

Samhällsomställningen Luleå – Nollpunkt

Kontakt: Elisabeth Ennefors
Kontakt på Novus: Hjalmar Strid
Datum: 8 februari 2023



LULEÅ KOMMUN

 **NOVUS**

Bakgrund & Genomförande

BAKGRUND

Undersökningen har genomförts av Novus på uppdrag av Luleå kommun. Syftet med undersökningen är att undersöka målgruppens inställning till samhällsomställningen i Luleå. Föreliggande rapport mäter utgångsläget inför kommunens kampanj.

RESULTAT

Resultaten levereras i en diagramrapport. Markerade signifikanta skillnader i rapporten (kön, ålder, utbildning och region) är i jämförelse 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.*

Resultatet är efterstratifierat, dvs. i efterhand viktat mot kända populationstal i syfte att korrigera eventuella skevheter i stickprovet jämfört med målpopulationen.

GENOMFÖRANDE

Antal genomförda intervjuer:
450

Fältperiod:
2-8 februari 2023

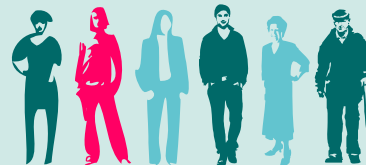
Deltagarfrekvens bland de sökta personerna i Novus Panel:
62%

Deltagarfrekvensen är andelen av de sökta personerna som besvarat undersökningen. I denna undersökning var deltagarfrekvensen 62%.

Undersökningen är genomförd via webb-intervjuer i Novus slumpmässigt rekryterade Sverigepanel, vilket garanterar representativa resultat. Detta innebär att resultaten är generaliserbara till den aktuella målpopulationen.

MÅLGRUPP

Boende i Luleå stad och omgivande områden.



Ålder:
18-79 år

FELMARGINAL

Felmarginalen är ett mått på osäkerheten i en skattning av en parameter. Felmarginalens storlek beror på andelen som svarar samt antalet intervjuer som har genomförts. Nedan ses exempel på felmarginaler vid olika utfall i undersökningen:

Vid 100 intervjuer:
Vid utfall 20/80: +/- 7,8%
Vid utfall 50/50: +/- 9,8%

Vid 300 intervjuer:
Vid utfall 20/80: +/- 4,5%
Vid utfall 50/50: +/- 5,7%



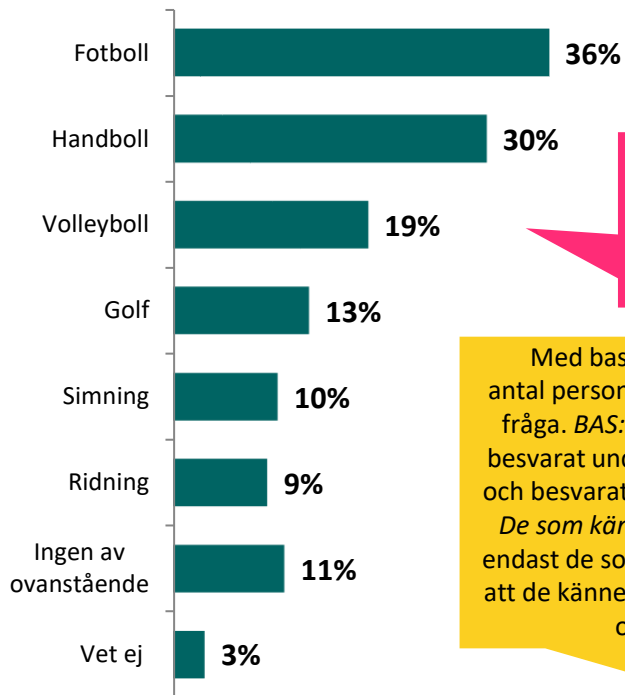
Kort sammanfattning

- Nästan alla (96%) har minst hört talas om planerna. 58% känner till samhällsomställningen mycket eller ganska väl, och 85% känner till planerna minst lite.
- Majoriteten (93%) har minst hört talas om Luleå industripark. 38% känner till industriområdet mycket eller ganska väl, och 76% känner till det minst lite.
- Bland de som minst har hört talas om samhällsomställningen är tre av fyra (77%) positiva till planerna. 5% är negativa.
- Bland de som är negativa till omställningen är de flesta så negativa att de inte kan känna acceptans. Observera att det är mycket få som är negativa varför detta endast ska ses om en tendens.
- Bland de som minst har hört talas om samhällsomställningen är de mest kända aktörerna SSAB (84%), LKAB (78%) och H2Green Steel (77%). Övrig kännedom: Luleå Hamn (69%), Luleå kommun (67%), Luleå Energi (54%), Luleå Business Region (40%) samt Lumire (30%).
- Bland de som minst har hört talas om samhällsomställningen har nära fyra av tio (37%) förtroende för att kommunen kan ta ansvar i omställningen. Samtidigt har 27% lågt förtroende.
- Det råder delade meningar om hur informationen har fungerat: 29% tycker att det har fungerat bra eller mycket bra, medan 28% tycker att det har fungerat mycket eller ganska dåligt.
- Bland de som minst har hört talas om samhällsomställningen har drygt två av tre (67%) fått information via lokalmedia. 36% har fått information via sociala medier, 31% genom vänner och bekanta och 23% via Vårt Luleå.
- Nära åtta av tio (79%) föredrar att få information om omställningen via lokalmedia, närmast via sociala medier (46%) och Vårt Luleå (42%).
- Bland de som minst har hört talas om samhällsomställningen anser drygt fyra av fem (84%) att omställningen är positiv för Luleå.
- Information man vill få om samhällsomställningen är främst allt eller det mesta som påverkar samhället (18%), det som påverkar kommunikation, skola och omsorg (17%) samt generella störningar som påverkar individen.

Resultat

Läsanvisning

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.

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.

BAS: Totalt (n=1000)

Signifikanta skillnader mot totalen

Följande undergrupper svarar i högre grad:

Fotboll (36%)

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

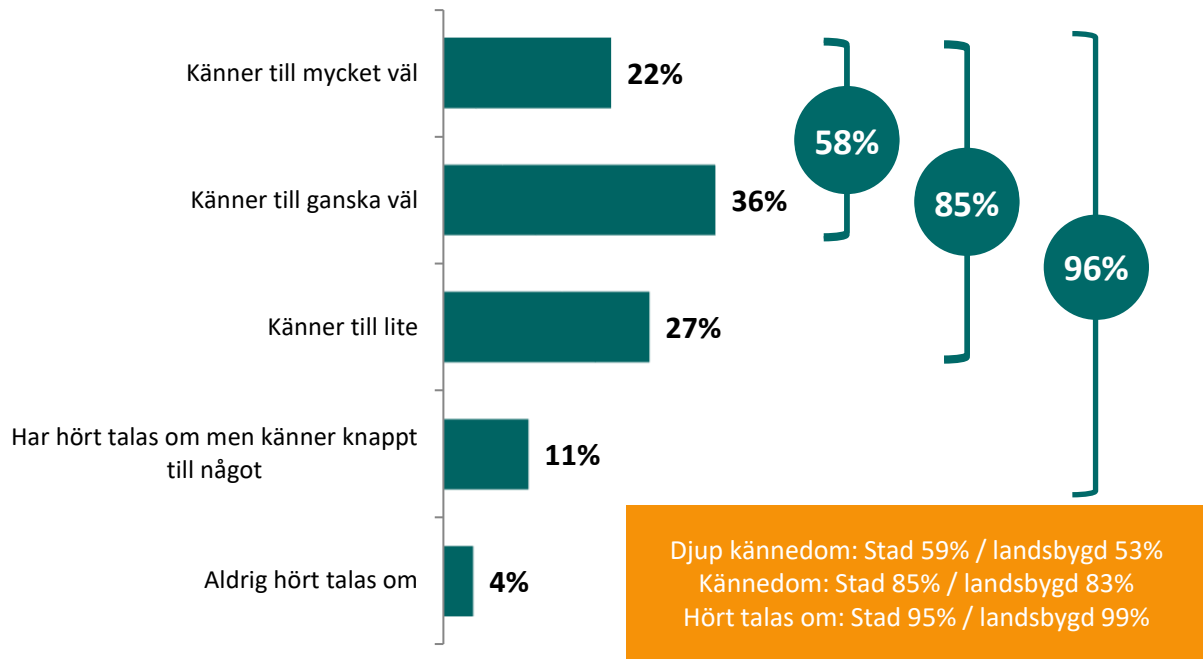
Du läser signifikanserna på detta sätt:

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.

Nästan alla har minst hört talas om planerna

FRÅGA: Den gröna industriella omställningen kommer att påverka hela samhället i Norrbotten och i Luleå. Det finns planer på att bygga ut hamnen, nya industrier och nya bostadsområden. Hur väl känner du till denna samhällsomställning?



BAS: Totalt (n=450)

Signifikanta skillnader mot totalen

Följande undergrupper svarar i högre grad:

Djup kännedom (58%)

- Man (66%)
- Positiv till omställningen (66%)

Känner till (85%)

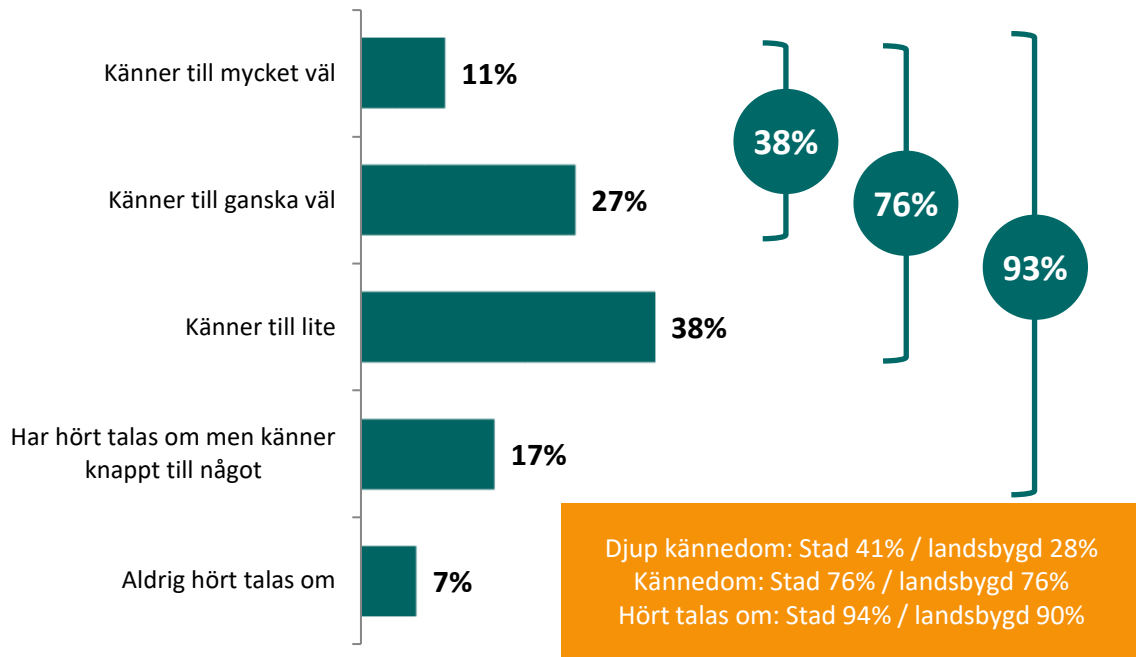
- Ålder 65-79 år (96%)
- Ålder 50-79 år (91%)
- Positiv till omställningen (94%)

Hört talas om men känner knappt till något (96%)

- Inga signifikanta skillnader

Majoriteten har minst hört talas om Luleå industripark

FRÅGA: Hur väl känner du till Luleå Industripark?



BAS: Totalt (n=450)

Signifikanta skillnader mot totalen

Följande undergrupper svarar i högre grad:

Djup kännedom (38%)

- Man (50%)
- Känner till omställningen (44%)
- Positiv till omställningen (43%)

Känner till (76%)

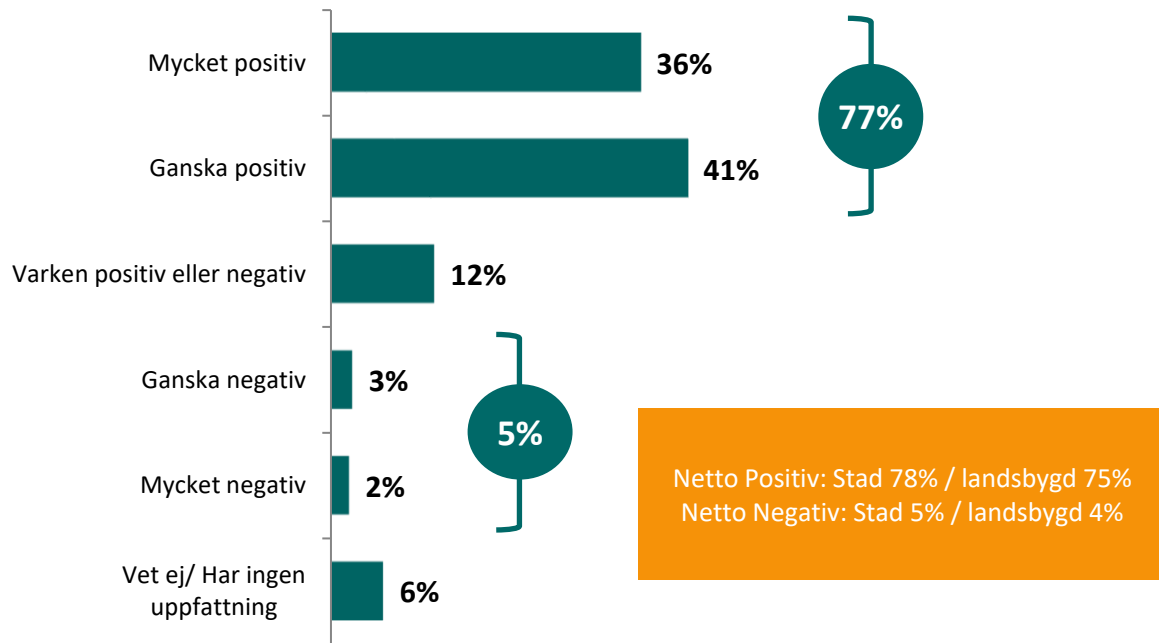
- Man (84%)
- Känner till omställningen (85%)
- Positiv till omställningen (82%)

Hört talas om men känner knappt till något (93%)

- Inga signifikanta skillnader

Tre av fyra är positiva till omställningen

FRÅGA: Är du positivt eller negativt inställd till samhällsomställningen?



BAS: Har minst hört talas om samhällsomställningen (n=433)

Signifikanta skillnader mot totalen

Följande undergrupper svarar i högre grad:

Netto: Positiv (77%)

- Man (83%)
- Känner till omställningen (82%)

Netto: Negativ (5%)

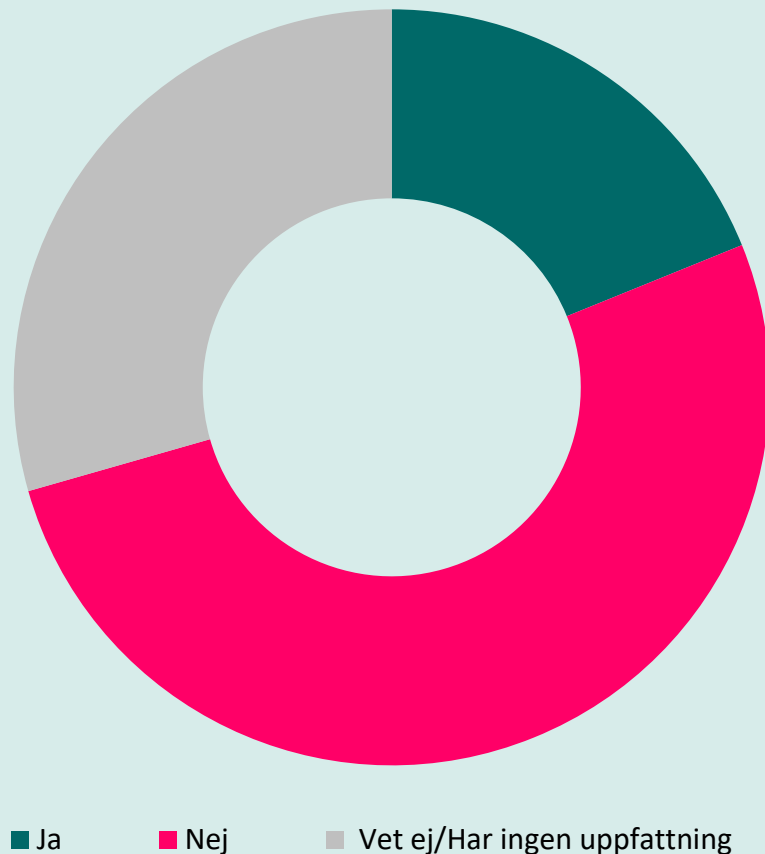
- Inga signifikanta skillnader

Fler av de negativa menar att de inte kan känna acceptans

FRÅGA: Kan du trots din inställning i frågan känna acceptans att samhällsomställningen genomförs?

På grund av den låga basen kan signifikanta skillnader inte redovisas

Ja: Stad i lägre grad än landsbygd
Nej: Stad i högre grad än landsbygd



BAS: Negativ till samhällsomställningen (n=20)
OBS! Mycket låg bas, tolkas med stor försiktighet

Har minst hört talas om samhällsomställningen

De mest kända aktörerna är SSAB, LKAB och H2Green Steel

FRÅGA: Vet du vilka aktörer som är en del av samhällsomställningen? *Flera svar möjliga*

SSAB: Stad 86% / landsbygd 78%

LKAB: Stad 79% / landsbygd 76%

H2Green Steel: Stad 77% / landsbygd 77%

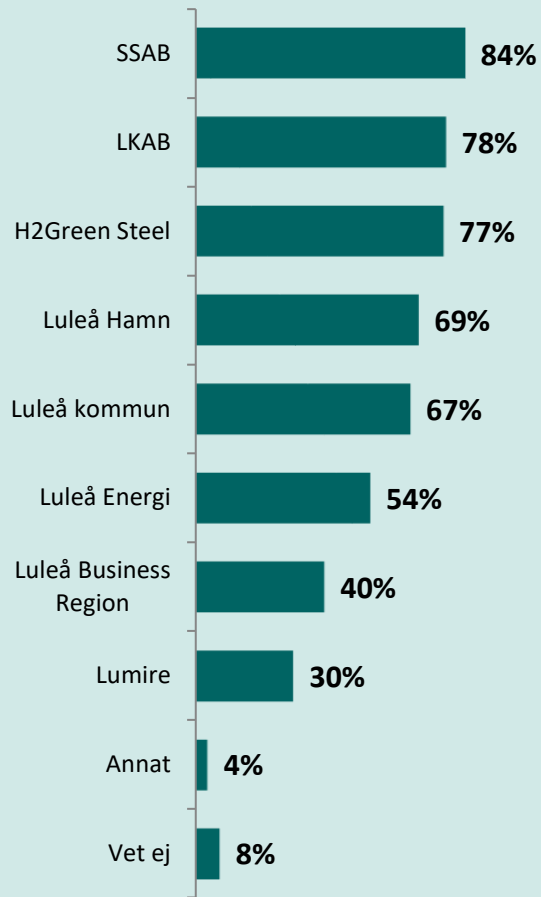
Luleå Hamn: Stad 70% / landsbygd 68%

Luleå kommun: Stad 68% / landsbygd 64%

Luleå Energi: Stad 54% / landsbygd 56%

Luleå Business Region: Stad 41% / landsbygd 37%

Lumire: Stad 31% / landsbygd 28%



BAS: Har minst hört talas om samhällsomställningen (n=433)

Signifikanta skillnader mot totalen – Topp tre
Följande undergrupper svarar i högre grad:

SSAB (84%)

- Man (91%)

LKAB (78%)

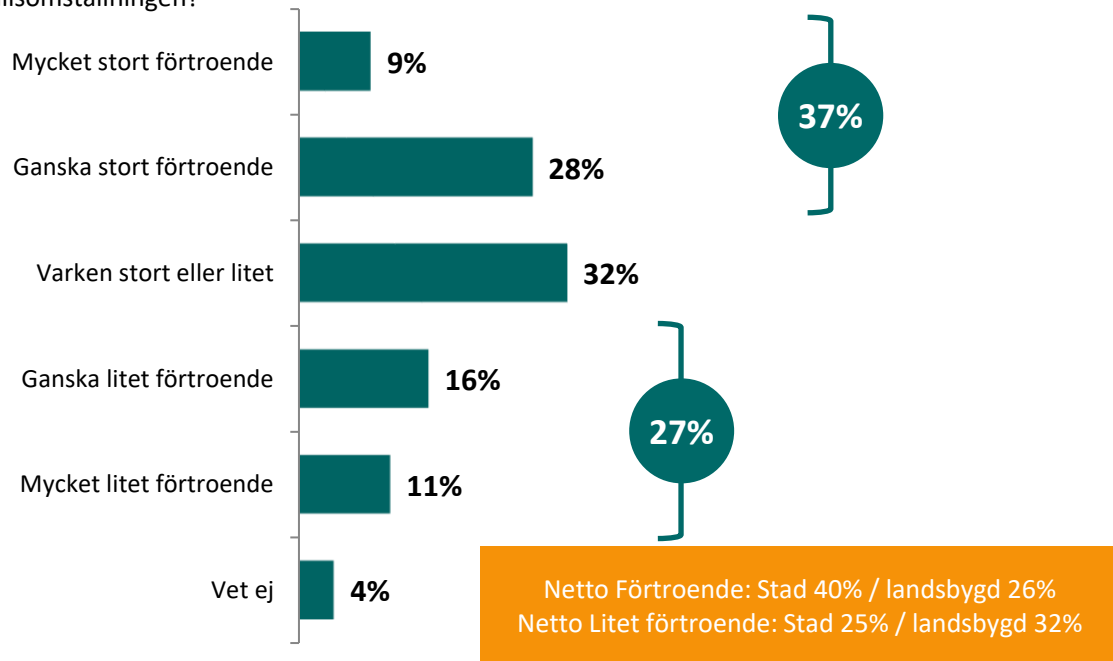
- Man (85%)
- Ålder 65-79 år (92%)
- Ålder 50-79 år (84%)

H2Green Steel (77%)

- Känner till omställningen (83%)
- Positiv till omställningen (82%)

Nära fyra av tio har förtroende för att kommunen kan ta ansvar i omställningen

FRÅGA: Hur stort eller litet är ditt förtroende för Luleå kommuns förmåga att ta ansvar för sin del i samhällsomställningen?



BAS: Har minst hört talas om samhällsomställningen (n=433)

Signifikanta skillnader mot totalen

Följande undergrupper svarar i högre grad:

Mycket + ganska stort förtroende (37%)

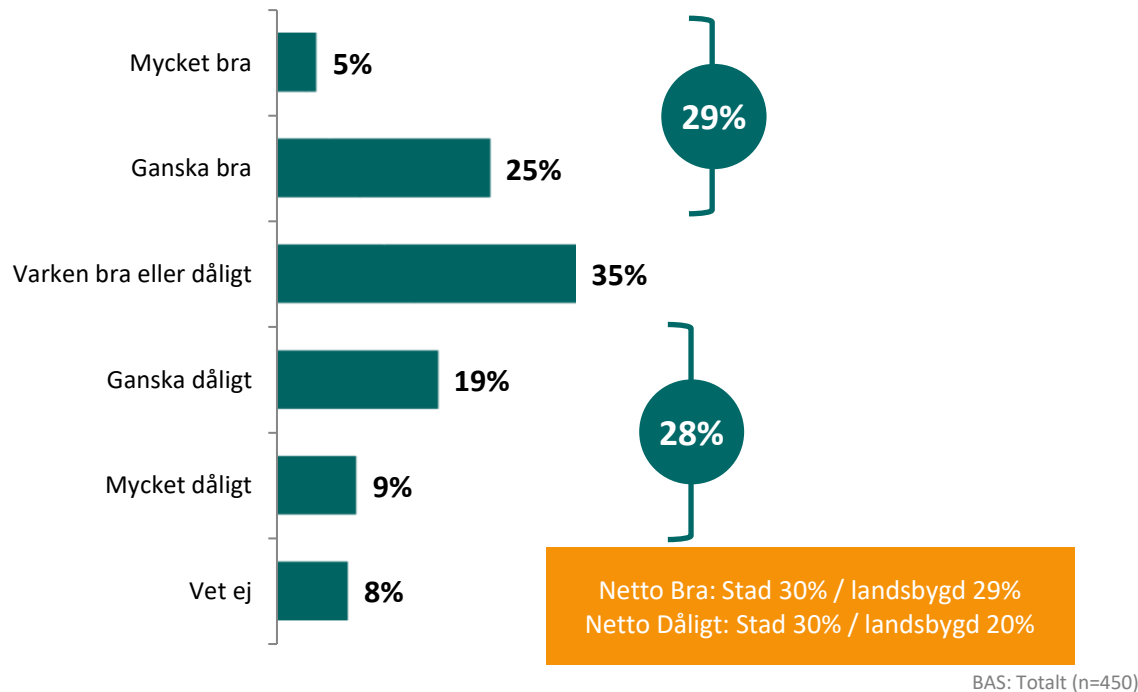
- Positiv till omställningen (43%)

Ganska + mycket litet förtroende (27%)

- Inga signifikanta skillnader

Delade meningar om hur informationen har fungerat

FRÅGA: Hur tycker du att kommunikationen/informationen fungerat gällande samhällsomställningen?



Signifikanta skillnader mot totalen

Följande undergrupper svarar i högre grad:

Mycket + ganska bra (29%)

- Ålder 65-79 år (40%)
- Ålder 50-79 år (36%)
- Känner till omställningen (34%)
- Positiv till omställningen (38%)

Ganska + mycket dåligt (28%)

- Inga signifikanta skillnader

Har minst hört talas om samhällsomställningen

Drygt två av tre har fått information via lokalmedia

FRÅGA: Hur har du hittills fått information om samhällsomställningen? *Flera svar möjliga*

Lokalmedia: Stad 67% / landsbygd 65%
Sociala medier: Stad 38% / landsbygd 29%
Vänner/bekanta: Stad 31% / landsbygd 31%
Vårt Luleå: Stad 25% / landsbygd 20%
Aktörerna: Stad 14% / landsbygd 16%
Informationskontor: Stad 4% / landsbygd 2%
Inte fått information: Stad 4% / landsbygd 10%

BAS: Har minst hört talas om samhällsomställningen (n=430)



Signifikanta skillnader mot totalen – Topp tre
Följande undergrupper svarar i högre grad:

Via lokalmedia (67%)

- Ålder 50-64 år (75%)
- Ålder 65-79 år (85%)
- Ålder 50-79 år (80%)
- Känner till omställningen (73%)
- Positiv till omställningen (73%)

Via sociala medier (36%)

- Inga signifikanta skillnader

Vänner och bekanta (31%)

- Ålder 18-29 år (47%)
- Ålder 30-49 år (40%)
- Ålder 18-49 år (43%)

Nära åtta av tio föredrar att få information om omställningen via lokalmedia, därefter via sociala medier och Vårt Luleå

FRÅGA: Hur vill du i framtiden helst få information om samhällsomställningen?

Flera svar möjliga

Lokalmedia: Stad 81% / landsbygd 72%
Sociala medier: Stad 49% / landsbygd 37%
Vårt Luleå: Stad 45% / landsbygd 33%
Aktörerna: Stad 19% / landsbygd 16%
Vänner/bekanta: Stad 16% / landsbygd 14%
Informationskontor: Stad 17% / landsbygd 7%



Signifikanta skillnader mot totalen – Topp tre
Följande undergrupper svarar i högre grad:

Via lokalmedia (79%)

- Inga signifikanta skillnader

Via sociala medier (46%)

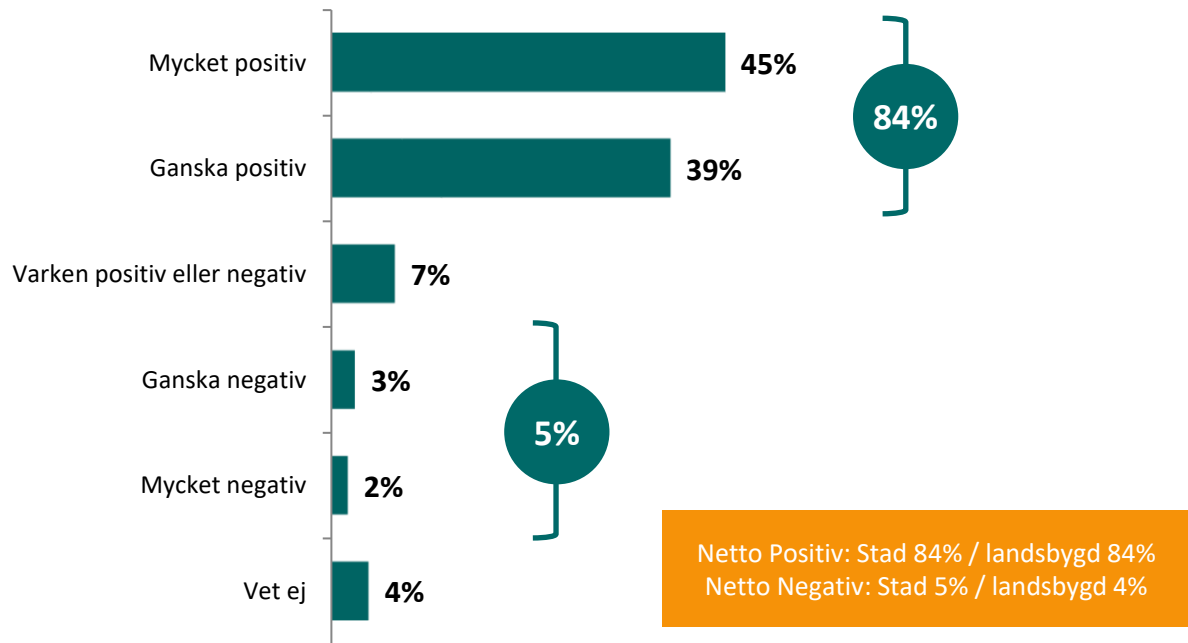
- Ålder 18-29 år (60%)
- Ålder 18-49 år (56%)

Via Vårt Luleå (42%)

- Kvinna (48%)
- Ålder 50-64 år (54%)
- Ålder 65-79 år (61%)
- Ålder 50-79 år (57%)

Drygt fyra av fem säger att omställningen är positiv för Luleå

FRÅGA: Anser du att den industriella omställningen som sker just nu är positiv eller negativ för Luleå?



BAS: Har minst hört talas om samhällsomställningen (n=433)

Signifikanta skillnader mot totalen

Följande undergrupper svarar i högre grad:

Mycket + ganska positiv (84%)

- Positiv till omställningen (97%)

Ganska + mycket negativ (5%)

- Inga signifikanta skillnader

Man vill veta det mesta om förändringarna, vad som kommer att påverka samhället och individen

FRÅGA: Vad är viktigast för dig att få information om gällande kommunala förändringar?

Öppen fråga som har kodats

Allt/det mesta: Stad 18% / landsbygd 17%

Kommunikation/omsorg: Stad 16% / landsbygd 21%

Störningar: Stad 13% / landsbygd 16%

Boende: Stad 14% / landsbygd 8%

Miljö: Stad 10% / landsbygd 7%

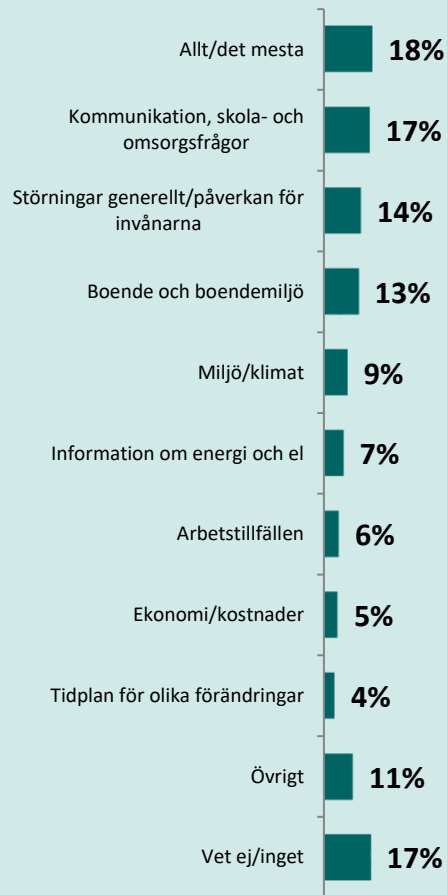
Energi: Stad 8% / landsbygd 6%

Arbetsstillfällen: Stad 5% / landsbygd 7%

Ekonomi/kostnader: Stad 6% / landsbygd 2%

Tidplaner: Stad 5% / landsbygd 2%

Övrigt: Stad 11% / landsbygd 9%



BAS: Totalt (n=448)

Signifikanta skillnader mot totalen – Topp tre
Följande undergrupper svarar i högre grad:

Allt/det mesta (18%)

- Inga signifikanta skillnader

Kommunikation, skola- och omsorgsfrågor (17%)

- Inga signifikanta skillnader

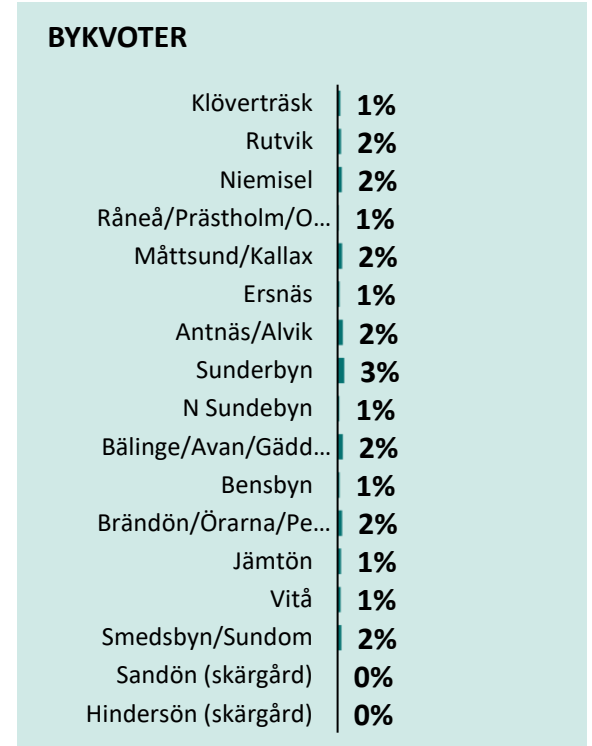
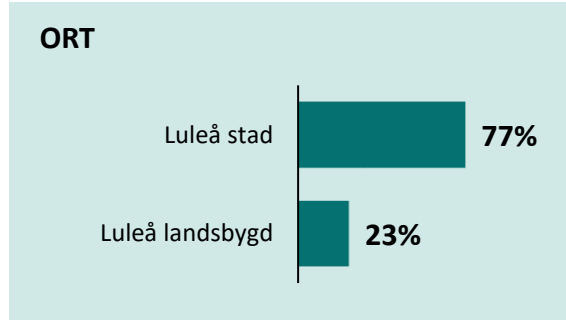
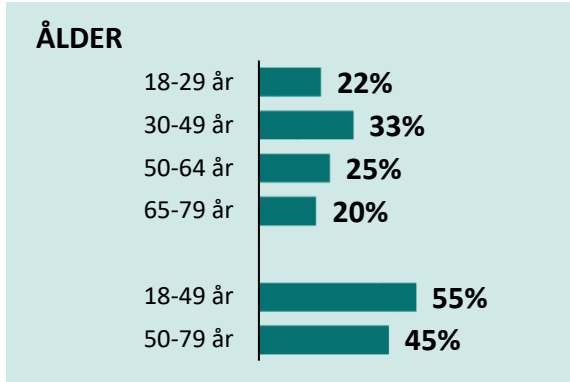
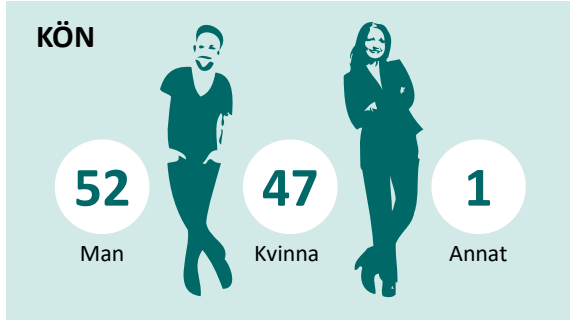
Störningar generellt/påverkan för invånarna (14%)

- Kvinna (20%)
- Ålder 30-49 år (19%)

Bakgrundsfrågor



Bakgrund



BAS: Totalt (n=450)

Om Novus undersökningar

Vi på Novus älskar frågor

Kontakter på Novus

Konsult

Hjalmar Strid

Mobil: +46 704 30 66 07

E-post: hjalmar.strid@novus.se



Projektledare

Marianne Alstermark

Mobil: +46 73 683 19 52

E-post: marianne.alstermark@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 +/- 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: +/- 2,5%

50/50: +/- 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.



Kort om Novus Sverigepanel

Novus Sverigepanel består av ungefär 50 000 paneldeltagare. Panelen är slumpmässigt rekryterad (man kan inte anmäla sig själv för att tjäna pengar eller för att man vill påverka opinionen) och är riksrepresentativ avseende ålder, kön och region i åldersspannet 18–79 år. Eventuella skevheter i panelstruktur avhjälps genom att ett riksrepresentativt urval dras från panelen samt av att resultatet vikts.

Vi vårdar vår panel väl genom så kallad panelmanagement. Det innebär bland annat att vi ser till att man inte kan delta i för många undersökningar under en kort period, inte heller i flera liknande undersökningar. Vi har också ett system för belöningar till panelen.



Undersökningsgenomförande

Ett urval ur panelen dras. Dessa får en inbjudan till undersökningen via e-post. Inbjudan innehåller information om hur lång tid undersökningen tar att besvara, sista svarsdatum samt en länk som man klickar på för att komma till frågeformuläret. Man kan besvara alla frågor på en gång alternativt göra paus och gå tillbaka till frågeformuläret vid ett senare tillfälle.

När datainsamlingen är klar påbörjas databearbetningen. Därefter produceras tabeller och en rapport sammanställs.

Fråga gärna efter mer
information kring vårt
panelmanagement!



Kort om kvalitet i webbpaneler

Novus Sverigepanel håller hög kvalitet. Vi genomför kontinuerligt kvalitetskontroller och valideringar av både panelen och de svar som paneldeltagarna ger.

I jämförande studier (andra webbpaneler) har vi konstaterat att panelmedlemmarna i Novus panel tar längre tid på sig för att svara på frågor och att det finns en logik i svaren (exempel: om man tycker om glass och choklad, då tycker man också om chokladglass). I de självrekryterade panelerna ser vi inte denna logik i samma utsträckning.

Vi ser också att våra panelmedlemmar har ett mer "svensson-beteende" än självrekryterade paneler, där man bl.a. är väldigt internetaktiv.

Novus panelmedlemmar besvarar i genomsnitt 12 undersökningar per år, vilket är betydligt färre undersökningar än i många andra paneler, och ger en högre kvalitet i genomförandet. En annan mycket viktig kvalitetsaspekt är att ange deltagarfrekvens (svarsfrekvens) vilket är ett krav enligt samtliga branschorganisationer.

Några viktiga checkpoints när man genomför webbundersökningar i paneler:

- Panelen ska vara slumpmässigt rekryterad för att kunna spegla verkligheten.
- Undersökningsföretaget ska alltid kunna redovisa deltagarfrekvens för varje enskild undersökning.
- Panelmedlemmarna ska inte vara proffstyckare, dvs. få för många undersökningar. Får man fler än två per månad finns risken att man blir proffstyckare och svarar på undersökningen av fel skäl.
- Panelen ska skötas med ett bra panelmanagement avseende belöningar, validering av svar osv.
- Tid för fältarbetet (genomförandet av intervjuer) ska alltid redovisas och helst innehålla både vardagar och helgdagar.



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.

ESOMAR²³
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.