Konsument verket • KO



Underlagsrapport 2020:2

Utvärdering av Forum för miljösmart konsumtion

2020:2 Utvärdering av Forum för miljösmart konsumtion

Konsumentverket 2020

Ansvariga handläggare: Maria Lindstedt

Förord

Målet för konsumentpolitiken är “Väl fungerande konsumentmarknader och en miljömässigt, socialt och ekonomiskt hållbar konsumtion”. Konsumentverket har till uppgift att integrera frågor om miljömässigt hållbar konsumtion och i arbetet bidra till Sveriges miljömål. Som statlig myndighet har vi även ett ansvar att bidra till genomförandet Agenda 2030 och särskilt mål 12 ”Hållbar konsumtion och produktion”.

2017 fick Konsumentverket två separata regeringsuppdrag inom området miljösmart konsumtion. Det ena med syfte 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 syftade till att vidta åtgärder för 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.

Uppdragens resultat ska redovisas till regeringen senast den 1 mars 2020. Som ett underlag till redovisningen har Konsumentverket valt att anlita en konsult för att göra en oberoende kvalitativ och kvantitativ utvärdering av uppdraget att inrätta och tillhandahålla ett forum för miljösmart konsumtion. Arbetet har utförts av WSP och resultatet presenteras i den här rapporten. De slutsatser som dras i rapporten samt förslagen som läggs är författarnas egna.

Malin Lindquist Skogar

Chef för Hållbarhetsenheten

Sammanfattning

På uppdrag av Konsumentverket har WSP genomfört en utvärdering av Forum för miljösmart konsumtion. Utvärderingen är ett kunskapsunderlag med en efterföljande analys och rekommendationer som syftar till att belysa det som forumet har gjort och vilka behov som kvarstår för att den ska bidra till att skapa mer nytta. Underlaget ska även stödja Konsumentverkets fortsatta strategiska arbete med miljömässigt och hållbar konsumtion och en utveckling av forumet.

Utvärderingen baseras på följande; *djupintervjuer* med verksamhetsansvariga på Konsumentverket samt med aktörer engagerade i forumet däribland representanter från både referensgrupp och rådgivande organ, *statistiksammanställningar* och *dokumentstudier*.

De grundläggande frågorna som belyses i utvärderingen är hur forumet har bidragit till aktiviteter och insatser som har genomförts inom området, hur samverkan har fungerat inom forumet och vilket kunskapsutbyte som har skett samt vilken nytta som forumet har åstadkommit. Vidare belyser utvärderingen även de hinder och utmaningar, vad gäller samverkan och att skapa nytta, som identifierats inom forumet. Rapporten åskådliggör forumets verksamhet utifrån resultat baserat på statistiksammanställningar, de intervjuades erfarenhet av samverkan, kunskapsutbyte och nyttan med forumet samt förslag på forumets framtida verksamhet och slutligen en summering av den sammantagna bilden följt av WSPs rekommendationer.

Utvärderingen har genomförts under perioden oktober-december 2019. Följande personer deltog i utvärderingsteamet Helen Andréasson, Elinor Nissbrandt, Calle Malmström och Vanessa Sevedag, där den förstnämnda har varit projektledare.

Innehållsförteckning

1 Inledning 1
1.1 Bakgrund och syfte 1
1.2 Genomförande 1
1.3 Rapportens disposition 2
2 Om Forum för miljösmart konsumtion 3
2.1 Bakgrund 3
2.2 Forumet syfte och inriktning 3
2.3 Forumets Organisation 5
2.4 Forumets målgrupp 6
2.5 Resultat av forumets verksamhet 7
2.6 Mål- och projektlogik 10
2.7 Var projektets projektlogik rätt utformad? 11
3 Forumets samlade kompetens, dess samverkan och nytta enligt deltagarna 12
3.1 Vilken kompetens och kunskap samlar forumet? 12
3.2 Hur har samverkan fungerat? 14
3.3 Vilken nytta har forumet hittills gjort? 16
4 Hur kan forumet utvecklas framöver? 20
4.1 Fakta, kunskapsunderlag och flera konkreta verktyg 20
4.2 Fokusera satsningarna inom forumet 20
4.3 Se till att komplettera befintliga plattformar och forum för att undvika överlapp 21
4.4 Tydliggör målgruppen som forumet vänder sig till 21
4.5 Tydliggör syftet och användandet av forummiljosmart.se och dess olika funktioner 21
4.6 Identifiera synergier och etablera kontakt mellan aktörer/projekt på forummilosmart.se 23
4.7 Konsumentverket uppmuntras kliva fram i rollen som ansvarig för forumet 24
4.8 Forum för miljösmart konsumtion eller hållbar konsumtion? 24
5 WSPs slutsatser och rekommendationer för det fortsatta arbetet 25
5.1 Slutsatser 25
5.2 Förslag och rekommendationer 26
6 Bilagor 31

1 Inledning

1.1 Bakgrund och syfte

På uppdrag av Konsumentverket har WSP genomfört en utvärdering av Forum för miljösmart konsumtion. Utvärderingen är ett kunskapsunderlag med en efterföljande analys och rekommendationer som syftar till att belysa det som forumet har gjort och vilka behov som kvarstår för att den ska bidra till att skapa mer nytta. Underlaget ska även stödja Konsumentverkets fortsatta strategiska arbete med miljömässigt och hållbar konsumtion och en utveckling av forumet.

Forum för miljösmart konsumtion är en kunskap- och samverkansplattform som drivs av Hållbarhetsenheten på Konsumentverket. Syftet är att engagera samhällsaktörer som arbetar med frågor som rör miljömässigt hållbar konsumtion och vidare stimulera till kunskapsutbyten och samarbeten samt främja metodutveckling och innovation inom området. Forumet tar sin utgångspunkt i följande två regeringsuppdrag som konsumentverket erhöll 2017:

1. att inrätta och tillhandahålla ett forum för miljösmart konsumtion
2. att stimulera miljösmarta konsumtionsmönster

Forumet är ett led i regeringens strategi för hållbar konsumtion och ett bidrag i arbetet med att nå FN:s globala mål för hållbar utveckling. Forumet tar sin utgångspunkt i några av vår tids stora miljöproblem med bäring på miljömässigt ohållbara konsumtions- och produktionsmönster. Forumets uppdrag genomförs efter samråd med en referensgrupp där Naturvårdsverket, Kemikalieinspektionen och Energimyndigheten deltar. En rådgivande grupp, med tio av regeringen utsedda ledamöter, finns även kopplad till Forumet.

De grundläggande frågorna som belyses i utvärderingen är hur forumet har bidragit till aktiviteter och insatser som har genomförts inom området, hur samverkan har fungerat inom forumet och vilket kunskapsutbyte som har skett samt vilken nytta som forumet har åstadkommit. Vidare belyser utvärderingen även de hinder och utmaningar, vad gäller samverkan och att skapa nytta, som identifierats inom forumet.

1.2 Genomförande

Under hösten 2019 genomfördes ett uppstartsmöte på Konsumentverket för att identifiera och avgränsa frågeställningar, fastställa intervjupersoner samt ta fram lämplig statistik och rapporter för studien. Utifrån detta inledande arbete utformades och genomfördes utvärderingen av uppdraget. Följande delar baseras utvärderingen på:

- 14 djupintervjuer med verksamhetsansvariga på Konsumentverket samt med aktörer engagerade i forumet däribland representanter från både referensgrupp och rådgivande organ. Cirka en tredjedel av intervjuerna genomfördes med kommunrepresentanter. Kommuner är en av målgrupperna som forumet valt att fokusera lite extra på under 2019–2020. Intervjupersonerna har identifierats och valts ut tillsammans med Konsumentverket. För sammanställning av intervjupersoner se bilaga 1, samt intervjuguide se bilaga 2.

- Statistiksammanställning från den digitala mötesplatsen, där olika webbinarier anordnade av Konsumentverket ingår, men även andra fysiska möten såsom workshops och konferenser, ofta anordnad tillsammans med annan aktör.
- Dokumentstudier som bland annat omfattar Konsumentverkets årsredovisning, forumets verksamhetsberättelse, forumets beskrivning av satta mål och indikatorer, presentation av lärdomar och intern avslutsrapport från forumet, beslut och mötesanteckningar från rådgivande- och referensorgan.

1.3 Rapportens disposition

Rapporten innehåller dels en sammanställning av olika underlag och tillgänglig statistik för forumet och även en sammanfattning av de frågeställningar som intervjuerna baseras på. **Kapitel två** inleds med en genomgång av forumets tillblivelse, organisation, mål, verksamhet och resultat. Därefter i **kapitel tre** belyser studien de intervjuades erfarenhet av samverkan, kunskapsutbyte och nyttan med forumet. **Kapitel fyra** tar upp förslag på forumets framtida verksamhet baserat på intervjuer. Här får de intervjuade själva bedöma hur ett Forum bättre kan verka och stärkas kopplat till de upplevda hinder och utmaningar som identifierats. Rapporten avslutas med **kapitel fem** som summerar den sammantagna bilden följt av WSPs rekommendationer.

2 Om Forum för miljösmart konsumtion

2.1 Bakgrund

Vår konsumtion av varor och tjänster bidrar idag till ett stort miljöavtryck. 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.

Konsumtionen i många europeiska länder har på senare år minskat medan svenskarnas konsumtion är fortsatt hög. Som vägledande myndighet har Naturvårdsverket konstaterat[1] att den genomsnittliga konsumtionen i Sverige är långt ifrån miljömässigt hållbar och att det behövs mer kunskap om sambanden mellan konsumtionsmönstren och miljökvalitetsmålen. Vidare har kvinnor och män olika förutsättningar och drivkrafter att agera miljömässigt hållbart. Studier visar att kvinnor tenderar att ha en mer positiv attityd gentemot hållbar konsumtion.

Naturvårdsverket efterfrågar 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. För att driva på utvecklingen mot en mer hållbar konsumtion gav regeringen Konsumentverket i uppdrag att inrätta ett Forum för miljösmart konsumtion. Flera satsningar pågår med koppling till Regeringens strategi för hållbar konsumtion och Konsumentverket är en av 23 myndigheter som har särskilt uppdrag inom området.

2.2 Forumet syfte och inriktning

Forumet syftar till att samla och sprida lärande exempel och nya idéer med syfte att stimulera till kunskapsutbyten och samarbeten för att på så vis öka kunskapen på området och främja metodutveckling. Enligt den verksamhetsbeskrivning som konsumentverket tagit fram med utgångspunkt i regeringsuppdraget är syftet med Forum för miljösmart konsumtion att:

- stimulera till kunskapsutbyten och samarbeten för att öka kunskapen på området miljömässigt hållbar konsumtion
- att främja metodutveckling samt att åtgärder vidtas som leder till innovation och förbättrade förutsättningar för en miljömässigt hållbar konsumtion.

Forumet ska vidare arbeta med att identifiera pågående aktiviteter hos andra aktörer inom området miljömässigt hållbar konsumtion. Bidra till att stimulera samverkan och utbyte av kunskap om frågor som rör miljömässigt hållbar konsumtion mellan till exempel expertmyndigheter, länsstyrelser, kommuner, landsting, forskare, aktörer inom miljömärkningsområdet, företrädare för näringslivet och det civila samhällets organisationer. En bärande del handlar även om att sprida information om frågor som rör miljömässigt hållbar konsumtion, inklusive goda exempel och identifierade utvecklingsområden. Detta görs framförallt genom forummiljosmart.se och genom olika events.

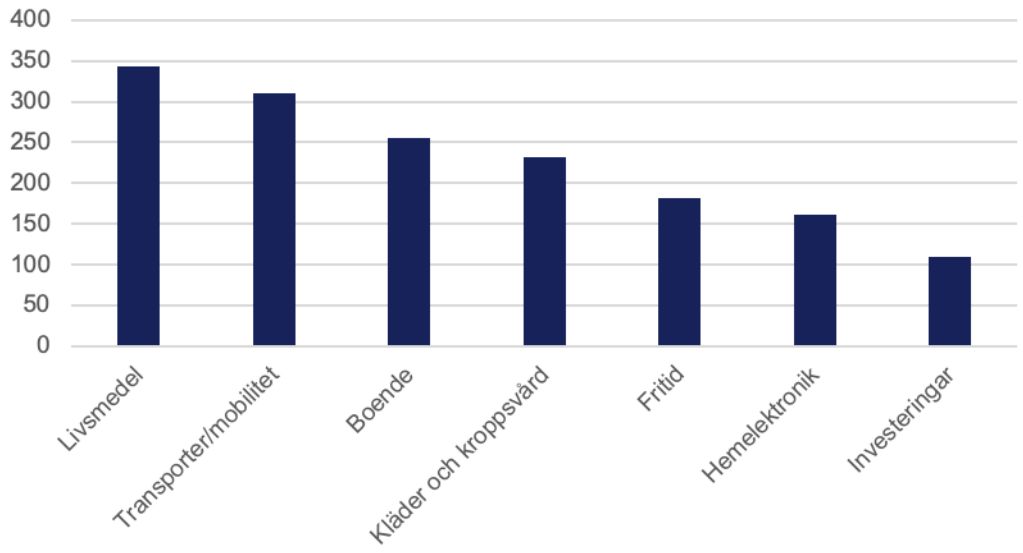
---

[1] http://www.naturvardsverket.se/Sa-mar-miljon/Statistik-A-O/Vaxthusgaser-konsumtionsbaserade-utslapp-Sverige-och-andra-lander/

Arbetet med beteendeinsatser har plockats in i forumet ifrån uppdraget att stimulera miljösmarta konsumtionsmönster. Inom ramen för detta har en beteendestrateg anställts till sekretariatet för att säkerställa att allt arbete i forumet genomsyras av beteendeförändringar. Resterande delar av det sistnämnda uppdraget ansvarar andra verksamheter inom Konsumentverket för

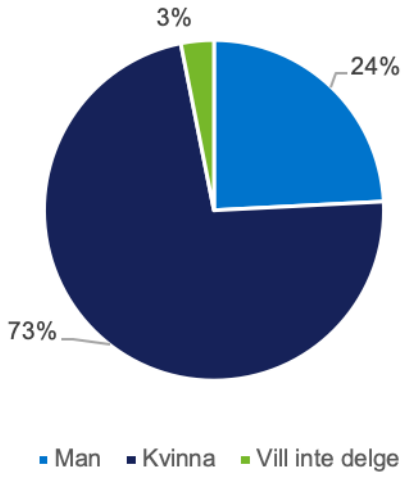
Arbetet i forumet utgår från byggstenarna Kunskap, Samverkan och Innovation. Genom forumet kan aktörer komma i kontakt med personer som arbetar mot en hållbar konsumtion ur olika perspektiv och med olika branscherfarenheter i ryggen. Med plattformen som verktyg ges möjlighet till innovation.

Forumet har fokus på områden där miljöpåverkan från privat konsumtion är stor och där insatser inom ramen för forumet bedöms tillföra ett mervärde. Detta innefattar bland annat textilier, livsmedel, semester, transport och hemelektronik. Figur 3 visar de olika intresseområden som registrerade medlemmar har valt för sin profil på forumiljosmart.se. De mest förekommande områdena är livsmedel följt av transporter/mobilitet samt boende.



Figur 1. De vanligaste intresseområdena bland registrerade medlemmar på forummiljosmart.se

Jämställdhetsperspektivet ska utifrån regeringsuppdraget även ingå som en del i det forumet ska fokusera på. Här ingår även att uppmärksamma beteendeinsatser och kunskap om kvinnor och mäns olika förutsättningar, möjligheter, behov att agera som miljömedveten konsument. Utifrån samtliga registrerade medlemmar på forummiljosmart.se (715 stycken) utgör idag 73 procent kvinnor, se figur 4.

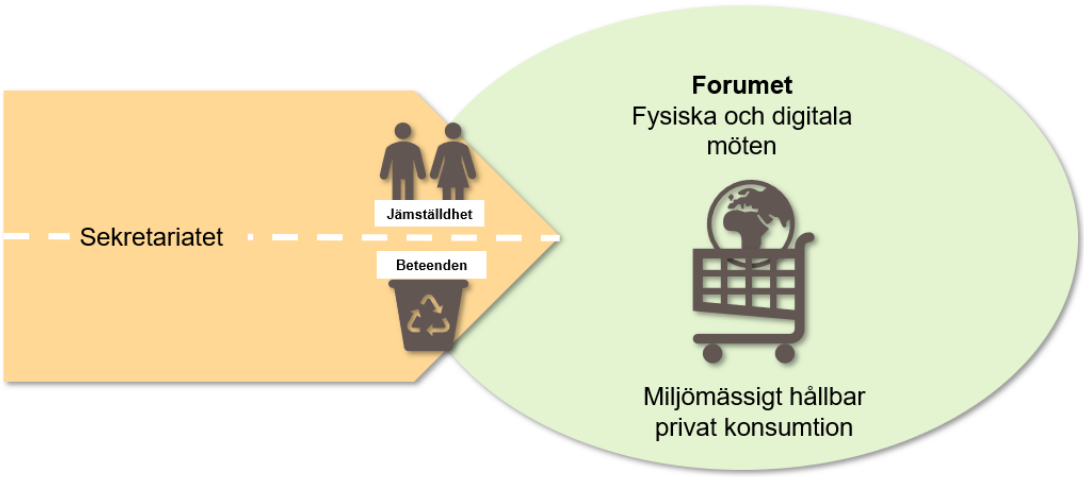


Figur 2. Andel män och kvinnor av registrerade medlemmar på forummiljosmart.se (2019)

2.3 Forumets Organisation

Hållbarhetsenheten på Konsumentverket ansvarar för Forum för miljösmart konsumtion. På enheten finns ett sekretariat, med ungefär 4 årsarbetskrafter inom Konsumentverket, som planerar, genomför och följer upp de aktiviteter som görs inom ramen för forumet. Under 2019 tillsattes en verksamhetsledare för forumet, som ska utgöra ett stöd för enhetschefen samt leda, utveckla och följa upp forumets verksamhet. Det finns två externa grupper utsedda, ett rådgivande organ och en referensgrupp, som båda ska utgöra ett stöd till forumet och bidra till att målsättningen med forumet uppnås. Dessa beskrivs mer nedan.

Forum för miljösmart konsumtion administreras av ett sekretariat på Hållbarhetsenheten på Konsumentverket. Sekretariatet planerar, genomför och följer upp de aktiviteter som görs inom ramen för forumet, se figur 3.



Figur 3. Forum för miljösmart konsumtion administreras av ett sekretariat

2.3.1 Rådgivande organ

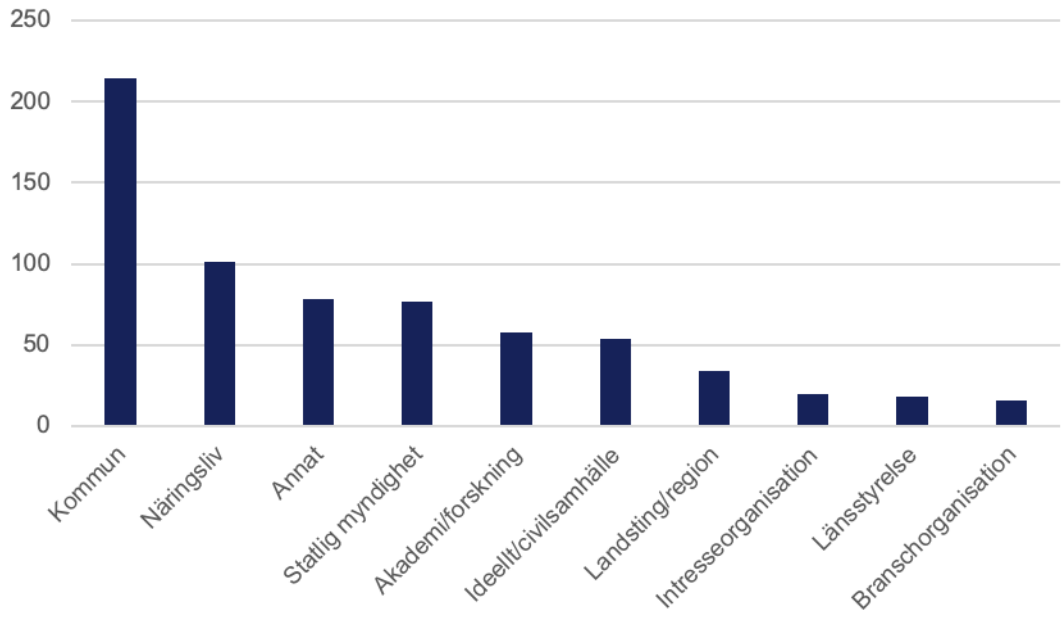
Det rådgivande organet är ett stöd till Konsumentverket och sekretariatet för forumet i frågor som rör miljömässigt hållbar konsumtion. De sammanträder minst två gånger per år och ska både bidra med sina erfarenheter, nätverk samt marknadsföra och vara ambassadörer för forumet och dess aktiviteter. Myndighetschefen vid Konsumentverket är ordförande i rådet och regeringen har utsett övriga tio ledamöter. Ledamöterna representerar olika kompetensområden såsom forskning, näringsliv, offentlig verksamhet och ideella organisationer. Deras uppdrag avslutas under 2019.

2.3.2 Referensgrupp

Som tidigare nämnts finns även en referensgrupp för forumet. I gruppen deltar de av regeringen utsedda myndigheter, Kemikalieinspektionen, Naturvårdsverket samt Energimyndigheten. Referensgruppen ska vara en kontaktyta in i respektive myndighet, identifiera gemensamma arbetsområden och underlätta att aktiviteter når ut/fram. Den bör även bidra till att utvärdera resultatet av arbetet inom forumet och behovet av insatser för att uppnå forumets målsättning.

2.4 Forumets målgrupp

I regeringsuppdraget med att etablera forumet ingick ursprungligen en rad målgrupper däribland expertmyndigheter, länsstyrelser, kommuner, landsting, forskare, aktörer inom miljömärkningsområdet, företrädare för näringslivet samt de civila samhällets organisationer. Tanken var att dessa grupper skulle samverka kring hur konsumtionen kan bli mer hållbar. Figur 1 visar de målgrupper som forumets medlemmar tillhör.

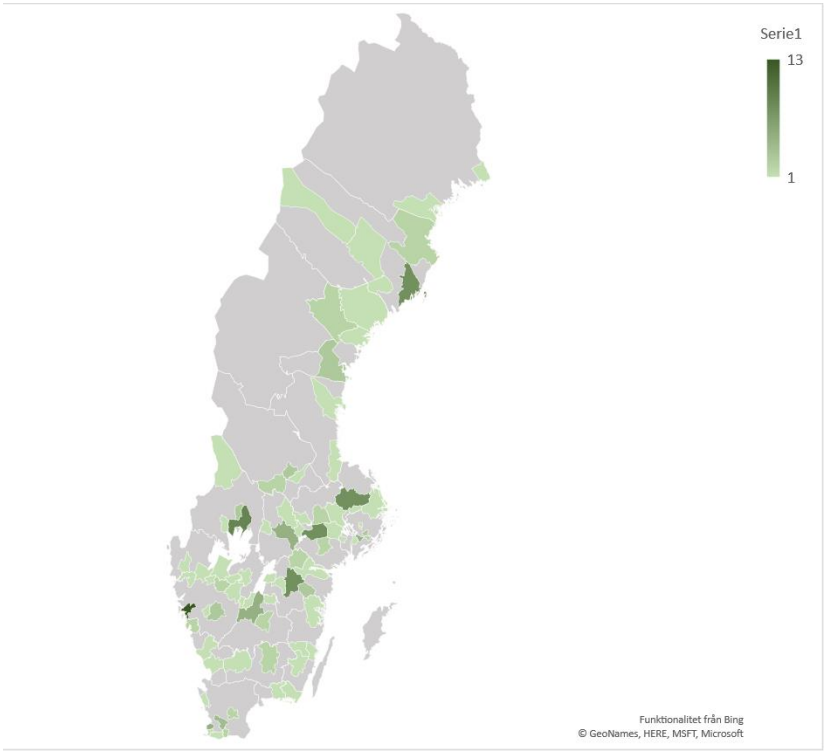


Figur 4. Antal registrerade medlemmar per aktörsgrupp

Forumet vänder sig inte primärt till konsumenter utan till aktörer/vidareförmedlare som indirekt når konsumenter. Kommuner är i detta sammanhang en viktig aktör som har en god förmåga att nå en bred målgrupp. Sekretariatet har därför valt att fokusera extra på kommuner under 2019–2020.

Sekretariatet på forumet har vidare identifierat forskningsprojekt inom hållbar konsumtion och även upphandlat en inventering av kommuners arbete med hållbar konsumtion. Utifrån denna inventering har det framkommit att kommunerna behöver stöd i arbetet med hållbar konsumtion.

WSP har genomfört en mindre kartläggning av registrerade kommuner på forumiljosmart.se. Figur 2 illustrerar den geografiska spridningen av registrerade kommuner. Utifrån figuren kan vi läsa av att Sydsverige, Stockholm och Västsverige har kommunal representation i forumet. Dock framkommer det att Mellersta Norrland, Norra Mellansverige samt Öland och Gotland saknar mer eller mindre detta.



Figur 5. Geografisk spridning över de kommuner som är registrerade på forummiljosmart.se

2.5 Resultat av forumets verksamhet

Forum för miljösmart konsumtion samverkar, utbyter kunskap och nya idéer med syfte att stimulera andra att konsumera miljömässigt hållbart. Genom olika fysiska event som seminarier, konferenser mm och genom den digitala mötesplatsen forummiljösmart.se samt webbinarier, vill man nyttja olika former av aktiviteter som tillsammans kan bidra till en helhet och stimulera till kunskapsutbyten och samarbeten mellan relevanta aktörer. Nedan följer en beskrivning av de olika formerna av aktiviteter som genomförs.

2.5.1 Forummiljosmart.se

Under april 2018 lanserades webbplatsen forummiljosmart.se. Syftet med webbplatsen är att öka kunskapsutbyte, stimulera innovationsförmåga och förenkla samarbetet mellan aktörer som jobbar inom området miljösmart konsumtion. Via webbplatsen

kan besökare hitta medlemmar, projekt och olika metoder för beteendeförändringar inom hållbar konsumtion. Webbplatsen är öppen för alla däribland även besökare som inte är registrerade som medlemmar. Som medlem ingår dock även möjligheten att nyttja samtliga funktioner på webbplatsen exempelvis genom att dela med sig av egna projekt.

Ett nyhetsbrev skickas ut en gång per månad till 668 mottagare (av 715 registrerade medlemmar) och av dessa får 663 eventinbjudningar. Detta innebär att i princip samtliga registrerade användare står som mottagare av nyhetsbrev och eventutskick. Utöver nyhetsbreven skickas en veckosammanställning ut som går till samtliga medlemmar

Den mest besökta sidan på plattformen under perioden november 2017 till oktober 2019 är (utöver startsidan):

- Hitta projekt
- Konferensen Nationell verkstad för hållbara livsstilar
- Hitta person

Den vanligaste interna söktermen är under samma tidsperiod *webbinarier*, följt av *nationell verkstad* och *nudging*. Inför verksamhetsåret 2019 har sekretariatet även arbetat fram ett diskussionsforum där medlemmar kan kontakta varandra och ställa frågor, utbyta erfarenheter och ge tips.

2.5.2 Events, workshops och webbinarier

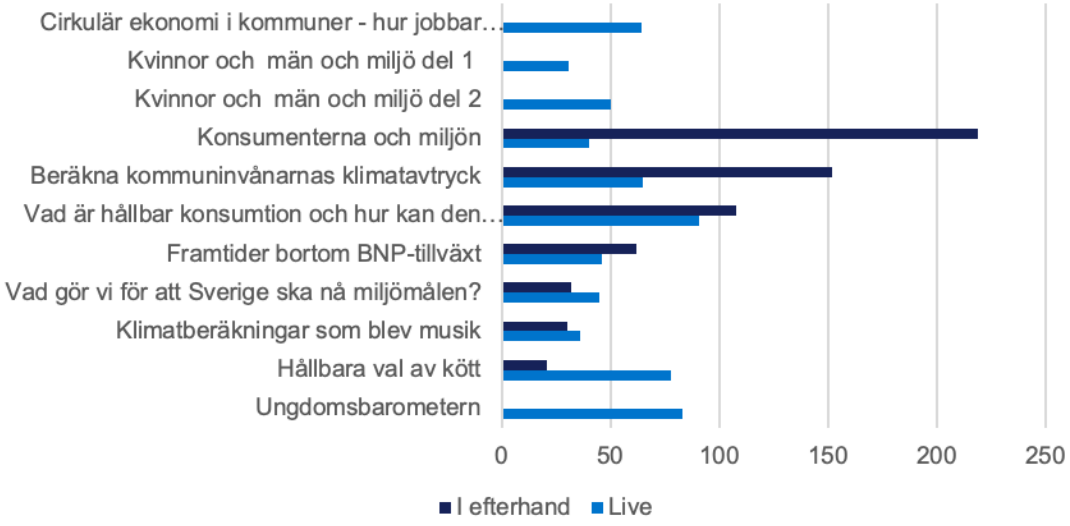
Inom ramen för forumet arrangeras fysiska och digitala events i form av seminarier, konferenser och möten som sekretariatet ansvarar för. Sekretariatet för forumet deltar även i arrangemang som andra aktörer genomför, i referensgrupper och i samarbeten med andra myndigheter och organisationer bland annat i forskningsprojekt eller liknande.

Konsumentverket och forumet är också med som föreläsare på andras event. De tre senaste åren har de föreläst på nio (2017), 25 (2018) och 14 (2019) event arrangerade av andra aktörer. Forumets event handlar om miljömässigt hållbar privat konsumtion och har en koppling till områdena så som innovation, jämställdhet eller beteendeförändring. Även digitala events genomförs i form av webbinarier. Där antingen Konsumentverket själva sprider kunskap till intresserade yrkesgrupper och aktörer eller att andra aktörer bjuds in via forumet för att sprida kunskap till andra. Det finns fastställda kriterier för webbinarier som anordnas och som sedan publiceras på www.forummiljosmart.se.

Webbinarier

Sammantaget har elva webbinarier genomförts under 2018–2019. Temat för dessa belyser alltifrån hållbara val av kött, hur ska vi nå miljömålen, hur hållbar konsumtion kan bli mainstream samt kvinnor och mäns konsumtionsmönster med flera. Utifrån beräkningar samt uppskattningar från sekretariatet har webbinarierna haft cirka 1216 visningar. Tittarna har

framförallt tagit del av dessa i efterhand men även live, se figur 6 nedan. De två mest populära webbinarierna har varit *Konsumenterna och miljön* samt *Beräkna kommuninvånarnas klimatavtryck.*[2] För fyra av webbinarierna; *kvinnor och män och miljö del 1 och del 2, Ungdomsbarometern samt Cirkulär ekonomi, hur jobbar Ronneby kommun?* saknas antal visningar i efterhand. Kommuner är överrepresenterade bland de målgrupper som har tagit del av webbinarierna.



Figur 6. Seminarier som flest tittare tagit del av (uppdelning live och i efterhand)

2.5.3 Omvärldsbevakning

Sekretariatet deltar i en rad olika nätverk där alla målgrupper är representerade.

Vidare har även en mångfald rapporter tagits fram av Konsumentverket själva eller av externa aktörer som har fått i uppdrag av myndigheten. Ett urval rapporter som har tagits fram under perioden 2018–2019:

- Konsumenterna och miljön 2018 (Konsumentverket, huvudrapport)
- Konsumenters möjligheter att köpa hållbara paket- och charterresor (IVL Svenska Miljöinstitutet)
- Konsumenters möjligheter att köpa miljömässigt hållbara skor (IVL Svenska Miljöinstitutet)
- Rapport 2019:1 Stimulera hållbar konsumtion - en processguide (Chalmers Tekniska Högskola)
- Rapport 2019:5 Hållbara val av kött (SLU)
- Inventering av beteendeinsatser (Konsumentverket)
- Kartläggning av metoder för att ändra kostvanor (Konsumentverket)

[2] Statistik för webbinarier om kvinnor och män från 2018 del 1 och 2 samt webbinarium om cirkulär ekonomi saknas och är därav inte med i sammanställningen.

2.5.4 Kommunikation

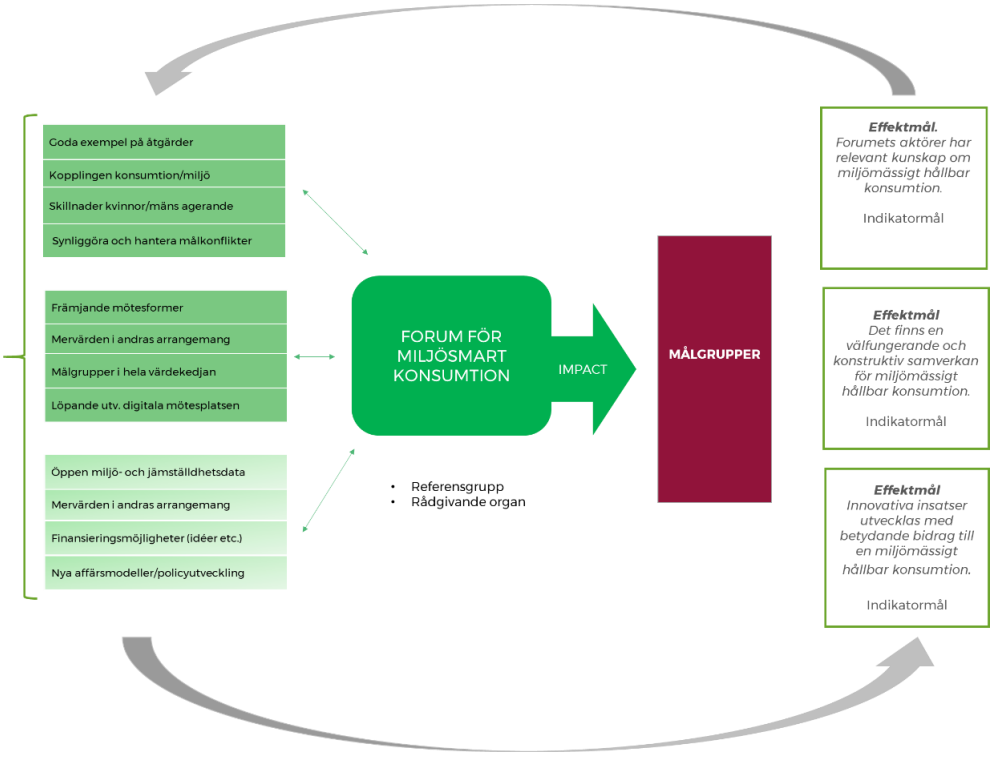
De aktiviteter som genomförs för att höja den allmänna kännedomen om miljösmart konsumtion sprids framförallt via forummiljösmart.se. Vidare används Twitter och Linkedin för att sprida information om aktuella miljöfrågor och för att marknadsföra olika events. Forumets Twittersida[3] lanserades under november 2017 och har idag 288 följare och Linkedin-sidan 152 följare (november, 2019). Utöver det genomförs inga kampanjer eller liknande för att öka kännedomen.

2.6 Mål- och projektlogik

För att säkerställa att forumet uppnår sin målsättning som en attraktiv och relevant mötesplats för miljösmart konsumtion sattes även specifika mål upp. De tre övergripande effektmålen som initialt har satts upp är:

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.

För respektive av dessa effektmål har även resultatmål och indikatorer formulerats. Detta innefattar t ex att x antal projekt ska vara tillgängliga på sidan, y antal företag har deltagit på aktiviteter med mera. Se bilaga 3 för en detaljerad översikt av resultatmål och måluppfyllelse.



Figur 7. Illustration av projektlogik. Källa: WSP

[3] https://twitter.com/forummiljosmart

2.7 Var projektets projektlogik rätt utformad?

Ett sätt att illustrera ett projekts förändringsteori är att se i vilken grad som insatserna förmår möta de utmaningar eller stärka de möjligheter som projektet har som avsikt att möta. Ifall de delmål som sätts upp för insatserna är realistiska sett till ambition och förutsättningar. Om de samlade resultaten från delmålen kan anses bidra till att projektmålet uppnås samt om projektmålet i sig kan antas ge förutsättningar att på kort eller lång sikt bidra till ett ”nuläge”.

2.7.1 En projektlogik som anpassas utifrån ny kunskap och behov

Vi uppfattar att forumet har en tydlig projektlogik när det gäller flertalet av projektets mål och delmål. Byggstenen/effektmålet Innovation samt dess resultatmål och indikatorer är ett område man valt att revidera. Forumet i sig beskrivs som en innovation – en mötesplats där initiativ samlas och tillgängliggörs inom området. Det beskrivs att tolkningen av innovation är baserad på de andra två byggstenarna kunskapsspridning och samverkan. En representant från sekretariatet beskriver ”vi bestämde oss för att först arbeta upp såväl kunskap som aktiviteter inom samverkan och

kunskapsspridning för att sedan bygga arbetet med innovationer på våra erfarenheter”. Forumet valde därefter att överge indelningen i tre delar och därav återfinns inga indikatorer för innovation.

Inom ramen för forumets projektlogik finns kvantitativa mål kring förväntade resultat exempelvis vad gäller antal uppladdade projekt på forummilosmart.se, genomförda seminarier och antal deltagare på events med mera. Vi uppfattar även att målen har varit tidsbundna då uppsatta mål ska uppnås inom en viss period (per år).

3 Forumets samlade kompetens, dess samverkan och nytta enligt deltagarna

3.1 Vilken kompetens och kunskap samlar forumet?

I detta avsnitt adresserar vi frågor om och till forumets deltagande aktörer. Bland annat tar vi upp vilka de deltagande aktörerna är, har de deltagande aktörerna relevant kunskap om miljömässig hållbar konsumtion? Saknar de aktörer som inte nyttjar forumet men ändå är en utsedd målgrupp någon kunskap i forumet? Är det någon aktör eller kompetens som saknas? Underlaget bygger på de intervjuer som är genomförda i studien.

3.1.1 Engagemang och deltagande inom ramen för forumet

Forumet är tänkt att vara en attraktiv och relevant mötesplats för aktörer inom miljömässigt hållbar konsumtion. Genom intervjuer med representanter från en mångfald målgrupper (t ex kommuner, rådgivnings- och referensgrupp) uppfattar vi att endast ett fåtal respondenter kan 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 annat sammanhang och därigenom blev upplysta om forumet. De kommunala representanterna i intervjustudien har framförallt utgjorts av utvecklingsstrateger samt miljö- och/eller klimatstrateger. Engagemanget och insikten i Forum för miljösmart konsumtion skiljer sig mellan intervjupersonerna. Vissa kommuner har deltagit vid flera aktiviteter (konferenser, webbinarier, aktivt sökt projekt och information på webbsidan) medan andra endast deltagit på en konferens eller liknande. Vi bedömer att ingen av intervjupersonerna använder den digitala plattformen i större utsträckning i sitt dagliga arbete. Två intervjupersoner uttrycker sig som 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”

> ”Jag har inte använt den så ofta, man får ju något utskick. På något sätt har jag loggat in, registrerat mig som medlem”

3.1.2 Vilka typer av aktörer samlar forumet?

Utifrån dokumentgranskning och intervjuer med olika aktörer uppfattar vi att forumet har utvecklat ett brett nätverk. Deltagare vid konferenser, seminarier, webbinarier, registrerade medlemmar på webbsidan visar på att man har nått de aktörsgrupper som man initialt uttryckt att man vill nå. Detta innefattar bland annat expertmyndigheter, länsstyrelser, kommuner, landsting, forskare, näringslivet och civila organisationer.

Vad gäller frågan om deltagande aktörer har relevant kunskap om miljömässigt hållbar konsumtion bedömer vi att detta skiljer sig mellan aktörstyp. Det finns de kommuner som upplever forumet som en möjlighet att hitta lärdomar och insikter om hur andra kommuner arbetar med frågan, då de själva inte kommit så långt i arbetet. Mindre kommuner där t ex en

person har flera roller i sitt arbete har ofta mer begränsade resurser att arbeta strategiskt med miljöfrågor. Andra kommuner har blivit tillfrågade av Konsumentverket för att dela sina projekt på webbsidan, just för att de har kommit långt inom specifika områden t ex beteendeförändring.

3.1.3 Vilka typer av aktörer saknar forumet?

Vid frågan om intervjupersonerna upplever att forumet samlar rätt typer av aktörer framkommer en delad bild. Å ena sidan betonar flera intervjupersoner att för att kunna nå en omställning så ”behövs alla” typer av aktörer. De upplever således att kommunspåret kan vara en för smal inriktning. En intervjuperson uttrycker sig som följande:

> ”Kommunernas ansvar för konsumtionsfrågor, det är ett svårt mandat. Det är inte givet att jobba med det. Därför är det viktigt att samverka med akademi, företag och ideella organisationer. Det kan ju vara vettigt att smalna av, men man behöver ha ett forum som är en mötesplats mellan den typen av aktörer”

> ”För att lösa dessa utmaningar behöver man samverkan med alla. Visst kommuner kan lära av varandra men inte genom att jobba inom den egna organisationen. Att hitta aktörer att samverka med, hitta finansiering…många utlysningar vill att det ska vara en blandning av offentlighet, akademi och näringsliv”

Vidare beskrivs det att kommunerna är verksamma inom flera parallella miljönätverk eller forum som efterfrågar deras tid och engagemang. Kommuner beskrivs ”hitta varandra ändå på många sätt” och en viktig del handlar om att sondera vilka befintliga nätverk/forum som finns samt hur man kan komplettera dessa. Flera av de intervjuade lyfter fram andra nätverk som nyttjas där vissa har liknande verksamhet som forumet. Exempel på nätverk som kommer fram utifrån intervjuerna; Klimatkommunerna, Sveriges Ekokommuner, Miljökommunerna, Fossilfritt Sverige, Aktuell Hållbarhet och Miljö-on-line. Frågan är då vilka gränsdragningar görs gentemot andra nätverk och aktiviteter, och hur ser samverkan ut med dessa?

Forumet har bland annat medverkat på SKR:s nätverksträff för miljöstrateger och har även med en representant från SKR i det rådgivande organet. En intervjuperson belyser dock att forumet ytterligare kan använda sig av SKR för att stärka sin inriktning mot den kommunala sfären. Näringslivet är en aktörsgrupp som enligt en branschorganisation borde ha en starkare koppling till forumet. En av de intervjuade nämner att ett närmare samarbete med handeln hade varit önskvärt. Det upplevs både kunna stärka branschen samt även inspirera forumet till nya affärsmöjligheter och öppna upp för hur man bättre kan nyttja dessa.

Något som en intervjuperson belyser är att innovation ofta uppstår och möjliggörs bland företag och konsumenter. Två intervjupersoner upplever att det oftast är företag och föreningar som kommuner har svårt att nå. De uttrycker sig som följande:

> ”I många sammanhang är ju den delen vi inte har rådighet över. Hur når vi allmänheten och då företag och föreningar. Det är ju där det händer. Tittar man på livsmedelskonsumtionen, ja då jobbar vi med matsvinn och att öka ekologiskt i upphandling och köper mycket livsmedel och så. Men det är ju en liten del jämfört med den konsumtion som sker därute”

> ”Utmaningen är att nå ut till företag. Det behövs flera fysiska möten och konsumentdagar. För näringslivets del så behövs det mer vägledning direkt till företag”

Forskningen beskrivs som en grundläggande byggsten för att möjliggöra arbetet mot hållbar konsumtion. En intervjuperson lyfter att ”Mistra Sustainable Consumtion” kunde vara en aktör att inkludera. Mistra Sustainable Consumption är ett lösningsorienterat forskningsprogram som samlar många aktörer liksom den tidigare programsatsningen Mistra Future Fashion.

Å andra sidan finns det respondenter som upplever att ”kommunspåret” är rätt väg att gå. Detta delvis för att det är svårt att arbeta fram och rikta sin kommunikation och marknadsföring till en bred målgrupp. Genom att rikta sig till kommuner och bidra med verktyg/underlag kan dessa i sin tur ”servera sina medborgare”. En intervjuperson beskriver det som följande:

> ”En sak är att föra samman olika aktörer att diskutera vissa frågor. Men däremot om vi ska nåt ut med stöd och bearbeta en målgrupp så krävs något annat”

Att ha kommuner som primär målgrupp uppfattas även vara resurseffektivt. Två intervjupersoner uttrycker sig som följande:

> ”Jag tycker kommuner är jättebra för att få störst effekt av pengarna”

> ”Det finns förstås hur många olika målgrupper som helst. Men det är förstås en fråga om resurser. Vad kan en handfull individer åstadkomma”

Samverkan upplevs kunna etableras på olika nivåer t ex med stora forskningssatsningar från MISTRA och VINNOVA med flera. Men när det kommer till den målgrupp som kan skapa störst mervärde i termer av spridning, lyfts kommuner som den grupp som har en bred inriktning till hållbarhetsfrågorna och en naturlig ingång till medborgarna.

3.2 Hur har samverkan fungerat?

I detta avsnitt belyser vi hur samverkan inom forumet har fungerat? Vidare tar vi upp frågor kring vad som har fungerat väl, vad saknas och vad kan utvecklas?

3.2.1 Samarbete och lärande mellan deltagare

Det är en delad bild som framkommer gällande om forumet hittills har bidragit till nya samarbeten och samverkansformer. Vår sammanfattande bedömning utifrån intervjuer är att forumet inte har lett till något starkare samarbete mellan aktörer. Samtidigt nämner många att de inte har nyttjat forumet i tillräckligt stor utsträckning för att kunna besvara frågan gällande om forumet har bidragit till nya samarbeten. I andra fall upplever respondenter 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 som arbetar inom miljöområdet har setts i andra sammanhang än vad de annars brukar. De fysiska mötena har möjliggjort nätverkande dvs möjlighet till att sprida lärdomar samt att söka nya kontakter. Forumet upplevs

ha bidragit till att så frön som i ett senare stadie har goda möjligheter att leda till förstärkta eller nya samverkansformer. Två intervjupersoner beskriver det som följande:

> ”Nej inga konkreta samverkansformer men mer kontakter som kan utvecklas till samverkan”

> ”Man får en bild av vilka som jobbar med dessa frågor”

3.2.2 Samverkan mellan medlemmar på forummiljosmart.se

Vi bedömer att webbsidan forummiljosmart.se i begränsad utsträckning har bidragit till nya samarbeten. En intervjuperson belyser att när man får kännedom om forum som dessa registrerar man sig ofta direkt men att användningen sedan görs utifrån prioritet, tid och behov. Detta går i linje med att det redan finns en mångfald pågående initiativ som ”konkurrerar med varandra” framförallt för målgruppen kommuner. Två intervjupersoner 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”

> ”Jag kämpar själv i att ha igång flera plattformar. Det kräver mycket administrativt arbete. Konkurrensen idag är stor och vi förväntas vara på så många ställen”

3.2.3 Samverkan inom rådgivningsorgan och referensgrupp

Vad gäller samverkan inom ramen för referensgrupp och rådgivningsorgan lyfts det även fram resonemang utifrån de intervjuer vi har gjort med representanter från dessa två. Det framkommer en delad bild utifrån intervjumaterialet. Å ena sidan uppfattar intervjupersonerna att deras roll upplevs som betydande och att deras insikter har varit värdefulla i utvecklingen av forumet. Det har handlat om alltifrån forumverksamhetens egna strategiska plan, identifiering av tematiska områden och detaljer kring vilka delar av webbsidan som kan utvecklas. En intervjuperson beskriver följande om Konsumentverkets roll:

> ”Jag har upplevt att de varit väldigt tillmötesgående, de har varit intresserade av våra inspel”

Andra upplever att de initialt hade önskat en tydligare rollbeskrivning av deras uppdrag samt vad deras organisation kan bidra med:

> ”Ärligt talat har jag känt lite att jag inte har klart för mig vad vi förväntas göra. Det har varit lite trevande”

Vidare lyfts det fram att man hade önskat mer kontinuerliga uppdateringar om forumets aktiviteter löpande mellan mötestillfällena. Ett par upplever att mötena till stor del har bestått av envägskommunikation där Konsumentverket framförallt har uppdaterat representanterna om vad som gjorts sedan sist. Då mötena är schemalagda så sällan (cirka två ggr/år) upplevs det som att man går miste om värdefull tid för diskussion och inspel från externa aktörer. Ett konkret förslag är dels att skicka ett PM innan mötet som sammanfattar vad som gjorts i forumet. På så sätt kan mötena framförallt fokusera på inspel från rådgivare och andra representanter. Vidare

efterfrågas även kortare månadsuppdateringar där Konsumentverket även kan efterfråga synpunkter inom specifika punkter.

> ”Vi måste inte ha jättemycket förkunskap inom detta men ett månadsbrev av något slag där de skriver i stil med ”vi vill påminna om", ”vi vill gärna ha synpunkter på det här” etc. Då kommer vi kunna bidra med mer updates på mötena.

En annan dimension som lyfts är kopplat till sammansättningen av rådgivningsorganet. Det finns ett förslag i att få till en ”större spännvidd” i gruppen med större representation från branschorganisationer. Det upplevs i viss mån finnas representation från organisationer med miljövinkel men att det kan spännas ytterligare i att även involvera representanter ”från en mer radikal miljö”.

> ”Man skulle kunna fundera på om det krävs ännu mer spännvidd i representationen. Vad ska finnas i ett sådant råd. Vilka andra typer av arbetsgrupper kan utvecklas. Andra typer av halvstationära grupper. Kanske lite olika arbetsgrupper kan utvecklas tematiskt gällande kläder, mat etc.”

I ett mer framåtsträvande perspektiv lyfts det även fram att mer tematiska arbetsgrupper kan etableras där respektive grupp har expertis inom t ex konsumtion av kläder eller mat etc.

3.3 Vilken nytta har forumet hittills gjort?

I detta avsnitt redogör vi för vad de intervjuade upplever att forumet har gjort. Vidare tar vi upp vilka hinder och utmaningar som har identifierats inom forumet vad gäller att skapa nytta? Nedan följer ett axplock av det kunskapsutbyte, spridning av kunskap och innovation som forumet enligt de intervjuade har bidragit till:

3.3.1 Forumet bidrar till att sätta hållbar konsumtion ”på kartan”

Konsumtionens klimatpåverkan upplevs som ett hett och aktuellt område i samhället. Det faktum att ett uppdrag som detta har tilldelats en myndighet beskrivs som en viktig symbolhandling i sig. 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”

Det beskrivs av miljöstrateger som vi intervjuat att för 10 år sedan uppfattades det ofta som politiskt inkorrekt att föra en dialog om ”hur vi ska minska vår konsumtion”. Idag är termer som cirkulär ekonomi och minskad konsumtion mer vardagsspråk. En intervjuperson resonerar om detta enligt nedan:

> ”Allt har förändrats starkt. Nu finns cirkulär ekonomi, minskad konsumtion…Det finns med nu hela tiden. Konsumtionen påverkar ju många delar av den ekologiska hållbarheten”

Att en myndighet får ett uppdrag som detta är värdefullt men det finns även de som uppfattar att en mer nischad myndighet bör skapas. En myndighet med expertis inom t ex materialkunskap och cirkulär ekonomi.

3.3.2 Nätverkande och tillgång till en projektbank

Möjligheten till nätverkande lyfts fram som ett direkt mervärde. Deltagande vid konferenser och seminarier ger möjligheten att träffa likasinnade och få en bild av vilka aktörer som är aktuella inom området miljösmart konsumtion. Även webbsidan upplevs utgöra en bra plattform att potentiellt söka personer och projekt via. Utifrån intervjuerna bedömer vi att dessa resonemang framförallt är mervärden som forumet har möjlighet att bidra till. Vi upplever dock att intervjupersonerna ännu inte utnyttjat nätverksmöjligheterna i högre utsträckning.

> ”Ja att få ett nätverk och 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”

> ”Jag har skummat andra projekt och tror det kan vara något vi tittar mer på i uppskalningen. Men har inte nyttjat nätverkandet så mycket än”

Utöver möjligheten till nätverkande belyser även intervjupersonerna att det är värdefullt med ett forum som en samlingsplats för pågående projekt och initiativ inom området kopplat till de personer som är aktiva.

> ”Webbsidan är en projektbank över vilka projekt som är på gång inom mitt område. Om jag vill så skulle jag nog kunna söka upp vilka personer som är mer engagerade”

3.3.3 Tillgång till statistik och bollplanksstöd

Några av de intervjuade nämner att Konsumentverket, däribland Forum för miljösmart konsumtion, förser dem med statistik och nyckeltal, som de sedan kan använda för exempelvis beslutsfattande, debatt och forskning. Genom att utgå från ett basvärde och agera på data som är säkerställt av en myndighet ökar trovärdigheten i allt resonemang.

> ”Jag har haft störst nytta av den statistik och svar på vissa frågor som Konsumentverket direkt kan erbjuda”

3.3.4 Webbinarier

Den aktivitet inom ramen för forummiljosmart.se som lyfts som särskilt uppskattad är webbinarierna. Detta uppfattar vi både från intervjuer och utifrån de interna enkätuppföljningar som har genomförts efter respektive webbinarium. För samtliga webbinarier har 94 procent eller fler svarat att de är nöjda med webbinariet samt 80 procent eller fler har svarat att webbinariet ”absolut eller till viss del” har bidragit till ny kunskap.

De beskrivs som korta och enkla sätt att förmedla kunskap, där forskningen får betydande utrymme. Formatet dvs möjligheten att delta på distans beskrivs som ett resurseffektivt sätt och ökar möjligheten att kunna ta del av dem. Några intervjupersoner beskriver:

> ”Det är enkelt med korta delar. Man hinner vara med och det ger en bra uppdatering”

> ”Jag tycker man har varit innovativ i sin approach i att testa nya sätt och prövande metoder t ex genom webbinarier. De har varit experimenterade i sin inställning vilket är bra”

Positiva kommentarer om webbinarierna är vanligt återkommande i intervjuerna. Formatet på webbinarierna, både vad gäller längd, möjligheten att titta i efterhand, temaområden med mera lyfts fram som mycket positivt.

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

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

Det finns en efterfrågan att Konsumentverket anordnar fler webbinarier och vidareutvecklar dem ytterligare. En intervjuperson beskriver följande:

> ”De skulle exempelvis kunna ha webbinarier med olika tema kring produktgrupper, uppdatering av statistik etc. Välja ut de områden som de märker att det finns ett intresse för”

Webbinarierna upplevs som en bra kunskapskälla till ny empiri och forskning som man sedan välja att fördjupa sig i efter behov.

> ”Jag har ju uppskattat webbinarierna. Det är ett enkelt sätt utan att fara iväg på saker. Man får korta inblickar som man sedan utforskar mer i”

3.3.5 Konferenser och workshops

Utifrån våra telefonintervjuer men även genom dialog med deltagare från forumets senaste konferens[4], upplever vi att workshops och konferenser håller en hög kvalitet. Detta visar sig även genom de enkätuppföljningar som forumet har genomfört. Konferenserna uppfattas ha relevant upplägg, intressanta val av ämnen, god möjlighet till nätverkande med mera. Vi uppfattar även att det har varit ett högt tryck att få en plats på konferenserna. Intervjupersoner och respondenter från enkäter svarar att de gärna vill ta del av framtida events och att man ska arbeta på att vidareutveckla formatet för dessa.

3.3.6 Forumet har belyst och diskuterat arbetssätt för jämställdhetsarbetet

Inom ramen för arbetet har det funnits en särskilt ansvarig för arbetet med jämställdhet. Detta är positivt då en utmaning med horisontella perspektiv som jämställdhet riskerar att falla mellan stolarna då alla har ansvar att arbeta med det som en av många delar i arbetet. Det som har

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

framkommit i intervjustudien är att det finns ett arbete med jämställdhet, dels att se över vilka som bjuds in som talare och deltagare på olika aktiviteter och konferenser samt vilka som faktiskt väljer att tala, dels aktiviteter med särskilt fokus på frågorna såsom två webbinarier med temat. Även i samband med en konferens om livsmedel och hållbarhet har den skeva fördelningen av deltagande och medverkan lyfts.

Exempelvis fördes en diskussion om huruvida jämställdhet skulle lyftas som en särskild sida på webbsidan och i vilken utsträckning som skillnader mellan grupper ska lyftas fram.

4 Hur kan forumet utvecklas framöver?

I detta kapitel gör vi en uppsummering av de förslag som framkommit vad gäller ett framtida Forum. Av särskilt intresse är vilka behov som kvarstår för att den ska bidra till att skapa nytta. Kapitlet baseras på resultatet från intervjuer samt från sekretariatets interna uppföljningar med de aktörer som deltar i forumet och de målgrupper som forumet vill nå.

4.1 Fakta, kunskapsunderlag och flera konkreta verktyg

För att åstadkomma en beteendeförändring krävs både styrmedel och faktakunskap. En förändrad konsumtion i miljövänlig riktning kan ske bland annat genom att välja substitut med lägst miljöpåverkan, välja helt andra produkter med lägre miljöpåverkan, eller reducera konsumtionen av nya varor genom att förlänga livslängden på befintliga produkter. Hur stor miljöpåverkan är olika val, hur påverkas den biologiska mångfalden, vilka motiv och belägg finns och varför är detta viktigt? Det efterfrågas av intervjupersoner att forummiljosmart.se kan ta ett ännu tydligare avstamp i befintlig forskning inom frågor som dessa. Vidare även agera för att ytterligare koordinera den forskning som finns tillgänglig från andra myndigheter och forskare. En intervjuperson upplever det som följande:

> ”Nu sitter alla ”på sin kammare” och tolkar statistik och tar kontakt med forskare för att få mer djup i svaren”

En av de intervjuade nämner att det finns ett behov av mer stöd kring vilka verktyg som finns att hämta för att exempelvis förändra på en arbetsplats. Hur och vilka perspektiv ska man ta hänsyn till när man gör ett köp? Vilken nytta ger en stor/liten förpackning och glas/metall? WSP bedömer utifrån vår granskning av webbsidan att det finns mycket information om detta på webbsidan. Vi upplever att det handlar mer om att förtydliga och samla upp detta på ett ställe eller en flik t ex ”Metoder och verktyg” (utöver ingång på webbsidan som heter ”Exempel på verktyg och stöd vid beteendeinsatser”).

4.2 Fokusera satsningarna inom forumet

En reflektion som kopplar an till ovanstående önskan om starkare förankring i forskning och empiri är att spetsa och fokusera områden som har en stor påverkan på miljösmart konsumtion. Det kan handla om att plocka fram tio områden och utifrån dessa sjösätta gemensamma satsningar och större kampanjer i samarbete med andra aktörer och myndigheter. Området miljösmart konsumtion är brett och innefattar många olika delbranscher. Det finns resonemang kring att man skulle prioritera och göra avvägningar för att skapa mer tyngd inom de områden som uppfattas som mest ”akuta”. Detta skulle innefatta att tex konkretisera åtgärder och initiativ inom delområden så som livsmedel, mobilitet, boende eller kläder etc.

Utifrån detta resonemang följer även att man då utifrån rådgivningsorganet skulle kunna etablera andra typer av arbetsgrupper. Dessa arbetsgrupper skulle kunna ha fokus på ovan föreslagna delområden. I dessa arbetsgrupper skulle då expertmyndigheter kunna bidra med mer nischad kunskap och kompetens utifrån sin roll.

4.2.1 Sprid och skala upp flera goda exempel utifrån identifierade delområden

Utifrån ovan förslag att etablera delområden efterfrågas även att skala upp goda exempel och initiativ. Goda exempel skulle återfinnas inom respektive delområde med tydliga ingångar på webbsidan.

Forumet skulle exempelvis kunna ta fasta på en satsning som ”F-act movement” som finansieras av västra Götalandsregionen, Avfall Sverige och Naturvårdsverket. Där finns tips på hur en modeintresserad kan uppdatera sin garderob utan att behöva köpa nytt. Det går ut på att 10 personer får 10 utmaningar. Personerna bloggar om sina erfarenheter och deltagare har fått flera tusen följare på kort tid. Det handlar om att man uppgraderar kläder. Ur detta projekt kommer sedan förslag och affärsidéer som sedan tas vidare till modevärlden. Ett exempel som detta kan skalas upp, utvecklas och spridas till andra regioner beskriver en av de intervjuade.

4.3 Se till att komplettera befintliga plattformar och forum för att undvika överlapp

Som tidigare diskuterats belyser kommunerna att de är verksamma inom flera parallella miljönätverk eller forum, vissa har liknande verksamhet som forumet. Det finns således en efterfrågan att Konsumentverket tydliggör hur forumet kompletterar andra pågående initiativ dvs ställa sig frågan varför en kommun skall engagera sig i detta forum utöver andra befintliga kommunnätverk? Även nationella initiativ från myndigheter och intresseorganisationer är viktigt att ha koll på för att undvika onödiga överlapp. En intervjuperson beskriver det som följande:

> ”Det är viktigt att de nationella myndigheterna samarbetar och inte överlappar varandra. Att kolla av marknaden, vilka nätverk som finns, för att få ut information. Det är svårt annars att nyttja den fulla potentialen”

4.4 Tydliggör målgruppen som forumet vänder sig till

Att komplettera framför att överlappa andra pågående initiativ handlar även om att tydliggöra vilka mottagarna och samverkanspartners i forumet är. Utifrån våra intervjuer uppfattar flertalet att alla är välkomna i forumet. Men frågan om ”vem ska lägga upp projekt och varför?” på forummiljosmart.se kommer samtidigt upp i ett flertal intervjuer som relativt vagt.

Vetskapen finns om att andra myndigheter jobbar i samarbete med Konsumentverket inom ramen för forumet. Men vilka dessa aktörer är uppfattas som mindre tydligt. Att forumet vänder sig till ”alla som arbetar med att få människor att konsumera miljömässigt mer hållbart” tenderar att bli allomfattande både vad gäller de aktörer som deltar men även den verksamhet som bedrivs. Genom att tydliggöra målgruppen och samarbetspartners och om möjligt ställa krav på dessa kan göra att fler känner en tillhörighet och ett ansvar.

4.5 Tydliggör syftet och användandet av forummiljosmart.se och dess olika funktioner

Vid frågan om det konkreta mervärdet av forumet, utöver möjligheten till nätverkande, är det ett flertal respondenter som har svårt att beskriva syftet med forumet. Det finns ett par som nämner att forumet bör ha en tydligare koppling till plattformar som Linkedin och Facebook. Utöver att

delningsfunktionen till dessa plattformar finns på webbsidan uppfattas det som att forumet bör ha en egen sida via dessa plattformar. Detta upplevs kunna bidra till ett mer naturligt utbyte mellan deltagare genom att man då kan dela från sin privata sida.

> ”Jag har försökt följa forumet med mobilen. Det är inte så smidigt tekniskt. De borde vara kopplad till någon del av Linkedin. En plattform som knyter ihop flera människor det är svårt”

Utifrån användarundersökningen från 2019 svarar närmare 47 procent (av 17 st. svaranden totalt) att det skulle vara ’ganska motiverande till mycket motiverande’ om deras projekt skulle få större synlighet på forummiljosmart.se. Vidare svarar 25 procent (av 16 svaranden totalt) att det skulle vara mycket motiverande om projektet presenteras mer attraktivt på webbsidan.

Vad gäller sökfunktionen på projekt och personer är det två respondenter som svarar att det känns mer naturligt att använda sig av sökmotorer framförallt Google. En av intervjupersonerna uttrycker det så här:

> ”Det är svårt att gå till en plattform och söka. Då googlar man hellre”

Genom den användarundersökning som sekretariatet genomförde under 2019 uppger runt 75 procent av svaranden att de inte har använt sig av funktionen *Hitta person*. Chattforumet är delvis en viktig funktion för att diskutera innehållet från webbinarierna. Respondenter upplever att det finns en god tanke bakom denna funktion men att det bör tydliggöras hur och på vilket sätt funktionen skapar nytta och mervärde. Utifrån användarundersökningen (2019) uppger 86 procent (av totalt 43 respondenter) de inte använt sig av diskussionsforumet. Ett par intervjupersoner beskriver följande:

> ”Man vet inte vilka som finns bakom ett ”diskussionsforum. Hur snabbt får man svar och vem svarar? För att exempelvis få ett snabbt och relevant svar på en fråga så kan man skicka den till Klimatkommunerna, så varför använda en annan kanal?”

> ”En anslagstavla eller en chattfunktion är en god tanke som jag eftersökt länge. Men det är svårt att få till nyttjande där. Man lägger fram en fråga eller efterlysning. Men det är sällan man söker och tar sig tid att ge svar. Då är det ju mer Facebook, ett annat flöde. Tanken är god, men svårt”

Som nämnts finns det många parallella forum för framförallt kommuner inom miljö och cirkulär ekonomi. Vi uppfattar således att det är av stor vikt att tydliggöra mervärdet av just denna hemsida och dess funktioner. För att aktivt kunna ta del av chattrådar, då dessa inte är live, måste man ha det som rutin att logga in på webbsidan. Detta upplever vi görs i begränsad utsträckning utifrån intervjuer, vilket resonerades kring tidigare i rapporten.

> ”Det har ju varit ett 70-tal uppkopplade på webbinarierna. Tycker det har funkat bra. Det som är svårt att få till en diskussion eller en chatt efteråt”

> ”Själv går jag bara in i olika forum om det är något särskilt jag letar efter. Just nu har vi inget projekt gällande konsumtion igång och därför nyttjar jag inte heller forumet. Tycker

> att det är bra att man kan gå in och ställa frågor/diskutera efter webbinarierna. Fler livediskussioner med experter eller andra som driver/drivit igenom lyckade projekt kanske skulle locka fler att bli aktiva (Användarundersökning, juni 2019)”

4.6 Identifiera synergier och etablera kontakt mellan aktörer/projekt på forummilosmart.se

Det efterfrågas att Konsumentverket tar en mer koordinerande roll i att föra samman medlemmar och projekt på webbsidan. Med detta menas en mer uppsökande och koordinerande roll för att hitta synergier mellan projekt och aktörer. Genom användarundersökningen som sekretariatet genomförde under 2019 svarar närmare 78 procent (dock endast 9 svarande totalt på frågan) att de inte har kontaktat någon annan medlem på forummiljosmart.se. Vid frågan om respondenterna (20 st.) i användarundersökningen kontaktat något projekt som de hittat på forummiljosmart.se, svarar 95 procent att de inte har gjort detta. Två intervjupersoner uttrycker sig som följande angående att myndigheten kan ta en mer koordinerande roll:

> ”Jag tror Konsumentverket skulle kunna ha en mer samordnad roll. Det kan vara så att de behöver jobba ytterligare med samverkan. Nu skulle det kunna vara t ex tre olika projekt som alla vill samverka med andra. De jobbar med samma saker. Konsumentverket kan då gå in och föra samman dessa aktörer”

> ”Jag tror inte det flyger självt. Man tittar lite men det skulle hjälpa om det är någon annan som samordnar”

> ”AI-styrd sammankoppling av personer som verkar ha liknande intressen/utmaningar. Att sajten rekommenderar personer som det kanske kan vara intressant att kontakta angående ett visst ämne (Användarundersökning, juni 2019)”

Ett exempel som lyfts fram är att genomföra tematiska workshops där man ”sätter ihop projekt tillsammans som gör liknande saker”. Det finns en samstämmighet bland flera respondenter att aktörer sällan bidrar utan att få något i utbyte och att samverkan inte sker utan en knuff. Ett annat svar på hur *Hitta person* skulle kunna förbättras (från användarundersökningen 2019):

> ”Genom matchmaking! De personer som kryssat i att de är intresserade av visst ämnesområde skulle kunna få mail när ett projekt läggs upp med ämnesområden som matchar. De skulle sedan få höra av sig om de är intresserade av att delta”

Funktionen *Hitta projekt* uppfattar vi skapar ett större mervärde utifrån intervjuer och användarundersökningen från 2019. Närmare 47 procent av svaranden (46 st.) i undersökningen uppger att de använt sig av funktionen. Å andra sidan uppger 47 procent att de ”varken eller” har haft nytta av *Hitta projekt*. Närmare 20 procent svarar att de har haft stor nytta av ingången och 20 procent att de haft liten nytta av den.

4.7 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, så bör Konsumentverket även agera mer som en förändringskraft i dessa frågor.

Många har lyft fram att det behövs en central aktör som samlar och driver utvecklingen framåt. Som tidigare nämnts upplevs det som att regeringsuppdraget i sig och att detta har tilldelats till Konsumentverket visar på en ambition och en viljeinriktning att prioritera frågan. Det finns en efterfrågan att Konsumentverket tar större plats som en drivande och koordinerande myndighet för dessa frågor.

> ”Det behövs en politisk styrning. Där finns inte det politiska modet. Men ett sådant här uppdrag till en myndighet är ett första steg”

4.8 Forum för miljösmart konsumtion eller hållbar konsumtion?

Vilken kunskap ska forumet samlas kring? Miljösmart konsumtion eller hållbar konsumtion? Med hållbarhet blir det ett bredare perspektiv? Allt som ryms inom det begreppet är inte konsumentverkets styrka. En av de intervjuade nämner att det sistnämnda för tankarna framförallt till sociala aspekter, som drägliga arbetsvillkor i andra länder. Även om den ekonomiska aspekten ingår i begreppet hållbar konsumtion, så kan det lätt bli fokus på vad vi lägger pengarna på. Hur ska Konsumentverket bäst nå företag? Vid en breddning av verksamheten påpekar den intervjuade att det är ännu viktigare att liera sig med andra aktörer. Konsumtionsområdet inom miljö är fortfarande outforskat så varför inte fortsätta?

5 WSPs slutsatser och rekommendationer för det fortsatta arbetet

I detta kapitel presenteras WSPs slutsatser och rekommendationer kring de perspektiv och ett urval av de utvärderingsfrågor som utvärderingen haft utgångspunkt i. Vidare så lyfter vi fram en del förslag på åtgärder för det fortsatta arbetet med att fokusera och utveckla forumet till en attraktiv mötesplats för aktörer inom miljösmart konsumtion.

5.1 Slutsatser

Å ena sidan visar utvärderingen att forumet är ett välkommet initiativ för att främja insatser inom området miljösmart konsumtion. Det faktum att en myndighet har ett regeringsuppdrag för att koordinera arbetet symboliserar handlingskraftighet och förutsättningar för tydliga nationella vägval framåt. Detta i sig kan motivera kommuner och andra aktörer att tydliggöra sitt mandat i frågan vad gäller att prioritera satsningar och göra avvägningar inom området, trots att flera upplever att insatser kan vara i konflikt med ett regionalt tillväxtperspektiv. Initiativet till forumet beskrivs som ”rätt i tiden” där cirkulär ekonomi och minskad konsumtion har en mer naturlig roll i samhället, nu än för 10 år sedan.

Det betonas att forumet har skapat förutsättningar för nätverkande, erfarenhetsutbyte och lärande mellan aktörer inom området miljösmart konsumtion. Det är framförallt webbinarier, konferenser och workshops som vi genom intervjuer och uppföljningar upplever som forumets styrka. Framförallt webbinarier lyfts fram som en resurseffektiv aktivitet, som bidrar med enkel tillgång till ny kunskap/forskning med relevanta ämnen.

Å andra sidan upplever vi att forumet fortfarande inom vissa delar är i en pilotfas. Utifrån intervjuer och granskning av uppföljningar och enkäter fångar WSP upp en viss otydlighet om vad forumet konkret ska bidra till framförallt dess roll och mervärde i förhållande till andra pågående insatser.

Forumet upplevs skapa goda förutsättningar att bidra till samverkan och synergier mellan aktörer, dock lyfts det fram att formerna för detta kan vidareutvecklas. I dagsläget upplever vi att medlemmarna på forummiljosmart.se använder sidan i begränsad utsträckning för att hitta personer och andra projekt. Delvis bedömer vi att detta hänger ihop med att sidan ännu inte upplevs som en naturlig plattform att besöka i ens dagliga arbete samt att man redan tar del av andra ”konkurrerande” nätverk/plattformar. Mer synlighet på sociala plattformar så som Facebook och Linkedin uppfattas kunna bidra till att webbsidan används i större utsträckning i det dagliga arbetet samt når ut bredare. Det efterfrågas överlag att Konsumentverket tar en tydligare koordinerande roll för att föra samman aktörer där synergier kan identifieras.

Det framkommer vidare en delad bild gällande vilka aktörer som forumet bör rikta sig till. Ett flertal lyfter fram att man bör rikta sig brett då frågor för miljösmart konsumtion överlappar privat sektor, offentlig sektor, forskning samt ideell sektor med flera. Andra bedömer att med begränsade resurser utgör kommuner en målgrupp med en naturlig ingång till konsumenter. Vidare lyfts tankar om att området miljösmart konsumtion tydligare kan avgränsas till

delområden (t ex livsmedel, mobilitet och resors etc.) på forummiljosmart.se samt prioritera och göra avvägningar inom dessa, vilka bör prioriteras framför andra fram till 2030? Med delområden upplevs även t ex expertgrupper (t ex rådgivningsorgan) få en tydligare roll i arbetet och kunna bidra med mer nischad kunskap i specifika frågor.

5.2 Förslag och rekommendationer

Förutom att se över de mer konkreta åtgärder och förslag som intervjupersoner lyft fram är WSPs övergripande rekommendationer att i det framtida arbetet med forumet framförallt fokusera på att:

5.2.1 Tydliggöra forumets sammanhang i systemet och bland befintliga initiativ

Som vi tidigare lyft i denna rapport finns det många parallella initiativ och nätverk inom området miljö- och hållbarhetsområdet. Andra myndigheter och forskningsaktörer driver detta arbete både i samverkan med andra aktörer, ofta projektbaserat, samt även inom ramen för deras ordinarie verksamhet. Vi upplever utifrån intervjuer och dokumentgranskning att forumet kan tydliggöra samt kommunicera hur Forum för miljösmart konsumtion kompletterar andra pågående satsningar.

5.2.2 Benchmarking bland regioner för att fånga upp vad som görs på regional och kommunal nivå.

Idag finns det även många exempel på regionala och kommunala satsningar kopplat till olika aspekter av hållbar konsumtion. För att spinna vidare på resonemanget om att tydliggöra forumets roll i systemet ser vi även ett mervärde av att sondera/kartlägga befintliga initiativ nationellt, regionalt och kommunalt. Det fanns en tanke att fram en aktörskarta initialt i forumets tillblivelse. Kartan bedömdes dock för omfattande att ta fram delvis på grund av det stora antalet delområden samt svårigheter att hålla informationen uppdaterad.

Ett förslag är att använda sig av kommunernas och regionernas befintliga nätverk (t ex Klimatkommunerna, Fossilfritt Sverige etc.) för att kontinuerligt få en uppdaterad kunskapsbild av vad som sker inom olika delområden t ex livsmedel, resor och mobilitet med mera i landets kommuner och regioner. Konsumentverket skulle i detta fall kunna ta en mer pådrivande/stödjande roll i arbetet för att få en mer enhetlig bild av aktörer och projekt etc. I nuläget uppfattar vi att den bild av projekt och aktörer på forummiljosmart.se endast ger en ögonblicksbild.

5.2.3 Konsumentverket bör ta en tydligare koordinerande roll inom arbetet med miljösmart konsumtion

Vi ser även, delvis utifrån tidigare resonemang, att Konsumentverket kan ta en tydligare roll som koordinator. Enligt forumets kommunikationsplan ska det tydligt framgå att ”*Konsumentverket står bakom forumet. Detta inger förtroende och legitimitet, samtidigt som det bidrar till att bygga myndighetens varumärke som en aktör på miljöområdet*.”

Med en koordinerande roll menar vi som tidigare beskrivits att bland annat koppla ihop aktörer och projekt med varandra där synergier kan identifieras. Vidare kartlägga befintliga nätverk inom

delområden. Samt på ett enkelt sätt presentera befintlig forskning inom miljösmart konsumtion. Vi menar inte att myndigheten själva ska ta fram forskning utan att tydligare agera som en nod i det pågående arbetet. Många har lyft fram att det behövs en central aktör som samlar och driver utvecklingen framåt. Ett regeringsuppdrag till en myndighet som Konsumentverket symboliserar en ambition och en viljeinriktning att prioritera frågan. I många fall uppfattas det kommunala uppdraget kring hållbar konsumtion som otydligt visar studier[5]. Genom ökad kännedom och mandat för Konsumentverkets roll och uppdrag kan detta skapa tydlighet i det kommunala uppdraget och öka kommunernas mandat att prioritera dessa frågor.

5.2.4 Tydliggör målgruppens behov

Enligt kommunikationsplanen för Forum för miljösmart konsumtion ska forumet samla aktörer från myndigheter, länsstyrelser, kommuner, regioner, akademi, näringsliv samt bransch- och ideella organisationer. Under 2019 gjordes en prioritering där kommunerna valdes ut som en prioriterad målgrupp och några av forumets aktiviteter anpassades till deras behov och önskemål. Medlemmar på forummiljosmart.se utgörs idag till stor del av kommunal representation. Samtidigt upplever vi utifrån intervjuer att en mångfald liknande initiativ inom området riktar sig till just målgruppen kommuner. Är kommuner den målgrupp som ska prioriteras extra och agera vidareförmedlare för att nå ut till konsumenter och hur kan man få störst genomslagskraft i det arbetet? Detta är en fråga som intervjupersonerna resonerar kring och en diskussion vi anser är viktig att ge utrymme för.

Målgrupps- och behovsanalys

Ett konkret förslag är att ta fram en *målgrupps- och behovsanalys* för att tydligare förstå behovet av samlad information, verktyg etc. Vad saknar aktörer idag bland befintliga insatser som forumet kan bidra med? Det handlar ytterst om att förstå vilken information som är viktig för olika målgrupper och hur man sedan bäst kan nå ut till utvald målgrupp.

5.2.5 Förenkla och förtydliga funktioner på forummiljosmart.se för att öka dess tillgänglighet och attraktivitet

De konferenser och webbinarier som har anordnats av forumet är uppskattade och en bra form att nå ut med olika budskap. Vi uppfattar att det finns en stor efterfrågan att ta del av dessa insatser fortsättningsvis av olika målgrupper. Digitala plattformar kan bidra på flera plan, inte minst genom återanvändning av information, sprida goda exempel och koppla samman och involvera olika aktörer. Den kanske mest uppenbara fördelen med de digitala plattformarna är att de erbjuder en mängd mer eller mindre nyttiga tjänster och innehåll ”gratis” för slutanvändare. De kan vidare skapa ett stort värde genom att de hjälper oss med den allt större utmaningen att hantera och hitta rätt i det enorma flödet, genom att de organiserar flödet av information och användare. Syftet med den digitala plattformen är god men vi bedömer att det finns förbättringspotential. Under 2020 kommer arbetet med den digitala plattformen att utvecklas och en ny version med mindre justeringar kommer att lanseras. Utnyttjandegraden har hittills varit begränsad och en uppgradering av plattformen utifrån respondenters reflektioner ser vi som ett viktigt utvecklingsarbete.

---

[5] Konsumentverket (2017) Inventering av kommuners arbete med hållbar konsumtion

5.2.6 Utveckla mål och öka ambitionen inom ramen för dessa

Forumet upplevs kunna få ett tydligare syfte med mer konkreta målformuleringar. Att vidareutveckla målen bygger dock på att syftet med forumet och utpekade målgrupper är på plats. Mål och indikatorer ska konkretiseras utifrån aktiviteter som skapar mervärde och inte bygga på att ”hitta saker” som går att mäta. Vad är det vi behöver mäta eller hålla koll på för att veta att vi är på rätt väg? Hur målsätter vi dessa aktiviteter/insatser? Hur vet vi att vi gör rätt saker, och att vi gör dem på rätt sätt?

Vi upplever vidare att ambitionen vad gäller målsättning hittills har varit relativt låg. Vår förståelse är att forumets arbetssätt och målgrupper ligger långt ifrån Konsumentverkets ordinarie verksamhet. Detta uppfattar vi genom dialog med sekretariatet, där det har framkommit att man tillämpat försiktighetsprincipen vid målsättningen. Forumet har valt att prova sig fram gällande arbetssätt och metoder, vilka målgrupper man valt att rikta sig till med mera. Vi bedömer dock inför kommande genomförandeperiod att målen kan sättas högre för att skapa ett större mervärde i uppföljningsarbetet.

5.2.7 Tydliggör förväntningar på medlemmar, vilka åtaganden kan man förvänta sig?

Syftet med forumet är att främja samverkan och kunskap inom miljösmart konsumtion bland aktörer som kommit långt i arbetet samt bland dem som vill lära sig. Å ena sidan ger Konsumentverket inga finansiella bidrag till aktörer för projektidéer inom området miljömässigt hållbar konsumtion.[6] Det finns således svårigheter att ha förväntningar på medlemmars åtaganden att konkret bidra till en hållbar konsumtion. Konsumentverket saknar mandat eller formell ”makt” att förmå aktörer att gå i någon specifik riktning. Deltagandet är frivilligt och klimatpolitiken i sig har under lång tid präglats av frivilliga och stegvisa lösningar. Konkret innebär detta att forumet i hög grad är beroende av andra aktörers vilja och förmåga att nå de önskade resultaten. Å andra sidan upplever vi ändå att förväntningar på forumets medlemmar kan konkretiseras. En organisation som Fossilfritt Sverige utmanar företag, organisationer, kommuner och regioner att genomföra konkreta åtgärder för att minska utsläppen av växthusgaser. Genom att deltagande organisationer åtager sig att arbeta mot en av flera ställda utmaningar vill man visa på organisationer som vill bidra och som motiverar och sänker trösklarna för de som kommer efter. Vad kan forumet förvänta sig av deltagande aktörer och hur följer man upp aktörernas frivilliga åtaganden?

5.2.8 Jämställdhet som en hävarm i genomförandet av insatser och aktiviteter

Som tidigare nämnts har en diskussion förts om jämställdhet skulle lyftas som en särskild sida på webbsidan eller integreras samt i vilken utsträckning som skillnader mellan grupper ska lyftas fram. Det finns för- och nackdelar med de olika angreppssätten. Detta är också en fortgående diskussion både akademiskt, på policynivå och i praktiskt jämställdhetsarbete. Å ena sidan behövs kunskap om skillnader för att kunna både minska dem (om det är målet) och kommunicera med hänsyn till dem. Å andra sidan finns alltid en risk att för mycket betoning på skillnader mellan kvinnor och män leder till fortsatt eller ökad stereotypisering. Det är således

[6] Konsumentverket ger dock verksamhetsbidrag till olika organisationer som t ex Naturskyddsföreningen, Gröna bilister, Medveten konsument och Fair action med flera.

inte helt enkelt att på en publik hemsida både förmedla kunskap som kan bidra till en förbättrad kommunikation och i förlängningen en mer hållbar konsumtion oavsett kön, och å andra sidan säkerställa att kunskapen inte används på ett sätt som bibehåller skillnader.

Utifrån WSP:s bedömning av arbetet med jämställdhet bedömer vi att jämställdhets- och genusperspektivet inte är särskilt tydligt på webbsidan, trots att det finns flera sidor och teman som knyter an till detta, såsom normer och attityder. En delförklaring kan vara att det finns relativt lite praktiska exempel och svensk/nordisk forskning på området. Det finns dock ett par studier[7] om beteende och attityd i Norden, vilka tillsammans med annan kunskap om kommunikation och hållbarhet samt ett antal undersökningar som skulle kunna vävas in i de texter som för närvarande finns på webbsidan. Ett annat sätt att hantera avsaknaden av kunskap är även att lyfta behovet av att ha med ett jämställdhetsperspektiv i arbetet genom att göra analyser och uppföljningar i arbetet för att bidra till en ökad samlad kunskap. I sammanhangen kan etablerade metoder för jämställdhetsintegrering såsom 4R[8], Jämställdhetstrappan, genusbudgetering med flera rekommenderas som metoder.

Sammanfattningsvis menar WSP att det krävs ett bättre nyttjande av den kunskap och de metoder som faktiskt finns för att arbeta med jämställdhet för att nå ut och åstadkomma skillnad i regioner och kommuner. Det behövs en viljeinriktning hos sekretariatet och ledningen att prioritera arbetet för att undvika att det faller på enskilda medarbetare att driva på och genomföra arbetet. Exakt hur detta utformas kan se olika ut, men det behövs en genomgående kommunikation att perspektivet är relevant och när, samt var det går att hitta mer detaljerad information.

5.2.9 Utveckla dialogformer för att bättre nyttja referensgrupp och rådgivningsorgan

Sammansättningen av aktörer i rådgivnings- och referensgruppen bedömer vi har varit väl balanserad utifrån kompetensområde och myndighetsuppdrag. Dock uppfattar vi utifrån intervjuer att forumet bättre kan nyttja deras potential och kompetens genom att utveckla kommunikation- och informationsformer. Detta innefattar bland annat fler möten med tydlig

---

[7] Ahlborg, Helene, 2009, Jämställdhet ger bättre klimat- genusperspektiv nödvändigt för att lösa klimatfrågan, *Internationella Studier. Tema: nationalism och identitet*. Nr 4. Utrikespolitiska institutet

Dymén. Christian; Andersson, Måns; Langlais, Richard, 2013, Gendered dimentions of climate change response in Swedish municipalities, *Local Environment* Vol. 18, Nr.9

Edvardsson Björnberg, Karin; Hansson, Sven Ove, 2012, *Integrera genus i klimatanpassningen! Vägledning och råd för det kommunala klimatarbetet*. FOI

Energimyndigheten, 2019:08, *Genus och jämställdhet på energiområdet*.

Hultman, Martin, 2019, "Industrial/Breadwinner Masculinities and Climate 4 Change: Understanding the 'White Male Effect' of Climate Change Denial" i Pulé, Paul red., *Climate Hazards, Disasters and Gender Ramifications*.

Krange, Olve; Kalternborn, Bjorn; Hultman, Martin, 2019, Cool dudes in Norway: climate change denial among conservative Norwegian men, *Environmental Psycology* Vol. 5 Nr.1

Tjorring, Lise, 2016, We forgot half of the population! The significance of gender in Danish energy renovation projects. *Energy Research & Social Science* Vol. 22.

[8] https://www.jamstall.nu/verktygslada/verktyg-a-o/

agenda, löpande kunskapssammanställningar om forumets arbete via mail, konkreta punkter innan möten om vilka delar referens- och rådgivandegrupp kan ge inspel inom/bidra till.

6 Bilagor

Bilaga 1: Aktörer deltagit i intervjuer
Bilaga 2: Intervjuguide
Bilaga 3: Matris över måluppfyllelse 2018
Bilaga 4: Matris över måluppfyllelse 2019

Bilaga 1: Aktörer deltagit i intervjuer

Namn	Organisation
Anna Gemzell	Umeå kommun
Birgitta Nilsson	Länsstyrelsen Västra Götalands Län
Björn Sandén	Chalmers
Cathrin Lundquist	Konsumentverket
Emma Schutt	Konsumentverket
Eva Ahlnér	Naturvårdsverket
Gunnar Persson	Karlstads kommun
Helena Holm	Energimyndigheten
Ida Beckman	Konsumentverket
Kristina Falk Törnquist	KemI
Linnéa Haeggström	Uppsala Kommun
Maria Sandow	Svensk Handel
Ulla Nordström	Livsmedelsverket
Åsa Terent	Hudiksvalls kommun

Bilaga 2: Intervjuguide

BAKGRUND

1. Vem är du och vilken koppling har du till miljösmart konsumtion?
2. Hur fick du vetskap om Forum för miljösmart konsumtion? (t ex direktförfrågan, via nätverk, riktad kommunikation etc.)

AKTIVITETER

3. Vilka aktiviteter och insatser kopplat till forumet har du deltagit i och varför?
    a. Antal?
    b. Egna/Andras
    c. Pågående/Avslutade
    d. Typ av aktivitet/insats (konferens, workshop, projekt, webbinarier)

4. Har du erfarenhet av att lägga upp ett projekt/aktivitet på den digitala mötesplatsen Forummiljösmart.se?
    a) Varför valde du att lägga upp det på digitala mötesplatsen
    b) Varför inte?

5. Vilka mervärden uppfattar du att forumet bidrar till?

SAMVERKAN:

6. Hur har samverkan inom forumet fungerat?
    a. Vad har fungerat väl?
    b. Vad saknas? Vad kan utvecklas?
    c. Har forumet bidragit till att du kommit i kontakt med en ny aktör?

7. Vilket kunskapsutbyte, spridning av kunskap och innovation tycker du att forumet har bidragit till?

8. Har du identifierat några hinder och utmaningar inom forumet vad gäller att samverka?

9. Tycker du att forumet samlar rätt aktörer eller är det någon aktör som saknas?
    a. Myndighet/näringsliv/akademi/ideell organisation/annat

NYTTA:

10. Vilka resultat och vilken nytta har uppnåtts inom den insats/aktivitet som du deltagit i?
    a. Metodutveckling/bättre kunskap/starkare samarbete

11. Finns det några goda konkreta exempel på aktiviteter som ledde till nytta som vi kan ta del av?

12. Har du identifierat några hinder och utmaningar inom forumet vad gäller att skapa nytta?

HUR KAN FORUMET UTVECKLAS *för att bidra till mer nytta och mervärde?*

13. Hur upplever du konsumentverkets roll i forumet? (Är den tydlig? Dominerande? Personberoende?)

14. Ger Forumet en bra överblick över den kompetens och kunskap som finns inom hållbar konsumtion? Kan den utvecklas? Tydliggöras? Utökas?

15. Känner du till diskussionsforum? Finns behovet av att diskutera en fråga i grupp?

16. Saknar du någon form av aktivitet idag som Forumet borde göra?
    a. Exempelvis matchmaking, omvärldsanalys, kartläggningar
    b. Flera återkommande aktiviteter
    c. Är de tillräckligt innovativa?

17. Hur upplever du att mötesformen har fungerat? Föredrar du digitala eller fysiska möten? Större/mindre möten?

18. Hur pass väl fångar forumet andra relevanta aktiviteter och satsningar som pågår?

19. På vilket sätt har man beaktat jämställdhetsperspektivet i forumet?
    (Exempelvis: hur man kommunicerar, formulerar sig i skrift, beaktar attityder till mäns o kvinnors konsumtionsmönster, belyser konsumtionsbeteenden, forskningsfronten etc.)
    a. Finns det områden som har med skillnader mellan kvinnor och män att göra, som du tycker att forumet borde ta upp mer än det görs idag?

20. Hur tycker du att forumet framöver bör agera för att vara en attraktiv mötesplats för innovation?

Bilaga 3: Matris över måluppfyllelse 2018

Effektmål	Resultatmål	Indikatormål	Måluppfyllelse
M1. KUNSKAP Forumets aktörer har relevant kunskap om miljömässigt hållbar konsumtion.	Åtgärder i form av goda exempel tillgängliga för aktörerna.	8 goda exempel är tillgängliga på digitala mötesplatsen som uppfyller Forumets kriterier	?
		10 projekt är tillgängliga på digitala mötesplatsen som användarna har lagt upp själva (goda exempel)	72
		1 aktivitet inom beteende anordnas	2
	Forumet synliggör kopplingen mellan konsumtion och miljö.	70 % av de registrerade aktörerna på digitala mötesplatsen upplever kunskapen som är tillgänglig via Forumet som aktuell och relevant för sitt arbete	88% av respondenterna på enkät efter fysiska events upplever att de har fått ny kunskap/nya insikter
		Forumets pilotområden förbättrar sin plats i Konsumentverkets undersökning om "konsumtion och miljön" som mäter konsumenternas upplevda svårigheter att göra miljömässigt hållbara val.	Långsiktigt, ej mätbar än.
	Forumet synliggör skillnader mellan kvinnors och mäns agerande inom miljömässigt hållbar konsumtion.	All statistik som vi publicerar är uppdelad i kön i områden där det ger extra information och data är tillgänglig.	1
	Forumet bidrar till att synliggöra och hantera målkonflikter kopplade till miljömässigt hållbar konsumtion.	1 aktivitet (seminarier, workshop eller liknande) som belyser målkonflikter i ett särskilt område (tex minska köpvolym vs ekonomisk tillväxt)	1
M2. SAMVERKAN Det finns en välfungerande och konstruktiv samverkan för miljömässigt hållbar	Aktörerna upplever Forumets mötesformer som främjande för rätt sorts samverkan.	300 enskilda personer har deltagit i en aktivitet som (med) arrangeras av Forumet under 2018	480
		15 antal företag har deltagit i våra aktiviteter under 2018	0
		30 antal kommuner har	30

Effektmål	Resultatmål	Indikatormål	Måluppfyllelse
konsumtion.		deltagit i aktiviteter under 2018	
		40 % av deltagarna i Forumet upplever att mötesformerna uppmuntrar till samverkan	95
		33 % av de registrerade användarna har kontaktat en annan användare (via chatt/PM) på den digitala mötesplatsen ett halvår efter lansering av version 2	(ingen chattfunktion byggdes)
	Forumet bidrar till mervärden i andras arrangemang.	Sekretariatet har deltagit (presenterat Forumet) i 10 konferenser, seminarier etc. inom Sverige under 2018.	16
		10 antal aktiviteter (med) arrangerades under 2018	12
	Forumet samlar målgrupper i hela värdekedjan till samverkan för ökad miljönytta.	5 personer av årets rankinglista över de mäktigaste i hållbarhetssverige har varit aktiva inom Forumet	6
		Representanter från samtliga utpekade målgrupper enligt regeringsuppdraget ska vara registrerade på den digitala mötesplatsen år 2020 (finns 8 utpekade)	8
	Digitala mötesplatsen utvecklas löpande med relevanta funktioner för aktörerna.	175 antal registrerade personer på digitala mötesplatsen den 31 augusti 2018	260
		Mötesplatsen har 2000 unika sessioner under de första 6 månaderna efter lanseringen av version 2 (R2: 2018-03-28)	7714
		Från och med Q2 2019 är 75% av användarna på digitala mötesplatsen under ett kvartal återkommande besökare	60%

Effektmål	Resultatmål	Indikatormål	Måluppfyllelse
M3. INNOVATION Innovativa insatser utvecklas med betydande bidrag till en miljömässigt hållbar konsumtion.	Miljörelaterad öppen data, inklusive jämställdhets-data där det finns, har gjorts tillgänglig och används.	*Forumet har avvaktat att arbeta med beskrivna resultatmål inom området innovation.*	
	Forumets aktörer upplever en ökad tillgänglighet till information om finansieringsmöjligheter för sina ideer och projekt.		
	Forumet stimulerar till att nyttja både beprövade och nya typer av beteende-insatser samt att belysa kvinnors och mäns olika förutsättningar för agerande.		
	Forumet bidrar till nya affärsmodeller och policyutveckling.		

Bilaga 4: Matris över måluppfyllelse 2019

Effektmål	Resultatmål	Indikatormål	Måluppfyllelse
KUNSKAP Forumets aktörer har relevant kunskap om miljömässigt hållbar konsumtion.	Konsumentverket och andra relevanta aktörer har tillgång till kunskap om konsumenternas (kvinnors och mäns) problem, möjligheter, förutsättningar och behov för att konsumera miljömässigt hållbart.	Antal projekt på DM (80 st.)	98
		Andel återkommande besökare på DM (65%)	59%
		Antal events som har jämställdhetsaspekt som tema (2 st.)	Inget av Forumets events hade fokus på jämställdhet, även om könsskillnader togs upp genom statistik på ett antal events.
		Andel av deltagare på events som anger att de fått ökad kunskap i samband med eventet (70%)	?
	Konsumentverket och andra relevanta aktörer har tillgång till kunskap om metoder och verktyg för att stimulera konsumenters (kvinnors och mäns) konsumtionsbeteenden i en miljömässigt hållbar riktning	Antal unika sidvisningar på "sidpaketet beteendeförändring" (3000)	Utgår (Beslut att inte gå igenom sidorna, en missbedömning av arbetsinsatsen då det skulle kräva att "räkna" sidorna)
		Antal events som har fokus på beteende (3 st.)	3
SAMVERKAN Det finns en välfungerande och konstruktiv samverkan för miljömässigt hållbar konsumtion.	Konsumentverket skapar förutsättningar för samverkan mellan samhällets olika aktörer inom hållbar konsumtion	Antal startade diskussionstrådar av externa aktörer (40 st.)	6
		Andel deltagare på fysiska events som anger att det fanns förutsättningar att skapa kontakter för samverkan (70%)	?
		Antal möte och samarrangemang mellan myndigheter inom forumets ram (5 st.)	7
		Antal registrerade personer på DM (ökning 40% med utgångspunkt i 297 medlemmar)	41% (715 medlemmar)

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