



Naturskyddsföreningen

Vad vill partierna i den lokala miljöpolitiken?

Guide för att ta fram en lokal partienkät

Innehåll

Inledning	2
Varför ska vi göra en lokal partienkät?	3
Hur får vi koll på miljöpolitiken i kommunen?	3
Vad ska vi tänka på när vi tar fram en enkät?	4
Hur får vi svar på enkäten?	5
Hur når vi ut med valenkäten?	6
Inspireras av lokala exempel	9

Inledning

Kriserna för klimatet och naturen är tillsammans med spridningen av miljögifter akuta samhällsutmaningar. I den snabba omställning som krävs för att begränsa konsekvenserna och bygga ett hållbart samhälle spelar kommunerna en avgörande roll. De har stora möjligheter att påverka som myndighet, verksamhetsutövare, markägare och upphandlare.

Miljöfrågor engagerar svenska medborgare. I en undersökning från SOM-institutet från 2024 anger närmare sju av tio svenskar att de är intresserade av miljöfrågor och åtta av tio att de vill se satsningar på ett miljövänligt samhälle. Enligt samma undersökning uttrycker 82 procent av svenskar att de är mycket eller ganska oroliga för klimatförändringar. Ännu fler oroar sig för miljöförstoring, hela 86 procent. Nästan alla som oroar sig vill göra något åt saken: 75 procent vill satsa mer på ett miljövänligt samhälle¹. Novus kartlägger regelbundet vilka politiska frågor som svenskarna anser vara viktigast Omkring en tredjedel av väljarna anser att klimat respektive miljö tillhör de viktigaste politiska frågorna.²

På kommunal och regional nivå är bredden av frågor som konkurrerar om medias och väljarnas uppmärksamhet något mindre än på riksplanet och det kan finnas goda möjligheter att lyfta miljöfrågor. Här spelar Naturskyddsföreningens kretsar och andra lokala aktörer en central roll. Naturskyddsföreningen har mycket hög trovärdighet hos allmänheten³ och har därför goda förutsättningar att både nå ut till väljare och påverka partierna.

I omkring 40 år har föreningen inför riksdagsval granskat riksdagspartiernas miljöpolitiska agerande och ambitioner, bland annat genom en enkät där partierna får redogöra för vilka av föreningens förslag de ställer sig bakom. På lokal nivå gör många kretsar motsvarande enkäter inför kommunala val. Inför valet 2022 genomfördes minst 63 lokala enkäter.

Denna guide riktar sig till alla som genom en lokal partienkät vill sätta miljöfrågor högre upp på den politiska dagordningen inför val till region och kommun.

Varför ska vi göra en lokal partienkät?

Att påverka, granska och utkräva ansvar av makthavare är en central del av Naturskyddsföreningens arbete. Det finns många olika sätt att bedriva politisk påverkan inför val. Ett sätt är att göra en lokal partienkät. Det har flera fördelar.

- **Sätta press på partierna.** Miljöfrågor är viktiga för väljare och många partier är måna om att kunna uppvisa en god miljöpolitik. En enkät kan hjälpa till att öka partiernas miljöpolitiska ambitioner.
- **Guida väljare.** Idag pratar de flesta partier om miljöfrågor och det kan vara svårt för väljare att se tydliga skillnader mellan partier. En enkät kan underlätta genom att ge en bild av partiernas ambitionsnivå och förtydliga deras positioner i olika miljöfrågor.
- **Underlag för kommunikation.** Resultatet från en enkät kan ge många möjligheter att nå ut, i till exempel traditionella eller sociala medier. Det går att kommunicera både kring det samlade resultatet och kring enskilda frågor.
- **Ansvarsutkrävande.** Partiernas enkätsvar är värdefulla för påverkansarbete och ansvarsutkrävande efter valet.
- **Konkret och avgränsad insats.** Att genomföra en lokal partienkät kräver arbete, men insatsen är möjligt även för ideella krafter. Det kan bli ett konkret, roligt och meningsfullt uppdrag för en mindre grupp under en avgränsad tid.

Hur får vi koll på miljöpolitiken i kommunen?

Utgångsläget för miljöarbetet är unikt för var och en av Sveriges 290 kommuner och 21 regioner. För att utforma en relevant lokal partienkät behöver du och din krets ha en hyfsat uppdaterad bild av

¹ SOM-institutet Göteborgs universitet. Miljö- och klimatopinion i Sverige 2024 - SOM-rapport nr 2025:31 (2025).

² Novus. Viktigaste politiska frågan. novus.se/valjarforstaelse-arkiv/kategori/viktigaste-politiska-fragan/

³ I Förtroendebarmetern 2025 svarade 54 procent att de har mycket eller ganska stort förtroende för Naturskyddsföreningen: <https://medieakademin.se/fortroendebarmetern/>

kommunens eller regionens aktuella utmaningar och politik på miljöområdet. Kanske har ni redan den kollen genom det löpande arbetet, annars behöver ni börja i den änden. Några guidande frågeställningar:

- **Hur ser löften och planer ut?** Leta information i kommunens/regionens styrdokument som berör miljö. Det kan vara till exempel handlingsplaner, miljöplaner eller miljöprogram. Vad har kommunen/regionen redan beslutat att de ska uppnå/göra? Levererar de på det?
- **Går miljöarbetet åt rätt håll?** Undersök om det finns uppföljningar av miljömål/indikatorer i kommunen som visar om miljöarbetet inom ett område går åt rätt håll, står still eller går åt fel håll.
- **Aktuella frågor?** Finns det frågor med miljökoppling som diskuteras mycket i till exempel media? Finns det projekt i kommunens plandokument som ännu inte är beslutade som berör miljö där det finns ett engagemang bland medborgare?
- **Finns det luckor i kommunens miljöarbete?** Finns det områden där kommunen presterar dåligt eller inte alls? Det finns en rad granskningar och statistik som visar hur kommuner ligger till. Se faktaruta.

Hur ligger din kommun till?

Det finns flera olika rankingar av kommuner som berör miljö på olika sätt. Det kan vara värdefullt att få grepp om hur långt den egna kommunen kommit jämfört med andra. Här hittar du några tips på statistik, rankingar och annan miljöinformation på kommunnivå.

- **Sveriges kommuner och regioner, SKR.** Statistikdatabasen Kolada samlar indikatorer per kommun för uppföljning av Sveriges miljömål och Agenda 2030. <https://kolada.se/?focus=16808>
- **Konsumtionskompassen, SEI.** Visar de konsumtionsbaserade utsläppen per kommun. Data kan också brytas ner i mindre områden. <https://konsumtionskompassen.se/>
- **Sveriges Miljöbästa kommun.** Aktuell hållbarhet gör en årlig miljöranking av Sveriges kommuner. Genom den kan du ta reda på hur din kommun ligger till i en rad olika miljö- och klimatfrågor. <https://kommunrankning.miljobarometern.se/>
- **Klimatkommunerna.** En förening för kommuner och regioner som jobbar aktivt med lokalt klimatarbete. Det är ett gott tecken om kommunen är medlem då det visar på en högre ambitionsnivå i klimatfrågan. <https://klimatkommunerna.se/>
- **Sveriges EKO-kommuner.** Ett nätverk som samlar ett hundratal av Sveriges kommuner och sex regioner. De samlar statistik som anger gröna nyckeltal i syfte att följa och jämföra miljöutvecklingen inom ekokommunerna. www.sekom.se/
- **Sveriges Friluftskommun.** Naturvårdsverket gör årligen en enkätundersökning och poängsätter kommuners arbete med friluftsliv. Se statistik från 2025. www.naturvardsverket.se/amnesomraden/friluftsliv/sveriges-friluftskommun/

Vad ska vi tänka på när vi tar fram en enkät?

Sverige är ett avlångt land och det är stora skillnader mellan små orter, städer och storstäder och på olika näringar i olika delar av landet. Kommuner och regioner har också kommit olika långt i sitt miljöarbete. Dessa olika förutsättningar gör att en enkät behöver anpassas till den aktuella kommunen.

Det finns några grundläggande kriterier att ta hänsyn till vid urvalet av frågor:

- **Rådighet.** Beslutet i frågan måste vara i kommunens händer om ni vänder er till partierna på kommunal nivå. Samma krav på rådighet gäller givetvis i regioner. I en del fall kan också kommunens officiella ståndpunkt vara viktig, till exempel vid ett större infrastrukturprojekt där regeringen är högsta beslutade organ.
- **Tajming.** Förslaget måste vara relevant rent beslutsmässigt, det vill säga ett slutgiltigt beslut i frågan måste komma efter valet

- **Tydlighet.** Frågor ska utformas så att de kan besvaras med ja eller nej. Alternativet "vet ej" bör också finnas med, då det kan finnas frågor där partierna inte tagit ställning.

Utöver dessa finns det flera andra frågor som det kan vara bra att fundera över i formuleringen av enskilda förslag och sammansättningen av enkäten:

- **Bredd eller fokus.** Fundera först på om ni vill ta ett brett grepp om den lokala miljöpolitiken eller om ni vill fokusera på ett smalare område, som till exempel klimat eller biologisk mångfald.
- **Aktualitet.** Att inkludera frågor som är eller förväntas bli aktuella ökar enkätens relevans för både politiker, medier och väljare.
- **Sätt nya frågor på agendan.** Vilka frågor skulle ni vilja att kommunen/regionen tog sig an under nästa mandatperiod?
- **Konkretisera.** Det är bra att vara så konkret som möjligt. Om ett förslag saknar definierad tidpunkt för måluppfyllelse kan partierna svara ja samtidigt som de inte behöver ta ansvar för att driva frågan i närtid. Därför är det bra att specificera när något ska ske, till exempel att beslut ska fattas under mandatperioden. Om förslaget innebär att något ska öka eller minska, kan det vara bra att specificera en målnivå.
- **Balanserade krav.** Om ambitionen är att påverka partierna och synliggöra skillnader mellan partiernas miljöpolitik är det viktigt att balansera ambitionsnivån i de förslag som läggs fram. Ställs för låga krav kommer alla partier att svara ja på frågan. Men om ett förslag är väldigt långtgående kan det hända att alla svarar nej. I båda fallen missar ni möjligheten att visa på skillnader mellan partierna.
- **Vässa och gör urval.** Avsätt tid för att vässa formuleringarna i de förslag ni vill ta med i enkäten. Undvik vaga formuleringar som riskerar att tolkas olika. Tänk också på att inte göra enkäten för omfattande. Då blir det en högre tröskel för partierna att svara, mer jobb att sammanställa och svårare för väljarna att få överblick. Ett riktmärke kan vara ett tiotal frågor/förslag.
- **Partiernas egna prioriteringar.** Beroende på hur ni vill använda enkäten kan det också vara relevant att ställa några öppna frågor om vilka miljöproblem och lösningar som partierna ser som prioriterade under kommande mandatperiod.

Hur får vi svar på enkäten?

När enkäten är fastställd är det dags att skicka den till partierna. Några tips inför utskick:

- Mejla enkäten som ett bifogat Word-dokument. Det är sannolikt att det är flera personer involverade i att svara på enkäten hos partierna, därför kan det vara svårare med en webbaserad enkät.
- Sätt en tydlig deadline för svar. Ge partierna en rimlig svarstid, gärna minst en månad. Lägg in lite extra tid i planen för eventuell försening och behov av påminnelse.
- En naturlig avgränsning är att skicka enkäten till nu sittande partier i kommunfullmäktige/regionfullmäktige. Alternativt kan en procentgräns sättas utifrån föregående valresultat.
- Skicka ett mejl per parti och inkludera de personer du bedömer kan vara relevanta, till exempel politiker i relevanta nämner och politiskt sakkunniga på partiernas kanslier. Tydliggör att partierna ska lämna ett samordnat svar per parti.
- Skicka gärna enkäten från krets-/kanslimejl eller någon med e-postadress från Naturskyddsföreningen för att öka trovärdigheten hos er som avsändare.

När ni fått svar från partierna, gå igenom dessa för att se om partiernas svar verkar överensstämma med deras kommentarer. Om det finns svar där partiets kryss och kommentar (om ni lämnat möjlighet för sådana) inte hänger ihop och ni läser det som ett "ja, men nej" kan det vara bra att återkoppla till partierna för att reda ut vad de faktiskt tycker. Då kan ni be dem att antingen uppdatera kryss eller kommentar så att de är sammanhängande.

Hur når vi ut med valenkäten?

När enkäten är sammanställd är det dags för det viktigaste steget – att nå ut med resultatet till väljare. Redan innan ni tar fram enkäten kan ni fundera kring målgrupper och hur ni vill nå ut.

För att välja rätt sätt att nå ut med resultatet är det viktigt att först definiera vilken **målgrupp** ni vill nå. Genom att vända er till en bredare allmänhet har ni möjlighet att få ett större genomslag för valenkäten. Grupper som har ett miljö-/klimatintresse eller natur-/friluftintresse kan vara särskilt relevanta att nå. Här är Naturskyddsföreningens medlemmar och Fältbiologerna⁴ givna målgrupper.

När ni bestämt er för vilka grupper ni särskilt vill nå kan ni fundera över **vilken/vilka kanaler** som är lämpliga för att nå dessa. För att ge struktur åt planeringen kan det vara bra att göra en enkel **kommunikationsplan** där ni anger vilken typ av insats, målgrupp, tidpunkt, ansvariga och andra saker som är viktiga att komma ihåg.

Media. Att nå ut med enkätresultatet i lokalmedia är det mest effektiva sättet att nå ut brett. Det kan göras på olika sätt:

Nyheter: Journalister är alltid på jakt efter nyheter och en lokal partienkät utgör bra stoff för en sådan. Det kan till exempel leda till en nyhetsartikel där resultatet presenteras och där ni och/eller företrädare för partierna intervjuas. Förbered ett pressmeddelande där ni sammanfattar resultatet och lyfter fram ett par särskilt intressanta frågor. Kanske visar svaren på en överraskande majoritet i en fråga? Eller på bristande ambitioner i en fråga som engagerar väljare? Ring gärna en utvald lokal/regional redaktion för att erbjuda dem enkäten exklusivt, som de kan göra en egen nyhet på, innan ni skickar ut pressmeddelandet. Om de vill ha nyheten exklusivt, då gäller att de får komma ut med sin nyhet innan pressmeddelandet går ut. Skicka sedan pressmeddelandet via e-post (om ni inte har ett pressutskickssystem) till de övriga lokala redaktionerna.

Debattartikel. Även för debattartiklar är nyhetsvärdet avgörande för publicering. Om ni inte får någon journalist på kroken kan ni testa att komma in på debattsidorna i någon av de lokala tidningarna. Det är bra att vara ute i god tid då redaktioner kan behöva ett par veckors framförhållning för publicering, särskilt inför ett val då många vill synas. Var beredda på att få en eller flera repliker på debattartikeln.

⁴ Fältbiologerna är Naturskyddsföreningens ungdomsorganisation och vänder sig till personer upp till 26 år.

Ni får göra en slutreplik då och den ska vanligtvis skickas in inom senast en vecka, hör med debattredaktionen vad som gäller.

Pressträff/politikerdebatt. Det kan vara en idé också att prova idén att kalla in till en lokal pressträff där resultatet presenteras och ni kan för att göra det ännu mer spännande bjuda in några politiker som kommenterar resultatet, eller andra kommentatorerna. För att fylla ut lokalen kan det vara bra att bjuda in fler än bara media, bjud in era medlemmar t.ex. Alternativt att t o m bjuda in till en debatt mellan lokalpolitiker om resultatet, det kan vara av intresse för lokalmedia och ökar chansen till att de kommer och rapporterar om frågan.

Annons. Om budgeten tillåter är det också möjligt att sätta in en annons i den lokala tidningen. En annons kan beställas för papperstidningen och/eller den digitala tidningen.

Kortare rapport. En överskådlig rapport utifrån partiernas svar på partienkäten kan utgöra ett utmärkt pressmaterial för journalister. Det är också intressant för de särskilt intresserade väljarna. Rapporten kan även bli en bra återkoppling till partierna och ge dem en överblick kring hur de andra partierna ställer sig i olika frågor.

Hemsida. På kretsens/länsförbundets hemsida kan ni samla all relevant information kopplad till valenkäten, som till exempel en sammanfattande artikel, en rapport eller bilagor med partiernas fullständiga svar. Den kan fungera som ett nav dit ni kan länka från till exempel sociala medier och nyhetsbrev.

Sociala medier. Om kretsen/länsförbundet har en Facebook-sida eller ett Instagram-konto är det utmärkt kanal för att sprida resultatet av valenkäten. Att dela enkätresultatet i lokala grupper på Facebook kan också vara ett effektivt sätt att få spridning. Sociala medier är särskilt anpassade för att visa bilder, därför är det bra att kunna kommunicera (delar av) resultatet genom en bild, ett diagram, statistik eller en enskild fråga från er enkät.

Annonsering sociala medier. Med en annons i sociala medier kan ni öka räckvidden för era inlägg. Här går det även att rikta sig mot en särskilt intressant eller viktig målgrupp som ni identifiera. Sedan oktober 2025 har EU infört nya regler kring politisk annonsering för att öka transparensen och motverka desinformation. Detta har tolkats på olika sätt av de digitala plattformarna och lett till att Meta (Facebook, Instagram etc) och Google inte längre tillåter politisk annonsering inom EU. Fundera kring hur ni ska anpassa er annonsering mot de nya reglerna.

Rörlig media. Video är idag en självklar del av nästan alla sociala medieplattformar. Skillnaderna ligger främst i hur långa klipp som tillåts och vilka format som fungerar bäst. YouTube, Facebook, Instagram och TikTok är exempel där video är ett vanligt inslag.

Fundera på syftet innan du skapar din film. Ska du dela ett inspelat webinarium, en kort kommentar eller en instruktion? Utgå alltid från din målgrupp och anpassa innehållet efter både dem och den plattform du valt. Se till att filma med god bildkvalitet och använd gärna mikrofon för att få ett klart och tydligt ljud. Det gör stor skillnad för helhetsintrycket.

Nyhetsbrev. Om ni vill nå Naturskyddsföreningens medlemmar i kretsen med resultatet kan medlemsansvarig i kretsar och länsförbund skicka nyhetsbrev till de medlemmar som uppgivit sin e-postadress. Nyhetsbrevet kan länka till hemsidan för fördjupad information.

Programblad/tidning. Flera kretsar har ett fysiskt programblad/lokal medlemstidning som skickas till medlemmar. Om det är möjligt, praktiskt och tidsmässigt, att inkludera resultatet av valenkäten så är det ett säkert sätt att nå alla medlemmar i kretsen.

Flygblad. En upptryckt sammanfattning av valenkätens resultat kan vara användbart om det finns planer på fysiska arrangemang inför valet, till exempel partidebatt, klimatstrejk eller utdelning vid entrén till ett populärt natur- och friluftsområde.

Affisch. Om det finns affischeringsmöjligheter i kommunen kan resultatet av enkäten presenteras på en tryckt affisch. På den fysiska affischen går det också att lägga en så kallad QR-kod som länkar till webbmaterial om er granskning.

Oavsett kanal och form så behöver resultatet paketeras på ett överskådligt sätt. Några generella tips är att använda partiernas egna loggor i sammanställningen av enkäten för att ge en stark igenkänning för respektive parti. Koda gärna svaren genom färger för ökad tydlighet. Om alla ja-svar är det miljömässigt fördelaktiga svaret kan ja-svar presenteras i grönt och nej-svar i rött.

En möjlig tidsplan

Här får du några förslag på hållpunkter i utformningen av en lokal partienkät, från förarbete till spridning av en färdig valenkät. Den här planen är gjord utifrån en tänkt spridning av resultatet en månad innan valet. Det kan också vara strategiskt att kunna sprida resultatet tidigare än så för att hinna få bästa möjliga genomslag. Då behöver tidsplanen justeras.

1. Omvärldsbevakning

Den här förberedande fasen kan vara bra att påbörja i god tid, gärna redan under hösten året innan valet. Men den kan också göras mer koncentrerat.

Tidsperiod: oktober - januari

2. Förberedelser och ta fram enkätförslag

Omvärldsbevakningen kan ge uppslag som sedan ska bearbetas till förslag på enkätfrågor, därefter prioritering och beslut om en färdig enkät.

Tidsperiod: februari-mars

3. Utskick av valenkät till partierna

Det är säkrast att skicka ut enkäten till partierna i god tid innan sommaren, då det kan vara svårt att få svar under semestertider. Partierna bör få minst en månad på sig att svara.

Tidsperiod: april

4. Gör en kommunikationsplan

Medan ni väntar på att enkätsvaren kan ni börja planera för hur ni vill sprida resultatet av enkäten. Vilka vill ni nå? Hur ska den paketeras? Vilka kanaler vill ni använda? Planen kan sedan anpassas utifrån resultatet.

Tidsperiod: april-maj

5. Bearbetning av svar och paketering

Efter att enkätsvaren kommit in görs en genomgång för att se om det är något svar som behöver följas upp. Därefter paketeras resultatet enligt den plan ni gjort.

Tidsperiod: maj-juni

6. Spridning av valenkät

Valenkäten bör spridas minst en månad före valet, som äger rum den 11 september 2022. Finns en kommunikationsplan redo att sjasättas inför spridningen så ökar möjligheten att nå ut och snabbt sprida valenkäten till allmänhet och medlemmar.

Tidsperiod: juni/augusti - valdagen

Inspireras av lokala exempel

Nedan återfinns några exempel från kretsar och länsförbund inom Naturskyddsföreningen som gjorde lokala partienkäter och aktiviteter för att nå ut med resultatet inför valet 2022.

Naturskyddsföreningen i Alvesta

- Partierna i Alvesta fick svara på kretsens förslag och berätta hur [Partiernas miljöpolitik i Avesta – Avesta Naturskyddsförening](#)

Naturskyddsföreningen i Falun

- Partiernas enkätsvar och kretsens analys och värdering av svaren publicerades på kretsens [hemsida](#).
- En [debattartikel](#) i samband med granskningsläppet publicerades i Dalademokraten.

Naturskyddsföreningen i Karlskoga

- Karlskoga Naturskyddsförening skickade tillsammans med Karlskoga klimätverk ut sex frågor om hur de ställer sig och hur de arbetar med aktuella miljöfrågor. Svaren publicerades i sammanställning på [hemsidan](#).

Åre Naturskyddsförening

- Åre Naturskyddsförening frågade sina medlemmar och allmänheten om vilka frågor de tyckte var viktiga inför valet, och använde deras svar som underlag för enkäten. Resultatet av enkäten publicerades på [hemsidan](#).

Ölands Naturskyddsförening

- Resultat av enkäten publicerades på [hemsidan](#)
- En debattartikel publicerades i [Ölandsbladet](#) i samband med detta.

Naturskyddsföreningen i Umeå med omnejd

- Enkätsvar och analys publicerades på [hemsidan](#).

Naturskyddsföreningen i Stockholm (länsförbundet)

- Enkätsvar inför regionvalet publicerades på länsförbundets [hemsida](#).