Pressmeddelande från U&W [you&we]

**Svenskarnas syn på klimatet**

**Drygt varannan svensk föredrar att köpa från företag som tar ansvar för att minska klimatpåverkan.**

I en färsk opinionsundersökning som Novus utfört på uppdrag av konsultföretaget inom hållbarhetsfrågor, U&W [you&we], har svenskars kunskap och attityder till klimatfrågor kartlagts. Drygt 1000 personer har tillfrågats. Undersökningen visar att klimatansvar har blivit ett konkurrensmedel som företag kan använda sig av i större utsträckning än vad företagen insett.

Hela 56 procent föredrar att köpa produkter och tjänster från företag som tar ansvar för att minska klimatpåverkan.

– Detta är något som företagen bör ta på största allvar, eftersom det är något som kan innebär mer försäljning eller mindre försäljning beroende på hur man agerar, säger Göran Wiklund, partner hos U&W [you&we].

Hälften av de tillfrågade behöver också mer vägledning när det gäller hitta produkter som är bra ur klimatsynpunkt. Här finns också en möjlighet för företag att vara mer transparenta och kommunicera klimatfördelar.

Att klimatfrågor är viktiga för svenska folket framgår av att drygt 40 procent känner oro för att klimatförändringen kommer att drabba dem själva och deras familjer. Detta är viktigt för företag liksom för politiker att känna till eftersom många av dessa människor kommer att göra val av produkter och partier utifrån hur de känner sig lyssnade till och blir tagna på allvar. Frågans vikt understryks av att en arbetsgivares engagemang i klimatfrågan är en faktor som påverkar om man vill arbeta där eller ej för var femte svensk. På frågan om den nuvarande arbetsgivaren tar tillräckligt ansvar för klimatet svarade glädjande nog nästan 30 procent att de gör det.

I fråga om klimatkompensation ställdes frågan om man kände till det begreppet. Två av tre känner till klimatkompensation, medan en tredjedel aldrig hört talas om begreppet. Mest män, välutbildade och storstadsbor uppger att de känner till. Centerns väljare känner till i högre grad medan socialdemokratiska väljare hade lägst kännedom om klimatkompensation.

– Det är även intressant att se att kvinnorna tillsammans med miljöpartisterna känner mer oro för klimatet och har ett större intresse för att köpa produkter av företag som tar ansvar i frågan och önskar mer vägledning, säger Kicki Molin på Novus.

När frågan ställdes vilka företag man känner till och kan namnge som arbetar med ansvartagande för klimatet är det fortfarande ett obearbetat fält. Hela 69 procent kände inte till något sådant företag. Ett antal företag nämndes av 1 procent av de tillfrågade, till exempel Max Hamburgerrestauranger, Volvo, HM, SJ, Fortum, McDonalds och SAS. Här stod Max Hamburgerrestauranger i en klass för sig med 5 procent som namngav företaget.

– Max är ett strålande exempel på hur det finns affärsvinster i klimatengagemang. Ett relativt litet företag som Max är har lyckats att kommunicera sitt ansvar betydligt mer framgångsrikt än de stora företagen som nämns ovan, konstaterar Göran Wiklund.

För ytterligare information:

Göran Wiklund, U&W [you&we], +46 707 682059

Kicki Molin, Novus, +46 720 70 0419

U&W [you&we] är ett av de ledande konsultföretagen inom hållbarhetsområdet som bistår företag att göra goda affärer. Genom varumärket ZeroMission erbjuder U&W [you&we] en klimatservice med uppmätning av emissioner, strategier för att reducera utsläpp, utbildning och klimatkompensation antingen i form av energiprojekt eller trädprojekt.

Novus är den nya generationens undersökningsföretag som kombinerar ny teknik med erfaren analys- och konsultkompetens. Novus förser sina kunder med snabb, precis och tillförlitlig insikt.