

30-05-2022

# BEGREBET GRØN OMSTILLING

Afgangsprojekt



HD1, Aalborg Universitet  
Af Tobias Brødbæk, Konstantin Suhl og Mikkel Simonsen

## Indholdsfortegnelse

Indledning.....	3
Problemformulering .....	3
Formål .....	4
Uddybning .....	4
Afgrænsning .....	4
Metode.....	5
Fremgangsmåde for interview og spørgeskema .....	6
Uddybning af diskursanalyse.....	8
Empiri.....	8
Videnskabsteori.....	9
Del 1 - På hvilken måde opfattes indholdet af grøn omstilling hos forbrugerne? .....	10
Fremgangsmåde for interview .....	10
Svar på interviews .....	12
Delkonklusion på interview.....	13
Hvordan opfattes indholdet af begrebet grøn omstilling hos politikerne? .....	13
Eksempel på diskursanalyse af Socialdemokratiets grønne omstillings politik.....	14
Trin 1) Hvad er temaet? .....	14
Trin 2) Hvilke begreber bruges der? .....	15
Trin 3) Hvem tales der om? .....	16
Trin 4) Hvor foregår det? .....	17
Trin 5) Hvornår foregår det?.....	18
Opsummering.....	18
Syntese Socialdemokratiet:.....	19
Syntese Konservative: .....	19
Syntese Venstre: .....	20
Syntese Enhedslisten: .....	20
Hvad kan inddrages i spørgeskemaet?.....	21
Delkonklusion af arbejdsspørgsmål 2.....	22
Hvordan opfattes indholdet af begrebet grøn omstilling hos virksomhederne?.....	24
Syntese Mærsk (Bilag, 2022, s. 68-71) .....	25
Syntese Danish Crown (Bilag, 2022, s. 75-77) .....	26
Syntese Vestas (Bilag, 2022, s. 72-74).....	26
Hvad kan inddrages i spørgeskemaet?.....	27

Delkonklusion af arbejdsspørgsmål 3.....	27
Del. 2 - Hvilken måde opfattes indholdet af grøn omstilling hos forbrugerne?.....	29
Fremgangsmåde.....	29
Svar på undersøgelse .....	32
Delkonklusion spørgeskema.....	35
Er der en sammenhæng mellem de tre gruppers opfattelse af begrebet grøn omstilling .....	37
Konklusion .....	38
Perspektivering.....	39
Kilde og litteraturliste.....	40

## Indledning

Grøn omstilling er efterhånden blevet et velkendt udtryk, og ligger dagligt til grunde i den offentlige debat. Grøn omstilling indeholder mange aspekter, men er blot en overordnet betegnelse for den ændring vi mennesker er nødt til at lave, hvis kloden forsat skal kunne rumme en stigende population. Villy Søvndal sagde i forbindelse med COP15 mødet i 2009 ”*The ice is melting at the Poles*” (Klarskov, 2011), og her 13 år efter har det desværre vidst sig, at Villy Søvndal har fået ret. Den verden vi alle kender, er i kraftig forandring, og inden for en kort tidshorisont kan begrebet klimaflygtninge blive en realitet, hvis måden vi lever på ikke ændres. Forbrugerne har aldrig haft så mange muligheder for at ændre deres livsstil, og leve mere klimabevist, som de har lige nu. Det er blandt andet blevet muligt at købe klimakompenseret flybilletter og måden vi i det hele taget transportere os på, er i hurtig forandring. For få år siden var der ikke stor opmærksomhed på vegetarretter de er i dag blevet til et velkendt produkt i supermarkedskæderne.

Forbrugernes ændrede adfærd samt virksomhedernes og politikernes fokus har skabt et stort debatrum om de sektorer i samfundet, som forurener mest. Store globale virksomheder har lige nu travlt med at fortælle om deres fokus på den grønne omstilling.

Med alt opmærksomhed der er omkring miljø og grøn omstilling alle steder fra, så er det bemærkelsesværdigt, at tempoet for disse forandringer ikke er højere.

Forbrugerne, virksomheder og offentlige instanser signalerer alle, at de er parate til ændringer, men vil de reelt efterleve kravene til ændringerne, og har de forskellige grupper den samme opfattelse af hvilken retning vi skal bevæge os i? Hvilke dele af den grønne omstilling er vigtig for de tre grupperinger, og hvordan adskiller de sig fra hinanden?

## Problemformulering

- **Er der en sammenhæng mellem hvordan forbrugere, politikere og virksomheder opfatter indholdet af den grønne omstilling.**
  - På hvilken måde opfattes indholdet af grøn omstilling hos forbrugerne?
  - Hvordan opfattes indholdet af grøn omstilling hos politikerne?
  - Hvordan opfattes indholdet af grøn omstilling hos virksomhederne?

## Formål

Formålet med dette projekt er at undersøge om forbrugerne, politikere og virksomheder har den samme opfattelse af indholdet omkring begrebet grøn omstilling. Der vil blive udarbejdet en analyse, hvor intentionen vil være at frembringe ny viden omkring de tre grupper, hvortil det derefter er interessant hvilke sammenhænge der i så fald er mellem grupperne. Det vil være relevant at se sammenhængen, fordi det vil gøre det klart, om de tre grupper har samme perspektiv på den grønne omstilling.

Det er også interessant at undersøge hvor fokuset for den grønne omstilling ligger for de tre grupper og om deres indvirkning kan være med til at påvirke gruppernes fokus og ageren. Ovenstående analyse kan overføres til et økonomisk perspektiv, hvor virksomhederne kan få klarlagt hvilke områder af den grønne omstilling der er vigtige for forbrugerne, og dermed kan de målrette deres markedsføring og produkter til forbrugerne.

## Uddybning

Herunder forklares nøglebegreber som behandles i rapporten.

### **Sammenhæng:**

Måden hvorpå grupperingerne forholder sig til et givet fænomen, genstand eller lignende (Ordbog, 2018). Findes der frem til en sammenhæng, så vil det betyde at grupperne har ting eller holdninger til fælles omkring hvordan deres udtryk samt deres kommunikation omkring grøn omstilling fremstår.

### **Grøn omstilling:**

Grøn omstilling er den danske betegnelse for alle de tiltag rundt om i verden, som har til formål at afværge, begrænse eller udskyde følgerne af den globale opvarmning (Wikipedia, 2012). ”Den grønne omstilling er en vision om en renere verden uden forurening og et bæredygtigt forbrug af jordens ressourcer uden det nødvendigvis betyder et farvel til de goder vi kender i dag” (Arroyas, 2019).

## Afgrænsning

Opgaven vil primært begrænses til at have fokus på forholdene mellem grupperingernes opfattelse af indholdet i den grønne omstilling. Rapporten vil ikke give et konkret svar på hvordan virkeligheden virkelig er, men kun hvordan den opfattes og fortolkes.

Rapporten vil afgrænse sig til en epistemologisk tilgang og afholde sig fra den ontologiske tilgang, da opgaven alene vil være et produkt af respondenternes erkendelse af virkeligheden.

Det er valgt at afgrænse opgaven til at omhandle tre grupper i samfundet, forbrugerne, politikere og virksomheder. Forbrugerne vil blive anset som den almene dansker og dermed ingen begrænsning af udvalgte respondenter. Virksomhederne vil afgrænse sig til at omhandle C25 indekset (Falconinvest.dk, 2022). Det havde også været relevant at undersøge små og mellemstore virksomheder, men disse vil ikke blive behandlet i denne opgave. Fordi at der formodes at dataindsamling vil være meget tidskrævende, for små virksomheder.

Af politiske partier vil opgaven afgrænse sig til at inddrage de to største partier fra hver fløj målt på den seneste meningsmåling (Ritzau, 2022). Det vil sige Socialdemokratiet, Enhedslisten, Konservative og Venstre. Det er valgt at afgrænse sig til nuværende størrelser på partierne i stedet for antal mandater, da dette indikerer et øjebliksbillede af den almene danskers politiske synspunkt.

## Metode

Til at besvare vores arbejdsspørgsmål et vil undersøgerne tage udgangspunkt i den empiri som er samlet ind gennem interviews og spørgeskema med forbrugerne som respondenter. Viden og opfattelsen i dette projekt vil bestå af den empiri gruppen indsamler gennem vores eksplorative interviews/pilotundersøgelser. Svarende på pilotundersøgelserne vil blive behandlet som kvalitative data. Disse data vil skabe den fundamentale viden omkring begrebet, og gøre spørgsmålene i den efterfølgende spørgeskemaundersøgelse konkrete. Spørgeskemaet vil bestå af lukkede spørgsmål, hvor dele af svarmulighederne vil blive lavet efter en likert skala. Målet med undersøgelserne vil være at indsamle kvantitative- og kvalitative data, som belyser en subjektiv oplevelse og fortolkning hos respondenterne af begrebet grøn omstilling.

Spørgeskemaet vil blive delt på sociale medier for efterfølgende at blive udfyldt af tilfældige respondenter. Det vil efterfølgende blive vurderet om der er behov for at foretage uddybende interviews for at afklare eventuelle usikkerheder, som kan være opstået i forbindelse med pilotundersøgelserne og spørgeskemaet.

Til at undersøge opfattelsen i indholdet af begrebet grøn omstilling vil metoden mixed method blive anvendt. Det giver den fordel, at gruppen kan starte med at indsamle kvalitativ viden ved hjælp af pilotundersøgelser. Ved at anvende mixed method vil opgaven blive mere troværdig,

da både kvalitative og kvantitative data hjælper til at afdække begrebet (Darmer, Jordansen, & Madsen, 2022, s. 162-163). Fordelene ved at benytte mixed method i dette projekt er, at de kvalitative data giver uddybende svar, som er meget fordelagtige, når opgaven tager udgangspunkt i en induktiv tilgang.

Til besvarelse af arbejdsspørgsmål to og tre ønskes det at undersøge artikler og interviews fra politikere og virksomheder. Disse dokumenter vil blive behandlet med et konstruktivistisk syn, hvilket vil være ud fra den erkendelse at referatet vil afhænge af hvem der har skrevet det (Darmer, Jordansen, & Madsen, 2022, s. 272). Til udvælgelsen af dokumenter vil gruppen tilføje et reflektionsniveau, hvor undersøgerne vil afdække spørgsmål som hvorfor har jeg valgt dette dokument, og er det dækkende for det begreb jeg undersøger (Darmer, Jordansen, & Madsen, 2022, s. 271). Dokumenterne vil danne baggrund for en diskursanalyse, som skal belyse, hvordan politikere og virksomheder opfatter indholdet af grøn omstilling. Når den kvalitative data er indsamlet og bearbejdet, vil det blive besluttet om der er behov for at foretage uddybende interviews for at afdække eventuelle uklarheder.

Til besvarelse af hovedspørgsmålet vil der hovedsageligt blive analyseret på hvordan sammenhængende mellem de forskellige grupper er i forhold til den indsamlede data i arbejdsspørgsmål et to, og tre. Dette spørgsmål vil blive udarbejdet med en mixed method, da den kvalitative data vil komme fra diskursanalysen og den kvantitative data vil komme fra spørgeskemaet.

### Fremgangsmåde for interview og spørgeskema

Undersøgerne har valgt at indsamle deres empiri gennem metodetriangulering (Darmer, Jordansen, & Madsen, 2022, s. 286) og bruge de metodiske tilgange som eksplorative interviews suppleret med et spørgeskema. Disse metoder vil ikke kun validere hinanden men også supplere, ment sådan at de vil være med til at give et mere nuanceret billede af, hvordan begrebet grøn omstilling erkendes. De forskellige metoder søger forskellige data, hvilket vil give et mere komplet og detaljeret billede.

Første skridt for indsamling af den empiriske data vil være at bruge individuelle kvalitative interviews for, at komme i dybden igennem dialog med respondenterne. Formålet med dette vil være at sætte sig ind i den måde respondenterne opfatter, tænker og forstår begrebet grøn omstilling, og dermed finde frem til deres subjektive opfattelse af begrebet grøn omstilling. Der vil derfor være tale om en konstruktivistisk tilgang til interviewene. Undersøger vil ikke kunne

afdække hele sandheden, men forsøge at sætte sig ind i hvordan respondenterne opfatter, og forstår begrebet i den udstrækning det kan lade sig gøre.

Undersøgerne har valgt at bruge typen eksplorative interviews, da der søges ny viden om noget, som der er et begrænset kendskab til. Opbygningen af disse interviews vil være opdelt i fire faser. Idefasen, hvor undersøgerne vil få afklaret hvem, hvad og hvor der konkret skal afklares. Næste fase vil fokusere på planlægning, og der vil være fokus på at ligge designet omkring interviewene. Altså hvilken type undersøgelse, samt hvordan der sikres at respondenterne har tid og mulighed for at fremkomme med deres opfattelse af begrebet. Tredje fase vil være gennemførelsen af interviewene, hvor det vil være væsentligt at undersøgerne har situationsfor-nemmelse, og kan tilpasse sig respondenterne og situationen. Dette er vigtigt for at undersøgeren kan sætte gang i en god dialog og udvise fleksibilitet, hvis interviewene tager en uventet drejning. Sidste fase vil være bearbejdning og afrapportering af det indsamlede materiale som vil bestå af noter, samt optagelser på bånd.

Interviewene vil blive brugt som et forarbejde til den egentlige undersøgelse, og er dermed vigtige for at skaffe den nødvendige viden om begrebet til udarbejdelse af spørgeskemaet. (Darmer, Jordansen, & Madsen, 2022, s. 169). Svarende fra interviewene vil ligge til grund for den egentlige undersøgelse, og vil blive verificeret i spørgeskemaet.

Anden fase for indsamling af gruppens empiri vil være det spørgeskema som er en del af undersøgernes datagenereringsteknik. De vil i fællesskab med interviewene bruges til at genere data omkring begrebet. En fordel ved denne type af datagenereringsteknik er at undersøgerne kan behandle et stort antal respondenter når spørgeskemaet er konstrueret. Dertil vil der være nogle ulemper i at undersøgerne ikke kan spørge respondenterne undervejs i svarsituationen, og at standardiseret svarmuligheder gør det svært for gruppen at komme i dybden omkring emnet. Et standardiseret spørgeskema med lukkede svarmuligheder kan give gruppen muligheden for at indsamle data fra større populationer.

Konstruktionen på spørgeskemaet vil tage afsæt i problemformuleringen, og med dette menes, at det begreb som undersøges, vil danne grundlag for konstruktionen af spørgeskemaet. Konstruktionen vil ligeledes tage afsæt i undersøgernes refleksion fra de eksplorative interviews.

Der vil være fokus på at resultaterne fra en spørgeskemaundersøgelse ikke kan bevise noget er fuld objektivt korrekt, sandt eller falsk, men at det vil være en repræsentation af en subjektiv oplevelse og opfattelse hos respondenterne og undersøgerne. (Darmer, Jordansen, & Madsen, 2022, s. 227)



## Uddybning af diskursanalyse

Dette afsnit vil afklare projektets tilgang til diskursanalyse og undersøgernes valg af metode, samt hvordan denne metode bidrager til at besvare projektets problemformulering.

Diskursanalysen vil blive brugt som et værktøj til at undersøge og forstå empiri, gennem teorier, metoder og videnskabsteoretiske perspektiver i et forsøg på at besvare de konkrete spørgsmål. Der vil blive taget udgangspunkt i en konstruktivistisk diskursanalyse (Haandbæk, 2020), som modsat den kritiske diskursanalyse er mindre fokuseret på de politiske forhold og retter fokus på forståelsen af de konstruktivistiske processer. Målet med diskursanalysen vil være at nå frem til en forståelse af de måder som diskurser er med til at skabe og opretholde en bestemt form for praksis.

Analyseobjekter som der vil tages udgangspunkt i er, observationer af artikler og interviews. Undersøgernes fokus vil være på temaet altså, hvilket emne tales der om og hvilken baggrund er der herfor, samt hvilke begreber inden for diskursen i teksten der er dominerende, og om der er antagonisme (Haandbæk, 2020). Dermed ment nogle ytringer eller begreber som står i modsætning til hinanden. Skaber diskursen sammenhæng omkring temaet og evt. andre temaer, samt hvilke nodalpunkter (Haandbæk, 2020) er de grundlæggende i diskursen og skaber de associationer for undersøgerne.

Udover ovenstående så vil der også blive undersøgt om der findes nogle ækvivalenskæder (Haandbæk, 2020), som kan kædes sammen med nodalpunkterne, og dermed skabe mening i diskursen. Der vil også ses efter flydende betegnelser i teksten for at undersøge hvilke værdiladede ord der kan tillægges forskellige værdier i diskursen.

Derefter vil det undersøges hvilke personer/grupper der er tale om, samt hvilket billede der gives af disse personer eller grupper og forholdet mellem dem. Diskursen vil bruges som en vinkling omkring begrebet grøn omstilling, og vil være afgrænset til den meningshorisont omkring begrebet. Dermed dannes en ramme af betydning som er konstrueret omkring grøn omstilling, og som dermed kan hjælpe til forståelsen for den fælles diskurs.

## Empiri

Datagenereringen i rapporten vil blive konstrueret gennem den empiri der indsamles i ovennævnte analysemodeller i form af: spørgeskemaer, diskursanalyser, og interviews. For at sikre en høj datakvalitet, vil der blive lagt vægt på konsistens og gennemsigtighed i indholdet af den data der indhentes.

Undersøgerne vil arbejde med et outsidersperspektiv, under inddrivelsen af den empiriske data for denne rapport, da ingen af undersøgerne har nogen historik med emnet forud for udarbejdelsen af denne rapport. Der eksisterer dog en forforståelse omkring den praksis som opgaven rummer blandt undersøgerne.

Mere dybdegående vil empirien i projektet bestå af den viden og erkendelse der indsamles gennem kvalitative interviews. Der vil også blive lavet analyser på baggrund af kvalitative data fra interviews, artikler mv. og gennem denne data, vil det være et bindende led i projektet som forbinder begrebet med virkeligheden.

Når empirien er konstrueret på baggrund af den indhentede data, vil empirien blive anvendt som forklaret i metode samt teori afsnittet, til at kunne besvare opgavens hoved- og underspørgsmål.

For at tilsikre konsistens i rapportens analyse, vil der blive fokuseret på hvordan undersøgeren reflekterer undervejs i opgaven. Der vil gennem rapporten blive lagt vægt på at finde en ny forståelse af en allerede eksisterende praksis (Darmer, Jordansen, & Madsen, 2022, s. 404), da undersøgerne kun har en forforståelse omkring rapportens genstandsfelter. Under det konstruktivistiske paradigme (det epistemiske perspektiv) handler det om at forstå, hvad viden er.

### Videnskabsteori

Formålet med dette kapitel er at redegøre for hvilke videnskabsteoretiske overvejelser der ligger til grund for projektet. Projektet tager afsæt i det konstruktivistiske paradigme og dette er det primære paradigme som vil blive anvendt. Dette for at sikre et fokus på gruppens fortolkning af begrebet grøn omstillings indhold, som den fremtræder for dem, og hvordan den opfattes. Dette vil være med til at give nogle overordnede antagelser af begrebet og samtidig danne en ramme som vil kunne anvendes til at måle undersøgelsen og dermed indeholde en logik som vil kunne accepteres. Rammen vil blive skabt gennem data i samspil mellem undersøgerne og respondenterne. Til at undersøge virksomheder og politikere vil der blive analyseret på hjemmesider og artikler.

Projektet vil blive udarbejdet med et epistemologisk perspektiv for at understøtte hvordan indholdet omkring grøn omstilling opfattes og fortolkes. Den vil dog afgrænses til en epistemologisk subjektivitet, da den vidende altid vil være subjektiv formet gennem socialisering af lærere, kollegaer, venner, fællesskaber og organisationer mv. Der vil aldrig kunne opnås objektiv viden omkring det der undersøges, da hvert individ har en individuel opfattelse af begrebet grøn omstilling.

Den røde tråd mellem problemformulering, datagenereringsmetoder og videnskabsteoretisk paradigme medvirker til at skabe konsistens i rapporten.

Projektet vil tage udgangspunkt i et perspektiv ud fra den viden undersøgerne selv skaber igennem nogle konstruerede undersøgelser, for hvordan begrebet fortolkes og opfattes.

I forhold til videnskabsteori forholder undersøgerne sig til hvordan der kan opnås viden om verdenen. Der vil blive anvendt en induktiv slutningsform da undersøgerne, som nævnt tidligere, forsøger at sige noget generelt omkring begrebet grøn omstilling ud fra et begrænset datasæt.

For at undersøge hvordan fænomenet præsenterer sig for mennesket, er det ifølge Husserl (Klausen, 2022) nødvendigt at bryde ud af den naturlige indstilling og indtræde i en fænomenologisk indstilling. Hensigten med den fænomenologiske indstilling vil derfor være, at undersøgerne skal distancere sig fra sit begreb for netop at tillade begrebet at træde frem og vise sig i sin mangfoldighed.

Fænomenologiens ærinde er at beskrive fænomener fra menneskets hverdag. Dette skal forstås som, hvordan fænomenet fremtræder i respondenternes bevidsthed i form af oplevelser, begivenheder eller noget materielt. Vi mennesker deler vores omgivelser, sprog og betydning og det er der vi gør vores erfaringer. De erfaringer er undersøgernes udgangspunkt i den fænomenologiske undersøgelse, da en sådan analyse vil beskrive fænomenets betydninger, dens substans og fællestræk. Altså essensen af de erfaringer, og dermed ikke bygget på teorier, hypoteser eller gruppens egen forståelse.

Den fænomenologiske analyse vil rette sig mod at finde mønstre, der konkretiserer og afspejler fænomenets mangfoldighed og dets kontekst. Dermed er det respondenternes ureflekterede levede erfaringer der underkastes en videnskabelig analyse med det formål at sætte ord på begrebets essens. (Jørgensen, 2022)

## Del 1 - På hvilken måde opfattes indholdet af grøn omstilling hos forbrugerne?

### Fremgangsmåde for interview

Til at besvare ovenstående spørgsmål har gruppen debatteret forskellige muligheder for at undersøge indholdet af begrebet grøn omstilling. Gruppen måtte hurtigt erkende at kendskabet til grøn omstilling ikke var tilstrækkeligt, derfor blev der søgt efter metoder hvorpå gruppen kunne tilegne sig en grundlæggende forståelse for emnet, som vil kunne danne grundlag for

besvarelsen i rapporten. Det blev på baggrund af ovenstående valgt at indlede dataindsamlingen med eksplorative interviews.

Gruppen valgte til udarbejdelsen af de eksplorative interviews at støtte sig op af bogen, *Paradigmer i Praksis* (Darmer, Jordansen, & Madsen, 2022, s. 177-178). Det forebyggende arbejde til interviewene blev startet med at klarlægge hvem, hvad og hvor der konkret manglede viden. Gruppen diskuterede længe hvordan respondenterne skulle udvælges. Det blev efter nøje overvejelse besluttet at det ikke var afgørende hvem respondenterne var, da det udelukkende handlede om at indsamle en grundforståelse omkring danskernes holdning til grøn omstilling. Det blev besluttet at udvælgelsesprocessen af respondenter ikke var afgørende for kvaliteten af interviewene, da alle i højere eller mindre grad ville have en holdning til grøn omstilling. Der blev i stedet lagt vægt på at sikre at undersøgerne og respondenterne havde en forudgående relation, fordi dette skulle være med til at skabe en mere åben og ærlig dialog i interviewene. Respondenterne blev derfor tilfældigt udvalgt fra undersøgernes omgangskreds.

For at kunne aflæse respondenterne bedst muligt, så valgte undersøgerne at lave interviewene ansigt til ansigt dette for at kunne aflæse respondenterne bedst muligt.

Undersøgerne ønskede i deres eksplorative interviews at undersøge, hvad respondenternes opfattelse af grøn omstilling var, hvordan de selv arbejder med grøn omstilling, hvem de mener der har ansvaret for at drive udviklingen og hvordan de selv kunne motiveres til at leve grønne.

Forud for interviewene blev der udarbejdet en interviewguide, som skulle have til formål at sikre et ens formet udgangspunkt for interviewene. Interviewene er lavet som semistrukturerede interviews for at give plads til respondentens svar og giver undersøgeren mulighed for at stille uddybende spørgsmål (Darmer, Jordansen, & Madsen, 2022, s. 172).

For at teste ovenstående interviewguide blev der lavet et prøveinterview. Ved prøveinterviewet blev det bemærket at for mange spørgsmål begrænser den åbne dialog med respondenterne. Gruppen valgte derfor at rette deres interviewguide til ved at lave færre spørgsmål, som skulle danne spørgerammen. Det viste sig også at svarende blev længere jo længere man kommer ind i interviewet. Spørgsmålene blev efter prøveinterviewet revideret og lavet mere åbne. Det blev også belyst at spørgsmål 1 "Hvad er grøn omstilling for dig?" var for stort og havde behov for yderligere uddybning fra undersøgeren. Testen viste at der ofte var behov for uddybelse, og derfor var det vigtigt at stille spørgsmålet hvorfor indtil man havde fået afdækket hele området omkring spørgsmålet.

Det var i det hele taget meget givende for undersøgerne at lave et indledende prøveinterview, og dette har medvirket til en optimeret interviewguide samt en samlet forståelse for processen og metodikken omkring eksplorative interviews. Det har tilsikret at undersøgerne har benyttet den samme tilgang i deres interviews (Bilag, 2022, s. 3-4).

Der kunne godt argumenteres for, at interviewene skulle have været afholdt af samme person for at tilsikre en ensartet tilgang. Interviewene er lavet med en semistruktureret tilgang, hvilket giver både undersøger og respondent frie rammer til at tage interviewet i den retning som virker interessant. Derudover mener gruppen at interviewguiden og den fælles forståelse for fremgangsmåden var tilstrækkelig i forhold til at dele interviewene ligeligt ud på undersøgerne.

De tre undersøgere i gruppen har lavet to interviews hver i perioden 28 marts til 01 april. Ved at dele interviewene mellem undersøgerne tilsikres det bedst muligt, at der ikke bliver taget viden fra tidligere interviews med i de efterfølgende.

### Svar på interviews

Interviewene er blevet transskriberet og gruppen har efterfølgende gennemlæst de seks interviews sammen og nedskrevet et resume til hver eneste interview (Bilag, 2022, s. 4-32).

Nedenfor følger samlede iagttagelser for de seks interviews. Ved de samlede iagttagelser er der blevet lagt vægt på nøglebegreber og holdninger som er blevet nævnt i flere af interviewene.

Respondenterne ser et stigende fokus på grøn omstilling i deres daglige arbejde, dog tages dette ikke med hjem til privatlivet, da private husholdninger ikke er underlagt samme regler. Respondenterne nævner samtidig, at der er behov for et økonomisk incitament for at leve grønnere. Flere nævner at det oftest bliver de nemme valg i en travl hverdag, og at der er behov for reguleringer for at få forbrugerne til at vælge et grønnere alternativ. Fælles for respondenterne er, at de alle nævner at gennemsigtigheden omkring produkters frembringelse er for dårlig, hvilket gør det besværligt at tage grønnere valg.

Dermed er der også enighed om at store virksomheder skal gå forrest og afgrænse mulighederne for at vælge produkter og ydelser som har et dårligt aftryk på miljøet.

Respondenterne mener at politikkerne skal give et økonomisk incitament til at gøre produkter grønnere og det nævnes at dette kan gøres ved hjælp af reguleringer.

Respondenterne føler en afmagt i forhold til at kunne gøre en stor nok forskel som individ. Flere nævner at de præges af interaktion med deres omgangskreds og via sociale medier.

### Delkonklusion på interview

Gruppen havde forud for de planlagte interviews valgt at dele opgaven op i tre segmenter, forbrugere, offentlige instanser og virksomheder. Det blev tydeliggjort i interviewene at respondenterne ofte omtalte politikere og derfor er det blevet besluttet at kigge nærmere på politikerne og fjerne segmentet offentlige instanser, hvor politikere og andre instanser indgik. På baggrund af ovenstående iagttagelser fra interviewene har gruppen vurderet, at begrebet grøn omstilling ikke er afdækket godt nok alene til at danne grundlag for et spørgeskema. Dette kan skyldes at det er et meget vidt begreb, som alle har en holdning til. For at kunne lave det bedst mulige spørgeskema, er det blevet besluttet at undersøge forholdene omkring politikerne og virksomhederne nærmere og inddrage dette i spørgeskemaet. Gruppen forventer at kunne lave et mere dybdegående spørgeskema, når politikernes og virksomhedernes opfattelse er blevet undersøgt nærmere.

### Hvordan opfattes indholdet af begrebet grøn omstilling hos politikerne?

Til at undersøge hvordan politikerne opfatter indholdet af begrebet grøn omstilling har gruppen valgt at udarbejde diskursanalyser. Gruppen har ikke et dybere kendskab til udarbejdelsen af diskursanalyse, men de mener at det er relevant at udarbejde diskursanalyser til at besvare dette spørgsmål. Grundet det manglende kendskab er der blevet brugt en guide (Systime, 2022). Guiden er bygget op i fem overordnede afsnit med underliggende spørgsmål.

De 5 overordnede temaer kan ses nedenfor:

1. Hvad er temaet?
2. Hvilke begreber bruges der?
3. Hvem tales der om?
4. Hvor foregår det?
5. Hvornår foregår det?

Guiden er blevet brugt som et udgangspunkt til at tilsikre at relevante begreber og træk fra diskursanalyserne bliver behandlet på samme måde. Det vil også medvirke til en høj reliabilitet, da hver eneste diskursanalyse bliver udarbejdet på samme vis. Diskursguiden medvirker også til at skabe en bedre validitet, da den guider gruppen igennem udarbejdelsen af diskursanalyserne og dermed skabes der konsistens. Denne Guide vil blive brugt som et samtaleark, som vil bruges til at lave en åben og konstruktiv dialog omkring det undersøgte i fem hovedpunkter. Forud for de egentlige diskursanalyser har gruppen udarbejdet en pilotdiskurs. Pilotdiskursen har vist at guiden virker rigtig godt til at overføre tanker til ord. Tankerne bliver skrevet i

stikordsform og skabe gode diskussioner i gruppen. Disse diskussioner kunne nemt perspektiveres til de interviews som tidligere blev udarbejdet i rapporten.

Gruppen vurderer på baggrund af pilotdiskursen, at diskursanalyserne ikke kan udarbejdes individuelt, da dette vil forhindre dialogen, som vil være afgørende for at skabe det nødvendige indblik i hvilken opfattelse af virksomheden, som er den dominerende. Ved at lave diskursanalyserne sammen sikre gruppen på bedst mulig vis en konstruktivistisk tilgang, da gruppemedlemmerne kan spore hinanden tilbage til det konstruktivistiske paradigme, hvis en bevæger sig i den forkerte retning.

Der vil igennem dette underemne blive lavet 2 diskurs analyser pr. parti. Den første diskurs vil blive lavet på baggrund af den oplyste klimapolitik, som kan findes på deres hjemmeside. Det er valgt fordi det der oplyses på deres hjemmeside, må være udtryk for deres officielle holdning til den grønne omstilling, og de mål som partierne vil holdes op på. Derefter vil der blive lavet en diskursanalyse på en officiel udtalelse fra højtstående medlemmer af partierne. De to diskursanalyser vil blive sammenholdt for at undersøge om partiernes officielle klimamål på deres hjemmeside er med samme diskurs som de udtalelser, som partierne laver i deres hverdag.

Til at udvælge artikler, for partierne er der lagt vægt på 2 parametre.

Det første parameter er artiklens relevans for emnet. Overskriften i artiklerne har været afgørende for om gruppen har fundet artiklerne relevant i forhold til opgavens emne.

Dernæst har gruppen vurderet, at artiklerne skulle være udgivet senest muligt, da udviklingen i grøn omstilling hele tiden ændres. Hvis gruppen ikke havde forholdt sig kritisk til udgivelsestidspunktet, så var der en risiko for at partiernes nuværende holdning var forskellig fra en artikel skrevet for år tilbage, og dette ville påvirke validiteten negativt.

### Eksempel på diskursanalyse af Socialdemokratiets grønne omstillings politik

(Bilag, 2022, s. 59-63).

Til udarbejdelse af denne diskursanalyse er teksten ”*Et grønt forgangsløb*” (Frederiksen, Socialdemokratiet.dk, 2022) blevet analyseret. Som nævnt ovenfor vil der blive brugt en guide til at lave diskursanalysen (Systeme, 2022).

Trin 1) Hvad er temaet?

- **Hvilket emne er der tale om?**

I indledningen af artiklen bliver der skrevet: *”Danmark er før gået forrest i den grønne omstilling. Nu gør vi det igen. Vi har sat et ambitiøst mål for en reduktion af vores drivhusgasudledning i 2030 på 70 pct. sammenlignet med 1990. Og senest i 2050 skal Danmark være klimaneutralt”*. Artiklens emne drejer sig om hvordan socialdemokratiet ønsker at reducere udledningen af drivhusgasser.

- **Hvad er baggrunden for emnet**

Baggrunden for emnet er at Socialdemokratiet ved hjælp af deres klimapolitik igen skal gøre Danmark til en klimatisk stormagt. Det ses meget tydeligt i dette citat, *”Som socialdemokrat er jeg ikke i tvivl. Danmark skal igen være en grøn stormagt”*.

Trin 2) Hvilke begreber bruges der?

- **Hvilken diskurs er dominerende?**

Den dominerende diskurs er en samfundsmæssig diskurs, men der er også en forretningsmæssig diskurs i artiklen.

Socialdemokratiet italesætter virkeligheden ud fra deres egen opfattelse af den. De har en aktivt konstrueret meningshorisont, da Socialdemokratiet lægger vægt på de ting, som de mener er relevante for at mindske Co2 udslippet. I artiklen har de selv sat en tidshorisont ind. I 2030 skal drivhusgasudledningen være reduceret med 70% i forhold til niveauet i 1990 og senest i 2050 skal Danmark være klimaneutralt.

- **Er der modsætningspar (antagonismer)?**

Det nævnes flere gange at Danmark er et lille land, men at vi har stor indflydelse. Samtidig nævnes det at Danmark kun står for 0,1% af det samlede Co2 udslip.

Det nævnes i afsnittet ”En klog grøn omstilling”, at der skal investeres i forskning, som kan sætte fart på den grønne omstilling. I det sidste afsnit af artiklen udtaler Mette Frederiksen, at vi har løsninger i Danmark. Dette er to modstridende udtalelser

### **Hvordan skaber diskursen sammenhæng i temaet og mellem andre temaer?**

Gennem artiklen forsøges det at skabe sammenhæng imellem grøn omstilling og erhvervslivet, nærmere betegnet energisektoren.

Den grønne omstilling er i fokus, men den trækker grene til hvordan private opvarmer deres huse, hvordan vi transportere os, hvordan vi bygger og hvordan energi udvindes i



Danmark. Dette understøtter også at det er den samfundsmæssige diskurs som er dominerende.

- **Hvilke nøgleord (nodalpunkter) er grundlæggende i diskursen og skaber associationer?**

Vindmøller, grøn energi skaber associationer til vindmølle eventyret, og til den forretningsmæssige diskurs.

Grønne biler, udtagning af lavbundsjord og udskiftning af olie- og gasfyr skaber associationer til den samfundsmæssige diskurs.

Det nævnes i teksten.

- **Hvilke ord og udtryk kan kædes sammen med (ækvivalenskæde) og støtte et nodalpunkt i diskursen, så der kan skabes en bestemt mening med nodalpunktet?**

Grøn energi, elektrificeret samfund, udtagning af lavbundsjord, bygninger, transport skaber en bestemt mening af omkring den samfundsmæssige diskurs. Forskning og industri skaber en bestemt mening omkring deres forståelse af indholdet af den erhvervs-mæssige diskurs.

- **Hvilke værdier (flydende betegnelser) er der i diskursen, og hvad bliver opfattet som rigtig og forkert, godt og dårligt?**

Elektrificeret samfund skaber flydende betegnelser af at være positivt i forhold til grøn energi.

Grønne biler på vejene skaber en positiv flydende betegnelse mod grøn omstilling.

Vindmølleeventyret underbygger at Danmark tidligere er lykkedes med grønne teknologier.

En klog grøn omstilling trækker en flydende betegnelse til grøn forskning som skaber flere arbejdspladser.

### Trin 3) Hvem tales der om?

- **Hvilke personer/grupper tales der om?**

Der tales om Erhvervslivet og en smule om private hjem, og hvordan de fremover skal opvarme deres husstande og transportere sig.

- **Hvilket billede gives der af bestemte personer/grupper?**

Der gives et billede af at især erhvervslivet skal holdes ansvarlige for at nedbringe CO2 udledningen.

Derudover gives der et billede af at olie og gas inddrivelse i Nordsøen er skidt for miljøet og noget der skal stoppes hurtigst muligt

Socialdemokratiet giver udtryk for, at de går 100% ind for grøn omstilling, og alt hvad det indebærer.

Der konstrueres et negativt billede af de andre EU-lande, som ifølge socialdemokratiet ikke er ambitiøse nok i deres klimapolitik.

- **Hvordan tales der om forholdet mellem dem?**

Socialdemokratiet vil støtte erhvervslivet med penge til forskning til at skabe innovative løsninger.

De ser Danmark som værende mere ambitiøse i deres klimamålsætning og vil presse EU til at blive mere ambitiøse.

- **Hvem forsøger at skabe herredømmet (hegemoni) og med hvilke midler?**

Den samfundsmæssige diskurs forsøger at skabe herredømmet overfor den forretningsmæssige. Den samfundsmæssige diskurs bruger midlerne grøn energi, udtagning af landbrugsjord, stop for udvinding af gas og olie i Nordsøen. Det er alle initiativer som tages på baggrund af et samfundsmæssigt perspektiv.

Den forretningsmæssige diskurs har også virkemidler der bliver talt om forskning og skalering, derudover bliver der talt om eksport af grøn teknologi, som har gjort samfundet rigere. Selvom den forretningsmæssige diskurs også har virkemidler, så mener vi at det er den samfundsmæssige diskurs som har herredømmet, og hos socialdemokratiet er indholdet af begrebet derfor samfundsmæssigt.

#### Trin 4) Hvor foregår det?

- **Hvor foregår temaet?**

Temaet foregår hovedsageligt i Danmark. EU-lande og resten af verdenen bliver kun nævnt meget kort.

- **Hvordan hænger geografien sammen med de værdier og holdninger, der er i diskursen?**

Geografien hænger fint sammen med de værdier og holdninger der er i den

samfundsmæssige- og forretningsmæssige diskurs. Der bliver hovedsageligt snakket om hvad der skal gøres i Danmark for at mindske CO2 udledningen lokalt samt hvordan forskning og skalering skal være med til at mindske udledningen globalt.

Trin 5) Hvornår foregår det?

- **Hvilken tid foregår diskursen i?**

Diskursen starter i datid og skifter derefter til fremtid.

- **Hvordan er fortid, nutid og fremtid brugt?**

Datid er brugt som indledning i form af en tidligere succeshistorie, derefter skifter artiklen til fremtiden og hvor det bliver beskrevet hvilke tiltag Socialdemokratiet vil lave for at nå klimamål i 2030 og 2050.

- **Gør diskursen brug af fortælling? (narrative elementer?)**

Diskursen gør brug af en kort fortælling omkring vindmølleeventyret.

- **Hvilke værdier er forbundet med diskursen i forhold til tid?**

Fremtidsplanen for gennemførelsen af klimamålene for 2030 og 2050.

### Opsummering

Artiklen handler overordnet om den grønne omstilling, og hvordan Danmark skal gå forrest ifølge Socialdemokratiet, og dermed igen blive en klimatisk stormagt.

Der er to diskurser i artiklen, de samfundsmæssige og de forretningsmæssige, hvor de samfundsmæssige må ses som værende dominerende i det meste af artiklen, da meget af artiklen er bygget op omkring Socialdemokratiets holdninger samt meninger omkring hvordan klima skal indgå i et fælles samfund.

Artiklen igennem er der sat fokus på at vise vores ambitiøse klimamål skal nås, så har vi brug for at udvikle og skalere vores teknologi. Flere af disse elementer peger også hen mod nogle økonomiske tiltag, og gruppen mener derfor også at der er en forretningsmæssig diskurs at tage fat i. Den forretningsmæssige diskurs spiller dog ikke en lige så stor rolle som den samfundsmæssige, som også understøttes af de tiltag som peger mod de private husstande.

Disse fokuspunkter understøtter analysen og bliver bekræftet af udtryk, som har et stort fokus på energisektoren og dermed prøver at skabe en sammenhæng mellem grøn omstilling og erhvervslivet. Udtryk som elektrificeret, energieffektiv, samt samfund og fremtid opsamler meget

godt hovedtemaet og med de store ambitiøse visioner, referer de tilbage til vindmølle eventyret og at det lykkes der og det kan gøres igen. Altså gør Danmark til en klimatisk stormagt igen.

#### Syntese Socialdemokratiet:

Der vil nu blive foretaget en sammenligning af de to diskursanalyser som er bearbejdet ud fra klimapolitikken på Socialdemokratiets hjemmeside (Frederiksen, Socialdemokratiet.dk, 2022), og Mette Frederiksens nytårstale (Frederiksen, Statsministeriet, 2021). Der vil blive taget udgangspunkt i de to diskursanalyser som findes i bilagene (Bilag, 2022, s. 59-67).

Når de to tekster sammenlignes, så er der en diskurs sammenhæng mellem det der står på hjemmesiden, og det der bliver nævnt i nytårstalen. Begge artikler omhandler Danmarks fremtid, og at vi igen skal være en klimatisk stormagt. Der ligges vægt på at erhvervslivet er den største synder, og at det er der, hvor der først skal gribes ind.

Der er dog også forskelle i de to tekster. Der ses i deres klimapolitik, at der er nogen få fokuspunkter, som har en forretningsmæssig diskurs. Det er dog tydeligt at den samfundsmæssige diskurs er den mest dominerende i begge tekster. Det kan derfor konkluderes at Socialdemokratiets opfattelse af indholdet i ordet grøn omstilling drejer sig om en samfundsmæssig diskurs. Det betyder at Socialdemokratiet mener, at dette problem hovedsageligt skal løses for samfundets skyld, og ikke for at skabe en forretningsmæssig gevinst. Det er vigtigt at understrege, at Socialdemokratiet stadig ønsker at skabe økonomisk vækst med deres klimapolitik. Det er bare ikke den dominerende diskurs.

#### Syntese Konservative:

I dette afsnit vil vi foretage en sammenligning af de Konservatives klimapolitik fra deres hjemmeside (Konservative, 2022), som vil blive sammenlignet med et interview (Bahn, 2022) med Mette Abildgaard, som er partiets politiske ordfører. Der vil igen blive taget udgangspunkt i diskursanalyserne, som der er udarbejdet i bilagene (Bilag, 2022, s. 35-42)

Interviewet med Mette Abildgaard handler om den nuværende regering hvorimod deres klimapolitik handler om fremtidige målsætninger og de Konservatives politik. Det konservative ønsker i begge artikler at regeringen skal lytte til klimarådets anbefalinger og rapporter.

Det nævnes i artiklen, at der er en intern strid imellem de politiske partier, og at klimapolitikken bruges til at føre en politisk kamp i stedet for at se det større billede.

Begge kilder har den forretningsmæssige diskurs som den dominerende. De konservative ser den grønne omstilling som en mulighed for at tilføre mere beskæftigelse og sikre økonomisk

vækst igennem øget eksport. Der ligger dog også vægt på at erhvervslivet og politikere sammen skal løse problemet. Dette tolker gruppen som en samfundsmæssig diskurs, men dog ikke den dominerende i denne sammenhæng, da de forretningsmæssige handlinger og konsekvenser er de mest dominerende i diskursen.

Gruppen vurderer altså at den forretningsmæssige diskurs er den dominerende i begge artikler og dermed er det, det forretningsmæssige perspektiv, som de Konservative mener er indholdet af begrebet grøn omstilling.

### Syntese Venstre:

I denne syntese vil der blive taget udgangspunkt i Venstres klimapolitik fra deres hjemmeside (Venstre, 2022), som vil blive sammenlignet med et debatindlæg (Bjerre, 2022) med Marie Bjerre, som er partiets politiske ordfører. Der vil igen blive taget udgangspunkt i diskursanalyserne, som der er udarbejdet i bilagene (Bilag, 2022, s. 43-50)

I begge tekster ligger der stor vægt på at gøre en forretning ud af, at gøre virksomheder grønnere. Venstre ønsker at give virksomheder incitament igennem afgifter og skatter til at mindske deres CO2 udslip, og dermed skabe en markedsdrevet omstilling.

Venstre ligger vægt på at de anbefalinger som klimarådet kommer med, bør være et godt afsæt til at regeringen kan handle på et oplyst grundlag.

Begge tekster har den fælles diskurs, at den forretningsmæssige dominerer mere end den samfundsmæssige. Dermed ment at den grønne omstilling skal være drevet af investeringer i grønne løsninger således, at erhvervslivets vækstmuligheder fremtidssikres, og at konkurrenceevnen ikke forringes.

Ligesom hos de andre partier er der et klart diskursmatch mellem de to tekster og Venstres opfattelse af indholdet af begrebet grøn omstilling er drevet af en forretningsmæssig forståelse.

### Syntese Enhedslisten:

I denne syntese vil der blive taget udgangspunkt i Enhedslistens klimapolitik fra deres hjemmeside (Enhedslisten, 2022), som vil blive sammenlignet med et debatindlæg (Villadsen, 2022) skrevet af Maj Villadsen, som er partiets politiske ordfører. Der vil igen blive taget udgangspunkt i diskursanalyserne, som der er udarbejdet i bilagene (Bilag, 2022, s. 51-58)

Der er i høj grad en samfundsmæssig diskurs mellem de to kilder. Der bliver lagt stor vægt på det samfundsmæssige ansvar, som vi har overfor jordkloden, og de problemstillinger vi som mennesker står overfor. Den forretningsmæssige diskurs benævnes meget kort i deres

klimapolitik, men holdes helt ude i debatindlægget. Begge tekster appellerer meget bredt, da de ikke har fokus på et specifikt element. Det kan derfor diskuteres om Enhedslisten har en egentlig plan for, hvordan de benævnte tiltag skal effektueres. Dette understøttes meget godt af debatindlægget, da det har udgangspunkt i klimarådets statusrapport og dermed påpeger dette som et ”wake-up call” for regeringen. De bruger altså andres tal til at påpege udfordringerne, og til at pege fingre af specielt regeringens nuværende klimapolitik, og hvordan klimapolitikken bruges som politisk kampagne uden at kunne fremvise aktive handlinger.

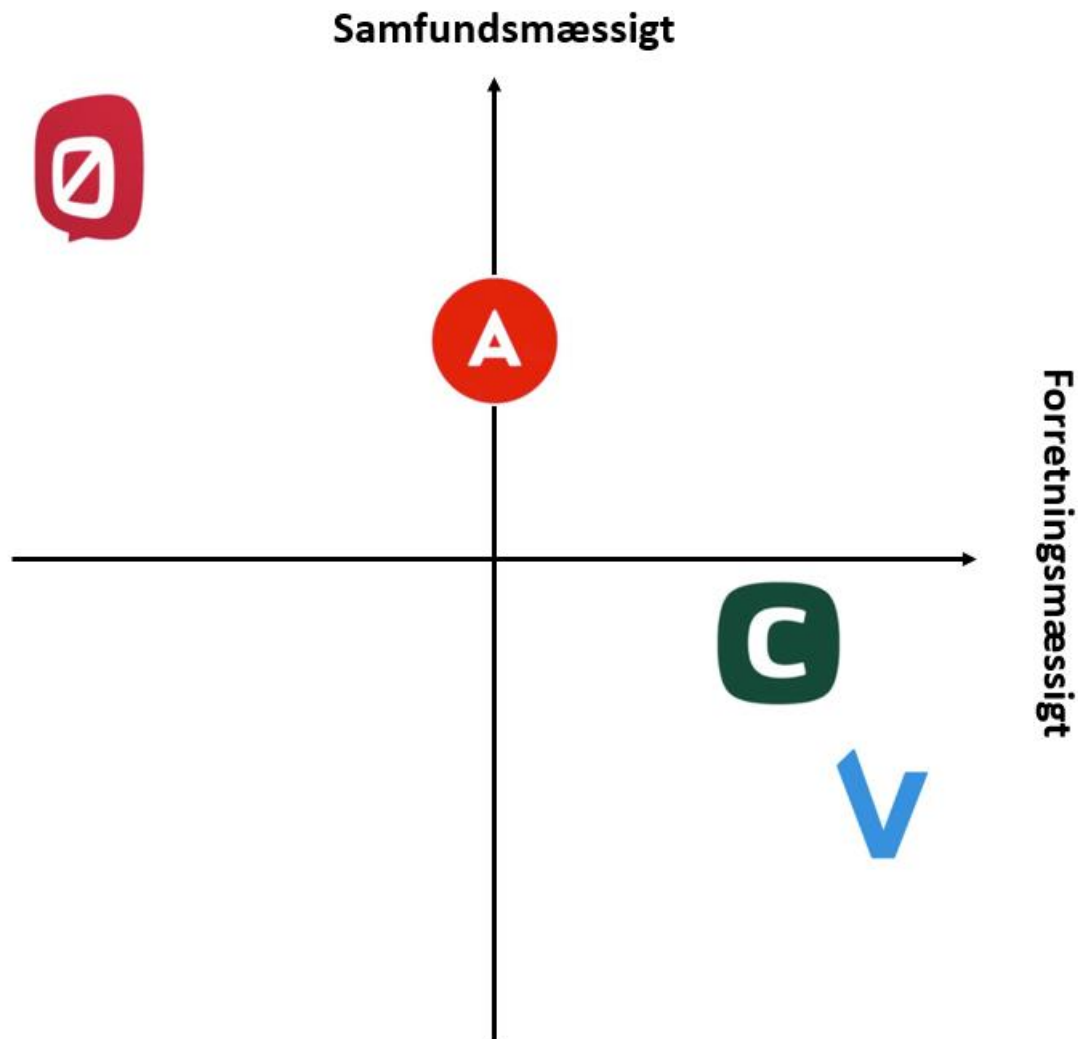
Enhedslisten opfatter altså indholdet af begrebet grøn omstilling som et fælles samfundsmæssigt ansvar, og noget der skal løses uanset de forretningsmæssige konsekvenser.

### Hvad kan inddrages i spørgeskemaet?

Gruppen nævnte under spørgsmålet ”På hvilken måde opfatter forbrugerne indholdet af den grønne omstilling”, at grøn omstilling ikke var afdækket tilstrækkeligt, igennem de eksplorative interviews, til at der kunne udarbejdes et spørgeskema. Igennem diskursanalyserne er det for gruppen blevet klart, at der skal inddrages spørgsmål, som får respondenterne til at svare på om de mener indholdet af den grønne omstilling er økonomisk eller om det er samfundsmæssigt. Dette vil derfor blive inddraget i spørgeskemaet, hvilket vil være behjælpelig med at samle de tre gruppers opfattelse af indholdet omkring den grønne omstilling.

Partierne har ligesom eksplorative interview bekræftet, at der skal spørges ind til emner som transport, energi, fødevarer og bygninger, da netop disse emner har stor opmærksomhed fra forbrugere og partier.

## Delkonklusion af arbejdsspørgsmål 2



(Bilag, 2022, s. 91)

Det er blevet klart for gruppen, at indholdet i begrebet grøn omstilling ikke kan indsnævres til en specifik ting, da det er et vidt begreb. Gruppen har derfor besluttet at kigge nærmere på om indholdet er samfundsmæssigt eller om det er forretningsmæssigt for de tre grupper.

Når der tales om et samfundsmæssigt perspektiv, så menes der at forbrugere, virksomheder eller partier sætter jordens beskaffenhed over økonomi. Når der derimod tales om et forretningsmæssigt perspektiv, så menes det at forbrugere, virksomheder eller partier sætter den økonomiske gevinst højere end den samfundsmæssige gevinst.

Til at belyse hvordan partierne placere sig i forhold til hinanden, så har gruppen valgt at tage udgangspunkt i positioneringskortet. Positioneringskortet anvendes normalt i forbindelse med markedsføring af virksomheder, hvor den bruges til at illustrere, hvordan en specifik

virksomhed eller produkt skiller sig ud fra konkurrenter med lignende produkter eller services (Lønfeldt, 2022).

I denne opgave vil positioneringskortet først blive brugt til at placere de fire partier, hvor Y-aksen vil være samfundsmæssigt motiv, og X-aksen vil have fokus på et forretningsmæssigt perspektiv. Målet med at bruge denne model, er at visualisere, hvor enige eller uenige de fire partier er omkring indholdet af den grønne omstilling. Derefter vil positioneringskortet blive brugt til at lave et gennemsnitsfelt for de fire partier, som senere i opgaven vil blive holdt op mod en lignende model for virksomheder og forbrugere. Målet er at denne model skal være behjælpelig med at belyse om de tre segmenter opfatter indholdet af ordet grøn omstilling på den samme måde. Viser det sig, at eksempelvis virksomheder og forbrugere opfatter grøn omstilling på forskellige måder, så vil virksomhederne kunne bruge denne model til at rebrande deres politik omkring grøn omstilling, og dermed komme i synk med forbrugerne. Dette mener gruppen kunne være værdifuldt i forhold til at hæve virksomhedernes brand værdi, og dermed efterspørgslen på deres produkter.

Det er tydeligt, at der især er to partier, som har modstridende holdninger til den grønne omstilling. Venstre ønsker at den grønne omstilling effektueres ved at give virksomheder incitament til at lave en markedsdrevet omstilling, og de har en konkret plan for hvordan de mener de grønne målsætninger imødekommes. Deres afsnit om klimapolitik er meget kort i forhold til de andre partier, hvilket kan opfattes som om, at grøn omstilling er et mindre fokusområde i Venstres samlede politik.

Enhedslisten mener derimod at den grønne omstilling skal gennemføres uanset hvad de økonomiske konsekvenser må være på kort sigt. Artiklerne som er analyseret omkring Enhedslisten har fået gruppen til at tvivle på om Enhedslisten har en fast plan, da deres politik mangler konkrete løsningsforslag til at opnå deres egen målsætning.

Det er tydeligt for gruppen at Venstres grønne omstilling er drevet af den forretningsmæssige diskurs og at Enhedslistens er drevet af den samfundsmæssige diskurs.

Vores analyser har vist at Socialdemokratiet og det Konservative ligger tættere mod midten, og altså ikke er lige så ekstreme som Venstre og Enhedslisten.

Socialdemokratiet er ligesom Enhedslisten styret af den samfundsmæssige diskurs, men den forretningsmæssige er dog også en vigtig del, og derfor er de placeret tættere mod "midten".

Det Konservative ligger modsat Socialdemokratiet og deres politik er derfor styret af den



forretningsmæssige diskurs, men den samfundsmæssige diskurs er også en vigtig del af deres syn på indholdet af den grønne omstilling.

Venstre, Enhedslisten og Konservative referer alle til klimarådets anbefalinger, og opfordre til at deres anbefalinger bliver mødt, da de må anses for at være eksperter.

Gruppen har analyseret positioneringskortet og inddelt partierne på en skala fra 1-10. Inddelingen er udført ved at måle afstand fra placeringen til de to yderpunkter.

Det er på baggrund af denne inddeling blevet belyst, at samfunds- og forretningsmæssige perspektiv vægter lige højt i det samlede politiske billede af den grønne omstilling. Dette resultat ville med stor sandsynlighed have været anderledes, hvis gruppen havde udvalgt andre partier.

### Hvordan opfattes indholdet af begrebet grøn omstilling hos virksomhederne?

Til at undersøge hvordan virksomheder opfatter indholdet af begrebet grøn omstilling mener gruppen, at det ville være relevant at inddrage de 25 virksomheder, som er en del af C25 indekset. Dette vil dog ikke være muligt i denne opgave, da gruppen ikke har tid til at udarbejde diskursanalyser på samtlige 25 virksomheder. Gruppen har derfor valgt at indsnævre antallet af virksomheder til tre.

Valget af virksomheder er truffet ud fra, at gruppen ønskede analysere tre brancher indenfor de emner som politikere og forbrugere har nævnt tidligere i denne opgave. Ved at vælge tre forskellige brancher gives der et indblik i om indholdet af grøn omstilling opfattes forskelligt fra branche til branche. Derudover ønsker gruppen at vælge virksomheder fra tre vidt forskellige brancher for at opnå den bedst mulige repræsentativitet af hele populationen og dermed opnå den højest mulige reliabilitet.

I og med der kun undersøges tre brancher, er det ikke muligt at afdække alle brancher, og dette vil påvirke reliabilitet negativt ved dette spørgsmål. Diskursanalyserne vil blive foretaget med hjælp fra samme model, som der blev benyttet til at teste partierne, og dermed vil validiteten på diskursanalyserne forblive høj. Den lave stikprøve størrelse for virksomheder vil give en vis usikkerhed omkring det endelige resultat for virksomheder, hvorimod validiteten i opgaven vil øges, da den samme diskursmodel vil blive brugt.

Den første virksomhed som gruppen har besluttet sig for at undersøge, er Mærsk. De er valgt, fordi Mærsk er Danmarks største virksomhed målt på omsætning, og de må derfor også betegnes som en af de mest indflydelsesrige virksomheder i Danmark og på globalt plan qua deres

markedsledende position inden for logistik og transport. Derudover er det interessant at undersøge en virksomhed fra transportsektoren, da netop denne branche har en høj udledning af Co<sub>2</sub>. Den anden virksomhed der vil blive undersøgt, er Danish Crown, som er den største aktør inden for fødevarerproduktion i Danmark. Produktion af fødevarer og madvaner er et centralt element i forhold til grøn omstilling, og det er derfor meget relevant at inddrage en virksomhed fra denne sektor i opgaven.

Den sidste virksomhed som der vil blive analyseret, er Vestas, som er en førende producent indenfor grøn energi. Gruppen mener det er interessant at undersøge netop Vestas, da deres forretning bygger på grønne produkter.

Til at udvælge artikler, for de tre virksomheder er der lagt vægt på to parametre.

Det første parameter er artiklens relevans for emnet. Overskriften i artiklerne har været afgørende for om gruppen har fundet artiklerne relevante i forhold til opgavens emne.

Dernæst har gruppen vurderet, at artiklerne skulle være udgivet senest muligt, da udviklingen i grøn omstilling hele tiden ændres. Hvis gruppen ikke havde forholdt sig kritisk til udgivelsestidspunktet, så var der en risiko for at virksomhedernes nuværende holdning var forskellig fra en artikel skrevet for år tilbage, og dette ville påvirke validiteten negativt.

Den tidligere brugte model til diskursanalyse vil også blive brugt til at lave diskursanalyser på virksomhederne. Ved at benytte den samme analysemodel, så tilsikres der en høj reliabilitet.

Gruppen vil i nedenstående diskursanalyser ikke lave to diskursanalyser per virksomhed, som det ellers blev gjort på partierne. Der er lavet en undersøgelse på hvor mange af virksomhederne i C25 indekset som havde en "klimaside" på deres hjemmeside (Bilag, 2022, s. 78). Undersøgelsen viste at 65% havde klimapolitik på deres hjemmeside, og derfor kunne det være relevant at inddrage deres klimamål i en diskursanalyse. Gruppen har dog lavet den vurdering at der ikke kan laves diskursanalyser på baggrund af deres klimapolitik, da virksomhedernes målsætninger er for visionære og der fremlægger ikke konkrete planer for hvordan klimamålene skal opnås og derfor er det på nuværende tidspunkt ikke relevant for opgaven.

#### [Syntese Mærsk \(Bilag, 2022, s. 68-71\)](#)

Artiklen har i fokus at Mærsk klimamål lå for langt ude i fremtiden, og at de ikke længere kunne dukke sig for presset fra forbrugerne omkring udledningen af Co<sub>2</sub>. Det stigende pres understøtter den samfundsmæssige diskurs i takt med at virksomheden har fokus på det signal de sender til deres kunder og industrien, og dermed viser Mærsk at de rykker på den grønne dagsorden

og er rollemodeller med deres nye ”klimaskib”. Det er dog også tydeligt i tekstens diskurs at den samfundsmæssige ikke er den mest dominante, da den ligger under for den forretningsmæssige. Flere gange i artiklen nævnes det at en opnåelse af klimamålene kræver at teknologien for produktionen af brændstof skal udvikles hurtigst muligt, så den kan skaleres således omkostningerne kan holdes nede. Udvikles teknologien indenfor udvindelse af brændstof ikke, så bliver det for dyrt for Mærsk at opskalere produktionen af nye brændsler, hvilket betyder at løsninger ikke vil være rentable. Diskursen er meget blandet i denne artikel og springer lidt imellem den samfundsmæssige og den forretningsmæssige, men den forretningsmæssige er den dominerende.

#### [Syntese Danish Crown \(Bilag, 2022, s. 75-77\)](#)

Artiklen omhandler virksomhedens plan for at være mere relevant end tidligere når der snakkes om markedets udvikling og fokus på bæredygtighed og den grønne omstilling. Målet med de bæredygtige tiltag er at løfte prisen på Danish Crowns produkter. Den dominerende diskurs i artiklen er meget tydelig forretningsmæssig, og dette bliver fremhævet igennem deres investeringsstrategi og de handlinger som den underbygger. Danish Crown har fokus på at investeringer mod grøn omstilling skal være med til at udvikle og fastholde deres position på markedet. Dette for at følge markedsudviklingen, og tilpasse sig efterspørgslen fra kunder og forbrugere. De fremhæver branchen som klimasyndere, og dette vil Danish Crown rette op på gennem deres investeringsplan, dermed er den samfundsmæssige diskurs næsten ikke til stede da alt omhandler hvordan bæredygtige tiltag kan gavne deres forretning og nuværende situation.

#### [Syntese Vestas \(Bilag, 2022, s. 72-74\)](#)

Hovedtemaet i artiklen omhandler Vestas og deres produktion af vindmøller, som opfattes som et afgørende element for at den grønne omstilling kan lykkes. Fokus i artiklen er på, at produktionen af deres produkter belaster klimaet omfattende. Vestas ønsker at være en rollemodel i forhold til den grønne omstilling, og dermed sende et stærkt signal til konkurrenter, leverandører og forbrugere. Det er derfor klart den samfundsmæssige diskurs som er den dominerende i denne artikel. I artiklen nævnes det, at efterspørgslen på deres produkter har givet en stor ordrebog, hvilket betyder at deres Co2 udledning for produktion af deres produkter er steget. Dette har medvirket til at Vestas har fået et wake-up call i forhold til deres Co2 udledningen, og de ønsker derfor i samarbejde med deres leverandør at arbejde hen mod at blive klimaneutral.

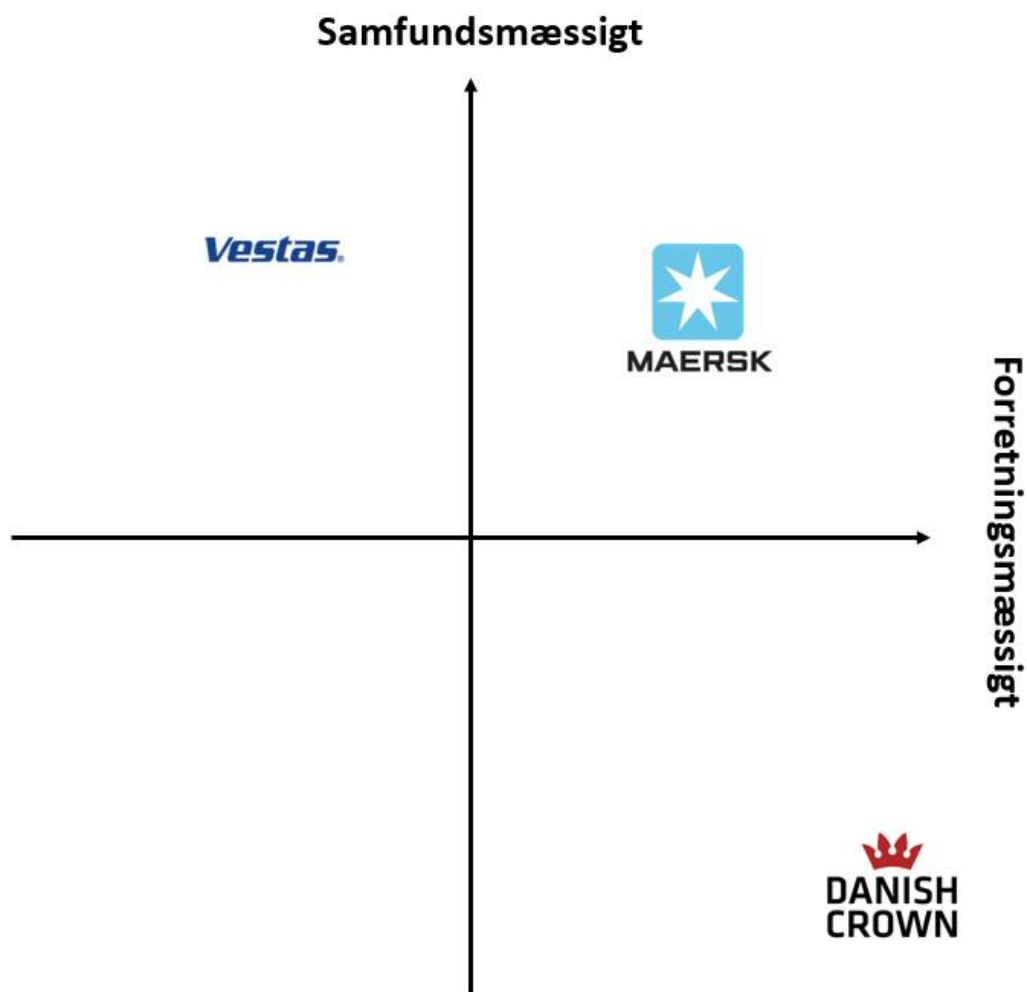
Den forretningsmæssige diskurs flyder lidt i baggrunden da den ikke har fokus på aktiviteter, investeringer eller økonomi og den samfundsmæssige diskurs er derfor den dominerende.

### Hvad kan inddrages i spørgeskemaet?

Der er ikke blevet fundet ny viden, efter diskurs analyser på virksomheder, dog er nuværende begreber og udtryk, som eksempelvis energi, transport, produktion, madvaner osv. blevet valideret. Dette understøtter at validiteten for spørgeskemaet bevares.

Det er interessant at de tre segmenter lægger vægt på de samme begreber, indenfor den grønne omstilling. Begreberne må derfor anses for at have en stor betydning i forhold til forståelsen af begrebet grøn omstilling.

### Delkonklusion af arbejdsspørgsmål 3



(Bilag, 2022, s. 91)

Virksomhederne er som partierne blevet fordelt på et placeringskort. Dette for at illustrere hvilken motivation der ligger bag den grønne omstilling for de tre udvalgte virksomheder. Den samme inddelingsmodel, som blev brugt på partier, er blevet benyttet til at finde den samlede placering for virksomheder.

De to segmenter på positioneringskortet er de samme som for partierne, således at der tages højde for de to poler: samfundsmæssigt og forretningsmæssigt perspektiv for omstillingen. Der vil senere i rapporten blive udarbejdet en samlet illustration af hvordan både virksomheder, forbrugere og partier er placeret i gruppens model.

Det kan konkluderes at de modpoler er Vestas og Danish Crown, hvor Vestas har samfundet for øje, så har Danish Crown et forretningsmæssigt fokus i forbindelse med implementering af grønne tiltag i driften. Vestas ønsker sammen med dens leverandør at blive klimaneutral, og virksomheden ligger vægt på at være en rollemodel for andre virksomheder i forhold til at blive mere grønne.

Danish Crown har derimod et mere forretningsmæssigt perspektiv på den grønne omstilling igennem deres investeringsstrategi. Virksomheden ligger vægt på at forbrugerne skal bære omkostningerne i forhold til stigende kød priser. Danish Crown nævner selv at branchen er en klimasynder, men ligger vægt på at de vil foretage tiltag, som skal være med til at gøre industrien mere grøn, og dermed følge markedets og forbrugernes udvikling.

Den sidste virksomhed som er blevet undersøgt i denne analyse, er Mærsk. Mærsk vil være på forkant med den grønne omstilling. Virksomheden vil være en rollemodel, som Vestas.

Mærsk ønsker selv at gå forrest, men afventer et alternativ til brændsel som kan supplere hele deres flåde på en gang, i stedet for at implementere nye grønne løsninger løbende.

Når man kigger på virksomhederne samlet, så kommer det ikke som en overraskelse at Vestas er den virksomhed, som ligger længst mod det samfundsmæssige yderpunkt da virksomhedens omsætning kommer fra salg af vindmøller som skaber grøn energi. Det giver derfor også god mening, at Danish Crown lægger mest vægt på den forretningsmæssige del af omstillingen. Det giver god mening, da de tiltag som er nødvendige for at reducere klimaaftrykket i denne sektor er omkostningstunge, hvilket betyder at virksomheden er nødt til at lave betydelige investeringer for at tilpasse sig udviklingen og holde sin nuværende position på markedet.

Mærsk ligger imellem de før omtalte virksomheder på placeringskortet, og det kan skyldes virksomhedens dominante position på markedet, samt virksomhedens størrelse, men det kan

også skyldes den branche som Mærsk befinder sig i. Det havde som tidligere nævnt været interessant at undersøge alle 25 virksomheder i C25 indekset, da det havde givet et mere nuanceret billede af den samlede placering af virksomhederne i modellen. Det havde også været muligt at se om der var en tendens til placeringerne baseret på brancher, da det må anses som sandsynligt, at nogen brancher har mere fokus på grøn omstilling end andre. Gruppen har analyseret positioneringskortet og inddelt virksomhederne på en skala fra 1-10. Det er på baggrund af denne inddeling blevet belyst, at det forretningsmæssige perspektiv vægter højest for de undersøgte virksomheder. Det giver for gruppen god mening, da virksomhederne lever af at skabe omsætning og profit.

### Del. 2 - Hvilken måde opfattes indholdet af grøn omstilling hos forbrugerne?

Det blev tidligere i opgaven konkluderet at gruppen ikke havde indsamlet tilstrækkelig med viden til at kunne udarbejde et spørgeskema til forbrugerne. Gruppen føler at der efter diskurs på partier og virksomheder er indsamlet tilstrækkelig med viden til at udarbejde spørgeskemaet. Meningen med dette spørgeskema er at belyse hvordan forbrugerne opfatter indholdet af den grønne omstilling.

### Fremgangsmåde

Som tidligere nævnt under metodeafsnittet vil gruppen ved opbygning af spørgeskemaet tage afsæt i de tidligere udarbejdede interviews samt tilegnet viden fra partier og virksomheder. Diskursanalyserne på partier og virksomheder har været med til at bekræfte mange af de emner, som respondenterne, ved de eksplorative interviews, har påpeget og det har dermed været med til at hæve validiteten på spørgeskemaet.

Det blev tidligere i opgaven belyst, at det ikke ville være muligt at finde frem til et specifikt begreb som de forskellige grupper mente var indholdet af den grønne omstilling. På baggrund af dette har gruppen valgt lave flere spørgsmål, hvor forbrugerne skal forholde sig til om de har et samfunds eller et forretningsmæssigt perspektiv på den grønne omstilling.

Spørgeskemaet vil omhandle det centrale spørgsmål i problemformuleringen ”hvordan opfatter forbrugerne indholdet af ordet grøn omstilling”.

Der er blevet lavet en indledning i spørgeskemaet, som har haft til formål at informere respondenterne om emnet og baggrunden for spørgeskemaet. I indledningen er der også oplyst hvordan data vil blive bearbejdet og at svar vil blive behandlet anonymt. Gruppen har ved flere

spørgsmål valgt at sætte en kort tekst (Bilag, 2022, s. 79-82) ind, som fungerer som en hjælp til at respondenterne forstår spørgsmålene ensartet. Det er blevet diskuteret i gruppen om denne hjælpetekst kunne påvirke respondenternes svar, og derfor er der blevet lagt stor vægt på, at denne tekst ikke måtte præge respondenternes opfattelse af den grønne omstilling og dermed deres svar på de forskellige spørgsmål.

Modsat de eksplorative interviews er der i spørgeskemaet lagt vægt på at konstruere et spørgeskema med lukkede spørgsmål. (Darmer, Jordansen, & Madsen, 2022, s. 231) De lukkede spørgsmål er brugt som opfølgende spørgsmål, på de svar, som gruppen har fået gennem de eksplorative interviews.

Det ønskes altså at bekræfte enigheden af respondenternes opfattelse igennem lukkede spørgsmål ved eksempelvis ja/nej spørgsmål. Ved at benytte en metodetriangulering ønsker gruppen at skabe en større validitet for deres besvarelse af arbejdsspørgsmål 1.

Undersøgelsen er konstrueret med 16 spørgsmål (Bilag, 2022, s. 79-82) og spørgeskemaet er opbygget i forskellige faser, som vil blive gennemgået nedenfor.

Spørgeskemaet er sendt ud via sociale medier d. 8. maj 2022, og der er blevet indsamlet 57 svar. I og med at spørgeskemaet er sendt ud via sociale medier, så er det gruppens ”bekendte” som har besvaret spørgeskemaet. Dette kan være med til at forringe validiteten, og det er noget som gruppen er opmærksom på, når svarende skal analyseres. Dette fordi at, alderen for respondenterne er i en indsnævret gruppering 18-41 år, samt at det er gruppens bekendte der har besvaret spørgeskemaet. At undersøgernes venner har besvaret spørgeskemaet dette betyder, at respondenterne med stor sandsynlighed ligger inden for den samme demografi. Effekten af ovenstående kan være at gruppen ikke ser et totalt billede af den samlede populations mening om begrebet grøn omstilling. Derimod er der tale om et billede af en stikprøve af populationen.

### **Spørgsmål 1-2 – Demografiske spørgsmål**

De 2 første spørgsmål har til formål at inddele respondenterne i demografiske grupper. Disse demografiske grupper er alder og køn. Disse to grupper er valgt på baggrund af de eksplorative interviews, hvor det blev tydeligt, at alder og køn havde en stor betydning for respondenternes opfattelse til den grønne omstilling.

### **Spørgsmål 3 – Ser respondenterne et problem?**

Det efterfølgende spørgsmål er lavet for at undersøge om respondenterne ser den grønne omstilling som et problem. Svarmulighederne er lavet på baggrund af en likert skala (Universitet, 2022), og dette fordi det ønskes at måle hvor alvorligt et problem respondenterne mener det er.

#### **Spørgsmål 4-6 – Respondenternes fokus**

De næste 3 spørgsmål har til formål at finde ud af om vores respondenter har fokus på grøn omstilling i deres hverdag. Igennem svarmulighederne ja og nej har det til formål at afdække hvorfor man har eller ikke har fokus på grøn omstilling samt hvad respondenterne i så fald gør aktivt. Svarmulighederne er udvalgt på baggrund af indsamlet viden fra interviews og understøttet af nøglebegreber fra partier og virksomheder.

#### **Spørgsmål 7-10 – Samfunds- eller forretningsmæssigt?**

Spørgsmål 7-10 kommer primært fra viden som er tilegnet senere i rapporten gennem undersøgelserne på partier og virksomheder. De har til formål at afdække respondenternes motiv for klimavenlige handlinger, og om de har et samfunds- eller forretningsmæssigt perspektiv. Det ønskes at konkretiserer hvad undersøgerne ser som de vigtigste emner, og hvad der bekymrer dem mest. Dette vil senere gøre medvirke til at klarlægge sammenhængen mellem de tre grupperinger. Svarende på spørgsmål 7-10 er derfor centrale spørgsmål for at besvare opgavens hovedspørgsmål.

#### **Spørgsmål 11-13 – Hvem har ansvaret og lever de op til det?**

Spørgsmål 11-12 har til formål at indsamle viden omkring respondenternes opfattelse af de relevante aktørs ansvar samt om ansvaret efterleves. Begge spørgsmål er opstillet som likert skala spørgsmål, for at få et mere nuanceret billede i stedet for ja/nej.

Spørgsmål 13 omhandler hvem respondenterne mener skal gå forrest i klimakampen, hvor svarmulighederne er de forskellige grupper.

#### **Spørgsmål 14-15 – Betallingsvillighed**

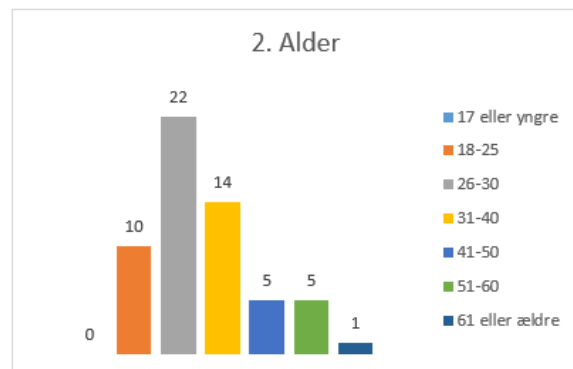
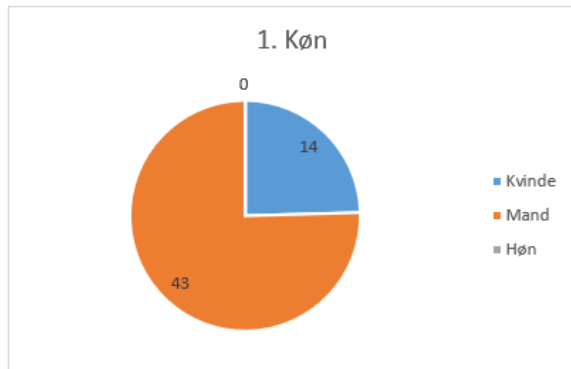
Disse har til formål at afdække respondenternes villighed for at betale for den grønne omstilling samt hvilke segmenter de er villige til at betale mere for.

#### **Spørgsmål 16 – Validering spørgsmål**



I det sidste spørgsmål ønsker gruppen at finde frem til hvor nemt respondenterne havde ved at forstå spørgsmålene. Dette ønsker gruppen viden om, da det er med til at validere de indsamlede svar.

### Svar på undersøgelse

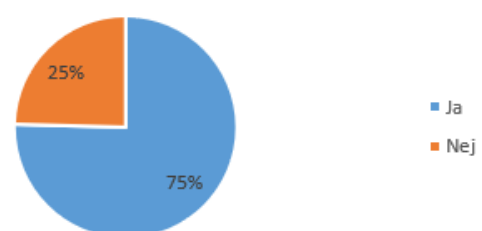


(Bilag, 2022, s. 87)

Den gennemsnitlige svartid på spørgeskemaet er blevet opgjort til 03.28 minutter. 75% af respondenterne har været mænd og 25% har været kvinder. 81% af de adspurgte har en alder mellem 18 og 41 år, og dette kan skyldes at spørgeskemaet er sendt ud via sociale medier og da gruppens gennemsnitsalder er på 29 år, så giver det god mening, at alderen for respondenterne ligger i nærheden af dette. Den manglende besvarelse fra respondenter i andre aldersgrupper vil påvirke den samlede besvarelse, da alder har vist sig at have en betydning for opfattelsen omkring grøn omstilling.

Det er tydeligt at respondenterne anerkender at der er et klimamæssigt problem. 56 ud af 57 (Bilag, 2022, s. 87, Graf 3) respondenter mener at problemet er ”i nogen grad alvorligt” eller ”meget alvorligt”. Det er bemærkelsesværdigt at selvom 56 anerkender at der er et problem, så er det kun 75% af de adspurgte, som aktivt gør noget i deres hverdag for at nedbringe deres klimaftryk. (Bilag, 2022, s. 87, Graf 4)

### 4. Har du fokus på grøn omstilling i din hverdag?

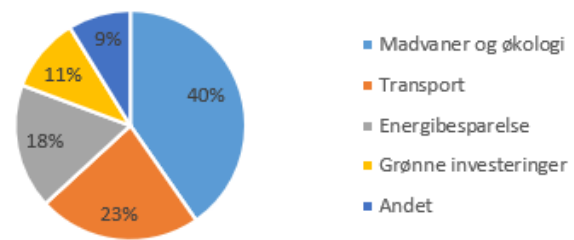


Det er interessant at 40% af dem som aktivt gør noget for grøn omstilling i deres hverdag har fokus på madvaner og økologi. (Bilag, 2022, s. 87, Graf 6) Det er dog endnu mere opsigtsvækkende at 60% af alle kvinder har svaret at de aktivt sænker deres klimaaftryk gennem madvaner og økologi, hvilket er noget højere i forhold til mænd, hvor kun 30% af de adspurgte svarer dette.

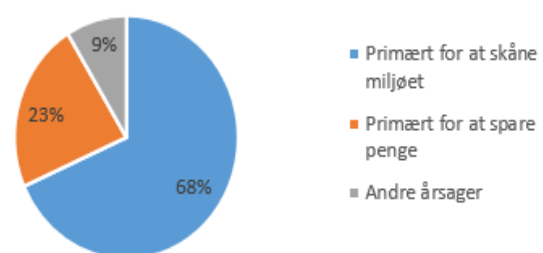
Derudover svarer 23% at de forsøger at mindske deres udslip gennem transport. Madvaner, økologi og transport må betegnes som billige løsninger i forhold til at reducere klimaaftrykket hvorimod tiltag som grønne investeringer og energibesparelse har tungere omkostninger nu og her. Det er derudover også interessant at 81% af respondenterne i spørgsmål 8, mener at det er nødvendigt at ændre levevis for at løse klimaudfordringerne (Bilag, 2022, s. 87, Graf 8). Det modstrider partiernes holdning til grøn omstilling (Rapport, 2022, s. 21). Selvom partierne nævner transport og madvaner som centrale emner mener de ikke at dette alene løser problemet. Det er sandsynligt at demografien på alder har indflydelse på dette svar, da størstedelen af respondenterne er i aldersgruppen 18-30 år. I denne alder er mange studerende og har derfor ikke så mange penge mellem hænderne, og dette kan have påvirket svarende.

68% af de adspurgte har et samfundsmæssigt perspektiv, når de tænker på den grønne omstilling. (Bilag, 2022, s. 87, Graf 7) Mænd og kvinder meget enige omkring motivet, da den procentvise fordeling er den samme. De betyder at de ikke ser den grønne omstilling, som en mulighed for at spare penge, eller tjene penge igennem investeringer i den grønne omstilling. Det må betyde at det er de bløde værdier som vejer tungest, når respondenterne skal beskrive deres motiv for at lave klimavenlige handlinger.

## 6. Hvad gør du aktivt for at mindske dit klimaaftryk?

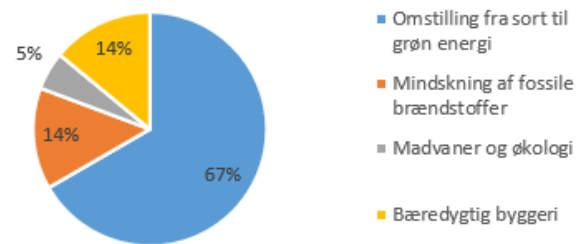


## 7. Hvad er dit primære motiv for klimavenlige handlinger?



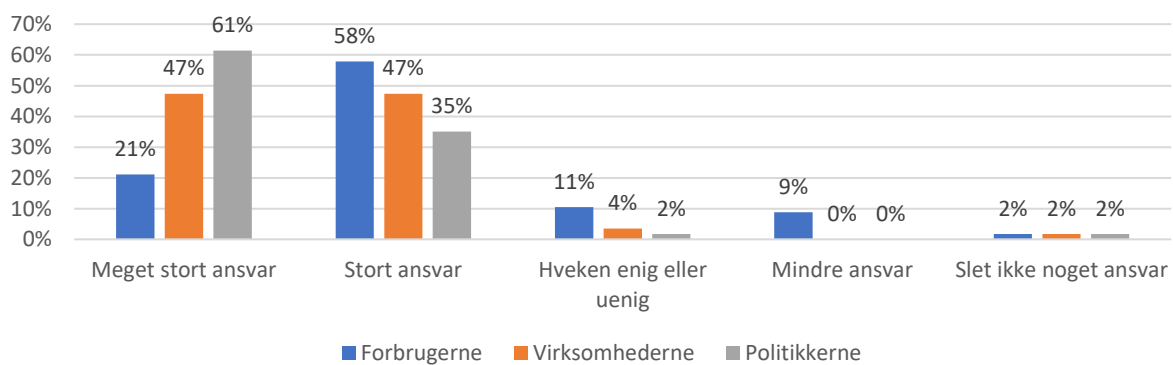
På trods af at størstedelen af respondenterne forsøger at mindske deres klimaaftryk via madvaner og økologi, er det ikke det de ser som det vigtigste emne i forhold til begrebet grøn omstilling. 67% af de adspurgte svarer, at omstilling fra sort til grøn energi er det vigtigste emne for at komme i mål med grøn omstilling. (Bilag, 2022, s. 88, Graf 9)

### 9. Hvad mener du det vigtigste emne inden for begrebet grøn omstilling er?



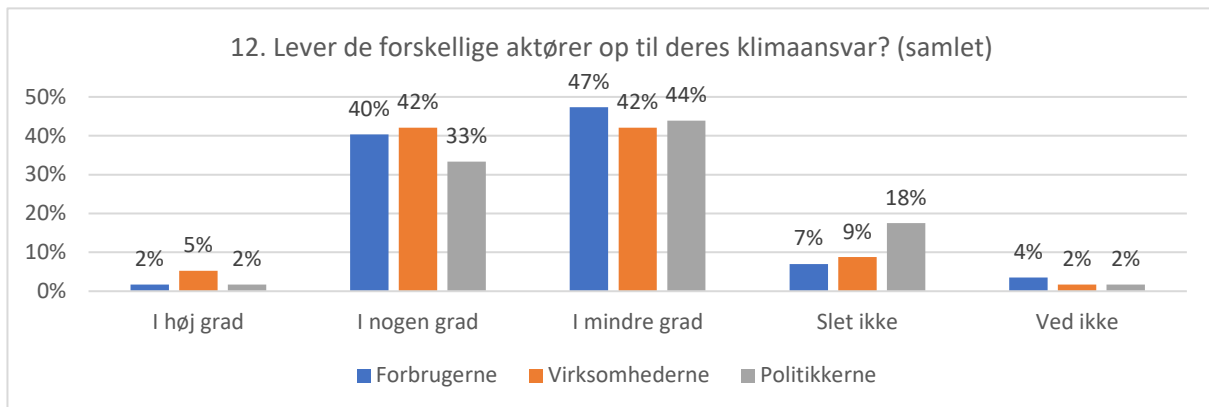
Gruppen ser en stor sammenhæng mellem respondenter der svarer at omstilling fra sort til grøn energi er det vigtigste og at politikerne har det største ansvar for at drive den grønne omstilling (Bilag, 2022, s. 89-90, Indsigter).

### 11. Lever de forskellige aktører op til deres klimaansvar? (samlet)



(Bilag, 2022, s. 88, Graf 11)

Ovenstående graf viser tydeligt at respondenterne mener at alle tre segmenter har et stort ansvar i forhold til at løse de klimatiske udfordringer. Respondenterne mener at forbrugerne har det mindste ansvar selvom de stadig score højt i undersøgelsen. Virksomhederne har et stort ansvar for at medvirke til mindskningen af Co2, men det er dog politikerne som har det største ansvar i forhold til at drive den grønne omstilling videre (Bilag, 2022, s. 88, Graf 13).

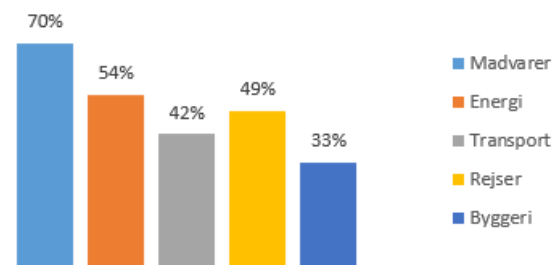


(Bilag, 2022, s. 88, Graf 12)

Den indsamlede data har vist at respondenterne ikke mener at de tre grupper lever op til deres klimaansvar. Det er bemærkelsesværdigt respondenterne kun mener at forbrugerne i mindre grad lever op til deres ansvar, når 43 af de adspurgte allerede tænker på miljøet i deres dagligdag. Det må betyde at respondenterne ikke mener at deres nuværende tiltag er tilstrækkeligt. Det kan også være et udtryk for at ”tyv tror hver mand stjæler”.

89% af respondenterne svarer i spørgsmål 14 at de er villige i høj eller nogen grad til at betale ekstra for grønnere produkter. I spørgsmål 15 ses det tydeligt, at de især er villige til at betale madvarer, og det går fint i tråd med at 40% af dem som dagligt tænker på klimaet har fokus på at spise grønnere produkter. (Bilag, 2022, s. 89, Graf 15)

15. Hvad er du villig til at betale ekstra for?

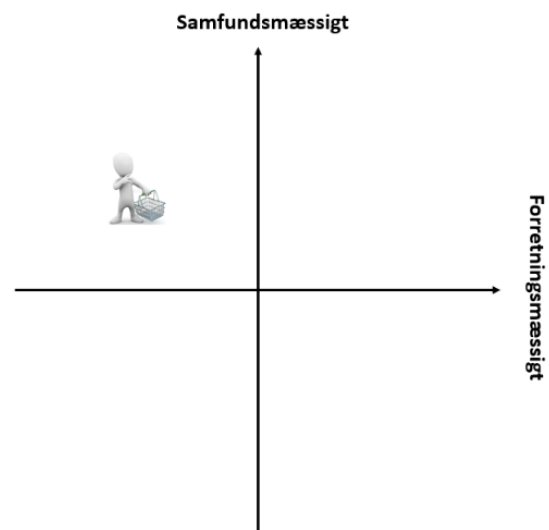


### Delkonklusion spørgeskema

Spørgeskemaet har vist at forbrugerne anerkender at der er et klimaproblem, og 75% af respondenterne gør allerede i dag noget aktivt for at sænke deres miljøaftryk. Forbrugerne har især fokus på transport og madvaner, når det kommer til at sænke miljøaftrykket og det hænger måske sammen med, at det er ting som er lette tilgængelige og billige at ændre.

Respondenterne ser primært indholdet af begrebet grøn omstilling, som værende samfundsmæssigt, og det betyder at de har fokus på de bløde værdier omkring dette emne. Gruppen har igen valgt at placere gruppen på et positioneringskort for at illustrere placeringen i forhold til et samfunds- og forretningsmæssigt perspektiv.

(Bilag, 2022, s. 92)



Forbrugerne peger på at det vigtigste emne indenfor grøn omstilling er omstillingen fra sort til grøn energi, og her ses der en sammenhæng med partiernes fokusområder. Respondenterne ser det

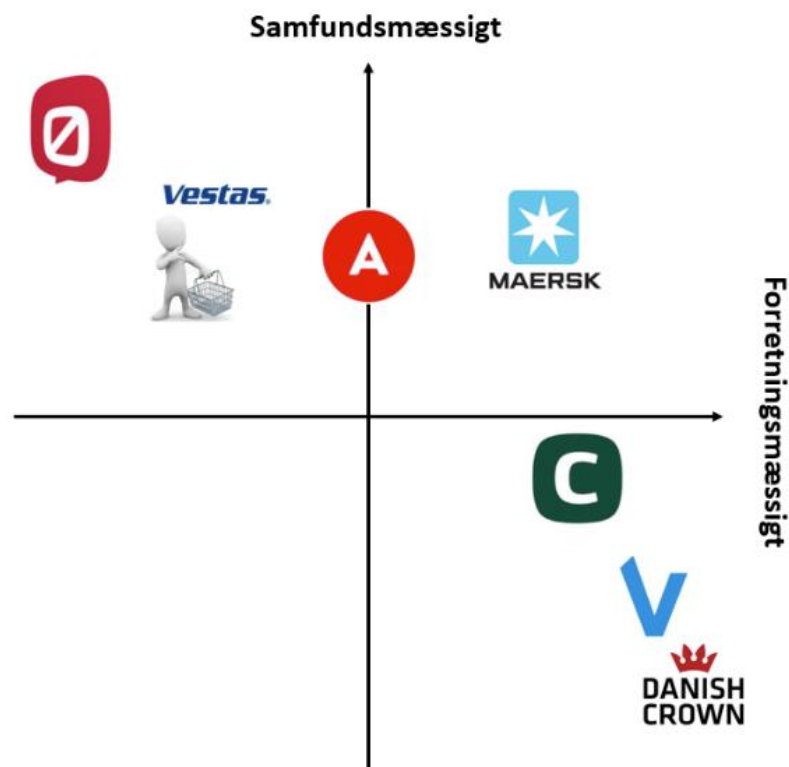
som et fællesansvar at drive udviklingen omkring grøn omstilling men de mener at politikkerne har det største ansvar hvorefter virksomhederne kommer og til sidst forbrugerne. På nuværende tidspunkt mener de ikke at nogen af de tre grupper lever op til deres ansvar i forhold til grøn omstilling.

Det er blevet bekræftet at forbrugerne er villige til at betale mere for grønne produkter og services, hvilket må siges at være positivt.

Ud fra spørgsmål 16 (Bilag, 2022, s. 86 og 89, Graf 16) hvilket giver en indikation på at respondenterne har forstået spørgsmålene i spørgeskemaet, hvilket er nødvendigt for at skabe en høj validitet.

Der må dog stadig påregnes en vis procent usikkerhed i den indsamlede data, da demografien er meget indsnævret i alderen 18-41 år, hvilket betyder at der kun er indsamlet få data på aldersgrupper udenfor intervallet. Skulle spørgeskemaet have haft en højere validitet, så havde det været nødvendigt at indsamle data på de andre aldersgrupper.

Er der en sammenhæng mellem de tre gruppers opfattelse af begrebet grøn omstilling



(Bilag, 2022, s. 92, Samlet Model)

Ovenfor ses det samlede positioneringskort illustreret for de tre grupperinger. Det er interessant, at ingen af de tre grupper ligger i bunden af både de forretnings- og samfundsmæssige perspektiver. Det må betyde at undersøgerne har fundet frem til to konkrete dele i forhold til at forstå hvad begrebet grøn omstilling omhandler.

Det er igennem rapporten blevet synliggjort, at begrebet grøn omstilling centrere sig om det samfunds- og forretningsmæssige perspektiv.

Der blev i delkonklusionen på arbejdsspørgsmål to, hvor partierne blev undersøgt fundet frem til at det samfundsmæssige og forretningsmæssige vægtede lige højt. I spørgsmål tre, hvor virksomhederne blev undersøgt, blev det synliggjort at det forretningsmæssige vægtede højere end det samfundsmæssige.

Først og fremmest kunne man for de politiske partier se, at begrebet især omhandlede faktorer der skulle være med til at bevare jordens beskaffenhed. For andre partier var interessen for begrebet mere lagt over på muligheder for vækst i økonomien igennem forskning og grønne investeringer. Det samme mønster var gældende for virksomhederne, der som de politiske partier også var polariserede i forhold til hvilke aspekter der vægtede højest i forbindelse med den

grønne omstilling. På den ene side af den grønne omstilling var Vestas især samfundsmæssigt fokuseret, mens Danish Crown var mere forretningsmæssigt fokuseret. Dette med en god grund, grundet de brancher virksomhederne hver især befinder sig i.

Afslutningsvis blev begrebet grøn omstilling afdækket for forbrugerne. Forbrugerne lægger især vægt på det samfundsmæssige aspekt i den grønne omstilling. Forbrugerne anser altså ikke umiddelbar forskning, som den bedste vej til at udvikle på den grønne omstilling. De ser derimod hverdagens syndere, indenfor mad, transport, og energisektorer, som de største udfordringer i samfundet, i sammenhæng med den grønne omstilling.

### Konklusion

Det kan konkluderes at begrebet grøn omstilling er et vidt begreb, men at det er centreret omkring to primære perspektiver, som er det samfundsmæssige og det forretningsmæssige. Det kan ikke udelukkes at andre perspektiver også kan have stor betydning for forståelsen af begrebet grøn omstilling. Det er dog igennem rapporten blevet synliggjort at disse må anses som værende de mest markante.

Som det blev nævnt tidligere i rapporten, så var partiernes fokus ligeligt fordelt mellem det samfunds- og forretningsmæssige, virksomhedernes fokus var på det forretningsmæssige og forbrugernes på det samfundsmæssige. Det kan derfor konkluderes at der er en modstridende forståelse af hvordan de tre grupper forstår indholdet i begrebet grøn omstilling. Gruppen kan konkludere at der ikke er en sammenhæng i hvordan de tre forskellige grupper opfatter indholdet i begrebet grøn omstilling.

På baggrund af gruppens skalainddeling på positioneringskortet er det blevet synliggjort, at de tre grupper samlet har et samfundsmæssigt perspektiv, som i mindre grad er dominerende i forhold til det forretningsmæssige perspektiv. Det er især forbrugerne som har et stort fokus på det samfundsmæssige, hvilket har været udslagsgivende for det samlede resultat.

Den samlede validitet i opgaven ser gruppen som værende rimelig. Skulle validiteten have været højere, så havde det været nødvendigt at indsamle besvarelser til spørgeskemaet fra en bredere population.

Reliabiliteten i opgaven ser gruppen som værende høj. Der har været et stort fokus på, at interviews og diskursanalyser skulle udarbejdes på en ensartet måde, hvilket er lykkedes igennem forskellige modeller.

### Perspektivering

Ovenstående konklusion kan perspektiveres til måden hvorpå virksomheder markedsfører sig selv overfor forbrugerne. Det er blevet synliggjort, at forbrugerne har et samfundsmæssigt syn på den grønne omstilling og at virksomhederne har et forretningsmæssigt syn. De to forskellige syn på begrebet grøn omstilling skaber modstridende interesser, hvilket betyder at nogen virksomheder i dag ikke brander sig på den mest effektive måde.

Dette betyder at virksomhederne bedst muligt at ramme deres målgruppe skal lægge vægt på de bløde værdier i samfundet, og forsøge at skubbe det forretningsmæssige i baggrunden. Der er ingen tvivl om at virksomhederne har det forretningsmæssige for øje, når de laver grønne tiltag, men det skal forbrugerne så vidt muligt ikke mærke, når de køber ind på produkterne.

Det er blevet belyst ved undersøgelse af forbrugerne, at der efterspørges en samlet bevægelse for de grønne tiltag, da de ikke mener at de kan gøre nok som individ. Det giver virksomhederne en unik mulighed for at skabe et ”community”, hvor netop deres produkter og brand er i centrum i kampen for klimaet.

Ved at virksomhederne synliggør den fælles klimabesparelse vil forbrugerne opleve at være en aktiv rolle i kampen for klimaet.

Gruppen vurderer at der ligger store muligheder for de virksomheder, som tør brande sig anderledes, fordi forbrugerne i dag mangler et fællesskab samt transparente produkter.



## Kilde og litteraturliste

- Arroyas, M. (2019). *Faktalink*. Hentet 7. Marts 2022 fra <https://faktalink.dk/titelliste/baeredygtighed-og-groen-omstilling>
- Bahn, M. (11. April 2022). *Information*. Hentet fra Information.dk: <https://www.information.dk/indland/2019/03/konservative-hver-evig-eneste-gang-traekker-groennere-retning>
- Bilag. (2022). *Bilag*. Aalborg: Gruppe 10.
- Bjerre, M. (14. April 2022). *Altinget.dk*. Hentet fra Altinget.dk: [https://www.alinget.dk/energi/artikel/venstre-klimaet-har-brug-for-en-markedsdrevet-groen-omstilling?fbclid=IwAR3yA1hMv5ipEhlhEANU1gwE-45YMfQbeowjj3Np4cXoKCML\\_fmEvj5ZEdc](https://www.alinget.dk/energi/artikel/venstre-klimaet-har-brug-for-en-markedsdrevet-groen-omstilling?fbclid=IwAR3yA1hMv5ipEhlhEANU1gwE-45YMfQbeowjj3Np4cXoKCML_fmEvj5ZEdc)
- Darmer, P., Jordansen, B., & Madsen, J. A. (2022). *Paradigmer i praksis* (2 udg.). København: Djøf Forlag.
- Enhedslisten. (15. April 2022). *Enhedslisten.dk*. Hentet fra Enhedslisten.dk: <https://enhedslisten.dk/temaer/groen-omstilling>
- Falconinvest.dk. (9. April 2022). *Falconinvest*. Hentet fra Falconinvest.dk: <https://falconinvest.dk/c25-indeks-omxc25-info-kurs-indhold-danske-aktier/>
- Frederiksen, M. (31. December 2021). *Statsministeriet*. Hentet fra WWW.STM.DK: <https://www.stm.dk/statsministeren/taler/mette-frederiksens-nytaarstale-1-januar-2022/>
- Frederiksen, M. (13. April 2022). *Socialdemokratiet.dk*. Hentet fra Socialdemokratiet: <https://www.socialdemokratiet.dk/det-vil-vi/klima/>
- Haandbæk, C. (18. April 2020). *Laeremiddel*. Hentet 4. Marts 2022 fra <https://laeremiddel.dk/viden-og-vaerktoejer/videnskabsteori/videnskabelige-metoder/diskursanalyse/>
- Jørgensen, H. H. (2022). *Læremiddel*. Hentet 4. Marts 2022 fra <https://laeremiddel.dk/viden-og-vaerktoejer/videnskabsteori/videnskabsteoretiske-retninger/faenomenologi/>
- Klarskov, K. (2011). *Berlingske*. Hentet 15. Februar 2022 fra <https://www.berlingske.dk/politik/sferne-grinte-af-soevndals-engelsk>
- Klausen, S. H. (2022). *Den Store Danske Lex*. Hentet 2. Marts 2022 fra <https://denstoredanske.lex.dk/f%C3%A6nomenologi>
- Konservative. (11. April 2022). *Konservative.dk*. Hentet fra Konservative.dk: <https://konservative.dk/politik/klimalov/>
- Lønfeldt, M. (02. 05 2022). *michaellonfeldt.dk*. Hentet fra <https://michaellonfeldt.dk/positionering/>
- Ordbog, D. D. (2018). *Den Danske Ordbog*. Hentet 6. Marts 2022 fra <https://ordnet.dk/ddo/ordbog?query=Sammenh%C3%A6ng&tab=for>

Rapport. (2022). *Grøn Omstilling*. Aalborg: Gruppe 10.

Ritzau. (2022). *Voxmeter*. Hentet 8. Marts 2022 fra <https://voxmeter.dk/meningsmalinger/>

Systeme. (18. April 2022). *Systime*. Hentet fra Systeme.dk:  
<https://metodenu.systeme.dk/?id=141&fbclid=IwAR1Njf-p6zm93HA7Ibkq3lTRLfOAxYAG8WjiGITFo9N0h1BrHRPuZf5qBg0>

Universitet, A. (2. April 2022). *Metodeguiden.dk*. Hentet fra Metodeguiden.dk:  
<https://metodeguiden.au.dk/likert-skala/>

Venstre. (14. April 2022). *Venstre.dk*. Hentet fra Venstre.dk:  
<https://www.venstre.dk/politik/venstre-mener/energipolitik>

Villadsen, M. (15. April 2022). *Altinget.dk*. Hentet fra Altinget.dk:  
<https://www.altinget.dk/foedevarer/artikel/enhedslisten-det-er-nu-regeringen-skal-vise-at-de-virkelig-vil-klimaet>

Wikipedia. (2012). *Wikipedia*. Hentet 6. Marts 2022 fra  
[https://da.wikipedia.org/wiki/Gr%C3%B8n\\_omstilling#cite\\_note-5](https://da.wikipedia.org/wiki/Gr%C3%B8n_omstilling#cite_note-5)