Konsument verket • KO



Rapport 2019:1

Stimulera hållbar konsumtion

En processguide för utvärdering av beteendeinsatser

2019:1 Stimulera hållbar konsumtion

Konsumentverket 2019

Ansvarig handläggare: Maria Nyqvist

Förord

Konsumentverket har av regeringen fått uppdraget att bygga upp och tillhandahålla ett forum för samhällsaktörer som arbetar med miljömässigt hållbar konsumtion. Forumet samlar myndigheter, länsstyrelser, kommuner, landsting/regioner, akademi, civilsamhället, näringsliv och bransch- och intresseorganisationer av olika slag. Målet är att tillsammans skapa bättre förutsättningar för miljömässigt hållbar konsumtion och göra miljömässigt hållbart till standard för kommande generationer.

Forumet vill stimulera aktörer att genomföra beteendeinsatser som bidrar till mer hållbara livsstilar. I arbetet med att förändra beteenden är det viktigt att kunna mäta effekten av olika insatser för att kunna utvärdera vad som har gått bra men samtidigt analysera vad som gått mindre bra. Att utvärdera beteendeinsatser för hållbar konsumtion kan vara både svårt och resurskrävande. För att underlätta arbetet har vi tagit fram en processguide som ska ge stöd inför, under och efter en beteendeinsats och vad man ska tänka på i de olika faserna. Detta för att få till en så lyckad och resurseffektiv satsning som möjligt. Processguiden innehåller systematisk vägledning och följer även genomförandet av ett fiktivt projekt.

Processguiden är skriven av Yrsa Dahlman, Chalmers Tekniska Högskola och David Andersson, Göteborgs Universitet. Den beskriver ett beteendeprojekts olika faser: vid projektstart, under projektet, i slutet av projektet och efter projektavslut. Den framhåller på olika sätt utmaningar och tips på vad som är viktigt att tänka på under projektets gång.

Guidens sammanfattning belyser bland annat vikten av att planera utvärderingen väl från start, sätta rimliga mål och framförallt se utvärderingen som en extra möjlighet att se och förstå projektets resultat.

De definitioner och slutsatser som förs fram i guiden är författarnas egna.

Vi hoppas att processguiden ska komma till nytta i ert arbete mot mer hållbara livsstilar.

Karlstad, februari 2019

Malin Lindquist Skogar,
enhetschef hållbarhetsenheten, Konsumentverket.

Sammanfattning

Den här rapporten riktar sig till dig som är projektledare och arbetar med beteendeinsatser för hållbar konsumtion och det syftar till att guida dig i arbetet med utvärdering av ditt projekt.

Väldigt kortfattat innebär utvärderingsarbetet att du:

- jämför dina resultat med fastställda mål
- jämför dina egna resultat med andras resultat från liknande projekt
- försöker hitta förklaringar till förändringarna

Som projektledare kan du stärka ditt projekt, och minska din arbetsbörda, genom att redan i startskedet av ditt projekt planera för dess utvärdering. Det är i startskedet du behöver lära känna ditt projekt och göra relevanta nollmätningar för att senare kunna uppskatta projektets effekt.

När det gäller projekt som syftar till beteendeförändringar finns ofta ett gap mellan gjorda insatser och de önskade effektmålen. Denna guide föreslår därför att du bryter ner beteendeförändringsprocessen i bitar och utvärderar dessa var och en för sig. På så sätt kan du förstå om ditt projekt har varit framgångsrikt i termer av att målgruppen har *närmat sig* en beteendeförändring, även om projektet inte nått hela vägen till sina huvudmål. Om ditt projekt inte gått som tänk har du då också goda förutsättningar för att kunna förstå var/varför det har gått snett. Har du lagt en bra grund i startskedet blir utvärderingen relativt enkel att genomföra, samtidigt som ditt projekt blir tydligare strukturerat, lättare och roligare att arbeta med och får bättre förutsättningar att nå de mål som satts.

Väldigt kortfattat är det viktigt att du kommer ihåg att:

- planera din utvärdering väl - låt utvärdering och projektutformning stärka varandra!
- sätta rimliga mål - för luddiga eller alltför ambitiösa mål försvårar utvärderingen!
- utvärderingen ger dig extra möjlighet att se och förstå ditt projekts resultat - ha roligt!

Slutligen uppmanar vi dig som projektledare att tillgängliggöra din utvärdering för andra när ditt projekt är avslutat. När du utvärderar resultatet av ditt eget projekt lägger du nämligen grunden för kommande projekt, både dina egna och andras - så låt dessa vila på den kunskap du nått.

Om rapporten

Denna processguide är framtagen av Yrsa Dahlman och David Andersson på beställning av Konsumentverket.

Yrsa Dahlman har en masterexamen i Industriell Ekologi från Chalmers Tekniska Högskola. Hon har riktat in sina studier på hållbara omställningar av samhället och på miljöpsykologi som förklaring till, och redskap för att hantera, bromsklossar för hållbara beteenden. Idag arbetar Yrsa på Chalmers med planeringen av en kampanj för hållbar konsumtion.

David Andersson disputerade 2016 vid Chalmers, på en avhandling om hållbar konsumtion, och gör idag sin post-doc på Miljöpsykologiska enheten på Psykologiska institutionen vid Göteborgs Universitet. Han har publicerat forskning kring hur feedback och normaktivering kan används för energibesparingsåtgärder och utvecklat webbtjänsten www.svalna.se som hjälper individer att se växthusgasutsläpp från sin konsumtion. Davids forskning stöds av forskningsprogrammet *Mistra - Sustainable Consumption from niche to mainstream* som också har finansierat hans arbete med denna processguide.

Innehållsförteckning

Förord 3

Sammanfattning 4

Om rapporten 5

1 Inledning 7

2 Bakgrund 8

2.1 Ramverk för beteendeförändring 8

2.2 Metoder för utvärdering 8

2.3 Integrering av ramverk och metod 9

3 Processguide i fyra faser 10

3.1 Fas 1: Vid projektstart 12

3.1.1 Beskriv uppdrag, syfte och mål 12

3.1.2 Bakgrundsfaktorer 13

3.1.3 Erbjudna tjänster och alternativ 13

3.1.5 Mål och indikatorer för analysnivåer 15

3.1.6 Metoder för datainsamling 17

3.2 Fas 2: Under projektets gång 18

3.2.1 Uppföljning och Utvärdering under projektets gång 18

3.4 Fas 3: I slutet av projektet 20

3.4.1 Uppföljning och utvärdering när projektet genomförts 20

3.6 Fas 4: Efter projektet 21

3.6.1 Lära av utvärderingen 21

4 Referenser 23

1 Inledning

Att utvärdera beteendeinsatser för hållbar konsumtion kan vara svårt och resurskrävande. Ofta tvingas du som projektledare prioritera ned utvärderingen, för att inte dra medel från projektet, och du blir istället tvungen att slänga ihop den i slutskedet av projektet. Den här vägledningen handlar om att du, som projektledare, genom att planera för utvärdering från projektets start kan få dubbel vinst! Utvärderingen blir enklare att genomföra, men viktigare, ditt projekt kommer att gynnas då utvärderingen tvingar dig att ta itu med viktiga frågor från start så att projektet blir tydligare strukturerat, lättare och roligare att arbeta med och ges bättre förutsättningar att nå de mål som ställts upp. Istället för att se utvärderingen som ett nödvändigt ont bör arbetet med utvärderingar av beteendeinsatser ses som en viktig och värdefull del av projektet att ha med från start.

Låt oss börja med att tänka på när du ska bedöma effekten av ditt projekt, det vill säga uppskatta skillnaden mellan det scenario där ditt projekt har ägt rum och ett scenario där ditt projekt inte har ägt rum. Du kan göra jämförelsen på olika sätt: undersöka projektets målgrupp före och efter projektet, eller efter projektet jämföra målgruppen med en motsvarande grupp som inte har påverkats av projektet. Poängen här är att oavsett hur du gör så behöver du tidigt ha undersökt projektets målgrupp och bakgrundsfaktorer för att kunna göra en effektuppskattning i slutet av projektet.

Den här processguiden riktar sig till dig som är projektledare och arbetar med beteendeinsatser för hållbar konsumtion. Den presenterar, steg för steg, hur du kan inkorporera arbete med utvärdering kontinuerligt i ditt projekt och på så vis stärka både utvärderingen och hela projektet. Parallellt med att guiden presenteras, kommer du få följa ett fiktivt projekt där en lokal reparationsverkstad öppnas för att minska konsumtionen av hemelektronik och heminredning.

Vidare föreslår guiden hur beteendeförändringar kan utvärderas: nämligen att beteendeförändringsprocessen kan brytas ned i bitar som utvärderas var och en för sig. Den stora fördelen med detta angreppssätt är att vi då kan förstå hur ett projekt har varit framgångsrikt i termer av att målgruppen har *närmat sig* en beteendeförändring, även om projektet inte nått hela vägen till sina huvudmål. Även detta kommer att exemplifieras med hjälp av det fiktiva reparationsverkstad-projektet.

Slutligen bör det betonas att utvärderingar inte bara ska ses som ett test om ett genomfört projekt har lyckats, utan även som ett tillskott till en gemensam kunskapsbank som bidrar till att framtida projekt ges möjlighet att lyckas bättre. Forskningen inom fältet kan också dra nytta av möjligheten att ta del av flera olika gedigna utvärderingar för att på så vis analysera vilka komponenter som kan vara viktiga för att lyckas. Tillsammans kan vi komma framåt så mycket snabbare än om varje projektledare slipper uppfinna hjulet.

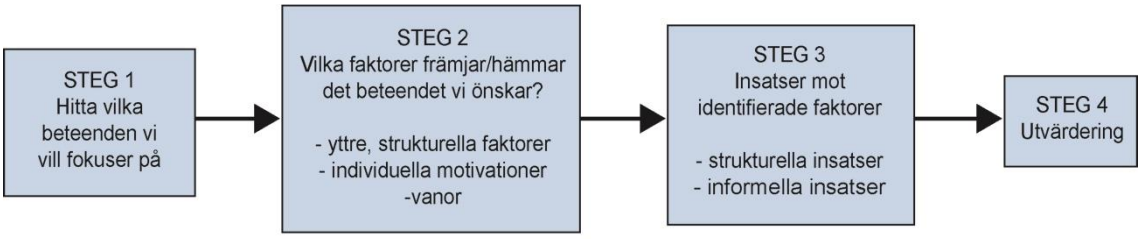
2 Bakgrund

Då vi har ett stort behov av att utvärdera beteendeinsatser är det fördelaktigt att ha en guide för hur du som projektledare kan tänka kring detta arbete. Det här avsnittet går igenom ett ramverk för projektutformning och en metod för utvärdering och visar hur de kan kombineras. Du som "bara" vill använda den processguide som utvecklas i den här rapporten kan hoppa till nästa kapitel.

Låt oss titta på vad vi i huvudsak behöver tänka på vid utformning av beteendeinsatser och samtidigt undersöka hur vi från projektstart kan planera för utvärdering. Det blir då tydligt hur utvärderingsarbetet kan samköras med själva projektutformningen, så att dessa stärker varandra istället för att konkurrera om projektets resurser.

2.1 Ramverk för beteendeförändring

Ett generellt ramverk för arbete med miljörelaterade beteendeförändringar har presenterats av Steg & Vlek (2009) (se figur 1). Ramverket är uppdelat i fyra steg och syftet med steg 1 är att hitta vilket (eller vilka) beteenden som är i fokus. Här analyseras om ett beteende har negativ påverkan på miljön, om en förändring av beteendet är genomförbar, samt om en förändring av beteendet kan förväntas bli accepterad. I steg 2 gäller det att förstå vilka faktorer som främjar, och vilka faktorer som hämmar, det önskvärda beteendet. Här bör såväl yttre faktorer som individuella motivationer och vanebeteenden inkluderas. I steg 3 riktas insatser mot de relevanta faktorer som ligger bakom det oönskade beteendet. Det 4:e steget i ramverket utgörs av en systematisk utvärdering av insatsens konsekvenser (Steg & Vlek, 2009).

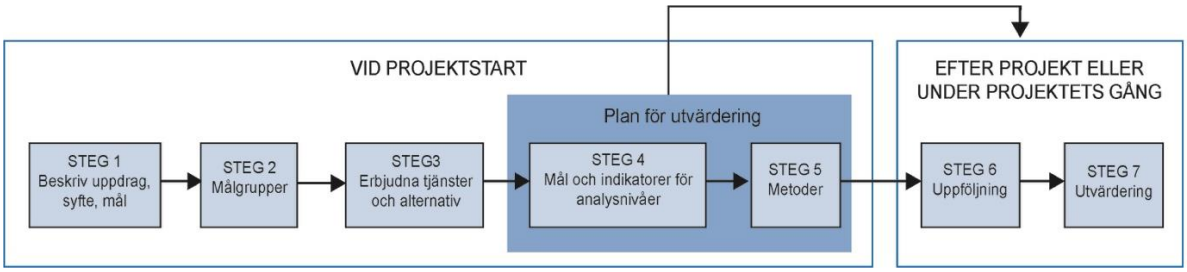


Figur 1: Ramverk för beteendeförändring (Steg & Vlek, 2009)

Ett kompletterande ramverk för beteendeförändring har presenterats av McKenzie-Mohr & Schultz (2014). Detta ramverk påminner till stor del om det ovan beskrivna, med tillägget att utvärderingen bör ske i flera steg: pilottester av de valda beteendeinsatserna bör utföras och utvärderas innan projektet genomförs, och utvärderas, i stor skala (McKenzie-Mohr & Schultz, 2014).

2.2 Metoder för utvärdering

En systematisk metod för planering, uppföljning och utvärdering har presenterats i form av Trafikverkets verktyg MaxSumo. Denna metod utvecklades i projektet *MAX - Framgångsrika kampanjer för medvetet resande och Mobility Management strategier* och är utformad för mobilitetsprojekt, men dess struktur kan med fördel appliceras på andra typer av beteendeinsatser. Exempelvis har MaxSumo- strukturen använts i framtagandet av Energimyndighetens PLUS (PLanering, Utvärdering och Styrning, ett system för utvärdering), som behandlar utvärderingar av energi- och klimatrådgivning.

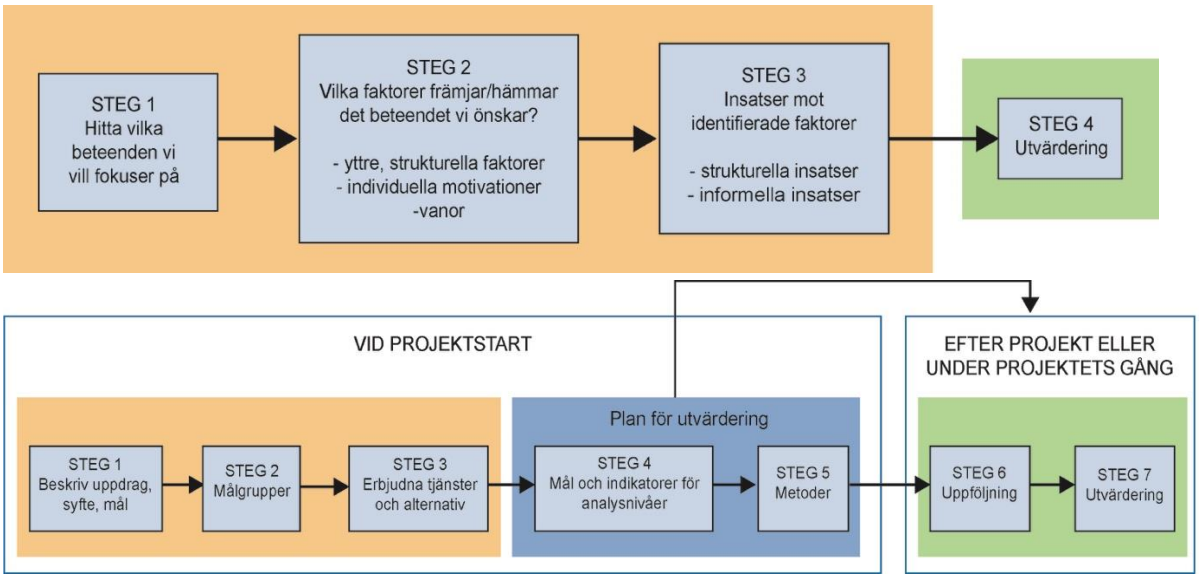


Figur 2: Trafikverkets MaxSumo-modell: systematisk metod för planering, uppföljning och utvärdering

Enligt MaxSumo-metoden delas utvärderingsarbetet upp i sju steg (se figur 2), av vilka fem sker i projektets inledande skede. I det första steget definieras uppdrag, syfte och mål för projektet, i det andra definieras målgruppen som projektet riktas mot och i det tredje fastställs vilka tjänster projektet erbjuder målgruppen. I det fjärde och femte stegen genereras en plan för uppföljning och utvärdering. Detta görs genom att definiera specifika mål för olika aspekter av projektet, samt hur dessa ska följas upp. Steg 6 och 7 innebär uppföljning och utvärdering, vilket bör ske både under projektets gång och i dess slutskede.

2.3 Integrering av ramverk och metod

Det ramverk som har presenterats för beteendeförändring sammanfaller i stor utsträckning med den metod som har presenterats för en smidig och effektiv utvärdering. Låt oss kalla både ramverket och metoden för *modeller*. De första tre stegen i båda modellerna (orange i figur 3 & 4) handlar om att i början av projektet göra det tydligt vilket problem projektet ska behandla, vilka förutsättningar som råder och vilka insatser som ska genomföras. Vidare innehåller båda modellerna en utvärderingsfas (grön i figur 3 & 4) som kan pågå kontinuerligt under projektet eller endast i slutet. Vad som skiljer dessa två modeller åt är att en plan för utvärdering (gul i figur 4) inte genereras i första modellen, trots att utvärdering rekommenderas. Utifrån att utvärderingen är en viktig del av beteendeinsatsen (Steg & Vlek, 2009), och att utvärderingen blir mindre resurskrävande om den planeras väl i början av projektet, verkar det som att vad som krävs för ett lyckat beteendeförändringsprojekt, och vad som krävs för en effektiv utvärdering, stämmer överens.



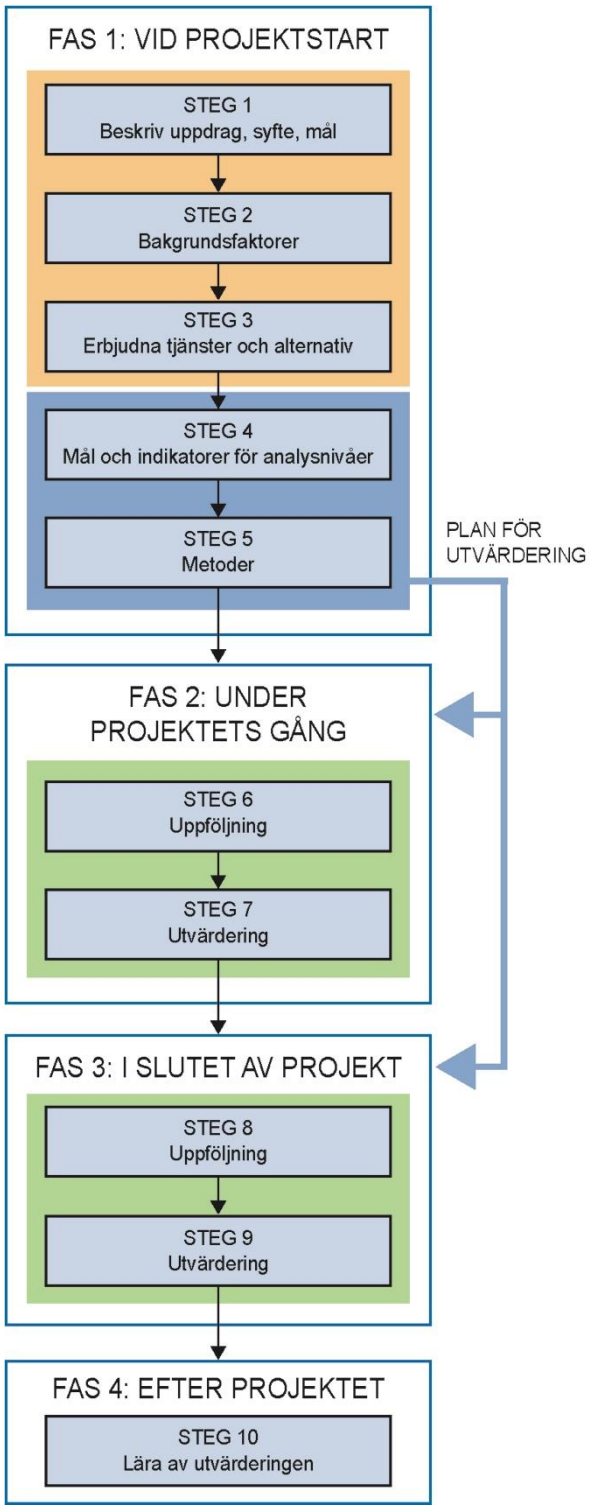
Figur 3 & 4: Likheter i ramverk för beteendeförändring och MaxSumo-metoden för utvärderingar

3 Processguide i fyra faser

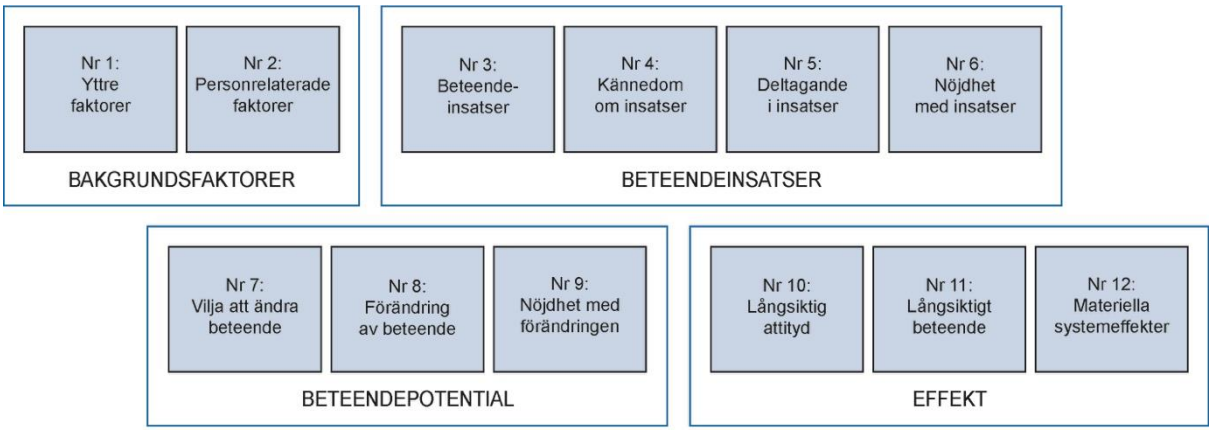
Den här processguiden utgör en metod för systematisk planering, uppföljning och utvärdering. Den är baserad på Trafikverkets Max-Sumo och Energimyndighetens PLUS, men modifierad för att lämpa sig för utvärderingar av projekt som berör beteendeinsatser för hållbar konsumtion.

Beteendeförändringar är ofta komplexa och tar tid och under förändringsprocessen går individen igenom en rad stadier. Det är alltså vanligen ett stort kliv mellan de beteendeinsatser som görs i ett projekt och de effekter som är projektets mål. Detta innebär att ett projekt kan vara framgångsrikt, genom att få individer att närma sig en beteendeförändring, utan att den faktiska beteendeförändringen äger rum inom (tids)ramen för projektet. För att fånga dessa eventuella del-framsteg kan processen hos en beteendeförändring delas in i mindre processbitar, som kan följas upp och utvärderas successivt. Denna utvärderingsmetod, där effekten av en gjord insats mäts på olika nivåer, så kallade *analysnivåer*, tjänar dubbla syften. För det första synliggör den alltså lyckade delar hos projekt som inte nått de systemförändringar som önskats. För det andra möjliggör den till hög grad förståelse av varför ett projekt har gått som det har gått, oavsett om dess huvudmål, i termer av system-förändringar, har uppnåtts eller inte.

Denna guide kommer att gå igenom utvärderingsarbetet i de fyra faserna som visas i Figur 5; vid projektstart, under projektets gång, i slutet av projektet, och efter projektet. Fokus kommer dock ligga på den första fasen, där vi planerar för utvärdering, och på analysnivåerna i Figur 6.



Figur 5: De fyra faserna, med tio steg, i processguiden.



Figur 6: Analysnivåer att beakta vid utvärdering av beteendeinsatser.

För att belysa hur du använder processguiden i de olika faserna, och för de olika analysnivåerna, kommer ett fiktivt reparationsprojekt att följa med genom rapporten och användas för exemplifiering efterhand.

Exempel: Reparationsprojekt

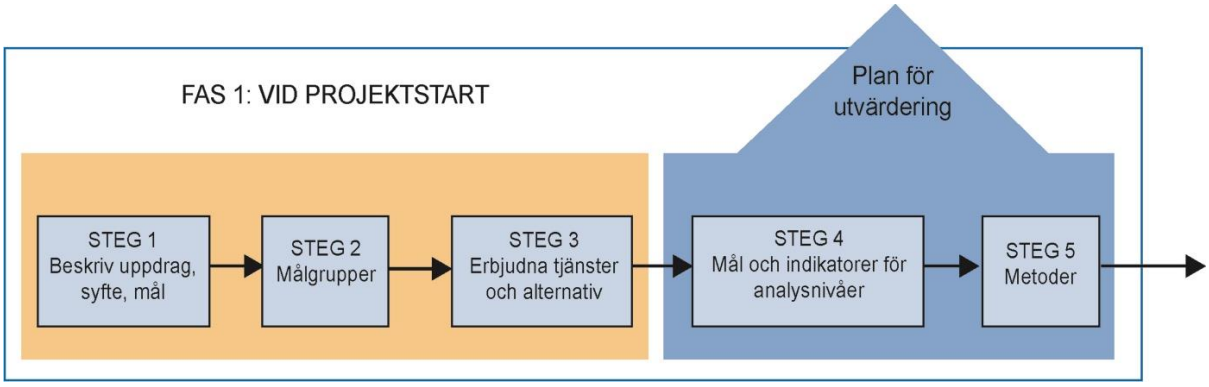
Projektets riktar sig till de boende i en specifik stadsdel och syftar till att ge hemelektronik och mindre möbler ett förlängt liv genom att erbjuda en *stadsdelsverkstad.* I verkstaden finns redskap, material och personal och idén är att de boende i stadsdelen ska ha möjlighet att komma dit och laga sina trasiga saker, och få tips och hjälp av varandra och av personalen.

I början av projektet delas informationsblad ut till alla hushåll i stadsdelen och informations-kvällar hålls i verkstaden. Under projektets första månad har de boende i stadsdelen gratis tillgång till verkstaden, varefter det kostar en mindre årlig summa att vara med.

3.1 Fas 1: Vid projektstart

Det är i planeringsfasen som du lägger grunden för både ett bra projekt och en träffsäker utvärdering. Det är också i detta tidiga skede som det är mest gynnsamt för ditt projekt om du sätter dig in i tidigare genomförda projekt och därmed får med dig viktiga lärdomar från dessa. En bank av dokumenterade erfarenheter kring beteendeinsatser är i nuläget (projektet pågår under 2018) under uppbyggnad på www.hallbaralivsstilar.se. Där kommer du efterhand kunna ta del av flera konkreta exempel, samt själv dela dina erfarenheter. Du kommer också kunna ta del av kommande och avslutade projekt samt idéer till nya projekt på Konsumentverkets digitala mötesplattform www.forummiljosmart.se.

Tursamt nog är det inte så att arbete med utvärderingen sker på bekostnad av projektets kvalité. Istället innebär planering för utvärdering att du lägger stort fokus på projektplaneringen, utan tvingas skärpa ditt syfte, vilket stärker ditt projekt. Det blir roligare att arbeta med ett tydligt projekt, och ofta blir det dessutom mer kostnadseffektivt.



Figur 7: Den första av fyra faser i processguiden som presenteras i denna rapport.

De första tre bitarna av processguiden (Beskriv uppdrag, syfte & mål, Bakgrundsfaktorer och Erbjudna tjänster och alternativ) är, som nämnt, viktiga oavsett om du ska utvärdera ditt projekt eller inte. De två sista bitarna, arbetet med analysnivåer och metoder, syftar däremot specifikt till att ta fram en utvärderingsplan för just ditt projekt, men även detta gynnar ditt projekt då du bättre lär känna det.

Ett tips är att du som projektledare, kan ordna en workshop i början av projektplaneringen, där ni som ska arbeta med projektet spånar utifrån denna processguide. På så sätt lär ni känna ert projekt och varandras tankar kring det, samtidigt som ni får ett startmaterial för er utvärderingsplan.

3.1.1 Beskriv uppdrag, syfte och mål

Som ett första steg behöver du förstå ditt projekt. Du behöver vara helt klar över vilket beteende projektet vill förändra, samt varför och hur detta beteende bör förändras. Oavsett om du tänker i termer av utvärdering eller inte så är detta nödvändigt för att du ska kunna hålla kursen genom projektet. Det är också viktigt att projektets mål är konkreta, mätbara och tidsspecifika för att det ska gå smidigt att senare följa upp dem.

Exempel: Reparationsprojekt

Uppdrag: Att bryta människors vanemönster av att gammal hemelektronik och heminredning som inte fungerar slängs eller staplas i förråd. Genom att tillhandahålla lämpligt material och kunskap i närområdet blir det lättare och roligare för de boende att låta dessa föremål vakna till liv och fylla sin funktion igen.

Syfte: Det övergripande syftet är att minska miljöbelastningen från stadsdelens konsumtion av hemelektronik och heminredning. Parallellt med detta syftar projektet också till att väcka de boendes intresse för hållbarhetstänk och till att fungera som en mötesplats i stadsdelen med en meningsfull vardagsaktivitet.

Mål: Projektet ska minska stadsdelens konsumtion av hemelektronik och heminredning genom att återuppliva minst 40 elektronik-föremål och 40 inrednings-föremål i området under ett år.

3.1.2 Bakgrundsfaktorer

För att kunna välja vilka beteendeinsatser som ska användas behöver du förstå vilka bakgrundsfaktorer som råder i den miljö där ditt projekt ska genomföras. Du behöver definiera din målgrupp och titta på vilka faktorer som påverkar individernas beteenden. Strukturella faktorer ligger utanför individen och kan exempelvis gälla tillgänglighet till kollektivtrafik, eller fjärrvärmesystemet i kommunen. Individuella faktorer handlar om attityd, problemuppfattning, vanor etc. Om du inte undersöker bakgrundsfaktorerna är det stor risk att du riktar ditt projekt i en ineffektiv riktning.

Exempel: Reparationsprojekt

Projektet riktar sig till de boende i stadsdelen Blåbäcken. Blåbäcken ligger en bra bit från både centrum och från närmsta återvinningsstation. Inkomstnivån är ganska jämn mellan boende i området och snittet ligger en bit under stadens medelinkomst.

I området finns en blandning av enfamiljshus, radhus och flerfamiljshus, vilket innebär att mängden förrådsutrymme, samt utrymme för verktyg och reparationer i hemmet, skiljer sig starkt åt inom målgruppen. Ca 3000 personer bor i de ca 1000 hushållen i området.

Genom stickprov i området verkar sopsortering äga rum till hög grad, vilket tyder på en positiv inställning till miljövänliga åtgärder.

3.1.3 Erbjudna tjänster och alternativ

Nästa del i planeringen är att definiera vilka insatser som ditt projekt ska innebära: vad som ska motivera målgruppen att ändra sitt beteende. Det finns mängder av olika sätt att stimulera beteendeförändringar, allt från informationsspridning och sociala normer till tävlingar och incitament. Beroende på uppdrag, syfte, mål och bakgrundsfaktorer är olika insatser lämpliga. Se exempelvis Petersson (2013) eller Konsumentverkets www.forummiljosmart.se för inspiration

kring möjliga beteendeinsatser och Schultz (2014) för guidning i vilken beteendeinsats som lämpar sig när.

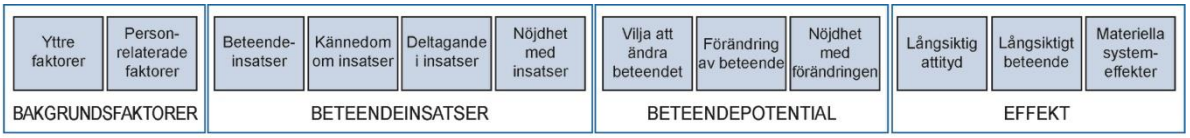
Exempel: Reparationsprojekt

Vad projektet tillhandahåller är en plats där de boende har tillgång till material, redskap och kunskap för att lätt kunna laga sina trasiga föremål i hemmet, istället för att klassa dem som förbrukade och köpa nya. Projektet gör det alltså enklare för de boende i stadsdelen att övergå till en mer hållbar konsumtion.

För att fånga stadsdelsbornas intresse erbjuds information, både om verkstaden och om poängen med att laga istället för att köpa nytt, genom utskick till hushållen och genom öppna informationskvällar i verkstaden. Vidare erbjuds de boende att använda verkstaden gratis under en månad.

3.1.5 Mål och indikatorer för analysnivåer

När det är dags att ta fram själva planen för uppföljning och utvärdering av det specifika projektet ligger kärnan i att klargöra vilka analysnivåer som ska användas samt när och hur de ska mätas. Med en korrekt och väl genomarbetad utvärderingsplan sparar du resurser och arbete på en övergripande projektnivå.



Figur 8: Analysnivåer att beakta när du lägger upp din utvärderingsplan

Tabell 1: Olika analysnivåer och vad de innebär?

Analysnivåer	Innebörd
Bakgrundsfaktorer	*grundförutsättningar för målgruppen*
Nr 1: yttre faktorer	vilka yttre, strukturella förutsättningar råder?
Nr 2: personrelaterade faktorer	vilka individuella förutsättningar (vanor, motivationer) råder?
Beteendeinsatser	*projektets förändring av målgruppens beteendeförutsättningar*
Nr 3: beteendeinsatser	vilka aktiviteter genomförs för att nå beteendeförändring?
Nr 4: kännedom om insatser	vet målgruppen om att projektets insatser finns att tillgå?
Nr 5: deltagande i insatser	nyttjar målgruppen insatserna?
Nr 6: nöjdhet med insatser	är målgruppen nöjd med projektets insatser?
Beteendepotential	*projektets förändring av målgruppens attityd till beteendet*
Nr 7: vilja att ändra beteende	avser målgruppen att förändra sitt beteende?
Nr 8: förändring av beteende	testar målgruppen att förändra sitt beteende?
Nr 9: nöjdhet med förändring	är målgruppen nöjd med sitt förändrade beteende?
Effekt	*projektets långsiktiga huvudresultat*
Nr 10: långsiktig attityd	har målgruppen ändrat sin attityd till det önskade beteendet?
Nr 11: långsiktigt beteende	har målgruppen ändrat sitt beteende till det önskade?
Nr 12: materiell systemeffekt	har beteendeförändringen haft önskad systemeffekt?

3.1.5.1 *Mål och indikatorer för analysnivåer*

Analysnivåerna är många och behöver inte användas i alla projekt. Se det som en möjlighet att välja vilka nivåer som är mest tillämpliga för ditt specifika projekt. Utifrån projektets övergripande syfte definieras sedan specifika mål på var och en av de valda analysnivåerna. För att utvärderingen enkelt ska kunna svara på om, och varför, projektet gått som önskat eller inte, bör målen vara mätbara, realistiska och tidsspecifika. Vidare definieras vilka indikatorer som är lämpliga att använda för att se om målen uppfylls. Målformulering och utformning av indikatorer för varje vald nivå är därmed nära sammankopplade.

Bakgrundsfaktorer (analysnivå nr 1-2) behöver du hålla i åtanke för att kunna sätta rimliga mål för övriga nivåer (nr 3-12), samt för att förstå *varför* ditt projektet uppnår sina mål eller inte. Bakgrundsfaktorerna har dock ingen egen målsättning.

Tabell 2: Analysnivåer och exempel på mål och indikatorer för reparationsprojektet??

Analysnivå	Exempel på mål för reparationsprojektet:	Exempel på indikator för reparationsprojektet:
Nr 1: yttre faktorer	Ingen egen målsättning	Ingen indikator
Nr 2: personrelaterade faktorer	Ingen egen målsättning	Ingen indikator
Nr 3: beteendeinsatser	Alla hushåll erbjuds verkstaden	1000 utskick till hushållen, 4 st infokvällar med plats för 250 pers
Nr 4: kännedom om insatser	50 % av stadsdelsborna (1500 pers) känner till projektet	Svarar ja på frågan vid stickprov innan infoträffarna
Nr 5: deltagande i insatser	10% av stadsdelsborna (300 pers) är nyfikna på verkstaden	Kommer på infoträff
Nr 6: nöjdhet med insatser	90% nöjda med infoträff (270 pers)	Nöjd = minst 3 av 5 på enkät (1=missnöjd, 5=mycket nöjd)
Nr 7: vilja att ändra beteende	90 % av de nöjda deltagarna på infoträff (243 pers) vill använda verkstaden under gratismånaden*	Svarar ja på frågan i enkät
Nr 8: förändring av beteende	60% av de som vill använda verkstaden (146 pers) gör det	De som kommer till verkstaden under gratismånaden
Nr 9: nöjdhet med förändring	70% är nöjda med verkstaden under gratismånad (102 pers)	Uttrycker nöjdhet (fylls i vid verkstadsbesök)
Nr 10: långsiktig attityd	50 % av de som var tveksamma men testar verkstaden blir positiva	Är villiga att betala för att vara med efter projektet, men inte före
Nr 11: långsiktigt beteende	50 boende har lagat flera föremål i verkstaden efter gratismånaden	Minst 2 räddade föremål anges i e-postenkät i slutet av projektet
Nr 12: materiell systemeffekt	Hindra nyköp av varor: 40 st hem- elektronik + 40 st heminredning	40 st hemelektronik + 40 st hem- inredning angivna i e-postenkät

** Det är rimligt att anta att de boende inte har mer motstånd mot att gå till verkstan med ett trasigt föremål än att gå dit på infoträff, varför nästan alla som är nöjda med infoträffen antas vilja återkomma*

3.1.6 Metoder för datainsamling

När nivå-specifika mål och indikatorer har tagits fram är det dags att definiera metoder för att samla in den data som behövs för att mäta dessa. Vilken metod som är lämplig beror på vilket data som söks Olika metoder är också olika kostsamma så en faktor att ta hänsyn till är resurser, det kan finnas tid men inte medel och vise versa. Generellt är direkt observation av människors beteende en säkrare metod än självskattning, men självskattning är mindre resurskrävande och kan i många fall räcka långt om frågor utformas på ett smart sätt.

Exempel på metoder för att samla in data:

- skrivbordsanalys
- observation
- dokumentation
- självrapportering
- djupintervju
- gruppintervju
- digitala mätningar (använd t.ex: Klimatkontot, Svalna)
- enkät, svarsalternativ (använd t.ex. surveymonkey)
- enkät, öppna frågor (använd t.ex. surveymonkey)

3.1.6.1 *Beteendeförändring - kvantitativ eller kvalitativ data?*

När du ska utvärdera människors uppfattning av projektets insatser, och deras inställning till det beteende projektet vill stimulera är det bra att reflektera över om det är kvantitativ eller kvalitativ data du söker. Om du strävar efter att hitta det generella, det som de flesta tycker, som hur stor andel av de boende i ett område som är intresserade av att testa en föreslagen åtgärd, bör du välja en kvantitativ metod, exempelvis enkäter med färdiga svarsalternativ. Om du istället söker en djupare förståelse för specifika förändringar, är en kvalitativ metod, exempelvis intervjuer eller enkäter med öppna frågor, mer lämpligt. I en kvalitativ utvärdering undersöks det unika i lika hög grad som det generella, och en stor del av utvärderingen fokuserar på bakomliggande orsaker. Om resurserna finns är det ofta bra att använda en mix av kvantitativa och kvalitativa metoder.

3.1.6.2 *Effekt - jämfört med vad?*

Vi kan aldrig säkert veta vad som skulle ha hänt om projektets beteendeinsatser inte hade ägt rum, men vi kan göra bättre eller sämre uppskattningar. Att bara mäta hur det ser ut efter insatsen räcker inte, utan vi behöver göra någon form av jämförelse för att uppskatta effekten av projektet.

I vissa fall kan en nollmätning göras, vilket innebär att målgruppen undersöks, med avseende på valda indikatorer, både före och efter beteendeinsatsen. Skillnaden mellan dessa två mätningar utgör då effekten av insatsen. Metoden är lämplig om du har goda skäl att tro att ingen trendmässig förändring av beteendet pågår, exempelvis att allt fler spontant börjar genomföra

beteendet. Då kan det istället vara smart att projektets målgrupp jämföras med en kontrollgrupp som inte utsatts för åtgärden. Skillnaden mellan grupperna i slutet av projektet, med avseende på valda indikatorer, utgör då effekten av insatsen. Det som är viktigt att tänka på när en kontrollgrupp används är att den är jämförbar med målgruppen, vilket enklast åstadkoms genom att mål- och kontrollgrupp slumpas fram om det är möjligt.

Exempel: Reparationsprojekt

För att samla in önskad data i projektet används dokumentation av informationsinsatser och från verkstads-verksamheten. För att fånga hur väl information om projektet har nått ut till de boende görs stickprover av slumpmässigt urval, med en enkel ja/nej-fråga. Skriftliga enkäter används vid två tillfällen: en i pappersform på info-träffarna och en via e-post i slutet av projektet. E-postadresser, för den senare enkäten, samlas in vid info-träffarna. Vid varje besök i verkstaden får de boende dessutom kort fylla i om de är nöjda med besöket, om de har lagat något föremål, samt, om det är deras första besök, sin e-postadress.

3.2 Fas 2: Under projektets gång

3.2.1 Uppföljning och Utvärdering under projektets gång

Uppföljning innebär kort sagt att titta på vad som hänt som ett resultat av en beteendeinsats, och utvärdering innebär att titta på varför dessa förändringar har inträffat. Både uppföljning och utvärdering bör ske kontinuerligt under projektets gång.

3.2.1.1 *Varför?*

Genom att följa upp och utvärdera projektets mål kontinuerligt under projektets gång minskar risken att ni går vilse i projektet och nya mål som kan dyka upp under projektets gång. Att kontinuerligt stämma av projektets utveckling mot dess mål innebär dessutom att eventuella avvikelser kan korrigeras på ett tidigt stadium. Det blir då möjligt att lära av projektet, inte bara i efterhand utan även under projektets gång.

Då hållbar konsumtion är ett brett ämne som kan innefatta väldigt olika typer av projekt, varierar det förstås från projekt till projekt hur pass kontinuerlig utvärdering som är lämplig.

3.2.1.2 *Tänk på att*

Viktigt att komma ihåg är att hålla detta arbete på en rimlig nivå; projektets omfång och resurser måste få avgöra till vilken grad det ska göras nedslag under projektets gång. Ett projekt som sträcker sig över kort tid kan exempelvis ofta nöja sig med en avslutande utvärdering, medan ett projekt som pågår länge bör utvärderas kontinuerligt om det är möjligt.

Vad som också är viktigt att tänka på under projektets gång är att vem som samlar in datan, och hur insamlingen går till, kan påverka målgruppens inställning till projektet. Försök att göra insamlingen lätt och trevlig, så att målgruppen inte känner sig överbelastade. En viktig lärdom är att datainsamling ska ske enkelt och att frågor och alternativ ska vara tydligt formulerade - det

kan låta självklart men ett vanligt fel är att du som projektledare blir lite blind för andra perspektiv och tankar. Om du genomför en enkät så se till att testa den med någon eller några arbetskamrater som inte är involverade i projektet. Varje fråga ska ha ett klart syfte men så länge enkäten är enkel att besvara behöver du inte tänka så mycket på antalet frågor. Det upplevs mycket mer negativt att fastna på en fråga än att svara på flera frågor. Tänk på att hålla nere frekvensen till det nödvändiga - ni är intresserade av om en förändring skett, inte exakt när.

Exempel: Reparationsprojekt

Analysnivå 3-7 (spridning av information om verkstaden och hur denna information har bemötts) följs upp och utvärderas direkt efter infoträffarna. Dessa resultat är avgörande för om projektet kan gå vidare som planerat. Om människorna i stadsdelen inte har nåtts av informationen kring projektet, eller inte visat intresse för verkstaden, krävs fler insatser, eller annat tänk, innan verkstaden kan stå på egna ben. Analysnivå 8 (vilka som är med i verkstaden) och 9 (hur nöjda de är med verkstaden) dokumenteras efterhand i verkstaden. Analysnivå 10, 11 och 12 (huvudeffekter) kan gärna följas upp efterhand om resurserna finns, men lämnas i detta fall tills slutet av projektet pga begränsad budget.

3.4 Fas 3: I slutet av projektet

3.4.1 Uppföljning och utvärdering när projektet genomförts

Uppföljning och utvärdering handlar om att samla in data för specificerade indikatorer vid de valda analysnivåerna, samt att jämföra resultaten med tidigare resultat från liknande mätningar och med de fastställda målen, och slutligen om att, om tid finns, söka förklaringar till oväntade resultat.

3.4.1.1 *Varför?*

När du utvärderar ditt projekt bygger du en kunskapsbank som gör att du till en högre grad förstår de projekt du har genomfört. Du bygger din kunskap som projektledare inom detta viktiga område och de projekt du har framför dig kommer bli bättre. Dessutom är det förstås roligt att få se resultaten av ett projekt du har ägnat tid åt!

3.4.1.2 *Tänk på att*

Själva uppföljningen och utvärderingen är förhållandevis enkel att genomföra om du har förberett den från start, men trots detta kan du inte utvärdera *alla* aspekter av ditt projekt. Utvärdera de mål ni initialt fastslog, och sätt rimliga gränser. Var medveten om att bakgrundsfaktorerna till hög grad kan påverka effekten av en insats och därför bör få stort utrymme i utvärderingen. Att genomföra beteendeinsatsprojekt behöver inte handla om att visa hur mycket som är möjligt att göra utan kan också handla om att strukturella förändringar kommer att krävas för att hantera ett problem fullt ut.

Som nämnt inledningsvis är det viktigt att ha med sig att beteendeförändringar ofta kan kräva längre tid än vad ditt projekt sträcker sig. Detsamma gäller spridningseffekter (när en person genomgått en beteendeförändring smittar den ofta av sig på människor i hens närhet). Av denna anledning är det klokt att resultatet utvärderas igen längre fram, men ofta finns inte denna möjlighet inom projektet. I vilket fall är det bra om du kan ha det i åtanke vid utvärderingen och kanske försöka få in en sådan utvärdering redan när projektets budget fastslås. Genom att inkludera olika nivåer av förändring kan dessa också lyftas i utvärderingen och visa projektets bidrag.

Exempel: Reparationsprojekt

Insamlad data från analysnivå 8 och 9 (antal verkstads-medlemmar och deras nöjdhet med verkstaden) sammanställs. Genom att koppla samman materialet från analysnivå 1-9 fås en bra förståelsegrund för uppföljning och utvärdering av analysnivå 10, 11 och 12 (långsiktig förändring av attityd och beteende, samt konkreta materiella vinster). Nivå 10, 11 och 12 undersöks, genom en e-postenkät, enbart i slutet av projektet.

3.6 Fas 4: Efter projektet

Du utvärderar faktiskt inte bara resultatet av ditt eget projekt och lägger grund för dina egna kommande projekt. Du är också med och lägger grunden till andras kommande projekt, som i sin tur lägger grunden för dina projekt längre fram i tiden. Att din utvärdering inte hamnar i en låda utan är tillgänglig för andra projektledare är därmed av mycket stor vikt.

3.6.1 Lära av utvärderingen

Utvärderingen ses ofta som slutet av ett projekt, men den kan även ses som starten på nästa projekt. Genom att göra den tillgänglig i olika kanaler kan rapporten bidra till att förbättra förutsättningarna för andra projekt och på så vis kan projekt stötta varandra. Sprid din kunskap för att bidra till lärdomar och framväxten av en "best practice" kring olika projekt. Du kan exempelvis sprida erfarenheterna från projektet på Forum för miljösmart konsumtion: www.forummiljosmart.se.

3.6.1.1 *Varför?*

Genom att tillgängliggöra utvärderingar kan vi effektivisera den kollektiva banken av utvärderingar så att olika projekt kan utvärdera olika saker. Detta innebär även att projektledare, och inte minst forskare, framöver kan titta på vad som har hänt, över tid, med resultaten från ditt projekt, och förbättra den teoretiska förståelsen av vad som bidrar till beteendeförändringar.

3.6.1.2 *Tänk på att*

När andra får tillgång till ditt utvärderingsmaterial är viktigt att de också får tillräcklig information om kontexten för ditt projekt och vilka bakgrundsfaktorer som rådde. Det är viktigt eftersom en beteendeinsats kan vara mycket framgångsrik i en viss miljö, men ineffektiv i en annan.

När du delar med dig av ditt material är det klokt att komma ihåg att du bidrar med en pusselbit till ett stort pussel. Dina resultat behöver alltså inte vara uttömmande i sig själva, utan om du så bara har utvärderat en aspekt av ditt projekt så är det är toppen! Efter hand samlas allt fler utvärderingar till en stark karta för vad som specifikt är viktigt att tänka på i olika typer av projekt.

Det är också viktigt att du tänker på hur du presenterar ditt material - försök hålla nere omfånget och hålla uppe engagemanget. Bilder och lättillgängligt språk ökar chansen att materialet kommer användas framöver. En projektledare med begränsad tid kommer tacka dig om du presenterar en färggrann A4, där de tre viktigaste lärdomarna från ditt projekt sammanställts.

Exempel: Reparationsprojekt

Medarbetarna i projektet har ett avslutande samtal utifrån utvärdering och resultat för att alla ska ha med sig kunskapen in i sina nästa respektive projekt.

Dokumentation av projektet och utvärdering sammanställs tydligt och kortfattat så att det är lättillgängligt för andra projektledare. Materialet delas på www.forummiljosmart.se.

I en annan stadsdel används materialet i startskedet av ett liknande projekt, där en gemensam sömnadslokal, planeras.

4 Referenser

McKenzie-Mohr, D. & Schultz, P. W. (2014). Choosing effective behavior change tools. *Social Marketing Quarterly, 20,* 35-46.

Schultz. P.W. (2014). Strategies for Promoting Proenvironmental Behavior - Lots of Tools but Few Instructions. *European Psychologist, 19,* 107-117.

Steg, L. & Vlek, C (2009). Encouraging pro-environmental behaviour: An integrative approach. *Journal of Environmental Psychology*, 29, 309–317.

Petersson C. (2014) *Möjliggöra hållbara val i vardagen - 12 strategier för att främja beteendeförändring*. Malmö Stad

Verktyg för utvärderingar

Verktyget MaxSumo
Hyllenius P, Smidfelt Rosqvist L, Haustein S, Welsch J, Carreno M och Rye T (2009) *MaxSumo: Vägledning i planering, uppföljning och utvärdering av mobilitetsprojekt*.
URL: http://www.epomm.eu/docs/1057/MaxSUMO_Swedish.pdf

Verktyget PLUS
Bengtson P, Lönngren M och Achim Friedrich J (2012) *Utvärdera med effekt Handbok för energi- och klimatrådgivare samt energikontor*. CM Gruppen AB
URL: hallbarutvecklingvast.se/system/files/et2012_04w.pdf

Webbplatser för kunskapsutbyte

Hållbara livsstilar - verktyg och strategier för kommuner, Göteborgs Stad
www.hållbaralivsstilar.se

Forum för miljösmart konsumtion, Konsumentverket
www.forummiljosmart.se.

Konsumentverket, Box 48, 651 02 Karlstad
Telefon: 0771-42 33 00. **konsumentverket.se**