



# Norsk Bærekraftbarometer 2020

Bærekraft, kundetilfredshet og lojalitet





Et samarbeidsprosjekt mellom:  
Handelshøyskolen BI  
Barcode Intelligence AS  
Norstat Norge AS



# Bærekraft definert:

---

- Bærekraftig utvikling er «en utvikling som imøtekommer behovene til dagens generasjon uten å redusere mulighetene for kommende generasjoner til å dekke sine behov».
  - *Brundtlandrapporten, 1987*
- «Entreprenørskapet i organisasjoner handler om å balansere hensyn til lønnsomhet (Profit), mennesker (People) og miljø (Planet). Bærekraft er resultatet av interaksjonen mellom disse tre dimensjonene»
  - «*Grønn Markedsføringsledelse*» (Nygaard, 2019)



# Hvordan måler vi bærekraft (2020)?

---

- Bærekraft er et omfattende og komplisert begrep som består av tre hoveddimensjoner inndelt i 17 konkrete mål med 169 delmål (FN).
- Et objektivt mål på hvor bærekraftig bedriftene er vil være vanskelig å finne all den tid vi ikke har klart definerte standardiserte måter å evaluere dette på. Norsk Bærekraftbarometer måler derfor bedriftenes egne kunders subjektive oppfatning av bærekraft.
  - Dette innebærer at resultatene ikke nødvendigvis reflekterer hvor bærekraftig bedriftene er, men kundenes oppfatning av bedriftene. Dersom en bedrift mener at resultatene ikke reflekterer hvor bærekraftig bedriften faktisk er så har man en kommunikasjonsjobb å gjøre.
  - Vi har som mål å forske på hvordan kunder forholder seg til bærekraft i sin forbrukeradferd. I den settingen vil kundenes subjektive oppfatning være mer relevant enn den objektive sannheten.
- Tidligere undersøkelser har vist at kunder (befolkningen) har vanskeligheter med å bedømme en bedrift på bærekraft totalt sett. Til det er begrepet for omfattende. Vi har derfor valgt å konkretisere spørsmål i henhold til de tre hoveddimensjonene; miljø, økonomi og sosial.
  - Resultatene viser at kundene i større grad er i stand til å svare på de mer konkrete spørsmålene enn bærekraft generelt.

# Mål på bærekraft

---

- Den sosiale dimensjon:
  - I hvilken grad synes du at {XX} bidrar og tar sin del av ansvaret for samfunnet vi lever i?
- Den økonomiske dimensjon:
  - I hvilken grad oppfatter du at {XX} driver sin virksomhet etter prinsipper om åpenhet og ansvarlighet?
- Den miljømessige dimensjon:
  - I hvilken grad er du enig i at {XX} leverer produkter og tjenester som på best mulig måte ivaretar miljøet?
  - I hvilken grad er du enig i at {XX} tar hensyn til miljøet i sin daglige drift?
- Resultatene som rapporteres er gjennomsnitt av hva respondentene har svart (omregnet til 0-100 skala)
  - Det er først beregnet et gjennomsnitt av den miljømessige dimensjon, så er det beregnet et gjennomsnitt av de tre dimensjonene (som er vektet likt)

*Norsk Bærekraftbarometer 2020*  
*Resultater*

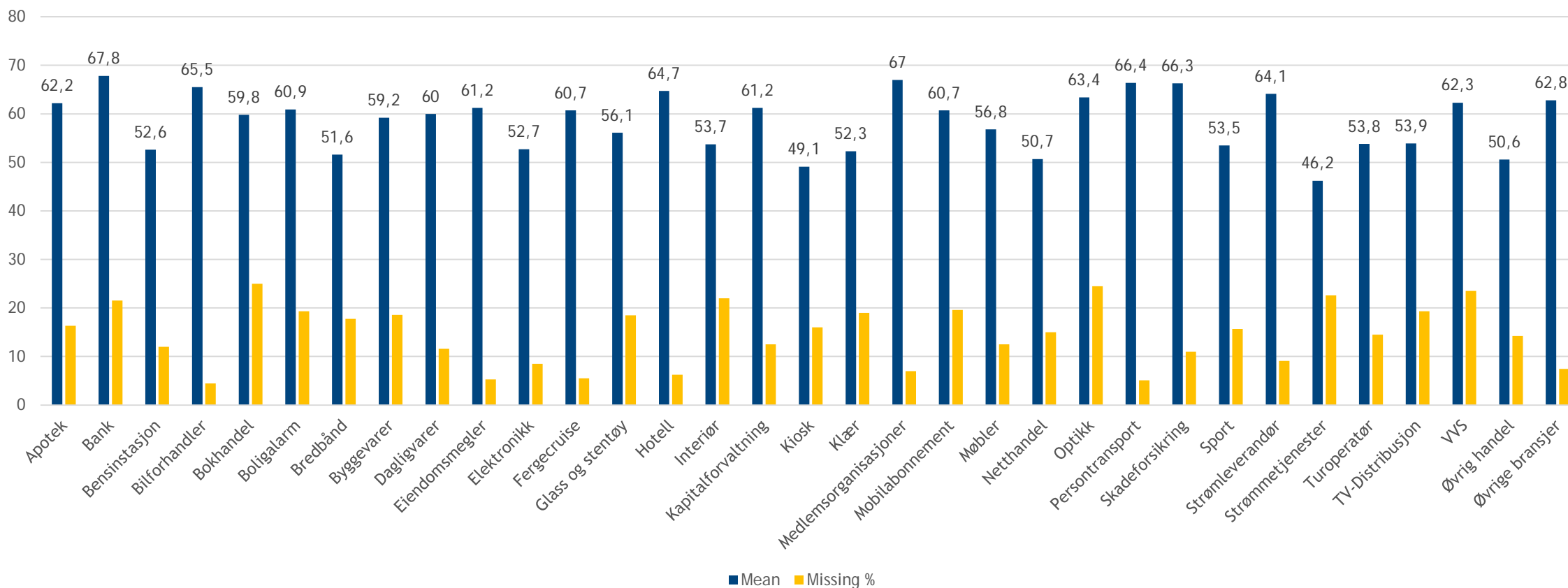
# Om undersøkelsen

---

- Gjennomført samtidig som Norsk Kundebarometer (datainnsamling ferdig før nedstengningen 12. mars)
- 6.320 respondenter har gitt 15.147 vurderinger av bedrifter de er aktive kunder av
- 149 bedrifter i 33 bransjer er målt
- Utfyllende rapporter kan bestilles. Nærmere informasjon finner dere på nettsidene til Norsk Bærekraftbarometer, evt ta kontakt med Barcode Intelligence AS

# Norsk Bærekraftbarometer - Bransjeoversikt

Bærekraftscore





# Norsk Bærekraftbarometer - topp 15

Rangering	Bransje	Bedrift	Bærekraftscore
1	Persontransport	Sporveien T-Banen	77,4
2	Persontransport	Sporveien Trikken	76,7
3	Bilforhandler	Tesla	75,4
4	Bank	Eika	74,6
5	Bank	SpareBank 1	74,5
6	Bilforhandler	Toyota	71,8
6	Skadeforsikring	Gjensidige	71,8
8	Øvrige bransjer	Finn.no	71,4
9	Øvrige bransjer	Norsk Tipping	71,2
10	Bank	Sbanken	70,5
11	Strømlleverandører	Nord-Trøndelag Elektrisitetsverk (NTE)	69,8
12	Strømlleverandører	LOS	69,4
13	Bank	Handelsbanken	69,2
13	Persontransport	Flytoget	69,2
15	Bilforhandler	Volvo	69

# Norsk Bærekraftbarometer - Bunn 15

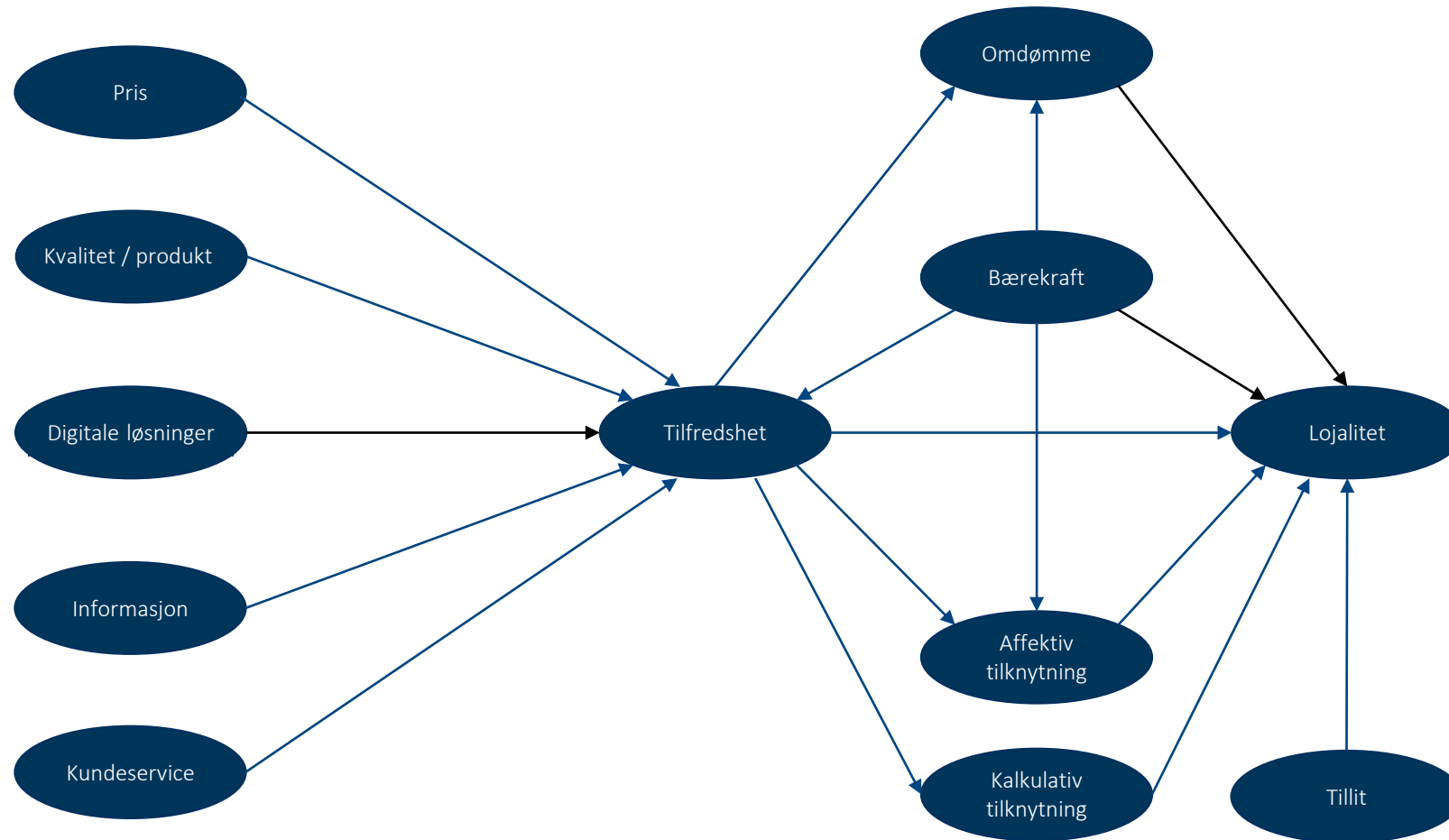
Rangering	Bransje	Bedrift	Bærekraftscore
135	Øvrig handel	Normal	50,2
136	Kiosk	Deli De Luca	49,9
137	Bredbånd	Get	49,7
138	Strømmetjenester	Viaplay	49,1
139	Kiosk	MIX	49
140	Netthandel	Zalando	48,4
141	Øvrig handel	Europris	48,3
142	TV-distribusjon	Telenor	47,7
143	Kiosk	7-eleven	46,6
144	Strømmetjenester	Netflix	46,5
145	Sport	XXL	46,1
146	Klær	Hennes & Mauritz	46
147	Strømmetjenester	Dplay	45,2
148	Øvrig handel	Nille	44,5
149	Strømmetjenester	HBO Nordic	38,5

# Varehandelsbedrifter - bærekraftscore

---

Varehandelsbedrifter	Bærekraftscore
Vinmonopolet	67,2
Jula	55,1
Biltema	52,7
Plantasjen	52,6
Clas Ohlson	50,7
Normal	50,2
Europris	48,3
Nille	44,5

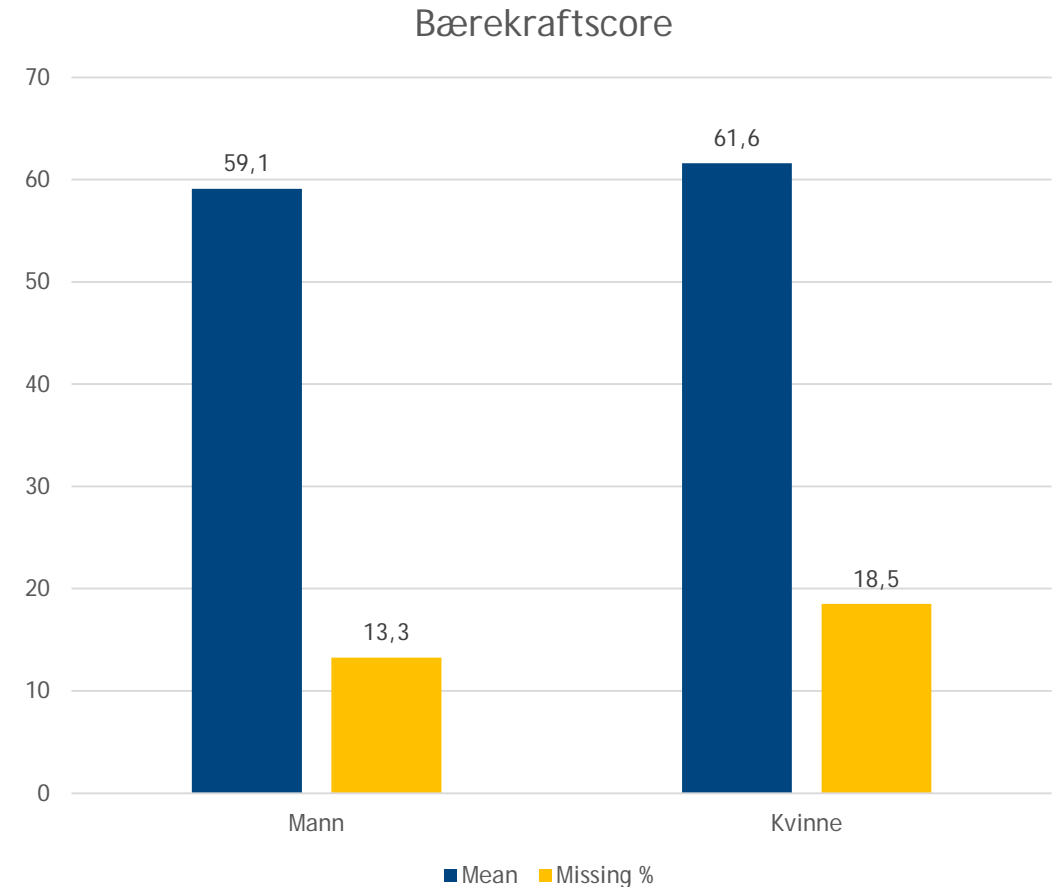
# Sammenheng bærekraft, tilfredshet og lojalitet



# Funn - Kjønn

- Tabellen nedenfor viser korrelasjoner mellom bærekraft og tilfredshet/lojalitet
- Det er noe sterkere sammenhengen mellom bærekraft og tilfredshet/lojalitet for kvinner enn for menn

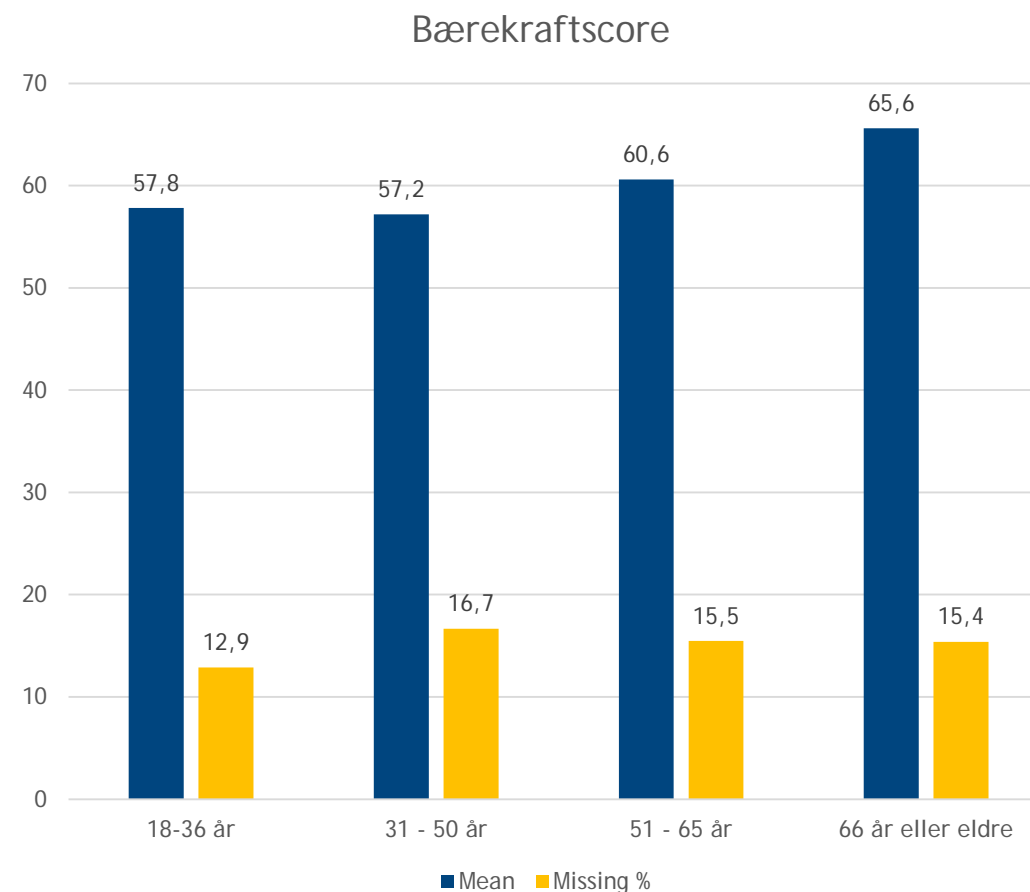
Kjønn	Tilfredshet	Lojalitet
Kvinner	0,61	0,45
Menn	0,59	0,39



# Funn - Alder

- Tabellen nedenfor viser korrelasjoner mellom bærekraft og tilfredshet/lojalitet
- Jo eldre kundene er, jo sterkere er sammenhengen mellom bærekraft og tilfredshet/lojalitet
- Eldre (over 50 år) har et generelt bedre inntrykk av bedriftene enn de yngre

Alder	Tilfredshet	Lojalitet
18-36 år	0,53	0,39
37-50 år	0,57	0,36
51-65 år	0,63	0,46
over 65 år	0,67	0,48



# Oppsummering

---

- Svært stor variasjon i resultatene
  - Bærekraftscore
  - Missing
- Effektene av bærekraft varierer også mye
  - Bransjeforskjeller
  - Demografi (kjønn, alder)
  - Jo høyere score, jo større er effektene
- Mange bedrifter har et stort forbedringspotensial
  - Dette er ikke noe dere kan vente med og dette er en omfattende prosess
  - Bærekraft har kommet for å bli og vil bli viktigere for kundenes valg i fremtiden