



Opinion:

MEDBESTEMMELSE MILLENIALS

BEFOLKNINGSSTUDIE GJENNOMFØRT FOR DOGA
JANUAR 2020

INNHold

OM UNDERSØKELSEN HOVEDFUNN

1	OPPFATNINGER OM MEDVIRKNING	6
2	HVILKE SAKSOMRÅDER ENGASJERER?	11
3	ARENAER FOR MEDVIRKNING	15
4	EFFEKT AV Å ENGASJERE SEG	18
5	BARRIERER OG FORVENTNINGER FREMOVER	22



OM UNDERSØKELSEN

Formål og gjennomføring

Opinion AS har på oppdrag for DOGA gjennomført en befolkningsstudie som kartlegger erfaringer og forventninger knyttet til medvirkning i befolkningen generelt, og i milleniumsgenerasjonen spesielt.

I desember 2019 ble det arrangert et folkemøte med ca. 40 deltakere i milleniumsgenerasjonen fra Oslo og omegn i Opinions lokaler i Oslo. Diskusjonstema på folkemøtet inkluderte områder/saker det er ønskelig på engasjere seg/medvirke på, fora for medvirkning, demokrati og netthets, samt erfaringer med å medvirke. Innspill fra folkemøtet har dels dannet grunnlag for spørsmål i en nasjonal befolkningsundersøkelse.

Undersøkelsen ble gjennomført i desember 2019 i et utvalg på totalt 1536 innbyggere fra 18 år, hvorav et landsrepresentativt utvalg på 1009 respondenter og et tilleggsutvalg med 527 millenials (25-38 år). Selve datainnsamlingen ble gjennomført elektronisk i Norstats befolkningspanel (panel.no). Dataene er vektet på kjønn, alder og geografi i tråd med den faktiske befolkningssammensetningen. Feilmarginer ved 1000 respondenter (n=1000) ligger innenfor $\pm 1,4$ og $\pm 3,1$ prosentpoeng.

Ansvarlige for undersøkelsen i Opinion AS er Ola Gaute Aas Askheim og Nora Clausen.

Utvalget og milleniumsgenerasjonen

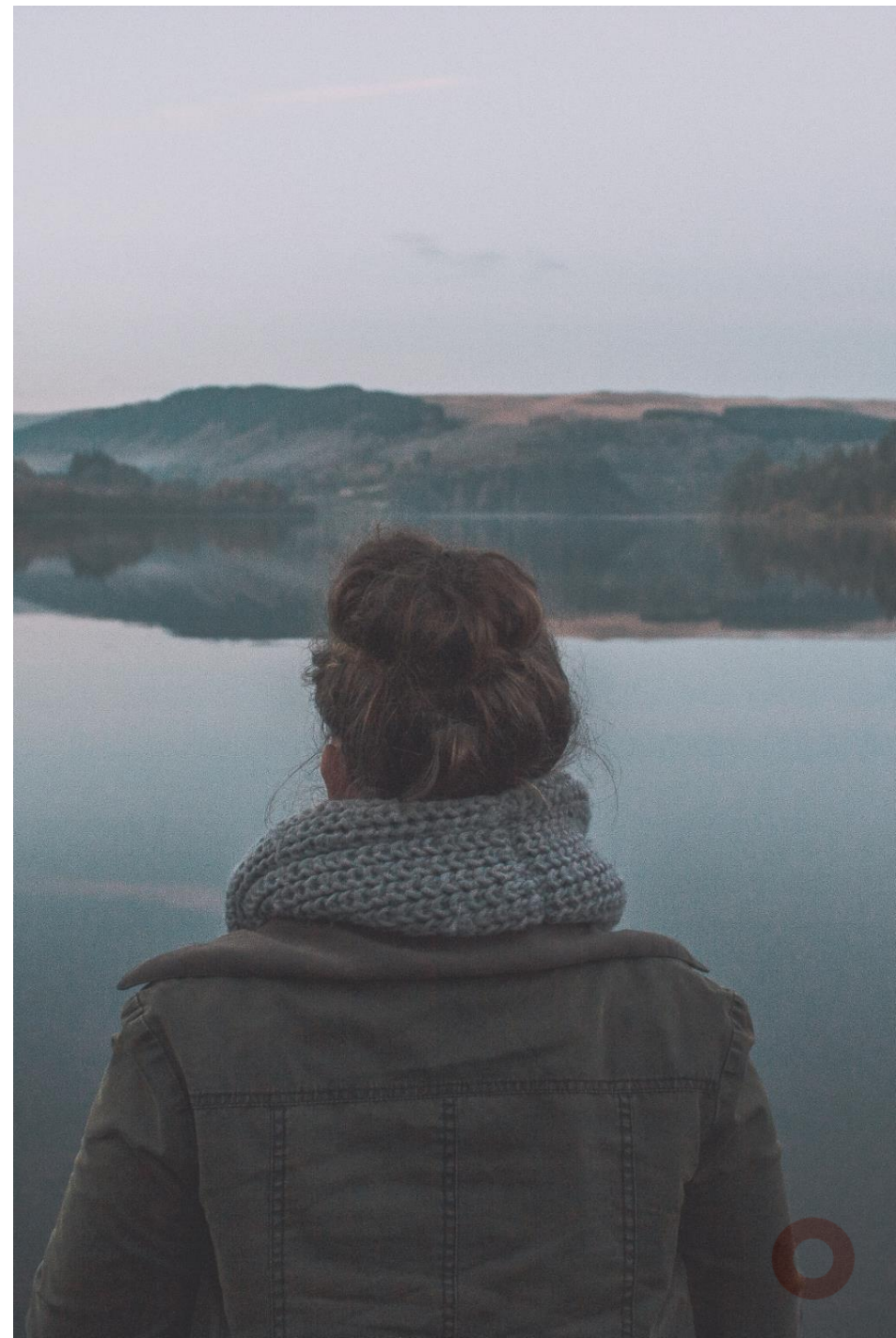
Begrepet millenials eller milleniumsgenerasjonen brukes om generasjonen født på begynnelsen av 1980-årene og til midten av 1990-årene, dvs. den generasjonen som var barn og ungdommer på slutten av 1990-årene og begynnelsen av 2000-tallet. Det fins litt ulike meninger om nøyaktig hvor grensen går mellom generasjonene, men som oftest defineres millenials som personer født mellom 1980 eller 1981 og 1996. I denne rapporten viser millenials til aldersgruppen fra 25 til og med 38 år. I tillegg omtales innimellom de som er yngre enn millenials kun som de yngre, og de som er eldre enn millenials kun som de eldre.

UTVALGET	Yngre enn millenials	Millenials	Eldre enn millenials
Alder	18-24 år	25-38 år	39-99 år
Antall (n=)	113	771	652



HOVEDFUNN

- Annenhver i milleniumsgenerasjonen mener medvirkning fører til bedre tjenestetilbud i kommunen. Kun 15 prosent er uenig i dette.
- Nesten to av tre millenials oppgir at de sjelden eller aldri blir spurt om hva de synes om tjenestetilbudet i kommunen (som er noe lavere enn befolkningen for øvrig)
- Millenials oppfatter i mindre grad enn andre at kommunen de bor i er flink til å involvere eller lytte til innbyggerne (kun 18 prosent av millenials opplever dette).
- Bare 7 prosent av millenials opplever at de i stor grad påvirker bostedet/lokalsamfunnet sitt, som er lavere enn befolkningen ellers
- Sakene som opptar millenials mest er hhv. barnehage/skole/utdanning, fulgt av kollektivtrafikk, helse og omsorg, samt natur/kultur/fritid. Vindkraft/vindmøller og vann/avløp engasjerer minst.
- Saksområdene flest millenials har forsøkt å påvirke siste året er innen miljø og klima, fulgt av samferdsel/bomringer. Færrest har forsøkt å påvirke sykkelveier, samt natur/kultur/fritid.
- De vanligste arenaene for involvering/deltagelse blant millenials er å diskutere med familie og venner og å innhente informasjon fra kommunen. Tjue prosent har kontaktet en politiker i kommunen siste året, noe dobbelt så mange av de som er eldre har gjort.
- Kun 3 av 10 millenials som engasjerer seg i lokalsamfunnet sitt opplever at det nytter, og enda færre at de blir hørt. Generelt er forventningene til å bli hørt eller få gjennomslag høyere blant de som ikke har engasjert seg, enn det erfaringen er, blant de som har engasjert seg.
- Den dominerende barrieren for å engasjere seg blant millenials, samt de som er eldre, er at det uansett ikke nytter. Like fullt tror millenials at de vil engasjere seg i større grad fremover.



RESULTATER

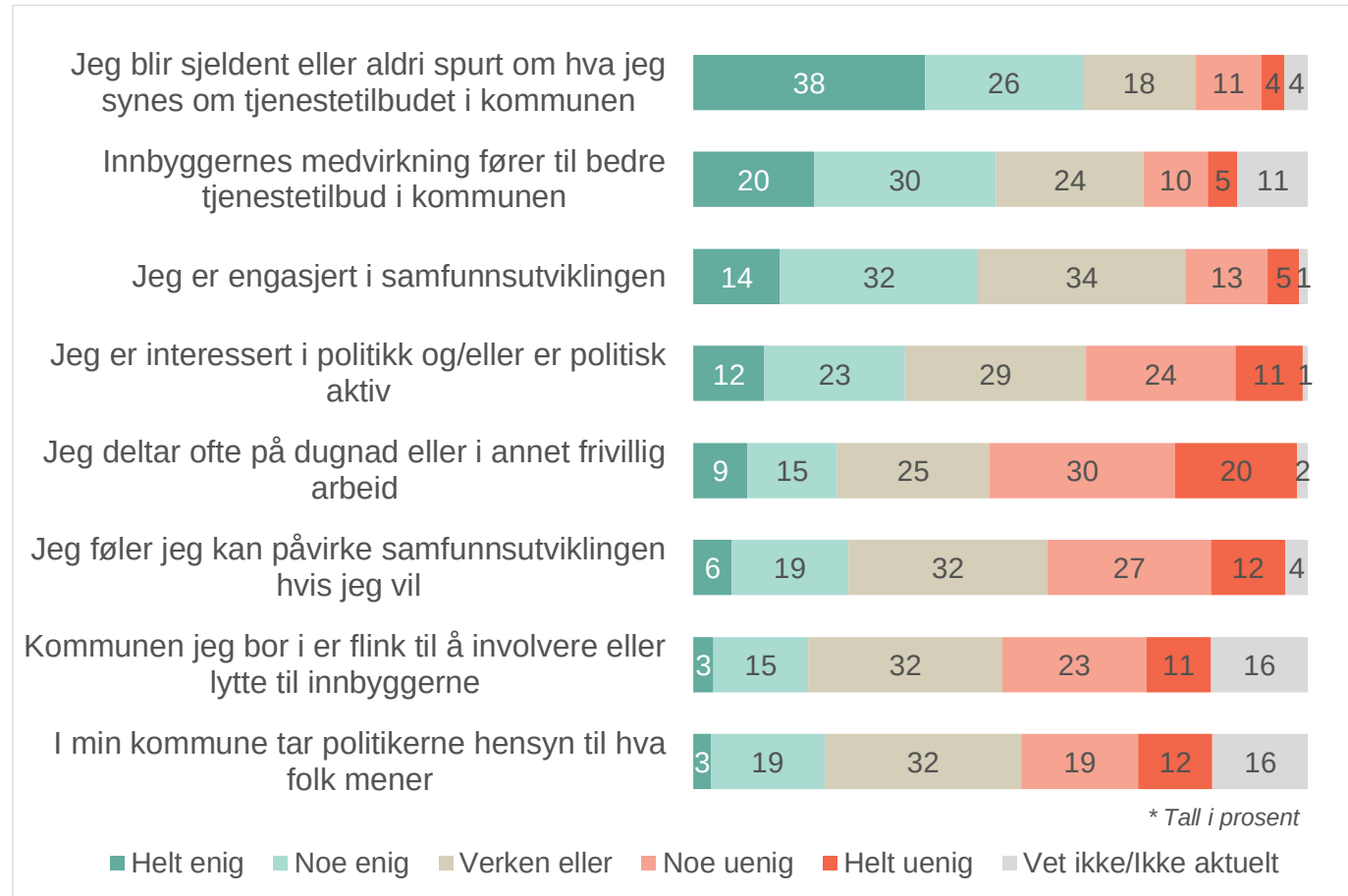


A photograph of a young man with a backpack and a man at a counter, overlaid with a semi-transparent orange rectangle containing white text. The young man on the left is wearing a black hoodie, a yellow backpack, and a white bicycle helmet. He is handing a small object to the man on the right, who is wearing a dark shirt and a watch. They are standing at a counter with a white box on it. The background is a bright, modern interior.

OPPFATNINGER OM MEDVIRKNING

ET KLART FLERTALL I BEFOLKNINGEN MENER
AT **INNBYGGERNES MEDVIRKNING FØRER**
TIL BEDRE TJENESTETILBUD I KOMMUNEN.
KUN 15 PROSENT ER UENIG I DETTE.

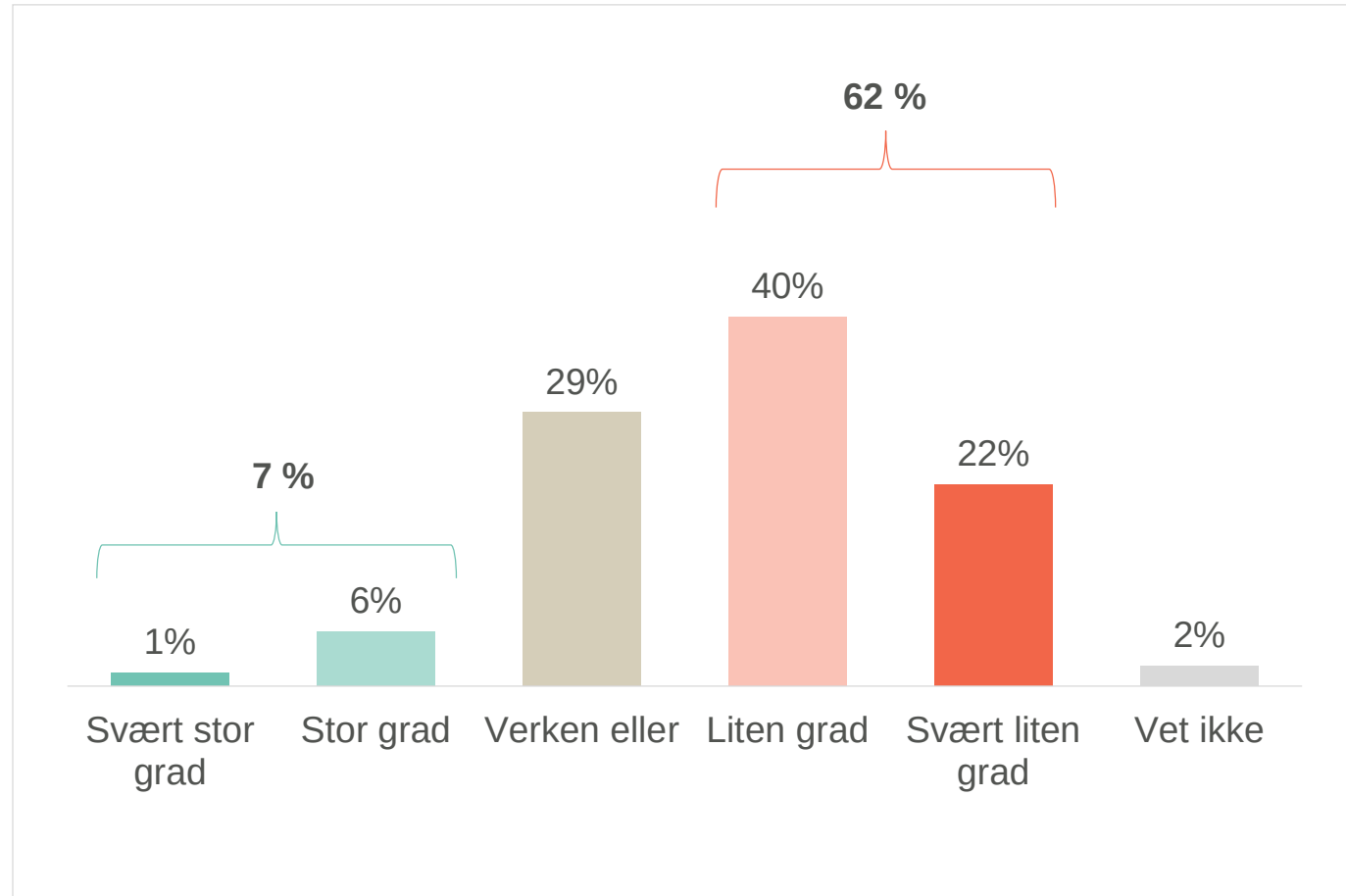
Oppfatninger om medvirkning



Hvor enig eller uenig er du i følgende påstander? (n=771, millennials)

- Nesten to av tre millennials føler at de sjelden eller aldri blir spurt til råds om tjenestetilbudet i kommunen (64 prosent av millennials oppgir dette, mot 68 prosent i resten av befolkningen, som er yngre eller eldre enn millennials).
- Annenhver i milleniumsgenerasjonen er enig i at medvirkningen fører til bedre tjenester (49 %). Kun 15 prosent er uenig. Generelt i befolkningen øker graden av enighet med alderen – fra 48 prosent blant de yngste, til 57 prosent blant de som er eldre enn millennials.
- Millennials oppfatter i mindre grad enn andre at kommunen de bor i er flink til å involvere eller lytte til innbyggerne. Kun 18 prosent av millennials oppgir dette, mot 32 prosent blant de som er yngre og 23 prosent blant de som er eldre enn millennials.

Kun 7 prosent opplever stor grad av påvirkning på bostedet

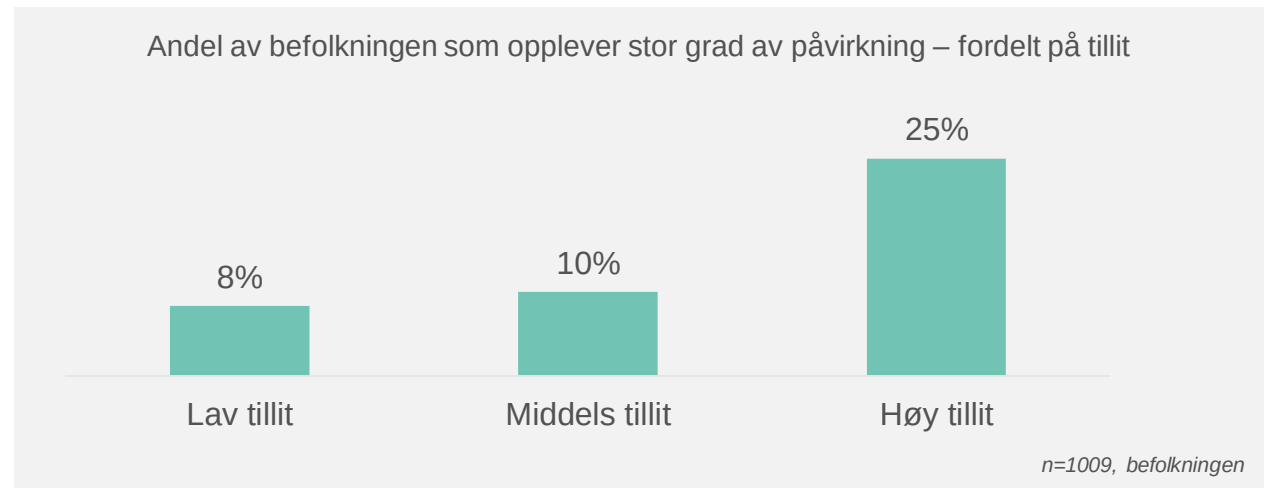


Totalt sett, i hvilken grad opplever du at du er med på å påvirke utviklingen av bostedet / lokalsamfunnet ditt?
(n=771, millennials)

- Milleniumsgenerasjonen opplever i mindre grad enn befolkningen generelt at de er med på å påvirke utviklingen av bostedet / lokalsamfunnet sitt.
- Kun 7 prosent av millennials opplever at de i stor grad påvirker lokalsamfunnet sitt, mot hhv. 11 prosent av de som yngre og 12 prosent av de som er eldre enn millennials.
- Det er kun små forskjeller knyttet til kjønn. Det er en tendens til at de som bor på små steder/landsbygda i større grad opplever at de påvirker sammenlignet med større steder.

Medvirkning og tillit

- Opplevelsen av å påvirke har også sammenheng med tillit*
- De som har høy tillit til andre mennesker opplever i større grad at de er med og påvirker, sammenlignet med de som har lav tillit til sine medmennesker.
- I befolkning som helhet opplever 25 prosent av de som har høy tillit at de er med og påvirker, mot 8 prosent av de som har lav tillit.



* **Målingen av tillit** er basert på et spørsmål om man stort sett synes andre er til å stole på, kombinert med et spørsmål om i hvilken grad man forventer rettferdig behandling av andre. Respondenten svarer på en skala fra 1 til 10 på begge spørsmålene. Gjennomsnittsskåren på disse to spørsmålene indikerer graden av mellommenneskelig tillit for den enkelte respondent, og hvor en gjennomsnittscore opp til 6 regnes som lav tillit, 7-8 regnes som middels og 9-10 regnes som høy.

A young girl with pigtails and a polka-dot backpack is holding hands with an adult, walking away on a wooden walkway. The scene is overlaid with a semi-transparent orange rectangle containing the text.

HVILKE SAKSOMRÅDER ENGASJERER?

Saker millenials er opptatt av og/eller ønsker å påvirke

Hvilke av følgende saks- eller samfunnsområder opptar deg og/eller ønsker du å kunne påvirke utviklingen av i lokalsamfunnet ditt? (n=771, millenials)



- Barnehage, skole og utdanning, samt kollektivtrafikk er de aller viktigste saksområdene for millenials. (I befolkningen totalt er derimot helse på klar førsteplass (55 %), fulgt av kollektivtrafikk (45 %)).
- Millenials er mindre opptatt av klima- og miljøraker sammenlignet med den yngre befolkningen (32 % av millenials mot 45 % av de yngste oppgir at de er opptatt av dette). Også eldre over 60 år oppgir i større grad enn millenials at de er opptatt av klima- og miljøraken.
- Samfunnsområdene som engasjerer millenials ranges litt ulikt av mannlige og kvinnelige millenials:

For eksempel barnehage, skole og utdanning scorer spesielt høy blant kvinner (62 %, mot 48 % blant menn), samt helse og omsorg (57 %, mot 41 % blant menn).

Eksempler på saker som mannlige millenials er mer opptatt av enn kvinner, er plan og bygg, og skatt og næring, hvor 34 % av menn sier de er opptatt av disse områdene, mens 20 % av kvinnene svarer det samme på begge områdene.

Saksområder som engasjerer: Millenials vs. befolkningen



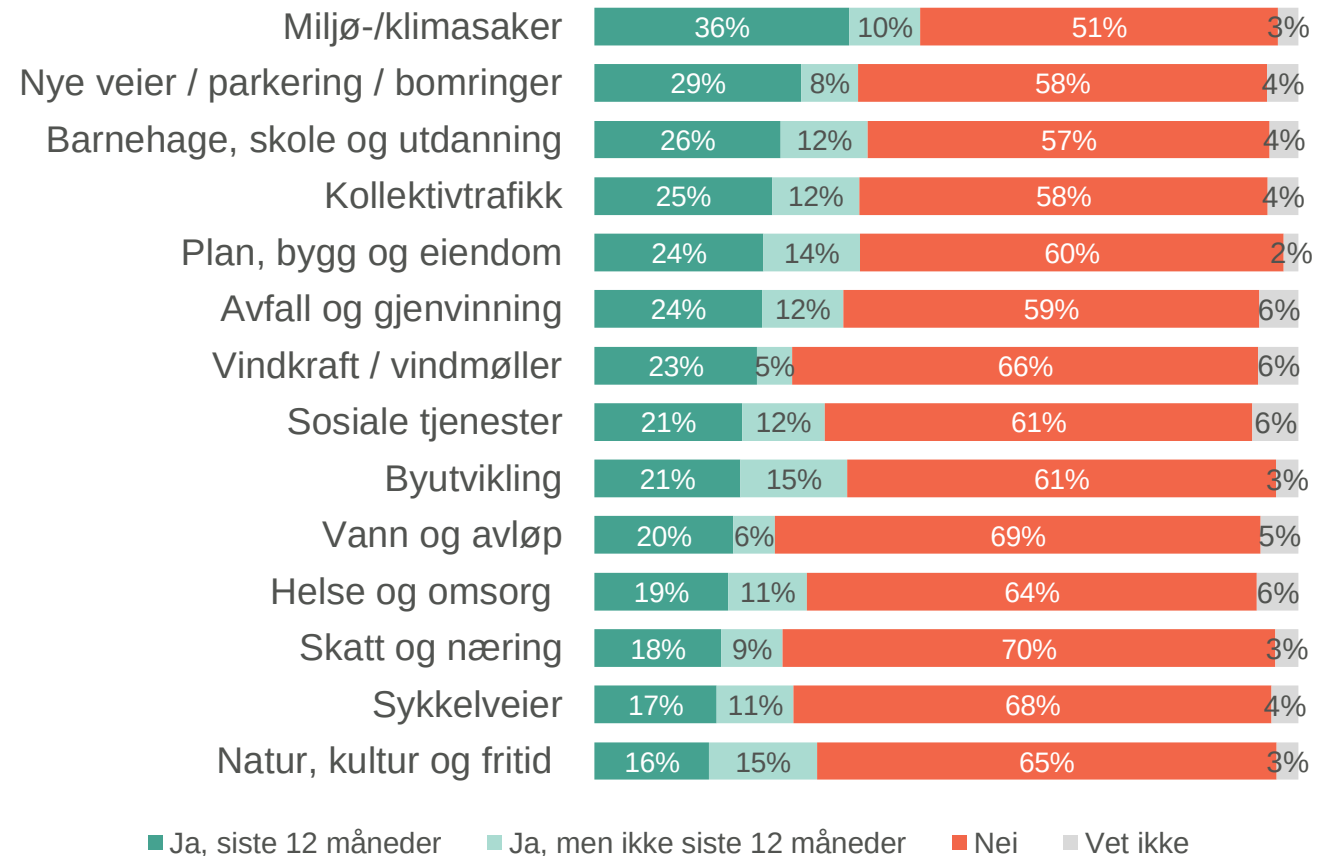
Avvik millenials vs. befolkningen generelt – i prosentpoeng	
Barnehage, skole og utdanning	+14 %
Kollektivtrafikk	+6 %
Helse og omsorg	-6 %
Natur, kultur og fritid	+5 %
Nye veier / parkering / bomringer	-6 %
Byutvikling	+4 %
Miljø-/klimasaker	-2 %
Sosiale tjenester	-2 %
Plan, bygg og eiendom	-2 %
Skatt og næring	+5 %
Avfall og gjenvinning	-2 %
Sykkelveier	+1 %
Vindkraft / vindmøller	-4 %
Vann og avløp	-2 %

Hvilke av følgende saks- eller samfunnsområder opptar deg og/eller ønsker du å kunne påvirke utviklingen av i lokalsamfunnet ditt? (n=771 / 1009)



Hvilke saker de har forsøkt å påvirke?

- Miljø/klima og samferdsel/bompenger er samfunnsområdene flest millenials har forsøkt å påvirke det siste året
- Likevel har millenials i mindre grad forsøkt å påvirke miljø-/klimasaker sammenlignet med både de som er yngre og eldre. (46 % av millenials har gjort dette sist 12 måneder eller tidligere – mot 51% av de som er yngre eller eldre enn millenials).
- Det er ingen forskjell mellom kjønn når det kommer til å påvirke miljø- og klimasaken, til tross for at kvinnelige millenials i større grad enn mannlige oppgir at de er opptatt av denne saken. (37 % av kvinner mot 28 % av menn oppga at de er opptatt av miljø/klimasaken, men de svarer i samme grad (36%) at de har forsøkt å påvirke dette området siste året).
- Vindkraft/vindmøller, samt vann og avløp «øker mest»/har vært særlig aktuelle tema å engasjere seg i siste året, i motsetning til tidligere.
- Skatt og næring er saksområdet flest millenials sier de «aldri» har forsøkt å påvirke (7 av 10 svarer nei).



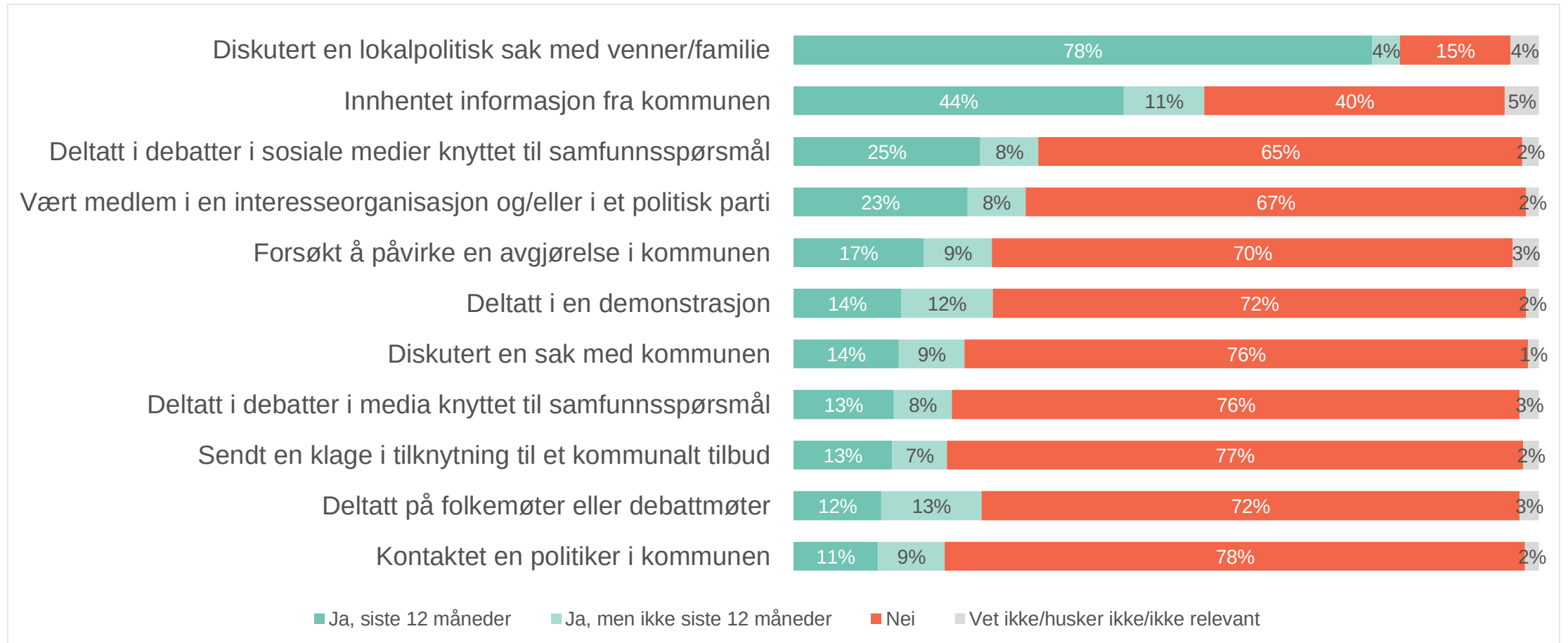
Har du forsøkt å påvirke følgende saks- eller samfunnsområder?
(n=425, millenials; de som har oppgitt at de er opptatt av disse saksområdene)



A photograph of three people sitting at a long wooden table in a modern office or cafe. They are all facing away from the camera, looking out a large window. The person on the left is a woman with dark hair in a bun, wearing a light-colored sweater and a skirt, sitting on a metal stool. The person in the middle is a man wearing a plaid shirt, also on a metal stool. The person on the right is a woman with blonde hair, wearing a grey sweater, sitting on a metal stool. They are all working on laptops. The window shows a city street with buildings and trees. The image has a warm, orange-toned overlay.

ARENAER FOR MEDVIRKNING

Hvordan deltar de?



Har du i løpet av siste 12 månedene eller tidligere gjort noe av følgende? (n=771, millenials)



- Den vanligste formen for involvering er å diskutere saker med familie og venner og å innhente informasjon.
 - 81 prosent av millenials har siste år eller tidligere diskutert lokalpolitiske saker. Dette er på samme nivå som de som er yngre (83 prosent), mens de som er eldre svarer dette i større grad (89 prosent).
 - Det å innhente informasjon fra kommunen øker med alderen, hvor 50 prosent av de yngste har gjort dette noen gang, mot 55 prosent av millenials og hele 73 prosent blant de som er eldre enn millenials.
- Kun 20 prosent av millenials oppgir å ha kontaktet en politiker i kommunen. Dette er omtrent på samme nivå som de som er yngre enn dem (18 %), men klart mindre enn de som er eldre (38 %).

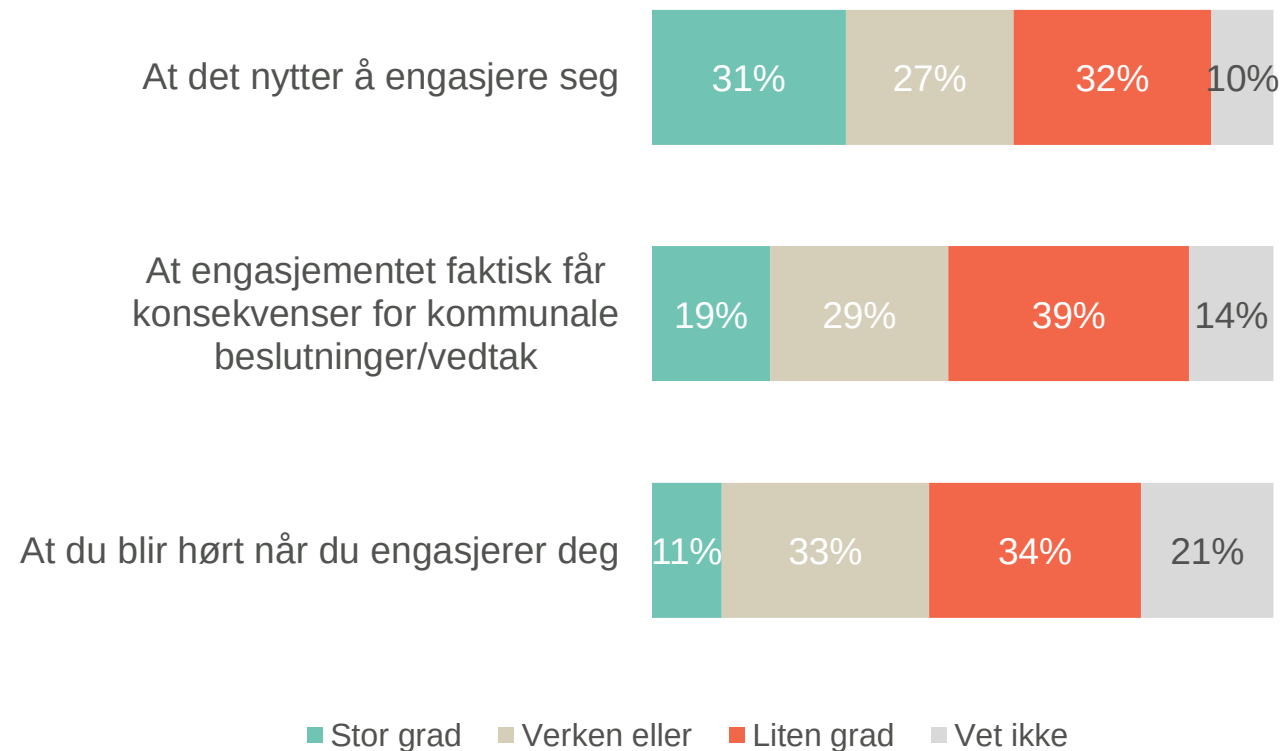




EFFEKT AV Å ENGASJERE SEG

Erfaring med medvirkning

I hvilken grad opplever du følgende når du engasjerer deg i lokalsamfunnet ditt?



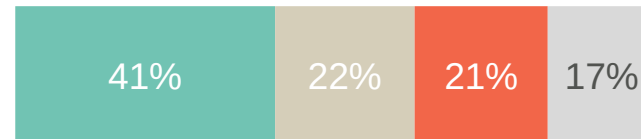
(n=674; de som har engasjert seg i en eller flere av saksområdene som ble listet opp)

- Ingen av disse positive effektene av å engasjere seg i lokalsamfunnet rapporteres i større grad av millenials enn av øvrige aldersgrupper.
- Nytter det? Millenials og de eldste svarer dette i litt mindre grad enn de yngste (31, mot 36 prosent)
- Får det konsekvenser? Millenials og de yngste svarer dette i litt mindre grad enn eldste (19, mot 23 prosent)
- Blir man hørt? Millenials svarer dette i mindre grad enn både de yngste og de eldste (11 prosent blant millenials, mot hhv. 17 og 15 prosent)

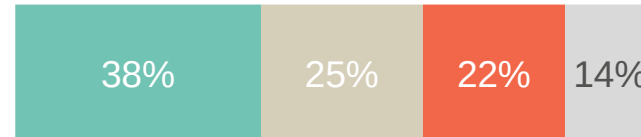
Forventning til medvirkning

I hvilken grad forventer du følgende dersom du engasjerer deg i lokalsamfunnet ditt? (n=97)

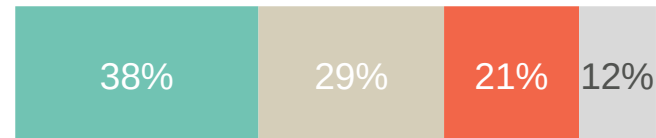
At det nytter å engasjere seg



At engasjementet faktisk får konsekvenser for kommunale beslutninger/vedtak



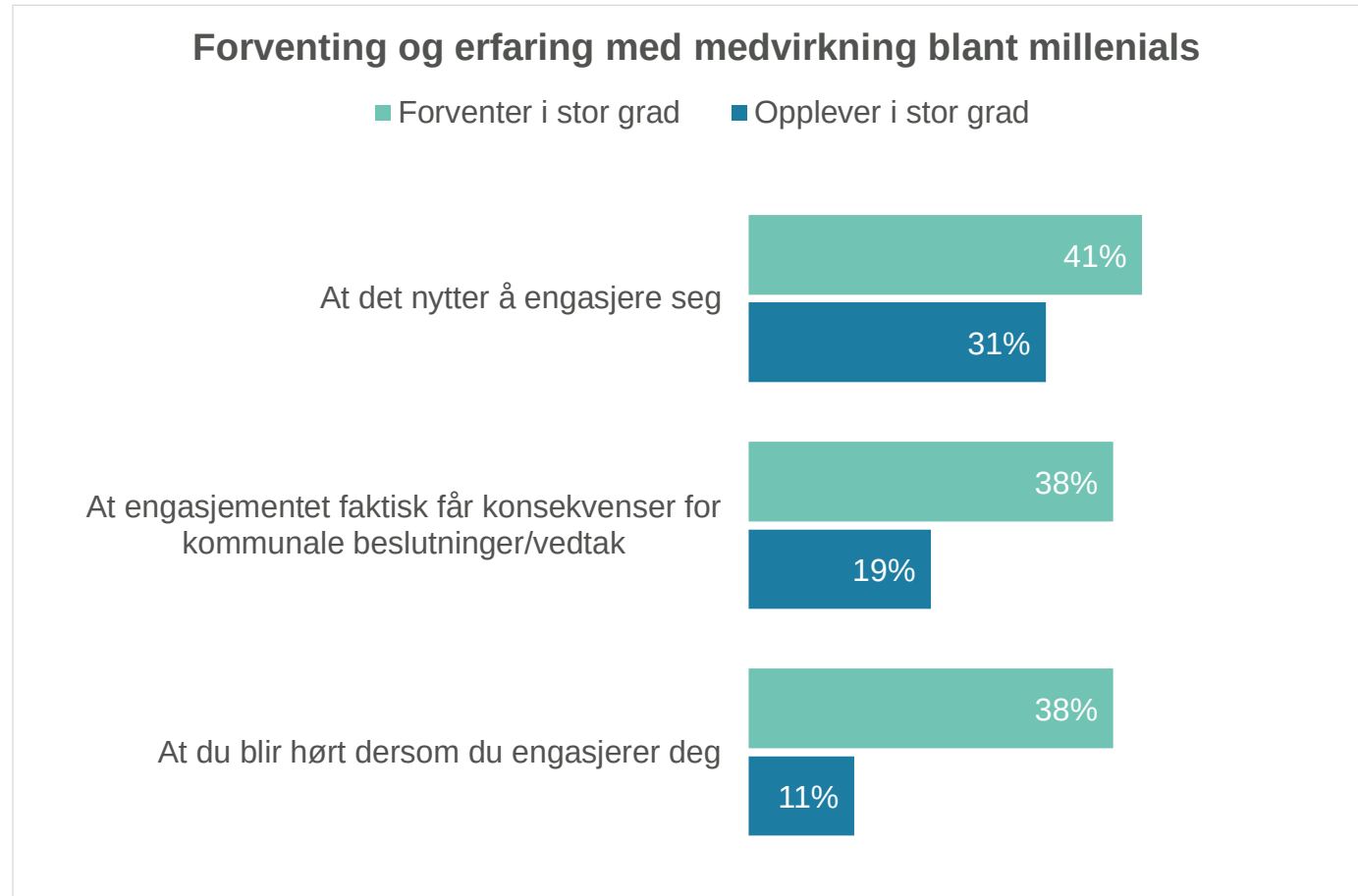
At du blir hørt dersom du engasjerer deg



■ Stor grad ■ Verken eller ■ Liten grad ■ Vet ikke

- Forventninger til effekt av medvirkning blant de som **ikke** har involvert seg

Sammenstilt: Forventning til og erfaringer med medvirkning



- Forventningene til å bli hørt er høyere enn erfaringen kunne tilsi
- For eksempel forventer 4 av 10 at det nytter å engasjere seg mot 3 av 10 som har erfart det.





BARRIERER OG FORVENTNINGER FREMOVER

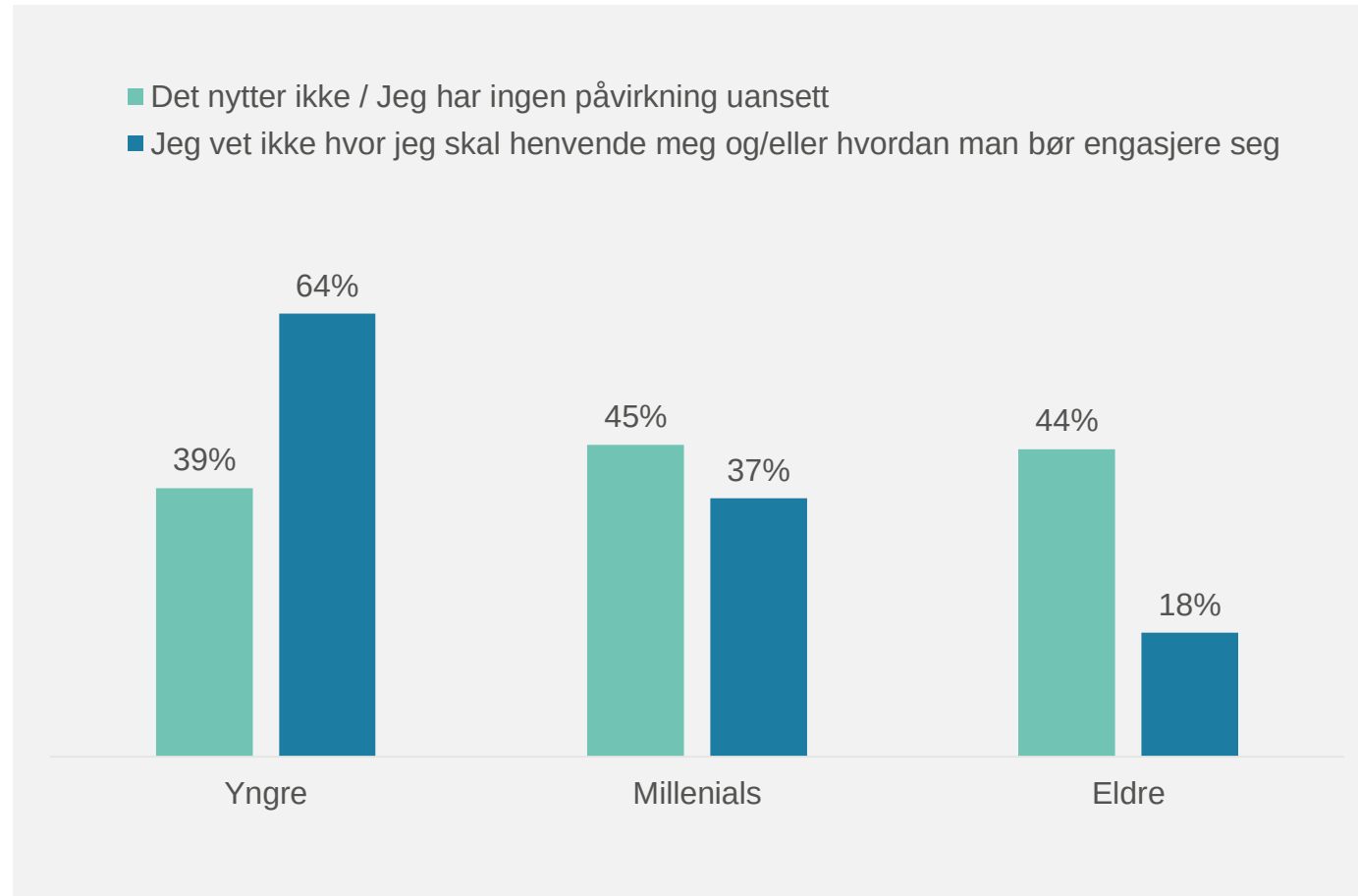
Barrierer / grunner til at man opplever liten grad av medvirkning



Du svarte tidligere i undersøkelsen at du i liten grad opplever du at du er med på å påvirke utviklingen av bostedet / lokalsamfunnet ditt. Hva er de viktigste grunnene til dette? (n= 472)



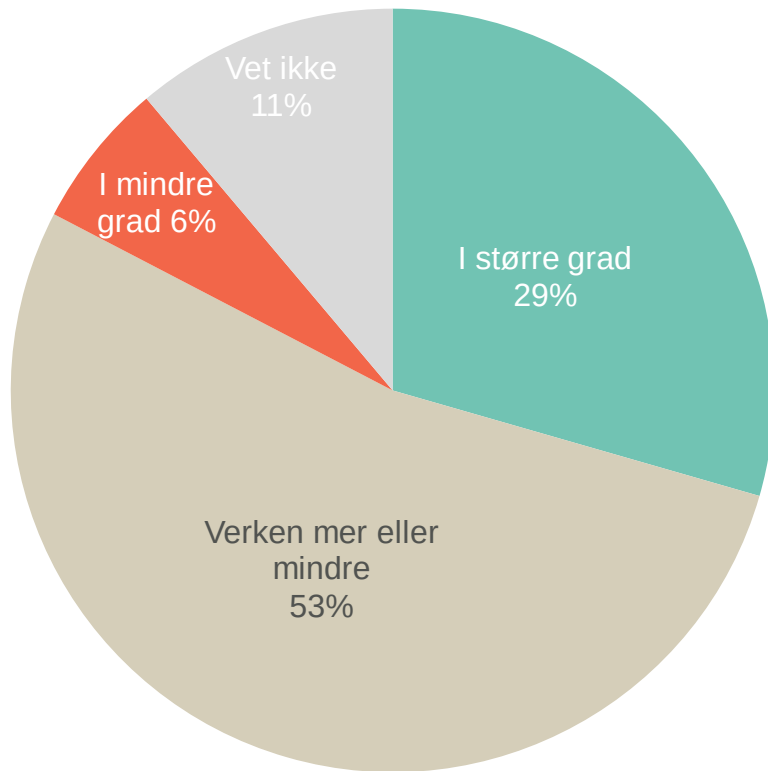
Ulike barrierer dominerer generasjonene



- Den dominerende barrieren blant millenials, samt eldre er at «det ikke nytter / har ingen påvirkning uansett»
- Blant de yngre er kunnskapsbehov den største barrieren. Det er en klar sammenheng mellom barrieren om hvor man skal henvende seg og alder, hvor hele 64 prosent av de yngre oppgir dette, mot bare 18 prosent av de som er eldre enn millenials.

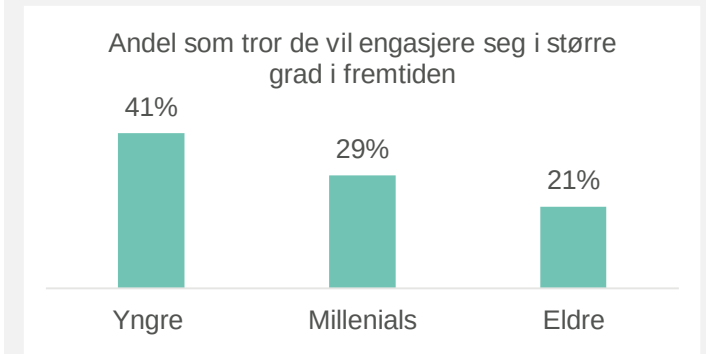


Tror på større engasjement og påvirkningskraft fremover



Tror du at du fremover i større eller mindre grad enn i dag, kommer til å engasjere deg og/eller påvirke utviklingen av bostedet / lokalsamfunnet ditt? (n=771)

- Alle grupper tror de vil engasjere seg i større, fremfor mindre, grad fremover
- Jo yngre man er, desto mer tror man at man vil engasjere seg i fremtiden.



- Blant millenials ser vi ingen forskjell på kjønn på dette området.



Opinion AS | Vulkan 16 | 0178 OSLO



Opinion:

www.opinion.no

hei@opinion.no

[@opinionoslo](https://twitter.com/opinionoslo)