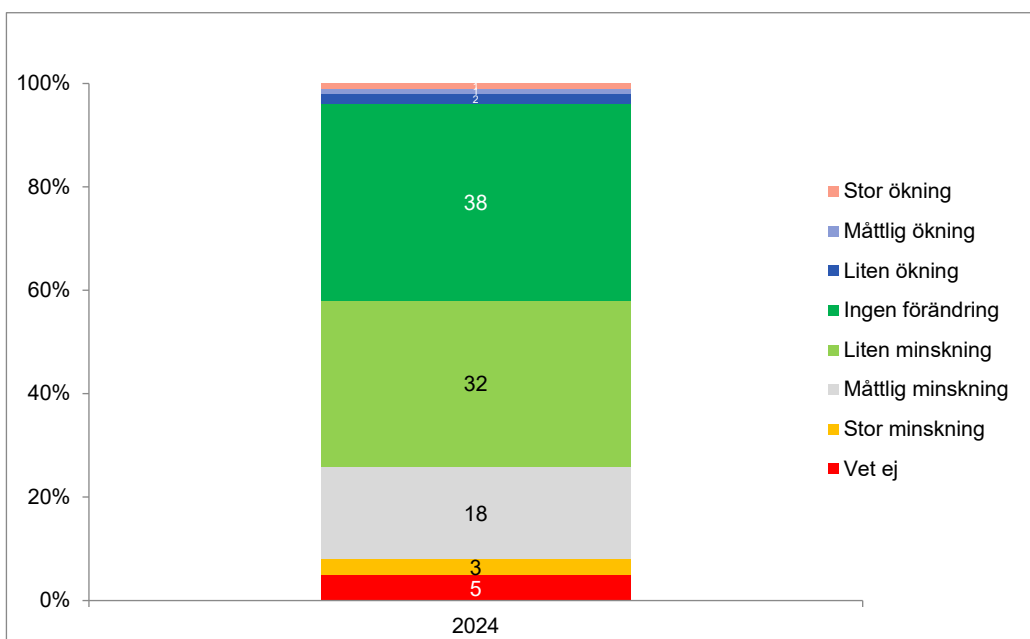


Drygt 7 av 10 (71 procent) tycker att det är en bra eller ganska åtgärd att förbjuda varor och tjänster som orsakar stora klimatpåverkande utsläpp. De är en ökning från 2021 då andelen var 63 procent.

Storstadsbor, universitets-/högskoleutbildade samt personer som inte brukar köra bil svarar "bra" i större utsträckning än respondentgruppen som helhet.

#### 5.1.5 EFFEKT PÅ UTSLÄPP I SVERIGE FRÅN PRISÖKNING PÅ BRÄNSLE

*Anta att politiska beslut skulle göra att bensin och diesel blir 1,50 kronor dyrare vid pump. Hur tror du att det skulle påverka klimatutsläppen i Sverige?*



Omkring hälften av respondenterna tror att en höjning av bensin- och dieselpriiset vid pump med 1,50 kronor kommer att minska klimatutsläppen i Sverige – i någon utsträckning.

Av dessa är det 3 procent som tror att minskningen kommer att vara stor, 18 procent måttlig och 32 procent liten.

38 procent tror inte att prishöjningen kommer att ha någon effekt på utsläppen. Sammanlagt tror 4 procent att prishöjningen kommer att innebära en utsläppsökning i Sverige.

18 – 29-åringar, studerande och personer som inte brukar köra bil tror i större utsträckning än respondenterna som helhet att åtgärden kommer leda till minskade utsläpp.

## 5.2 STATLIG FINANSIERING AV KLIMATÅTGÄRDER

*"Vilken är din inställning till att staten är med och finansierar följande för att minska klimatutsläpp?" (Ny fråga 2024)*

78 procent är positiva till att staten är med och finansierar framtidens elnät för att minska klimatutsläppen.

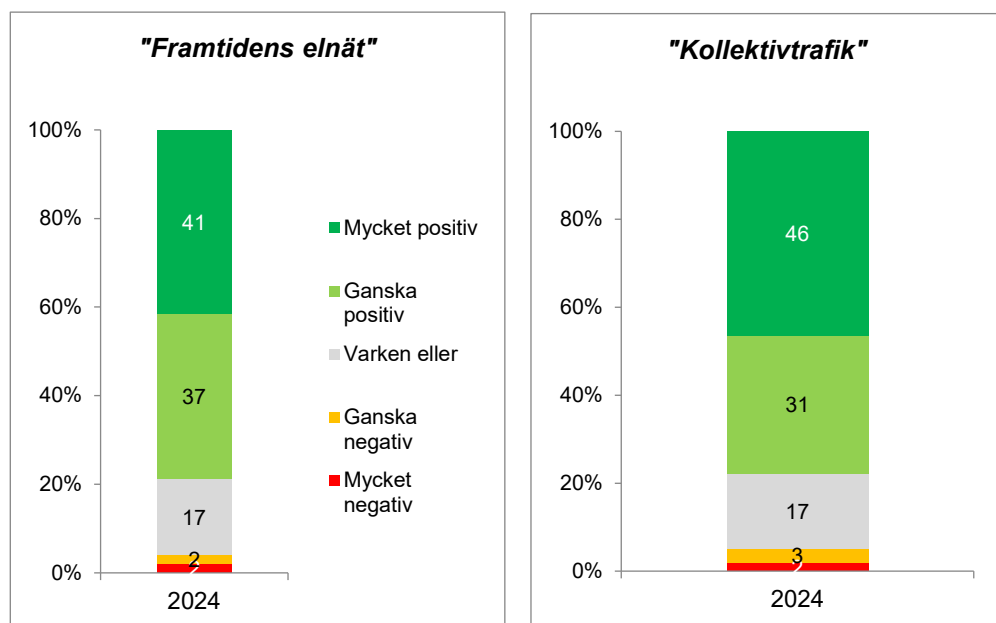
En lika stor andel (77 procent) är positiv till finansiering av kollektivtrafik av samma skäl.

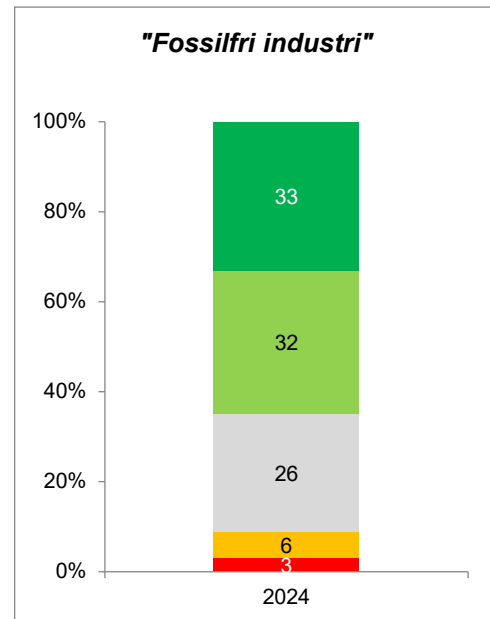
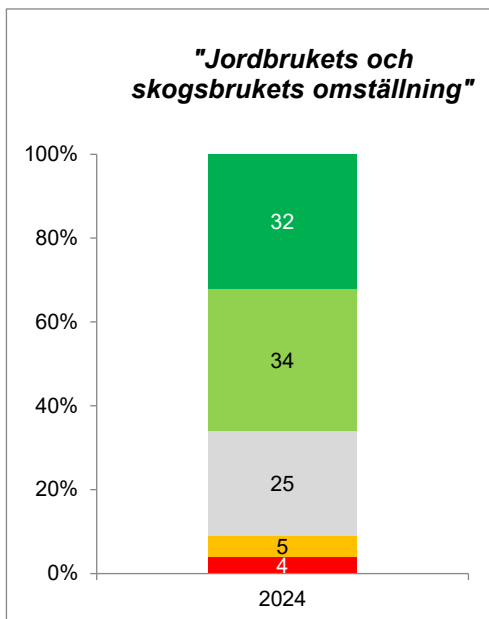
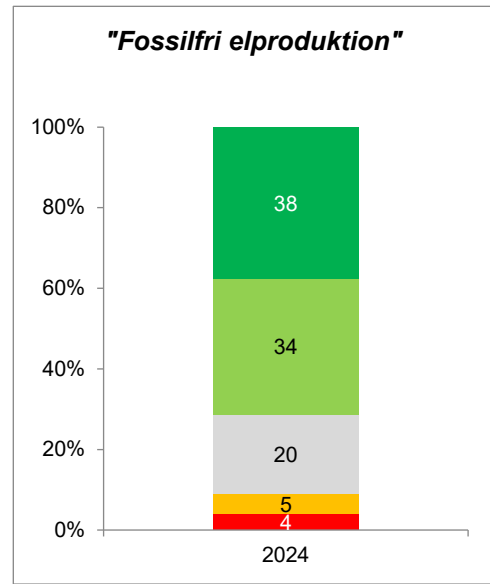
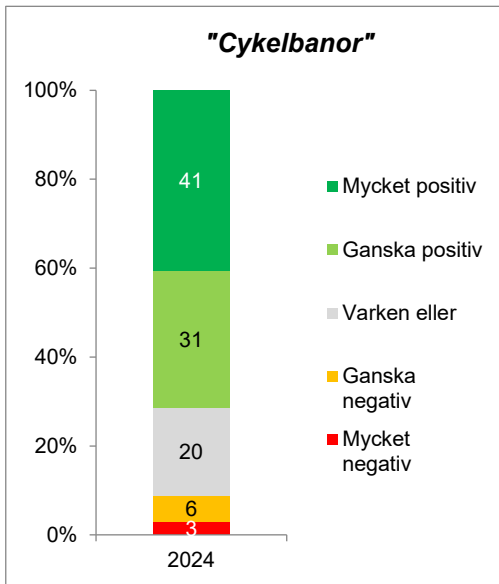
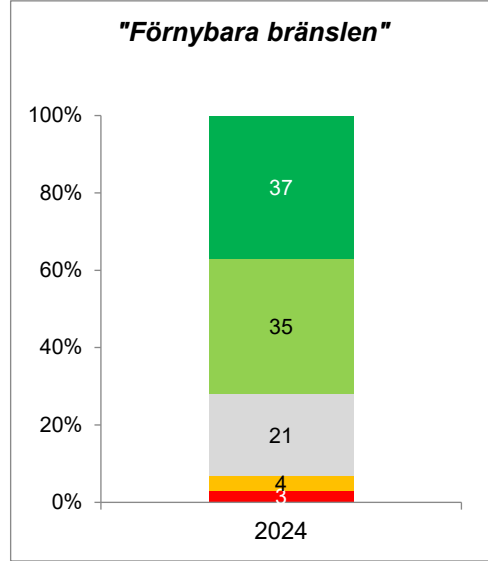
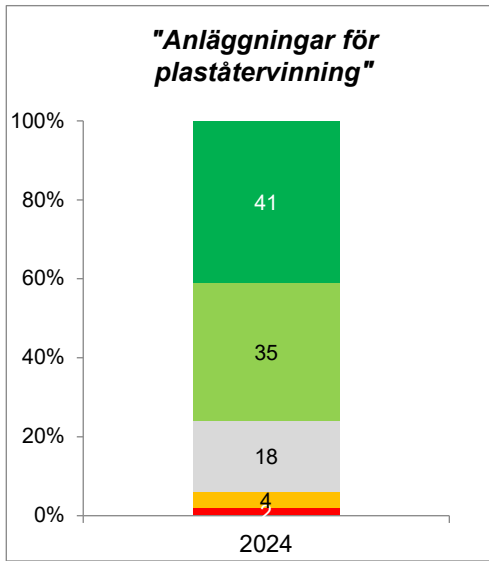
Andelen som är positiv till finansiering av anläggningar för återvinning av plast är 76 procent.

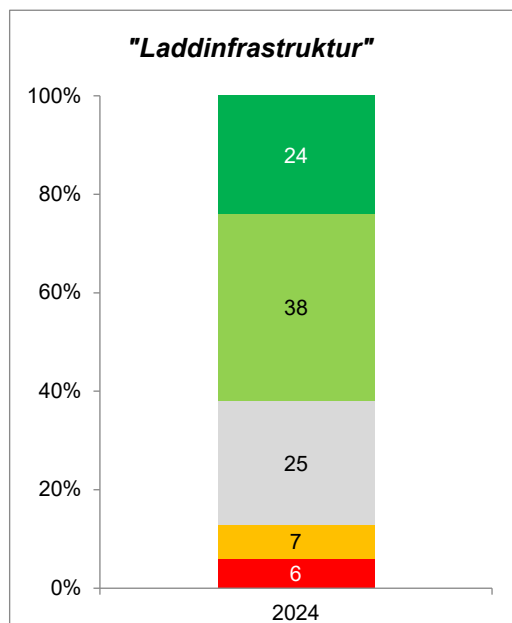
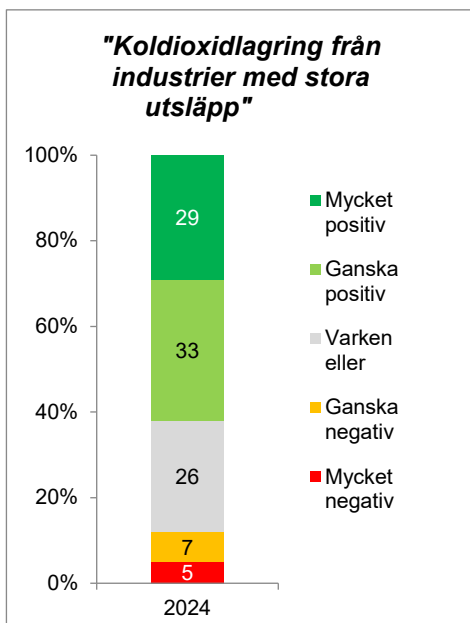
72 procent är positiva till statlig finansiering av förnybara bränslen som en klimatåtgärd. En lika stor andel är positiva till finansiering av cykelbanor som klimatåtgärd.

72 procent är positiva till statlig finansiering av fossilfri elproduktion. En något mindre andel, 66 procent, är positiv till att staten är med och finansierar jordbrukets- och skogsbrukets omställning.

En lika stor andel (65 procent) tycker det är bra med statlig finansiering av fossilfri industri. 62 procent är positiv till koldioxidlagring från industrier med stora utsläpp och en lika stor andel är positiv till finansiering av laddinfrastruktur.



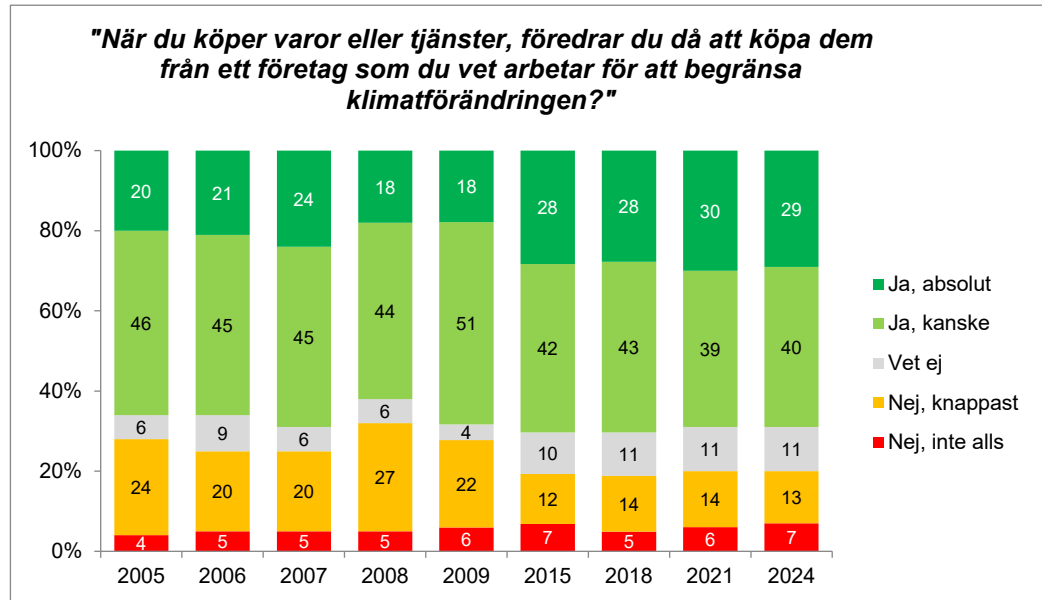






## 6 Företagens klimatarbete

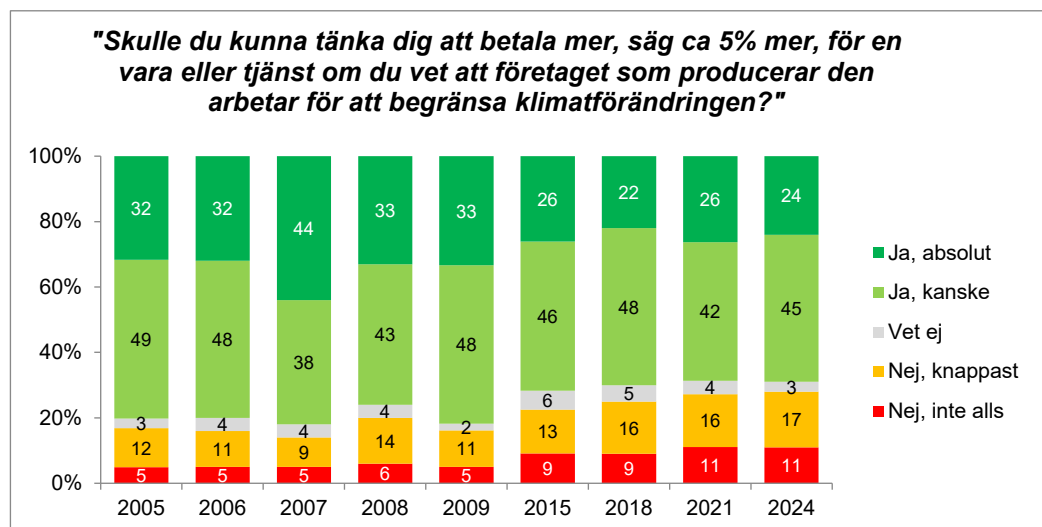
### 6.1 VILJAN HANDLA FRÅN FÖRETAG SOM BEGRÄNSAR KLIMATFÖRÄNDRINGEN



7 av 10 respondenter (69 procent) uppger att de föredrar att köpa varor/tjänster från företag som de vet arbetar för att begränsa klimatförändringen. Detta resultat ligger i linje med 2021 års mätning.

Kvinnor, universitets-/högskoleutbildade och storstadsbor svarar "Ja, absolut" i större utsträckning än övriga.

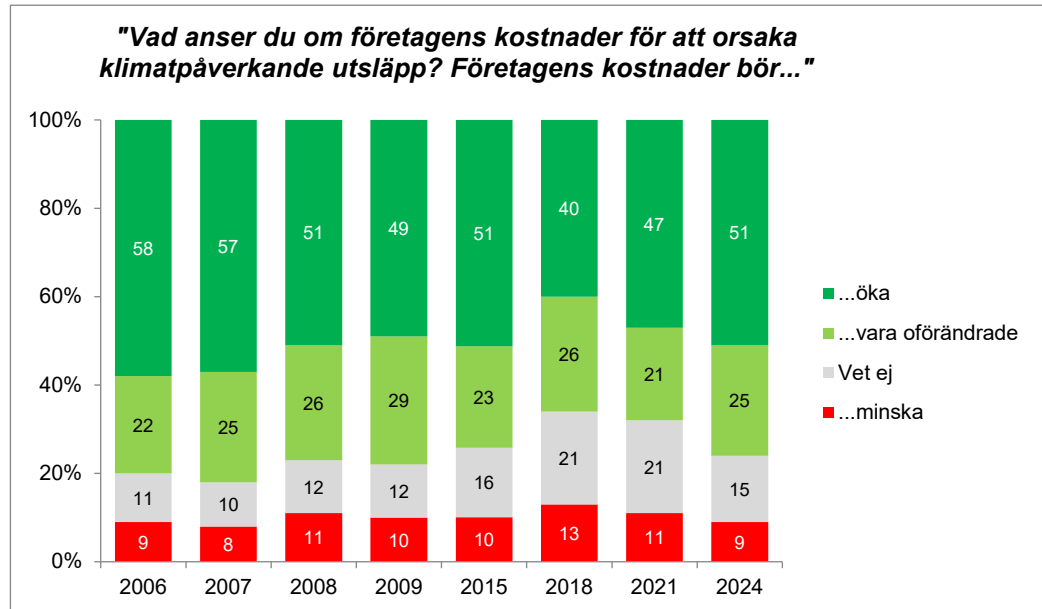
### 6.2 VILJAN BETALA EXTRA FÖR ATT BEGRÄNSA KLIMATFÖRÄNDRINGEN



Ungefär 7 av 10 (69 procent) skulle kunna tänka sig att betala mer för en vara eller tjänst från ett företag som man vet arbetar för att begränsa klimatförändringen. Detta utfall ligger i linje med 2021 års mätning då andelen var 68 procent.

Andelen som svarar att de absolut skulle kunna tänka sig att betala mer för en vara eller tjänst från ett företag som man vet arbetar för att begränsa klimatförändringen, är större bland universitets-/högskoleutbildade och storstadsbor, än bland övriga.

### 6.3 FÖRETAGENS KOSTNADER FÖR ATT SLÄPPA UT VÄXTHUSGASER



51 procent av respondenterna anser att företagens kostnader för klimatpåverkande utsläpp bör öka. 25 procent anser att kostnaderna bör vara oförändrade och 9 procent att de bör minska.

Universitets- och högskoleutbildade samt storstadsbor anser i större utsträckning än allmänheten som helhet att kostnaderna bör öka.

Åldersgruppen 18 – 29 år samt arbetssökande är överrepresenterade i gruppen som anser att företagens kostnader bör minska.

## 7 Attityder och konsumentbeteende

### 7.1 ÄNDRADE BETEENDEN FÖR ATT MINSKA KLIMATPÅVERKAN

*"Har du gjort något i ditt vardagsliv för att minska din klimatpåverkan under de senaste två åren när det gäller följande...?"*

*"Att källsortera mera"*

*"Din energianvändning i hemmet"*

*"Att återanvända saker"*

*"Ditt val av dagliga transporter"*

*"Din köttkonsumtion"*

*"Ditt val av semesterresor"*

*"Din konsumtion av ägg och mejerier"*

*"Förebygga matsvinn"*

*"Ditt val av aktie- och fondsparande"*

En stor andel av respondenterna svarar att de har källsorterat mer (92 procent). Det är en liten ökning jämfört med mätningen 2021.

86 procent svarar att de förebyggt matsvinn. Detta alternativ är nytt i mätningen 2024. En lika stor andel svarar att de återanvänt saker. Det är en liten ökning jämfört med 2021 då andelen var 82 procent.

85 procent svarar att de har minskat sin energianvändning, vilket kan jämföras med 2021 då motsvarande andel var 74 procent.

69 procent har valt dagliga transporter av klimatskäl. I 2021 års mätning var motsvarande andel 59 procent.

57 procent svarar att de valt semesterresa av klimatskäl. Det är en minskning jämfört med mätningen 2021 då motsvarande andel var 62 procent.

I 2024 års mätning svarar 58 procent att de minskat sin köttkonsumtion av klimatskäl. Resultatet ligger i linje med 2021 års mätning.

Ett av de nya alternativen i 2024 års mätning är konsumtion av ägg och mejerivaror. 42 procent svarar att de minskat konsumtionen av dessa varor. En något mindre andel, 39 procent, svarar att de anpassat sitt val av aktie- och fondsparande av klimatskäl.

Kvinnor, pensionärer och äldre svarar i större utsträckning än övriga att de *källsorterar mera*. Kvinnor, åldersgruppen 61 – 74 år och pensionärer har i större utsträckning anpassat sin *energianvändning i hemmet* än genomsnittet.

Kvinnor är överrepresenterade bland dem som *återanvänder saker*.

Kvinnor, storstadsbor samt de som inte kör bil anpassar sitt *val av dagliga transporter* mer än respondenterna som helhet.

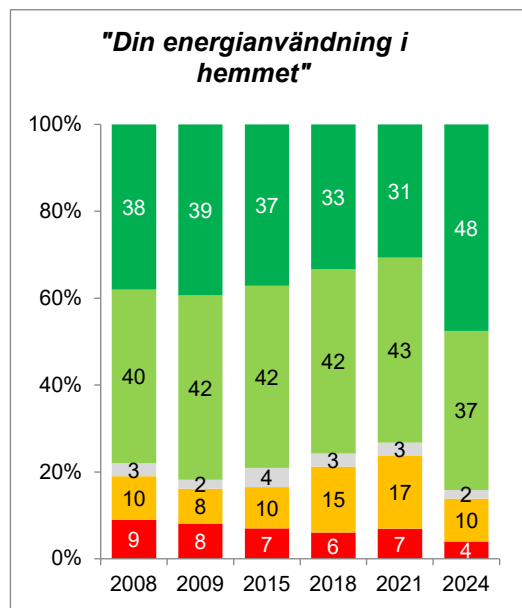
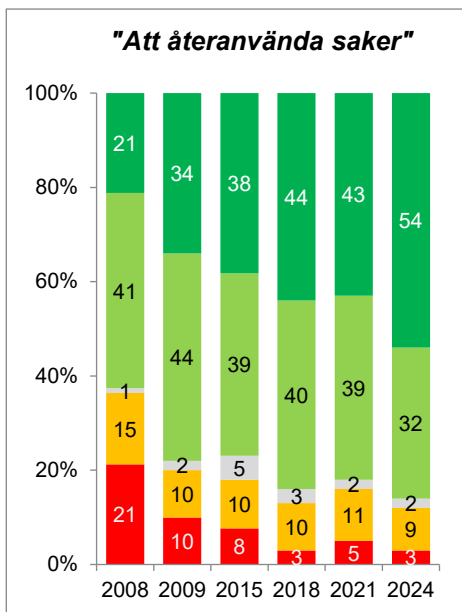
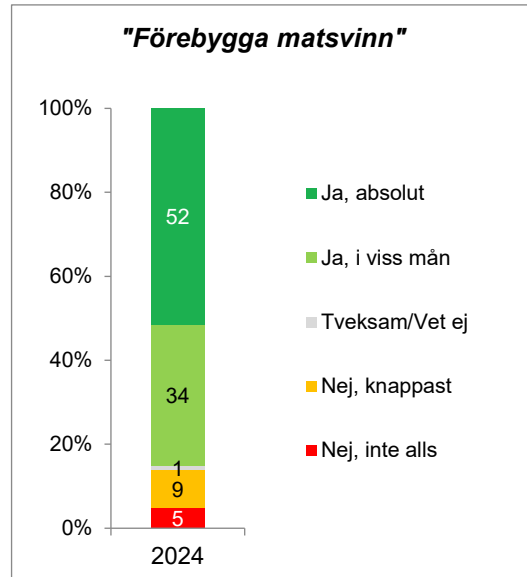
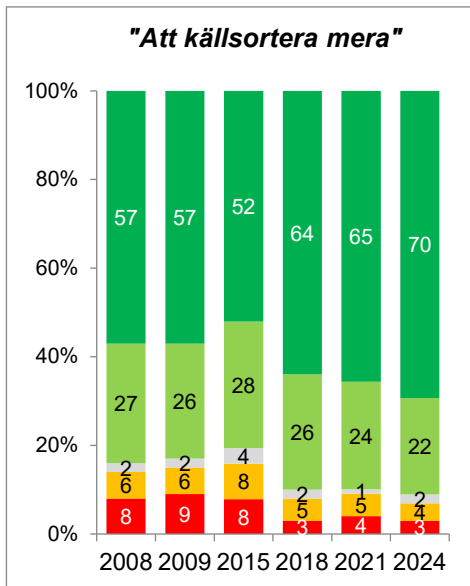
Unga, kvinnor, storstadsbor, universitets-/högskoleutbildade, offentligt anställda samt personer som inte brukar köra bil svarar i större utsträckning att de ändrat något vad gäller *köttkonsumtion*.

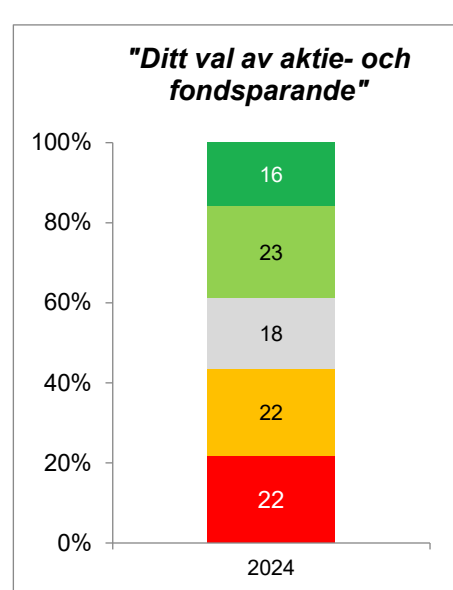
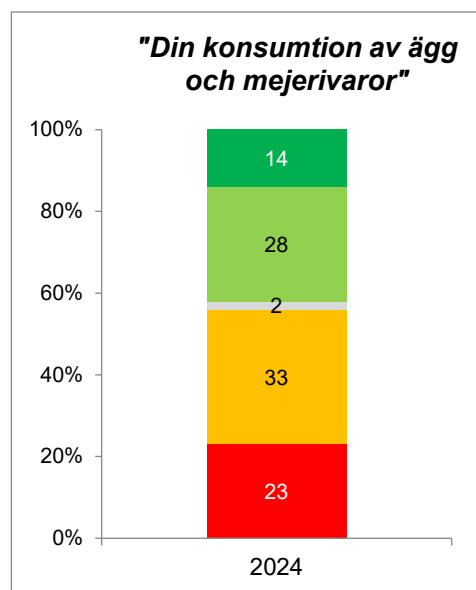
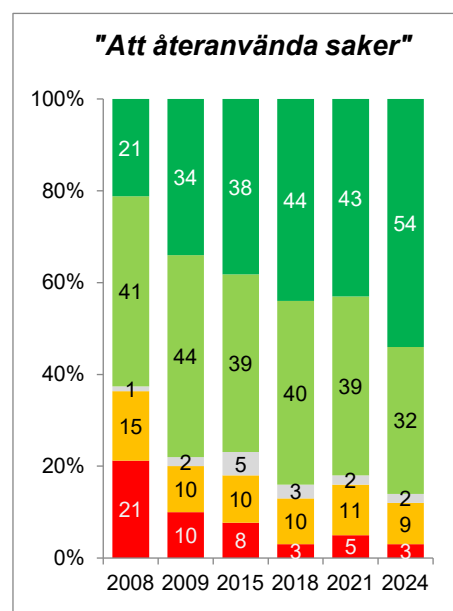
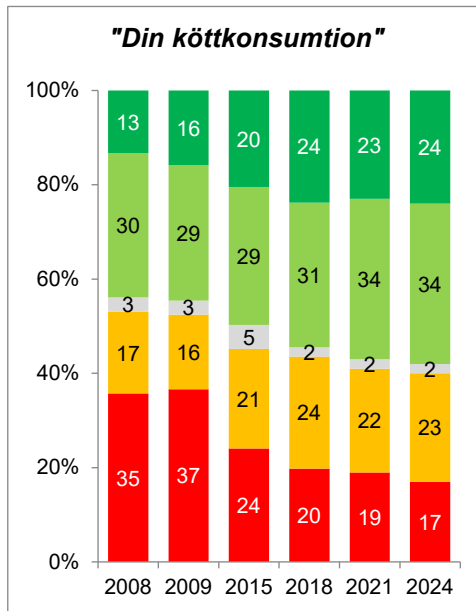
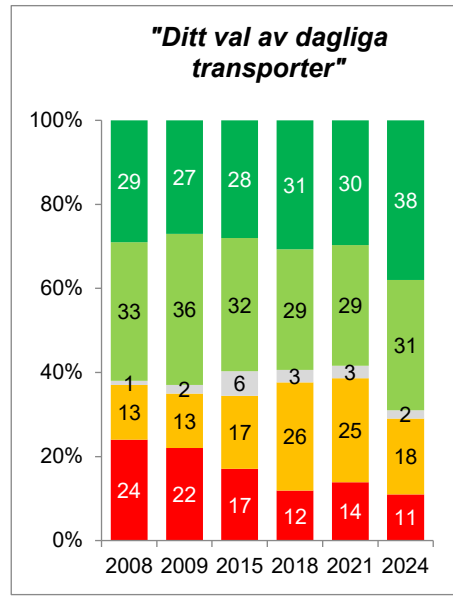
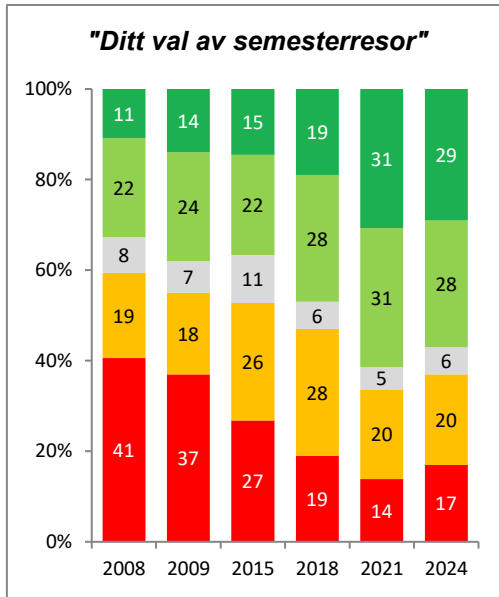
Kvinnor, 30 – 45 år, anställda i offentlig sektor, storstadsbor samt de som inte kör bil har i högre utsträckning ändrat sin *ägg- och mjölkkonsumtion* än genomsnittet.

Kvinnor, pensionärer samt åldersgruppen 75 och äldre har i större utsträckning än genomsnittet *förebyggt matsvinn*.

Kvinnor, 18 - 29-åringar, universitets-/högskoleutbildade samt storstadsbor har *klimatanpassat sitt sparande* i större utsträckning än genomsnittet.

Kvinnor, 61 – 74-åringar samt de som inte kör bil svarar i större utsträckning än övriga att de ändrat något i sitt *val av semesterresor*.





## 7.2 HINDER

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

Av de undersökta alternativen svarar flest (78 procent) att miljö- och klimatvänliga alternativ oftast är dyrare, vilket är en ökning från mätningen 2021 då motsvarande andel var 74 procent.

66 procent menar att deras invanda beteenden är ett hinder. Denna andel var 67 procent i den förra mätningen.

Att samhället som helhet inte gör mer anser 64 procent vara ett hinder. Alternativet var nytt för 2024 års mätning.

62 procent menar att det finns för få miljö- och klimatmedvetna alternativ och det är ett hinder för att de ska kunna leva klimatmedvetet. Denna andel var 59 procent i mätningen 2021.

44 procent pekar på avsaknad av information om den egna klimatpåverkan som ett hinder. Denna andel har ökat från 30 procent i den förra mätningen.

Något färre, 39 procent, menar att det faktum att personer i respondentens närmaste omgivning inte gör mer är ett hinder.

Att det är svårt att få tag om information om den egna klimatpåverkan anser framför allt 18 – 29-åringar, privatanställda och storstadsbor.

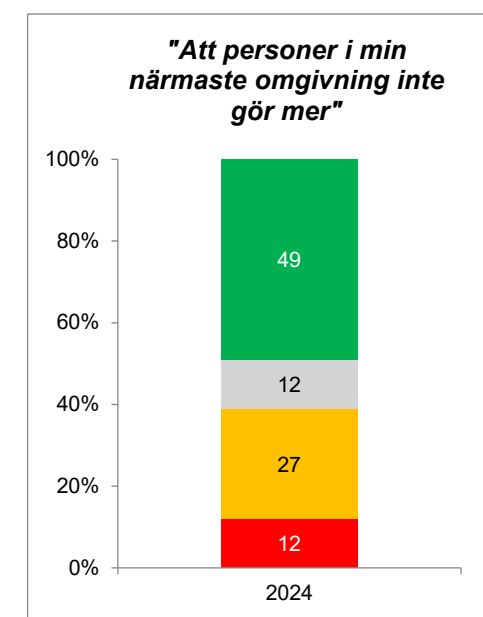
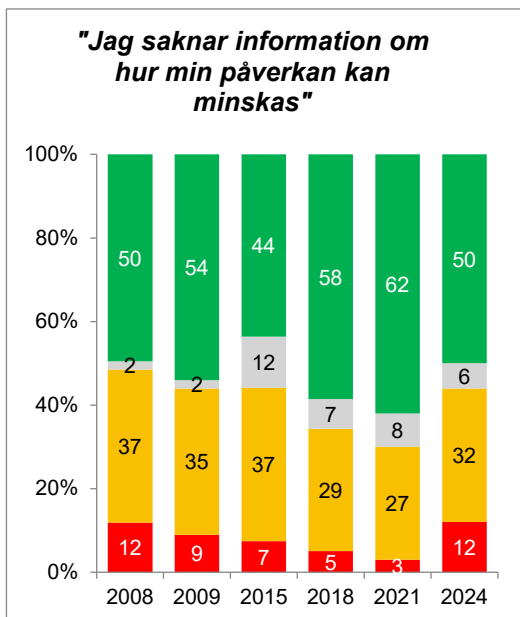
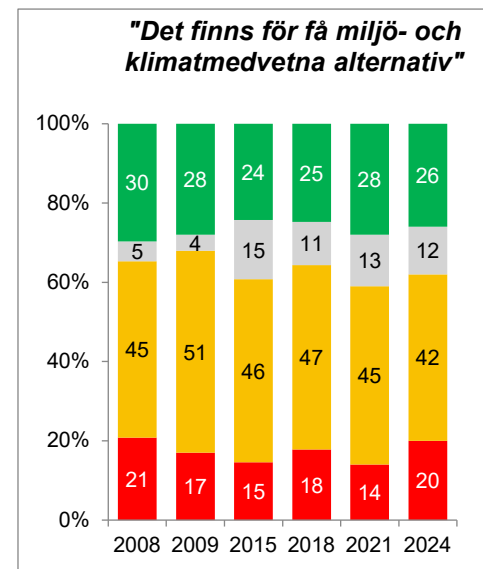
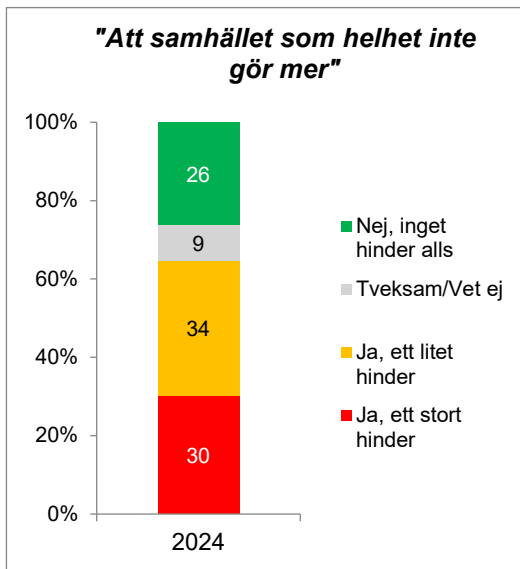
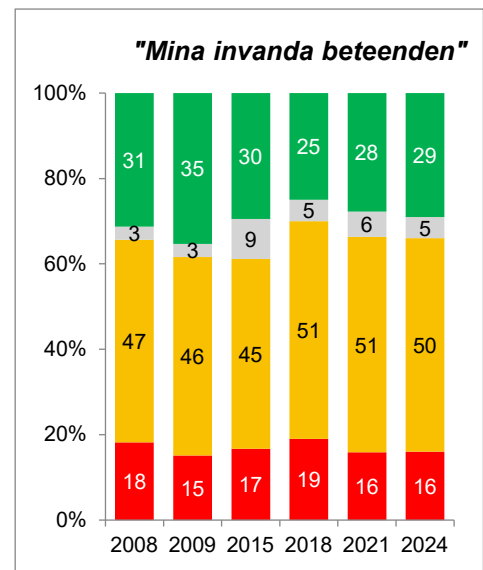
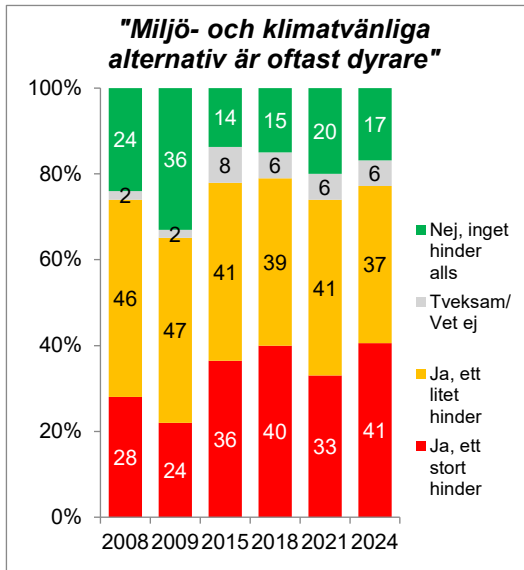
Det egna invanda beteendet pekar framför allt 18 – 29-åringar och åldersgruppen 30 – 45 år.

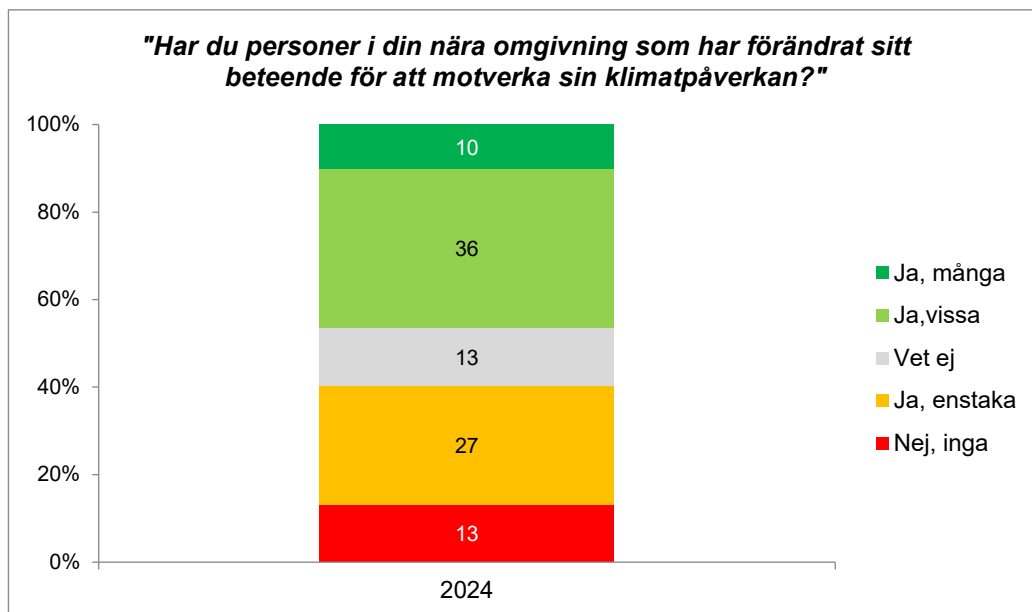
18 – 29-åringar pekar i större utsträckning än andra på att det finns för få miljö- och klimatmedvetna alternativ.

Att miljö- och klimatvänliga alternativ ofta är dyrare menar framför allt 30 - 45-åringar och gymnasieutbildade är ett hinder.

Framför allt 18 - 29-åringar, studerande och storstadsbor anser att det är ett hinder att personer i deras omgivning inte gör mer.

Kvinnor, universitets-/högskoleutbildade samt storstadsbor pekar på att samhället inte gör mer som ett hinder.





46 procent svarar att de har många eller vissa som förändrat sitt beteende för att motverka sin klimatpåverkan. 27 procent svarar att de har enstaka, medan 13 procent svarar att det inte har några alls i sin omgivning.

Bland 18 – 29-åringar, universitets-/ högskoleutbildade, studerande och storstadsbor är det en större andel än genomsnittet som svarat att de har "många" som ändrat beteende.

### 7.3 FAKTORER FÖR MER KLIMATMEDVETEN LIVSSTIL

*"Hur viktigt är följande för dig för att kunna leva en mer klimatmedveten livsstil?"*

Respondenterna har därefter värderat fem faktorer och deras betydelse för att kunna leva en mer klimatmedveten livsstil.

57 procent svarar att en ambitiös svensk klimatpolitik är viktig för deras egna möjligheter att leva en mer klimatmedveten livsstil.

Kvinnor, 75-åringar och äldre, universitets-/högskoleutbildade, pensionärer, storstadsbor samt de som inte kör bil pekar i större utsträckning på denna faktor är genomsnittet.

53 procent svarar att statliga bidrag till privatpersoner klimatåtgärder är viktiga.

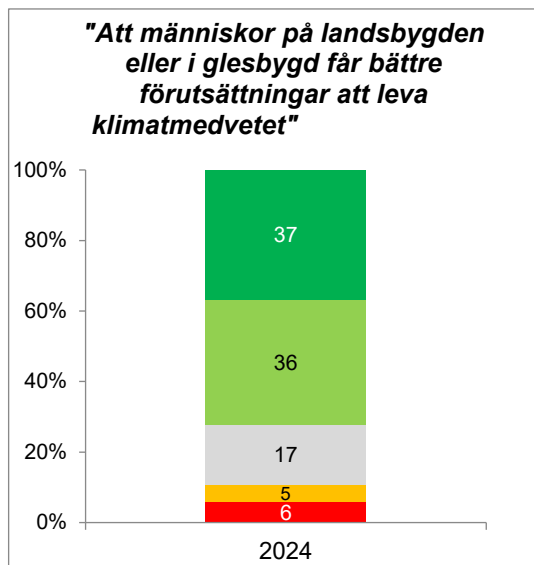
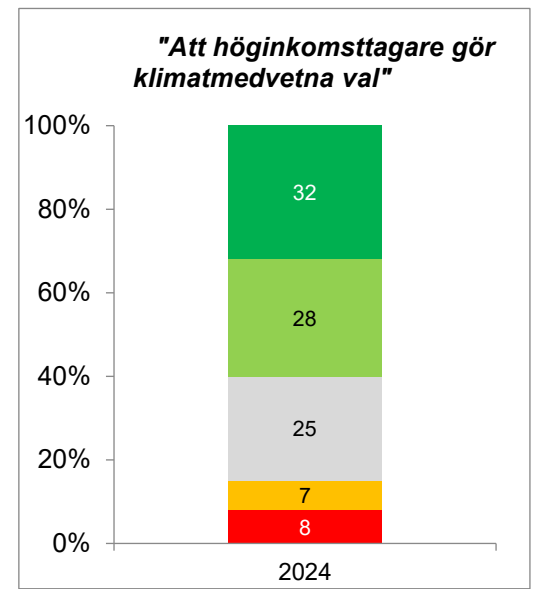
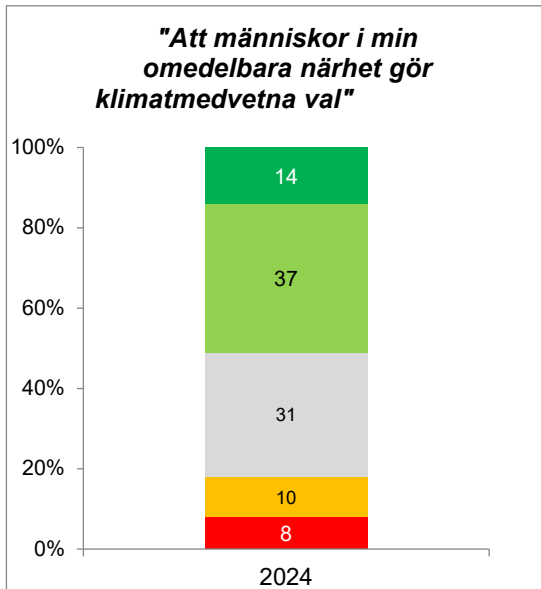
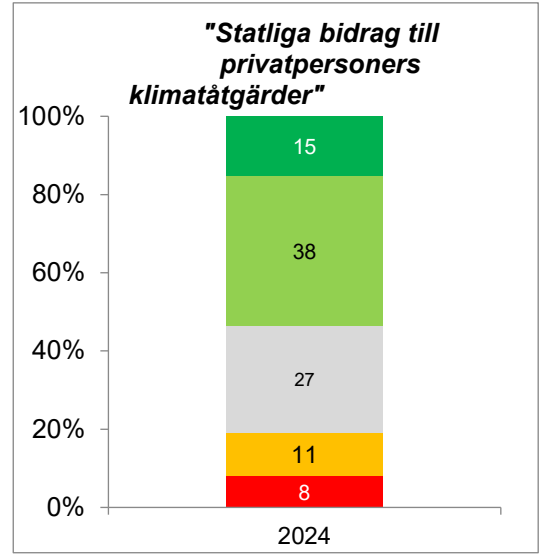
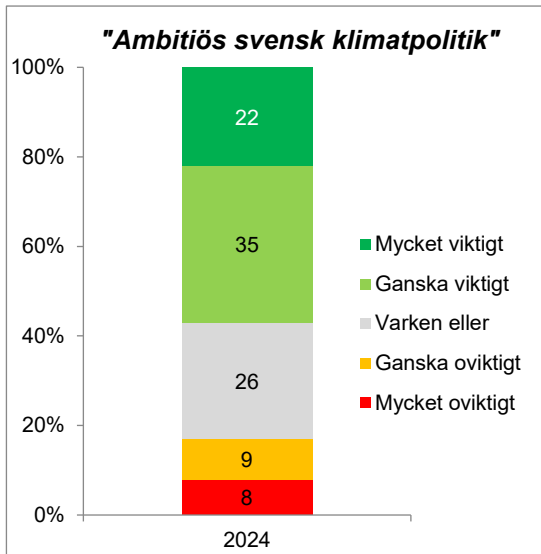
51 procent svarar att det är viktigt att människor i deras omedelbara närhet gör klimatmedvetna val. Storstadsbor är överrepresenterade i denna grupp.

60 procent anser att det är viktigt att höginkomsttagare gör klimatmedvetna val för att de själva ska kunna göra det. Kvinnor, pensionärer och storstadsbor är överrepresenterade bland dem som anser det viktigt.

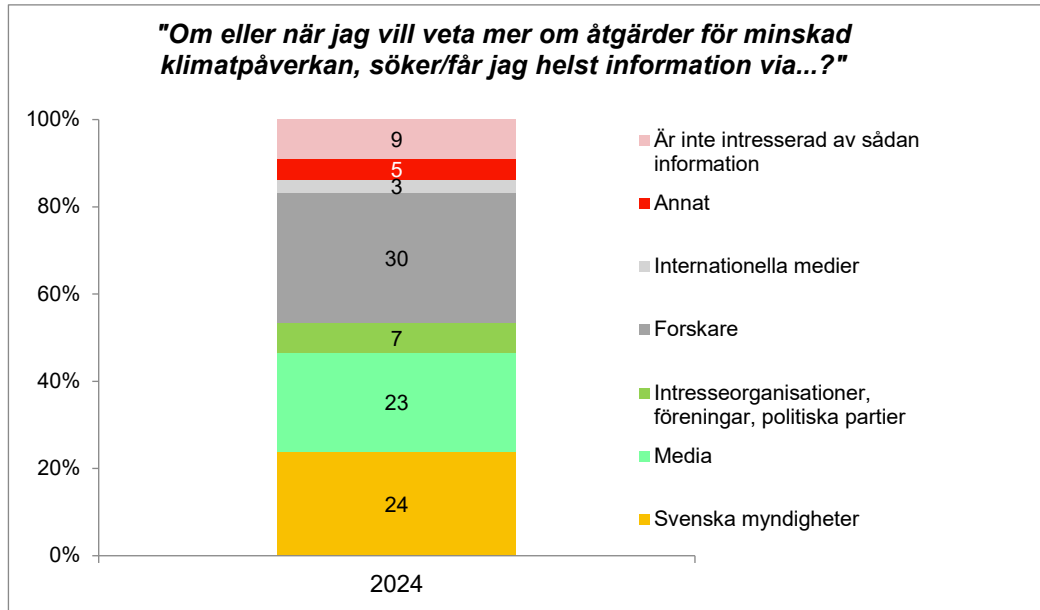
Bland respondenterna är det 73 procent som svarar att det är viktigt att människor på landsbygden eller i glesbygd får bättre förutsättningar att leva klimatmedvetet för att de själva ska kunna göra det.

Kvinnor, pensionärer och boende på orter med färre än 15 000 invånare är överrepresenterade i denna grupp.



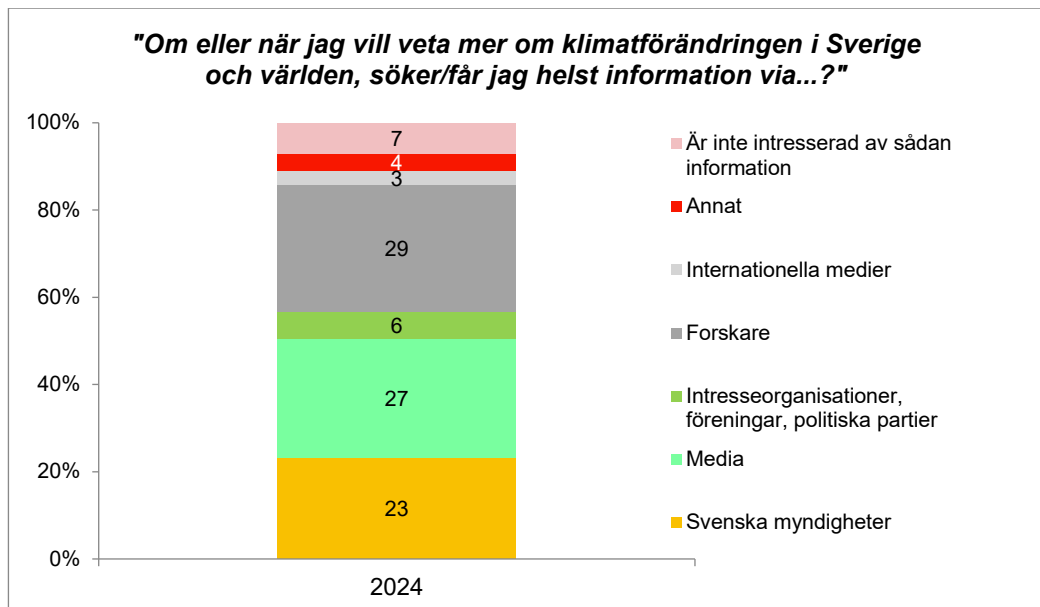


#### 7.4 INFORMATIONSSINHÄMTNING



Svenskar söker eller tar helst emot information om åtgärder för minskad klimatpåverkan från forskare. 30 procent väljer detta alternativ. Därefter kommer svenska myndigheter (24 procent) och media (23 procent).

9 procent svarar att de inte är intresserade av sådan information. Enstaka respondenter föredrar intresseorganisationer, föreningar eller politiska partier (7 procent) samt internationell media (3 procent).



När respondenterna ska söka information om klimatförändringen i Sverige och världen vill de helst få denna information från forskare. 29 procent väljer detta alternativ.

En nästan lika stor andel, 27 procent, föredrar media. Något färre, 23 procent, vill helst bli informerade av svenska myndigheter.

7 procent uppger att de inte är intresserade av sådan information och 6 procent vänder sig till intresseorganisatorer, föreningar eller politiska partier. 4 procent uppger annan källa och 3 procent föredrar internationella medier.

18 – 29-åringar, 61 – 74-åringar, grundskoleutbildade och pensionärer vill i större utsträckning än genomsnittet få information om minskad klimatpåverkan från media.

Universitets- och högskoleutbildade vill i högre utsträckning än övriga få information från forskare.

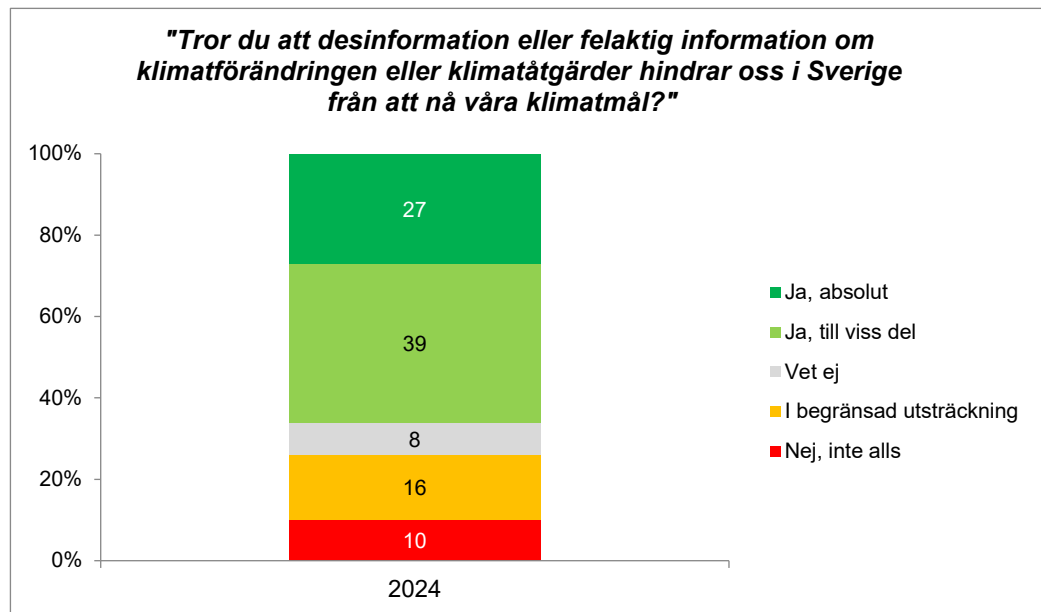
Åldersgruppen 46 – 60 år och offentligt anställda väljer svenska myndigheter som informationskälla i större utsträckning än respondentgruppen som helhet.

Kvinnor och offentligt anställda söker helst information via svenska myndigheter om klimatförändringen i Sverige och världen.

18 – 29-åringar, 75-åringar och äldre samt pensionärer är överrepresenterade i gruppen som föredrar motsvarande information från media.

Forskare som källa föredrar universitets- och högskoleutbildade i större utsträckning än respondentgruppen som helhet.

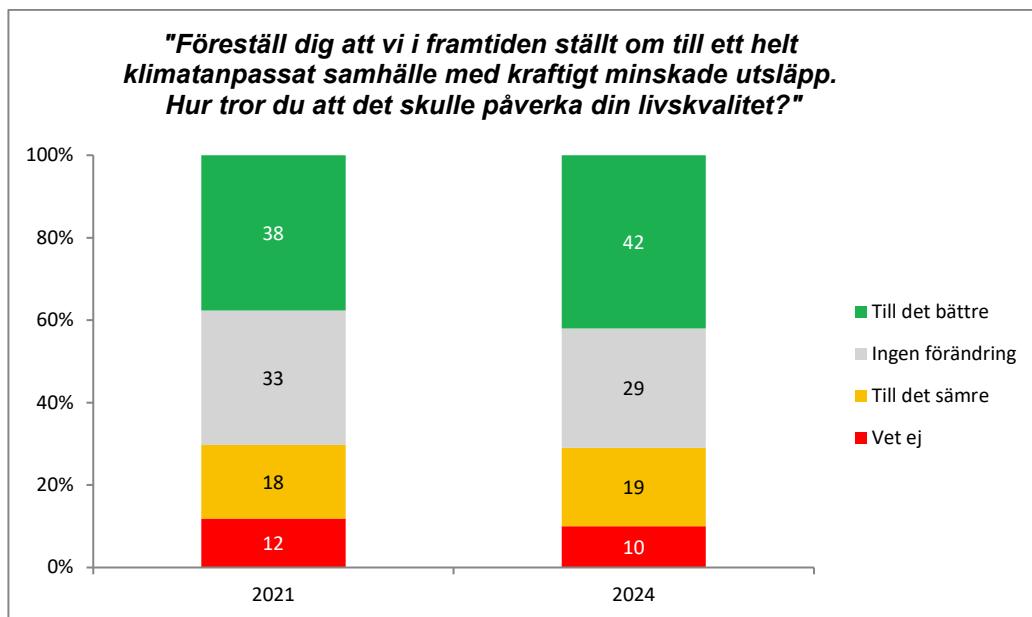
## 7.5 EFFEKTER AV DESINFORMATION



Nästan 3 av 10 (27 procent) tror absolut att desinformation och felaktig information hindrar oss i Sverige från att nå våra klimatmål. 39 procent tror till viss del att det är så. Knappt 1 av 10 (8 procent) svarar att de inte vet, medan 16 procent svarar att det påverkar i begränsad utsträckning. 1 av 10 (10 procent) tror inte alls att det har någon påverkan.

Universitets- och högskoleutbildade samt de som inte kör bil tror i större utsträckning än respondentgruppen som helhet att desinformation eller felaktig information hindrar oss i Sverige från att nå våra klimatmål.

## 7.6 LIVSKVALITET I KLIMATANPASSAT SAMHÄLLE



I 2021 års mätning lades en ny fråga till kring hur respondenterna ser på ett helt klimatanpassat samhälle och dess inverkan på den egna livskvaliteten. Andelen som då svarade "till det bättre" var 38 procent. När frågan upprepades 2024 hade andelen ökat till 42 procent.

Andelen som anser att deras livskvalitet skulle förändras till det sämre ligger kvar oförändrad, från 18 till 19 procent.

18 – 29-åringar, universitets-/högskoleutbildade samt storstadsbor svarar i större utsträckning än genomsnittet att deras livskvalitet skulle förbättras.

Män, 30 – 45-åringar, gymnasieutbildade och de som brukar köra bil svarar i större utsträckning än respondentgruppen som helhet att deras livskvalitet skulle försämrans.