Konsument verket • KO



Rapport 2020:1

Handla hållbart

Resultat av två regeringsuppdrag för att stimulera miljösmart konsumtion

2020:1 Handla hållbart – resultat av två regeringsuppdrag för att stimulera miljösmart konsumtion

Konsumentverket 2020

Ansvariga handläggare: Maria Lindstedt och Maria Nyquist

Förord

Hur vi konsumerar påverkar i hög grad miljön och klimatet. Dagens konsumtion är ohållbar och vi behöver ställa om till en mer miljömässigt hållbar konsumtion.

Konsumentverket fick 2017 två regeringsuppdrag som handlar om att stimulera miljösmarta konsumtionsmönster. Det ena uppdraget har fokus på att inrätta och etablera ett Forum för miljösmart konsumtion. Forumet är ett pilotprojekt som består av en fysisk och digital mötesplats för kunskapsutbyte och samverkan. Forumet vänder sig till aktörer som på olika sätt kan bidra till och stimulera en miljösmart privat konsumtion. Det andra uppdraget handlar om att mer direkt stimulera konsumenter att göra miljömässigt hållbara val bland annat genom olika beteendeinsatser.

I denna rapport presenterar vi de resultat som har uppnåtts inom de båda uppdragen.

Karlstad, februari 2020

Cecilia Tisell, generaldirektör för Konsumentverket

Sammanfattning

I denna rapport redovisar Konsumentverket resultaten av regeringsuppdragen att inrätta och tillhandahålla ett Forum för miljösmart konsumtion samt att stimulera till mer miljösmarta konsumtionsmönster.

Konsumentverket har i enlighet med uppdraget upprättat och etablerat ett Forum för miljösmart konsumtion. Genom forumet tillhandahålls en digital och fysisk mötesplats för aktörer som myndigheter, länsstyrelser, kommuner, forskare, näringslivet och det civila samhället som vill göra det lättare för konsumenter att göra miljömässigt hållbara val. Ett sekretariat har inrättats som planerar, genomför och följer upp de aktiviteter som görs inom forumet. Forumets fokus är den privata konsumtionen och de områden där den har störst miljöpåverkan. Genom forumet sprids kunskap om hur konsumenters beteende kan förändras i en mer hållbar riktning och vilka skillnader som finns mellan kvinnors och mäns attityder och agerande inom området.

Under våren 2018 lanserades forummiljosmart.se. Webbplatsen är forumets huvudsakliga kommunikationskanal. Genom forumet arrangeras fysiska och digitala event i form av webbinarier, seminarier, konferenser, workshops och andra möten. Teman för dessa event har bland annat varit hållbara val av kött, hur miljömålen ska kunna nås, hur hållbar konsumtion kan bli huvudriktning samt kvinnors och mäns konsumtionsmönster. Även seminarier om miljöpåståenden i marknadsföring har arrangerats samt konferenser om beteendeförändringar, hållbara livsstilar och en mer hållbar livsmedelskonsumtion. Konsumentverket har vidare hållit föredrag på andras arrangemang och även medarrangerat event tillsammans med andra aktörer.

Konsumentverkets bedömning är att verksamheten inom ramen för forumet framförallt har bidragit till att sprida kunskap om konsumenters förutsättningar och beteenden när det gäller att handla miljömässigt hållbart. De utvärderingar som har gjorts visar att deltagarna på forumets event är mycket nöjda och får med sig viktig kunskap.

För en mer hållbar konsumtion behöver ytterligare steg tas mot både fler tvärsektoriella samarbeten och styrmedel som ökar incitamenten hos både producenter och konsumenter att agera med miljöhänsyn. Konsumentverket ser ett behov av att fortsätta sprida kunskap och samla aktörer för erfarenhetsutbyte och samverkan genom sådana digitala och fysiska möten som arrangeras inom ramen för forumet.

Regeringsuppdraget att stimulera miljösmarta konsumtionsmönster har integrerats i redan etablerade arbetsformer på Konsumentverket. Detta har bidragit till att myndighetens samlade arbete med att integrera ett miljöperspektiv i verksamheten har intensifierats. Målgruppen för stimulerauppdraget är främst konsumenter men i uppdraget ingår även att stödja skolan och att i samverkan med andra aktörer stimulera konsumenter till en mer miljömässigt hållbar konsumtion.

Det är få personer som hör av sig till Hallå konsument för att få vägledning eller råd för att handla med miljöhänsyn. Konsumentverket har därför strävat efter att på ett lämpligt sätt integrera ett miljöperspektiv i upplysningstjänsten utan att konsumenten särskilt frågat om det. Bland annat har artiklar på hallakonsument.se försetts med miljörelaterad information och telefonvägledningen har vid lämpliga tillfällen tipsat om miljömässigt hållbara alternativ.

Utvärderingen som gjordes i slutet av 2019 visade att vi har nått målet med att ge information om miljömässigt hållbara val i tio procent av kontakterna. Information om hållbar konsumtion har också aktivt lyfts fram i Hallå konsuments interaktiva frågeforum.

Bilsvar.se är en tjänst där konsumenter kan jämföra bilmodeller utifrån ekonomi, miljö, säkerhet och teknik. Under 2018 uppdaterades tjänsten med en tydligare miljöprofil. Bland annat har ett klimatindex lagts till som innebär att bilarna kan jämföras utifrån klimatpåverkan, vilket gör det lättare för konsumenterna att välja med miljöhänsyn.

Konsumentverkets arbete med att ge stöd till skolans verksamhet har under de senaste tre åren fokuserat på att integrera ett miljöperspektiv. En helt ny lektionsbank har utvecklats bestående av både lektioner och quiz om bland annat hållbar konsumtion. I skolmaterialet *Hållbar såklart!* integreras alla tre hållbarhetsdimensioner. I materialet ingår filmavsnitt och lektionsupplägg för hem- och konsumentkunskapsämnet åk 7–9.

Vi bedömer att några genomförda åtgärder inom ramen för uppdraget att stimulera miljösmarta konsumtionsmönster ryms inom Konsumentverkets instruktionsuppdrag att integrera ett miljöperspektiv i verksamheten. Uppdragen har dock bidragit till tydligare prioriteringar och därmed en högre ambitionsnivå. Genom att utnyttja befintliga kanaler, kunskaper och kontakter har vi på ett effektivt sätt infogat stimulerande insatser inom bland annat vägledning och lärarstöd.

Sammanfattningsvis bedöms att de insatser vi har genomfört inom forumuppdraget och stimulerauppdraget har bidragit till att öka förutsättningarna för mer miljömässigt hållbara konsumtionsmönster. Konsumentverket avser att ta ett fortsatt ansvar för att bygga och sprida kunskap samt främja samverkan i syfte att förbättra konsumenters förutsättningar att handla miljömässigt mer hållbart.

Innehållsförteckning

1 Inledning 1
1.1 Organisationen av de två uppdragen 1
1.2 Rapportens genomförande och upplägg 2
2 Forum för miljösmart konsumtion 3
2.1 Genomförda aktiviteter och resultat 3
2.2 Vad visade WSP:s utvärdering? 10
2.3 Bedömning av uppnådda resultat inom Forum för miljösmart konsumtion 14
3 Stimulera miljösmarta konsumtionsmönster 16
3.1 Genomförda aktiviteter och resultat 16
3.2 Bedömning av uppnådda resultat inom uppdraget att stimulera miljösmarta konsumtionsmönster 24
4 Slutsatser och behov av fortsatt arbete 25
4.1 Behov av fortsatt arbete 26
Bilagor 27

1 Inledning

Konsumentverket fick i mars 2017 två regeringsuppdrag inom området miljösmart konsumtion. Det ena uppdraget handlar om att inrätta och tillhandahålla ett forum för samhällsaktörer som arbetar med frågor som rör en mer miljömässigt hållbar konsumtion (Fi2017/01172/KO). Det andra uppdraget handlar om att stimulera konsumenter till mer miljösmarta konsumtionsmönster (Fi2017/01173/KO). Verksamheterna ska enligt båda uppdragen inriktas på områden där miljöpåverkan från privat konsumtion är stor och där insatserna kan anses tillföra ett mervärde. Båda uppdragen ingår i regeringens strategi för en mer hållbar konsumtion. Uppdragen bifogas i bilaga 1 och 2.

I uppdragen anges att Konsumentverket senast den 1 mars 2020 ska redovisa och göra en bedömning av de resultat som uppnåtts inom de båda uppdragen. Föreliggande rapport utgör denna redovisning. Konsumentverket har valt att rapportera uppdragen tillsammans eftersom de i flera delar är integrerade i varandra.

Konsumentverket har anlitat en extern konsult (WSP) för att göra en oberoende utvärdering och bedömning av resultat uppnådda inom Forum för miljösmart konsumtion. Resultatet av konsultens utvärdering har använts som ett underlag till den del i rapporten som rör Forum för miljösmart konsumtion.[1] Hänvisning till konsultens utvärdering görs i delar av rapporten.

1.1 Organisationen av de två uppdragen

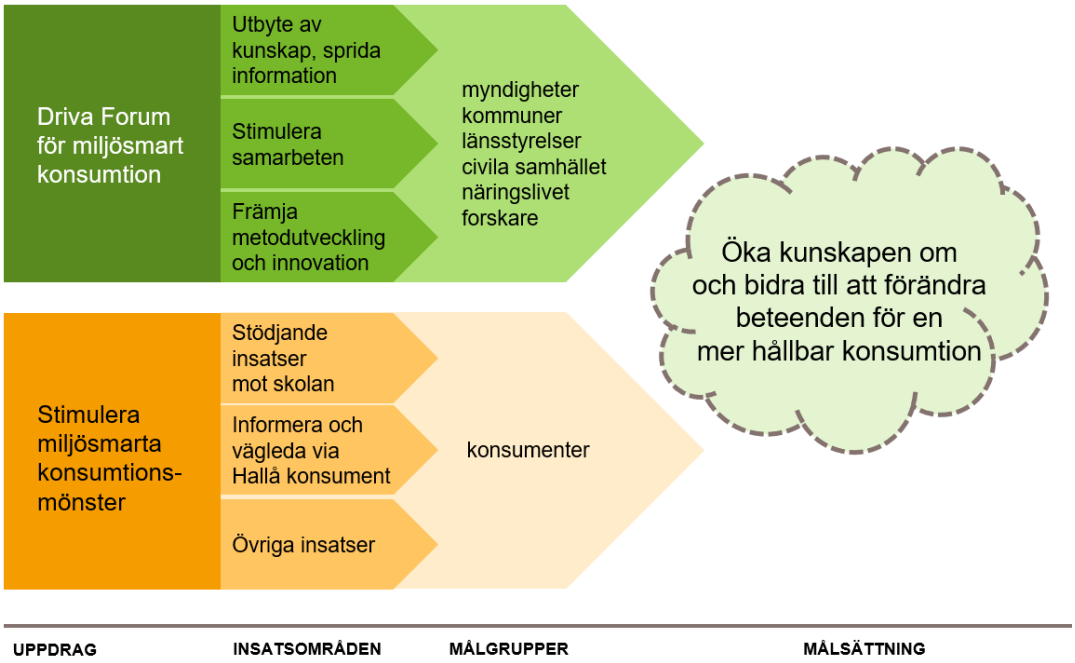
Arbetet med att etablera ett sekretariat och inrätta ett Forum för miljösmart konsumtion genomfördes som ett projekt. En organisatorisk projektgrupp etablerades med en projektledare som hade både personal- och budgetansvar.

Arbetet med stimulerauppdraget har omhändertagits av de delar i verksamheten där de har bedömts höra hemma. Att ”göra relevant information om miljöpåverkan från privat konsumtion lättillgänglig och känd bland konsumenter” omhändertogs av enheten för konsumentupplysning och Hallå konsument. Att ”underlätta undervisningen i skolan om konsumtionens påverkan på miljön” blev en fråga för myndighetens skolasamordnare. Att ”på andra sätt, i samverkan med relevanta aktörer, stimulera konsumenter till mer miljösmarta konsumtionsmönster” har omhändertagits av myndighetens konsumentstödjande enheter. Arbetet att ”utifrån bland annat beteendevetenskapliga överväganden identifiera, värdera och sprida goda exempel om hur val av de ur miljösynpunkt mest ändamålsenliga alternativen på olika sätt kan underlättas och stimuleras” har omhändertagits inom ramen för forumet. På så vis blev också delar av stimulerauppdraget en integrerad del av Forum för miljösmart konsumtion, vilket framgår av figur 1 nedan.

Målsättningen för båda uppdragen är att öka kunskapen om och bidra till att förändra beteenden mot en mer miljömässigt hållbar konsumtion.

---

1 Underlagsrapport 2020:2 ”Utvärdering av Forum för miljösmart konsumtion”.



Figur 1. Förhållandet mellan de båda uppdragen, deras insatsområden, målgrupper och deras gemensamma målsättning.

1.2 Rapportens genomförande och upplägg

Rapporten är uppdelad i fyra kapitel enligt nedan:

Kapitel 1. Inledning och bakgrund
Kort beskrivning av uppdragen och hur arbetet organiserats.

Kapitel 2. Forum för miljösmart konsumtion
Här finns en redovisning av de resultat som uppnåtts inom forumet samt en samlad bedömning av de resultat som uppnåtts. I kapitlet redovisas också en sammanfattning av utvärderingen som genomförts av WSP.

Kapitel 3. Stimulera miljösmarta konsumtionsmönster
I kapitlet redovisas de aktiviteter som genomförts inom ramen för stimuleruppdraget tillsammans med samlad bedömning av uppnådda resultat inom uppdraget.

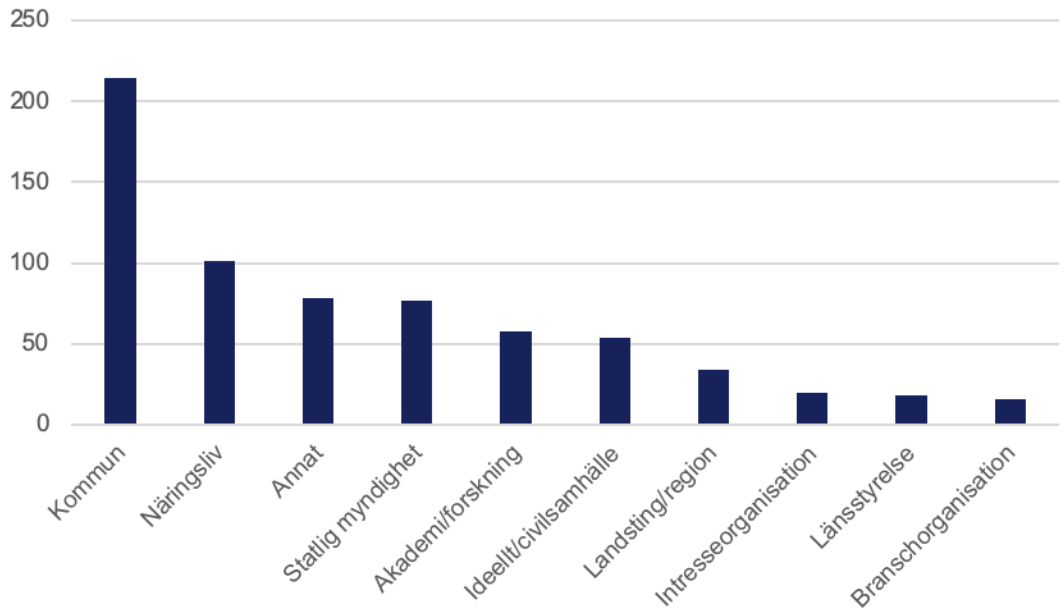
Kapitel 4. Slutsatser av arbetet med miljösmart konsumtion
I denna del lämnar Konsumentverket sin samlade reflektion om arbetet med miljösmart konsumtion och behov av fortsatt arbete.

2 Forum för miljösmart konsumtion

När Konsumentverket fick regeringsuppdraget att inrätta och tillhandahålla ett Forum för miljösmart konsumtion beslutades att arbetet under etableringsfasen skulle ske i projektform för att sedan integreras i Konsumentverkets ordinarie verksamhet.

Målet är att forumet ska vara en attraktiv mötesplats där aktörer som arbetar med miljömässigt hållbar privat konsumtion kan mötas digitalt och fysiskt för erfarenhetsutbyte och samverkan. Inom ramen för forumet sammanställs, tillgängliggörs och sprids kunskap samt initieras samverkan. Ett syfte är vidare att främja metodutveckling och innovation. Forumets fokus är områden där miljöpåverkan är stor och insatser kan tillföra ett mervärde.

Målgrupperna för forumet är myndigheter, länsstyrelser, kommuner, forskare, näringslivet och det civila samhället. Forumet har samlat samtliga men målgrupperna varierar utifrån typ av aktivitet som anordnats. De flesta som registrerat sig som medlemmar på forummiljosmart.se är från kommuner, därefter näringslivet och statliga myndigheter.



Figur 2. Antal personer från olika aktörsgrupper som registrerat sig på forummiljosmart.se

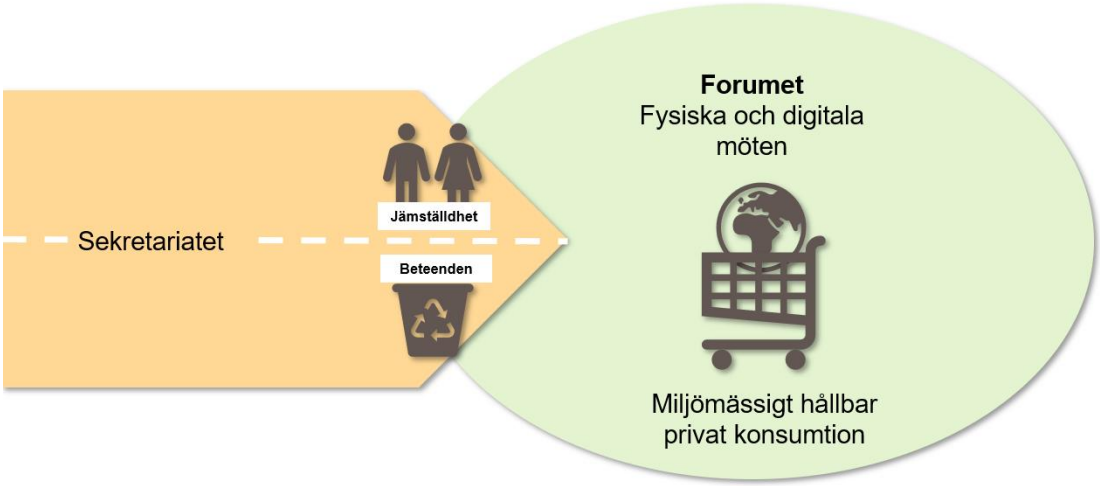
2.1 Genomförda aktiviteter och resultat

I denna del redovisas resultat inom ramen för forumuppdraget.

2.1.1 Inrättandet av ett sekretariat

Konsumentverket har bildat ett sekretariat som planerar, genomför och följer upp de aktiviteter som görs inom forumet. Sekretariatet består av drygt fyra årsarbetskrafter. På Konsumentverket

ansvarar Hållbarhetsenheten för arbetet med forumet. Forumet är en kanal för utbyte av kunskap och samverkan mellan aktörer. Se figur 3.



Figur 3. Forum för miljösmart konsumtion administreras av ett sekretariat.

2.1.2 Rådgivande organ

Till stöd för forumet utsåg regeringen ett rådgivande organ bestående av tio ledamöter. Ledamöterna representerade de målgrupper som anges i forumuppdraget. Fyra möten har hållits under ledning av Konsumentverkets generaldirektör. Det rådgivande organet har gett värdefulla inspel om prioriteringar av verksamheten samt utvecklingen av forumet. Det rådgivande organet upphörde den 31 december 2019.

2.1.3 Referensgrupp

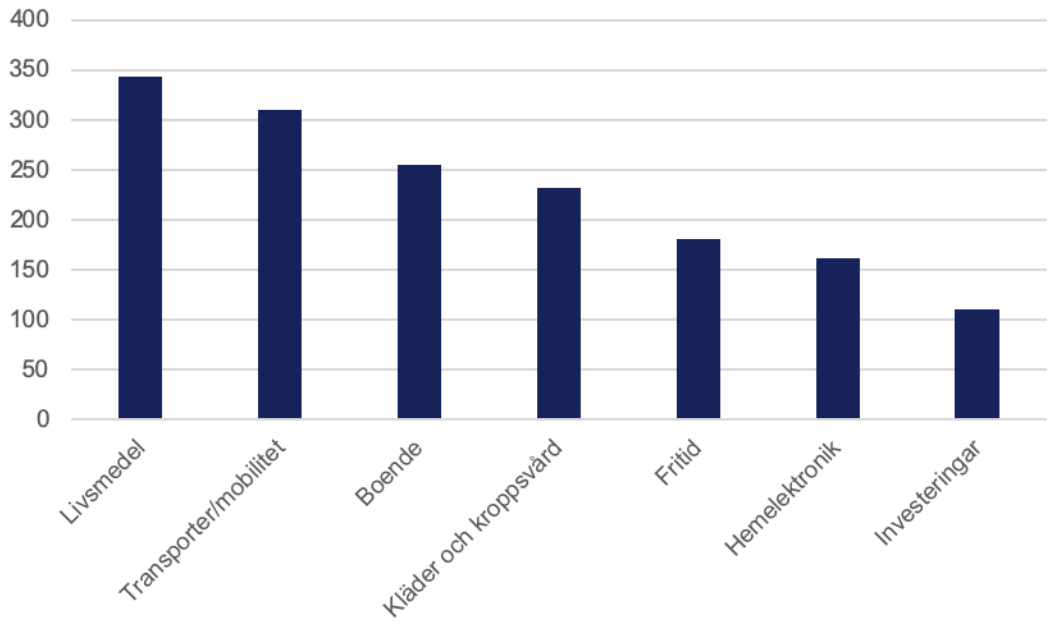
Konsumentverket har bildat en referensgrupp bestående av representanter från Naturvårdsverket, Kemikalieinspektionen och Statens energimyndighet. Från och med januari 2020 ingår även Livsmedelsverket i referensgruppen. Genom referensgruppen har Konsumentverket inhämtat synpunkter och utbytt kunskap som varit värdefulla i arbetet med forumet. Referensgruppen är även en kanal och kontaktyta till respektive myndighet och en arena för samarbeten och gemensamma insatser. Referensgruppen har hittills haft fyra möten. Samverkan har även skett genom att Konsumentverket besökt respektive myndighet för att i ett större sammanhang diskutera gemensamma insatser inom hållbar konsumtion.

2.1.4 Forummiljosmart.se

I april 2018 lanserades den digitala mötesplatsen forummiljosmart.se. Lanseringen föregicks av en rad förberedande aktiviteter under 2017 och 2018. Bland annat lanserade vi en tidig version av webbplatsen redan i november 2017 där framtida användare kunde förregistrera sig. I projektet genomfördes en effektkartläggning, ett koncept togs fram och användbarhetstester genomfördes. De här aktiviteterna låg till grund för utvecklingsarbetet.

Efter lanseringen har vi fortsatt att följa hur våra medlemmar använder sig av den digitala mötesplatsen. Det har resulterat i två uppdateringar av forummiljosmart.se. Vid dessa tillfällen har ny funktionalitet och nytt innehåll tillförts tjänsten baserat på den återkoppling vi fått från medlemmarna. Den senaste uppdateringen skedde i januari 2020.

Syftet med webbplatsen är att öka kunskapsutbytet, stimulera innovationsförmåga och förenkla samarbetet mellan aktörer som arbetar inom området miljösmart konsumtion. Via webbplatsen kan besökare hitta medlemmar, projekt och olika metoder för beteendeförändringar inom hållbar konsumtion. Webbplatsen är öppen för alla, även för besökare som inte är registrerade som medlemmar. Medlemmar kan dock nyttja samtliga funktioner som att exempelvis skapa en egen profil och att dela med sig av egna projekt. Som medlem går det även att ställa frågor, tipsa andra och diskutera via webbplatsens diskussionsforum. Figur 4 visar de olika intresseområden som registrerade medlemmar har valt för sin profil på forummiljosmart.se. Av bilden framgår att de vanligaste intresseområdena är livsmedel följt av transporter/mobilitet, boende och kläder/kroppsvård.



Figur 4. De vanligaste intresseområdena för registrerade medlemmar på forummiljosmart.se

I början av 2020 hade webbplatsen 790 registrerade medlemmar. De flesta har registrerat sig för nyhetsbrev och eventutskick. Nyhetsbrev skickas ut cirka fyra gånger per år. Utöver nyhetsbreven skickas även en veckosammanställning ut till medlemmar som registrerat sig för detta.

2.1.5 Event

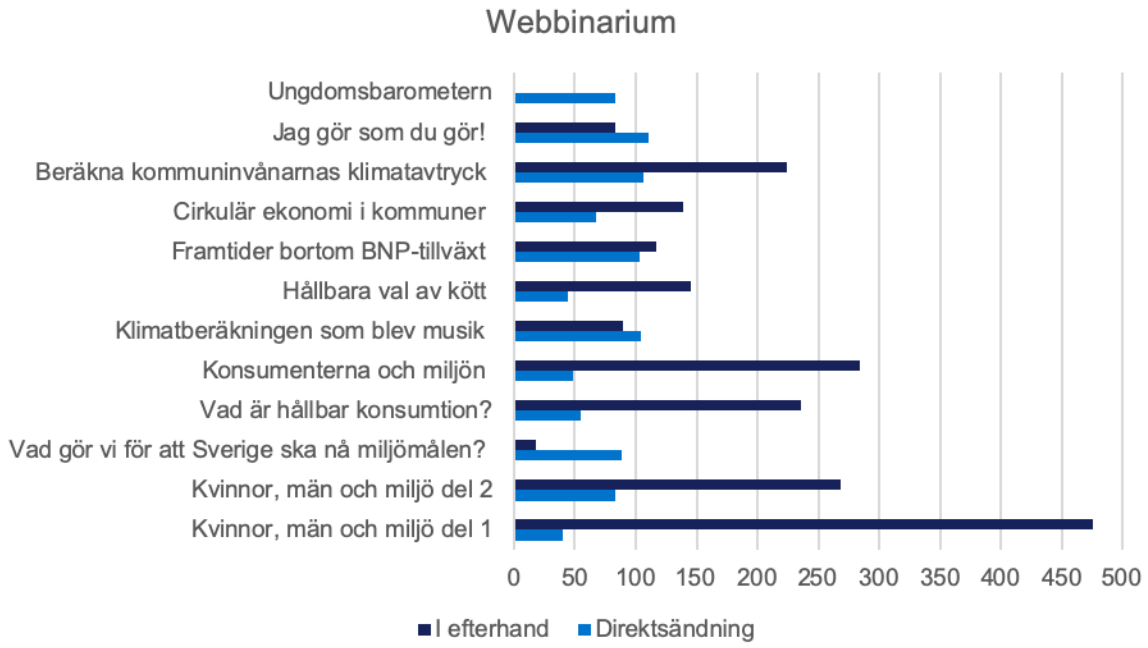
Forumet arrangerar egna, och i samarbete med andra, fysiska och digitala event i form av seminarier, konferenser, webbinarier, workshops och andra möten. Dessutom har

Konsumentverket, genom forumet, föreläst på cirka 50 externa sammankomster mellan år 2017–2019.

Arrangemangen inom forumet handlar om miljömässigt hållbar, privat konsumtion och har en koppling till områden såsom beteendeförändring, jämställdhet eller innovation. Ofta handlar eventen om att sprida kunskap eller goda exempel. Föreläsare är forskare och representanter från kommuner men även medarbetare på Konsumentverket eller andra myndigheter eller personer från forumets övriga målgrupper.

Webbinarier

Tolv webbinarier har genomförts sedan starten. Temat för dessa har varit alltifrån hållbara val av kött, hur miljömålen kan nås, hur hållbar konsumtion kan bli huvudriktning samt kvinnors och mäns konsumtionsmönster. Enligt beräkningar har webbinarierna fram till mitten av februari 2020 haft drygt 3000 visningar. Tittarna har framförallt tagit del av dem i efterhand men även i direktsändning, se figur 5. De mest populära har varit *Kvinnor, män och miljö* samt *Konsumenterna och miljön* samt *Beräkna kommuninvånarnas klimatavtryck*. Ett webbinarie saknar uppgift om antal visningar i efterhand[2]. Kommuner är överrepresenterade bland de målgrupper som har tagit del av webbinarierna.



Figur 5. Webbinarier som flest tittare tagit del av (i direktsändning och i efterhand). För webbinariet Ungdomsbarometern saknas statistik för visningar i efterhand.

2 Webbinariet Ungdomsbarometern spelades inte in varför det saknas statistik om visningar i efterhand.

Seminarier
Forumet har arrangerat och bjudit in näringslivet (företag och branschorganisationer) till två seminarier under temat miljöpåståenden i marknadsföring. Det ena seminariet arrangerades under 2018 och riktade sig till kosmetikabranschen (14 deltagare). Vid det andra seminariet var textilbranschen målgrupp (65 deltagare). Utvärderingen efter seminarierna visade att 95 procent av deltagarna varit mycket nöjda eller nöjda.

Konferenser
Forumet har arrangerat tre konferenser. Under 2018 arrangerades beteendekonferensen *Lättare att välja bättre – så påverkar du din målgrupp i en mer hållbar riktning* och konferensen *Nationell verkstad för hållbara livsstilar*. I november 2019 arrangerades en livsmedelskonferens på temat *En hållbar matkonsumtion för planeten och hälsan*. Sammantaget hade konferenserna drygt 400 deltagare och utvärderingen efteråt visade att mer än 90 procent var mycket nöjda eller nöjda. För att öka tillgängligheten filmades livsmedelskonferensen och de olika delarna har visats i genomsnitt 70 gånger i efterhand. Forumet har även varit medarrangör i Nationell verkstad för hållbara livsstilar som arrangerades under 2019 av Borås högskola och Naturvårdsverket.

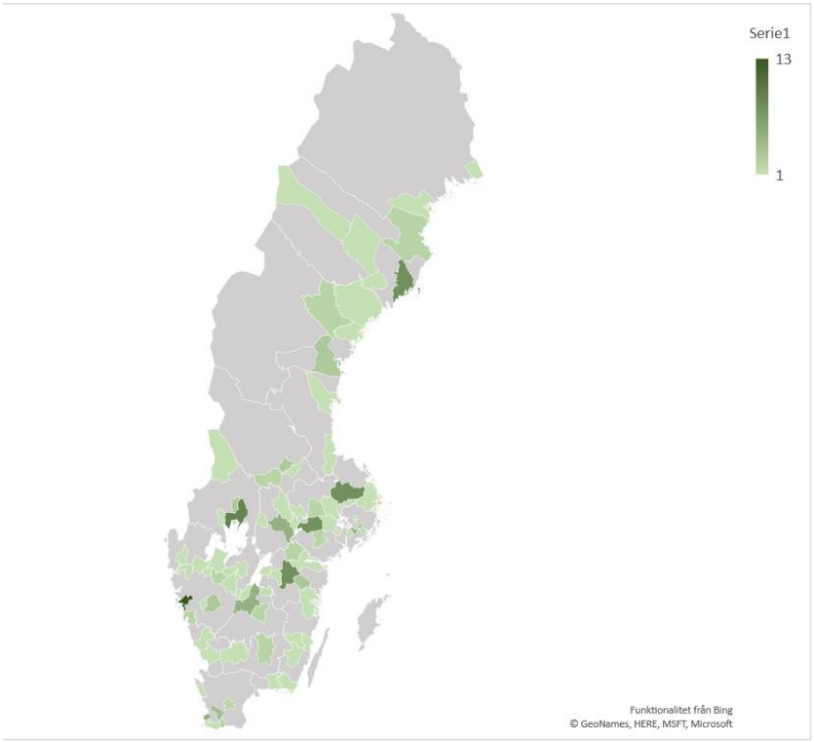
2.1.6 Textil och livsmedel som intresseområde
Inledningsvis fokuserades på textilområdet. Information och kunskap om textilier utarbetades och kontakter togs med textilbranschen för att sprida sakkunskap och även för att sprida kunskap om forumet. Med anledning av att Naturvårdsverket och Borås högskola kort därefter fick ett särskilt regeringsuppdrag inom textilområdet och när även andra intressenter (Mistra) arbetade med frågan valde Konsumentverket istället att låta forumet utgöra en kanal för att sprida andras kunskap inom textilområdet. Konsumentverket har dock fortsatt att vara medarrangör till de återkommande textildialogerna.

Efter textil valdes livsmedel som intresseområde för 2019–2020. I regeringens strategi för hållbar konsumtion nämns livsmedel som ett område där miljöbelastningen av den privata konsumtionen är hög och särskilt konsumtionen av kött. Konsumentverket har bland annat upphandlat studierna ”Hållbara val av kött” samt ”Kartläggning av metoder för att ändra kostvanor”. Forumet är en kanal för att sprida kunskap från dessa studier, bland annat genom webbinarier och artiklar på webbplatsen. Konferensen *En hållbar matkonsumtion för planeten och hälsan* arrangerades 2019 i samarbete med Livsmedelsverket och hade fokus på hållbara val av kött. Arbetet med att fortsätta sprida och driva frågan om en hållbar livsmedelskonsumtion fortsätter under 2020.

2.1.7 Målgruppen kommuner
Arbetet inom ramen för forumet fokuserar på den privata konsumtionen men konsumenter är inte den direkta målgruppen. Istället vänder sig forumet till aktörer som kan agera vidareförmedlare. Kommuner har identifierats som en viktig aktör med potential att nå ut till en bred grupp av aktörer lokalt. Konsumentverket har därför valt att fokusera lite extra på kommuner som målgrupp under 2019–2020. Av en inventering om kommunernas arbete med hållbar konsumtion, framkom att kommunerna behöver stöd i det arbetet.

Under 2019 påbörjades arbetet med att ta fram ett stöd för att underlätta kommunernas arbete med beteendeinsatser. Stödet består av ett utbildningspaket med ett bildspel, en film och ett antal artiklar på forummiljosmart.se med tips och goda exempel. Stödet beräknas vara klart under 2020 och kommer i första hand att spridas till kommunala miljöstrateger och konsumentvägledare. Dessa aktörer kan sedan nå ut inom den egna organisationen men också till lokalsamhället, med syfte att öka kunskapen och stimulera till en mer miljömässigt hållbar privat konsumtion.

Figur 6 visar att Mellansverige, Sydsverige, Stockholm och Västsverige har kommunal representation som medlemmar i forumet men att det i dagsläget saknas kommuner från mellersta Norrland, norra Mellansverige samt Öland och Gotland.



Figur 6. Geografisk spridning av kommuner som är representerade på forummiljosmart.se

2.1.8 Beteendeförändringar

Arbetet i forumet har fokuserat på att utbyta kunskap och erfarenheter om hur beteendeinsatser kan bidra till förändrade konsumtionsmönster. Redan vid uppbyggnaden av forumet bedömdes att beteendeförändringar var ett område där forumet kunde bidra med nytta och mervärde. Bland annat hade konferensen som arrangerades våren 2018 fokus på beteendeförändringar och nudging. Ytterligare en beteendekonferens genomfördes hösten 2019 med temat *En hållbar matkonsumtion för planeten och hälsan* tillsammans med Livsmedelsverket. Webbplatsen forummiljosmart.se har stöd, tips och vägledning om hur aktörer kan arbeta med beteendeförändringar och på webbplatsen kan även andra aktörer dela goda exempel.

2.1.9 Metodutveckling och innovation

I uppdraget betonas metodutveckling och innovation som viktiga frågor för forumet. Fokuset på metoder för beteendeförändring ska ses i detta sammanhang som ett område med potential att utveckla målgruppernas arbetssätt och förmåga att bidra till att det blir enklare för konsumenter att agera med miljöhänsyn.

Ett par insatser har genomförts för att mer specifikt främja innovation och innovationsförmåga. 2019 ingick forumet som partnerorganisation i Hack for Sweden, en myndighetstävling som fokuserar på att i innovationssyfte öka användningen av offentlig sektors öppna data. Partnerskapet möjliggjorde för forumet och dess medlemmar att spela in utmaningar inom området hållbar konsumtion, utmaningar som sedan antogs av Hack for Swedens programorganisation och de tävlande lagen. Konsumentverket tillgängliggjorde data från konsumentmarknadsundersökningen (KMU) och specifikt data från undersökningen Konsumenterna och miljön. Flera av de tävlande lagen liksom ett av de vinnande bidragen använde denna data.

Forumet har även ingått som referenspartner till Tillväxtverket i genomförande av regeringsuppdraget om främjande av öppen och datadriven innovation. Uppdraget till Tillväxtverket resulterade i innovationsplattformen Challenges.gov som beskrivs i Tillväxtverkets slutrapport. Ett inspel från forumet var exempelvis att befintliga nätverk, som Forum för miljösmart konsumtion och andra befintliga plattformar, ska kunna kopplas till den gemensamma innovationsplattformen. Det skulle förenkla för innovatörer och andra aktörer att hitta utmaningar samlade på en plats.

2.1.10 Jämställdhet

I uppdraget ingår att beakta skillnader ur ett jämställdhetsperspektiv. Det har inneburit att vi i forumets verksamhet har uppmärksammat skillnader i hur kvinnor och män konsumerar samt kvinnors och mäns attityder till att konsumera miljömässigt hållbart. Vi har valt att integrera jämställdhetsperspektivet i aktiviteter, projekt och kunskap på hur forumets målgrupper kan arbeta med jämställdhet. Vi har även genomfört särskilda insatser för att belysa genusskillnader, exempelvis ett par webbinarier om hur kvinnors och mäns konsumtion skiljer sig åt.

2.1.11 Omvärldsbevakning och kunskapshöjande insatser

Omvärldsbevakning är ett viktigt verktyg för att uppnå målsättningen att forumet ska vara en attraktiv mötesplats för kunskapsutbyten och samverkan. Konsumentverket deltar därför i en rad olika nätverk där målgrupperna är representerade. Omvärldsbevakning sker även via olika kanaler och andra aktörers nyhetsbrev.

Ett viktigt steg i uppbyggnaden av forumet var att få överblick över vilka satsningar som pågick och vilka huvudsakliga utmaningar olika aktörer upplevde. Vi valde som ett första steg att översiktlig inventera kommunernas verksamhet. Rapporten *Inventering av kommuners arbete för hållbar konsumtion*[3] var ett underlag för fortsatt utvecklingsarbete. Därefter tog vi fram

3 Rapport 2017:8 Inventering av kommuners arbete för hållbar konsumtion

rapporten *Inventering av beteendeinsatser*[4] som kartlade satsningar för att ändra beteenden i en mer hållbar riktning. Rapporten behandlade både svenska och internationella förhållanden och utgjorde ett underlag för fortsatt utveckling av arbetet med forumet. Rapporten identifierade även framgångsfaktorer för olika beteendeinsatser.

Konsumentverket har självt, eller via uppdrag till externa aktörer, tagit fram ytterligare rapporter. Forumet är en av flera kanaler som Konsumentverket använder för att sprida och nå ut med kunskap från dessa rapporter. Nedan listas ett urval rapporter som tagits fram under perioden 2017–2020.

- Rapport 2017:8 Inventering av kommuners arbete för hållbar konsumtion (IVL Svenska Miljöinstitutet)
- Rapport 2018:7 Konsumenters möjligheter att köpa hållbara paket- och charterresor (IVL Svenska Miljöinstitutet)
- Rapport 2018:9 Inventering av beteendeinsatser (IVL Svenska Miljöinstitutet)
- Rapport 2018:13 Konsumenters möjligheter att köpa miljömässigt hållbara skor (IVL Svenska Miljöinstitutet)
- Rapport 2018:17 Konsumenterna och miljön 2018 (Konsumentverket)
- Rapport 2019:1 Stimulera hållbar konsumtion - en processguide (Chalmers Tekniska Högskola)
- Rapport 2019:5 Hållbara val av kött (SLU)
- Kartläggning av metoder för att ändra kostvanor (Beijerinstitutet). Ännu inte publicerad.

2.1.12 Kommunikation

De aktiviteter som genomförs för att höja den allmänna kännedomen om miljösmart konsumtion sprids framförallt via forummiljösmart.se. Vidare används Twitter och Linkedin som informationskanal för aktuella miljöfrågor och för att marknadsföra olika events. Forumets Twittersida lanserades under november 2017 och har idag drygt 300 följare och Linkedin-sidan cirka 160 följare[5]. Inga kampanjer eller liknande har genomförts för att öka kännedomen om forumet.

2.1.13 Kostnader forumuppdraget

Den totala kostnaden för genomförandet av forumuppdraget beräknas för åren 2017–2019 uppgå till drygt 22 miljoner kronor varav 60 procent är lönekostnader och 40 procent övriga kostnader.

2.2 Vad visade WSP:s utvärdering?

Hösten 2019 fick en konsult (WSP) i uppdrag att göra en kvantitativ och kvalitativ utvärdering av Forum för miljösmart konsumtion. I detta avsnitt redovisas en sammanfattning av WSP:s arbete som presenteras mer detaljerat i underlagsrapporten *"URAP 2020:2 Utvärdering av Forum för miljösmart konsumtion"*. Här redovisas WSP:s utvärdering av:

4 Rapport 2018:9 Inventering av beteendeinsatser

5 https://twitter.com/forummiljosmart

- Mål och projektlogik inom forumet
- Forumets samlade kompetens, samverkan och nytta enligt deltagarna
- Deltagarnas förslag på hur forumet kan utvecklas.

WSP:s utvärdering baseraos på:

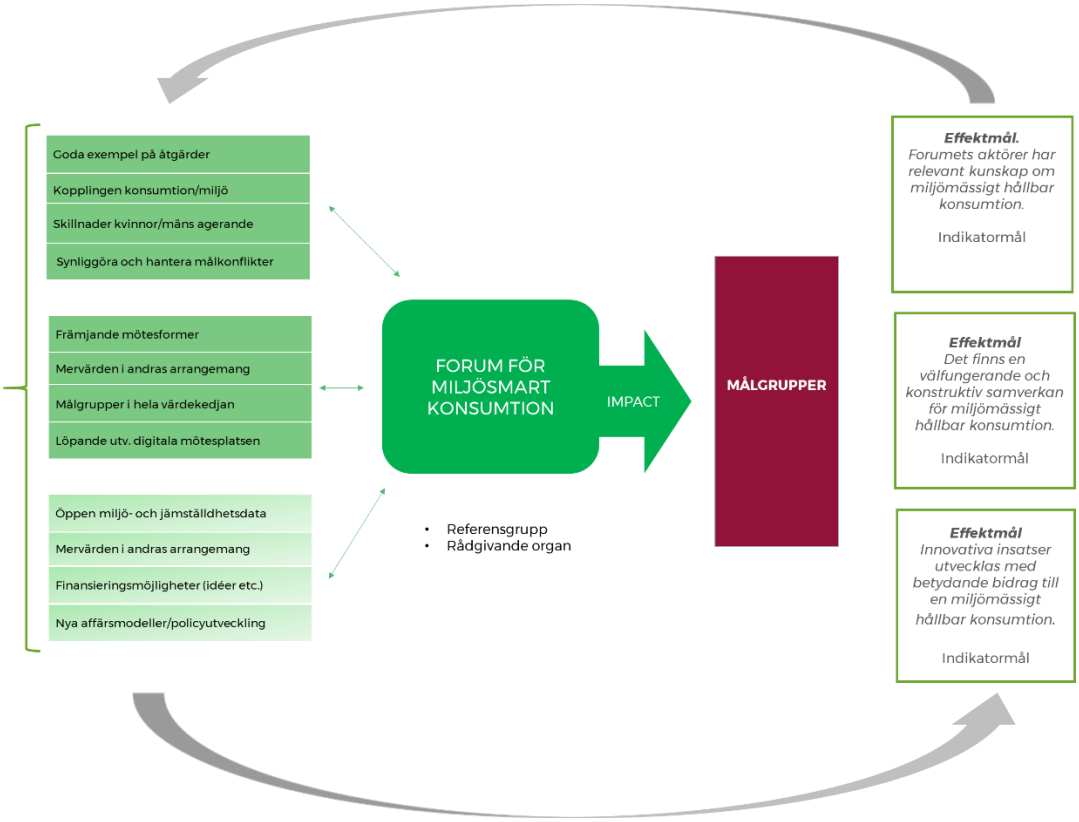
- 14 djupintervjuer med verksamhetsansvariga på Konsumentverket och aktörer från de målgrupper som på något sätt har varit engagerade i forumets verksamhet
- Statistik från den digitala mötesplatsen, webbinarier med mera samt utvärderingar från fysiska träffar och events
- Dokumentstudier, bland annat Konsumentverkets årsredovisningar, forumets verksamhetsbeskrivning, forumets mål och indikatorer samt utvärdering och lärdomar från projektperioden. Beslut och minnesanteckningar från möten i rådgivande organet och referensgruppen har också studerats.

2.2.1 Mål- och projektlogik inom forumet

Tre effektmål formulerades inledningsvis under projekttiden för forumet:

1. **Kunskap**. Forumets aktörer har relevant kunskap om miljömässigt hållbar konsumtion.
2. **Samverkan**. Det finns en välfungerande och konstruktiv samverkan för miljömässigt hållbar konsumtion.
3. **Innovation.** Innovativa insatser utvecklas med betydande bidrag till en miljömässigt hållbar konsumtion.

Eftersom effekten är svår att mäta har Konsumentverket även formulerat resultatmål och indikatorer för respektive effektmål. Detta har gjorts för att tydliggöra och öka förståelsen för vad verksamheten förväntas åstadkomma. WSP gör bedömningen att forumet har haft en tydlig projektlogik när det gäller flertalet av projektets mål och delmål. Se vidare illustration i figur sju som visar kopplingen mellan effektmålen och de aktiviteter och utmaningar som projektet haft för avsikt att möta.



Figur 7. Illustration av projektlogik. Källa: WSP

2.2.2 Vilken kompetens och kunskap samlar forumet?

Enligt WSP:s uppfattning kan endast ett fåtal respondenter redogöra för hur de fick vetskap om Forum för miljösmart konsumtion. Ett fåtal gissar att de blev inbjudna av någon myndighet inom referensgruppen. Andra nämner att de troligtvis fick en inbjudan av Konsumentverket i något sammanhang. Engagemanget i och kunskapen om Forum för miljösmart konsumtion skiljer sig mellan intervjupersonerna. WSP bedömer att ingen av intervjupersonerna använder den digitala plattformen i större utsträckning i sitt dagliga arbete. En intervjuperson har uttryckt följande:

> ”Det har väl varit viktigt att synas och finnas med. Det som varit värdefullt är att kunna söka personer och få en bild av vem som jobbar med dessa frågor. Jag har inte sökt så mycket. Jag vet inte i vilken utsträckning som vår information har spridits.”

Utvärderingen visar även att forumet har utvecklat ett brett nätverk och når ut till målgrupperna. Det innefattar bland annat expertmyndigheter, länsstyrelser, kommuner, landsting, forskare, näringsliv och civila organisationer.

Olikheterna mellan aktörerna bidrar till att utvärderingen inte tydligt kan visa om de deltagande aktörer har fått relevant kunskap eller bidragit till att sprida kunskap om miljömässigt hållbar konsumtion. Några kommuner anser att forumet ger dem möjlighet att få lärdomar och insikter om hur andra kommuner arbetar medan andra istället har fått möjlighet att dela sina projekt.

2.2.3 Hur har samverkan fungerat?

WSP:s bedömning är, utifrån intervjuer, att forumet inte har bidragit till något starkare samarbete mellan aktörer. Några respondenter anser dock att forumet konkret har bidragit till att ”knyta ihop” aktörer genom tematiska konferenser och seminarier.

Det lyfts även fram att forumet har bidragit till att aktörer inom miljöområdet har fått möjlighet att vara synliga andra sammanhang än de annars brukar. Särskilt de fysiska mötena har möjliggjort nätverkande och skapat goda möjligheter till samverkan.

Webbplatsen forummiljosmart.se har enligt konsultens bedömning endast i begränsad omfattning lett till nya samarbeten. Ett hinder som nämns är mängden av olika digitala initiativ och forum som konkurrerar med varandra. En intervjuperson lyfter fram detta:

> ”Det är en stor tröskel för vissa med en till plattform att vara på. Måste hitta det som är unikt för Konsumentverket.”

2.2.4 Vilken nytta har forumet gjort?

I utvärderingen framkommer att forumet bidrar till att sätta hållbar konsumtion ”på kartan” vilket bedöms ha betydelse som symbolhandling, att en myndighet har fått ett särskilt uppdrag att jobba med frågan. En intervjuperson beskriver det:

> ”Konsumtionens klimatpåverkan är en viktig fråga att börja diskutera. Den är också väldigt känslig. Det är ju att våga det handlar om. Det behövs en politisk styrning. Där finns inte det politiska modet. Men ett sådant här uppdrag till en myndighet är ett första steg.”

Möjligheten till nätverkande lyfts fram som ett direkt mervärde vid konferenser och seminarier. Även webbplatsen upplevs utgöra en bra plattform för att söka reda på personer och projekt. Utvärderingen visar dock att intervjupersonerna ännu inte utnyttjat dessa möjligheter i någon större utsträckning.

Några av de intervjuade nämner att de via Konsumentverkets har fått statistik och nyckeltal som de haft användning för.

Den aktivitet inom forumet som varit särskilt uppskattad är webbinarierna. För samtliga webbinarier har 94 procent eller fler svarat att de är nöjda och 80 procent eller fler har svarat att ”webbinarierna absolut eller till viss del” har bidragit till ny kunskap. Webbinarierna beskrivs som ett kort och enkelt sätt att förmedla kunskap, där forskningen får betydande utrymme. Tillgängligheten, att kunna delta på distans eller titta i efterhand, beskrivs som resurseffektivt. Några intervjupersoner beskriver:

> ”En fantastiskt bra form för lärande. Många personer kan delta och man kan utgå från sin egen arbetsplats. Vissa webbinarier kan man bara lyssna på, ibland kan man kommentera.”

> ”Jag gillar ju webbinarierna skarpt. Korta enkla sätt att förmedla kunskap. Där är forskningen särskilt intressant att lyfta.”

Utifrån telefonintervjuer, enkätuppföljningar men även efter dialog med deltagare från forumets senaste konferens[6], gör WSP bedömningen att workshops och konferenser inom forumet håller en hög kvalitet.

WSP anser att forumet har belyst och diskuterat arbetssätt för jämställdhetsarbete. I intervjustudien framkommer att respondenterna uppfattar ett jämställdhetsperspektiv inom forumets verksamhet, dels genom en medvetenhet om vilka som bjuds in som talare och deltagare på olika arrangemang, dels i form av aktiviteter med särskilt fokus på frågorna.

2.2.5 Hur kan forumet utvecklas?

Baserat på resultat från de intervjuer WSP har genomfört samt med stöd av den dokumentation de har granskat har följande förslag framkommit på utveckling av Forum för miljösmart konsumtion:

- Mer fakta, kunskapsunderlag och konkreta verktyg för beteendeförändringar.
- Ökat fokus på områden där konsumtionens påverkan på miljön är stor och gemensamma satsningar med andra myndigheter/aktörer, kampanjer och liknande
- Sprid goda exempel inom olika delområden
- Komplettera befintliga plattformar, undvik överlappningar och tydliggör hur forumet kompletterar andra initiativ och vilken nytta forumet tillför (i förhållande till andra befintliga)
- Tydliggör målgruppen och samarbetspartners. Undvik generella formuleringar som att forumet vänder sig till ”alla som arbetar med att få människor att konsumera mer hållbart”
- Tydliggör syfte och mervärdet med webbplatsen forummiljosmart.se och dess olika funktioner. Överväg om forumet bör ha en tydligare koppling till Linkedin och Facebook, vilket av vissa upplevs kunna bidra till ökat utbyte mellan deltagarna.
- Konsumentverket uppmuntras kliva fram i rollen som ansvarig för forumet. Utöver att förstärka sin koordinerande roll genom att ”knyta ihop” aktörer och projekt på webbsidan samt sprida kunskap, bör Konsumentverket agera mer som en förändringskraft i dessa frågor.

2.3 Bedömning av uppnådda resultat inom Forum för miljösmart konsumtion

Konsumentverkets fokus låg inledningsvis på den digitala mötesplatsen och dess olika funktioner. Successivt har verksamheten inriktats mer på samarbeten och kunskapsspridning genom fysiska och digitala träffar och event. Vi bedömer att de kunskapsbyggande insatserna har varit mest framgångsrika. De utvärderingar som gjorts visar att deltagarna på forumets event är mycket nöjda och en stor andel uppger att de får med sig viktig kunskap. Webbinarier som direktsänds,

6 En hållbar matkonsumtion för planeten och hälsan - hur kommer vi dit? (2019). En konferens i samverkan mellan Konsumentverket och Livsmedelsverket.

men också spelas in för att kunna ses i efterhand, är ett effektivt sätt att sprida Konsumentverkets eller andra aktörers kunskap. Vi ser också att efterfrågan är stor från andra aktörer att sprida kunskap genom den digitala mötesplatsens webbinarier.

Konsumentverket har löpande utvecklat den digitala mötesplatsen utifrån användarundersökningar och data om hur webbplatsen används. I ett tidigt skede efterfrågades en mötesplats där användarna kunde diskutera frågor och komma i kontakt med varandra vilket låg till grund för att ett diskussionsforum byggdes. Utvärderingar visar dock att verktyget i praktiken används i liten utsträckning.

Nya medlemmar registrerar sig kontinuerligt på den digitala mötesplatsen. Konsumentverkets bedömning är att det har varit förhållandevis lätt att locka nya medlemmar men svårare att skapa aktivitet. De flesta besökarna är intresserade av att ta del av andras material men är mindre benägna att dela med sig av egna projekt och lärdomar. Enligt våra undersökningar har medlemmar större drivkraft att dela med sig av projekt om dessa lyfts fram på något sätt. Från och med januari 2020 marknadsför vi därför utvalda projekt på den digitala mötesplatsen.

Forumet har blivit en användbar mötesplats för kunskapsspridning med stor efterfrågan på våra event. Seminariet om miljöpåståenden i marknadsföring 2019 är ett exempel, då efterfrågan var så stor att vi fick både fördubbla antalet platser och erbjuda ytterligare ett seminarietillfälle.

Under senare tid har flera aktörer visat ett större intresse för samarbete inom ramen för forumet. Vi blir allt oftare inbjudna som föreläsare vid andras event och efterfrågade som medarrangörer i olika sammanhang samt efterfrågas som representanter i olika referensgrupper och andra samarbetsforum. Verksamheten inom ramen för Forum för miljösmart konsumtion har sammantagit bidragit till att flytta fram positionerna för Konsumentverkets arbete med miljömässigt hållbar konsumtion. Konsumentverket har kunskap om hur konsumenter agerar, vilka förutsättningar och möjligheter konsumenter upplever och även kunskap om skillnader mellan kvinnors och mäns konsumtion. Vi kan konstatera att efterfrågan på denna kunskap är stor bland våra målgrupper och här har Konsumentverket en viktig roll att fylla.

3 Stimulera miljösmarta konsumtionsmönster

När Konsumentverket fick regeringsuppdraget att stimulera miljösmarta konsumtionsmönster beslutades det att uppdraget skulle bedrivas inom ramen för befintlig verksamhet, läs mer under avsnitt 1.1. På så vis har de genomförda insatserna integrerats i redan etablerade arbetsformer och bidragit till myndighetens samlade arbete med att integrera ett miljöperspektiv. Målgruppen är konsumenter men i uppdraget ingår även att stödja skolan och att i samverkan med andra aktörer stimulera konsumenter till en mer miljömässigt hållbar konsumtion.

3.1 Genomförda aktiviteter och resultat

I uppdraget har ingått att göra relevant information om miljöpåverkan från privat konsumtion lättillgänglig och känd bland konsumenter. Det har skett dels via vägledning och verktyg inom upplysningstjänsten Hallå konsument, dels inom webbtjänsten bilsvar.se. Vidare har olika former av stöd till lärare producerats. Vi har enligt uppdraget även haft frihet att i övrigt genomföra insatser som vi bedömt bidrar till att stimulera miljösmart konsumtion. Nedan presenteras genomförda aktiviteter och de resultat som har uppnåtts.

3.1.1 Information och vägledning till konsumenter

Hallå konsument är Konsumentverkets primära kanal till konsumenter och erbjuder vägledning via hallåkonsument.se, telefon, chatt, mejl och ett frågeforum. De allra flesta frågor till Hallå konsument handlar om konsumenters rättigheter och skyldigheter. Enligt förordningen i ska konsumenter även få information och vägledning som underlättar väl avvägda val. Där ingår också information om miljömässigt hållbar konsumtion. Allt sedan tjänsten startade har det varit ovanligt att konsumenter sökt stöd i frågor som rör miljö. För att förbättra vägledningen inom miljöområdet har därför ett fyrtiotal artiklar på hallåkonsument.se försetts med miljöintegrerad information genom att hållbarhet har integrerats i existerande och nya artiklar. Konsumenter som besöker hallåkonsument.se får därmed kortfattad och användbar hållbarhetsrelaterad information i samband med att de läser om sina rättigheter och skyldigheter. Dessutom tipsas konsumenter regelbundet om hållbar konsumtion via inlägg i sociala medier (cirka ett inlägg per vecka), se figur 8.



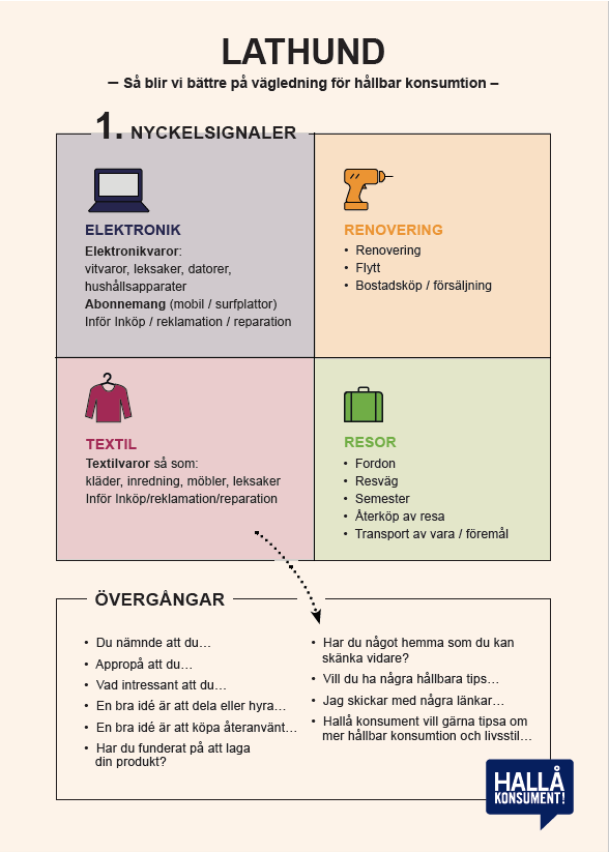
Figur 8. Hallå konsument ger regelbundet information och hållbarhetstips i sociala medier

Vägledande verktyg

Eftersom det är få konsumenter som hör av sig till Hallå konsument med direkta frågor om hållbar konsumtion så har en metod införts där vägledarna i relevanta sammanhang själva bryggar över till att ge hållbarhetsrelaterad information. Ett verktyg som ska stödja vägledarna med detta togs fram 2018. Verktyget ger också bättre förutsättningar för dokumentation och uppföljning i verksamheten.

Verktyget har tagits fram med hjälp av externa konsulter som har medlyssnat på vägledarna, genomfört workshops samt gjort djupintervjuer. Fyra produkt- och tjänsteområden med potentiellt stor miljöpåverkan identifierades (elektronik, textilier, resor och renovering) där vägledarna bedömdes kunna ge relevant information för att stimulera till hållbara val. Verktyget består av en lathund med stöd i lämpliga övergångar som kan användas i vägledningen inom respektive område, se figur 9.

Vägledare på Hallå konsument har under 2019 fått individuell coachning utifrån verktyget. Vidare har kompetensutbildning inom hållbarhetsområdet genomförts. Målet 2019 var att Hallå konsument ska bidra med hållbarhetsinformation i tio procent av kontakterna, vilket är uppnått. Det vägledande verktyget bedöms vara en bidragande orsak till detta.



Figur 9. Vägledande verktyg. En lathund för aktiv vägledning kring hållbar konsumtion på Hallå konsument

Märkningsguiden

Märkningsguiden ger oberoende information om märkningar på olika typer av produkter. Guiden finns tillgänglig på hallakonsument.se och presenterar märken inom framför allt miljöområdet. Den innehåller 44 märkningar men förslag på nya märkningar kommer ofta in från allmänheten. Märkningsguiden har marknadsförts kontinuerligt under 2017–2019. Våren 2018 såg över 600 000 konsumenter annonsen på Facebook eller Instagram. Under 2019 har guiden spridits till allmänheten framför allt genom sociala medier och i samband med andra kampanjer såsom Textilsmart. Under 2019 hade guiden 31 000 besök. Intresset för Märkningsguiden visar att konsumenter har stort behov av att få vägledning om olika märkningars betydelse. Floran av märkningar är stor och det kan vara svårt att förstå märkenas betydelse eller vem som äger märket.

Frågeforum

Information om hållbar konsumtion har också aktivt lyfts fram i Hallå konsuments interaktiva frågeforum. Informationen tenderar att premieras av sökmotorer och är således en bra väg för att nå konsumenter som inte aktivt söker sig till Hallå konsument. Målsättningen sedan 2018 har varit att minst fem procent av de frågor och svar som publiceras i frågeforumet ska vara hållbarhetsrelaterade. Detta mål har uppnåtts 2018 och 2019. Hållbarhetsrelaterad information har

även, enligt principen om miljöintegrerad information, integrerats i övriga frågor och svar i det interaktiva forumet.

Reklamationsrättskampanj
Under 2017 lanserade Hallå konsument en reklamationsrättskampanj som följd av en undersökning som visade att kunskapen om reklamationer var låg. Syftet med kampanjen var att öka kunskapen men också att göra konsumenter medvetna om att de kan bidra till en mer hållbar konsumtion genom att nyttja sin reklamationsrätt istället för att köpa en ny produkt. Kampanjen hade ett särskilt fokus på unga vuxna och fick stort genomslag, varpå Hallå konsument valde att använda den igen i perioder under 2018 och 2019.

3.1.2 Bilsvar.se

Bilsvar.se är en tjänst där konsumenter kan söka och jämföra 50 000 bilmodeller, både nya och begagnade. Information finns inom områdena ekonomi, miljö, säkerhet och teknik. Konsumentverket ansvarar för tjänsten med stöd av Energimyndigheten. En ny version av tjänsten lanserades 2018 med:

- tydligare miljöprofil med mer fakta om hållbarhetsperspektiv på bilköp.
- ett utvecklat "klimatindex" som visar bilens faktiska klimatpåverkan under drift baserat på bland annat aktuell iblandning av förnybart innehåll i tillgängliga bränslen på marknaden.
- en förbättrad sök- och filtreringsfunktion.

I samband med att nya bilsvar.se lanserades inleddes en kampanj för att marknadsföra tjänsten i allmänhet och dess klimatindex i synnerhet. Syftet var att öka medvetenheten om miljöaspekter vid bilköp och att konsumenter ska kunna jämföra vilken klimatpåverkan olika bilar har. Tjänsten har haft cirka 400 000 besök under 2019, vilket är en ökning med 20 procent jämfört med 2018 och ett rekord sedan starten 2013.

3.1.3 Underlätta undervisningen om konsumtionens påverkan på miljön

För att underlätta skolans undervisning om konsumtionens påverkan på miljön har vi tagit fram flera skolmaterial och förslag på lektionsupplägg. De finns lättillgängliga för lärare via Konsumentverkets lärarsidor och i den så kallade Lektionsbanken[7]. Konsumentverket har valt att inrikta insatserna mot myndighetens prioriterade lärargrupper: hem- och konsumentkunskapslärare i grundskolan och samhällskunskapslärare på gymnasiet.

För att undersöka behovet och optimera resultatet genomfördes 2017 en förstudie. Bland aktiviteterna kan nämnas en hearing med intressenter, enkätstudien *Skolans undervisning för miljömässigt hållbar konsumtion* i *åk 7–9 och gymnasiet* samt en kartläggning av hur undervisning om hållbar konsumtion i åk 4–6 bedrivs och vilket behov av stöd som finns. Förstudien visade att det saknas uppdaterat material för grundskolan. Rörligt material, såsom filmer var särskilt efterfrågat. Lärare på gymnasieskolan efterfrågade förenklade och bearbetade underlag från trovärdiga källor att använda i undervisningen. Resultatet av förstudien har

7 www.konsumentverket.se/for-larare/lektionsbanken/

har använts som underlag för prioritering av insatser. Nedan presenteras en samlad bild av de aktiviteter som har genomförts.

Nya Lektionsbanken

En helt ny lektionsbank lanserades hösten 2018 med större utbud av lektioner om miljömässigt hållbar konsumtion. Lektionsbanken har 49 lektioner och 47 560 användare, att jämföra med den gamla versionen som 2017 hade 5 650 besökare. För ytterligare information, se Konsumentverkets lektionsbank[8]. I anslutning till Lektionsbanken har Konsumentverket även utvecklat 19 quiz. De har använts frekvent och under 2018 - 2019 användes quizet i sin helhet knappt 84 000 gånger. Målsättningen att öka besöken på nya Lektionsbaken med minst 25 procent på tre år och att lärarna använder fler lektionsförslag som handlar om hållbar konsumtion har uppnåtts.

Skolmaterialet Hållbart såklart!

I det nyproducerade skolmaterialet *Hållbar såklart!* integreras alla hållbarhetsdimensioner (miljömässigt hållbar konsumtion, konsumenträttigheter, privatekonomi och produktionsvillkor i andra länder). Sex filmavsnitt och 30 färdiga lektioner har producerats under 2019 för hem- och konsumentkunskapsämnet åk 7–9.

Bildspel om miljömässigt hållbar konsumtion

Under 2019 producerades även ett bildspel om miljömässigt hållbar konsumtion. Det ger en övergripande introduktion till området och kan användas som föreläsningsstöd av lärare i årskurs 7–9 i grundskolan och på gymnasiet. Materialet består av 26 animerade bilder (figur 10) och ett lärarmanus som har fokus på fyra områden: shopping, hemma hos dig, maten och resande. Drygt 1500 lärare har laddat ned presentationen under 2019.



Figur 10. Urval av bilder från bildspelet om miljömässigt hållbar konsumtion för årskurs 7–9.

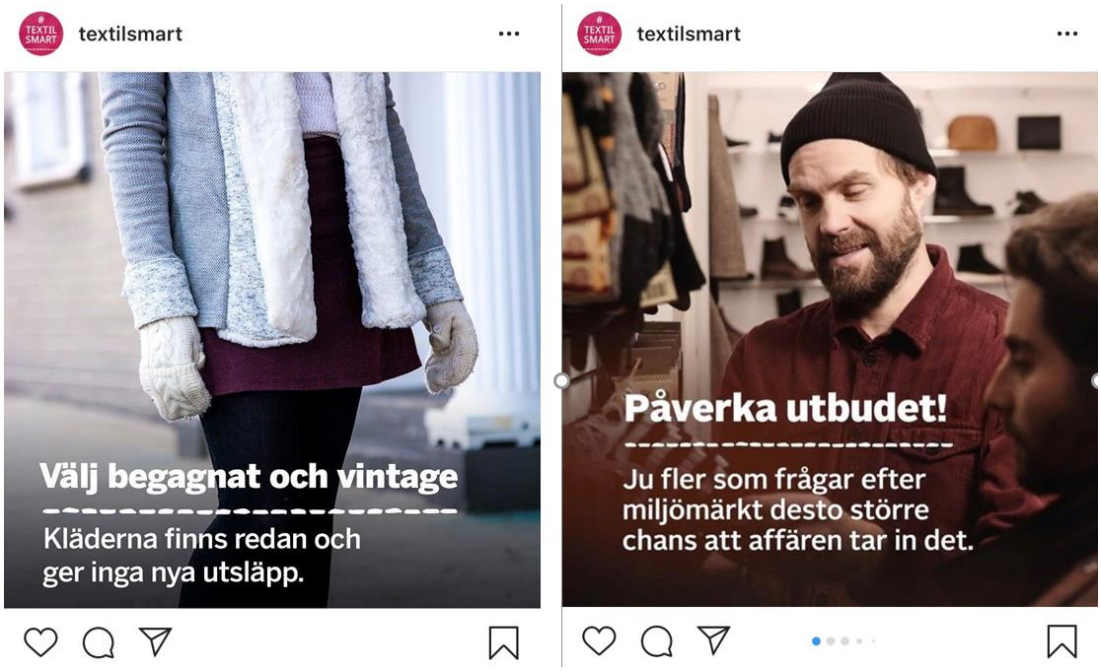
8 https://www.konsumentverket.se/for-larare/lektionsbanken/

Samverkan med andra aktörer inom lärande för hållbar utveckling
Konsumentverket samarbetar med olika aktörer och har under åren medverkat vid många lärarkonferenser och lärarutbildningar för att sprida kunskap om undervisning inom området miljömässigt hållbar konsumtion. Vi deltar i arbetsgruppen Hållbar utveckling inom ramen för Myndighetsnätverket för barn och ungdomsfrågor, där vi utbyter erfarenheter och information med Boverket, Energimyndigheten, Folkhälsomyndigheten, Konsumentverket, Livsmedelsverket, Länsstyrelsen, Myndigheten för ungdoms- och civilsamhällesfrågor (MUCF), Naturvårdsverket, Sveriges Geologiska Undersökningar (SGU) och Skolverket. Arbetsgruppen har även utgjort plattform för den myndighetssamverkan som enligt detta uppdrag ska ske med Naturvårdsverket, Kemikalieinspektionen och andra berörda myndigheter. Konsumentverket ingår även i nätverket Lärande för hållbar utveckling (LHU).

3.1.4 Övriga relaterade aktiviteter

Nedan presenteras övriga insatser som har genomförts under uppdragsperioden och som var och en bedöms bidra till att stimulera mer miljösmarta konsumtionsmönster hos konsumenter. Det gäller arbetet med Textilsmart, myndighetens miljömärkningsarbete samt en mer hållbar matsedel.

Regeringsuppdrag: Information om hållbar konsumtion av textil
Konsumentverket har ingått som en av tre parter i Naturvårdsverkets uppdrag för att höja konsumenters kunskap om hållbar konsumtion av textil. Uppdraget har en inriktning som gjort det lämpligt att kombinera med stimulerauppdraget. Flera olika informationsinsatser har genomförts, framför allt genom en kampanjsajt för Textilsmart på Hallåkonsument.se som har haft över 43 000 besökare sedan starten i september 2019. Instagram men även andra av myndighetens kanaler, till exempel Facebook och Twitter, används som kanaler för att informera konsumenter om kampanjsajten. Instagramkontot har över 6 000 följare och tipsar konsumenter om hur en hållbar klädkonsumtion ser ut. Se figur 11. Vidare har alla vägledare på Hallå konsument utbildats inom hållbar textilkonsumtion. Information om hållbara textiler har även nått andra aktörer via Portalen (en webbplats riktad till kommunernas konsumentverksamhet) och Forum för miljösmart konsumtion. Vi har också på andra sätt gett stöd till konsumentvägledare, länsstyrelser, miljökommuner och influencers med flera. I skolmaterialet *Hållbar såklart!* har textil varit ett centralt område som baserat sig på innehåll från Textilsmart.



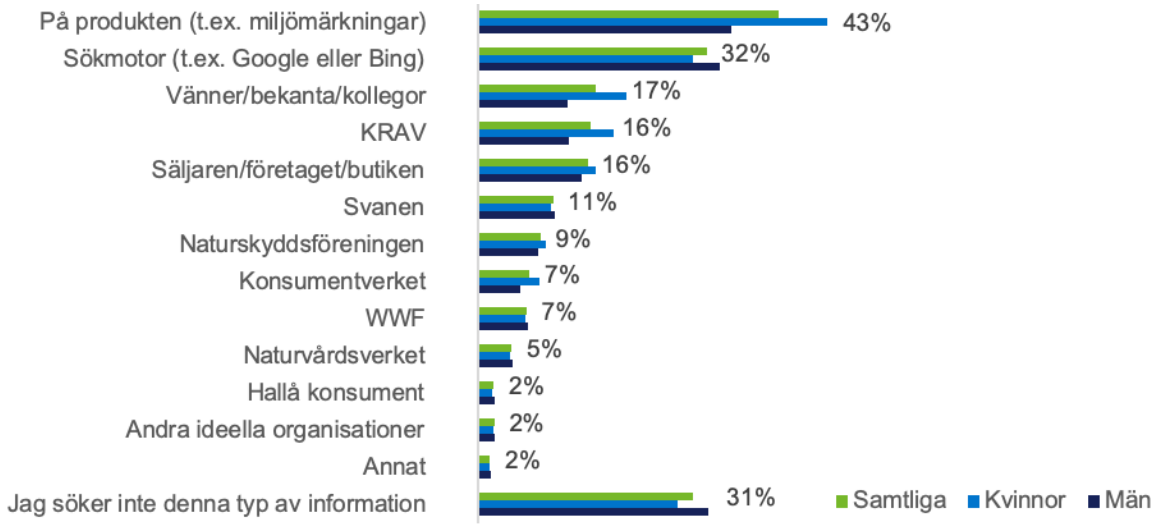
Figur 11. Textilsmart sprider regelbundet information och tips i sociala medier om du kan konsumera hållbara textilier

Slutligen har vi inom ramen för Forum för miljösmart konsumtion, genomfört kunskapshöjande aktiviteter om miljöpåståenden i marknadsföring för textilbranschen. Två seminarier för företag har haft fokus på marknadsföring av kläder och hemtextilier ur ett miljöperspektiv. Regeringsuppdragen Stimulera miljösmarta konsumtionsmönster och uppdraget med Information om hållbar konsumtion av textil har gjort att Konsumentverket har kunnat fokusera på textilområdet och på så sätt driva arbetet snabbare framåt.

Miljömärkningsarbete

Miljömärkningar bidrar med viktig information i valsituationer. Konsumentverkets undersökning 2019[9] visar att 43 procent av konsumenterna söker i första hand information om en varas eller tjänsts miljöpåverkan direkt på produkten. Se figur 12.

9 Konsumentverket genomför regelbundet omnibusundersökningar vilket innebär att frågor ställs till 1000 personer (18-75 år) via en webbenkät. Resultatet av dessa undersökningar utgör ett viktigt underlag i Konsumentverkets arbete.



Figur 12. Nästan hälften av alla konsumenter letar information om hur en vara eller tjänst påverkar klimat och/eller miljö inför ett köp på själva produkten

För att få en djupare förståelse och kunskap om branschens egna märkningar inom textilområdet har Konsumentverket under 2019 låtit en extern konsult titta närmare på miljöfakta bakom de olika märkningarna. Denna kunskap kommer till nytta i bland annat Konsumentverkets tillsynsarbete. Vidare deltar myndigheten fortsatt i svenska Miljömärkningsnämnden som arbetar med ställningstagande i kriteriefrågor inom den nordiska miljömärkningen Svanen och EU:s miljömärkning Ecolabel.

En mer hållbar matsedel

Konsumentverket gör varje år beräkningar av referensvärden för några av hushållens vanligaste utgiftsområden, där livsmedel är ett område. Kostnader för livsmedel beräknas utifrån en näringsberäknad fyra veckors matsedel. Maten står för en stor del av såväl hushållens budget som miljöpåverkan. Under 2019 har Konsumentverket i samarbete med Livsmedelverket gjort en översyn och revidering av tidigare års matsedel. Matsedeln är nu mer hållbar ur ett hälso-, miljö- och klimatanpassat samt ekonomiskt perspektiv. Beräkningarna utgår från de nordiska näringsrekommendationerna NNR 2012 och har anpassats efter de svenska kostråden 2015. Matsedeln riktar sig främst till hushållen men även till kommunernas konsumentvägledning, budget och skuldrådgivning, socialkontor, banker och skolor som stöd vid beräkning av kostnader.

I jämförelse med tidigare års matsedel innehåller den nu en ökad andel vegetariska måltider, mindre mängd rött kött och charkprodukter och till viss del även mindre mängd mejeriprodukter. Kostnaderna för kött, ägg och mejeriprodukter har beräknats med hänsyn till såväl djurskydd och djurhälsa som en miljö- och klimateffektiv produktion. Kostnaderna för fisk-och skaldjur grundar sig på MSC-märkta produkter. Andelen ekologiska livsmedel är högre än i tidigare underlag. Den nya mer hållbara matsedeln är också klimatberäknad. Syftet är att på så vis bidra till förutsättningarna för att vi ska nå klimatmålen 2050 enligt Parisavtalet. Vår målsättning är att under 2020 tillsammans med Livsmedelsverket vidareutveckla och sprida matsedeln.

3.1.5 Kostnader stimulerauppdraget

Den totala kostnaden för stimulerauppdraget mellan 2017–2019 uppgår till 10,5 miljoner kronor varav drygt 4 miljoner kronor är lönekostnader och 6,5 miljoner övriga kostnader.

3.2 Bedömning av uppnådda resultat inom uppdraget att stimulera miljösmarta konsumtionsmönster

Som ett resultat av uppdraget att stimulera miljösmarta konsumtionsmönster har Konsumentverket under de senaste två åren vidtagit en rad åtgärder, främst inom myndighetens konsumentstödjande verksamheter. Beslutet att integrera dessa åtgärder i redan befintlig verksamhet bedömer vi har varit verkningsfullt. Genom att utnyttja redan befintliga kanaler, kunskaper och kontakter har vi effektivt och på relativt bred front kunnat infoga stimulerande insatser inom bland annat vägledning och lärarstöd. På så vis har uppdraget möjliggjort en tydligare prioritering av det hållbarhetsuppdrag som Konsumentverket redan har genom förordning 2014:110 om en upplysningstjänst för konsumenter. Upplysningstjänsten Hallå konsument har en unik roll som ett samarbete mellan tretton myndigheter.

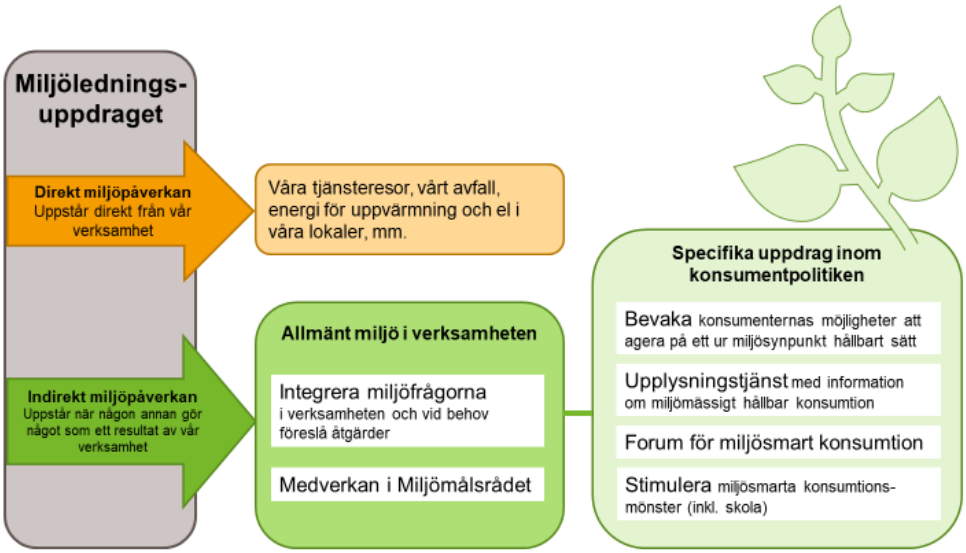
En omnibusundersökning i mars 2019 visar att konsumenter har en oklar uppfattning om vilken myndighet de kan kontakta för att få information om varors och tjänsters klimat- och miljöpåverkan. Såväl Konsumentverket som Hallå konsument kom dock relativt högt i denna mätning. Genom att integrera ett miljöperspektiv i de tjänster som tillhandahålls via hallakonsument.se kan vi möta konsumenternas behov. Frågeforumet är en effektiv kanal för att snabbt nå ut med information i frågor som berör många konsumenter och att kunna ge hållbarhetsinformation i situationer där detta inte aktivt efterfrågats av konsumenten.

Uppdragets kraftsamlande effekt inom myndigheten märks bland annat i vårt arbete mot skolan och i våra kostnadsberäkningar. Det är områden där vi tidigare inte har prioriterat miljöaspekterna i samma utsträckning. I stimulerauppdraget har vi valt att även inkludera insatser som vi i någon form arbetade med före uppdraget men som i hög utsträckning handlar om att stimulera i en mer hållbar riktning. Miljömärkningsarbetet i bred bemärkelse är ett sådant område. Likaså anser vi att Naturvårdsverkets regeringsuppdrag ”Information om hållbar konsumtion av textilier”, där Konsumentverket bidrar, i hög utsträckning syftar till att stimulera konsumenter att agera med miljöhänsyn vid köp av textilier.

Ett viktigt resultat av uppdraget är en tydlig förstärkning av miljöperspektivet i Konsumentverkets verksamhet. Vi gör också bedömningen att genomförda insatser har bidragit till att konsumenter stimuleras till mer hållbara konsumtionsval. På liknande sätt bedöms den kunskap som spridits via forumet ha bidragit till att skapa förutsättningar för andra aktörer i arbetet med att stimulera konsumenter till en mer hållbar konsumtion.

4 Slutsatser och behov av fortsatt arbete

Regeringens strategi för hållbar konsumtion tar sikte på vad staten kan göra tillsammans med kommuner, näringsliv och det civila samhället för att underlätta för konsumenter att agera hållbart. Konsumentverket har flera miljörelaterade uppdrag, se figuren nedan. Förutom uppdragen som omfattas av denna redovisning, det övergripande miljöledningsuppdraget och uppdraget att integrera miljöfrågor i verksamheten medverkar vi även i Miljömålsrådet. Vi har också ett uppdrag att bevaka konsumenternas möjligheter att agera miljömässigt hållbart och att ge information om miljömässigt hållbar konsumtion via upplysningstjänsten Hallå konsument. Forumuppdraget och stimulerauppdraget handlar på ett konkret sätt om att bidra till att stimulera konsumtionen till att bli mer miljömässigt hållbar.



Figur 13. Beskrivning av Konsumentverkets uppdrag inom miljöområdet

Konsumentverkets uppdrag att arbeta med miljöfrågor är angelägna och utgör viktiga bidrag till genomförandet av Agenda 2030, särskilt mål 12 ”Hållbar konsumtion och produktion” och även till de nationella miljökvalitetsmålen och generationsmålet. I regeringens handlingsplan för införandet av Agenda 2030 nämns Forum för miljösmart konsumtion som ett viktigt bidrag i arbetet med att sprida kunskap och skapa samverkan mellan olika aktörer.

Konsumentverket, genom Forum för miljösmart konsumtion, bedöms ha tillfört ett mervärde genom att sprida kunskap och skapa samverkan mellan samhällets aktörer inom området hållbar konsumtion. Kommuner, forskargrupper, branschorganisationer och myndigheter har fått och även delat med sig av sin kunskap via aktiviteter inom forumet och utvärderingar visar att deltagarna har varit mycket nöjda.

Inrättandet av den digitala mötesplatsen föregicks av ett omfattande förarbete med syfte att möta de behov som målgrupperna för forumet uppgavs ha. Efter lanseringen har ett löpande

utvecklingsarbete skett vilket resulterat i två uppdateringar både innehållsmässigt och med nya funktioner. Konsumentverkets avsikt är att via webbplatsen presentera relevant och aktuell kunskap inom miljömässigt hållbar konsumtion med fokus på beteendeförändringar och jämställdhet.

På motsvarande sätt bedöms arbetet med att stimulera till miljösmart konsumtion ha gett resultat. Det visar sig bland annat i att vägledarna på Hallå konsument integrerar hållbarhetsrelaterad information i mer än tio procent av kontakterna. Vi bedömer också att våra nya skolmaterial, med ett ökat integrerat hållbarhetsperspektiv, våra utåtriktade insatser gentemot lärare och vår samverkan med andra aktörer inom området, har bidragit till att underlätta undervisningen om konsumtionens påverkan på miljön.

4.1 Behov av fortsatt arbete

En omställning till mer hållbara konsumtionsmönster är en förutsättning för att nå de svenska miljömålen och FN:s mål om en hållbar konsumtion och produktion till 2030. Den privata konsumtionen gör ett betydande miljöavtryck och i Sverige har konsumtionen ökat de senaste 20 åren. Hushållen står för två tredjedelar av den totala konsumtionsrelaterade klimatpåverkan i Sverige. Det har med andra ord stor betydelse hur konsumenter agerar och vad som konsumeras.

Forum för miljösmart konsumtion har det senaste året etablerats som en nod för aktörer som arbetar med beteendefrämjande insatser för en mer miljömässigt hållbar konsumtion. Vi har märkt en stor efterfrågan från andra aktörer på kunskap om beteendeförändringar och hur konsumenter agerar. Inom det området har Konsumentverket en viktig roll att fylla.

Stimuleraruppdraget har bidragit till att Konsumentverket nu i större utsträckning integrerar miljöaspekter i de delar av verksamheten som handlar om att stödja konsumenter. Konsumentverket bedömer att det finns behov av att fortsätta med detta.

Utvecklingen mot en miljömässigt hållbar konsumtion är en fråga som berör samhällets alla aktörer. Den verksamhet som Konsumentverket har bedrivit inom forumet har bidragit till nätverkande, erfarenhetsutbyte och lärande mellan aktörer inom området.

Utvärderingen visar att det är de kunskapsspridande aktiviteterna som varit mest värdefulla. Bedömningen är att Konsumentverket är en lämplig aktör att även fortsättningsvis bygga och sprida kunskaper om förutsättningar att konsumera hållbart och om konsumenters beteende. Konsumentverket avser därför att fortsätta med detta samt även med att främja samverkan i syfte att förbättra konsumenters förutsättningar att handla miljömässigt mer hållbart.

Bilagor

Bilaga 1: Regeringsuppdraget – Forum för miljösmart konsumtion
Bilaga 2: Regeringsuppdraget – Stimulera miljösmarta konsumtionsmönster

Regeringen

Regeringsbeslut II 3

2017-03-09
Fi2017/01172/KO (delvis)

KONSUMENTVERKET
KONSUMENTOMBUDSMANNEN
INK. 2017 -03- 15
Dnr 2017/328
Ordn.nr 10

Finansdepartementet

Konsumentverket
Box 48
651 02 Karlstad

Uppdrag till Konsumentverket att inrätta och tillhandahålla ett forum för miljösmart konsumtion

Regeringens beslut

Regeringen uppdrar åt Konsumentverket att inrätta och tillhandahålla ett forum för samhällsaktörer som arbetar med frågor som rör miljömässigt hållbar konsumtion. Berörda samhällsaktörer är bl.a. myndigheter, forskare, kommuner, näringslivet och det civila samhällets organisationer.

Uppdraget ska genomföras efter samråd med Naturvårdsverket, Kemikalieinspektionen, Statens energimyndighet och andra berörda myndigheter, varvid Konsumentverket ska inhämta synpunkter och tillvarata de kunskaper och den erfarenhet som finns hos dessa.

Konsumentverket ska inrätta ett särskilt sekretariat för arbetet med forumet.

Konsumentverket ska senast den 1 mars år 2018 och 1 mars 2019 redovisa hur arbetet har utförts och i en rapport till Regeringskansliet (Finansdepartementet) senast den 1 mars 2020 samlat redovisa och göra en bedömning av de resultat som har uppnåtts.

Skälen för regeringens beslut

Flera av de stora miljöproblem som finns i dag hänger ihop med konsumtions- och produktionsmönster som inte är miljömässigt hållbara. Det gäller bl.a. klimatpåverkan, resursanvändning och utsläpp av miljögifter. Varor som konsumenter köper kan påverka miljön i flera led, såväl vid tillverkning och användning som vid avfallshantering genom återvinning. Naturvårdsverket konstaterar bl.a. att den genomsnittliga konsumtionen i Sverige är långt ifrån miljömässigt hållbar och att det behövs mer kunskap

Telefonväxel: 08-405 10 00
Fax: 08-21 73 86
Webb: www.regeringen.se

Postadress: 103 33 Stockholm
Besöksadress: Jakobsgatan 24
E-post: fi.registrator@regeringskansliet.se

om sambanden mellan konsumtionsmönstren och miljökvalitetsmålen. Vidare efterfrågar Naturvårdsverket en ökad samverkan mellan berörda myndigheter och framhåller att näringslivet och aktörer på regional och lokal nivå utgör centrala krafter för att uppnå förbättringar på området.

Syftet med att inrätta ett forum är att stimulera till kunskapsutbyten och samarbeten för att på så vis öka kunskaperna på området och främja metodutveckling samt att åtgärder vidtas som leder till innovation och förbättrade förutsättningar för en miljömässigt hållbar konsumtion.

Närmare om uppdraget

I uppdraget ingår att

- identifiera pågående aktiviteter hos andra aktörer inom området miljömässigt hållbar konsumtion,
- stimulera samverkan och utbyte av kunskap om frågor som rör miljömässigt hållbar konsumtion mellan bl.a. expertmyndigheter, länsstyrelser, kommuner, landsting, forskare, aktörer inom miljömärkningsområdet, företrädare för näringslivet och det civila samhällets organisationer, och
- sprida information om frågor som rör miljömässigt hållbar konsumtion, inklusive goda exempel och identifierade utvecklingsområden.

I genomförandet av uppdraget ingår bl.a. att

- tillhandahålla en digital mötesarena, och
- anordna workshops, seminarier och andra sammankomster.

Verksamheten ska inriktas på områden där miljöpåverkan från privat konsumtion är stor och där insatser inom ramen för forumet bedöms tillföra ett mervärde. I uppdraget ingår att beakta skillnader utifrån ett jämställdhetsperspektiv. När så är lämpligt bör internationella aktörer erbjudas att delta i forumets verksamhet. Allt deltagande i forumets verksamhet ska ske genom egen finansiering.

Till stöd för uppdragets genomförande avser regeringen att utse ett rådgivande organ.

På regeringens vägnar

Per Bolund

Marita Axelsson

Kopia till

Kemikalieinspektionen
Naturvårdsverket
Statens energimyndighet
Finansdepartementet/OFA SFÖ och OFA K
Utbildningsdepartementet/S
Miljö- och energidepartementet/Ee, Ke, Mm
Näringsdepartementet/PBB, DL, MRT, SUBT, KSR och FÖF
Kulturdepartementet/D

Regeringen

Regeringsbeslut II 4

2017-03-09
Fi2017/01173/KO (delvis)

KONSUMENTVERKET
KONSUMENTOMBUDSMANNEN
INK. 2017 -03- 15
Dnr 2017/327
Ordn.nr 10

Finansdepartementet

Konsumentverket
Box 48
651 02 Karlstad

Uppdrag till Konsumentverket att stimulera miljösmarta konsumtionsmönster

Regeringens beslut

Regeringen uppdrar åt Konsumentverket att vidta åtgärder som ska stimulera konsumenter till mer miljösmarta konsumtionsmönster. I uppdraget ingår att vidta lämpliga åtgärder för att underlätta undervisningen i skolan om konsumtionens påverkan på miljön. Konsumentverket bör inhämta synpunkter och tillvarata de kunskaper och den erfarenhet som finns hos Naturvårdsverket, Kemikalieinspektionen, Statens skolverk och andra berörda myndigheter.

Konsumentverket ska senast den 1 mars 2018 och 1 mars 2019 redovisa hur arbetet har utförts och i en rapport till Regeringskansliet (Finansdepartementet) senast den 1 mars 2020 samlat redovisa och göra en bedömning av de resultat som har uppnåtts.

Skälen för regeringens beslut

Konsumenter kan bidra till en miljömässigt mer hållbar konsumtion genom att ändra sina konsumtionsmönster. Undersökningar pekar på att konsumenter upplever bristande information som ett hinder när det gäller att agera mer miljömässigt hållbart. Konsumentverket har, tillsammans med andra berörda myndigheter, inlett ett arbete med att förbättra informationen om konsumtionens miljöpåverkan inom konsumentupplysningstjänsten Hallå konsument. Konsumentverket uppger dock att det är mycket få konsumenter som vänder sig till Hallå konsument i dessa frågor, vilket bedöms bero på att det i dag inte är känt bland konsumenter att denna typ av information finns att tillgå inom ramen för Hallå konsument. Vid sidan av information ligger i många fall sannolikt även kostnader, vanor, tidsbrist och

Telefonväxel: 08-405 10 00
Fax: 08-21 73 86
Webb: www.regeringen.se

Postadress: 103 33 Stockholm
Besöksadress: Jakobsgatan 24
E-post: fi.registrator@regeringskansliet.se

brist på alternativ samt påverkan från omgivningen till grund för enskilda individers konsumtionsmönster.

Innehållet i de kursplaner och ämnesplaner som började gälla hösten 2011 innebär att frågor som rör miljömässigt hållbar konsumtion har blivit ett inslag i ett flertal ämnen i grundskolan och på gymnasiet. Det är angeläget att säkerställa att det finns ett bra och lättillgängligt underlag som stöd för undervisning som berör detta område.

Syftet med uppdraget är att genom information och andra beteendefrämjande åtgärder stimulera konsumenter till mer miljömässigt hållbara konsumtionsmönster.

Närmare om uppdraget

I uppdraget ingår att

- vidta åtgärder för att göra relevant information om miljöpåverkan från privat konsumtion lättillgänglig och känd bland konsumenter,
- utifrån bl.a. beteendevetenskapliga överväganden identifiera, värdera och sprida goda exempel om hur val av de ur miljösynpunkt mest ändamålsenliga alternativen på olika sätt kan underlättas och stimuleras, dvs. det som brukar gå under benämningen "nudging", och i den mån så är lämpligt också tillämpa den metoden,
- vidta lämpliga åtgärder för att underlätta undervisningen i skolan om konsumtionens påverkan på miljön, bl.a. genom att verka för att skolmaterial och förslag på lektionsupplägg som rör miljömässigt hållbar konsumtion finns lättillgängligt för lärare, och
- på andra sätt, i samverkan med relevanta aktörer, stimulera konsumenter till mer miljösmarta konsumtionsmönster.

Verksamheten bör där så är lämpligt och möjligt bidra till och dra nytta av det forum för miljösmart konsumtion som regeringen denna dag uppdragit åt Konsumentverket att inrätta och tillhandahålla för samhällsaktörer som arbetar med frågor som rör miljösmart konsumtion (Fi2017/01172/KO).

Verksamheten ska inriktas på områden där miljöpåverkan från privat konsumtion är stor och där insatser från Konsumentverkets sida bedöms tillföra ett mervärde.

På regeringens vägnar

Per Bolund

Marita Axelsson

Kopia till

Kemikalieinspektionen
Naturvårdsverket
Statens skolverk
Finansdepartementet/OFA SFÖ och OFA K
Utbildningsdepartementet/S
Miljö- och energidepartementet/Ee, Ke, Mm
Näringsdepartementet/PBB, DL, MRT, SUBT, KSR och FÖF
Kulturdepartementet/D

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