



Rapport

**Allmänhetens behov av
kommunikation om klimat**
Medborgarundersökning 2020

Naturvårdsverket

Inledning

Naturvårdsverket vill genomföra en undersökning kring allmänhetens behov och tillgång till information om klimatfrågor. Resultatet av undersökningen ska användas både i Naturvårdsverkets pågående kommunikationsarbete när det gäller klimatfrågor samt i Naturvårdsverkets regeringsuppdrag om att utreda och redogöra för förutsättningar när det gäller Sveriges genomförande av Parisavtalets artikel 12.

Parisavtalets artikel 12 berör utbildning, lärande, allmänhetens medvetenhet, delaktighet samt tillgång till information om klimatfrågor. När det gäller allmänhetens medvetenhet om klimatfrågor har Naturvårdsverket relativt god tillgång till underlag. Kunskapen om allmänhetens behov och tillgång till information när det gäller klimatfrågor, både kring innehåll och form, är dock lägre.

Uppdraget har bestått i att förbereda och genomföra en undersökning av allmänhetens attityder och behov, samt att sammanställa och analysera resultatet.

Uppdraget omfattar även analys, förslag och rekommendationer inför fortsatt arbete med frågan i ett nästa steg.

Bilagat denna rapport finns samtliga öppna svar.

SUMMERING

OM UNDERSÖKNINGEN

RESPONDENTERNA

RESULTAT

REKOMMENDATIONER

SUMMERING

Två av tre anser att tillgången till information om klimatfrågor motsvarar deras behov: Totalt 64 % tycker att tillgången till information om klimatfrågor motsvarar deras behov och önskemål. 12 % anser att det finns för mycket information och 11 % vill ha mer information. De som är intresserade av klimatfrågor eller oroliga för klimatförändringar, vill i större utsträckning än övriga ha mer information.

Flera olika typer av information kring klimat är intressant: Sammantaget ser vi att de som är intresserade av klimatfrågor eller är oroliga för klimatförändringar är mer intresserade av alla typer av information, men vi ser också en trend att kvinnor, personer som är 25 år eller yngre samt boende i storstäder med omnejd, är mer intresserade av vissa av frågorna.

Flera typer av information kring klimatförändringar är intressant: Mest intressant är enligt respondenterna hur klimatförändringarna förväntas förvärras/förbättras framöver – 90 % är något eller mycket intresserade av information om det.

Flera typer av information kring konsekvenser av klimatförändringar är intressant: Mest intressant är enligt respondenterna vilka konsekvenser klimatförändringarna kan få i Sverige – 91 % är något eller mycket intresserade av information om det.

Även flera typer av information kring klimatarbetet är intressant: Mest intressant är enligt respondenterna vilka val i vardagen som kan begränsa klimatförändringar – 88 % är något eller mycket intresserade av information om det.

Såväl text, rörlig bild som ljud är lämpliga format: Totalt 62 % tycker att text är ett bra format om de ska ta till sig information om klimatfrågor. 59 % svarar film/klipp/dokumentär och 40 % svarar att de gärna lyssnar på någon som berättar.

Tidning, TV och internet är populära kanaler: Totalt 48 % tycker att tidning är en bra kanal om de ska ta till sig information om klimatfrågor. 47 % svarar TV-program och 43 % svarar sökfunktion på internet (t ex Google).

Helst forskare och myndigheter som avsändare: Vad gäller information om klimat så vill de flesta se att forskare eller myndigheter är avsändare. Vad gäller information om hur klimatförändringar fungerar, hur vi påverkas av klimatförändringar eller vad man som individ kan göra för att begränsa sin klimatpåverkan, så är forskare den avsändare flest föredrar (59, 52 respektive 51 %). Information om pågående klimatarbete föredrar de flesta att få via myndigheter (48 %).

Konkreta rubriker om hållbar konsumtion och resande väcker mest intresse: Vad gäller vilken typ av rubriker som i störst utsträckning lockar till att få reda på mer, så är det konkreta rubriker om hållbar konsumtion eller om hur vi kan resa hållbart i framtiden som väcker störst intresse. Minst intresse väcker rubriker med nationellt perspektiv, EU-kommissionen samt huruvida pensionsförvaltare placerar i gröna investeringar. Det är dock ingen av de tio testade rubrikerna som bedöms som övervägande ointressant.

De flesta har hört talas om eller känner till Parisavtalet: Totalt 92 % har hört talas om (52 %) eller känner till (40 %) Parisavtalet. Kännedomen är högre bland boende i storstadsområden, män, personer som är intresserade av klimatfrågor eller personer som är oroliga för klimatförändringar. Av dem som känner till eller har hört talas om Parisavtalet upplever nästan 7 av 10 att det är viktigt.

SUMMERING

OM UNDERSÖKNINGEN

RESPONDENTERNA

RESULTAT

REKOMMENDATIONER

OM UNDERSÖKNINGEN

METOD:	Webbenkäter via slumpmässigt rekryterad panel (PFM Research).
MÅLGRUPP:	Den svenska allmänheten, 18 år +.
ANTAL SVARANDE:	1018.
TIDPUNKT:	Juni-aug 2020.
BESTÄLLARE:	Naturvårdsverket.
UTFÖRARE:	Gullers Grupp, datainsamling i samarbete med PFM Research.
INFORMATION:	<p>Skillnader utifrån ålder/kön etc. presenteras främst i de fall skillnaderna är signifikanta (95 %-ig nivå).</p> <p>Med ett underlag på 1 000 respondenter gäller en maximal felmarginal på ca +/-3 %.</p>

SUMMERING

OM UNDERSÖKNINGEN

RESPONDENTERNA

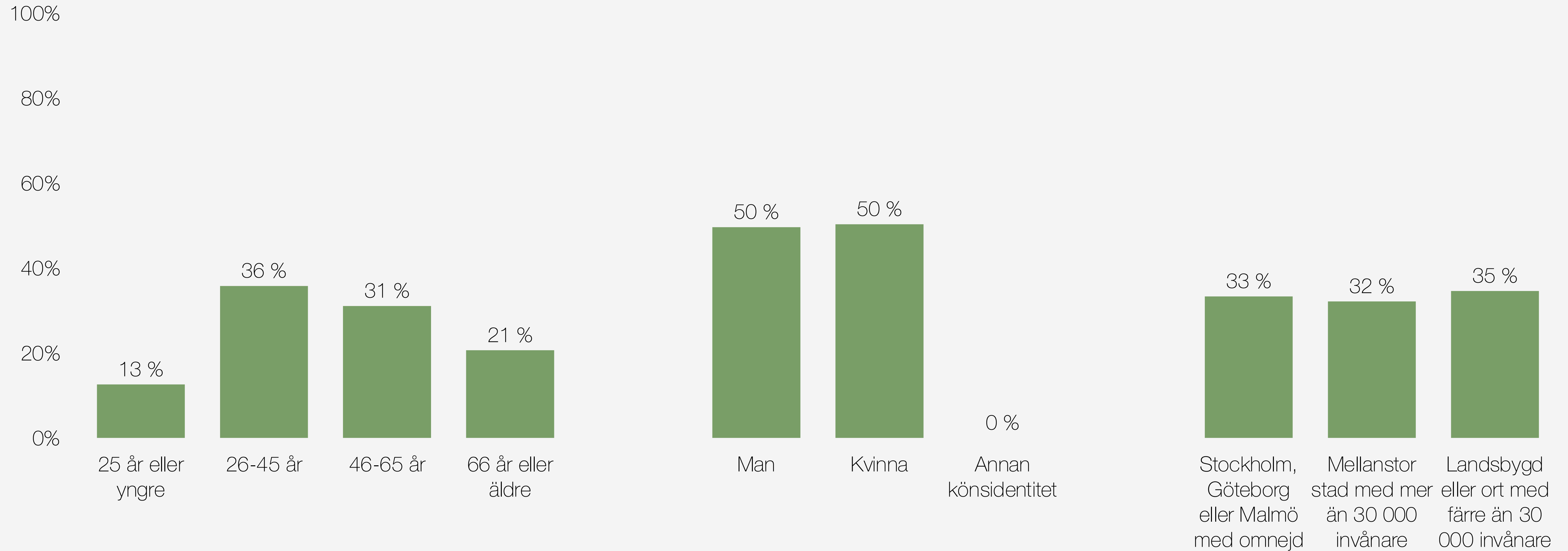
RESULTAT

REKOMMENDATIONER

RESPONDENTERNA



Ålder, kön och region

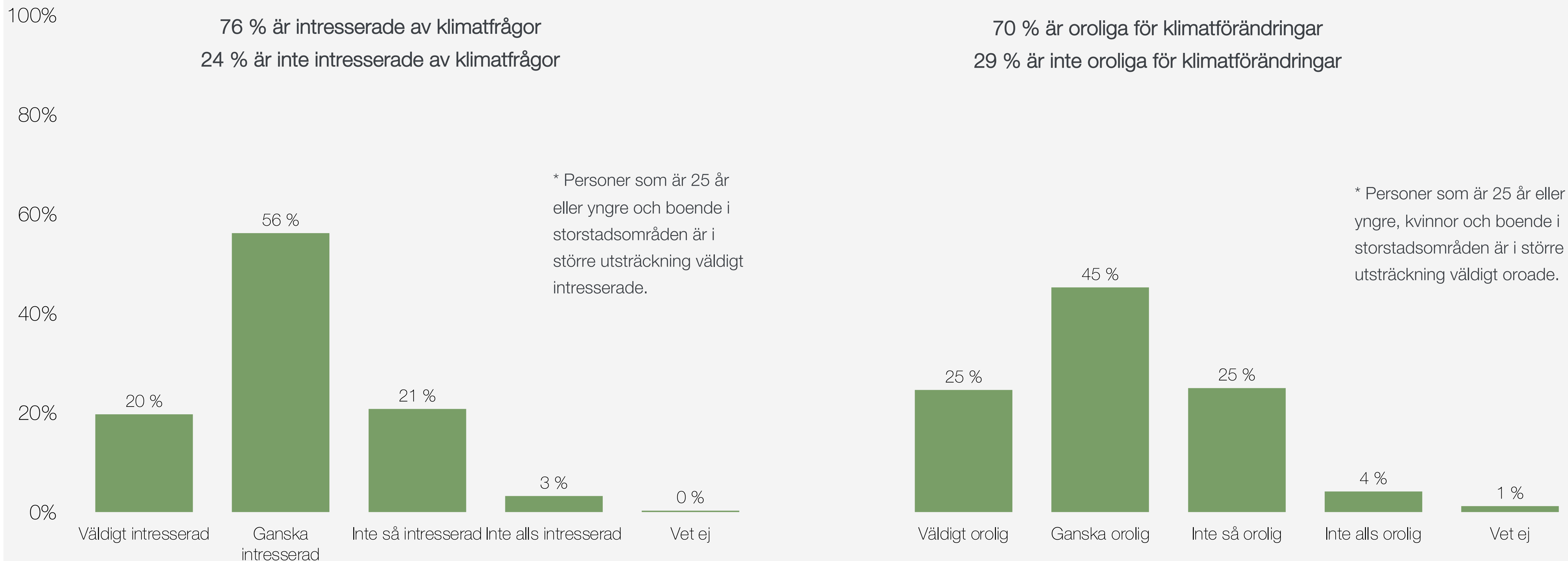


Fakta

Information:

Envalsfrågor. Antal svarande: 1 018.

Klimatintresse och klimatoro



Fakta

Information:

Envalsfrågor. Antal svarande: 1 018. De som är intresserade/inte intresserade samt oroad/inte oroad, grupperas för sig och används i resultatpresentationen som bakgrundsvariabler. **Hur intresserad är du av klimatfrågor? Hur orolig är du för att klimatförändringar påverkar eller kommer att påverka oss negativt?**

SUMMERING

OM UNDERSÖKNINGEN

RESPONDENTERNA

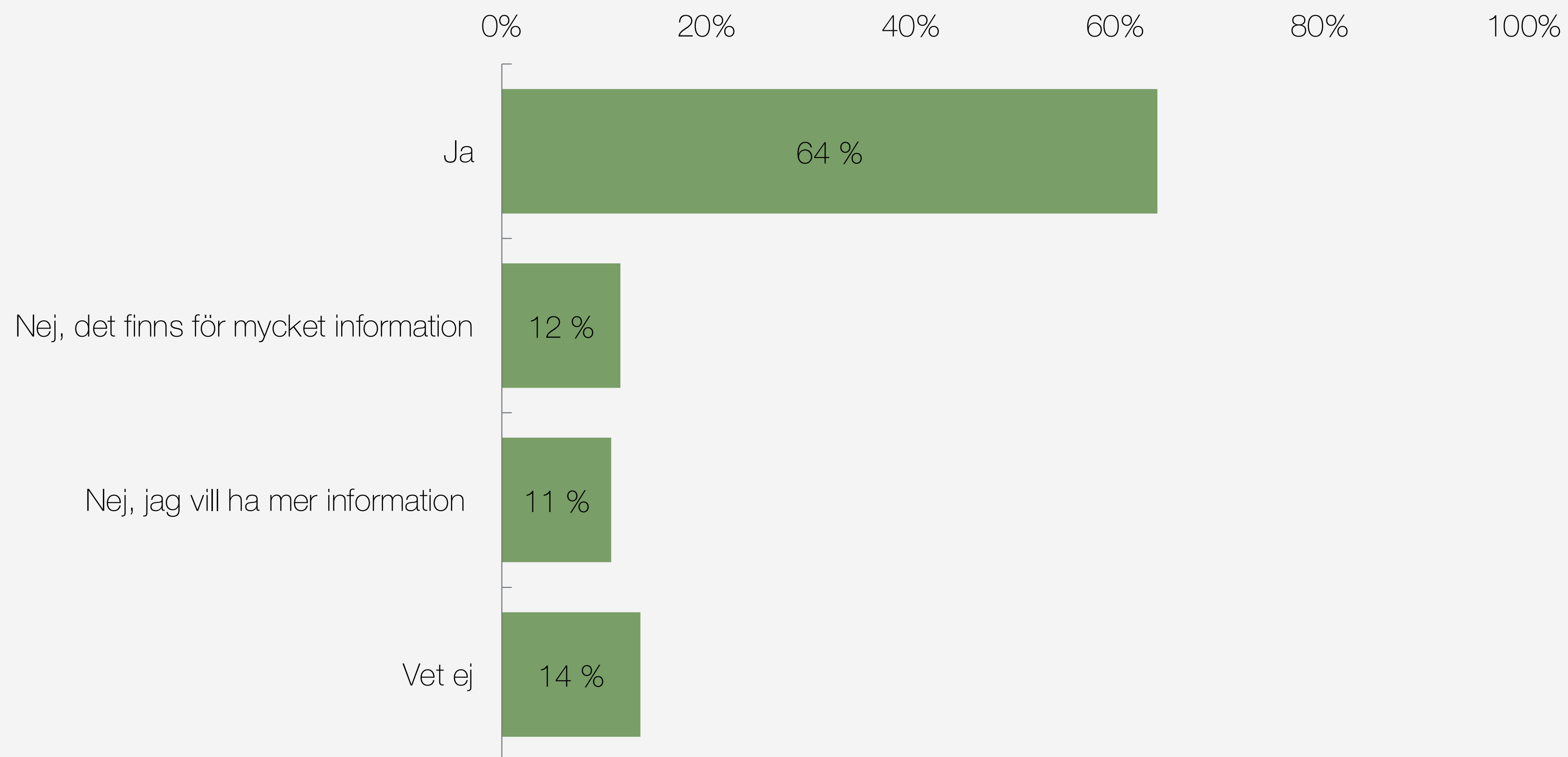
RESULTAT

REKOMMENDATIONER

RESULTAT

Tillgång, behov, önskemål och intresseområden

Tillgång till information om klimatfrågor



SIGNIFIKANTA SKILLNADER

Svarar "Nej, jag vill ha mer information" i högre utsträckning:

- Intresserad av klimatfrågor (13 %)
- Orolig för klimatförändringar (12 %)

Fakta

Fullständig fråga:

Överlag, tycker du att tillgången till information om klimatfrågor motsvarar dina behov och önskemål?

Övrig information:

Envalsfråga. Antal svarande: 1018.

De som vill ha mer information

De respondenter som inte tycker att tillgången till information om klimatfrågor motsvarar deras behov och önskemål, utan svarar att de vill ha mer, ombads även att beskriva vad de vill ha mer information om.

Respondenterna har olika tankar om vad de vill veta mer om, men bland annat vill de ha mer konkret, saklig och faktabaserad information. Vissa nämner specifika frågor, exempelvis energifrågor, livsmedel eller konsumtion och dess påverkan. Några nämner att de vill se en mer nyanserad bild och flera nämner att de vill veta mer om vad olika aktörer eller länder gör.

De största aktörernas (länder) åtgärder, vad som gjorts. Eller om det bara är snack och ingen verkstad!

Hur produkter och tjänster påverkar klimatet på ett mer ärligt och öppet sätt.

Mer nyanserad diskussion, svårt att förhålla sig till den nästan alarmistiska tonen.

Saklig information från personer med olika ståndpunkt. Nu presenteras enbart en i media.

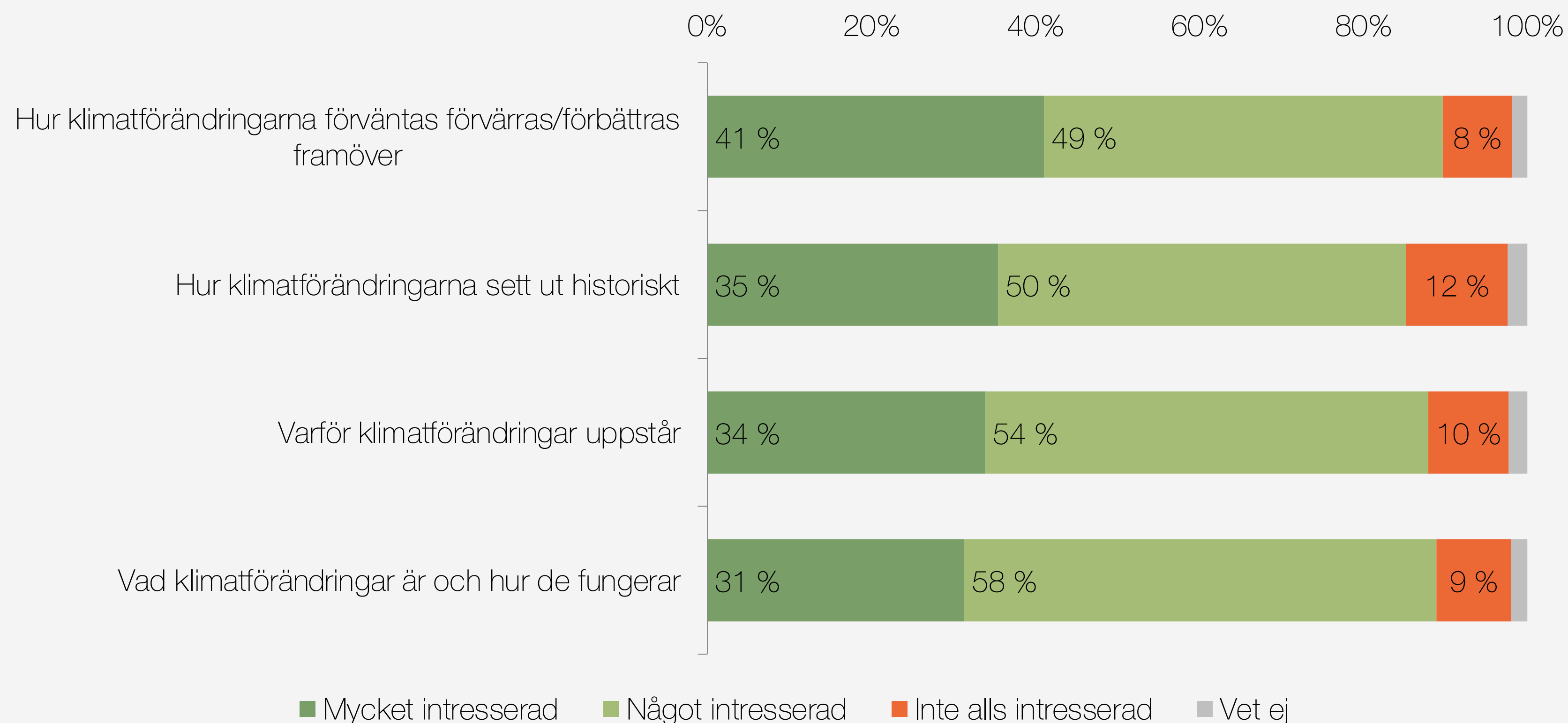
Vad som görs och vad vi kan göra för att förändra vårt levnadssätt för att minska vår påverkan på klimatet.



Fakta

Fullständig fråga:	Överlag, tycker du att tillgången till information om klimatfrågor motsvarar dina behov och önskemål? Svar: Nej, jag vill ha mer information om:
Övrig information:	Öppen fråga. Antal svarande: 109 (de som vill ha mer information). Samtliga öppna svar i bilaga.

Olika typer av information kring klimatförändringar är intressant



SIGNIFIKANTA SKILLNADER

Svarar Mycket intresserad i högre utsträckning

Hur klimatförändringarna förväntas förvärras/förbättras framöver

- Orolig för klimatförändringar (54 %)
- Intresserad av klimatfrågor (53 %)
- Boende i storstadsområden (46 %)

Hur klimatförändringarna sett ut historiskt

- 66 år eller äldre (44 %)
- Intresserad av klimatfrågor (42 %)
- Orolig för klimatförändringar (39 %)

Varför klimatförändringar uppstår

- 25 år eller yngre (44 %)
- Intresserad av klimatfrågor (43 %)
- Orolig för klimatförändringar (42 %)

Vad klimatförändringar är och hur de fungerar

- Intresserad av klimatfrågor (41 %)
- Orolig för klimatförändringar (41 %)
- 25 år eller yngre (41 %)

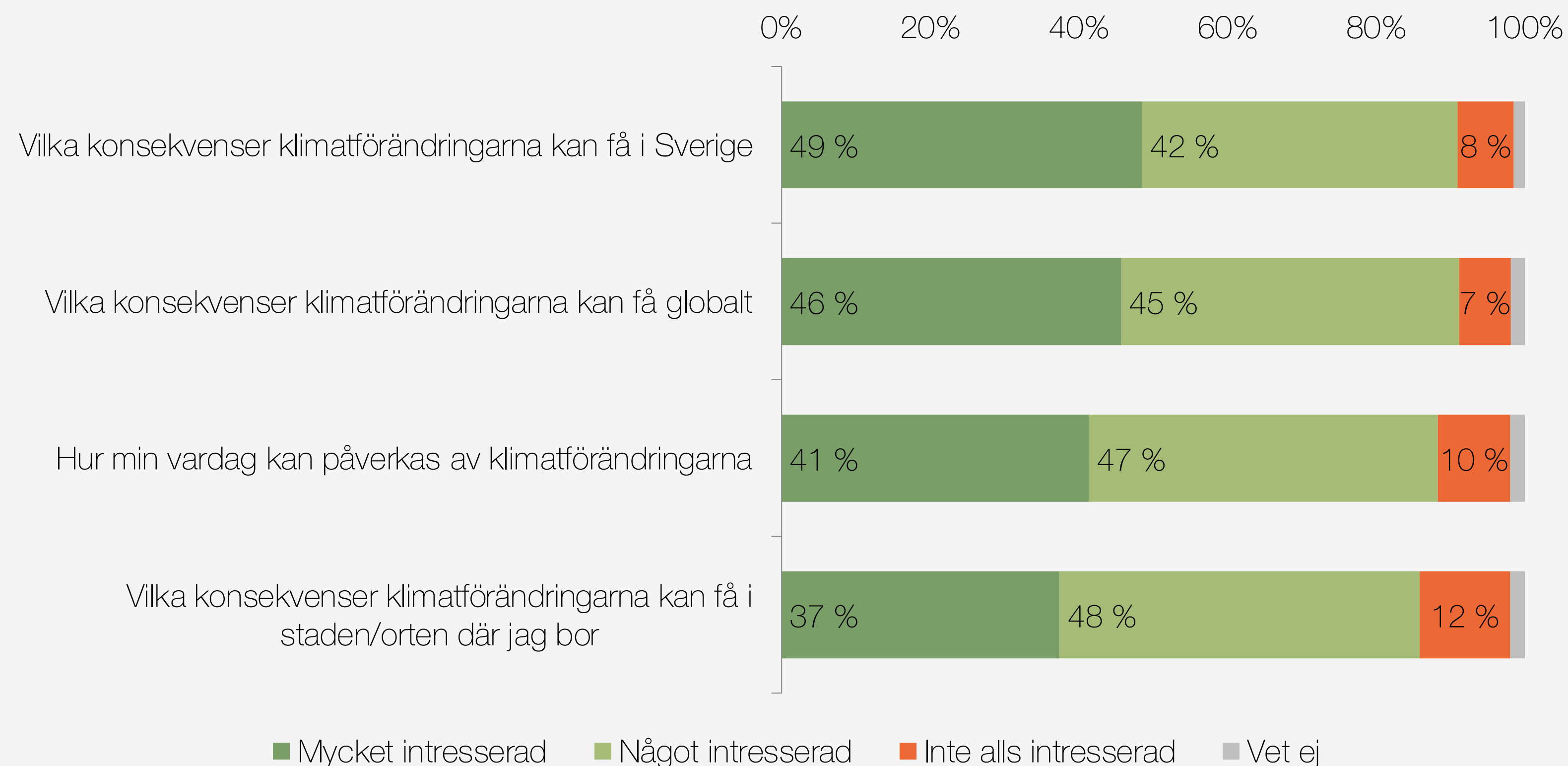
Fakta

Fullständig fråga: *Hur intresserad är du av följande typer av information kring klimatförändringar?*

Övrig information: Envalsfrågor. Procentsatser under 5 har av utrymmesskäl inte skrivits ut. I signifikanserna redovisas de tre största skillnaderna.

Antal svarande: 1018.

Olika typer av information kring konsekvenser är intressant



SIGNIFIKANTA SKILLNADER

Svarar Mycket intresserad i högre utsträckning

Vilka konsekvenser klimatförändringarna kan få i Sverige

- Orolig för klimatförändringar (64 %)
- Intresserad av klimatfrågor (61 %)
- Kvinnor (55 %)

Vilka konsekvenser klimatförändringarna kan få globalt

- 25 år eller yngre (60 %)
- Orolig för klimatförändringar (60 %)
- Intresserad av klimatfrågor (58 %)

Hur min vardag kan påverkas av klimatförändringarna

- 25 år eller yngre (55 %)
- Orolig för klimatförändringar (55 %)
- Intresserad av klimatfrågor (51 %)

Vilka konsekvenser klimatförändringarna kan få i staden/orten där jag bor

- Orolig för klimatförändringar (49 %)
- Intresserad av klimatfrågor (46 %)
- Kvinnor (45 %)

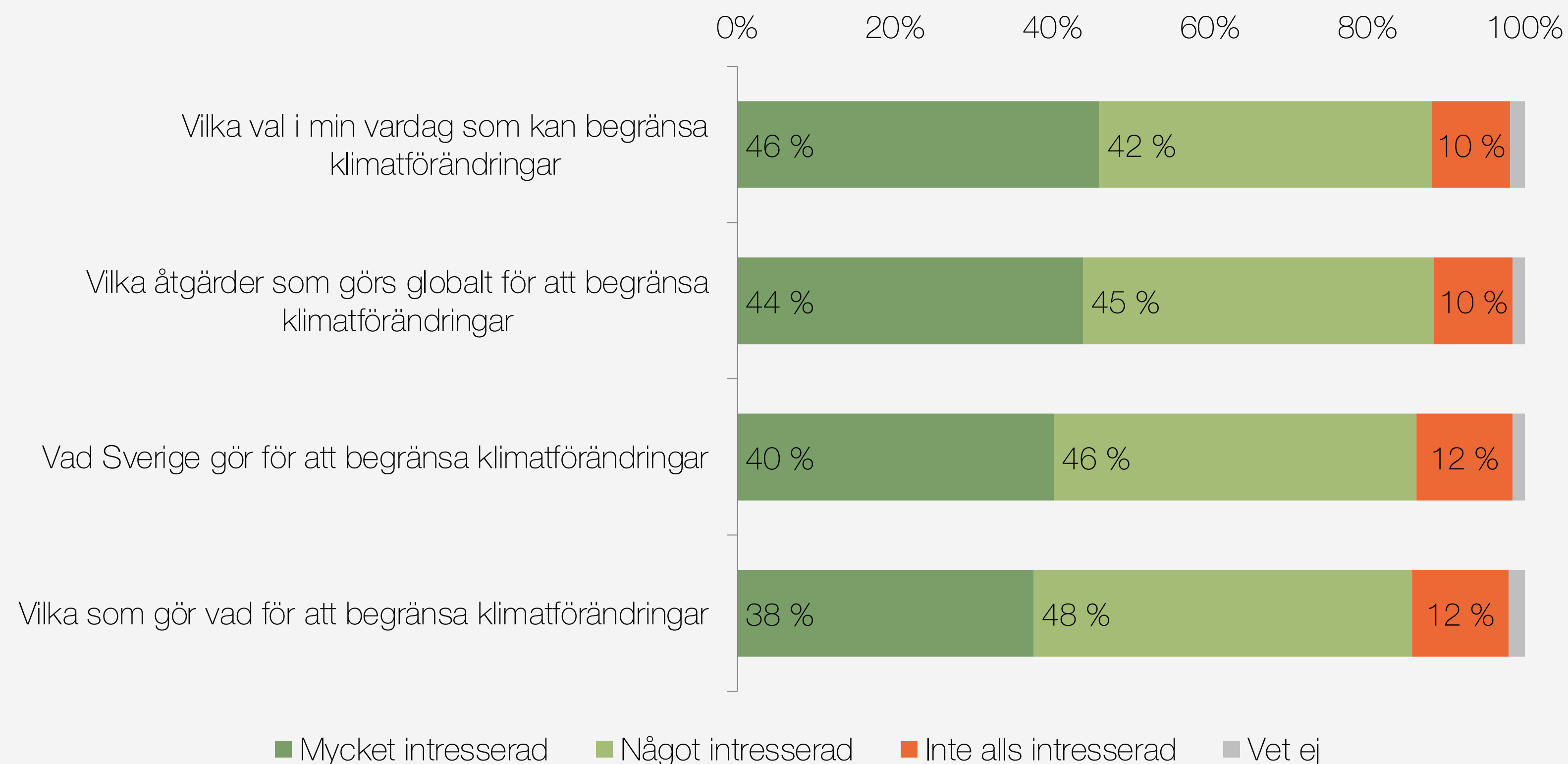
Fakta

Fullständig fråga: *Hur intresserad är du av följande typer av information kring konsekvenser av klimatförändringarna?*

Övrig information: Envalsfrågor. Procentsatser under 5 har av utrymmesskäl inte skrivits ut. I signifikanserna redovisas de tre största skillnaderna.

Antal svarande: 1018.

Även olika typer av information kring klimatarbetet är intressant



SIGNIFIKANTA SKILLNADER

Svarar Mycket intresserad i högre utsträckning

Vilka val i min vardag som kan begränsa klimatförändringar

- Orolig för klimatförändringar (59 %)
- Intresserad av klimatfrågor (56 %)
- Kvinnor (55 %)

Vilka åtgärder som görs globalt för att begränsa klimatförändringar

- 25 år eller yngre (58 %)
- Orolig för klimatförändringar (57 %)
- Intresserad av klimatfrågor (56 %)

Vad Sverige gör för att begränsa klimatförändringar

- Orolig för klimatförändringar (53 %)
- Intresserad av klimatfrågor (51 %)
- 25 år eller yngre (51 %)

Vilka som gör vad för att begränsa klimatförändringar

- Orolig för klimatförändringar (49 %)
- Intresserad av klimatfrågor (48 %)
- Boende i storstadsområden (44 %)

Fakta

Fullständig fråga: *Hur intresserad är du av följande typer av information kring klimatarbetet idag?*

Övrig information: Envalsfrågor. Procentsatser under 5 har av utrymmesskäl inte skrivits ut. I signifikanserna redovisas de tre största skillnaderna.

Antal svarande: 1018.

Även andra typer av information om klimat är intressant

De respondenter som svarar att det även finns annan information om klimat som de är intresserade av, har flera olika önskemål och behov.

Ett flertal ämnen dyker upp så som kärnkraft, producenters krav på varor, påverkan på grundvattennivåer, ozonlagret och globalt ansvar. En röd tråd hos vissa svar är en efterfrågan på tydligare källor och en önskan om att motargument till människors klimatpåverkan ska mötas.

Andra vill ha information om hur vi ska få ut information till alla och få länder och personer att sluta belasta klimatet i så stor utsträckning. Information om varför Sverige gör mer än andra länder finns också som önskan.

Kärnkraftsfrågan

De globala ansvaret

Att skilja fakta från dåligt underbyggd information.

Det är svårt att veta vilken information som är sann.

Förklaringar som möter skeptikerna av klimatförändringar.

Hur man kan få andra att lyssna och agera också. Förändringar går för sakta. Utsläppen minskar för långsamt. Jag vill veta hur man får folk att aktivt göra bättre val.

Relevant information. Inte bara politiskt korrekt information.

Varför ska Sverige ta sådant stort ansvar när andra inte gör.

Fakta

Fullständig fråga: *Finns det någon annan information om klimat, som du är intresserad av? I så fall vilken?*

Övrig information: Öppen fråga. Antal svarande: 180 (de som är intresserade av annan information). Samtliga öppna svar i bilaga.

SUMMERING

OM UNDERSÖKNINGEN

RESPONDENTERNA

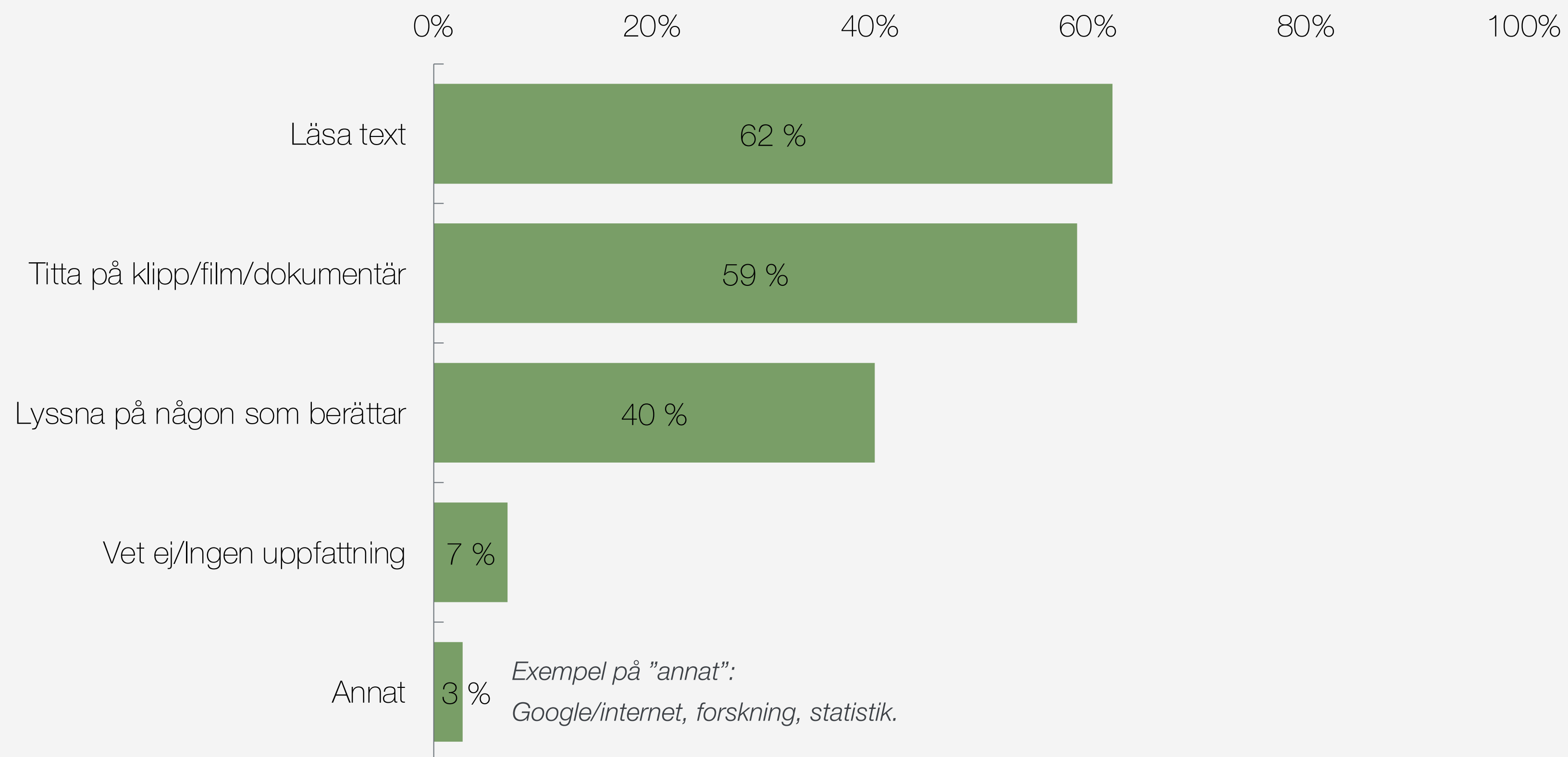
RESULTAT

REKOMMENDATIONER

RESULTAT

Format och avsändare

Såväl text, rörlig bild och ljud är lämpliga format



SIGNIFIKANTA SKILLNADER

Svarar Läsa text i högre utsträckning:

- Intresserad av klimatfrågor (69 %)
- Orolig för klimatförändringar (66 %)

Svarar Titta på klipp/film/dokumentär i högre utsträckning:

- 25 år eller yngre (73 %)
- 26-45 år (68 %)
- Orolig för klimatförändringar (67 %)

Svarar Lyssna på någon som berättar i högre utsträckning:

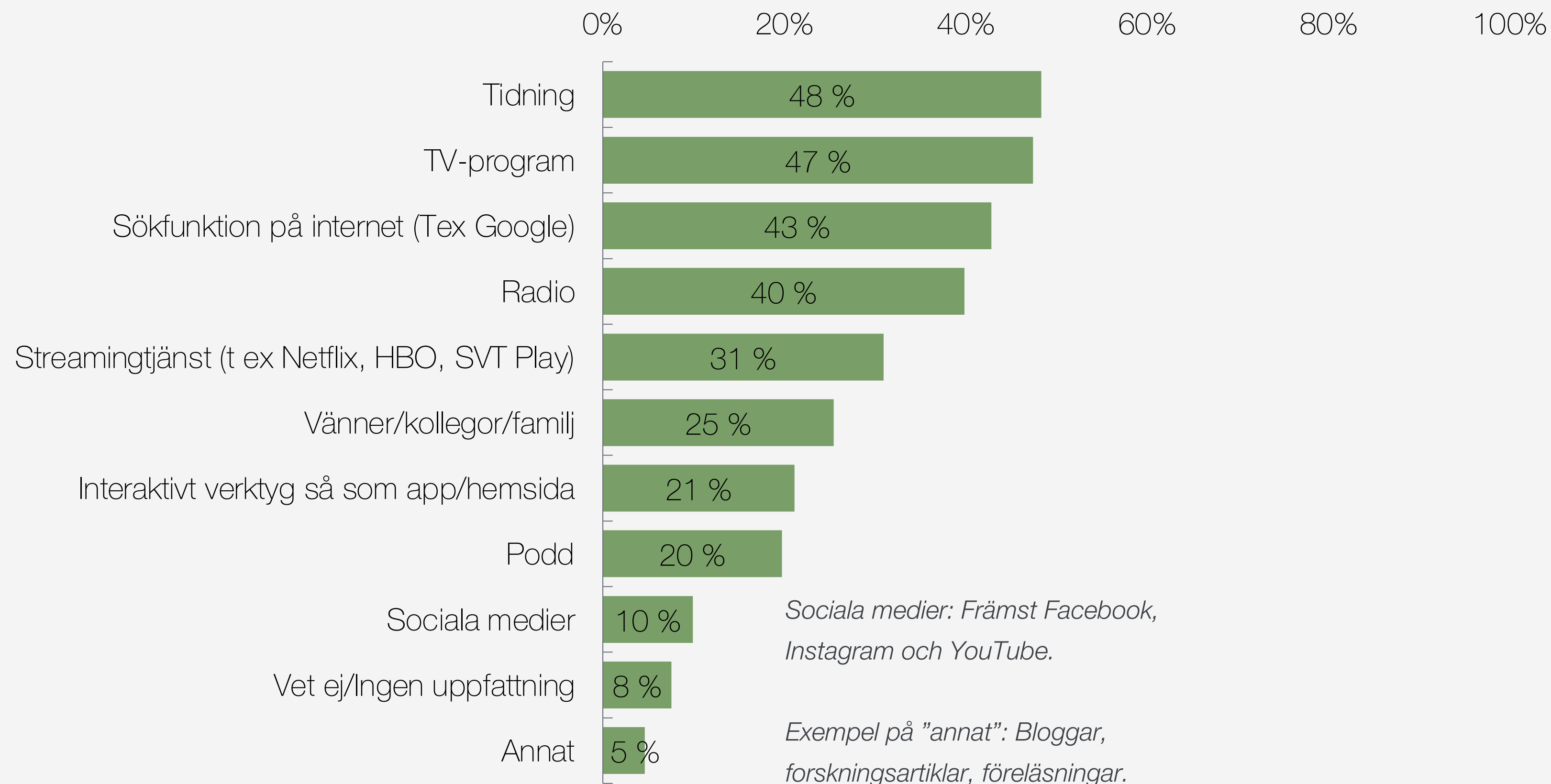
- 25 år eller yngre (57 %)
- Orolig för klimatförändringar (46 %)
- Kvinnor (46 %)

Fakta

Fullständig fråga: *Om jag ska ta till mig information om klimatfrågor, så gör jag gärna det genom att...*

Övrig information: Flervalsfråga. Antal svarande: 1018. I signifikanserna redovisas de tre största skillnaderna.

Tidning, TV och internet är populära kanaler



SIGNIFIKANTA SKILLNADER

Svarar Tidning i högre utsträckning:

- 66 år eller äldre (63 %)
- Intresserad av klimatfrågor (54 %)
- Orolig för klimatförändringar (54 %)

Svarar TV-program i högre utsträckning:

- Orolig för klimatförändringar (53 %)
- Intresserad av klimatfrågor (52 %)

Svarar Sökfunktion på internet i högre utsträckning:

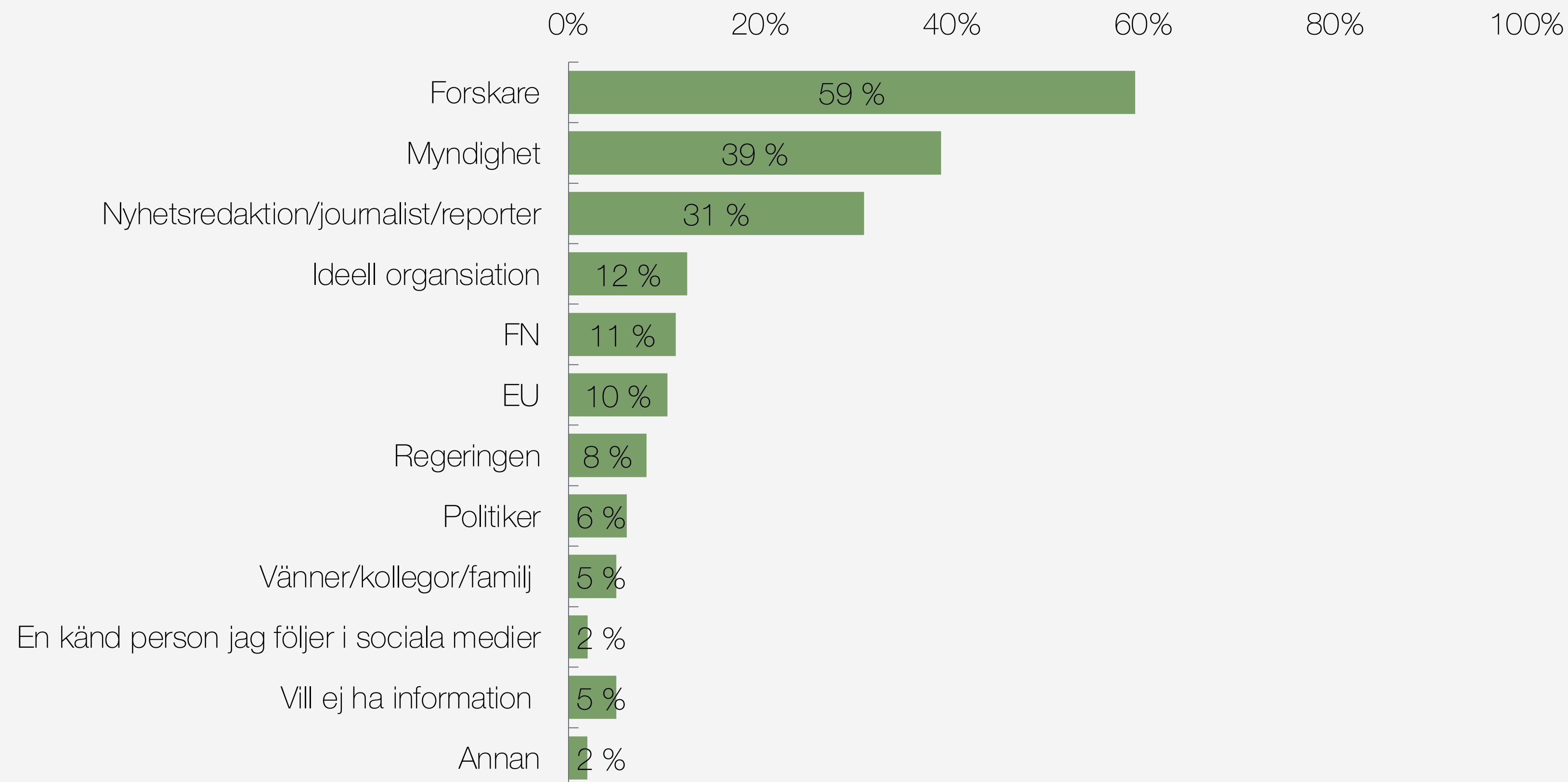
- 25 år eller yngre (55 %)
- Intresserad av klimatfrågor (46 %)
- Orolig för klimatförändringar (45 %)

Fakta

Fullständig fråga: *Om jag ska ta till mig information om klimatfrågor, så gör jag gärna det genom...*

Övrig information: *Flervalsfråga. Antal svarande: 1018. I signifikanserna redovisas de tre största skillnaderna för de tre vanligaste svarsalternativen.*

Avsändare information om hur klimatförändringar fungerar: Forskare



SIGNIFIKANTA SKILLNADER

Svarar Forskare i högre utsträckning:

- Orolig för klimatförändringar (64 %)
- Intresserad av klimatfrågor (63 %)

Svarar Myndighet i högre utsträckning:

- Orolig för klimatförändringar (43 %)
- Intresserad av klimatfrågor (43 %)

Svarar Nyhetsredaktion/journalist/reporter i högre utsträckning:

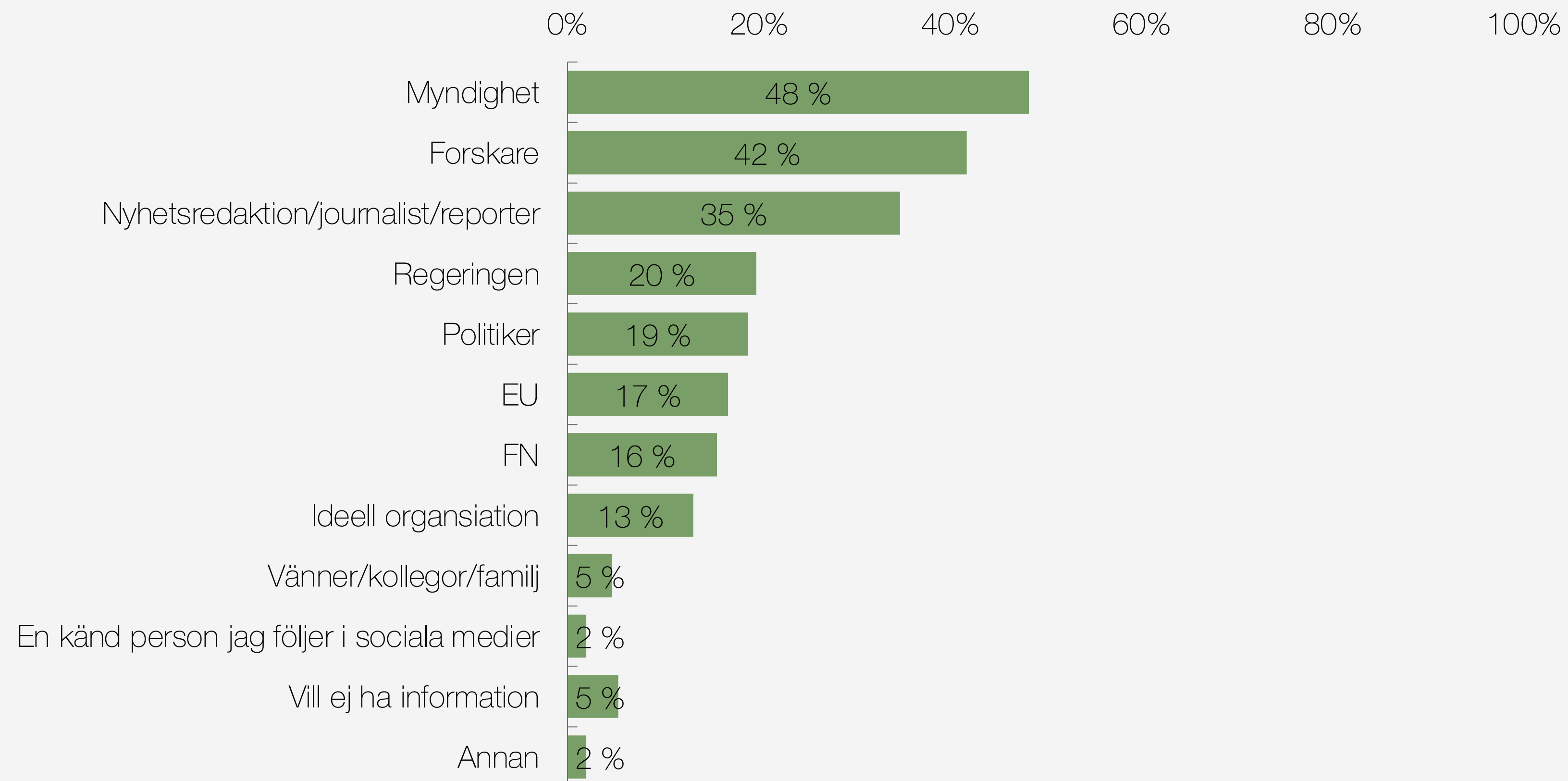
- Orolig för klimatförändringar (36 %)
- Intresserad av klimatfrågor (35 %)

Fakta

Fullständig fråga: *Från vem vill du helst få information om... hur klimatförändringar fungerar?*

Övrig information: Flervalsfråga. Antal svarande: 1018. I signifikanserna redovisas de tre största skillnaderna för de tre vanligaste svarsalternativen.

Avsändare information om pågående klimatarbete: Myndighet



SIGNIFIKANTA SKILLNADER

Svarar Myndighet i högre utsträckning:

- Orolig för klimatförändringar (54 %)
- Kvinnor (53 %)
- Intresserad av klimatfrågor (52 %)

Svarar Forskare i högre utsträckning:

- Orolig för klimatförändringar (46 %)
- Intresserad av klimatfrågor (45 %)

Svarar Nyhetsredaktion/journalist/reporter i högre utsträckning:

- Orolig för klimatförändringar (41 %)
- Intresserad av klimatfrågor (39 %)

Fakta

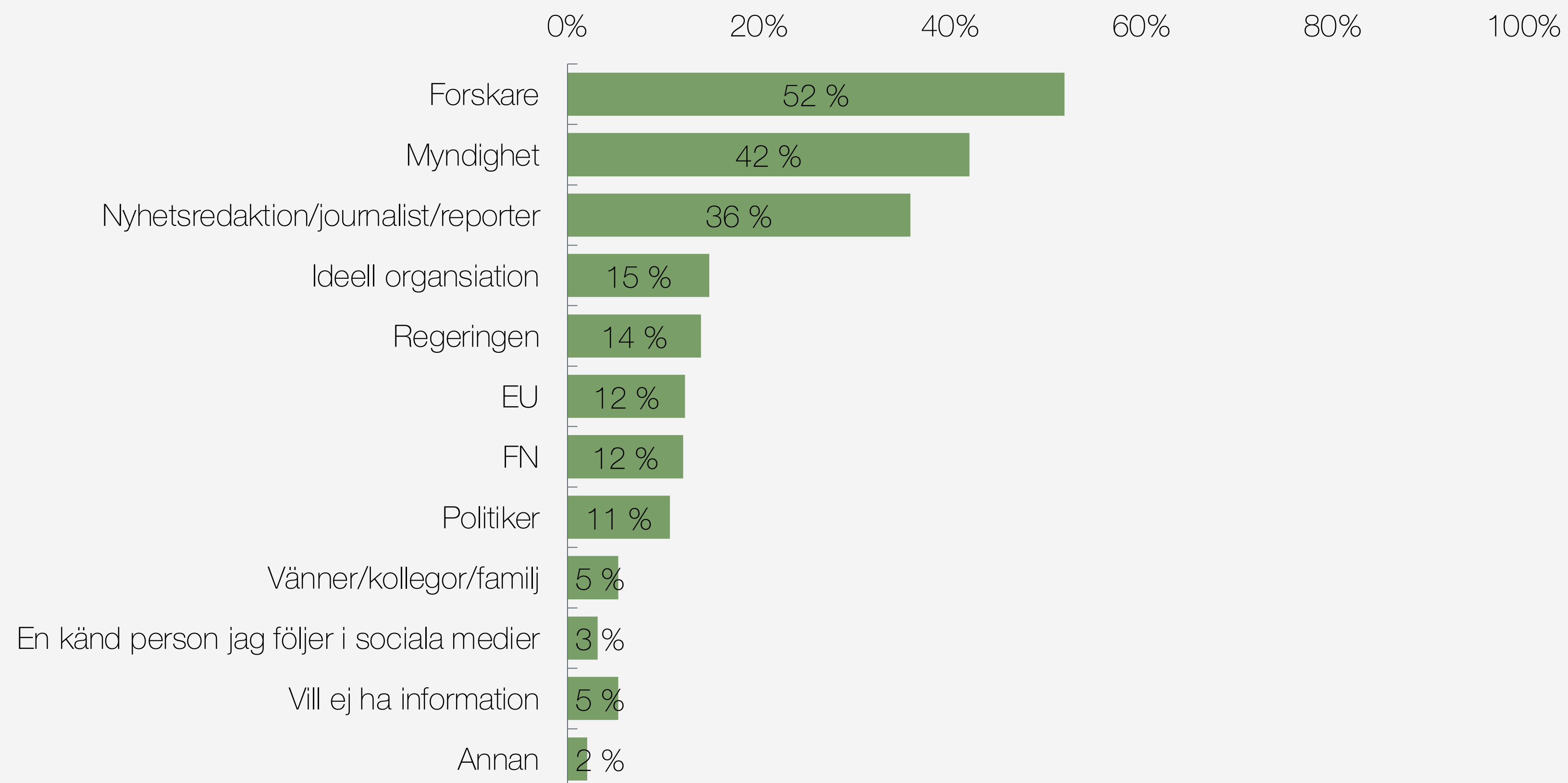
Fullständig fråga:

Från vem vill du helst få information om... vilket arbete som pågår för att begränsa klimatförändringar?

Övrig information:

Flervalsfråga. Antal svarande: 1018. I signifikanserna redovisas de tre största skillnaderna för de tre vanligaste svarsalternativen.

Avsändare information om klimatförändringars påverkan: Forskare



SIGNIFIKANTA SKILLNADER

Svarar Forskare i högre utsträckning:

- Orolig för klimatförändringar (57 %)
- Intresserad av klimatfrågor (57 %)

Svarar Myndighet i högre utsträckning:

- Orolig för klimatförändringar (48 %)
- Kvinnor (46 %)
- Intresserad av klimatfrågor (45 %)

Svarar Nyhetsredaktion/journalist/reporter i högre utsträckning:

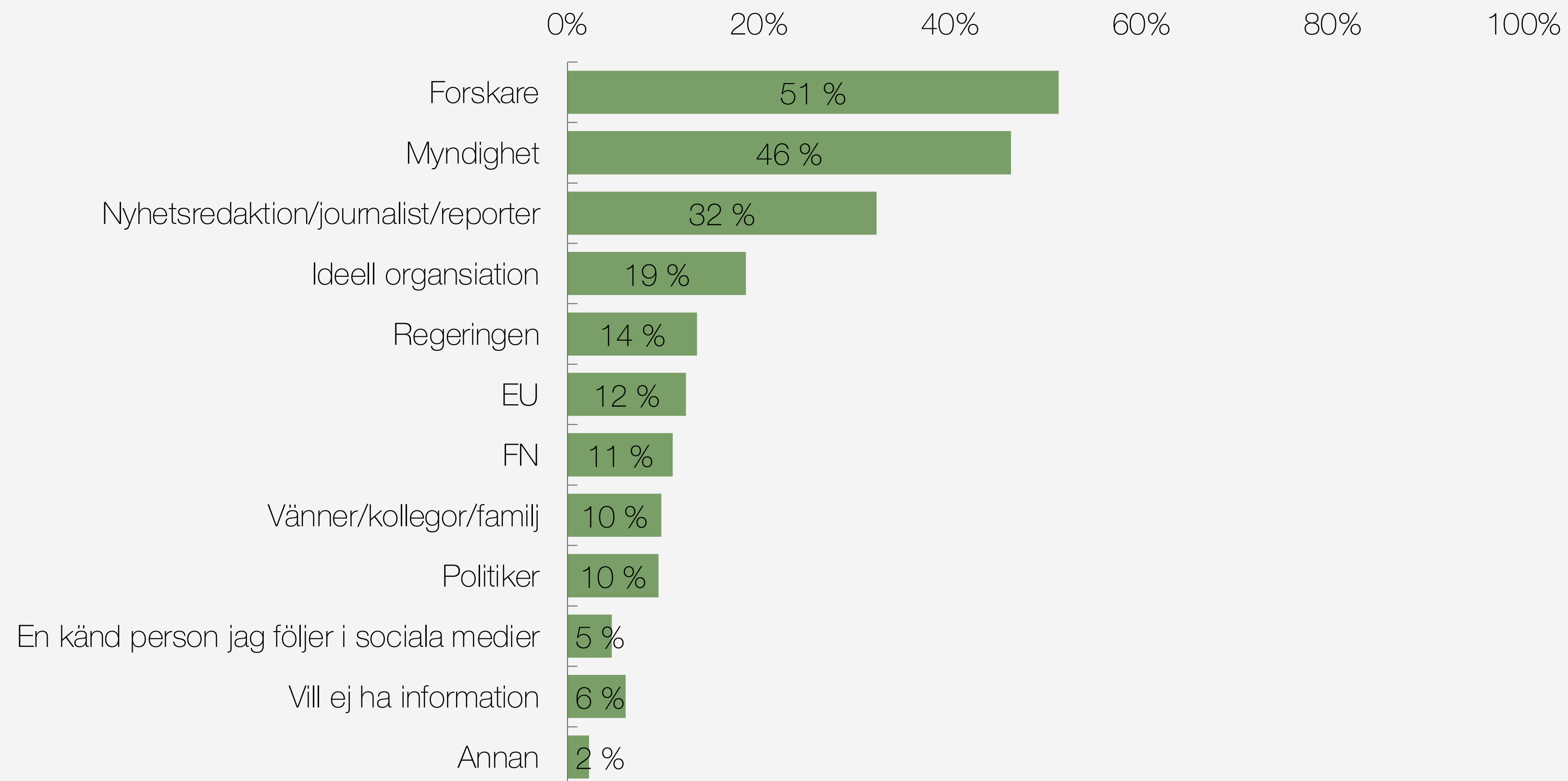
- Orolig för klimatförändringar (43 %)
- Intresserad av klimatfrågor (41 %)

Fakta

Fullständig fråga: *Från vem vill du helst få information om... hur världen, Sverige eller jag som individ påverkas av klimatförändringar?*

Övrig information: Flervalsfråga. Antal svarande: 1018. I signifikanserna redovisas de tre största skillnaderna för de tre vanligaste svarsalternativen.

Avsändare information om vad individen kan göra: Forskare



SIGNIFIKANTA SKILLNADER

Svarar Forskare i högre utsträckning:

- Orolig för klimatförändringar (56 %)
- Intresserad av klimatfrågor (55 %)

Svarar Myndighet i högre utsträckning:

- Orolig för klimatförändringar (52 %)
- Kvinnor (52 %)
- Intresserad av klimatfrågor (50 %)

Svarar Nyhetsredaktion/journalist/reporter i högre utsträckning:

- Orolig för klimatförändringar (38 %)
- Intresserad av klimatfrågor (37 %)

Fakta

Fullständig fråga: *Från vem vill du helst få information om... vad man som individ kan göra för att begränsa sin klimatpåverkan?*

Övrig information: Flervalsfråga. Antal svarande: 1018. I signifikanserna redovisas de tre största skillnaderna för de tre vanligaste svarsalternativen.

SUMMERING

OM UNDERSÖKNINGEN

RESPONDENTERNA

RESULTAT

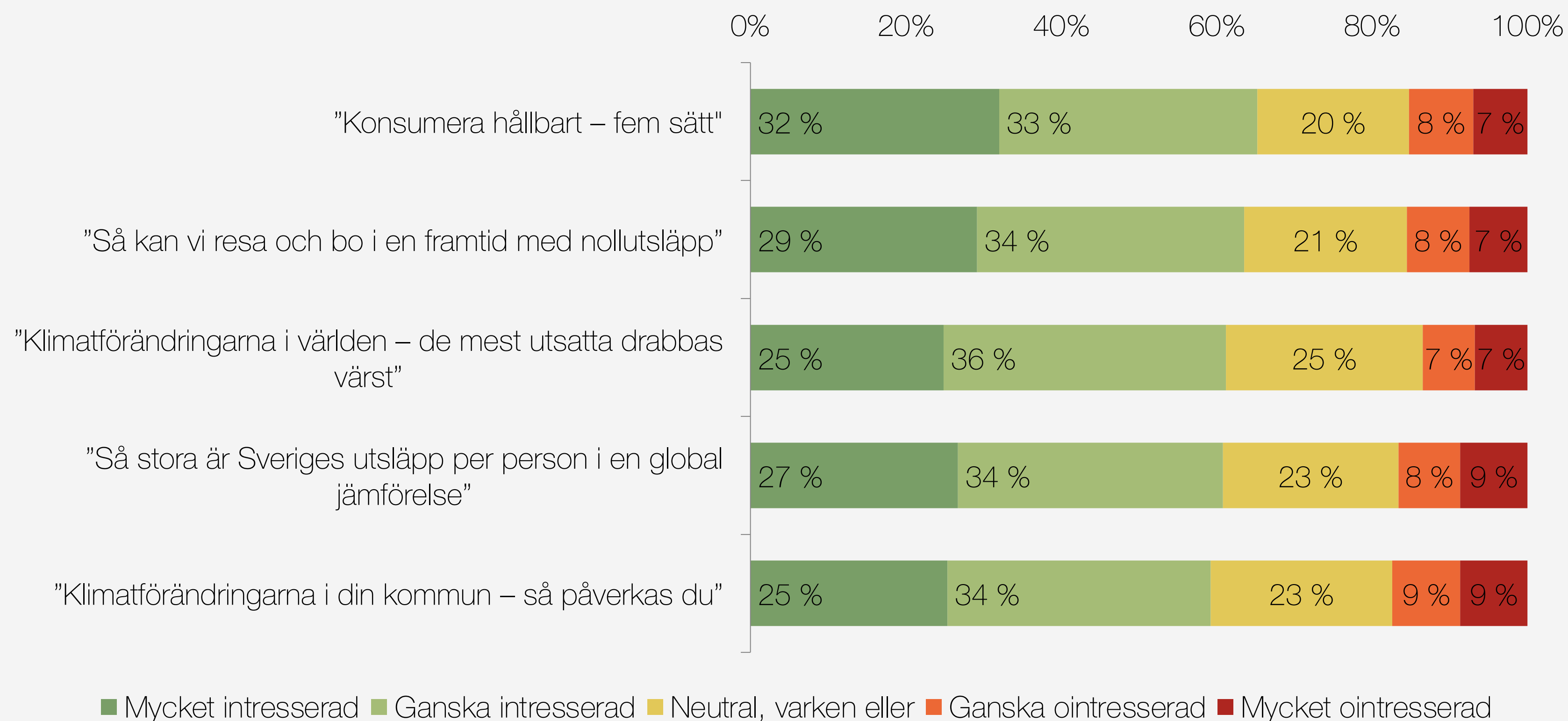
REKOMMENDATIONER

RESULTAT

Test av rubriker kring klimat

Konkret om konsumtion och hållbart resande mest intressant

SKILLNADER



Generellt är personer 25 år eller yngre mer intresserade än äldre, av de olika rubrikerna.

Kvinnor är mer intresserade än män av samtliga rubriker – förutom "Svenska innovationen för att tillverka fossilfritt stål nu på export" (nästa sida) där män är mer intresserade.

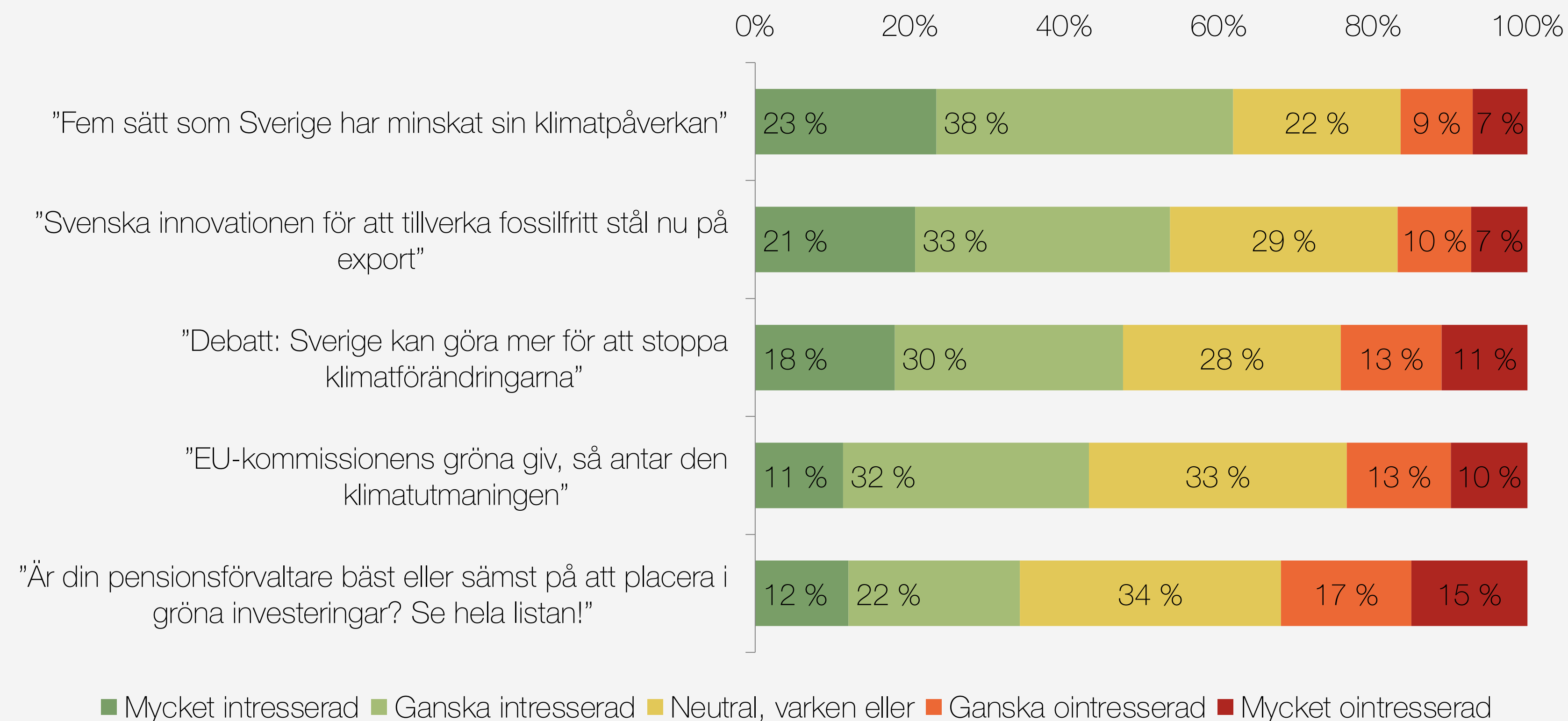
De som är intresserade av klimatfrågor eller oroliga för klimatförändringar, är mer intresserade än de som inte är intresserade/oroliga, av samtliga rubriker.

Fakta

Fullständig fråga: *Nedan följer ett antal rubriker som skulle kunna användas i samband med kommunikation om klimat. Hur intresserad skulle du bli av att läsa vidare av följande rubriker?*

Övrig information: Envalsfrågor. Procentsatser under 5 har av utrymmesskäl inte skrivits ut. I skillnaderna redovisas de tydligaste skillnaderna.
Antal svarande: 1018.

Nationellt, EU och pensionsförvaltare minst intressant



Fakta

Fullständig fråga: *Nedan följer ett antal rubriker som skulle kunna användas i samband med kommunikation om klimat. Hur intresserad skulle du bli av att läsa vidare av följande rubriker?*

Övrig information: Envalsfrågor. Procentsatser under 5 har av utrymmesskäl inte skrivits ut. Antal svarande: 1018.

SUMMERING

OM UNDERSÖKNINGEN

RESPONDENTERNA

RESULTAT

REKOMMENDATIONER

RESULTAT

Parisavtalet

THERE IS NO
PLANET B

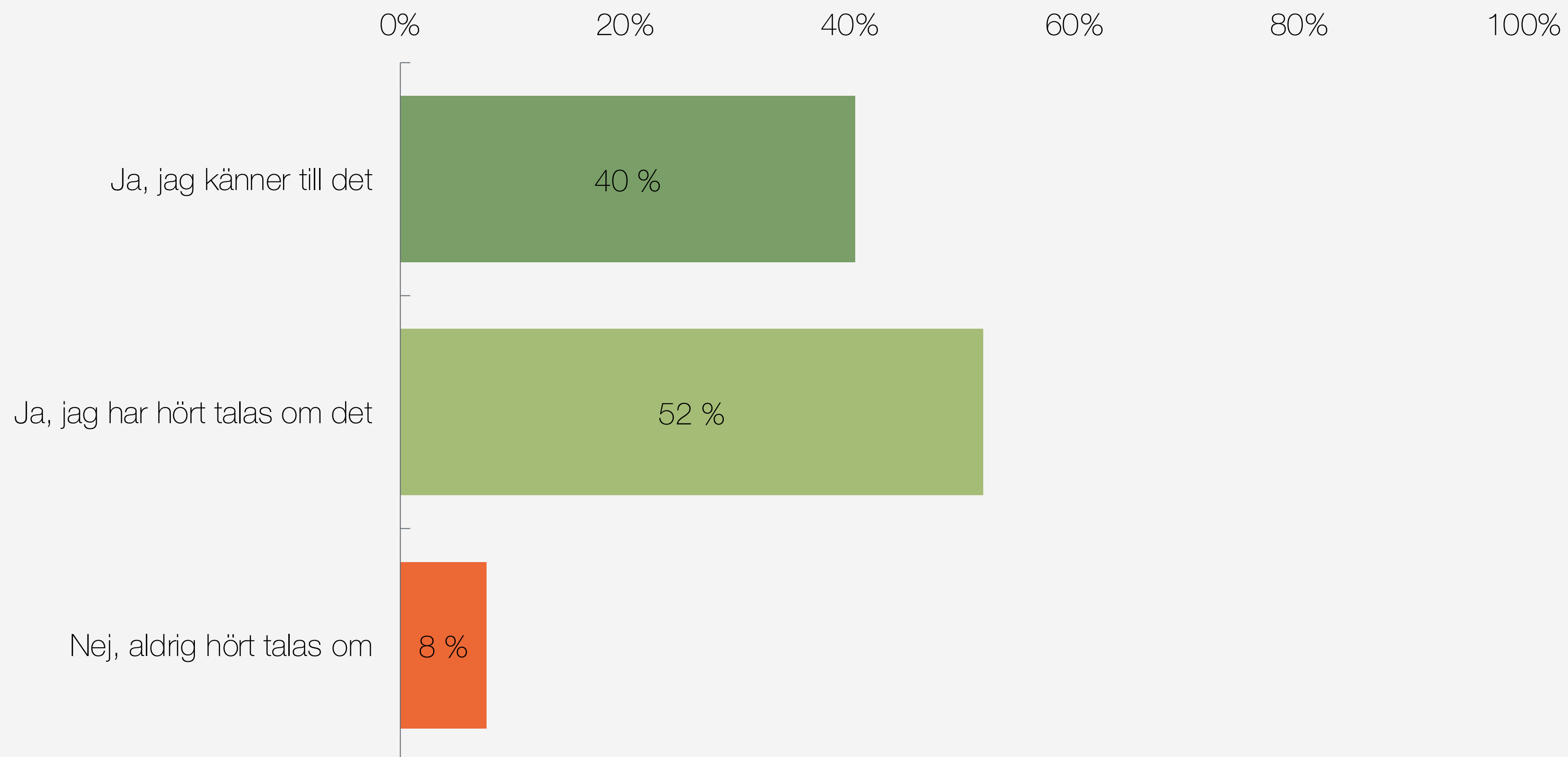


There
NO
PLANET

GREEN NEW
DEAL

Like the people...
...GREEN NEW DEAL

De flesta har hört talas om eller känner till Parisavtalet



SIGNIFIKANTA SKILLNADER

Svarar "Ja, jag känner till det" i högre utsträckning:

- Boende i storstadsområden (50 %)
- Män (47 %)
- Intresserad av klimatfrågor (46 %)

Svarar "Ja, jag har hört talas om det" i högre utsträckning:

- Inte intresserad av klimatfrågor (62 %)
- Kvinnor (56 %)

Svarar "Nej, aldrig hört talas om" i högre utsträckning:

- Inte intresserad av klimatfrågor (16 %)
- Inte orolig för klimatförändringar (11 %)
- Kvinnor (10 %)

Fakta

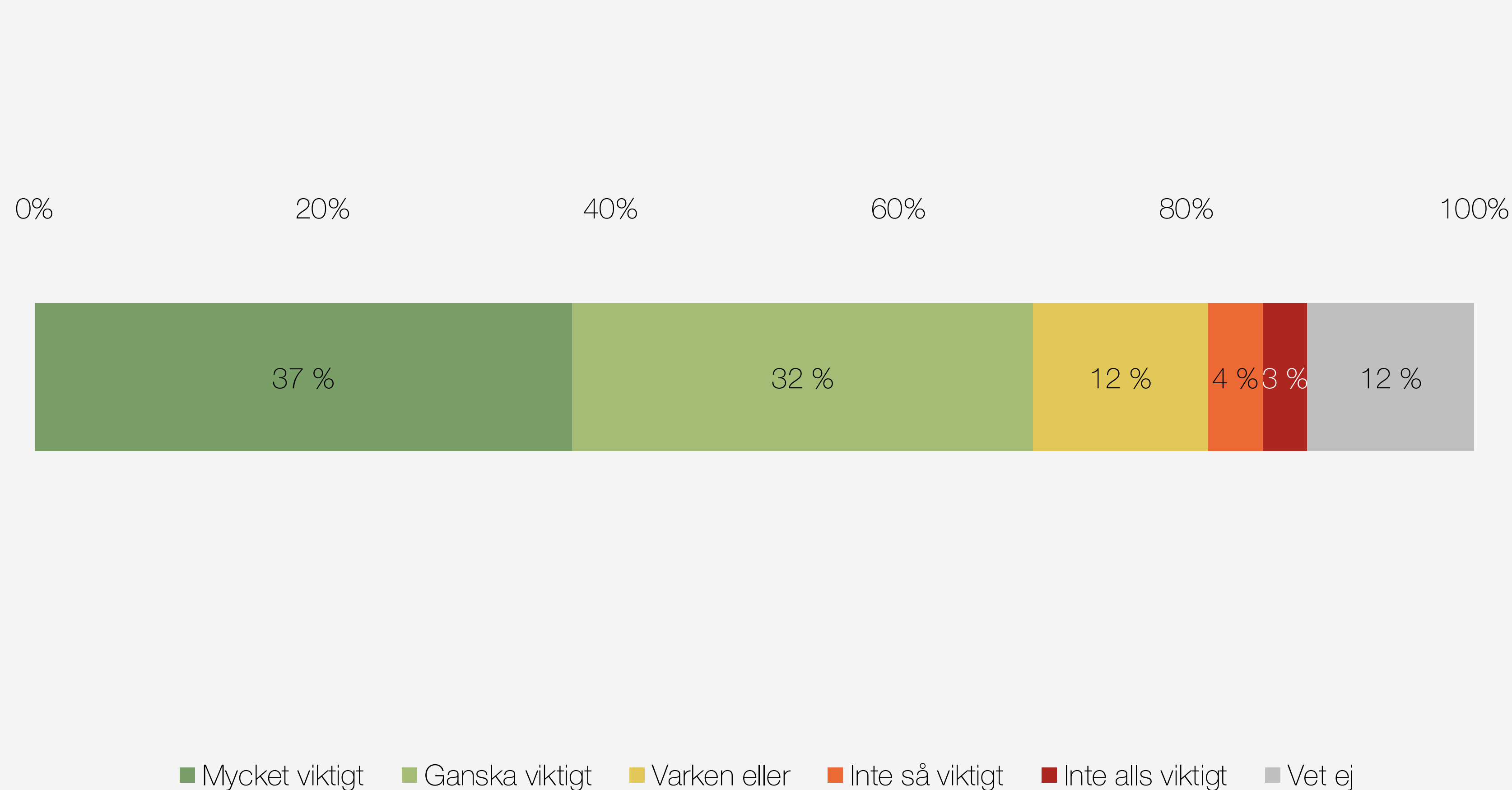
Fullständig fråga:

Känner du till Parisavtalet?

Övrig information:

Envalsfråga. I signifikanserna redovisas de tre största skillnaderna. Antal svarande: 1018.

Nästan 7 av 10 upplever Parisavtalet som viktigt



SIGNIFIKANTA SKILLNADER

Svarar "Mycket viktigt" i högre utsträckning:

- Orolig för klimatförändringar (50 %)
- Intresserad av klimatfrågor (46 %)
- Kvinnor (43 %)

Fakta

Fullständig fråga:

Hur viktigt upplever du att Parisavtalet är?

Övrig information:

Envalsfrågor. Antal svarande: 940 (de som känner till/hört talas om).

SUMMERING

OM UNDERSÖKNINGEN

RESPONDENTERNA

RESULTAT

REKOMMENDATIONER

REKOMMENDATIONER

Rekommendationer – vad allmänheten vill ha information om

Respondenterna *25 år och yngre* intresserar sig i större utsträckning än äldre respondenter för information om konsekvenser av klimatförändringarna. Gruppen visar också ett högre intresse för frågor som rör **egen påverkan** och *Sveriges arbete för att minska klimatpåverkningsarna*. Däremot är de äldre respondentgrupperna i högre grad intresserade av hur **klimatförändringarna sett ut historiskt**.

Som tidigare visat i rapporten menar samtliga respondenter att mest intressant att veta är information om **hur ens egen konsumtion och vardag blir mer hållbar**. *25 år och yngre* är i större utsträckning än andra intresserade av **vad Sverige kan göra för att stoppa klimatförändringarna, hållbara resor och hur du själv påverkas av kommunens klimatförändringar**.

- I framtida kommunikation om klimat är det viktigt att koppla informationen till den enskilda individen, samt vara konkret i vad personer kan göra för att göra skillnad.
- Rubriker om pensionsförvaltares gröna investeringar och EU-kommissionens arbete verkar inte intressera varken yngre eller äldre målgrupper. Sådan information måste antingen paketeras på ett smart och lockande sätt eller finnas tillgänglig för den som söker den. Vad gäller exempelvis möjligheter att påverka klimatet via pensionsval, kan det vara klokt att baka in som konkret tips för vad man själv kan göra, snarare än att fokusera på pensionen.
- När respondenterna får möjlighet att fritt uttrycka vad de vill veta mer om, ser vi att det finns många specifika intresseområden (energi, konsumtion, livsmedel etc) – det är därför viktigt att tillhandahålla denna typ av specifik information till dem som efterfrågar det. Vi ser också en efterfrågan på mer nyanserad information, vilket är viktigt för trovärdigheten, men även mer saklig och faktabaserad/vetenskaplig information.

- De flesta (92 %) har hört talas om Parisavtalet. Men de som inte är klimatintresserade eller oroade tycker inte att det är ett så viktigt avtal. Kommunikation om Parisavtalet måste därför paketeras på olika sätt. För att locka dem som inte är så intresserade rekommenderas att förpacka innehåll på ett sätt där huvudtemat inte blir Parisavtalet. Som avsändare är det också viktigt att ta ställning till om själva avtalet i sig ska kommuniceras till alla och om allmänheten ska tycka att det är viktigt.
- Majoriteten av de klimatintresserade och/eller oroade (70 % resp. 74%) tycker att Parisavtalet är ett mycket viktigt eller ganska viktigt avtal. Till denna grupp borde information om Parisavtalet vara intressant. Dock viktigt att hänsyn tas till resterande rekommendationer i denna rapport vid kommunikation kring avtalet.
- I de öppna svaren ser Gullers Grupp att en del respondenter önskar att det tydligt framgår varifrån fakta kommer. Snabba budskap i t ex sociala medier kan därför bli en utmaning. Det blir viktigare med information med tydliga källor.
- *Keep in mind: Allmänheten kan självklart inte bestämma vad som ska kommuniceras. Så detta blir mer riktlinjer. Vissa saker måste kommuniceras och vi själva vet inte alltid vad som intresserar oss. Dock viktigt att tänka extra på paketeringen vid kommunikation av de frågor som allmänheten är mindre intresserad av.*

Rekommendationer – hur allmänheten vill ha information

Respondenter *25 år och yngre* vill helst ha information via **sökfunktion, streamingtjänst, podd** eller **tv-program**. Inte via sociala medier och inte alls via känd person (influencer t.ex). Respondenter *över 45 år* föredrar att få information via **tidningar**, men också **tv-program** och **radio**. Inte heller denna målgrupp vill ha information via sociala medier. Samtliga respondenter skattar **forskare och myndighet** som bästa källor för information, även de som inte är intresserade av klimatfrågor.

- Det är viktigt att allmänheten hittar rätt via Google och andra sökmotorer. Naturvårdsverket bör därför ha ett utvecklat SEO (search engine optimization) till sina olika sidor på hemsidan och att vid tillfälle annonsera så att viktiga sidor hamnar högt upp bland sökresultaten.
- Sociala medier är inte så viktigt i den meningen att informationen borde finnas på sociala plattformar. En sak att undersöka är att ha korta nyheter i sociala medier som drar personer till Naturvårdsverkets hemsida eller annan plattform med information. Det är enkelt att göra ett test där olika budskap läggs ut till exempelvis en yngre målgrupp och där vi sen mäter vilket budskap som lockade till att läsa mer.

- TV och streamingtjänster (som Netflix, HBO, Svt Play, osv) är en jätteviktig kanal för att nå en yngre målgrupp. Även äldre vill nås via TV-program (men inte streamingtjänster). Att få ut klimatfrågorna i TV i en större utsträckning kan vara ett bra val, kanske ska Naturvårdsverket komma med en idé till Nyhetsmorgon, eller ett ny edit-serie (programformat för ungdomar på Svt) för en yngre målgrupp?
- Information i tidningar når en äldre målgrupp, och informationen ska vara anpassad efter det. Vill man nå yngre använder man en annan kanal. Likaså radio som äldre ser som en bra kanal för information om klimatet.
- Yngre kan nås via poddar men inte äldre. Skapas en podd ska den ha en yngre målgrupp och anpassas därefter, erfarenhet berättar dock att det är bra att använda sig av redan befintliga poddar.