



Ny Sifoundersökning: Nio av tio väljer lokaltillverkat för klimatets skull

En majoritet, 92 procent, skulle välja lokalt tillverkade produkter i högre utsträckning, förutsatt att de visste att produkterna har lägre klimatpåverkan. Det visar en ny undersökning som Sifo gjort på uppdrag av tillverkningsstrategen HANZA. Resultatet ger anledning för produktbolag att granska sina tillverkningsprocesser.

– Det talas mycket om privatpersoners påverkan på klimat och miljö, till exempel genom dieselmotorer och flygtrafik, men i själva verket kan företags tillverkningsstrategi innebära en mycket större miljöpåverkan, konstaterar Erik Stenfors, vd HANZA. Här finns en tydlig möjlighet för företag att både spara pengar och miljö.

I dag sker tillverkningen av en produkt ofta enligt samma princip: olika komponenter tillverkas på olika platser i världen, varpå komponenterna sammanförs och monteras till en produkt. Därefter fraktas så slutprodukten till platsen där den ska användas. Undersökningen visar dock att en majoritet av svenskar skulle föredra lokalt tillverkade produkter med en lägre klimatpåverkan.

Kvinnor mellan 50 och 64 år visar störst intresse för frågan, 96 procent svarar att de skulle välja lokalt tillverkade produkter för klimatets skull. I den grupp som i lägst utsträckning vill göra ett sådant val, män i samma ålder, svarar hela 86 procent att de skulle välja lokalt tillverkade produkter med lägre klimatpåverkan.

– Fler produktägare borde se över sin tillverkningsstrategi. Utöver miljömässiga skäl och kortare ledtider är det ofta mer lönsamt med produktion närmare slutmarknaden. Undersökningen visar också att det finns en tydlig konkurrensfördel att marknadsföra lokalt tillverkade produkter, säger Erik Stenfors.

Om undersökningen

Sifo-undersökningen genomfördes den 5–13 mars 2018 som en webbaserad undersökning. 1 001 personer besvarade frågan "Skulle du kunna tänka dig att välja lokalt tillverkade produkter i högre utsträckning om du visste att de hade lägre klimatpåverkan?". "Ja" svarade 92 procent, fördelade på "absolut" (53 procent) och "troligtvis" (40 procent). "Nej, troligtvis inte" svarade 4 procent. "Tveksam, vet ej" svarade 3 procent.

För ytterligare information, vänligen kontakta:

Erik Stenfors, CEO, Tel: 46 709 50 80 70, mail: erik.stenfors@hanza.com www.hanza.com

Thomas Lindström, Senior Vice President, Head of Business Solutions, Tel: 46 702 98 39 39, mail: thomas.lindstrom@hanza.com www.hanza.com

Om HANZA:

HANZA moderniserar och effektiviserar tillverkningsindustrin. Genom att samla olika tillverkningsteknologier lokalt skapar vi kortare ledtider, mer miljövänliga processer och ökad lönsamhet åt våra kunder. HANZA grundades 2008 och är i dag ett miljardbolag med verksamhet i Sverige, Finland, Estland, Polen, Tjeckien och Kina. Bland HANZAs uppdragsgivare finns ledande bolag som ABB, Perkin Elmer, Atlas Copco och Kone. Läs mer på www.hanza.com