

Medlemsundersökning Naturskyddsföreningen 2022

Kontakt: Lena Rydorff

Kontakt på Novus: Cecilia Dahlheim

Datum: 9 juni 2022



Naturskyddsföreningen

 **novus**

Bakgrund och genomförande

BAKGRUND

Undersökningen har genomförts av Novus på uppdrag av Naturskyddsföreningen (SNF). Syftet med undersökningen är bland annat att kartlägga hur nöjda SNFs medlemmar är med sitt medlemskap, hur de upplever medlemskapet och vad de anser att föreningen ska arbeta med framåt. Detta är den sjätte undersökningen i ordningen där vi mätt hur medlemmarnas syn förändrats över tid. Mätningarna har genomförts 2014, 2018, 2019, 2020, 2021 & 2022.

MÅLGRUPP

Naturskyddsföreningens medlemmar.



GENOMFÖRANDE

Antal intervjuer:
1189

Fältperiod:
22 april-15 maj 2022

Svarsfrekvens:
25%

Av samtliga inbjudna: 4839, svarade 1189, vilket ger en svarsfrekvens på 25%.

Undersökningen är genomförd via webbintervjuer genom ett slumpmässigt urval från Naturskyddsföreningens medlemsregister. Novus skickade ut ett mejl med en länk till undersökningen till samtliga i urvalet.

För att resultaten på bästa sätt ska spegla åsikter, tankar och beteenden hos samtliga medlemmar i Naturskyddsföreningen (populationen) vägs de inkomna svaren med avseende på kön och ålder (fr.o.m. 2021).

RESULTAT

Resultaten levereras i en diagramrapport med jämförande data för 2020-2022 (om det finns). Markerade signifikanta skillnader i rapporten (kön, ålder, lojalitetsindex, skulle rekommendera medlemskap, aktiv i SNF etc) är jämfört mot totalen.

En signifikant skillnad innebär att ett värde i en undergrupp, t.ex. kön, avviker från totalvärdet i så stor utsträckning att det inte kan ses som slumpmässigt.

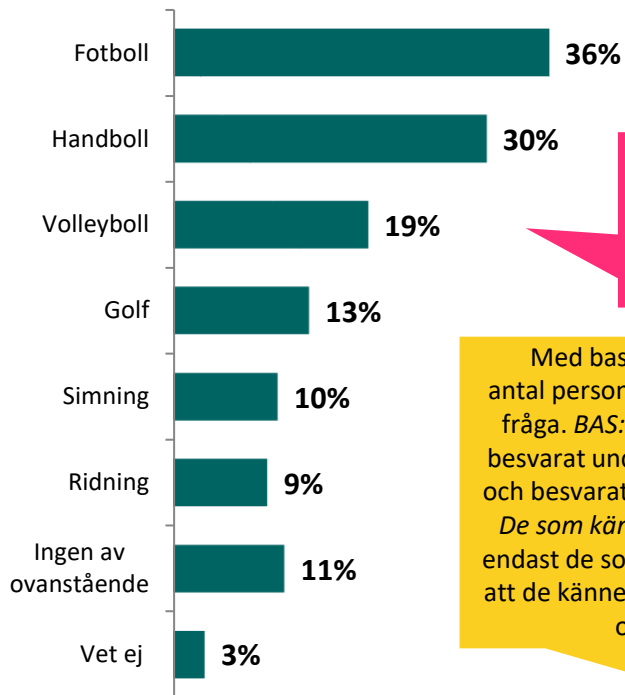
FELMARGINAL

Vid 1 000 intervjuer:
Vid utfall 20/80: +/- 2,5%
Vid utfall 50/50: +/- 3,2%



Läsanvisning rapport

FRÅGA: Vilka av följande idrotter är du intresserad av? *Flera svar möjliga.*



Andelarna i diagrammet visar hur respondenternas svar fördelar sig per svarsalternativ.

Med bas menas antal intervjuer/ antal personer som har svarat för denna fråga. **BAS: Totalt** innebär att alla som besvarat undersökningen har fått frågan och besvarat den. Om basen t.ex. är **BAS: De som känner till företag X** menas att endast de som i en tidigare fråga uppgett att de känner till företag x har fått frågan och besvarat den.

BAS: Totalt (n=1000)

Om respondenterna har kunnat svara fler än 1 svar på frågan anges detta efter frågetexten. Det kan också stå t.ex. *Max 3 svar*. Andelarna i diagrammet kommer mest sannolikt summera till mer än 100% då varje respondent har kunnat avge mer än 1 svar.

Signifikanta skillnader mot totalen

Följande undergrupper svarar i högre grad:

Fotboll (36%)

- Kvinna (41%)
- Ålder 18-29 år (42%)
- Högsta utbildning: Universitet (41%)

Du läser signifikanserna på detta sätt:

Rubriken Fotboll 36% = andelen för totalen, visas i diagrammet till vänster. Med "Kvinna 41%" menas att kvinnor i signifikant högre utsträckning än totalen är intresserade av fotboll.

En signifikant skillnad innebär att ett värde i en undergrupp, t.ex. kön, avviker från totalvärdet i så stor utsträckning att det inte kan ses som slumpmässigt.

The background of the slide is a photograph of a forest with tall trees. Overlaid on this is a teal-to-green gradient. In the lower half of the image, three people are silhouetted against the lighter sky. One person is on a rocky outcrop on the left, using trekking poles. Another person is in the center, jumping with arms raised. A third person is on the right, running or hiking. The title 'Sammanfattning och slutsatser' is written in white, bold, sans-serif font on the left side, with a white horizontal line underneath it.

Sammanfattning och slutsatser

Sammanfattning mätning 2022 (sida 1:3)

Drivkrafter till medlemskapet

De två överlägset främsta anledningarna till varför man valt att bli medlem i Naturskyddsföreningen uppges vara för att man vill stötta arbetet med att påverka makthavare i miljöfrågor (48%) och för att man genom sitt medlemskap vill vara med och bidra ekonomiskt (33%).

Tidningen Sveriges Natur fortsätter vara SNFs viktigaste informationskanal

Majoriteten (72%) av Naturskyddsföreningens medlemmar uppger att de läser det mesta, alternativt något i varje nummer av tidningen Sveriges Natur. På frågan om hur man fått information om föreningens arbete under de senaste 12 månaderna svarar nära sju av tio att man tagit del av informationen via medlemstidningen – vilket också visar sig vara den vanligaste informationskanalen tätt följt av e-post (65%). Sex av tio uppger dessutom att det sätt man **helst** vill få information om Naturskyddsföreningens arbete i framtiden är via tidningen Sveriges Natur. Drygt sex av tio vill **helst** få information via e-post, t.ex. i form av ett nyhetsbrev.

Delaktighet i Naturskyddsföreningen

Nära tre av fem (58%) uppger att de i någon grad känner sig delaktiga i Naturskyddsföreningens arbete för miljön. Resultaten visar att det är en signifikant ökning jämfört med 2021 års mätning. Resultaten visar också att den äldre åldersgruppen i högre grad känner delaktighet i föreningens miljöarbete. På frågan om vad som skulle kunna få en att känna sig **mer delaktig** svarar många medlemmar att de skulle känna större delaktighet om de hade mer tid att engagera sig. Många svarar även att de är nöjda med sitt nuvarande engagemang medan ett flertal efterfrågar information och tips på hur man kan vara med och bidra mer aktivt.

Sammanfattning mätning 2022 (sida 2:3)

Aktiva medlemmar i Naturskyddsföreningen

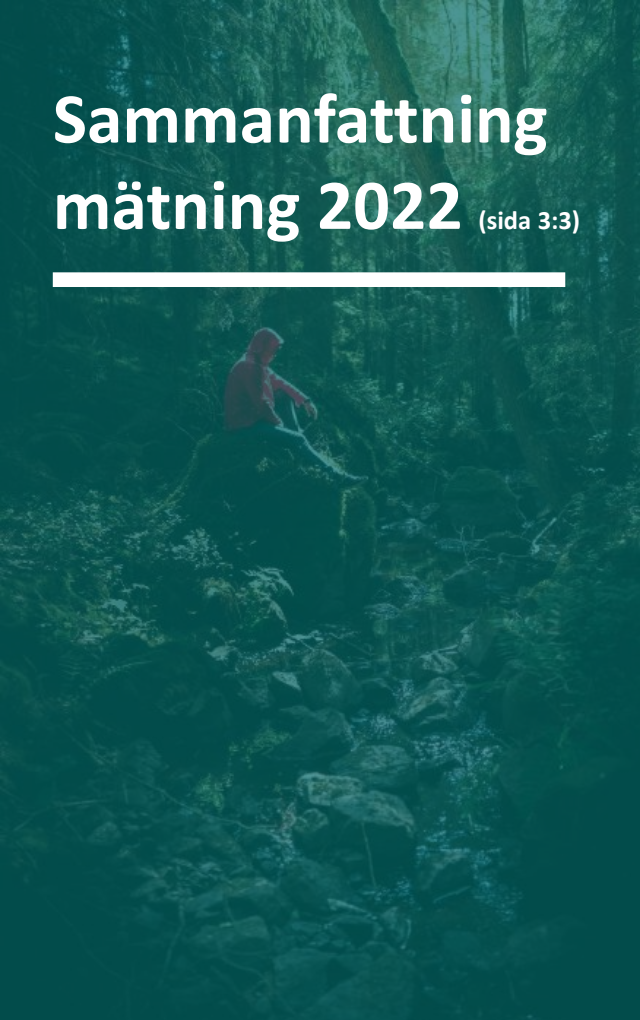
En tiondel av Naturskyddsföreningens medlemmar uppger att de är aktiva i föreningens arbete och vill fortsätta vara det. Nära fyra av tio uppger att de idag inte är aktiva men att de kan tänka sig att bli det. Bland de potentiellt aktiva medlemmarna är det framförallt deltagande i lokala arrangemang som exempelvis utflykter och/eller föredrag som lockar mest. Att gå med i ett nätverk som jobbar med en viss fråga är också ett populärt alternativ. Resultaten visar också att 30-49 åringar i högre grad än totalen är intresserade av att bli aktiva medlemmar.

Gåvor

Sammantaget uppger drygt sju av tio medlemmar att de kan tänka sig att stödja föreningen ekonomiskt på andra sätt utöver medlemskapet. Nästan hälften (49%) kan tänka sig att ge en gåva till ett särskilt ändamål som exempelvis skogen eller klimatet. Detta är en signifikant ökning jämfört med föregående års mätning. Drygt var femte (22%) kan tänka sig att ge bort en hyllningsgåva och var femte (20%) ett presentmedlemskap eller en julgåva.

Nöjdhet och lojalitet

Majoriteten (81%) av Naturskyddsföreningens medlemmar är nöjda med sitt medlemskap. Bland de som svarat att de är **mycket nöjda** syns dessutom en signifikant ökning jämfört med 2021 (42% jämfört med 37%). Nästan samtliga (95%) instämmer i påståendet att de känner stolthet över sitt medlemskap i Naturskyddsföreningen och 67% **instämmer helt i** påståendet, vilket också visar på en signifikant ökning. Sist men inte minst uppger 96% att de skulle rekommendera ett medlemskap i föreningen vilket innebär att rekommendationsviljan nu är tillbaka på samma höga nivå som 2020.



Sammanfattning mätning 2022 (sida 3:3)

Viktigaste frågorna

Arbetet med miljöfrågor

När det kommer till Naturskyddsföreningens arbete med olika miljöfrågor svarar flest (91%) att arbetet med klimatförändringar är mycket viktigt tätt följt av arbetet med miljögifter (89%).

Klimat

Minskade utsläpp från konsumtion och produktion samt hållbar energiförsörjning anses vara de viktigaste områdena för Naturskyddsföreningen att arbeta med när det gäller klimatet.

Ekosystem på land och i hav och vattendrag

En hållbar resursanvändning för friska ekosystem och hög artrikedom i vatten och hav, samt minskade utsläpp av miljögifter, anses vara de viktigaste områdena att arbeta med när det gäller ekosystem.

Hållbar konsumtion

Att utbilda om hållbar utveckling i skolan samt att bidra till ökad kunskap om och tillgång till naturen anses vara de viktigaste områdena att arbeta med för en hållbar konsumtion.

Metoder för förändring

Påverkansarbete gentemot makthavare anser medlemmarna vara Naturskyddsföreningens viktigaste metod för att åstadkomma förändring.

Slutsatser och reflektioner 2022

- Nu har vindarna vänt i positiv riktning efter ett par år av viss försvagning i nöjdhet och lojalitet hos medlemmarna under coronapandemin. Resultaten visar signifikanta förbättringar i samtliga tre nyckeltal som bygger upp lojalitetsindex och index ökar med en enhet. Även Föreningsbarometern bland de förtroendevalda visar motsvarande förbättring verksamhetsåret 2021.
- Känslan av delaktighet i föreningens arbete samvarierar med lojalitetsindex och har stärkts tydligt sedan förra året. Ledord för att underlätta delaktighet är tidseffektivt, lokalt och konkret. En utmaning är få fler yngre, 30-49 år att känna sig delaktiga och ta steget att bli mer aktiva.
- Det finns en potential i form av många medlemmar som kan tänka sig att stödja föreningen ekonomiskt utöver sitt medlemskap. För att gå från tanke till handling är det bra att påminna om och tillgängliggöra de alternativa sätten att ge gåvor. Möjligheten att ge till ett särskilt ändamål, t ex klimatet eller skogen, lockar många och kan fungera som inkörsport.
- Tidningen Sveriges Natur är fortfarande mycket uppskattad och läst, men över tid ser vi en långsam förflyttning mot digitala kanaler, där e-post nu har nått upp till samma nivåer som tidningen. De yngre använder och föredrar i högre grad digitalt, så dessa två delar kompletterar varandra.
- Inför Naturskyddsföreningens arbete med framtidsstrategi har medlemmarna fått ge sin syn på vilka frågor som är viktiga att arbeta med. Svaret är att allt är mycket viktigt och denna trend har förstärkts sedan 2018. Det innebär höga förväntningar på arbete inom många områden parallellt. Klimat och miljögifter ligger i topp, men skog och naturvård har ökat mest sedan 2018. När det gäller fokus i *arbetet framåt* hamnar åtgärder för att bevara biologisk mångfald och hållbara ekosystem särskilt högt. Den viktigaste *metoden* är att påverka makthavare i Sverige, EU och globalt – vilket överensstämmer väl med att detta var den främsta anledningen till att bli medlem.

Lojalitet

Index
86
(85)



Nöjda

(Ganska/mycket nöjda)

81% (80%)



Stolta

(Instämmer helt/delvis)

95% (93%)



Rekommendation

(Absolut/kanske rekommendera)

96% (93%)



Delaktighet

(I hög/någon grad)

58% (50%)



Aktiva

(Och vill fortsätta)

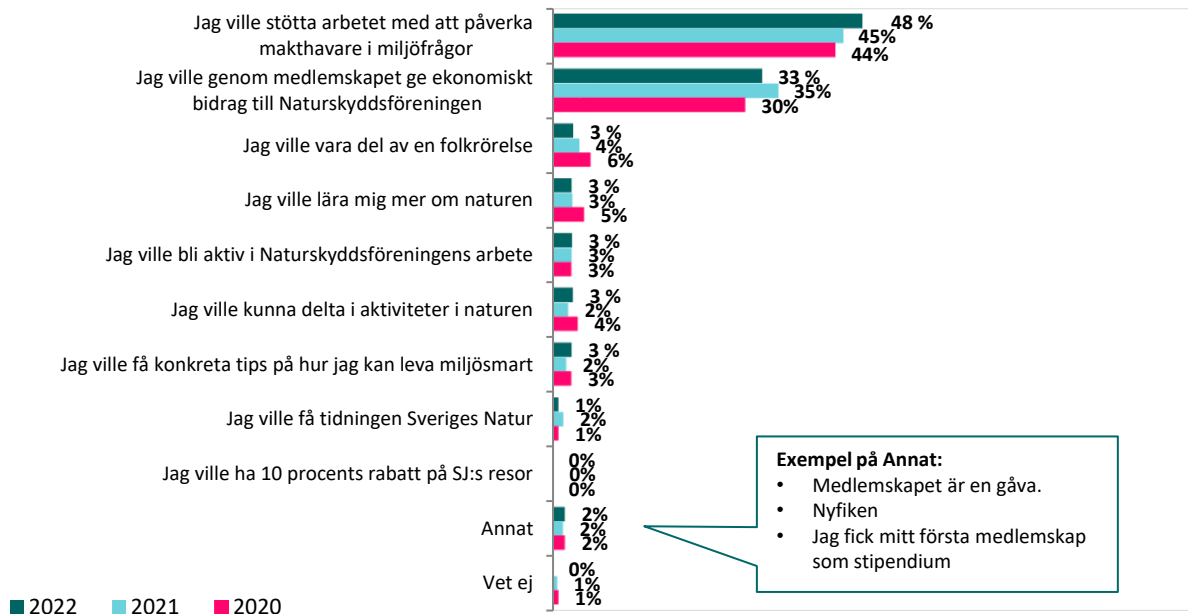
10% (9%)

BAS: Naturskyddsföreningens medlemmar, 1189 svar
Resultat inom parentes avser föregående års mätning.

Resultat

Viljan att påverka makthavare och att bidra ekonomiskt fortsätter vara de främsta anledningarna till varför man blivit medlem i SNF

FRÅGA: Vad är den främsta anledningen till att du har blivit medlem i Naturskyddsföreningen?



BAS: Samtliga 2022 (n=1189)

Signifikanta skillnader mot totalen

Följande undergrupper svarar i högre grad:

Ville stötta arbetet med att påverka makthavare i miljöfrågor (48%)

- Är idag inte aktiv i SNFs arbete men kan tänka sig att bli det (57%)

Ville genom medlemskapet ge ekonomiskt bidrag till Naturskyddsföreningen (33%)

- Läser/tittar i enstaka nummer av Sveriges Natur (38%)
- Känner sig i låg grad + inte alls delaktig i SNFs arbete för miljön (38%)
- Är idag inte aktiv i SNFs arbete och kan inte tänka sig att bli det (43%)
- Skulle kanske rekommendera ett medlemskap i SNF (41%)

Ville kunna delta i aktiviteter i naturen (3%)

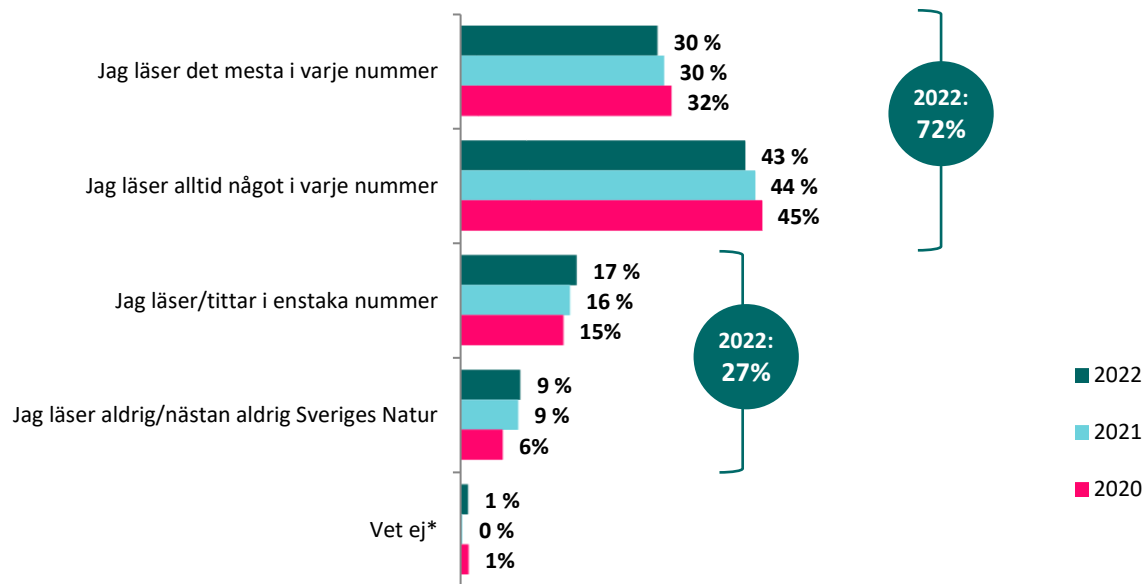
- Läser aldrig/nästan aldrig Sveriges Natur (9%)
- Är idag redan aktiv i SNFs arbete och vill fortsätta vara aktiv (9%)

Ville bli aktiv i Naturskyddsföreningens arbete (3%)

- Är idag aktiv i SNFs arbete och vill fortsätta vara aktiv (18%)

Nära tre av fyra läser minst något inslag i varje nummer av Sveriges Natur

FRÅGA: Hur mycket läser du i medlemstidningen Sveriges Natur?



*Nytt svarsalternativ 2019

BAS: Samtliga 2022 (n=1189)

Signifikanta skillnader mot totalen

Följande undergrupper svarar i högre grad:

Läser det mesta i varje nummer (30%)

- Lojalitetsindex 90 och högre (37%)
- 65+ år (39%)
- Känner sig i någon/hög grad delaktig i SNFs arbete för miljön (38%)
- Är idag aktiv i SNFs arbete och vill fortsätta vara aktiv (46%)

Läser alltid något i varje nummer (43%)

- 65+ år (50%)

	Läser det mesta / något i varje nr	Tittar aldrig / tittar i enstaka nr
2022	72%	27%
2021	75%	25%
2020	77%	22%
2019	79%	20%
2018	78%	22%
2014	79%	21%

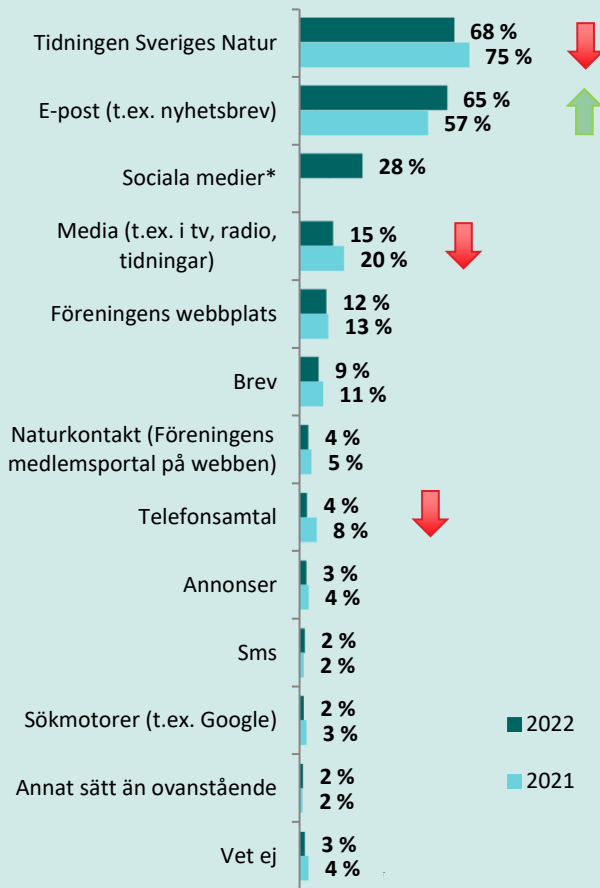
Tidningen Sveriges Natur och e-post uppges vara de främsta källorna för information

FRÅGA: Hur har du fått information om Naturskyddsföreningens arbete de senaste 12 månaderna? *Flera svar möjliga.*

De gröna pilarna i diagrammet indikerar en signifikant ökning mellan åren 2022 och 2021. De röda pilarna indikerar en signifikant minskning.

Signifikant fler som uppger att de fått information via e-post jämfört med 2021. Signifikant färre uppger att de fått information via Sveriges Natur, media och telefonsamtal.

*Nytt svarsalternativ 2022



BAS: Samtliga 2022 (n=1189)

Signifikanta skillnader mot totalen

Följande undergrupper svarar i högre grad:

E-post (t.ex. nyhetsbrev) (65%)

- 30-49 år (72%)

Sociala medier (28%)

- 30-49 år (38%)
- Är idag aktiv i SNF arbete och vill fortsätta vara aktiv (41%)

Media (t.ex. i tv, radio, tidningar) (15%)

- Boende i Västsverige (20%)

Föreningens webbplats (12%)

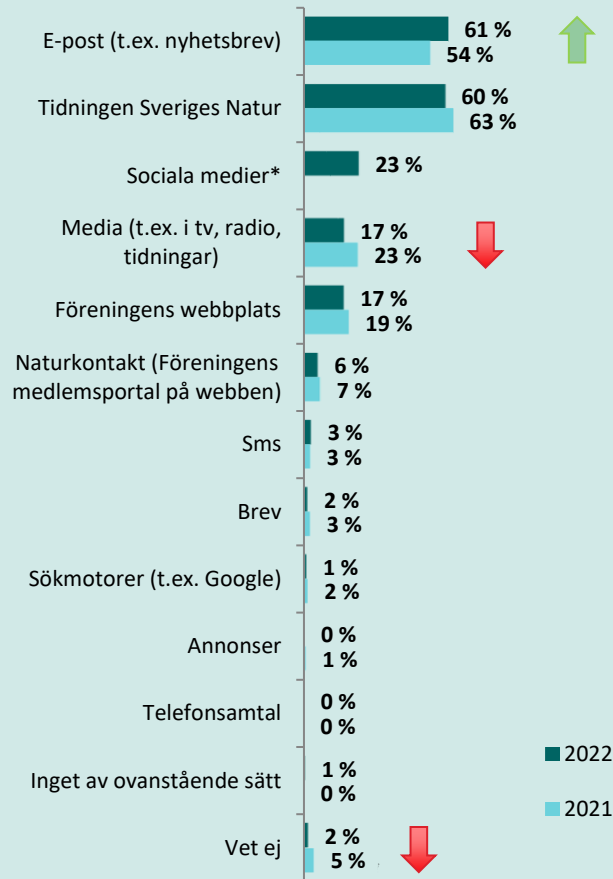
- Läser det mesta i Sveriges Natur (18%)
- Är idag aktiv i SNFs arbete och vill fortsätta vara aktiv (28%)

Sex av tio vill helst få information om SNF via e-post och/eller medlemstidningen Sveriges Natur

FRÅGA: Hur skulle du helst vilja få information om Naturskyddsföreningens arbete i framtiden? *Välj max tre alternativ.*

Signifikant fler som uppger att de vill få information om SNF arbete via e-post jämfört med 2021. Signifikant färre som uppger att de vill få informationen via media.

*Nytt svarsalternativ 2022



BAS: Samtliga 2022 (n=1189)

Signifikanta skillnader mot totalen

Följande undergrupper svarar i högre grad:

E-post (t.ex. nyhetsbrev) (61%)

- Läser/tittar i enstaka nummer av Sveriges Natur (74%)
- Är idag inte aktiv i SNFs arbete men kan tänka sig att bli det (66%)

Tidningen Sveriges Natur (60%)

- Lojalitetsindex 90 och högre (66%)
- 65+ år (68%)
- Läser det mesta i varje nummer av Sveriges Natur (77%)
- Läser alltid något i varje nummer av Sveriges Natur (67%)
- Känner sig i någon/hög grad delaktig i SNFs arbete för miljön (65%)

Sociala medier (23%)

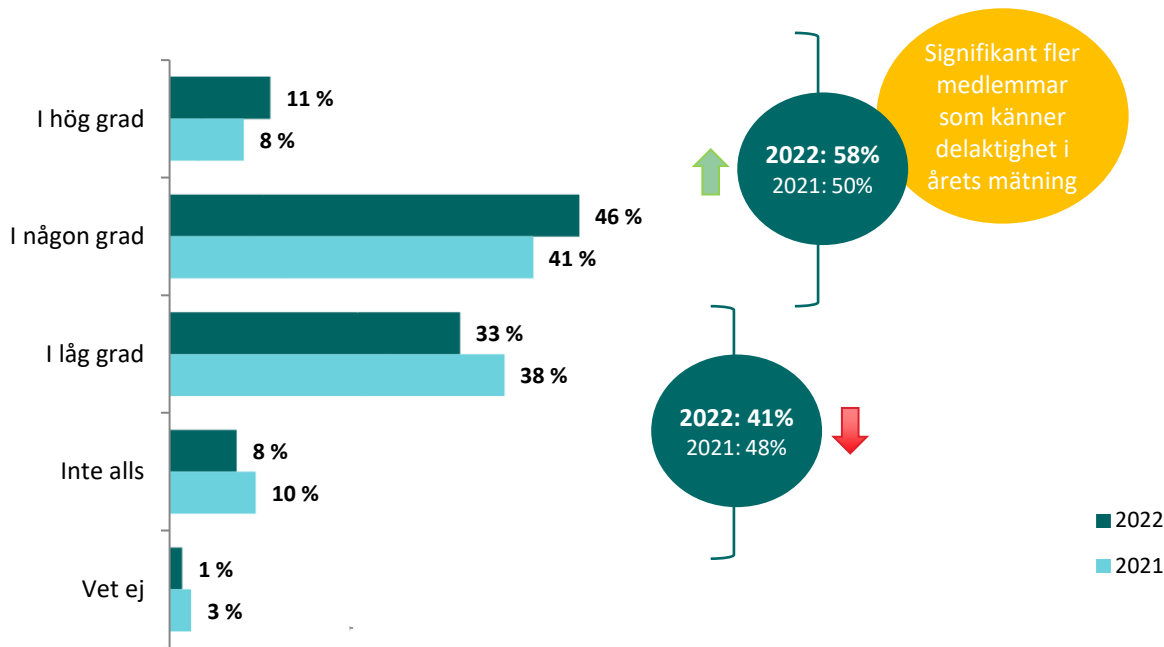
- 30-49 år (32%)
- Läser aldrig/nästan aldrig Sveriges Natur (33%)

Media (t.ex. i tv, radio, tidningar) (17%)

- Läser/tittar i enstaka nummer av Sveriges Natur (23%)

Nära sex av tio känner sig delaktiga i SNFs arbete för miljön

FRÅGA: I vilken grad känner du dig delaktig i Naturskyddsföreningens arbete för miljön?



BAS: Samtliga 2022 (n=1189)

Signifikanta skillnader mot totalen

Följande undergrupper svarar i högre grad:

Känner delaktighet i hög + någon grad (58%)

- Lojalitetsindex 90 och högre (71%)
- 65+ år (74%)
- Läser det mesta i varje nummer av Sveriges Natur (74%)
- Är idag aktiv i SNFs arbete och vill fortsätta vara aktiv (96%)
- Är mycket + ganska nöjd med sitt medlemskap i SNF (65%)
- Skulle absolut rekommendera ett medlemskap i SNF (65%)
- Boende i mindre städer/tätorter och landsbygdskommuner (64%)

Känner delaktighet i låg grad + inte alls (41%)

- Lojalitetsindex lägre än 90 (57%)
- 30-49 år (54%)
- Främsta anledningen till medlemskapet: ville ge ekonomiskt bidrag till SNF (48%)
- Läser/tittar i enstaka nummer av Sveriges Natur (55%)
- Läser aldrig/nästan aldrig Sveriges Natur (69%)
- Är idag inte aktiv i SNFs arbete och kan inte tänka sig att bli det (49%)
- Skulle kanske rekommendera ett medlemskap i SNF (55%)

Många medlemmar önskar att de hade mer tid att engagera sig i Naturskyddsföreningens arbete för miljön

FRÅGA: Vad, om något, skulle kunna få dig att känna dig mer delaktig i Naturskyddsföreningens arbete för miljön?

Personligt engagemang

Att avvara mer av sin personliga tid

- Att jag tog mig tid att engagera mig mer i arbetet.
- Det är först upp till mig själv att bli mer aktiv, kontakta lokalförening m.m. Bor dock en bit från aktiv lokalförening och den närmsta är heller inte hemsida uppdaterad. Får årsberättelse och inbjudan till årsmöte iaf.
- Om jag själv var mer engagerad
- Mer tid att engagera mig (t.ex. i lokalföreningen).
- Att jag engagerade mig mer
- Om jag hade tid att engagera mig mer.

Delta i fler projekt/aktiviteter/om fler aktiviteter erbjöds

Både fysiskt och online

- Om det fanns tex cirkelgrupper över zoom med diskussioner osv
- Fler online-föreläsningar och aktiviteter som kan göras på nätet
- Delta i olika arrangemang
- Mer lokala aktiviteter, som kombinerar friluftsliv och naturupplevelser och kunskap. Ex besök i naturreservat och nationalparker mm
- Att delta praktiskt i ngt
- Att engagera sig i något speciellt projekt som ligger mig varmt om hjärtat

Inget

Man är nöjd som det är
Man vill inte bli mer delaktig

- Är nöjd som det är.
- Jag är med som stödjande medlem, räcker för mig
- Jag känner mig så delaktig som jag vill vara.
- Inget tror jag
- Finns inget. Jag gör redan vad jag kan.
- Jag är nöjd med sakernas nuvarande tillstånd.
- Det är ju upp till mig. Vill/kan jag vara mer delaktig vet jag att jag lätt kan bli det.

Information om SNFs pågående arbete

Information och tips på hur man kan bidra mer aktivt

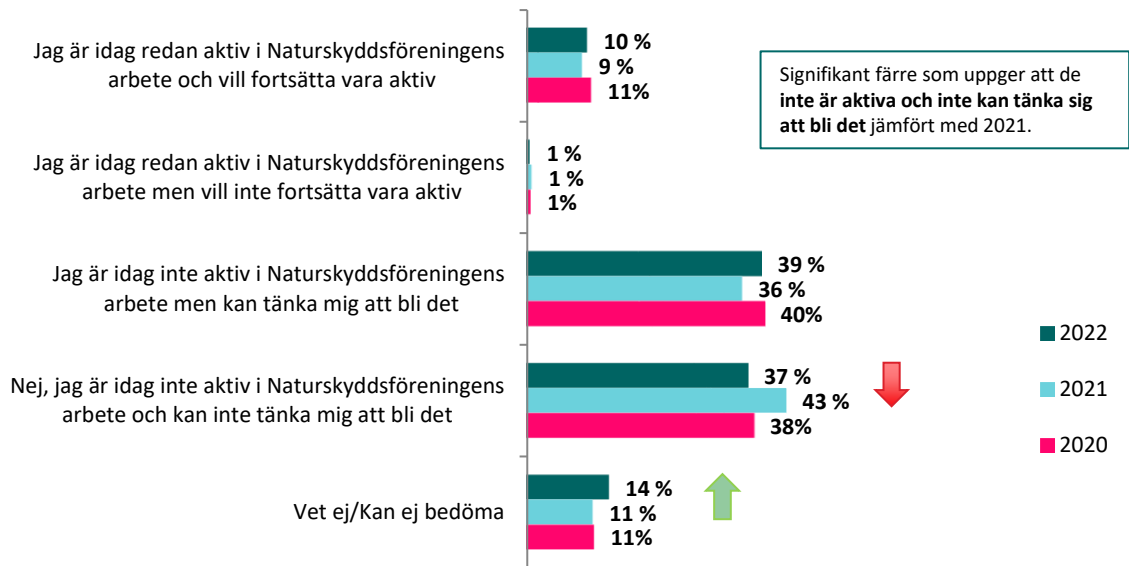
- Smarta miljötips
- Mera info om pågående arbete
- Mer praktiskt tips man kan göra hemma i sin trädgård/balkong för att gynna mångfalden
- Jag skulle vilja ha mer information om vad Naturskyddsföreningen gör konkret för att lobba för miljöfrågor på högre politisk nivå. Men även vad föreningen gör konkret för att bidra till att svenska folket blir mer medvetna.
- Att delta mer i aktiviteter och sprida information om dem så fler får veta. |Det vore bra att få veta mer om hur man kan hjälpa till.

Ökat engagemang för miljö- och klimatfrågor och politiskt påverkansarbete

- Ett tydligare ställningstagande för allvaret och brädskan i klimathotet.
- Att Naturskyddsföreningen jobbar stenhårt med klimatfrågorna inför valet
- Mer information och vägledning i hur vi påverkar makthavare.
- Möjlighet att bidra till tillfälliga kampanjer för påverkan, praktiska insatser eller demonstrationer etc. || **bi-frågan, bihotell, så vilda blommor etc, exempel på bra kampanj.**

Nära fyra av tio uppger att de kan tänka sig att bli aktiva i SNFs arbete framöver

FRÅGA: Vilken av följande beskrivningar stämmer bäst in på dig?



BAS: Samtliga 2022 (n=1189)

Signifikanta skillnader mot totalen

Följande undergrupper svarar i högre grad:

Är, och vill fortsätta vara aktiv (10%)

- Läser det mesta i varje nummer av Sveriges Natur (16%)
- Känner sig i någon/hög grad delaktig i SNFs arbete för miljön(17%)
- Boende i mindre städer/tätorter och landsbygdskommuner (15%)

Är inte, men kan tänka sig att bli aktiv (39%)

- 30-49 år (47%)
- Främsta anledningen till medlemskapet: ville stötta arbetet med att påverka makthavare i miljöfrågor (46%)

Är inte och kan inte tänka sig att bli aktiv (37%)

- Lojalitetsindex lägre än 90 (44%)
- 65+ år (43%)
- Främsta anledningen till medlemskapet: ville ge ekonomiskt bidrag till SNF (48%)
- Läser aldrig/nästan aldrig Sveriges Natur (58%)
- Känner sig i låg grad + inte alls delaktig i SNFs arbete för miljön (45%)
- Skulle kanske rekommendera ett medlemskap i SNF (47%)

De som kan tänka sig att bli aktiva:

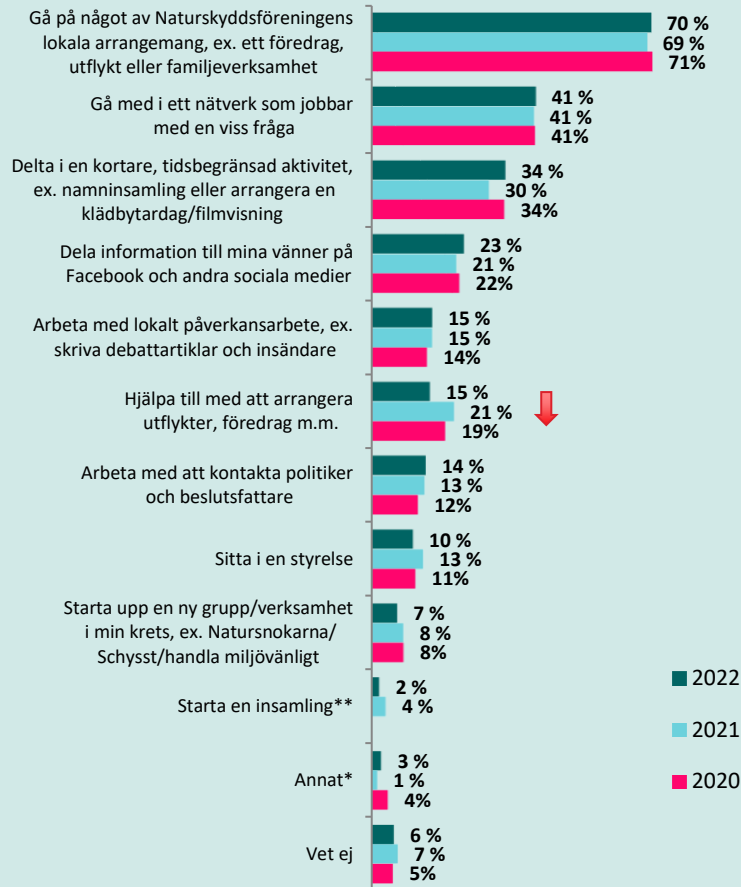
Sju av tio kan tänka sig att delta i lokala arrangemang, fyra av tio vill gå med i ett nätverk som jobbar med en viss fråga

FRÅGA: Vilken typ av aktivitet kan du tänka dig att delta i? *Flera svar möjliga.*

Signifikant färre som uppger att de kan tänka sig att hjälpa till med att arrangera utflykter, föredrag mm jämfört med 2021.

*Nytt svarsalternativ 2019

**Nytt svarsalternativ 2021



BAS: Är idag inte aktiva, men kan tänka sig att bli (n=461)

Signifikanta skillnader mot totalen

Följande undergrupper svarar i högre grad:

Gå på något av Naturskyddsföreningens lokala arrangemang (70%)

- Boende i större städer och kommuner nära större stad (78%)

Gå med i ett nätverk som jobbar med en viss fråga (41%)

- Boende i storstäder och storstadsnära kommuner (47%)

Delta i en kortare, tidsbegränsad aktivitet (34%)

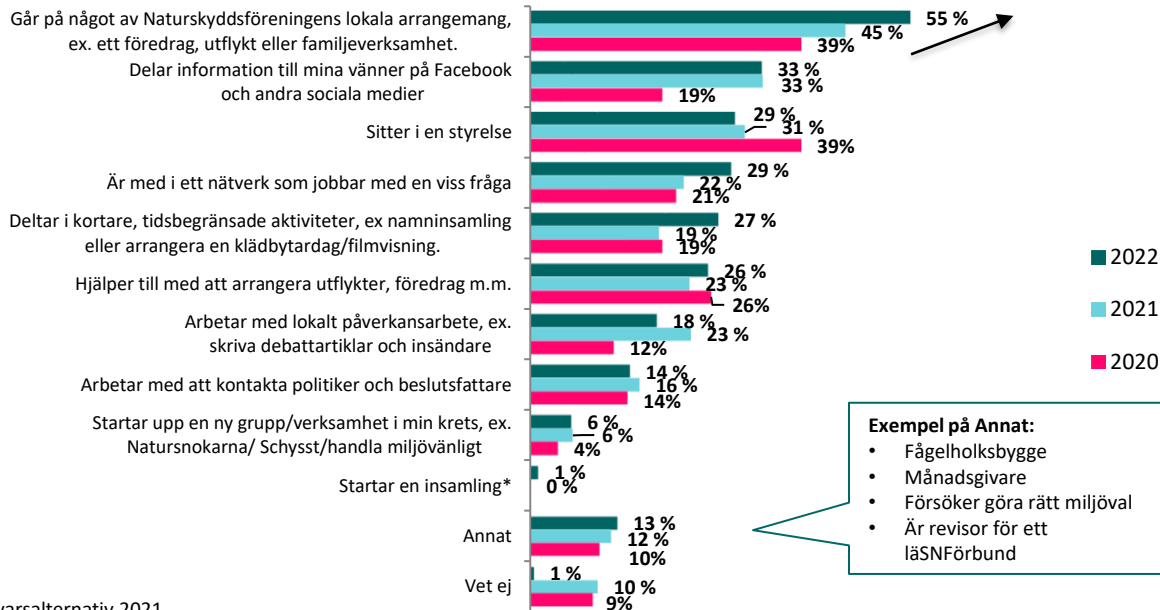
- Kvinna (40%)

De som redan är aktiva:

Fler än hälften deltar genom att gå på föreningens lokala arrangemang, var tredje delar information på sociala medier

Inga signifikanta skillnader mot totalen

FRÅGA: Vilken typ av aktivitet deltar du i? *Flera svar möjliga.*



*Nytt svarsalternativ 2021

BAS: De som redan är aktiva (n=122)

Sammantaget indikerar resultaten att drygt sju av tio kan tänka sig att stödja föreningen ekonomiskt förutom via sitt medlemskap

FRÅGA: På vilka av följande sätt, om något, kan du tänka dig att stödja föreningen ekonomiskt utöver ditt medlemskap?*

Flera svar möjliga.

Signifikant fler som uppger att de kan tänka sig att stödja föreningen genom att ge en gåva till ett särskilt ändamål jämfört med 2021.

*Omformulerad fråga 2022

**Nytt svarsalternativ 2022



BAS: Samtliga 2022 (n=1166)

Signifikanta skillnader mot totalen

Följande undergrupper svarar i högre grad:

Ge en gåva till ett särskilt ändamål, t.ex. skogen, klimatet (49%)

- Lojalitetsindex 90 och högre (57%)
- Främsta anledningen till medlemskapet: ville stötta arbetet med att påverka makthavare i miljöfrågor (54%)
- Läser/tittar i enstaka nummer av Sveriges Natur (55%)
- Är idag inte aktiv i SNFs arbete men kan tänka sig att bli det (56%)
- Skulle absolut rekommendera ett medlemskap i SNF (54%)

Ge en hyllningsgåva (22%)

- 30-49 år (29%)
- Är idag inte aktiv i SNF arbete men kan tänka sig att bli det (29%)

Ge bort ett presentmedlemskap (20%)

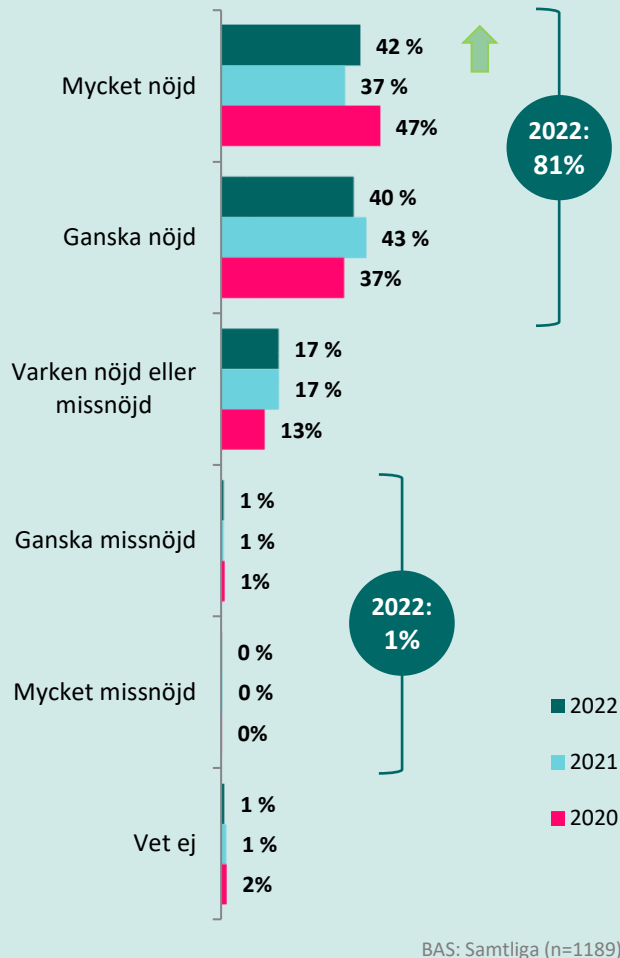
- Lojalitetsindex 90 och högre (26%)
- Kvinna (26%)
- 30-49 år (29%)
- Är idag inte aktiv i SNFs arbete men kan tänka sig att bli det (27%)

Intresset att bli månadsgivare är högst bland de yngsta och avtar med stigande ålder.

Majoriteten är nöjda med sitt medlemskap i SNF

FRÅGA: Hur nöjd är du totalt sett med ditt medlemskap i Naturskyddsföreningen?

Jämfört med 2021 svarar signifikant fler medlemmar att de är **mycket nöjda** med sitt medlemskap i Naturskyddsföreningen.



Signifikanta skillnader mot totalen

Följande undergrupper svarar i högre grad:

Mycket + ganska nöjd (81%)

- Lojalitetsindex 90 och högre (100%)
- Läser det mesta i varje nummer av Sveriges Natur (90%)
- Känner sig i hög/någon grad delaktig i SNFs arbete för miljön (91%)
- Är idag redan aktiv i SNFs arbete och vill fortsätta vara aktiv (95%)
- Skulle absolut rekommendera ett medlemskap i SNF (91%)

	Mycket + ganska nöjda	Mycket + ganska missnöjda
2022	81%	1%
2021	80%	1%
2020	84%	1%
2019	88%	1%
2018	86%	1%
2014	86%	1%

FRÅGA: Varför är du nöjd med ditt medlemskap i Naturskyddsföreningen?



JÄMFÖRESLE 2021



BAS: De som är nöjda med sitt medlemskap (n=610)

De som är nöjda med sitt medlemskap:

Vanliga svar på varför man är nöjd med sitt medlemskap i SNF

FRÅGA: Varför är du nöjd med ditt medlemskap i Naturskyddsföreningen?

Organisationen driver viktiga frågor och arbetar för en god sak

- Föreningen gör nytta för miljön
- För att det bidrar till något bra och förhoppningsvis fortsatta förändringar till det bättre
- Naturskyddsföreningen jobbar med saker som jag tycker är viktiga för vår överlevnad
- Tycker ni gör ett bra arbete. Använder ert material i mitt yrke som gymnasielärare
- Naturskyddsföreningen hörs och syns i frågor om miljö och natur som är viktiga för mig
- Känns bra att vara med och påverka samhället och få fler att få uppleva naturen.
- Naturskyddsföreningen gör ett viktigt arbete och i medlemstidningens information om politiska beslut som är bra att veta för den argumentation man i sin umgängeskrets för.

Det känns bra att genom medlemskapet kunna stötta SNFs viktiga arbete

- Lagom slant för en god sak. Tacksam att andra är mer engagerade och 'gör jobbet' då jag inte har möjlighet
- Det känns bra att stötta en organisation som tänker och handlar för miljöns bästa.
- Känns bra att stötta en förening som är så viktig och som gör ett viktigt arbete.
- Känns bra att kunna bidra ekonomiskt till ett oerhört viktigt ändamål
- Som medlem och månadsgivare känner jag att jag (trots brist på tid och energi just nu i livet) kan bidra åtminstone lite genom: |1. ekonomiskt stöd till föreningen |2. vara en siffra i statistiken (medlem) över människor som faktiskt bryr sig om naturen och miljön |3. Blir peppad att hålla mitt intresse och engagemang uppe genom att läsa om forskning, fakta och aktiviteter i nyhetsbrevet. Och kan tipsa andra i min närhet om aktiviteter osv.

Får via medlemskapet tips, information och kunskap

- Bra tips och info och bidrar till en bättre miljö.
- Jag får bra kunskap och information, lokalföreningen är aktiv och är ett bra gäng
- Det ger information
- Ökad kunskap om miljö/klimatfrågor
- ger mig information o kunskap om det som intresserar mig, viktiga frågor för mig
- Bli informerad om problem resp. framsteg i miljö och naturfrågor.
- Jag gör något bra och får kunskap och upplevelser och gemenskap i utbyte
- Känner mig delaktig gm bra information. |Möjlighet till delaktighet i många aktiviteter. |Mycket bra tidning. |Lärorik, informativ.

Se bifogad Excelfil för samtliga öppna svar

BAS: De som är nöjda med sitt medlemskap (n=610)

De som är missnöjda med sitt medlemskap:

Svar på varför man är missnöjd med sitt medlemskap i SNF

FRÅGA: Varför är du missnöjd med ditt medlemskap i Naturskyddsföreningen?

Samtliga öppna svar

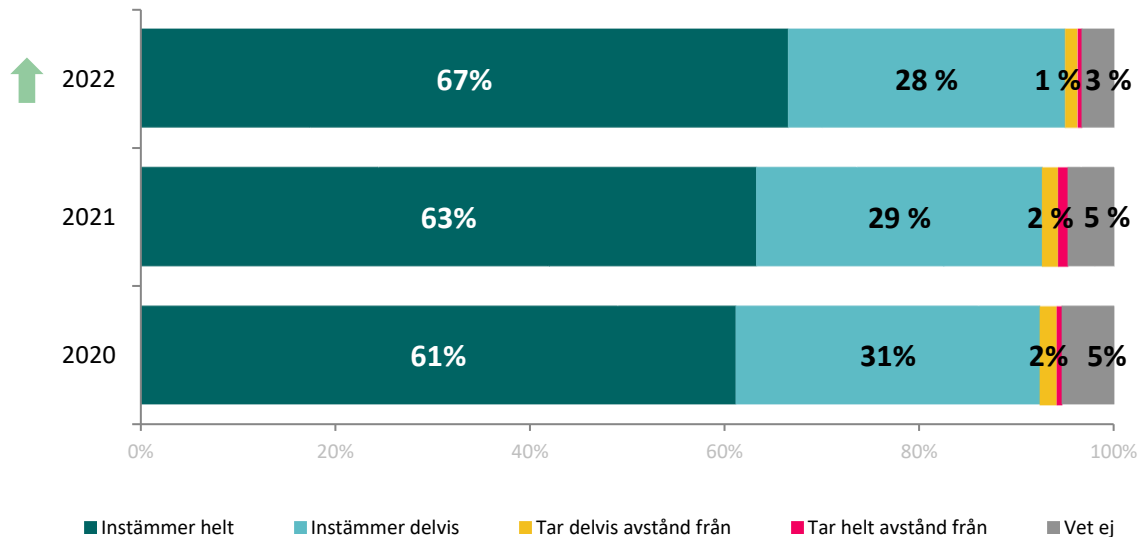
- Blivit extremt klimatinriktat med helt orimliga åtgärder för Sveriges del som bara är en promille av problemet. | Från aktivt naturvårdsarbete på lokalnivå.
- Havsnätverket fungerar dåligt jämfört med 2000-2013. | Ledningen syns för lite i den allmänna debatten.
- Konstig reklam med konstiga människor. Va tusan
- föreningen rimmar illa med min politiska grundsyn
- För mycket gulliga aktiviteter och jippon. För lite seriösa ageranden.
- Tycker att jag inte får nån information om vad som händer. Kan ju iofs vara så att det inte händer nåt lokalt det vet jag ju inte heller
- Föreningen har numera alldeles för lite genomslag i media, företrädarna/talespersonerna är okända för både allmänheten, nyckelpersoner inom media och beslutsfattare. Nya talespersoner som är intressanta för media, 'går igenom rutan', måste till för att föreningen ska kunna påverka samhället mer. Dessutom är riksorganisationens verksamhet inte transparent, centrala beslutsprocesser sker odemokratiskt och det centrala kansliet fortsätter växa trots nätverkens och de regionala och lokala behoven av förstärkning och beslut om satsningar ute i landet. Att det saknas pengar regionalt och lokalt i en tid full av EU-stöd är helt enkelt urdåligt.

Drygt nio av tio instämmer helt eller delvis i påståendet att de känner stolthet över sitt medlemskap

FRÅGA: I vilken grad instämmer du i följande påstående?

"Jag känner mig stolt över att vara medlem i Naturskyddsföreningen"

Signifikant fler **instämmer helt** i påståendet "jag känner mig stolt över att vara medlem i SNF" jämfört med 2021.



BAS: Samtliga (n=1189)

Signifikanta skillnader mot totalen

Följande undergrupper svarar i högre grad:

Instämmer helt (67%)

- Lojalitetsindex 90 och högre (99%)
- Läser det mesta i varje nummer av Sveriges Natur (75%)
- Känner sig i hög/någon grad delaktig i SNFs arbete för miljön (77%)
- Är idag redan aktiv i SNFs arbete och vill fortsätta vara aktiv (78%)
- Är mycket/ganska nöjd med sitt medlemskap i SNF (77%)
- Skulle absolut rekommendera ett medlemskap i SNF (82%)

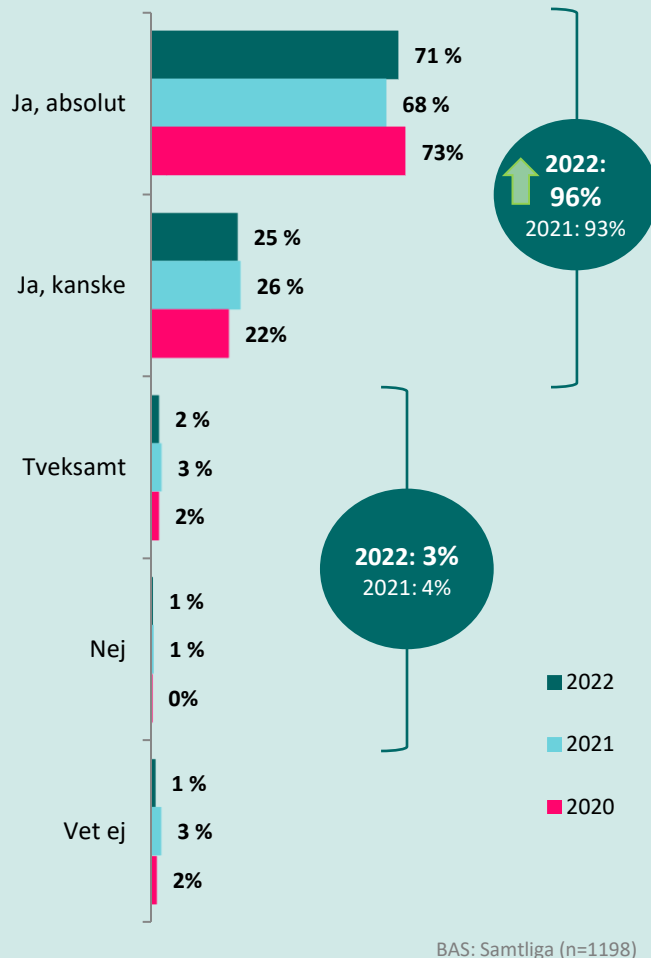
Instämmer delvis (28%)

- Lojalitetsindex lägre än 90 (65%)
- Man (35%)
- Läser/tittar i enstaka nummer av Sveriges Natur (38%)
- Känner sig i låg grad + inte alls delaktig i SNFs arbete för miljön (40%)
- Skulle kanske rekommendera ett medlemskap i SNF (57%)
- Boende i större städer och kommuner nära större stad (35%)

Nästan samtliga skulle rekommendera ett medlemskap i Naturskyddsföreningen

FRÅGA: Skulle du rekommendera ett medlemskap i Naturskyddsföreningen till andra i din närhet?

Signifikant fler som skulle rekommendera ett medlemskap i SNF jämfört med 2021



Signifikanta skillnader mot totalen

Följande undergrupper svarar i högre grad:

Ja, absolut (71%)

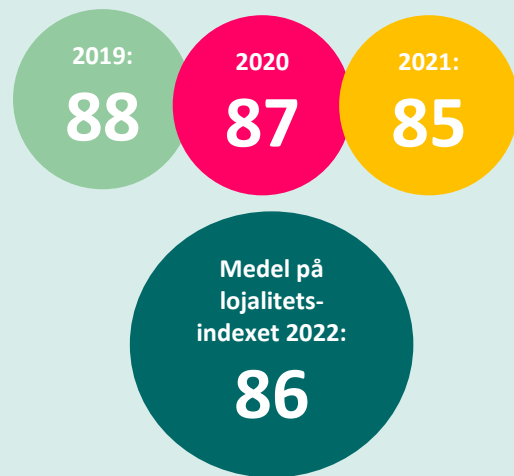
- Lojalitetsindex 90 och högre (100%)
- Främsta anledningen till medlemskapet: ville stötta arbetet med att påverka makthavare i miljöfrågor (77%)
- Läser det mesta i varje nummer av Sveriges Natur (82%)
- Känner sig i hög/någon grad delaktig i SNFs arbete för miljön (80%)
- Är idag redan aktiv i SNFs arbete och vill fortsätta vara aktiv (83%)
- Är idag inte aktiv i SNFs arbete men kan tänka sig att bli det (78%)
- Är mycket/ganska nöjd med sitt medlemskap i SNF (80%)

	Netto: JA	Tveksamt + Nej
2022	96%	3%
2021	93%	4%
2020	96%	3%
2019	95%	3%
2018	96%	3%
2014	97%	2%

Lojalitetsindex – ligger fortsatt kvar på en hög nivå

Syftet med lojalitetsindexet är att med flera frågor som grund kunna mäta fenomenet lojalitet. Fördelen med att använda sig av ett index är att det jämnar ut slumpmässiga variationer i enskilda frågesvar. Lojalitetsindex kan följas som ett sammanfattande mått över tid.

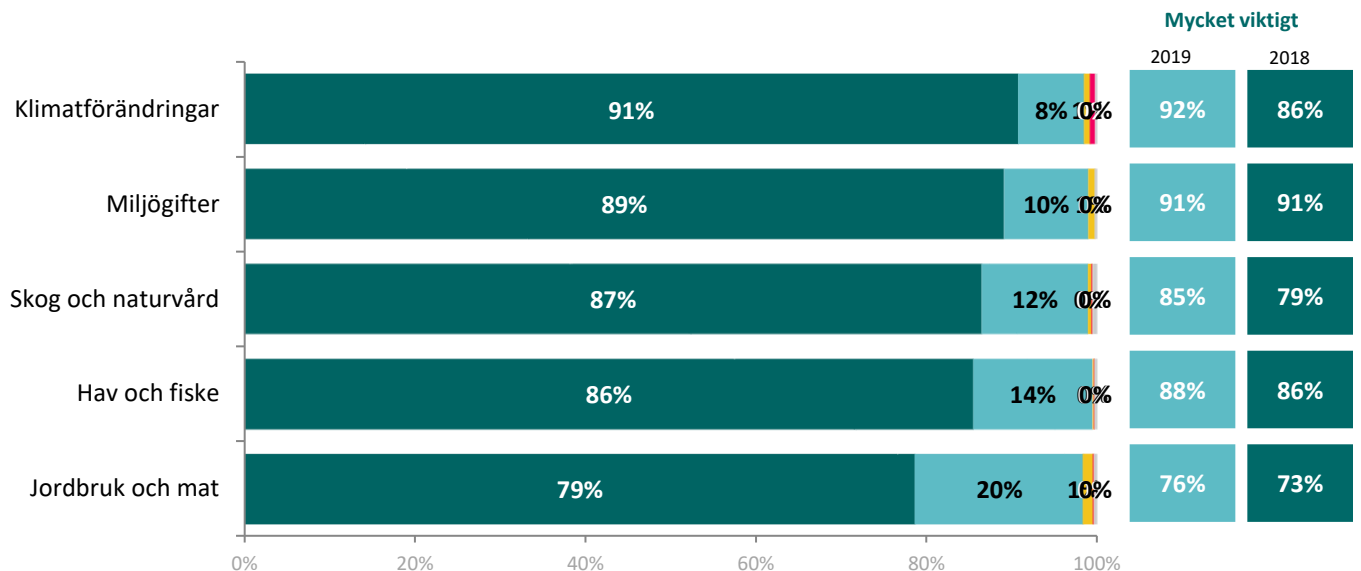
1. Hur nöjd är du totalt sett med ditt medlemskap i Naturskyddsföreningen?
2. I vilken grad instämmer du i följande påstående: "Jag känner mig stolt över att vara medlem i Naturskyddsföreningen"?
3. Skulle du rekommendera ett medlemskap i Naturskyddsföreningen till andra i din närhet?



Drygt nio av tio anser att frågan om klimatförändringar är mycket viktig

FRÅGA: Naturskyddsföreningen arbetar med flera olika miljöfrågor.

Hur viktigt eller oviktigt tycker du det är att Naturskyddsföreningen arbetar med följande miljöfrågor?*



*Omformulerad fråga 2022

■ Mycket viktigt ■ Ganska viktigt ■ Ganska oviktigt ■ Mycket oviktigt ■ Vet ej

BAS: Totalt (n=1189)

Signifikanta skillnader mot totalen

Följande undergrupper svarar i högre grad:

Mycket viktigt

Skog och naturvård (87%)

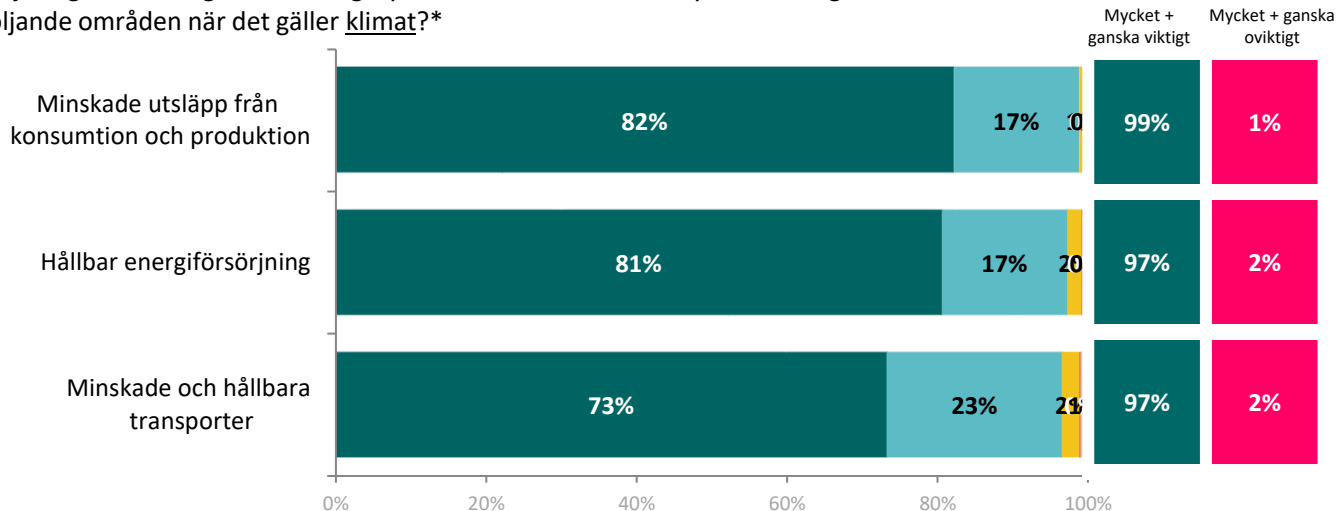
- Lojalitetsindex 90 och högre (92%)

Jordbruk och mat (79%)

- Lojalitetsindex 90 och högre (84%)
- Kvinna (84%)

Drygt fyra av fem anser att frågorna om minskade konsumtionsutsläpp och hållbar energiförsörjning är mycket viktiga för SNF att arbeta med

FRÅGA: Naturskyddsföreningen arbetar med olika områden inom respektive övergripande miljöfråga. Hur viktigt eller oviktigt tycker du det är att Naturskyddsföreningen arbetar med följande områden när det gäller klimat?*



*Ny fråga 2022

■ Mycket viktigt ■ Ganska viktigt ■ Ganska oviktigt ■ Mycket oviktigt ■ Vet ej BAS: Totalt (n=1189)

Signifikanta skillnader mot totalen
Följande undergrupper svarar i
högre grad:

Mycket viktigt

Minskade utsläpp (82%)

- Lojalitetsindex 90 och högre (88%)
- Läser det mesta i varje nummer av Sveriges Natur (87%)
- Är idag redan aktiv i SNFs arbete och vill fortsätta vara aktiv (89%)

Minskade och hållbara transporter (73%)

- Lojalitetsindex 90 och högre (80%)
- Främsta anledningen till medlemskapet: ville stötta arbetet med att påverka maktavare i miljöfrågor (79%)
- Är idag inte aktiv i SNFs arbete men kan tänka sig att bli det (78%)
- Skulle absolut rekommendera ett medlemskap i SNF (79%)

Nära nio av tio anser att det är mycket viktigt att arbeta med en hållbar resursanvändning i vatten och hav samt med minskade utsläpp av miljögifter

FRÅGA: Hur viktigt eller oviktigt tycker du det är att Naturskyddsföreningen arbetar med följande områden när det gäller ekosystem på land och i hav och vattendrag?*



*Ny fråga 2022

Signifikanta skillnader mot totalen
Följande undergrupper svarar i högre grad:

Mycket viktigt

Bevara arter och populationer för att bevara den biologiska mångfalden i skog och mark över tid (85%)

- Lojalitetsindex 90 och högre (91%)
- Skulle absolut rekommendera ett medlemskap i SNF (91%)

Skyddade och bevarade arter, populationer och värdefulla områden i vatten och hav (85%)

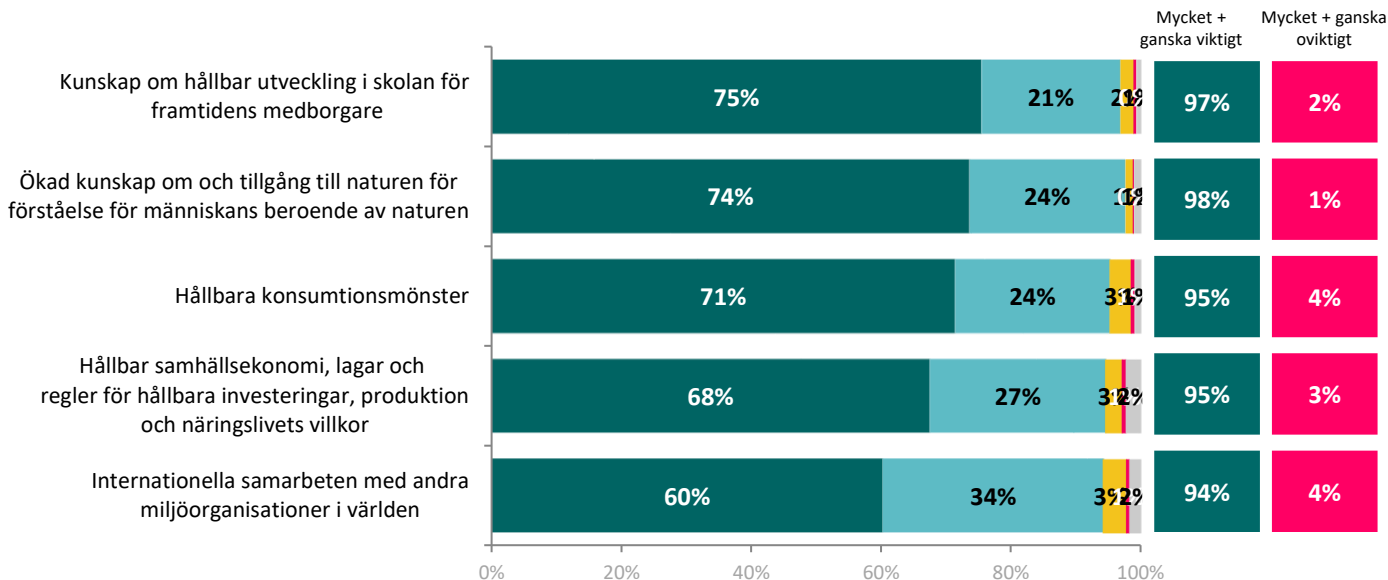
- Är idag inte aktiv i SNFs arbete men kan tänka sig att bli det (91%)

Hållbart brukande och resursanvändning av skog och mark för livskraftiga ekosystem som kan nyttjas av människan över tid (85%)

- Lojalitetsindex 90 och högre (92%)

Tre av fyra anser att det är mycket viktigt att undervisa om hållbar utveckling i skolan

FRÅGA: Hur viktigt eller oviktigt tycker du det är att Naturskyddsföreningen arbetar med följande områden när det gäller hållbar konsumtion?*



*Ny fråga 2022

■ Mycket viktigt

■ Ganska viktigt

■ Ganska oviktigt

■ Mycket oviktigt

■ Vet ej

BAS: Totalt (n=1189)

Signifikanta skillnader mot totalen

Följande undergrupper svarar i högre grad:

Mycket viktigt

Kunskap om hållbar utveckling i skolan (75%)

- Lojalitetsindex 90 och högre (83%)
- Läser det mesta i varje nummer av Sveriges Natur (81%)
- Skulle absolut rekommendera ett medlemskap i SNF (81%)

Ökad kunskap om och tillgång till naturen (74%)

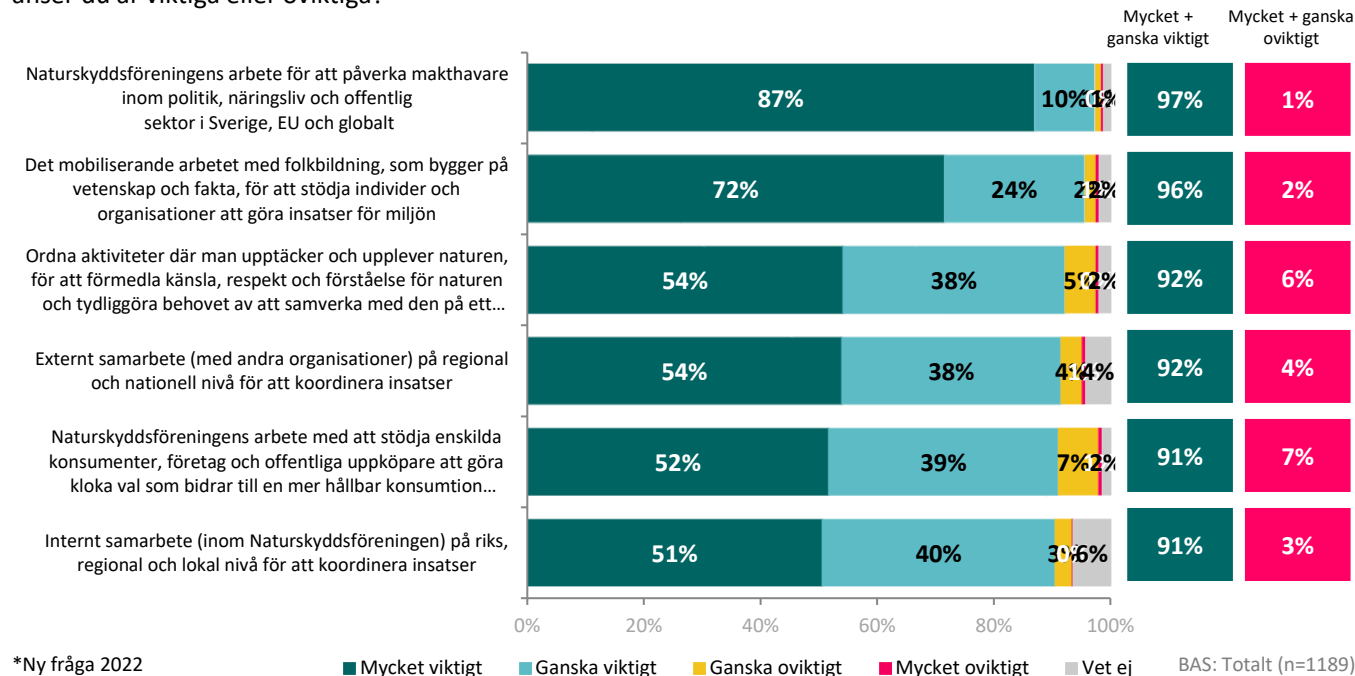
- Lojalitetsindex 90 och högre (81%)
- 65+ år (80%)
- Känner sig i hög/någon grad delaktig i SNFs arbete för miljön (79%)
- Skulle absolut rekommendera ett medlemskap i SNF (80%)

Hållbara konsumtionsmönster (71%)

- Lojalitetsindex 90 och högre (79%)
- Kvinna (77%)
- Skulle absolut rekommendera ett medlemskap i SNF (78%)

Påverkansarbete gentemot maktbärande anser flest vara SNFs viktigaste metod för att åstadkomma förändring

FRÅGA: Naturskyddsföreningen använder flera metoder för att åstadkomma förändring. Vilka anser du är viktiga eller oviktiga?*



*Ny fråga 2022

Signifikanta skillnader mot totalen
Följande undergrupper svarar i
högre grad:

Mycket viktigt

Det mobiliserande arbetet med
folkbildning (72%)

- Lojalitetsindex 90 och högre (80%)
- Läser det mesta i varje nummer av Sveriges Natur (77%)
- Är idag redan aktiv i SNFs arbete och vill fortsätta vara aktiv (82%)
- Skulle absolut rekommendera ett medlemskap i SNF (78%)

Ordna aktiviteter där man upptäcker och upplever naturen (54)

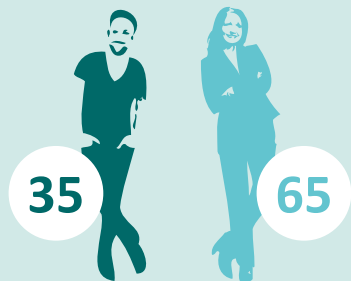
- Lojalitetsindex 90 och högre (61%)
- Läser det mesta i varje nummer av Sveriges Natur (64%)
- Känner sig i hög/någon grad delaktig i SNFs arbete för miljön (60%)
- Är idag redan aktiv i SNFs arbete och vill fortsätta vara aktiv (67%)
- Skulle absolut rekommendera ett medlemskap i SNF (60%)
- Boende i mindre städer/tätorter och landsbygdskommuner (59%)

Bakgrundsfrågor

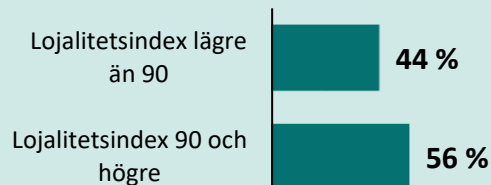


Respondenternas bakgrund*

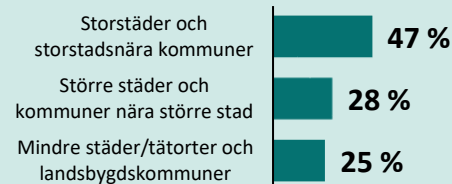
KÖN



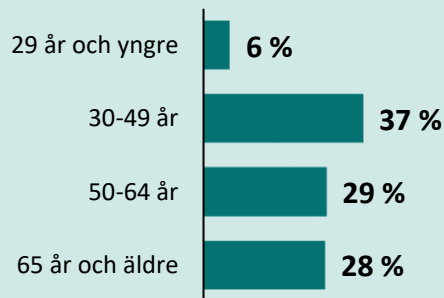
LOJALITETSINDEX



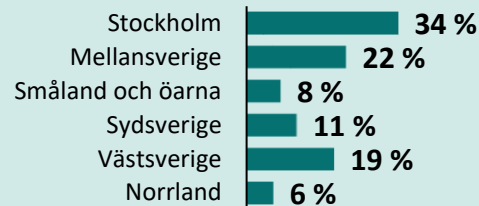
ORT



ÅLDER



REGION



BAS: Samtliga (n=1189)

*) Viktade resultat anges ovan. Från och med 2021 vägs de inkomna svaren på kön och ålder för att spegla fördelningen i Naturskyddsföreningens totala population.



Om Novus undersökningar

Vi på Novus älskar frågor

Kontakter på Novus

Konsult

Cecilia Dahlheim

Mobil: 0709 95 70 13

E-post: cecilia.dahlheim@novus.se



Projektledare

David Maxe

Mobil: 0767 24 77 48

E-post: david.maxe@novus.se



Assisterande projektledare

Matilde Thomas

Mobil: 0790 98 95 02

E-post: matilde.thomas@novus.se



Begreppsförklaring

I Novus rapporter redovisar vi ofta skillnader mellan olika värden, något vi kallar för statistiskt säkerställda skillnader, statistiska signifikanser eller att något "inte är inom felmarginalen".

Konfidensgrad

Novus standard är 95% konfidensgrad, vilket innebär att det sanna värdet för populationen med 95% sannolikhet ligger inom det intervall som ges av stickprovets värde $\pm$ felmarginalen. Att använda 95% konfidensgrad motsvarar en signifikansnivå på 5%.

Vad är en felmarginal?

Felmarginalen är ett mått på osäkerheten i en skattning av en parameter. Exempelvis blir felmarginalen vid ett stickprov på 1000 individer, på 5% signifikansnivå, för följande utfall:

20/80: $\pm$ 2,5%

50/50: $\pm$ 3,2%

Är det statistiskt säkerställt?

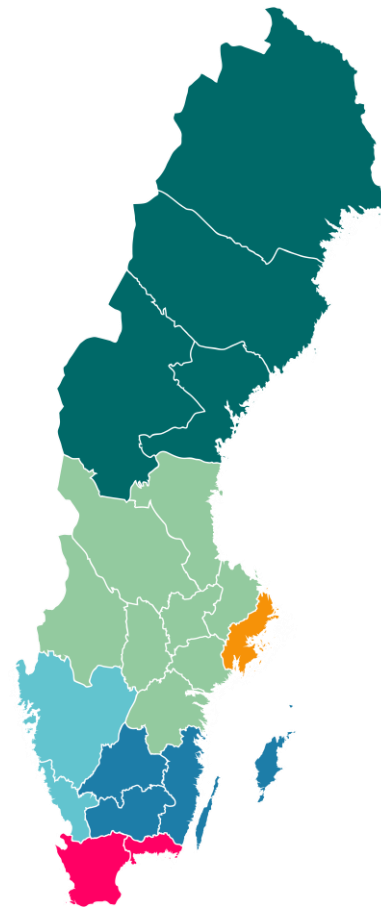
Om en skillnad är större än felmarginalen är skillnaden statistiskt säkerställd. En statistiskt säkerställd skillnad mellan två olika värden innebär att det är en skillnad som troligen inte enbart kan förklaras av slumpen. Det som är säkerställt är således att det finns en skillnad, inte själva storleken.



Regioner

Regionindelning

-  Norrland
-  Mellansverige
-  Stockholm
-  Västsverige
-  Småland och öarna
-  Sydsverige



Kort om Novus kommungruppsindelning

I rapporten redovisas signifikanta skillnader för tre huvudgrupper av kommuner; storstäder och storstadsnära kommuner, större städer och kommuner nära större stad samt mindre städer/tätorter och landsbygdskommuner. Novus använder SKR:s kommungruppsindelning från 2017.

A. STORSTÄDER OCH STORSTADSNÄRA KOMMUNER

- A1. Storstäder - kommuner med minst 200 000 invånare i den största tätorten.
- A2. Pendlingskommun nära storstad – kommuner med minst 40% utpendling till arbete i en storstad eller storstadsnära kommun.

B. STÖRRE STÄDER OCH KOMMUNER NÄRA STÖRRE STAD

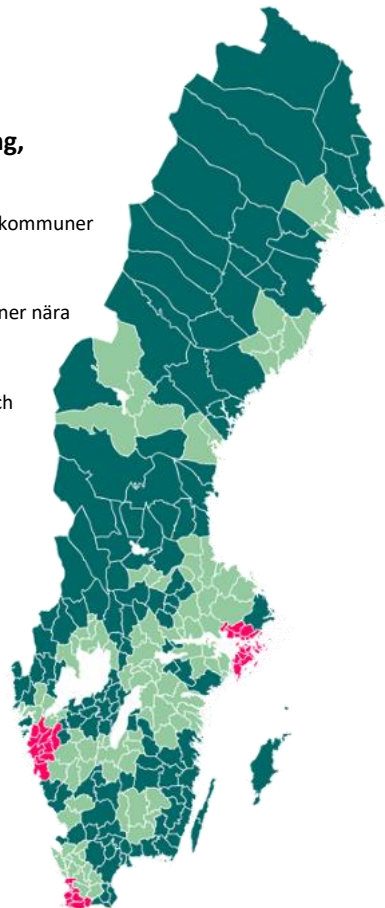
- B3. Större stad - kommuner med minst 50 000 invånare varav minst 40 000 invånare i den största tätorten.
- B4. Pendlingskommun nära större stad - kommuner med minst 40% utpendling till arbete i en större stad.
- B5. Lågpendlingskommun nära större stad – kommuner med mindre än 40% utpendling till arbete i en större stad.

C. MINDRE STÄDER/TÄTORTER OCH LANDSBYGDSKOMMUNER

- C6. Mindre stad/tätort - kommuner med minst 15 000 men mindre än 40 000 invånare i den största tätorten.
- C7. Pendlingskommun nära mindre stad/tätort - kommuner med minst 30% ut- eller inpendling till mindre ort.
- C8. Landsbygdskommun - kommuner med mindre än 15 000 invånare i den största tätorten, lågt pendlingsmönster (mindre än 30%).
- C9. Landsbygdskommun med besöksnäring - landsbygdskommun med minst två kriterier för besöksnäring, d.v.s. antal gästnätter, omsättning inom detaljhandel/ hotell/ restaurang i förhållande till invånarantalet.

Kommungruppsindelning, huvudgrupper

-  Storstäder och stadsnära kommuner
-  Större städer och kommuner nära större stad
-  Mindre städer/tätorter och landsbygdskommuner





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.

ESOMAR²²
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.

