

Faktablad 1
Den 27. januar 2010

Klimadebatten påvirker holdninger til tryksager

Grafisk Arbejdsgiverforening har netop gennemført en undersøgelse blandt private virksomheder, offentlige myndigheder og organisationer om holdninger til tryksager i forhold til digital kommunikation, herunder hvordan klimadebatten påvirker virksomheder og organisationers kommunikation og anvendelse af tryksager, forbruget af tryksager samt forventninger til fremtiden.

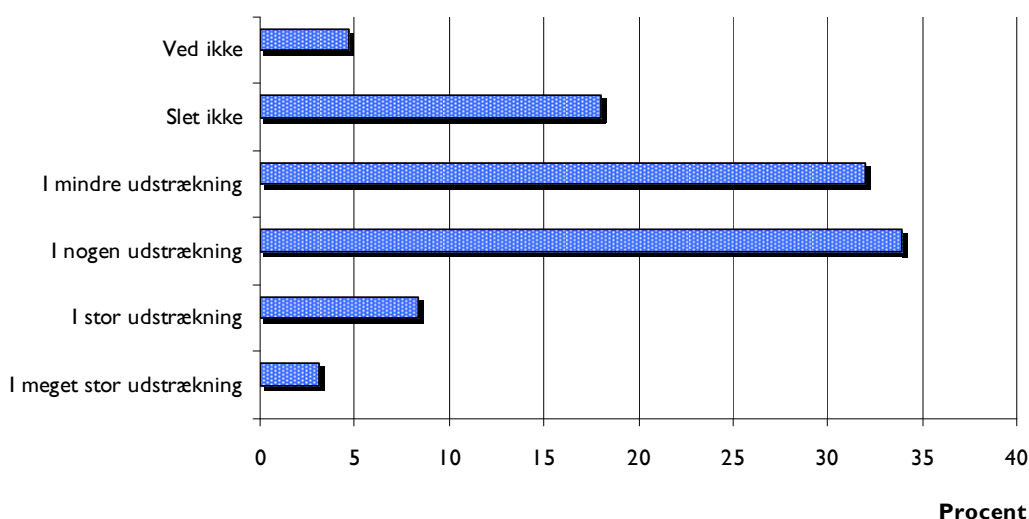
Om undersøgelsen:

Grafisk Arbejdsgiverforening har i oktober 2009 gennemført en internetundersøgelse med repræsentanter for 330 private virksomheder, offentlige myndigheder og organisationer om holdninger til klima, tryksager og kommunikation. Grafisk Arbejdsgiverforening har udsendt mails med link til spørgeskema til godt 2.000 større virksomheder, offentlige myndigheder og organisationer, primært udtrukket fra NN Erhverv. Over 60 pct. af respondenterne er direktører, ledere og mellemledere. Og 65 pct. af respondenterne er fra virksomheder og organisationer med over 100 ansatte. Det er ikke foretaget vægtning af materialet.

Klimadebatten og tryksagerne

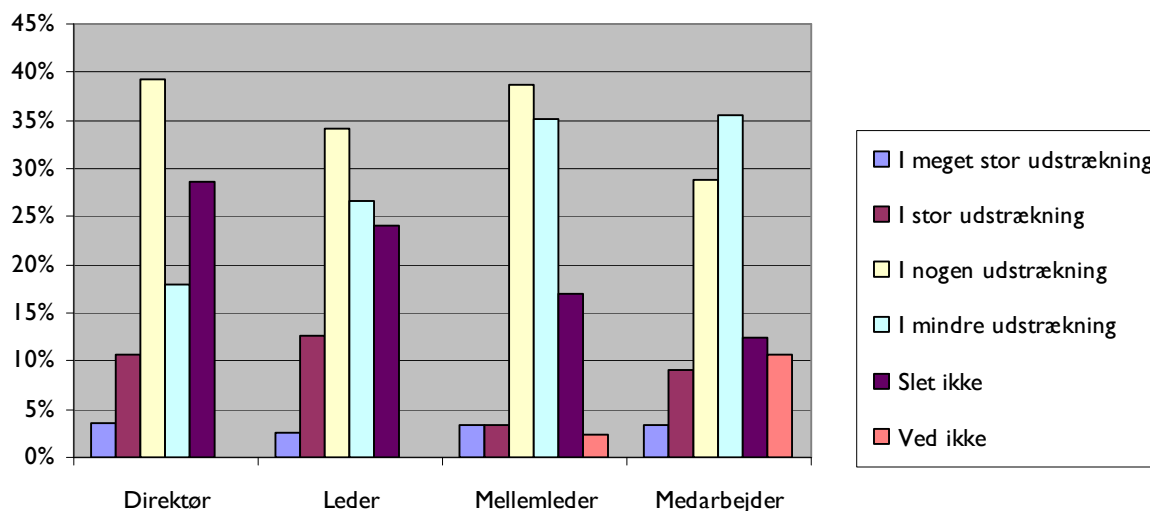
Undersøgelsen viser, at klimadebatten har påvirket virksomhedernes/organisationernes holdning til brugen af tryksager i forhold til at kommunikere digitalt. 45 pct. af respondenterne siger, at klimadebatten i nogen udstrækning, stor udstrækning eller meget stor udstrækning har påvirket holdningen til brugen af tryksager.

I hvilken udstrækning har debatten om klima og CO₂ i de sidste år påvirket jeres holdning til brugen af tryksager i forhold til at kommunikere digitalt?



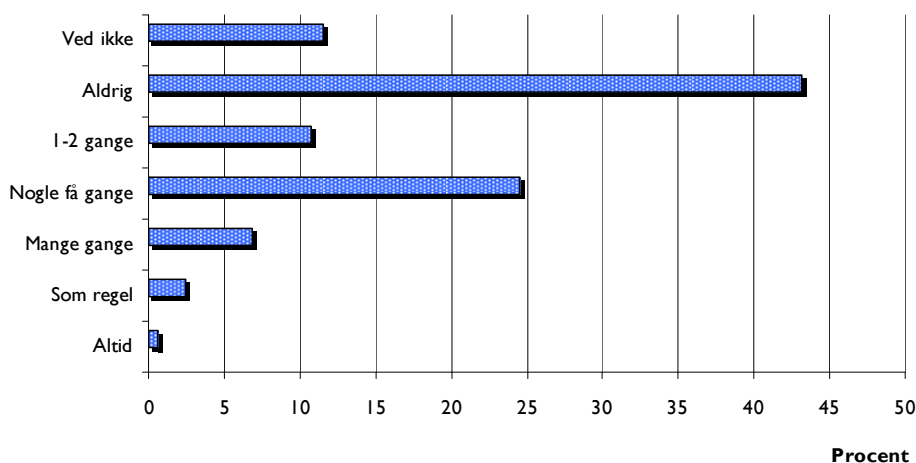
Tallene fra undersøgelsen viser, at det i sær er de store virksomheder samt direktører og ledere, der oplever, at klimadebatten påvirker holdningen til brug af tryksager.

I hvilken udstrækning har debatten om klima og CO2 i de sidste år påvirket jeres holdning til brugen af tryksager i forhold til at kommunikere digitalt?



Samtidig viser undersøgelsen, at hensynet til klima også spiller en rolle for valget af konkrete kommunikationsløsninger. 10 procent af virksomhederne/organisationerne siger i undersøgelsen, at hensynet til klima og CO2 mange gange, som regel eller altid er den primære grund til at vælge en digital løsning til en given kommunikationsopgave. Og hver fjerde siger, at det nogle få gange har været den primære grund til at vælge en digital kommunikationsløsning.

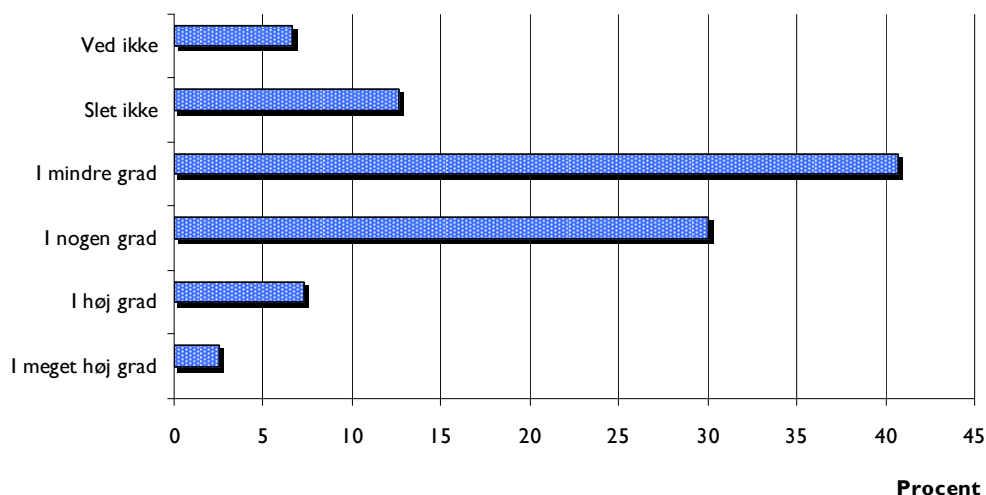
Hvor ofte har hensynet til klima og CO2 inden for de senere år været den primære grund til at vælge en digital løsning til en given kommunikationsopgave?



Tryksagers betydning for miljøprofilen

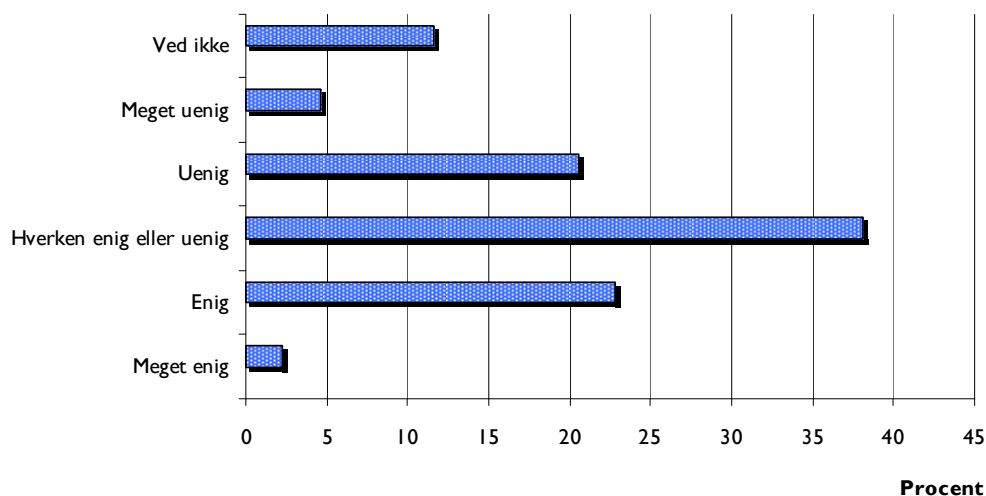
40 pct. af respondenterne i undersøgelsen vurderer, at forbruget af tryksager har indflydelse på virksomhedens/organisationens miljøprofil i offentligheden. 10 procent vurderer, at det i høj grad eller meget høj grad har betydning for miljøprofilen, mens 30 pct. vurderer, at det i nogen grad har betydning.

I hvilken grad vurderer du, at forbruget af tryksager har indflydelse på virksomhedens/organisationens miljøprofil i offentligheden?



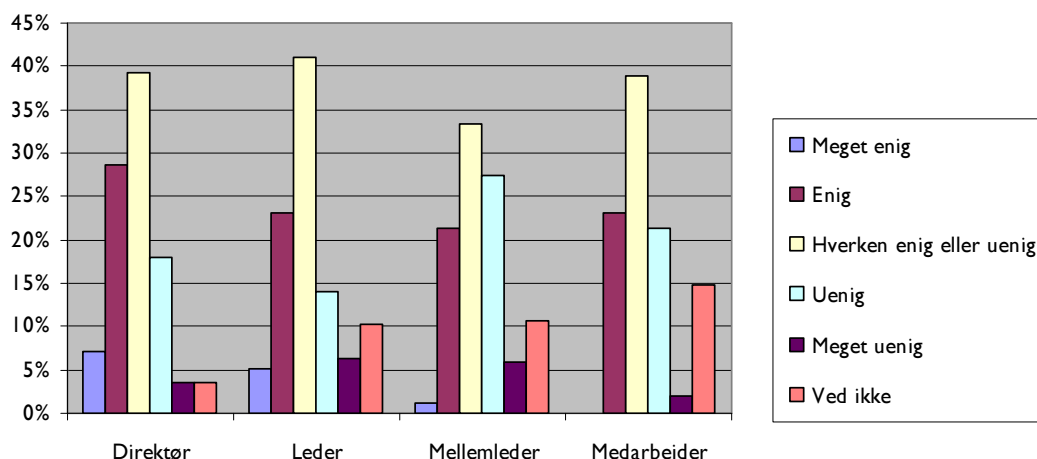
Hver fjerde af respondenterne i undersøgelsen mener også, at private virksomheder i fremtiden i langt højere grad vil blive bedømt på deres forbrug af tryksager. 25 pct. er uenig i udsagnet, mens knap 40 pct. er hverken enig eller uenig i udsagnet.

Hvor enig eller uenig er du i følgende udsagn? Private virksomheder vil i fremtiden i langt højere grad blive bedømt på deres forbrug af tryksager



Jo højere placering i organisationen, i jo større grad vurderer respondenterne, at private virksomheder i fremtiden vil blive bedømt på deres forbrug af tryksager. Det gælder f.eks. 36 pct. af direktørerne, 28 pct. af lederne, mens det samme kun gælder 23 pct. af mellemliderne og de almindelige medarbejdere.

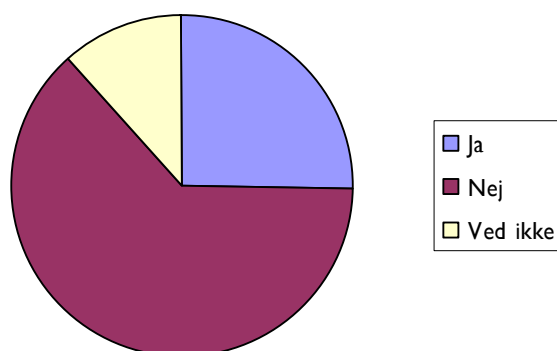
Hvor enig eller uenig er du i følgende udsagn? Private virksomheder vil i fremtiden i langt højere grad blive bedømt på deres forbrug af tryksager



Klimapolitik

Undersøgelsen afdækker også virksomheders, myndigheders og organisationers klimapolitik. Hver fjerde af respondenterne i undersøgelsen siger, at virksomheden/organisationen har en skriftlig klimapolitik, mens 63 pct. ikke har.

Har virksomheden/organisationen en skriftlig klimapolitik?



Godt 20 pct. af respondenterne siger samtidig, at virksomheden har eller er i gang med at udvikle en politik for brugen af tryksager i forhold til brugen af tilsvarende digitale løsninger. Det tyder på, at mange virksomheder opfatter brugen af tryksager som problematisk i forhold til klima og miljø og i forhold til deres omdømme i offentligheden.