

Företag och allmänhet om CSR och hållbarhet



Kontakter på Novus: Mats Elzén & Katarina Hajdu

Datum: 9:e maj 2019



Bakgrund & Genomförande

BAKGRUND

Undersökningen har genomförts av Novus på uppdrag av Reach for Change. Syftet med undersökningen är att undersöka VD:ars/högre chefers och allmänhetens inställning till hållbarhet och samhällsansvar. Hållbarhet, samhällsansvar, CSR etc, har sammanfattats med begreppet "göra världen bättre".

MÅLGRUPPER

- 1) VD, grundare (om operativ), CFO, Marknads-chef, annan top management – företag med minst 50 anställda
- 2) Svenska allmänheten 18-79 år



GENOMFÖRANDE

Antal intervjuer:

- VD: 102
- Allmänheten: 1002

Fältperiod:

- VD: 16 – 23 april 2019
- Allmänheten: 2 – 8 maj 2019

Deltagar-

frekvens:

- VD: 20%
- Allmänheten: 57%

METOD

VD

Undersökningen är genomförd via telefonintervjuer som har genomförts av en nära samarbetspartner till Novus. Ett arbete som vi tar fullt ansvar för.

Allmänheten

Undersökningen är genomförd via webbintervjuer i Novus slumpmässigt rekryterade och representativa Sverigepanel.

En Novus undersökning är en garant för att undersökningen är relevant och rättvisande för hela gruppen som skall undersökas.

RESULTAT

VD/högre chefer

Resultaten levereras i en diagramrapport. För VD är antalet intervjuer är för lågt för att redovisa signifikanta skillnader i undergrupper.

Allmänheten

Markerade signifikanta skillnader i rapporten är jämfört mot totalen (kön, ålder, utbildning och region). Resultatet är efterstratifierat.

FELMARGINAL

Vid 100 intervjuer:

Vid utfall 20/80: +/- 7,8%

Vid utfall 50/50: +/- 9,8%

Vid 1 000 intervjuer:

Vid utfall 20/80: +/- 2,5%

Vid utfall 50/50: +/- 3,2%



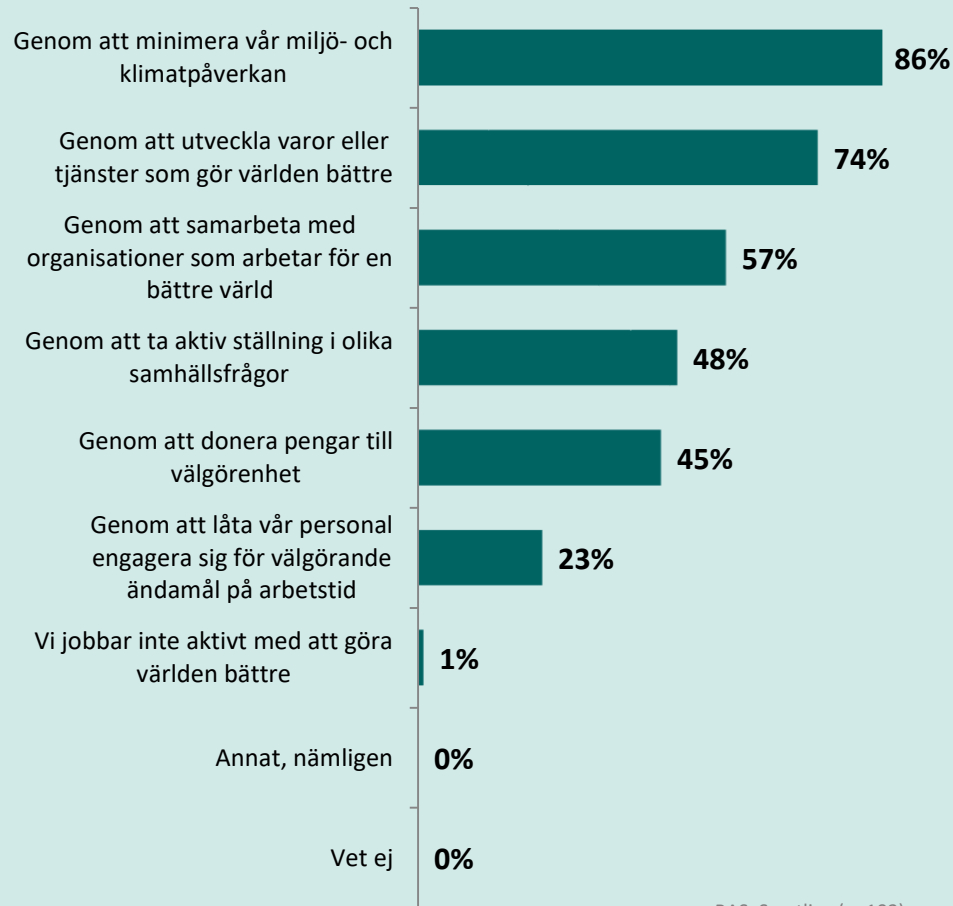
Resultat VD:ar

Kort sammanfattning

- Att minimera företagets miljö- och klimatpåverkan anser de flesta vara deras bidrag till att göra världen bättre
- Bland de som samarbetar med organisationer som arbetar för en bättre värld ger två av tre ekonomiskt stöd till dessa organisationer
- De som inte valde svarsalternativet ”tar aktiv ställning i olika samhällsfrågor” på fråga 1 fick frågan om varför - Fyra av tio uppger att de ändå tar aktiv ställning i samhällsfrågor.
- Bland de som uppger att de tar aktiv ställning i olika samhällsfrågor enligt fråga 1 svarar en majoritet uppger att företaget engagerar sig för att de har ett ansvar att bidra till en positiv samhällsutveckling
- Större kunskap inom företaget om hur man kan påverka krävs för att deras företag skulle kunna bidra mer till en bättre värld
- Nära hälften har en strategi för att bidra till att de globala hållbarhetsmålen ska uppfyllas
- Drygt sju av tio uppger att de mäter effekten av sitt arbete med att göra världen lite bättre, bland dessa uppger många att sättet de gör detta på är genom att mäta koldioxidutsläpp
- De flesta tror att det är viktigt för de anställda att företaget aktivt försöker bidra till en bättre värld

Att minimera företagets miljö- och klimatpåverkan anser de flesta vara deras bidrag till att göra världen bättre

FRÅGA: På vilket eller vilka av följande sätt, om något, anser du att ditt företag bidrar till att göra världen lite bättre?

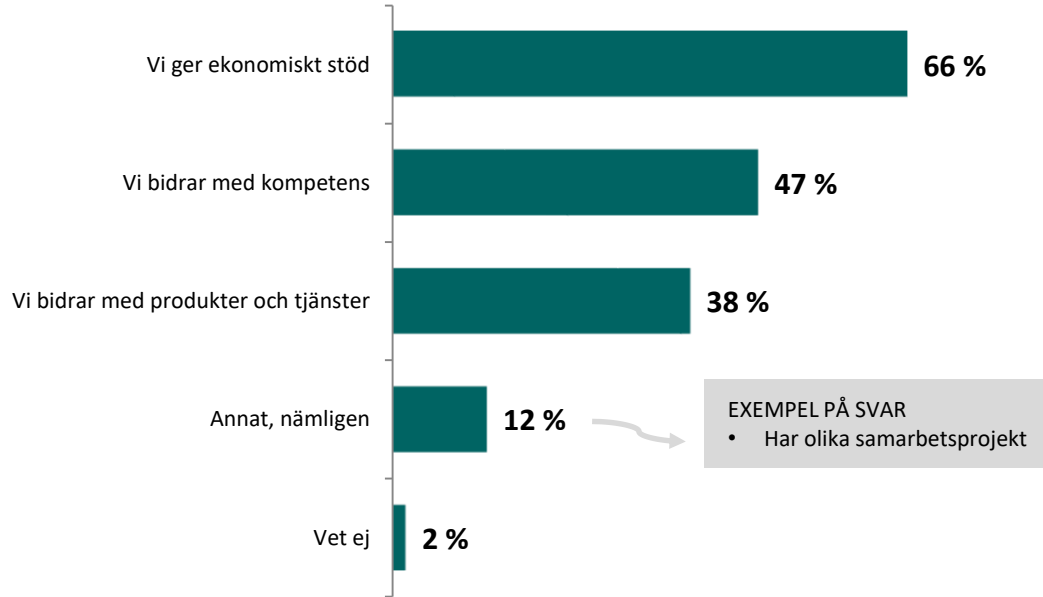


BAS: Samtliga (n=102)

Samarbetar med organisationer som arbetar för en bättre värld enligt fråga 1

Två av tre ger ekonomiskt stöd till organisationer som arbetar för en bättre värld

FRÅGA: Hur samarbetar ni med organisationer som arbetar för en bättre värld?



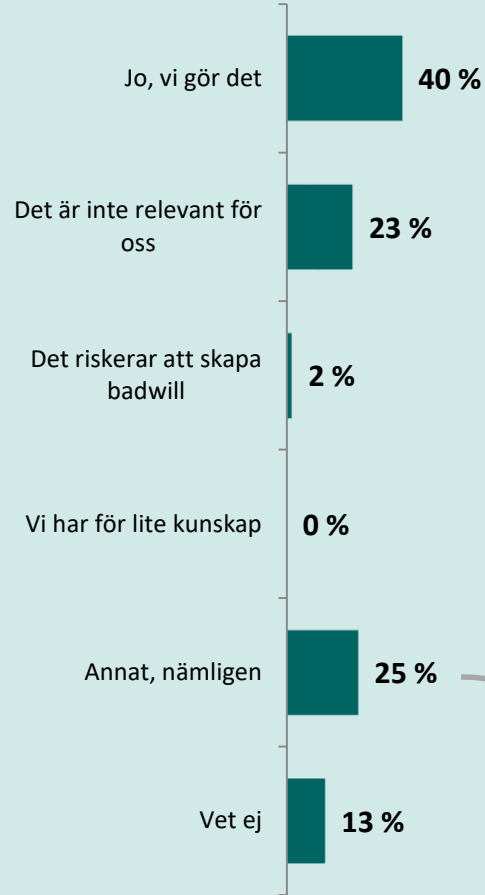
BAS: Samarbetar med organisationer som arbetar för en bättre värld enligt fråga 1 (n=58) OBS LÅG BAS

Se listning av samtliga svar i bifogad Excelfil

Svarade inte "tar aktiv ställning i olika samhällsfrågor" på fråga 1

Fyra av tio uppger att de ändå tar aktiv ställning i samhällsfrågor

FRÅGA: Du svarade inte alternativet "Genom att ta aktiv ställning i olika samhällsfrågor" på första frågan. Varför gör ni inte det?



EXEMPEL PÅ SVAR

- Brist på tid
- Tar inte ställning i politiska frågor
- Ej prioriterat historiskt
- Har ej resurser

BAS: Tar INTE aktiv ställning i olika samhällsfrågor (n=53) OBS LÅG BAS

Se listing av samtliga svar i bifogad Excelfil

Tar aktiv ställning i olika samhällsfrågor enligt fråga 1

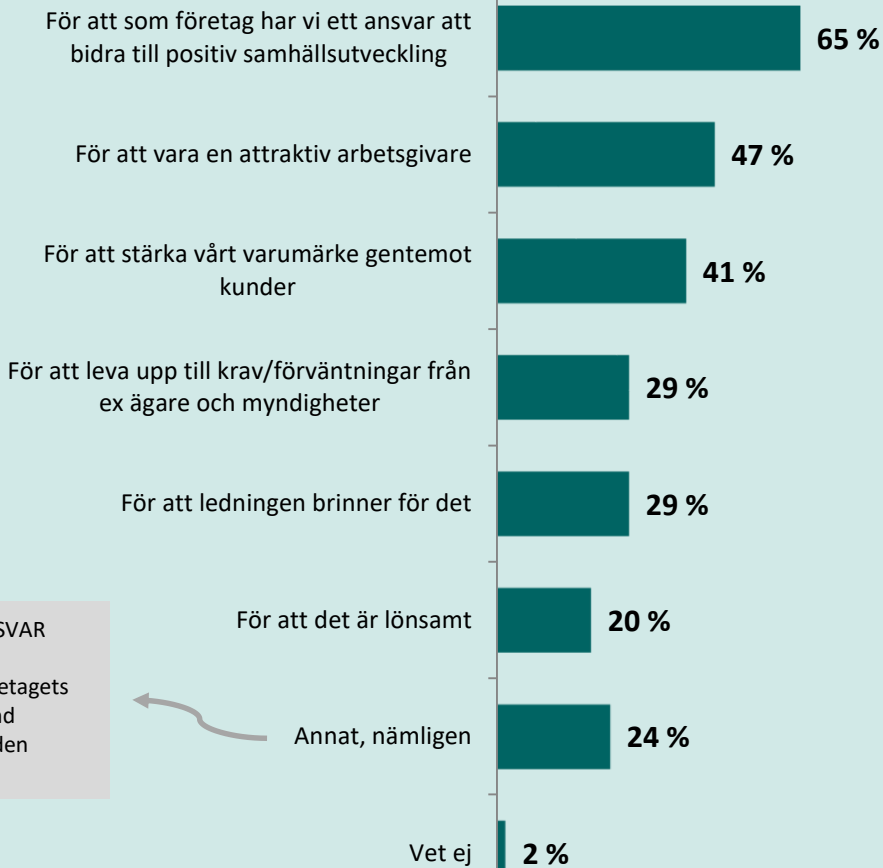
En majoritet uppger att företaget engagerar sig för att de har ett ansvar att bidra till en positiv samhällsutveckling

FRÅGA: Varför engagerar sig ditt företag i olika samhällsfrågor?

EXEMPEL PÅ SVAR

- Vill bidra
- Del av företagets värdegrund
- Ligger i tiden
- Kundkrav

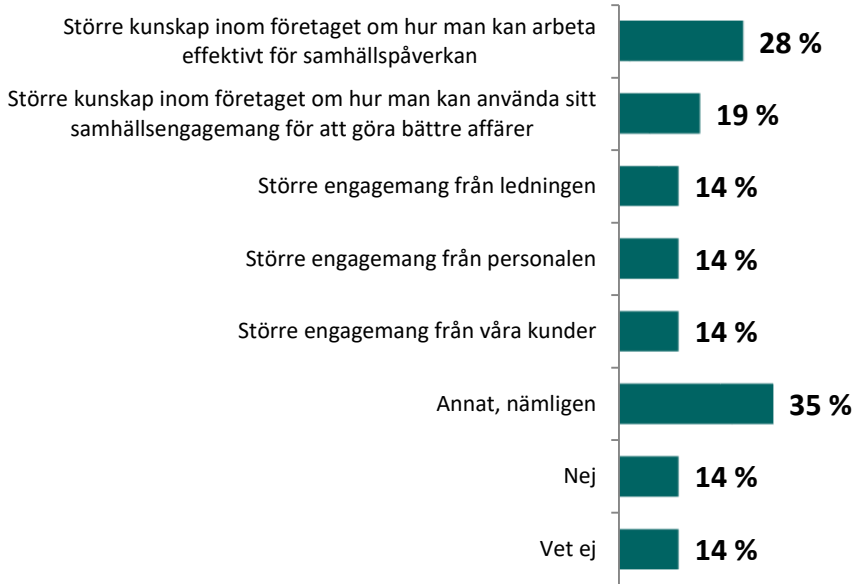
Se listning av samtliga svar i bifogad Excelfil



BAS: Tar aktiv ställning i olika samhällsfrågor (n=49) OBS LÅG BAS

Större kunskap inom företaget om hur man kan påverka krävs för att deras företag skulle kunna bidra mer till en bättre värld

FRÅGA: Tror du att det finns något sätt som skulle kunna få ditt företag att bidra mer till att göra världen bättre, i så fall på vilket/vilka?



EXEMPEL PÅ SVAR

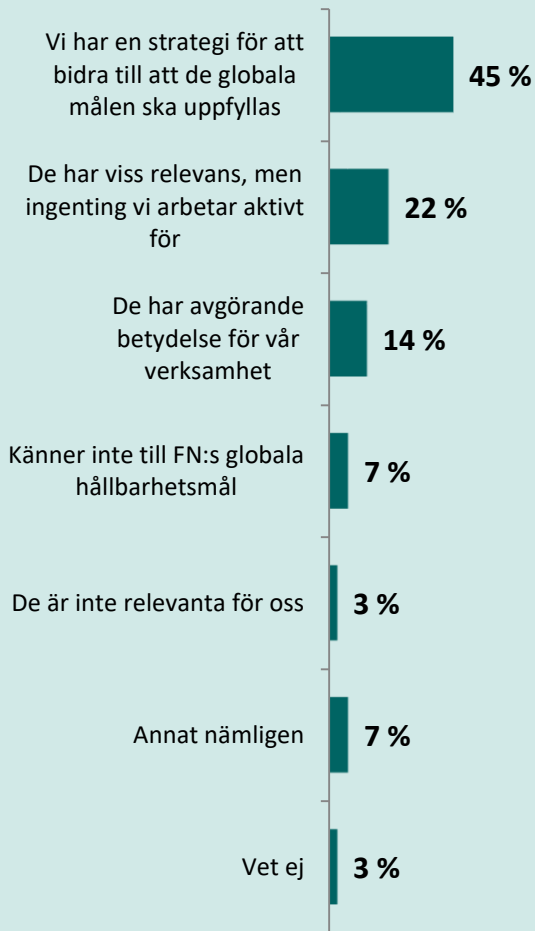
- Lägga mer tid
- Arbeta mer miljöinriktad
- Investera i miljövänlig teknik
- Samarbeta med organisationer
- Fler aktiviteter som involverar medarbetare, leverantörer och kunder
- Statlig subvention av hållbara produkter
- Minska resursanvändning

BAS: Samtliga (n=102)

Se listing av samtliga svar i bifogad Excelfil

Nära hälften har en strategi för att bidra till att de globala hållbarhetsmålen ska uppfyllas

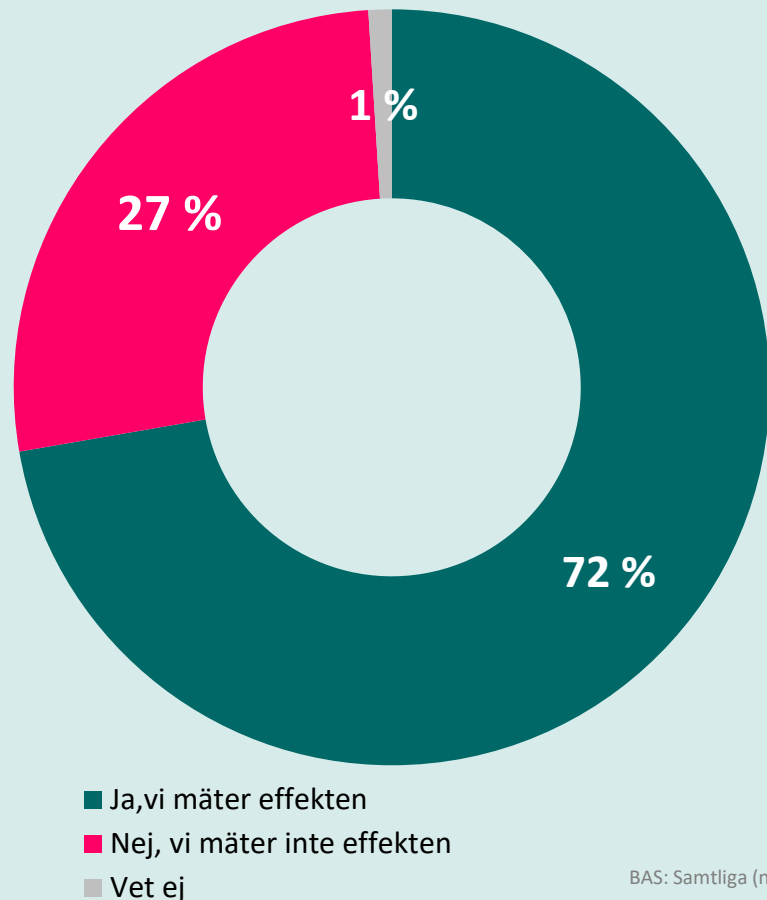
FRÅGA: Skulle du säga att FN:s globala hållbarhetsmål har någon betydelse för ditt företag? Vad av följande stämmer bäst...



BAS: Samtliga (n=102)

Drygt sju av tio uppger att de mäter effekten av sitt arbete med att göra världen lite bättre

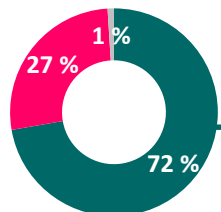
FRÅGA: Mäter ni, effekten av ert arbete med att göra världen lite bättre?



Mäter effekten av sitt arbete med att göra världen bättre

Många uppger att de mäter koldioxidutsläpp

FRÅGA: Hur mäter ni effekten?



■ Ja, vi mäter effekten

■ Nej, vi mäter inte effekten

■ Vet ej

Urval av citat

Mäter koldioxidutsläppen och arbetar för miljömärkta produkter.

Vi mäter koldioxidhalten på både våra produkter samt vid utsläppen från våra fabriker.

Vi mäter energiförbrukning, avfall.

Ger ut hållbarhetsrapporter. Minskad andel co2 utsläpp. Utvecklat produkterna.

Vi har ett flertal hållbarhetsmål där vi mäter effekt. Vi har även ett hållbarhetsprogram.

Mäter försäljning av hållbara produkter, mäter även koldioxidutsläppet.

BAS: Mäter effekten av sitt arbete, angett svar (n=73)

Mäter koldioxidutsläpp

Har
hållbarhetsmål/hållbarhet
sredovisning-/rapport

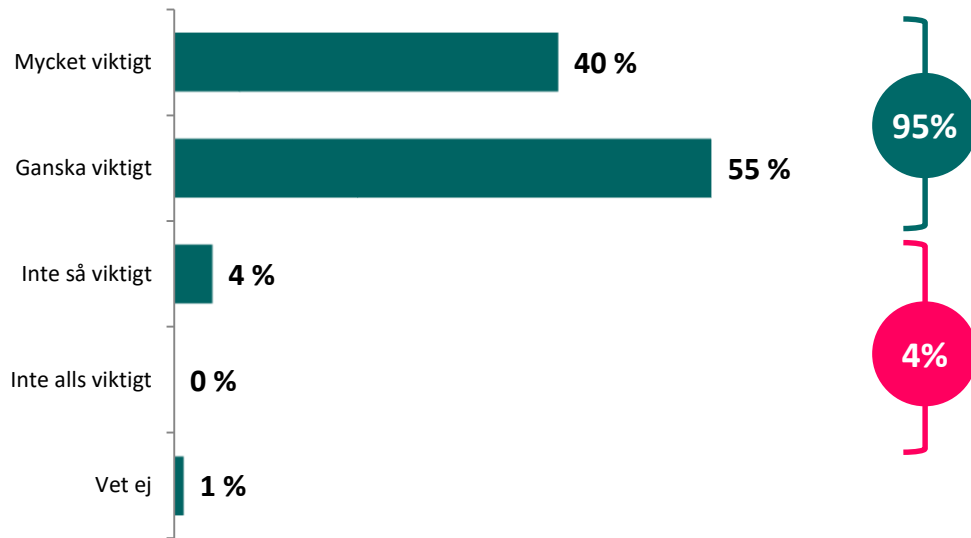
Mäter
energiförbrukning/avfall/
vatten/bränsle

Mäter andel hållbara
material/produkter

Se listning av samtliga svar i bifogad Excelfil

De flesta tror att det är viktigt för de anställda att företaget aktivt försöker bidra till en bättre värld

FRÅGA: Hur viktigt tror du att det är för dina medarbetare att känna att ert företag aktivt försöker bidra till en bättre värld. Är det...



BAS: Samtliga (n=102)

Resultat Allmänheten

Kort sammanfattning

- Nära två av tre anser att företag borde minimera sin miljö- och klimatpåverkan för att bidra till att göra världen bättre
- Ett mer aktivt hållbarhetsarbete och ansvarstagande tycker man företag generellt borde göra för att bidra till en bättre värld
- Flertalet tycker att företag bör ta aktiv ställning i olika samhällsfrågor
- Fyra av tio känner till de globala målen för hållbar utveckling
- Bland förvärvsarbetare anser två av tre att de bidrar till att göra världen bättre genom sitt arbete
Majoriteten av de som förvärvsarbetar uppger att det är viktigt att de genom sitt arbete bidrar till att göra världen bättre
- Allmänheten tror politiker har störst påverkan på samhällsutvecklingen, men har störst förtroende för företag/privat sektor på detta område
- Långsiktigt arbete är viktigast för allmänhetens förtroende för ett företags samhällsengagemang

Nära två av tre anser att företag borde minimera sin miljö- och klimatpåverkan för att bidra till att göra världen bättre

FRÅGA: På vilket eller vilka av följande sätt, om något, anser du att företag borde bidra till att göra världen lite bättre?

Signifikanta skillnader mot totalen

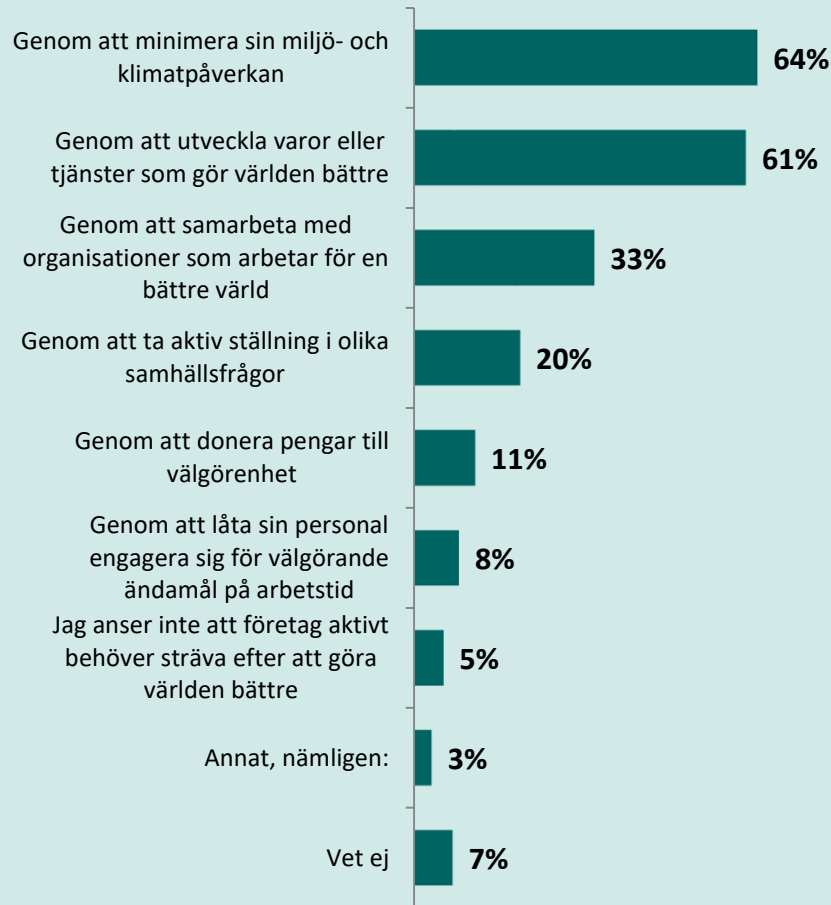
Följande undergrupper svarar i högre grad följande:

Genom att minimera sin miljö-/klimatpåverkan (64%)

- Kvinnor (73%)
- 18-29 år (82%)
- 30-49 år (72%)
- Universitetsutbildning (76%)
- Storstäder (73%)
- Stockholm (74%)

Genom att utveckla varor eller tjänster som gör världen bättre (61%)

- 18-29 år (72%)
- Universitetsutbildning (70%)
- Stockholm (72%)
- Mellansverige (74%)



BAS: Total - hälften av de svarande (n=539)

Ett mer aktivt hållbarhetsarbete och ansvarstagande tycker man företag generellt borde göra för att bidra till en bättre värld

FRÅGA: Om du fick välja fritt, hur tycker du att företag generellt bör bidra till en bättre värld?



Urval av citat

Anpassa verksamheten och målmedvetet arbeta för en bättre miljö.

Betala skatt utan att fuska eller flytta tillgångar. Vara rädd om miljön, förebygga ohälsa .

Genom att aktivt försöka minska miljöpåverkan negativt

Bättre miljötank

Ta större ansvar för miljön

Göra verksamheten utsläppsneutral, eller kompensera på annat sätt.

Minska utsläpp och onödig produktion.

Rättvisa löner, bra arbetsmiljö och villkor

BAS: Total - hälften av de svarande (n=549)

Allmänheten

Aktivt hållbarhetsarbete/mer miljötank/ta ansvar

Betala mer skatt/skatt i Sverige

Kompensera för sina utsläpp

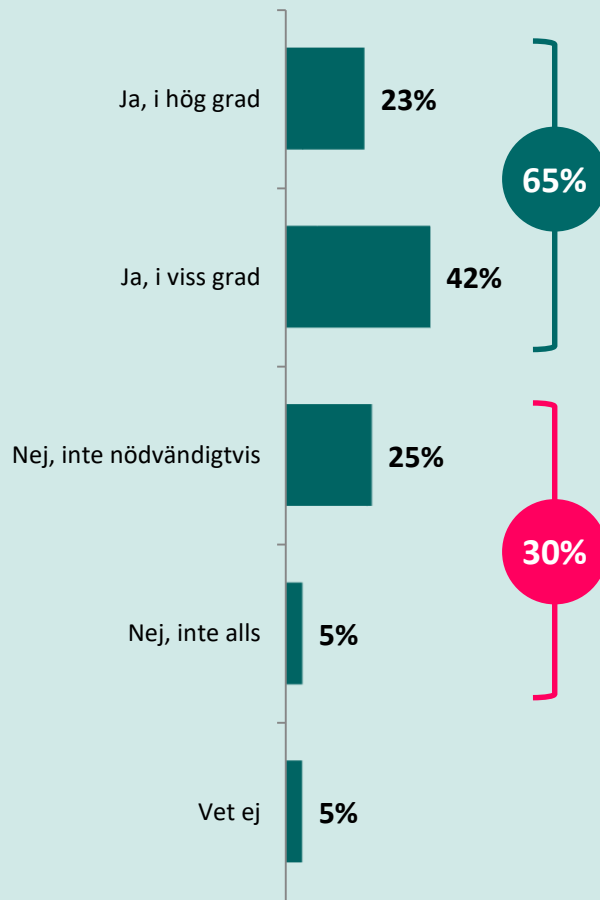
Minska koldioxidutsläpp

Rättvisa löner, arbetsvillkor

Se listning av samtliga svar i bifogad Excelfil

Flertalet tycker att företag bör ta aktiv ställning i olika samhällsfrågor

FRÅGA: Tycker du, eller tycker du inte, att företag bör ta aktiv ställning i olika samhällsfrågor?



BAS: Total (n=1003)

Signifikanta skillnader

Följande undergrupper svarar i högre grad följande:

Ja, hög/viss grad (65%)

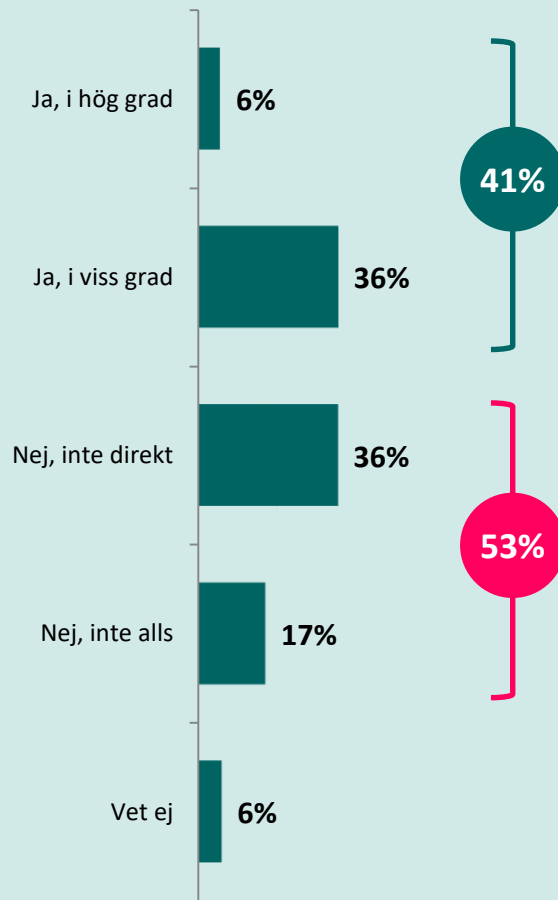
- Kvinnor (74%)
- 65-79 år (72%)
- 50-79 år (70%)
- Grundskoleutbildning (78%)

Nej, inte nödvändigtvis/allt (30%)

- Män (38%)
- Gymnasieutbildning (36%)
- Större städer (36%)

Fyra av tio känner till de globala målen för hållbar utveckling

FRÅGA: Känner du till de globala målen för hållbar utveckling, som också kallas Agenda 2030?



BAS: Total (n=1003)

Signifikanta skillnader

Följande undergrupper svarar i högre grad följande:

Ja, hög/viss grad (41%)

- 18-29 år (48%)
- Universitetsutbildning (53%)
- Storstäder (53%)
- Stockholm (54%)

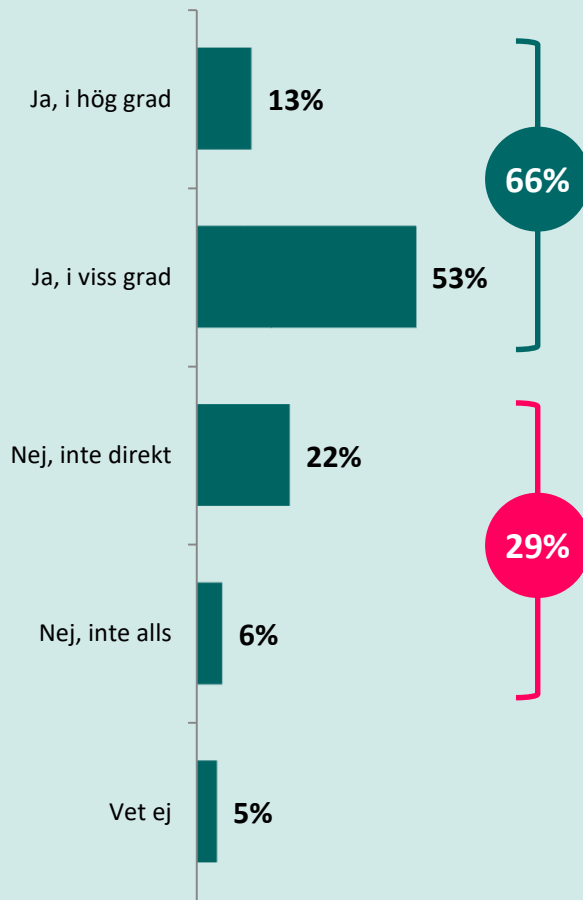
Nej, inte direkt/allt (53%)

- 50-64 år (60%)
- Grundskoleutbildning (64%)
- Övriga landet (65%)
- Mellansverige (63%)

Förvärvsarbetare

Två av tre anser att de bidrar till att göra världen bättre genom sitt arbete

FRÅGA: Anser du, eller anser du inte, att du bidrar till att göra världen lite bättre genom ditt arbete?



BAS: Förvärvsarbetare (n=861)

Signifikanta skillnader

Följande undergrupper svarar i högre grad följande:

Ja, hög/viss grad (66%)

- Kvinna (70%)
- Universitet (75%)

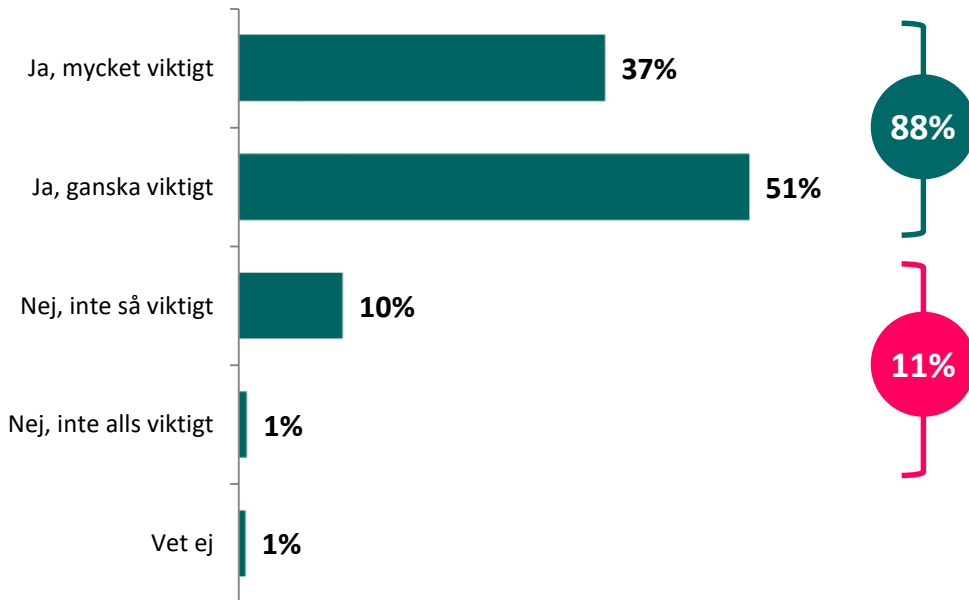
Nej, inte direkt/allt (29%)

- Män (34%)
- Grundskoleutbildning (42%)
- Storstäder (34%)
- Stockholm (39%)

Förvärvsarbetare

Majoriteten uppger att det är viktigt att de genom sitt arbete bidrar till att göra världen bättre

FRÅGA: Är det viktigt för dig att känna att du genom ditt arbete bidrar på ett positivt sätt att göra världen lite bättre?



BAS: Förvärvsarbetare (n=861)

Signifikanta skillnader

Följande undergrupper svarar i högre grad följande:

Mycket/ganska viktigt (88%)

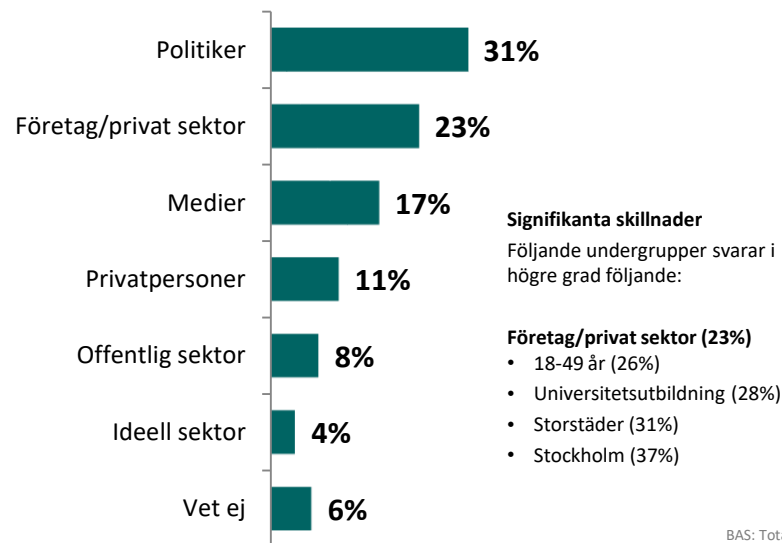
- Kvinna (94%)
- 50-64 år (95%)

Inte så/inte alls viktigt (11%)

- Man (18%)
- 18-29 år (23%)

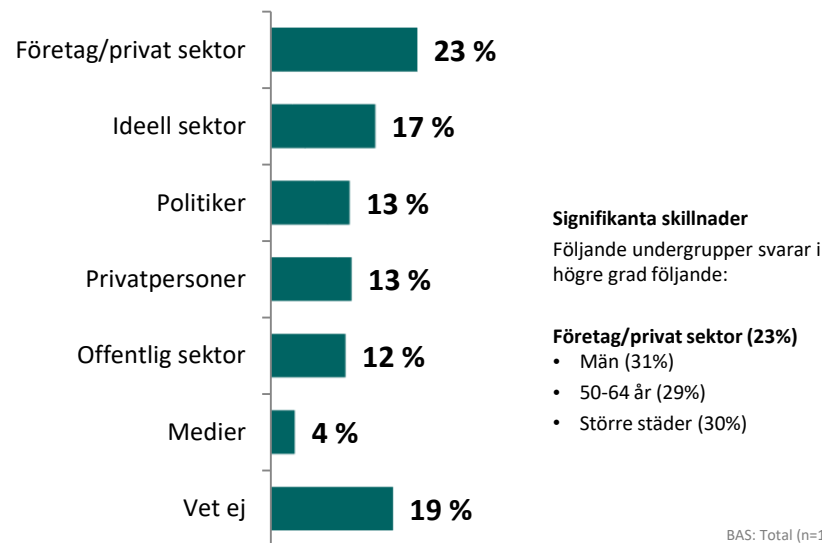
Allmänheten tror politiker har störst påverkan på samhällsutvecklingen, men har störst förtroende för företag/privat sektor på detta område

FRÅGA: Vilken av följande delar av samhället tror du har **störst påverkan** på samhällsutvecklingen?



BAS: Total (n=1003)

FRÅGA: Vilken av följande delar av samhället har du **störst förtroende** för när det gäller att driva samhällsutveckling?



BAS: Total (n=1003)

Långsiktigt arbete är viktigast för allmänhetens förtroende för ett företags samhällsengagemang

FRÅGA: Vad, om något, av följande är avgörande för om du har förtroende för ett företags samhällsengagemang?

Signifikanta skillnader mot totalen

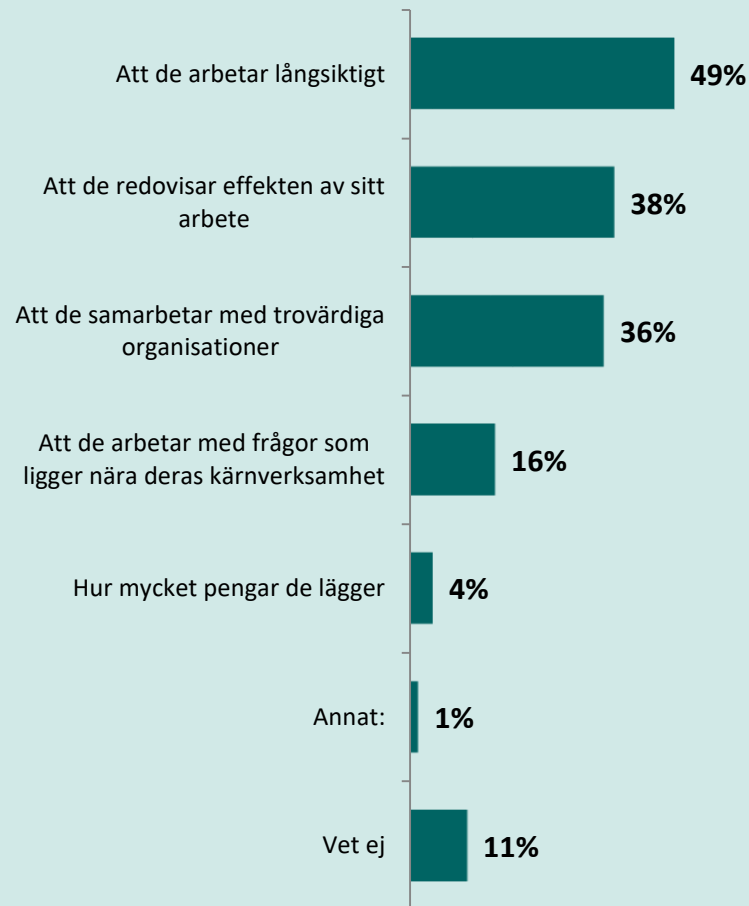
Följande undergrupper svarar i högre grad följande:

Arbetar långsiktigt (49%)

- Kvinnor (54%)
- 18-29 år (56%)

Redovisar effekten av sitt arbete (38%)

- Kvinnor (45%)
- 18-29 år (45%)



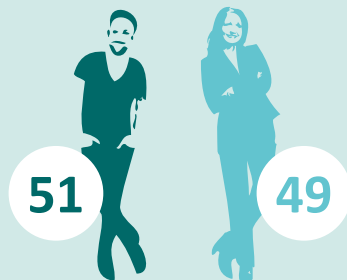
BAS: Total (n=1003)

Jämförelse mellan allmänhet och företag

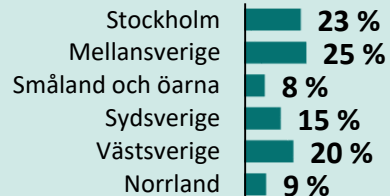
Bakgrundsfrågor

Bakgrund

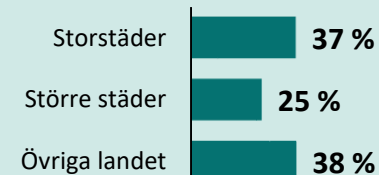
KÖN



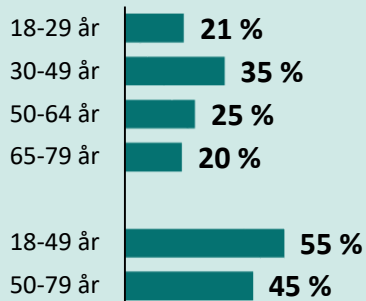
REGION



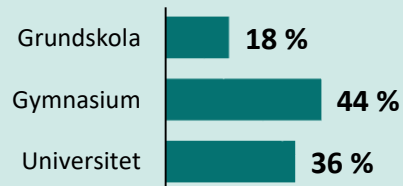
ORT



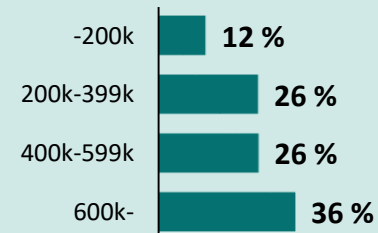
ÅLDER



UTBILDNING



HUSÅLLSINKOMST



BAS: Total (n=1003)

Vi på Novus älskar frågor

Kontakter på Novus

Konsult

Mats Elzén

Mobil: 0720 700 329

E-post: mats.elzen@novus.se

Projektledare

Katarina Hajdu

Mobil: 0728 56 20 91

E-post: katarina.hajdu@novus.se

Kort om Novus Sverigepanel

Novus Sverigepanel består av ungefär 40 000 paneldeltagare. Panelen är slumpmässigt rekryterad (man kan inte anmäla sig själv för att tjäna pengar eller för att man vill påverka opinionen) och är riksrepresentativ avseende ålder, kön och region i åldersspannet 18–79 år. Eventuella skevheter i panelstruktur avhjälps genom att ett riksrepresentativt urval dras från panelen samt av att resultatet vikts.

Vi vårdar vår panel väl genom s.k. panelmanagement. Det innebär bl.a. att vi ser till att man inte kan delta i för många undersökningar under en kort period, inte heller i flera liknande undersökningar. Vi har också ett system för belöningar till panelen.



Undersökningsgenomförande

Ett urval ur panelen dras. Dessa får en inbjudan till undersökningen via e-post. Inbjudan innehåller information om hur lång tid undersökningen tar att besvara, sista svarsdatum samt en länk som man klickar på för att komma till frågeformuläret. Man kan besvara alla frågor på en gång alternativt göra paus och gå tillbaka till frågeformuläret vid ett senare tillfälle.

När datainsamlingen är klar påbörjas databearbetningen. Därefter produceras tabeller och en rapport sammanställs.

Fråga gärna efter mer
information kring vårt
panelmanagement!



Kort om kvalitet i webbpaneler

Novus Sverigepanel håller hög kvalitet. Vi genomför kontinuerligt kvalitetskontroller och valideringar av både panelen och de svar som paneldeltagarna ger.

I jämförande studier (andra webbpaneler) har vi konstaterat att panelisterna i Novus panel tar längre tid på sig för att svara på frågor och att det finns en logik i svaren (exempel: om man tycker om glass och choklad, då tycker man också om chokladglass). I de självrekryterade panelerna ser vi inte denna logik i samma utsträckning.

Vi ser också att våra panelister har ett mer "svensson-beteende" än självrekryterade paneler, där man i är bl.a. väldigt internetaktiv.

Novus panelister får i snitt 12 undersökningar per år, vilket är betydligt färre undersökningar än i många andra paneler, och ger en högre kvalitet i genomförandet. En annan mycket viktig kvalitetsaspekt är att ange deltagarfrequens (svarsfrekvens) vilket är ett krav enligt samtliga branschorganisationer.

Några viktiga checkpoints när man genomför webbundersökningar i paneler:

- Panelen ska vara slumpmässigt rekryterad för att kunna spegla verkligheten.
- Undersökningsföretaget ska alltid kunna redovisa deltagarfrequens för varje enskild undersökning.
- Panelisterna ska inte vara proffstyckare, dvs. få för många undersökningar. För man fler än två per månad finns risken att man blir proffstyckare och svarar på undersökningen av fel skäl.
- Panelen ska skötas med ett bra panelmanagement avseende belöningar, validering av svar osv.
- Tid för fältarbetet (genomförandet av intervjuer) ska alltid redovisas och helst innehålla både vardagar och helgdagar.



Publiceringsregler

Novus varumärke är en garant för att en undersökning har gått rätt till och att slutsatserna kring densamma är korrekta utifrån målet med undersökningen.



Enligt internationella branschregler (ESOMAR) är Novus som undersökningsföretag ansvariga för att våra undersökningar tolkas rätt vid första publicering.

ESOMAR^{'19}
corporate

För att säkerställa att våra undersökningar presenteras på ett korrekt sätt ber vi alltid att få se den text som skrivs med syfte att publiceras där Novus undersökningar omnämns.

Novus förbehåller sig rätten att korrigera felaktiga siffror och tolkningar som har publicerats.