



**LOKAL FOLKEFINANSIERING FOR ET LAVUTSLUPSSAMFUNN: LOKAL
FOLKEFINANSIERING AV KLIMATILTAK I NORGE**

Oppsummering av spørreundersøkelse

Arbeidspakke 4: Tilrettelegging for lokal folkefinansiering av klimatiltak

Arbeidspakkeleder: Per Espen Stoknes, Handelshøyskolen BI, Senter for Bærekraft og Energi

Øvrige deltagere:

Olav Bjerke Soldal, Handelshøyskolen BI

Sylvia Weddegjerde, Handelshøyskolen BI

Mars 2020



Handelshøyskolen BI – Senter for bærekraft og Energi
Nydalsveien 37
0484 Oslo

Telefon: +47 46410000
Epost: postmaster@bi.no

Utgivelsesår: 2020
Antall sider: 14

Tittel: Oppsummering av spørreundersøkelse. Arbeidspakke 4: Tilrettelegging for lokal folkefinansiering av klimatiltak

Forfatter: Olav Bjerke Soldal, Per Espen Stoknes

Utgiver: Handelshøyskolen BI

Utgiversted: Oslo

Prosjekt: Coolcrowd - Investigating the concept of local climate crowdfunding for Norway

Prosjektnummer: 6362.00

Oppdragsgiver: Norges Forskningsråd, KLIMAFORSK

Oppdragsgivers ref.: 268223

Takk til: Vi ønsker å takke prosjektdeltagere Pia Piroshka Otte, Alexander Zahl-Thanem, Sissel Hansen, Marit Kragt og Marit Sjøvaag for viktige bidrag til utformingen av spørreundersøkelsen. Vi takker også deltagerne i fokusgruppene.

Short summary:

This report presents the first main deliverable of work package 4 in the Coolcrowd project, an international research project funded by the Research Council of Norway. A national survey was undertaken with a representative sample of 1500 Norwegians during February 2020, based on the findings from three focus groups. The survey finds that overall, there is a low level of knowledge about crowdfunding in the Norwegian public. Yet, a large proportion of the public indicates interests in supporting measures to combat climate change in agriculture, through crowdfunding. Of four possible crowdfunding model the most popular is donations, i.e. give directly to the farms. The most trustworthy organisation to operate crowdfunding campaigns for the agricultural sector are research institutes. Of four climate solutions, respondents indicate that solar panels on barns are the most popular climate technology, for which respondents indicate an average willingness to pay of 186 NOK through a crowdfunding campaign. On average each respondent is willing to pay 161 NOK each for any climate measure. About half of the sample say it is important that the supported measures have proven climate effects. Still, one fifth indicate wiliness to support novel climate measures, not yet tested at large scale in Norwegian agriculture. Roughly 50% indicate that they prefer to support farmers in their local neighbourhood.

Keywords

Crowdfunding, agriculture, climate change, willingness to pay

1) Introduksjon

Denne rapporten gir et innblikk i de første funn og resultater fra arbeidet i arbeidspakke 4, «tilrettelegging for lokal folkefinansiering av klimatiltak». Den vil først og fremst oppsummere resultatene fra en nasjonal spørreundersøkelse gjort med et representativt utvalg av den norske befolkningen, vinteren 2020.

Hovedmålet med arbeidspakke 4 er å forstå befolkningens holdninger til crowdfunding som finansieringsmodell og få informasjon om deres generelle *betalingsvilje for lokale* klima- og bærekraftstiltak i landbruket. Undersøkelsene i arbeidspakken er også ment for å skaffe et bedre bilde av hvilke klima-løsninger og/ eller tiltak innen lokalt landbruk som er foretrukket blant befolkningen.

Dette vil bidra til å den overordnede målsetningen for forskningsprosjektet COOLCROWD som består i å utvikle en prototype på en finansieringsmodell som gjør det mulig for folk å investere i lokale utslippsreduksjonstiltak når man kjøper varer og tjenester i det daglige. Undersøkelsen kan dessuten bidra til å identifisere særlige interesserte segmenter og målgrupper for denne typen crowdfunding-kampanjer i den norske befolkningen.

Rapporten er delt inn i fire deler. Den første tar for seg problemstillingen og de overordnede målsetningene til arbeidspakken. Den andre går gjennom metodebruken og beskriver utvalget fra spørreundersøkelsen. Den tredje delen oppsummerer resultater og funn fra spørreundersøkelsen. Den siste og fjerde delen konkluderer på et par av målsetningene til arbeidspakken og gir indikasjoner på hvor prosjektet kan gå videre.

2) Lokal folkefinansiering av klimatiltak i landbruket

Landbruket skal kutte fem millioner tonn klimagassutslipp over de neste ti årene til 2030 (Regjeringen, 2019). Mange bønder vil gjerne bidra i klimadugnaden, men de fleste lokale tiltakene krever nytt utstyr og delvis uprøvd teknologi som kan være dyrt og vanskelig å anskaffe og drifte med begrensede ressurser. En rapport for Arbeidspakke 3 i prosjektet fant Otte, Zahl-Thanem, Hansen og Mæhle (2019) at 66 prosent av norske gårdbrukere ser på eksterne økonomiske bidrag som viktig for å kunne gjennomføre klimatiltak på sin gård.

Forskningsprosjektet Coolcrowd studerer muligheten for å etablere crowdfunding-kampanjer for å finansiere tiltak som enten reduserer utslipp i drift eller som binder karbon i jord. Prosjektet skal bidra til å svare på det overordnede spørsmålet om hvordan folkefinansiering kan bidra til klimatiltak i landbruket. I denne rapporten oppsummerer vi funnene fra en nasjonal spørreundersøkelse med et representativt utvalg av den norske befolkningen.

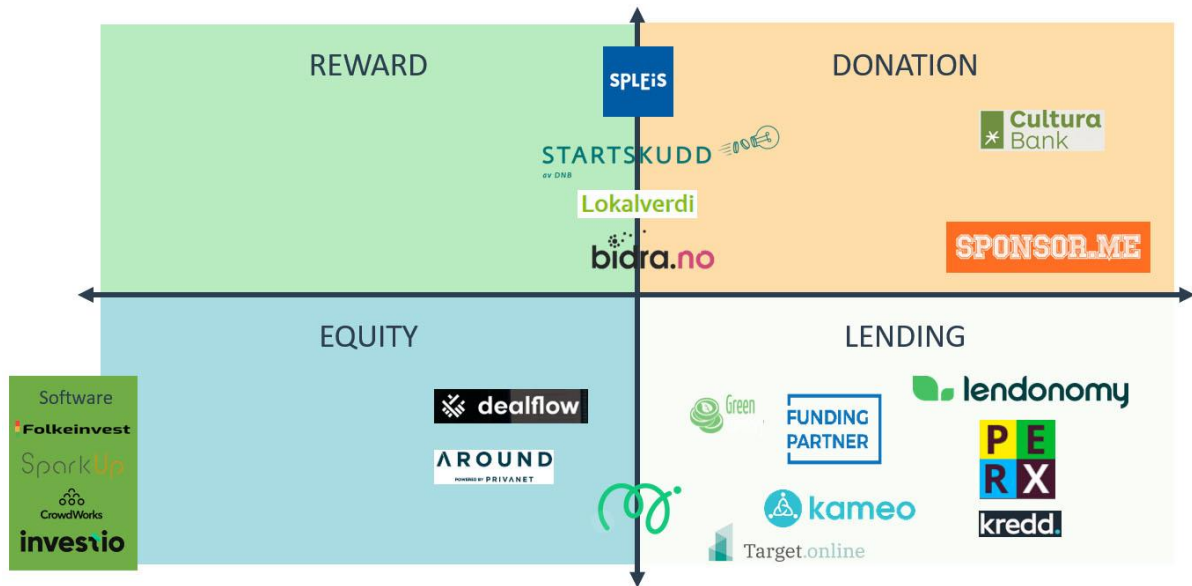
Crowdfunding er en relativt ny, nettbasert investerings- og finansieringsmodell som gjør det mulig for aktører og selskaper (særlig små og mellomstore) å dekke sine finansieringsbehov i avgjørende faser av driften, der det er mangel på risikovillig kapital av lavere beløp fra konvensjonelle finansierings-kilder og institusjoner som banker og pensjonsfond.

Crowdfunding kan dessuten være en måte å skape større lokalt engasjement rundt viktige samfunnsoppgaver, som det å kutte klimagassutslipp. Crowdfunding karakteriseres av sin 'kollektive innsats' for å samle penger til å investere i prosjekter som er verdsatt av offentligheten (Ordanini, 2009 i Otte et al., 2019, s. 23). Dette kan skape større synlighet, forståelse og aksept for viktige tiltak som må gjennomføres i landbruket fremover.

Crowdfunding kan foregå på en lang rekke måter, fra rene pengedonasjoner, til belønningsbaserte modeller, eller som lån og andelskapital. Crowdfunding er i sterk vekst i Norge og total ble det omsatt for omtrent 442 millioner kroner gjennom norske crowdfunding-plattformer i 2019¹. Dette er mer enn en dobling fra 2018. Donasjonsbaserte kampanjer har sett en stor vekst i Norge siden 2016 (Shneor & Ziegler, 2019). Investeringsbaserte folkefinansiering vokste med 172 prosent i 2018, sammenlignet med 2017 (Peeters, 2019). Likevel sies det fortsatt å være et stort urealisert potensiale i det norske

¹ <https://norskcrowdfunding.no/om-crowdfunding/>

crowdfunding-markedet, relativt til de andre nordiske landene (Ziegler et al., 2018).



Figur 1: Skjematisk inndeling av forskjellige crowdfunding-plattformer i Norge. Kilde: Norsk Crowdfunding Foreningen.

Det norske landbruket og den norske landbruksdebatten er unik i et internasjonalt perspektiv. Nordmenn viser en sterk preferanse for kortreist og lokalprodusert mat (Kvakkestad, Refsgaard & Berglann, 2011). Norsk landbrukspolitik har dessuten et uttalt mål om å bidra til forvaltningen av kulturlandskap og et spredt befolkningsmønster. Tidligere forskning viser at en slik lokal tilhørighet og synlighet som muliggjøres gjennom den norske landbruksstrukturen kan være en «viktig faktor for å stimulere til klimavennlig handling» (Otte et al., 2019). Samtidig viser en gjennomgang av eksisterende folkefinansieringsplattformer at klimaorienterte kampanjer skiller seg fra andre kampanjer «ved hvordan givere velger prosjekt» (Mæhle, Kleppe, Huijben & Drozdova, 2017, s. 5). Det vil dermed også være et interessant å undersøke hvilke motivasjoner som spiller inn ved de klimaprojektene vi skisserer innenfor landbruket.

På bakgrunn av disse vurderingene, samt funn fra foregående arbeidspakker i Coolcrowd, designet vi en undersøkelse for å teste forskjellige hypoteser om hva som motiverer folk til å bidra til crowdfunding-kampanjer i landbruket og vurdere gjennomførbarheten for ulike lokale tiltak (Otte et al., 2019).

3) Metode og utvalg: Betalingsvillighet i Norge

En spørreundersøkelse ble designet for kartlegge befolkningens holdninger til klimaendringer, landbruk og betalingsvillighet gjennom crowdfunding. Spørreundersøkelsen ble utformet og tilspisset etter tre fokusgrupper på to timer hver med i snitt seks deltagere i hver gruppe i løpet av perioden november 2018 – september 2019. På fokusgruppe-møtene ble problemstillingene diskutert fritt av deltagerne etter innledning og åpne spørsmål fra forskerne. Fokusgruppene ble transkribert og analysert med særlig hensyn til problemstillinger som *kunnskap* om og *betalingsvillighet* for *lokal* karbonlagring i *landbruket* gjennom *folkefinansiering*.

Formulering i spørreundersøkelsen: Nå blir du presentert for fire eksempler på klimatiltak som kan la seg realisere hos en lokal bonde gjennom crowdfunding. Vi vil be deg ta stilling til om disse tiltakene kan være aktuelle for deg å støtte og i så fall hvor mye du kan være villig til å bidra med.

Klimateknologi 1: Solcellepanel

Solcellepanel



Solcellepanel på låvetak vil være en klimavennlig strømkilde for bonden. Det vil også kunne bidra til reduserte strømutfittene på gården, som igjen vil kunne frigjøre midler til andre klimavennlige tiltak, dyrevelferd og mer bærekraftig drift. Crowdfunding kan dekke deler av utgiftene med resterende beløp finansiert av banklån eller med midler fra Innovasjon Norge eller Enova.

Hvor mye kan du være villig til å bidra med som et enkeltbeløp i norske kroner?

Angi et beløp mellom 0 og 1000 kr. som du kunne tenke deg å gi i forbindelse med et slikt tiltak.

0= Jeg ønsker ikke å bidra finansielt til dette 1000= Jeg ønsker å bidra med 1000kr eller mer.

Klimateknologi 2: Biogassanlegg

Biogassanlegg



Et biogass-anlegg gjør at bondene kan ta i bruk avføringen fra kyrne og bruke det til både drivstoff og varme på gården. Det skaper et sirkulært system, samtidig som det bidrar til å redusere utgifter slik at bondene kan bruke pengene de sparer til å investere i en langsiktig klimavennlig gårdsdrift. Crowdfunding kan dekke deler av utgiftene med resterende beløp finansiert av banklån eller med midler fra Innovasjon Norge eller Enova.

Hvor mye kan du være villig til å bidra med som et enkeltbeløp i norske kroner?

Angi et beløp mellom 0 og 1000 kr. som du kunne tenke deg å gi i forbindelse med et slikt tiltak.

0= Jeg ønsker ikke å bidra finansielt til dette 1000= Jeg ønsker å bidra med 1000kr eller mer.

Klimateknologi 3: Slepeslange med stripespreder

Stripespreder



Denne maskinen gjør at bonden kan begrense nitrogenetap og bevare jordstrukturen. En stripespreder med slepeslange er et effektivt klimatiltak fordi jorda holdes i bedre stand og det blir færre utslipp fra traktoren da spredningen blir lettere å frakte rundt på åkeren. I tillegg har dette flere agronomiske fordeler da spredningen blir mer eksakt, man minsker jordpakkingen og man bedre tar vare på alle næringsstoffene i husdyrgjødsel. Slik blir det mindre behov for bruk av mineral- og kunstgjødsler.

Hvor mye kan du være villig til å bidra med som et enkeltbeløp i norske kroner?

Angi et beløp mellom 0 og 1000 kr. som du kunne tenke deg å gi i forbindelse med et slikt tiltak.

0= Jeg ønsker ikke å bidra finansielt til dette 1000= Jeg ønsker å bidra med 1000kr eller mer.

Klimateknologi 4: Biokullanlegg

Biokullanlegg



Biokull er en type kull som kan produseres fra produksjonsoverskudd fra landbruket, som treflis eller hestemøkk. Det er forsket lite på effekter av bruk av biokull under norske forhold, men forskere ved NIBIO har beregnet at ved å innblande biokull i jorda, kan utslippene fra planteproduksjonen reduseres. I tillegg gir metoden sterkere og sunnere planter og produserer varme som kan brukes som klimavennlig strømforsyning.

Hvor mye kan du være villig til å bidra med som et enkeltbeløp i norske kroner?

Angi et beløp mellom 0 og 1000 kr. som du kunne tenke deg å gi i forbindelse med et slikt tiltak.

0= Jeg ønsker ikke å bidra finansielt til dette 1000= Jeg ønsker å bidra med 1000kr eller mer.

Figur 2. De fire alternativene for lokale klimatiltak i landbruket som ble presentert som mulige folkefinansierings-kampanjer i undersøkelsen.

Sentralt i den nettbaserte undersøkelsen er beskrivelsen av fire ulike konkrete klimatilnæringer for lokale gårder, som respondenten bes å vurdere. Disse fire ulike tiltakene er utformet på bakgrunn av tidligere arbeidspakker i Coolcrowd (Otte et al., 2019). Figur 2 viser hvordan disse ble fremstilt for respondentene i undersøkelsen i den nettbaserte spørreundersøkelsen. I desember 2019 ble en pilot av spørreundersøkelsen sendt ut til et mindre utvalg av studenter og ansatte ved BI, særlig for å vurdere presisjonen og treffsikkerheten i spørsmålene og logikken i rekkefølgen av dem.

Selve spørreundersøkelsen ble sendt ut i slutten av januar 2020 til et representativt utvalg av Nordmenn. Totalt fullførte 1500 personer spørreundersøkelsen. Svarene kommer fra et representativt utvalg av befolkningen: Utvalget fordeler seg over en aldersgruppe mellom 18 og 75 år, fra alle deler av landet. Utvalget besto av 55 prosent menn og 45 prosent kvinner. Den gjennomsnittlige alderen på deltageren i spørreundersøkelsen var 49 år. 51 prosent av de spurte oppga å ha bostedsadresse på Østlandet, og 49 prosent fordelte seg på resten av landet. 36 prosent oppga å ha videregående skole som seneste fullførte utdanningsnivå, mot 37 prosent av befolkningen for øvrig. 37 prosent oppga at de har tatt høyere utdanning på opptil 4 år, noe som er omtrent 10 prosent mer enn for gjennomsnittet i befolkningen. Flertallet av de spurte oppgir å tjene mellom 500 – 599 000 kr før skatt, på lik linje med resten av befolkningen.

I det største avviket fra befolkningen ellers, oppgir 12 prosent å ha hel- eller deltidsarbeid relatert til landbruket eller primærnæringen for øvrig. Det største avviket er blant menn, og spesielt de yngre, hvor en betydelig andel oppgir å ha arbeid tilknyttet primærnæringen, enten som del- eller heltidsarbeid. Dette kan dermed også inkludere sommerjobber eller vikariater.

På spørsmålet om hvordan man vurderer sin egen kunnskap om klimaendringer i landbruket oppgir 23 prosent av de spurte at de har god eller svært god kunnskap. Flertallet (38 %) oppgir å ha tilstrekkelig kunnskap, mens 35 prosent oppgir å ha dårlig eller svært dårlig kunnskap om klimaendringer i landbruket. Et stort flertall oppgir også at de mener norsk landbruk er svært viktig eller viktig i forhold til matproduksjon, dyrevelferd og vedlikehold av kulturlandskap. På spørsmål om man ser på klimaendringer som menneskeskapt, naturlige eller begge deler oppgir et stort flertall at klimaendringer hovedsakelig skyldes menneskelige aktiviteter (39 %), eller omtrent like mye naturlige prosesser og menneskelig aktivitet (34 %). 18 prosent ser på klimaendringer som hovedsakelig eller utelukkende naturlige prosesser. Til sammenlikning viser en nasjonal undersøkelse fra Cicero Senter for klimaforskning at 11,3

prosent svarer at de ikke ser på klimaendringer som menneskeskapt (Aasen, Klemetsen, Ursin Reed & Vatn, 2019). Et lite mindretall oppgir at klimaendringer skyldes 'utelukkende menneskelig aktivitet' (4 %). Kun en prosent oppgir svaralternativet 'jeg tror ikke det foregår klimaendringer'. 2,4 prosent av befolkningen svarer dette i Ciceros gjennomgang for 2019 (Aasen et al., 2019).

4) Resultater

Hovedfunnene fra spørreundersøkelsen viser at:

- Overordnet ser vi at av de 1500 spurte, er totalt 877 villige til å gi et økonomisk bidrag via crowdfunding. Gjennomsnittlig er hver person villig til å bidra med 161,5 kr til én av de fire klimatiltakene beskrevet i undersøkelsen.
- Totalt 35 respondenter (2,3 %) er villig til å gi maksbeløpet 4000 kr til de fire tiltakene tilsammen, mens 626 (42 %) gir kr 0 til alle crowdfunding-kampanjene. Av de som oppgir at de ønsker å gi et økonomisk bidrag, er gjennomsnittlig sum 1291kr på de fire tiltakene tilsammen.
- Av de fire klimatiltakene som var utvalgt til undersøkelsen kommer solcellepanel ut som det mest populære tiltaket, med en gjennomsnittlig betalingsvillighet på 186 kr.
- Deretter fulgte biogassanlegg på 180 kr, med slepeslange med stripespreder og biokull-løsninger et godt stykke under på henholdsvis på 142 kr og 140 kr.
- Generelt ser vi at den yngre aldersgruppen (18-34 år) og menn har en høyere betalingsvillighet for konseptene samlet sett.
- Blant menn er faktisk biogassanlegg den mest populære klimateknologien, som gjennomsnittsmannen er villig til å betale 194 kr for. Solcellepanel følger rett bak på 193,5 kr og med biokull og stripespreder et godt stykke lavere.
- Blant kvinner er solcellepanel det klart mest populære valget, med en gjennomsnittlig betalingsvillighet på 178 kr. Neste i rekken er biogassanlegg på 155,5 kr.
- Også blant de yngre er betalingsvilligheten betydelig større enn gjennomsnittet. De i aldersgruppen 18-34 år priser solcellepaneler til hele 301 kr, omtrent 115 kr mer enn gjennomsnittet. Deretter kommer biogass på 254 kr, før stripespreder (223 kr) og biokull (212 kr).
- Blant aldersgruppen 35 – 49 år er også solcellepaneler det mest populære valget, men her prises de til bare kroner 141, nesten lavere enn det minst populære i snitt. Her prises klimatiltaket stripespreder lavest, på omtrent 105 kr i gjennomsnittet.
- Blant den eldste aldersgruppen, fra 50 år og eldre, så er det faktisk biogassanlegg som er den mest populære klimateknologien med en verdi på 152,5 kr, etterfulgt av solceller på 146,5 kr. Stripespreder og biokull kommer et godt stykke lavere, på nivå med den forrige aldersgruppen.
- Hvis vi skiller basert på bostedsadresse, så blir ikke skillene i betalingsvillighet så store. Vi ser likevel en konsekvent høyere betalingsvillighet blant de med bostedsadresse på Østlandet, i forhold til resten av landet. Blant begge gruppene (Østlandet og resten) kommer solceller opp høyest på henholdsvis 196 og 183 kr. Deretter følger det mønsteret ellers i befolkningen, med en differanse mellom 5-10 kr på hvert tiltak.
- Sett under ett, hvis vi tar gjennomsnittet av betalingsvilligheten for hver av de fire forskjellige tiltakene, så ser vi at hver spurte nordmann er gjennomsnittlig villig til å bidra med 162 kr hver, som et personlig bidrag til et klimatiltak i landbruket.

Hvis vi ser på befolkningens holdninger til crowdfunding som finansieringsmodell for klimatiltak i landbruket er det nok så sprikende resultater. Også her er det relativt store variasjoner mellom befolkningsgruppene.

- Bare 6 prosent svarer at de selv har drevet en digital crowdfunding-kampanje.
- Omtrent en femtedel har støttet en slik kampanje på en eller annen måte.
- Altså svarer over to tredjedeler av utvalget at de aldri har hatt noe med crowdfunding å gjøre og en majoritet (52 %) kjenner overhodet ikke til begrepet 'crowdfunding'.
- Her skiller den *ynge* gruppen og *mennene* seg ut. 62 prosent av de mellom 18-34 år og 54 prosent av de mellom 35-49 år kjenner til begrepet. Hele 44 prosent av de mellom 18-34 år har enten støttet eller drevet en crowdfunding-kampanje.
- Flertallet av menn (59 %) svarer at de kjenner til begrepet 'crowdfunding', mens 37 prosent kvinner svarer det samme².
- 31 prosent av menn sier de enten har drevet eller støttet en crowdfunding-kampanje før, mens 71 prosent kvinner sier de ikke har gjort noen av delene. 10 prosent svarer 'vet ikke'.
- Den finansieringsmodellen som utvalget svarer det er mest sannsynlig at de vil støtte er 1) donasjon (34 % sannsynlig), 2) belønning (25 % sannsynlig), 3) andelskapital (21 % sannsynlig) og til sist, 4) lån (15 % sannsynlig).
- Her er det også betydelige forskjeller basert på kjønn og alder. Menn foretrekker på det jevne lån og andelskapital som finansieringsmodeller mer enn kvinner. Menn foretrekker andelskapital like mye som belønning (28%).
- Den mest populære belønningen for å bidra til å finansiere en klimaløsning ville vært å hente produkter på en lokal gård selv. Av den yngste aldersgruppen er det opptil 48 prosent som i noen grad ønsker seg takkekort eller innlegg på Facebook som belønning, i stor kontrast til de andre aldersgruppene.
- En fjerdedel av nordmenn (25 %) sier at de er delvis eller helt enig i påstanden om at crowdfunding er interessant som finansieringsmodell. Én av tre (34 %) sier at crowdfunding kan være en god måte for å finansiere klimatiltak på gårdsbruk. Mens én av fem (20%) svarer at de er usikre på hvordan dette vil se ut, selv etter å ha deltatt i undersøkelsen.
- Her skiller den *ynge* befolkningsgruppen seg ut, med en klart mer positiv holdning til crowdfunding. 43 prosent anser crowdfunding som en interessant finansieringsmodell og 51 prosent vurderer det til å være en god løsning for å finansiere klimatiltak på gårdsbruk.

Når det kommer til de konkrete utformingene av en crowdfunding-kampanje, kan de antatt viktigste funnene kort oppsummeres slik:

² I spørreundersøkelsen brukte vi konsekvent ordet 'crowdfunding' for å betegne denne typen folkefinansiering som organiseres gjennom en digital plattform på nett. En kort introduksjon til begrepet ble gitt ved starten av spørreundersøkelsen.

- Nesten en tredjedel av utvalget mener det er viktig at klimatiltaket som støttes via crowdfunding fullfinansieres for at de vil støtte det. Hele 46 % av yngre, og 36 % av menn er enige i dette.
- Halvparten er delvis eller helt enig i at det kun er aktuelt å bidra dersom det vises til reelle utslippskutt. For halvparten oppleves altså det å dokumentere effekten som mindre viktig for å kunne være med å bidra i en kampanje, eller de er usikre på hvordan dette vil påvirke deres holdning til en slik kampanje.
- 45 prosent er enige i at det kan bli *mer* attraktivt med crowdfunding dersom myndighetene delfinansierer tiltaket.
- Nesten halvparten (46%) mener at et eksternt mellomledd er fordyrende slik at bonden selv bør administrere kampanjen, mens en av tre (33 %) mener en ekstern organisasjon bør administrere kampanjen.
- Den mest populære eksterne organisasjonen til å drifte en crowdfunding-kampanje i landbruket er forskningsinstitutter (22%). Dette er til tydelig forskjell fra gårdbrukerne selv. De yngste har klart størst tiltro til disse organisasjonene, mens 23% av de over 50 år er usikre. Henholdsvis 21 prosent og 30 prosent av de mellom 35-49 og 50-75 år har ingen eller liten tiltro til private selskaper som administratorer av en slik kampanje.
- 41 prosent er helt eller delvis enig i at det er fordelaktig dersom flere bønder sammen samler inn penger gjennom én felles kampanje.
- Halvparten (50%) er enige påstanden om at det de bidrar med i en folkefinansieringskampanje *må* gå til en bonde i *nærmiljøet*. Her er det stor enighet på tvers av befolkningsgruppene, unntatt blant de yngste som noe mer uenige.
- Flertallet er også enige i påstanden om at det ikke er aktuelt å gi støtte til klimatiltak i utlandet. Hele 43 prosent av de over 50 er helt enige i dette, mens kun 19 prosent av de under 35 år svarer det samme.

På spørsmålet om hvordan man vurderer bønders behov for støtte gjennom crowdfunding, spriker også svarene. En liten andel (3%) mener det er et 'alt for stort' behov. 18 prosent mener det er et stort behov. Flertallet legger seg på et middels nivå, mens en stor andel (34%) sier de ikke vet nok til å vurdere behovet. Her er det også betydelige aldersforskjeller. Flere under 35 år sier at det er et stort behov (37%), mens bare 14 prosent av de over 50 svarer det samme. Hele 13 prosent av de over 50 år svarer 'det er ikke et behov'. Det er derimot en stor andel av de over 35 år som svarer at de ikke vet hva slags behov crowdfunding kan dekke.

- Et viktig utgangspunkt for konseptet vi her har undersøkt, er hvilke holdninger den gjennomsnittlige nordmannen har til viktigheten av å kutte utslipp generelt, og fra landbrukssektoren spesielt. Vi ser fra den siste forskningen på dette nasjonalt, at hele 67 prosent av befolkningen innrømmer å ha et ansvar for å redusere utslippene sine (Aasen et al., 2019). Samtidig svarer hele 71,5 prosent at politikerne har det største ansvaret for å kutte klimagassutslipp nasjonalt.
- I vår undersøkelse uttrykker 41 prosent av de spurte at de er enige i at det primært er regjeringens ansvar å redusere klimagassutslipp i landbruket.

- 47 prosent svarer at det er viktigere å få ned utslippene i andre sektorer enn i landbruket. Her er det relativt lite uenighet på tvers av alder og kjønn. 47 prosent sier at det primært er industrisektoren som må kutte utslipp, selv om omtrent en tredjedel er enige i at reisende også har et ansvar for å redusere klimautslipp.
- For videre forskning kan dette gi oss en pekepinn på at de fleste er enige i at de må kutte sine personlige utslipp på en eller annen måte, men de fleste mener at regjeringen og industrisektoren har et hovedansvar for å kutte utslipp.
- Hele 44 prosent svarer likevel at landbruket kan få et omdømmeproblem dersom de ikke tar klimaendringene på alvor.
- Det har også vært viktig å undersøke til hvilken grad folk krever at det blir vist til reelle utslippskutt for å være villige til å bidra til crowdfunding-kampanjer i landbruket. Vi ser at over halvparten av utvalget er enige i påstanden om at «crowdfunding av klimatiltak bare er aktuelt dersom det blir bevist reelle utslippskutt».
- Det er likevel interessant at omtrent en femtedel av de spurte oppgir at det er sannsynlig at de vil bidra til nye klimatiltak som ikke er testet ut i stor skala, selv om man ikke vet nøyaktige hvor stor fordelene vil være for klima. De yngre skiller seg ut ved å ha en høyere villighet for å bidra til denne typen klimatiltak (hele 40%).
- Her kan det også være verdt å merke seg at hele 42 % svarer at dyrevelferd og/eller miljøvern er viktigere enn klima når man vurderer å støtte tiltak i landbruket. Dette kan indikere at klimaformål ikke nødvendigvis er den eneste, ei heller den drivende motivasjonen til å bidra med gjennom crowdfunding i landbruket.

Det er også tydelige forskjeller mellom de yngre og de eldre når det kommer til holdninger til landbruket og klimaendringer. Det er flere unge som mener det er en viktig oppgave for landbruket å kutte drivhusgasser. Det er også betydelige flere av de over 50 år som mener at norsk landbruk har en viktig rolle i forhold til kulturlandskap, kultur og tradisjoner.

- Det kan også se ut til at det at folkefinansierte klimatiltak finner sted på gårdsbruk i nærmiljøet virker å være viktig for ca. halve befolkningen. Omtrent 50 prosent rapporterer at det er viktig for dem at bidraget går til lokal gårdsdrift og omtrent 8 prosent flere ønsker å gi økonomiske bidrag til lokale klimatiltak over nasjonale eller internasjonale.
- Dette kan igjen indikere at det er andre faktorer enn et ønske om å bekjempe klimaendringer som driver motivasjonen din til å bidra i denne typen kampanjer.
- Det vil være interessant for fremtidige studier å se på om hvilke motivasjon som spiller inn, varierer på tvers av crowdfunding-modeller, i tråd med tidligere forskning på crowdfunding (se Peeters (2019) for en oppsummering).

4. Konklusjoner for betalingsvillighet og videre forskning

For det første, er det tydelig at nordmenn flest fremdeles i liten grad har kunnskap om eller erfaringer med folkefinansiering. Det er også klart at det kan kreve mer kunnskap blant befolkningen og større medieoppmerksomhet for å bedre forstå hva klimatiltak i landbruket kan innebære. For det tredje, oppleves det som lite viktig for flertallet at tiltakene må være lokale, og ikke nasjonale eller internasjonale. Og til sist viser vår undersøkelse at forståelsen for hva klimagassutslipp fra landbruket betyr og hva det omfatter, er begrenset i befolkningen. Vår undersøkelse antyder at folkefinansiering av klimatiltak i landbruket står foran betydelige utfordringer, ettersom få Nordmenn er kjent med crowdfunding som finansieringsmodell. Befolkningen har god kjennskap til solcellepaneler som et klimatiltak, men virker å ha lite kunnskap om de mest virkningsfulle tiltakene (slepespreder, biogass og biokull). Det vil være avgjørende å benytte disse innsiktene i kampanjenes markedsføringsstrategi, ettersom formuleringen av den forventede gevinsten ved kampanjen ser ut til å spille en stor rolle for hvordan befolkningen vurderer behovet for finansiering via crowdfunding.

På tross av disse forbeholdene, viser vår undersøkelse at:

- Solcellepaneler og biogassanlegg er de klimateknologiene som er klart mest populære, og derfor har høyest betalingsvillighet (182 kr) blant de forskjellige befolkningsgruppene undersøkt.
- Generelt kommer biokull svakest ut (140,5 kr). Stripespreder med slepeslange kommer også relativt sett veldig dårlig ut (142 kr), og spesielt blant aldersgruppen 35 – 49 år (105 kr).
- Den yngre befolkningsgruppen er klart mer positive til crowdfunding og mulighetene som ligger i å folkefinansiere klimatiltak. Også menn viser en noe mer positiv holdning til crowdfunding, og rapporterer å kjenne bedre til begrepet enn kvinner.
- Donasjon er den klart mest populære modellen, men spesielt blant menn og de yngre kan andelskapital også være en interessant modell. Det kan også være interessant å få hente produkter på en gård i sitt nærområde, som en begrenset belønning.
- Spesielt to holdninger til folkefinansiering av klimatiltak i landbruket peker i samme retning blant folk flest som blant bøndene: 1) Det blir mer attraktivt å støtte en kampanje hvis flere bønder samler inn penger sammen for felles klimatiltak. 2) Dersom myndighetene går inn og finansierer deler av tiltaket, blir det også mer attraktivt å folkefinansiere det.
- Solcellepaneler kan dermed peke seg ut som den klimateknologien med størst etterspørsel, og blir favorisert både av befolkningen og bøndene selv (Otte et al., 2019). Derimot er også solcellepaneler den teknologien med de minst sikre utslippsreduksjonene, avhengige av strømmiksen på det enkelte gårdsbruk. Dette tiltaket vil heller ikke kunne bokføres i jordbrukets klimagassregnskap eller telle i måloppnåelsen i klimaavtalen til landbruket.

- Også stripespreder med slepeslange utpekte seg som populær blant gårdbrukere, men denne undersøkelsen viser at befolkningen for øvrig enda ikke er overbevist om fordelene ved denne teknologien.

Kilder:

Aasen, M. Klemetsen, M. Ursin Reed, R. & Vatn, A. (2019) Folk og klima: Nordmenns holdninger til klimaendringer, klimapolitikk og eget ansvar. Rapport 2019:20.

Kvakkestad, V., Refsgaard, K. & Berglann, H. (2011) Citizen and consumer attitudes to food and food production in Norway. NILF Discussion Papers; 2011-2.

<https://nibio.brage.unit.no/nibio-xmlui/handle/11250/2469382>

Mæhle, N., Kleppe I. A., Huijben, B. & Drozdova, N. (2017) Arbeidspakke 2.1: Erfaringer fra eksisterende folkefinansieringsplattformer. Sluttrapport.

Otte, P., Zahl-Thanem, A., Hansen, S., Mæhle, N. (2019) Norwegian Farmers' willingness to participate in a local climate crowdfunding program – results from a national survey

Peeters, I. (2019) Effekten av den geografiske avstanden mellom givere og mottakere i folkefinansieringskampanjer

Regjeringen (2019) Enighet om klimaavtale mellom regjeringen og jordbruket. Tilgang: 23.03.20. Hentet fra: <https://www.regjeringen.no/no/aktuelt/enighet-om-klimaavtale-mellom-regjeringen-og-jordbruket/id2661309/>

Shneor, R., Ziegler, T. (2019) Global status of crowdfunding: Insights from the Cambridge reports. Innlegg presentert ved Crowdfunding 2019 konferanse, Oslo.

Ziegler, T., Shneor, R., Garvey, K., Wenzlaff, K., Yerolemou, N., Rui, H., Zhang, B. (2018) Expanding Horizons: The 3rd European Alternative Finance Industry Report, Cambridge University Center for Alternative Finance, Cambridge, UK.