

Skitlite 2020

INTERVJUSTUDIE PROJEKT *SKITLITE 2020* Skåne Nordväst

Arbetet har utförts av White Arkitekter AB på uppdrag av Sopsamarbete Skåne Nordväst.

ANSVARIGA PÅ WHITE:
Anna Ågren & Viktoria Walldin

INTERVJUVER GENOMFÖRDA AV:
Anna Ågren
Viktoria Walldin
Camilla Ottosson
Anna Valman
Julia Göransson
Johanna Richardsson

Datum: 2013-04-16
Reviderad 2013-06-06



Skitlite 2020

SAMMANFATTNING

Denna beteendestudie syftar till att skapa förståelse för hur invånare i Skåne Nordväst förhåller sig till avfall och avfallshantering. Genom ökad förståelse för människors beteende kan incitament för beteendeförändringar skapas. I studien har 46 hushåll intervjuats om attityder och beteende kring miljöfrågor, konsumtion och avfallshantering. En jämn spridning har eftersträvat avseende ålder, kön, kommun, upplåtelseform, livsfas och etnicitet. Denna kvalitativa undersökning kommer att kompletteras med en större enkätundersökning samt en pilotstudie.

Det teoretiska ramverket för studien har fokuserat på människors *drivkrafter*, *livsfas* och *sociogeografi*. Drivkrafter kan vara av etisk/ moralisk karaktär – människor källsorterar därför att det är bra för miljön, eller ekonomisk karaktär – människor källsorterar för att det ger dem lägre avfallstaxa. Människor som växt upp under fattiga eller mindre goda ekonomiska förhållanden har sedan barnsben fått lära sig att resurshushålla. Resurshushållning kan även vara en *drivkraft*, något som många pensionärer styrs utav. De slänger exempelvis inte duglig soffa på grund av trender. Betydelse av livsfas kan dels innebära att barnfamiljer har mer avfall på grund av mycket blöjor och barnmatsburkar, eller att äldre par utan hemmavarande barn har sitt materiella behov uppfyllt och därför inte konsumerar så mycket. Sociogeografi betyder att människor ur olika socioekonomiska grupper ofta bor i olika bostadsområden. Det innebär dels att de har olika förutsättningar för källsortering, men även att olika *sociala normer* för vad som är normal konsumtion utvecklats. Även miljöfrågors relevans kan variera beroende på socio-geografi. Den arbetslöse minskar inte sin konsumtion på grund av miljöskäl. Att handla ekologisk mat har delvis blivit en klassfråga.

Information om projektet bör kommuniceras på ett sätt som möter människor med olika drivkrafter, i olika faser och med olika sociogeografiska och ekonomiska förutsättningar.

Hushållen anser att slit- och slängmentaliteten är utbredd i samhället och menar att ”*Andra människor konsumerar för mycket*”. Flera jämför sig med omgivningen och relaterar sin konsumtion till vännernas, vad som är *normalt* att konsumera. Beträffande ”halvering” av avfall så uppger ungefär hälften av hushållen att de kan bli bättre på att källsortera och hälften att de redan sorterar allt de kan. Att faktiskt minska avfallet genom att *förebygga* inte bara återvinna mer, är för merparten en främmande tanke. En halvering upplevs som en orealistisk målsättning. Att gör hushållen *medvetna* om att ”halveringen” av avfallet innebär samma avfallsmängd som 1980 kan vara ett sätt att skapa insikt. Genom att planera matinköp bättre kan både matsvinn och förpackningar minskas. Att arbeta med förebilder som visar på en hållbar livsstil är ett sätt att arbeta med *sociala normer*; *Vad behöver vi egentligen och vad är det som gör oss lyckliga?*

Merparten av hushållen har lärt sig att källsortera de senaste tio åren. De uppger att det i början var svårt, men att det numera går av sig självt. Åtgärder för förbättring av källsortering är dock viktig och borde framförallt riktas till *unga* som nyligen flyttat hemifrån och samt områden med *flerfamiljsbostäder*. Här gäller det att underlätt för människor att skapa sig nya *rutiner*. De som bor i villa med flerfackskärl utanför dörren upplever det idag som konstigt att *inte* källsortera.

En viktig utmaning är kanske att stärka känslan av att vi jobbar mot *gemensamma mål* då ett flertal hushåll upplever att deras insats är en droppe i havet. Därför är det viktigt att visa på vilken skillnad nordvästra Skåne gör tillsammans och en grundförutsättning för att nå målsättningen med *Skitlite 2020*.

Skitlite 2020

Innehåll

1. INTRODUKTION	3
1.1. Bakgrund	3
1.2. Problembeskrivning.....	4
1.3. Utredningens syfte	5
1.4. Mål.....	5
1.5. Metod	6
2. INTERVJUSTUDIENS GENOMFÖRANDE	7
3. TEORETISK BAKGRUND.....	8
3.1. Vad styr vårt beteende?	8
3.2. Att förändra ett beteende	12
3.2.1. Från ord till handling	12
3.2.2. Styrmedel.....	13
4. RESULTAT INTERVJUSTUDIEN.....	14
4.1. Livsform	14
4.2. Attityder och värderingar	17
4.2.1. Grundläggande värderingar	17
4.2.2. Relation till naturen	17
4.2.3. Attityder till miljöfrågor generellt	18
4.2.4. Vem har ansvaret för miljön?.....	19
4.2.5. Attityder konsumtion.....	20
4.2.6. Attityder avfall och källsortering.....	21
4.3. Miljöbeteende	23
4.3.1. Matinköp	23
4.3.2. Matavfall	25
4.3.3. Klädinköp och klädavfall	26
4.3.4. Heminredning och andra prylar.....	26
4.3.5. Källsortering och upplevelse av att källsortera.....	28
4.4. Beteendeförändring	32
5. ANALYS	35
5.1. Skillnader mellan attityder och beteende	35
5.2. Drivkrafter	37
5.3. Livsfas och beteende	41
5.4. Sociogeografisk påverkan.....	44
6. Slutsatser	47
6.1. Hållbara miljöbeteenden.....	47
6.2. Rekommendationer.....	50
Referenser	53

Skitlite 2020

INTRODUKTION

Sopsamarbete Skåne Nordväst har som mål att halvera mängden hushållsavfall till 2020, projektet går under namnet *Skitlite 2020*. Som en del i detta projekt låter man genomföra en beteendestudie (under 2012-2014) baserat på tre delar. Den första delen av beteendestudien, djupintervjuer med 46 hushåll har avslutats och följande är en redogörelse av studien.

Rapporten inleds med en bakgrund till projektet, en redogörelse av studiens form samt ett teoretiskt ramverk för att sortera mängden av information som samlats in. Rapporten behandlar vidare resultatet som diskuteras i en analys. Rapporten avslutas med slutsatser och rekommendationer.

1.1. Bakgrund

Vi brukar säga att vi i Sverige är bra på avfallshantering. Genom åren har vi lärt oss och anammat olika tekniker för att omhänderta olika avfallsslag för återvinning av material och energi. Under rådande omständigheter är detta självfallet bra, men det är inte gott nog! Avfallsmängderna från hushållen ökar. Under de senaste två decennierna har de årliga mängderna ökat från 300 till 500 kg/person. Om inget görs för att förändra detta mönster kommer avfallsmängderna att minst fördubblas under de kommande två decennierna¹.

Avfallet per person ökar vilket sammanfaller med att konsumtionen per person ökar. Det är konsumtionen som ger upphov till avfall och om vi ska kunna minska våra avfall måste vi även konsumera mindre, bättre och smartare. Vi måste med andra ord förebygga, återanvända och återvinna. Detta ställer höga krav på näringsliv, myndigheter och individen.

Att utgå ifrån individens beteende, tankar och behov är ett sätt skapa en djupare förståelse för hur vi ska bemöta frågan. Vilken uppoffring innebär t.ex. en minskad konsumtion för individen i form av tid, pengar, prestige, grupptillhörighet, etc.? Hur kan vi implementera källsortering på bästa sätt för olika boenden, behov och livstilar? Att förändra och bemöta attityder och värderingar är en förutsättning för detta arbete.

Enligt avfallshierarkin² fastslås att avfall i första hand förebyggs, det vill säga det ska inte uppstå alls. Det kan innebära att man avstår att handla en viss produkt. I andra hand ska produkter återanvändas. För konsumenten kan det innebära att två personer byter en tröja med varandra istället för att köpa var sin ny. I tredje hand ska materialåtervinning ske. Det är det som sker när konsumenten lägger pappersförpackningen i ett insamlingskärl för kartong istället för i soppåsen. Ett fjärde steg är energiutvinning. Det är vad som händer när påsen med restavfall bränns i ett värmeverk och värmer upp bostäder genom fjärrvärmesystemet.

Kommunerna i Nordvästra Skåne har beslutat att arbeta mot gemensamma avfallsmål för de ca 330 000 invånarna. Målbilden för år 2020 följer branschens vision "Det finns inget avfall" (Maj 2011) med följande sex delmål, de s.k. "halveringsmålen":

¹ Naturvårdsverket, 2011

² EU:s ramdirektiv för avfall (2008/98)

Skitlite 2020

- Avfallsminimering, avfallsmängden ska minskas från 500 till 300 kg/person och år
- Materialåtervinning, mängden felsorterat avfall skall minskas från 200 till 100 kg/person och år
- Avgifta kretsloppen, mängden farligt avfall skall minskas från 3 till 1,5 kg/person och år
- God arbetsmiljö, antalet arbetsskador skall halveras
- Kostnadseffektivisering, nettokostnaden skall halveras

Denna rapport är en del av White Arkitekters åtagande att stödja samtliga parter i *Skitlite 2020s* projektgrupp (NSR, LSR, Närab och Skåne Nordväst kommunerna) i målet att skapa långsiktigt lösningar för invånarens avfallshushållning. Detta genom att lyfta frågor som förbinder brukare, beteende och avfallsfrågor.

Rapporten är ett viktigt redskap i framtagandet av den handlingsplan som projektgruppen ska leverera i december 2013.

1.2. Problembeskrivning

Landets medborgare, företag, kommuner och specifika avfallsaktörer måste förenas med gemensamma krafter för att nå det hållbara samhället. Alla måste dra sitt strå till stacken. I Skåne Nordväst avser vi arbeta på bred front mot målbilden för år 2020 enligt ovan. En huvudinriktning är att vi bestämt oss för att gå på djupet med människors kunskap och attityder kring avfall för att finna praktiska verktyg i arbetet. Beteendemönstret måste förändras. Nya tekniska lösningar kan bidra i viss utsträckning men det största hindret och också den största förändringspotentialen för framgång finns högst sannolikt hos oss själva.

Det finns några få studier som på senare år undersökt relationen mellan beteende och avfall. I rapporten *Osäker eller nöjd - kulturella aspekter på vardagens avfallspraktik*³ redovisas människors attityder och upplevelser kring källsortering. Ett resultat är att man upplever att helhetslösningar saknas i såväl bostadsområden som på arbetsplatser. I rapporten lyfts anonymiteten fram som ett hinder för goda sorteringsresultat.

När det gäller avfallsminimering ges stor tilltro till vägning av avfallsfraktioner. Införande av viktbaserade taxor kan resultera i bättre sorteringsgrad, särskilt minskad felsortering, men det är långt ifrån entydigt att det leder till en avfallsreduktion, enligt en färsk rapport från Avfall Sverige (2012)⁴.

Några fallstudier i form av examensarbeten och C-uppsatser kring svenskars attityder avseende återvinning av hushållsavfall har genomförts i bl.a. Eskilstuna, Norrköping, Malmö och Göteborg.

³ Ewert, Henriksson och Åkesson, 2008

⁴ Viktbaserad avfallstaxa - vart tar avfallet vägen?, U2012:08.

Skitlite 2020

Av resultaten från studierna ovan kan vi till exempel lära att:

- Information, motivation och god tillgänglighet är huvudincitamenten för oss att sortera hushållsavfall
- Avståndet till miljöhus/ÅVC är viktigt
- Kvinnor påverkas mer än män av ordningen och de hygieniska förhållandena i återvinningslokalen/på återvinningsplatsen
- Kvinnor tar större ansvar för avfallsortering än män
- Återkoppling av återvinningsresultat motiverar till fortsatt och ökad sorteringsvilja
- Faktorer som spelar roll för källsortering är bl. a: yrkestyp, ålder, sociala vanor, kön, värderingar, erfarenhet, och kunskap
- Om grannen är duktig på att sortera och man identifierar sig och sympatiserar med honom/henne i övrigt, vill man själv bli lika duktig
- Återvinning av papper och glas har blivit en rutin för uppåt 95 % av de svenska hushållen, vilket indikerar att det är fullt möjligt att förändra människors beteende.

Studier av människors konsumtionsmönster och förståelsen för den mängd avfall detta genererar är dock begränsad. Om vi vill uppnå minskade avfallsmängder och förhindra att avfall uppstår i Nordvästra Skåne så är vi övertygade om att den största kraften måste ägnas till att förändra vårt beteendemönster.

1.3. Utredningens syfte

Ett övergripande syfte är att lära oss att förstå hur medborgaren förhåller sig till avfall och avfallshantering. Härigenom kan vi ta fram ett underlag till att skapa förändringar av attityder och värderingar som i sin tur leder till beteendeförändringar så att målbilden kan uppfyllas.

Frågor som projektet *Skitlite*, samt utredningen som är en del av projektet, försöker besvara är:

- Hur ser relationen ut mellan livsstil och avfallsproduktion?
- Vad krävs för att hushållens ska få en helhetssyn på avfall och avfallshantering?
- Hur kan kunskap om avfallshantering och dess miljöpåverkan bäst kommuniceras?
- Vilka styrmedel krävs för förändring, krävs det olika styrmedel för olika typer av hushåll?
- Hur kan vi konkret nå målbilden "Avfall 2020" i region Skåne Nordväst?

1.4. Mål

Det långsiktiga målet med projektet är att bidra till förändring av människors attityder och beteenden kring avfall och avfallets hantering. Det specifika målet för projektet är att försöka förstå och konkretisera bakomliggande sociala och psykologiska faktorer som ger ett visst beteende för att hitta tillvägagångssätt och strategier som leder till ökad motivation hos medborgaren att begränsa produktionen av avfall. Målet med *utredningen* i denna rapport är att undersöka och förstå attityder, värderingar och beteenden beträffande hushållsavfall och konsumtion.

Skitlite 2020

1.5. Metod

Projektets huvudsakliga metodik baseras på intervju- och enkätundersökningar med återkopplingar. Undersökningsobjekten är dels ett begränsat antal hushåll/familjer, dels ett statistiskt säkerställt urval av befolkningen i Nordvästra Skåne.

Rapporten för denna del inkluderar endast intervjuundersökningar, egenkontroller och deltagande observation i 46 hushåll i Skåne Nordväst. Se följande avsnitt för en detaljerad beskrivning av genomförandet.

2. INTERVJUSTUDIENS GENOMFÖRANDE

Studien är en etnografisk undersökning vilket innebär att kvalitativa djupintervjuer har genomförts med 46 olika hushåll. Intervjuerna har varit ca två timmar långa och genomförts hemma hos respondenterna. Detta för att kunna observera, diskutera och reflektera över hushållets förutsättningar och livstilar.

För att få en god utbredning på hushållen så har den grundläggande spridningen varit utifrån upplåtelseform på bostad inom olika kommuner, dvs. äganderätt, bostadsrätt och hyresrätt. Hushåll har rekryterats i tätbebyggelse och på landsbygden i nordvästra Skåne. Hänsyn har tagits till geografisk och demografisk spridning, förväntad socioekonomisk status och etnicitet.

Rekrytering av respondenter har skett genom uppsökande verksamhet. Detta för att inte enbart nå de som redan är miljömedvetna och engagerade. Rekrytering har skett genom att höra oss för bland bekanta, bekantas bekanta liksom med avfalls- och förvaltningsbolag. Genom avfallsbolagen har kännedom givits om vilka områden där källsortering fungerar mindre bra och områden som genererar stora mängder avfall.

Följande kategorier har studerats:

- Unga vuxna, studenter
- Ensamstående föräldrar
- Barnfamiljer 0-8 år
- Barnfamiljer 9-18 år
- Par utan barn/ utflyttade barn
- Pensionärer

Tekniken är "deltagande observationer" och "samtalande intervjuer" utan läsningar så att informationsutbytet blir optimalt. Samtalet har dock en instruerad samtalsmall (Bilaga 1)

Samtalen har avslutats med en överlämning av ett "egenkontrollprogram" (Bilaga 2) där hushållet dokumenterar sitt avfall och konsumtionsbeteende under två veckor⁵.

⁵ De första 9 hushållen dokumenterade endast under en vecka. Detta visade sig vara en för kort tid att utläsa varpå en förlängning till 2 veckor.

3. TEORETISK BAKGRUND

För att hantera och sortera den stora mängden insamlad intervjumaterial som framkommit i intervjuerna använder vi ett teoretiskt ramverk och modell som diskuterar faktorer som påverkar en människas beteende. Modellen är framförallt inspirerad av kunskap kring vad som styr det mänskliga beteendet.

Teorier och modeller är överskådliga antaganden som görs för att i så hög grad som möjligt kunna beskriva individers enskilda agerande. Syftet med modell är att konkretisera verktygen för den handlingsplan som projekt *Skitlite 2020* ska leverera i december 2013. Om målet är att förändra människors beteende måste vi förstå vilka drivkrafter kring ett miljövänligt beteende.

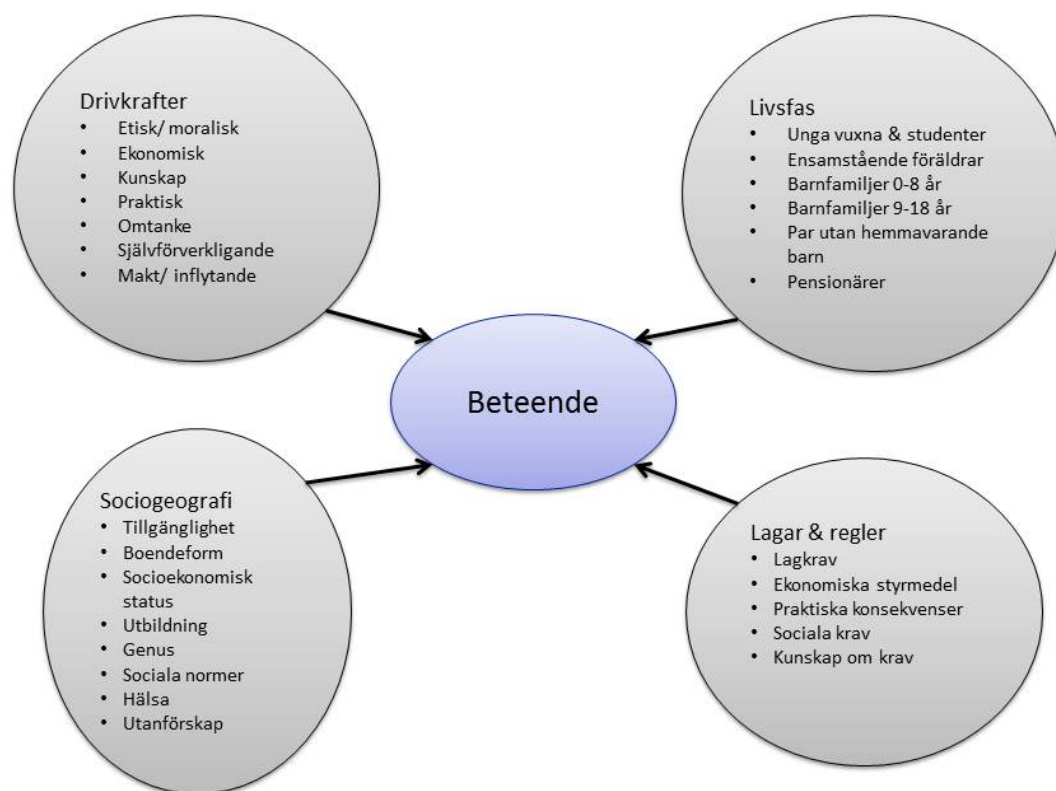
3.1. Vad styr vårt beteende?

Anna-Lisa Lindén, professor i sociologi vid Lunds universitet och forskar kring människors miljöbeteende. Lindén identifierar framförallt tre viktiga socioekonomiska faktorer som påverkar individens miljöbeteenden; ålder, kön och yrkes- och arbetskultur.

Andra teorier och modeller som beskriver mänskligt beteende fokusera på individens drivkrafter och personlighetstyp liksom klassisk betingning, vi gör vad som är rationellt utifrån belöning och bestraffning.

Modellen nedan belyser faktorer som anses viktiga för studien men även denna rapport har valt att speciellt fokusera på det vi kallar *Drivkrafter & attityder* samt *livsfas*. Dessa kategorier ligger huvuddelen av analysen. Dessa representerar faktorerna *arv och miljö* liksom *behov* medan kategorierna; *Sociogeografi*, och *Lagar*, mer tillhör samhällsliga kategoriseringar och yttre faktorer. Även om vi fokuserar på de två första förs en kontinuerlig diskussion kring de andra då alla dessa är i konstant samverkar i vårt beteende. Denna rapport innehåller inget specifikt genusperspektiv, utan fokus har varit på individen. Yrkes- och arbetskultur har vi valt att inkludera i *sociala normer*, som ligger under kategorin ”sociogeografi”.

Skitlite 2020



Figur 1. Modell över faktorer som påverkar en människas beteende. White 2013.

Drivkrafter och attityder

Som nämnts ovan så har studien valt att fokusera på människors *drivkrafter*. Denna kategori hanterar värderingar dvs. de uppfattningar vi har om ett tillstånd. Dessa är ganska generella och agerar som motiv till handling. De påverkar också hur vi tar till oss information. Värderingar är starkt förknippade med vår sociala och kulturella miljö och därför svåra att förändra.

Drivkrafterna utvecklas här vidare tillsammans med en kort förklaring kring vilket beteende som kan sättas i relation till drivkraften.

Människors *drivande krafter* kan kategoriseras enligt följande:

- **Etisk/ moralisk:** Här finns en utpräglad känsla för rättvisa, ”det goda” och ett starkt värnade om etik.
- **Ekonomisk:** Agerar utifrån det som är ekonomiskt mest motiverat. Detta gäller hög-som låginkomsttagare.
- **Kunskap:** Det kritiska och rationellt har företräde för avgörande. Beslut grundas på fakta.

Skitlite 2020

- **Praktisk:** Funktionalitet och hushållning. Pragmatiska övervägande kring praktisk nytta, effektiv resursanvändning föredras.
- **Omtanke:** Föreställningar som solidaritet och medmänsklighet är viktiga. Humanitära skäl går före ekonomiska. Här finns även ett självupppoffrande samhällsengagemang.
- **Självförverkligande:** Motivet är personligt utveckling och välbefinnande. De kreativa och högtflygande tankarna lockar. Personer här prövar gärna nya tankar och idéer.
- **Makt/inflytande:** Kontroll och framgång är starka incitament. Kravet på inflytande över beslutsprocesser, kontroll över sig själv och andra är drivkrafter. Det är även viktigt att följa sociala normer, för att inte sticka ut för mycket.

Förutom drivkrafter ett antal *personlighetstyper*, som är förbunden med ovanstående. Personliga värderingar formar personlighetstypen. Individen är mer och mindre medvetna om sin personlighetstyp. Å ena sidan kan man både förstärka och förminska de drag man känner till vilket tyder på en medvetenhet, andra är helt okända för individen själv men kan upptäckas vid personlig utveckling. Personlighetstyper kan utvecklas helt olika oberoende av boende, utbildning och status.

Kopplingen mellan drivkrafter, beteende och personlighetstyper är relevanta för denna studie då vi inte alltid lever vi som vi lär. Människor med hög moralisk drivkraft är t.ex. inte alltid de som lever mest resurssnålt.

Det finns olika populärvetenskapliga sätt att kategorisera människors beteende, i olika färgkombinationer, liknelser till djur eller olika bokstäver. Detta används ofta i olika former av ledarskapsutbildningar, gruppdynamiska övningar etc. Gemensamt är vi i grunden är olika, att vi tar oss an arbetsuppgifter och information på olika sätt, att inget är bättre eller sämre än något annat utan att alla personlighetstyper behövs i en arbetsgrupp. Grovt generaliserat kan man säga att det finns fyra typer av *personligheter*:

- Den resultatnriktade som vill ha ett mål och en tidplan
- Den kommunikative som vill ha inspiration
- Den strukturerade som vill ha fakta, siffror
- Den relationsinriktade som vill ha motiveringar och veta varför

Genom att fokusera på både drivkrafter och personligheter kan materialet bättre spegla det komplexa i den mänskliga naturen och därtill förhålla oss till att vi inte alltid lever som vi lär.

Livsfas

Ett sätt att generalisera olika grupper är att dela in dem i olika livsfaser, vilken antas spela roll för individens beteende. Generation, livserfarenheter, uppväxtmiljö, ansvar för sig själv eller andra, inkomstnivå är skillnader som varierar med livsfas.

Att tillhöra olika generationer innebär att leva olika faser av sitt liv under olika samhällsförhållanden. Upplevelser under unga år är av särskild betydelse för hur man värderar

Skitlite 2020

handlingar och situationer senare i livet. Sedan tidigare vet man att unga har mer teoretisk kunskap om miljöfrågor än äldre. Dock har äldre ett mer miljömässigt beteende än unga. Denna skillnad förklarar Lindén med att de yngre har ett *översättningsproblem*, de vet inte vad de praktiskt ska göra med sin kunskap. Äldre som ofta växt upp under fattigare förhållande har från tidiga år fått lära sig att *resurshushålla*. De ser inte tillvaratagande som en miljöhandling, utan är en inlärd vana⁶.

Andra faktorer som påverkar beteendet

Lindéns tredje faktor är yrkes – och arbetskultur där hon vidare menar att miljön kan ses som viktig men det är viktigare att ha ett arbete och en försörjning. Denna kategori vill denna rapport nyansera eller modernisera då den sammanfaller med vad vi kallar för social grupp tillhörighet. Kategorin är idag flexibel och handlar inte nödvändigtvis om traditionella klassmarkörer som arbetare, tjänstemän eller överklass. Många kan idag välja att definiera sig med olika sociala markörer. Kategorin är även till viss mån socioekonomiskt betingad och har en relation till bostadsområden.

Bostadsområdet har varit av stor betydelse för studien då den beskriver vilken socioekonomisk status de boende tillhör samt vilka *sociala normer* som individen kan antas vara omgiven av. Boendeform och bostadsort spelar även roll för vilket sopsorteringsystem som hushållen har, dvs. de yttre förutsättningarna varierar.

Kvinnor är i regel mer oroliga för miljön än män, de tar större ansvar för källsortering hemma och är också de som i störst utsträckning planerar familjens inköp.

Lagar, regler och krav. Tankarna bygger på teorin om *klassisk betingning*. Om vi blir belönade för vårt beteende så ökar sannolikheten att detta beteende förstärks, blir vi bestraffade så ökar sannolikheten för att detta beteende minskar. Individen förutsätts agera så att *positiv konsekvens åstadkoms* och *negativ konsekvens minskas*.

Frågan är dock vidare om det går att förändra ett beteende inom det teoretiska ramverket som presenterats. För att undersöka detta väljer rapporten att i nästa avsnitt presentera Lindéns teorier om handlingstyper och styrmedel.

⁶ Lindén 2001

3.2. Att förändra ett beteende

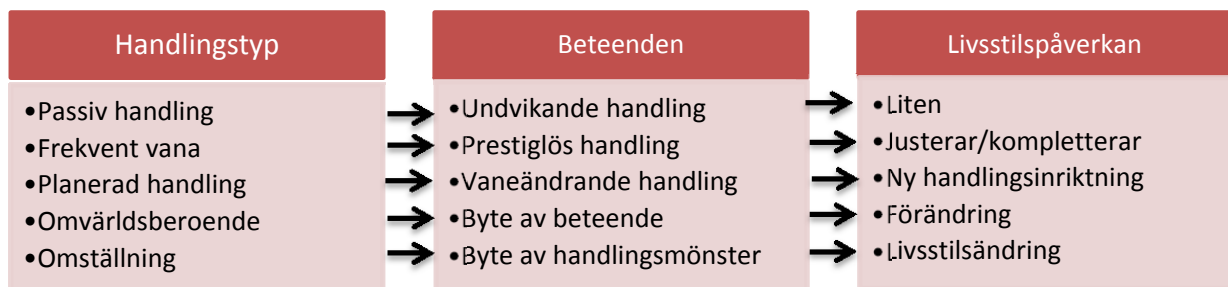
Det finns yttre begränsande faktorer och hinder, praktiska och mentala som gör att vi inte alltid lever som vi lär. Människor är duktiga på att finna argument som styrker vårt beteende och bekräftar våra val. Intressant att studera är vilka *uppföringar* individen är beredd att göra för att leva enligt sina värderingar?

Det är fullt möjligt att få en individ att ändra ett beteende före den ändrar attityd. Processer med att ändra vanor till miljöanpassade handlingar påskyndas om de kan komplettera eller justera beteenden som redan finns⁷.

3.2.1. Från ord till handling

Vägen från ord till handling är kantad av många slags övervägande på ett sätt som leder till skillnader mellan det man säger sig tycka och det man faktiskt gör. Lindén (2001) har identifierat tre faktorer som är betydelsefulla för människors handlingsbeteende:

- *kunskap som drivkraft* för handlingar
- *hur krävande och hur stora konsekvenser* får det ändrade beteendet för den enskilde i vardagssituationen
- den enskilda människans *förutsättningar och kulturella livsvärld*



Figur 2. Handlingstyper, beteende och livsstilspåverkan. Lindén (2009)

Attityder och värderingar är en förutsättning för att ändra ett beteende, men inte en garanti för att förändring kommer att ske. Förändring av beteende tar tid, en inre övertygelse som måste få fäste, vi måste vilja förändra oss. Faktorer som måste till för att vi ska förändra en vana, exempelvis källsortera (referens).

1. Tillgänglighet – det måste finnas återvinningscentraler tillgängligt, det bör finnas alternativ till hållbar konsumtion
2. Motivation – individen måste ha en vilja att göra rätt
3. Information – individen måste ha kunskap om hur ska göra
4. Personlig vinst – individen måste känna att den gör en personlig vinst/ får något tillbaka för att övervinna det motstånd som finns för att anamma en ny vana
5. Ny vana- nya rutiner

⁷ Lindén 2009

Skitlite 2020

Hur benägen individen är att förändra sitt beteende beror på *vilka konsekvenser det får för individens livsstil*. Vilken grad av personlig uppoffring individen upplever att förändringen innebär. Att promenera en kilometer till återvinningsstation kan för en del upplevas som alltför långt och jobbigt för att genomföra, medan andra kan uppleva det som endast lite besvär. Har man en stark inre övertygelse om att den personliga konsumtionen påverkar miljön negativt så är det mer troligt att personen är benägen att minska sin konsumtion jämfört med en person som anser att det inte spelar någon roll, eller att det är ”en droppe i havet” eller för en person där konsumtion är en viktig social markör.

Likaså antas upplevd uppoffring vara förknippat med de sociala normer och status som gäller i olika grupper/ livsstilar i samhället. Här kan arbete, utbildning, ålder, sociala kulturer och socioekonomisk status spela roll.

3.2.2. Styrmedel

Drivkrafter för att påskynda ett beteende i önskad riktning kallas ofta för *styrmedel*. Dessa kan vara information, ekonomiska styrmedel, lagar/normer/regler eller samhällsplanering. Potential till förändring varierar beroende på styrmedel bygger på frivillighet eller lagstiftning.



Figur 3. Samhälleliga styrmedel. Intentioner och ändringspotentialer. (Lindén 1996)

Den teoretiska ramen och Lindéns tankescheman kan ses som konkreta verktyg att föra oss vidare från analys till handlingsplan i analysarbetet och projektets slutskede. Detta är även den teoretiska kontexten som resultatet av intervjustudien nu vidare behandlas.

4. RESULTAT INTERVJUSTUDIEN

I kapitel 4 redovisas de svar som framkommit under intervjustudien. För att vara måna om deltagarnas anonymitet hänvisas citaten till informationen om den i den mån det behövs. Ålder, kön och kommun redogörs i regel (t.ex. Man 38 år, Båstad) men ibland står det mindre information (t.ex. Pensionär, Helsingborg.) Vid relevans för citatet uppges även boendeform (t.ex. Kvinna 29, hyresrätt, Landskrona).

4.1. Livsform

I studien har människor i olika områden, med olika utbildningsnivå och socioekonomiska status intervjuats om sin livsform; hur man lever i vardagen, om arbete, fritid, intressen, semestervanor, statusmarkörer och vad som är livskvalitet för dem. Svaren skiljer sig åt något, men har också många likheter.

Statusmarkörer är för många en jobbig fråga att besvara. Man vill inte se sig som materialistisk. Dessa personer har istället haft enklare att svara på vad livskvalitet är för dem. Vad kommer till livskvalité så har individer från alla socioekonomiska grupperingar svarat att *hälsa och välmående liksom bra relationer och umgås med familj och vänner* som de enskilt viktigaste aspekterna för hög livskvalité. Även upplevelser och att trivas med sitt arbete är viktigt för många, oavsett livsform.

Socioekonomisk status begränsar individens potentiella möjligheter till konsumtion. Förenklat kan man säga att individer med mycket pengar *har möjlighet att* konsumera mer än människor med lite pengar. Generellt så konsumerar även höginkomsttagare mer än låginkomsttagare. Därmed inte säkert att alla hög inkomst är storkonsumenter. Utbildning, arbete och socioekonomisk status är tätt förknippade. Man vet sedan tidigare att människor som bor i samma bostadsområden ofta är homogena grupper, människor bosätter sig i områden där grannarna har likvärdig socioekonomisk status. I dessa områden utvecklas *sociala normer*; hur du förväntas bete dig, vad du förväntas ha för bil, kläder, mobiltelefon och semestervanor etc.

Bland de livsformer vi har träffat finns:

Unga vuxna i singelhushåll. De unga vuxna vi träffat i singelhushåll har varit i 20-30 årsåldern. Några har varit välutbildade och har akademikeryrken, andra har haft mer traditionella arbetaryrken. Även om ett par av dem verkar ha fasta rutiner i vardagen så utmärker de sig gentemot övriga hushåll genom att leva mer spontant och oregelbundet. Till exempel så hade i princip samtliga unga singelhushåll väldigt lite mat i kylskåpen. På morgonen vet de inte om de kommer att äta middag hemma, hos kompis/ pojk-/flickvän eller ute på kvällen. Där finns mest dryck, ketchupflaskor, lite frukostmat hemma. Många har tills nyligen varit aktiva eller är aktiva inom någon idrott så som fotboll, ridning eller tränar på gym. För många i denna generation är det status att ha sett och upplevt saker, att ha bott och arbetat utomlands en period ses som ett sätt att skaffa sig livserfarenhet. Med resor menas i många fall att ta sig bortom de vanliga charterresorna, gärna av back-packning karaktär. *Statusmarkörer i denna grupp: idrott, resor, i viss mån teknik.*

Skitlite 2020

Småbarnsföräldrar i medel- och övre medelklass. De flesta i denna grupp har varit i 30-35 årsåldern, en eller båda föräldrarna är akademiker. Genom att skaffa barn har de relativt nyligen fått ställa om sina liv, från att prioritera sig själva till att rätta sig efter barnens behov. Denna grupp har det egentligen ganska bra socioekonomiskt, men om en av föräldrarna är föräldraledig eller arbetar deltid samtidigt som utgifterna som småbarn medför ökar, är ekonomin lite tuffare än tidigare. Stor del av konsumtionen går åt till barnen, blöjor, barnmat etc. Flera har kanske nyligen flyttat till hus, ibland innebär det renovering. Inredningsintresset är relativt stort i denna grupp. Egen inställning och ekonomi styr hur mycket resurser som läggs på renovering och nya möbler. Tidsbrist är den största gemensamma nämnaren bland denna grupp. Många har varit ganska medvetna om trender, ”Ungänget består mycket av surdegsbakande, korvstoppande barfotalöpare” (Kvinna 35 år, akademiker Landskrona). *Status i denna grupp (enligt respondenterna): resor, bra jobb, kunna unna sig det lilla extra i tillvaron* är återkommande svar.

Barnfamiljer med lägre socioekonomisk status. Några av barnfamiljerna med lägre socioekonomisk status har haft invandrarbakgrund och några har varit ensamstående föräldrar. Serviceyrken har varit vanliga, så som undersköterska, städare, en eller båda föräldrarna studerar eller någon i hushållet är sjukpensionär. Några av dem har haft levt med väldigt tuffa ekonomiska villkor, och konsumtionen har varit väldigt begränsad. Tid är även här en bristvara och särskilt hos ensamstående som måste hinna med allt hemma. Flera av dessa har inte egen bil, utan åker kollektivt för att handla och uträtta ärenden, eller får låna bil av vänner. Denna grupp vill gärna ha det som medelklassen och kunna ge sina barn detsamma som andra barn har i form av kläder och prylar. *Status i denna grupp: hus, bil, märkeskläder, ha ett jobb, fint hemma.* Semesterar spenderas hemma, eller hos släktingar, dagsutflykter till Danmark eller Tyskland.

Familjer med äldre barn, medelklass. Dessa bor i regel i radhus eller villaområden, och har barn mellan 9-18 år. Denna livsform kan summeras med *extra allt*. Bra boende och fint hemma är viktigt, liksom bilar, Iphone, och kläder. Framförallt är det viktigt att kunna resa utomlands varje år, gärna till Thailand två veckor på vintern och/ eller storstadssemester i Europa. Barnen ska aktiveras genom olika fritidsaktiviteter, främst inom idrott. Det är viktigt att visa att man har *en aktiv livsstil* samtidigt som de vill vara *duktiga på jobbet*. *Stor umgängeskrets* och flera parallella pågående *projekt* är ett ideal som ofta återkommer inom denna grupp. Samtidigt som denna grupp menar på att livskvalitet är att: *hälsa – att få vara frisk, tid att ta hand om sig själv och njuta av livet, resa.*

Par utan hemmavarande barn. Denna grupp består mestadels av par i 60-årsåldern, och betecknas ibland 55+. Barnen har flyttat hemifrån sen ett par år, kanske har de hunnit få barnbarn. De flesta har skaffat sig en ganska god ekonomi. De arbetar fortfarande, och har relativt goda inkomster, villan som inköptes på 70- eller 80-talet innebär numera en relativt låg boendekostnad, barnen klarar sig själva ekonomiskt. Denna grupp har i regel alla materiella behov uppfyllda, och är inte längre lika intresserad av prylar som de yngre. De har snarare överskott på saker då de även fått ta hand om sakerna från sina föräldrars hus. De flesta har genomfört någon form av renovering på huset efter det att barnen flyttade hemifrån. Denna grupp talar hellre om *livskvalitet* än status. Att ha ett arbete som innebär en stimulerande vardag är viktigt liksom att ha friheten

Skitlite 2020

(råd) att göra vad de vill. Även för denna grupp är resor och upplevelser mycket viktigt, men också de mindre storslagna sakerna framhålls som viktiga. Påta i trädgården, äta god mat, umgås med familj och vänner, kulturupplevelser, att aktivera sig är viktigt för denna grupp. För dem som har barnbarn är de en stor källa till glädje och upplevd livskvalitet. Samtliga påtalar att hälsan och att få vara frisk är det viktigaste för dem.

Pensionärer. Majoriteten av de intervjuade pensionärerna har varit i 70-75 årsåldern. De växte således upp under andra världskriget och efterkrigstiden, under en period då många i Sverige hade det ganska knapert ställt. De skaffade egen familj på 60-talet då gemene man började få det lite bättre ställt, men konsumtionsnivån var betydligt lägre än idag. Flertalet växte upp på landet, och de har fått lära sig att *resurshushålla* från tidig ålder. De ser det inte som ett miljöbeteende utan ett *sparbeteende*, även om flera uppger att de är miljömedvetna. De ekonomiska förutsättningarna för pensionärerna varierar kraftigt beroende på vilket yrke de haft tidigare och därmed vilken pension de har idag. Särskilt kvinnliga pensionärer som lever själva har mindre ekonomiska resurser än män som gjort karriär. De flesta uppger att de lever ett rätt så stillsamt liv, de tycker om att promenera, greja i trädgården, gå på loppis, lösa korsord. Hälsan är mycket viktig, flera uppger att motionerar regelbundet. Dock gillar även pensionärerna att *resa*, det kan vara både lokala utflykter med andra pensionärer men även solsemestrar och resor runt om i Europa. Ett äldre par uttrycker sig: *Vi har låga pensioner men vi har slutat spara till barnen, de klarar sig själva på sina löner, vi vill kunna unna oss.*

Skitlite 2020

4.2. Attityder och värderingar

Under attityder och värderingar har samtal förts kring hur hushållen förhåller sig till grundläggande värderingar, relation till naturen, attityder kring miljöfrågor, oro för olika miljöfrågor, upplevd kunskap kring miljöfrågor, vem som har ansvar för miljöfrågor samt reflektioner kring hushållens konsumtion och avfall.

4.2.1. Grundläggande värderingar

En klar majoritet av alla tillfrågade har nämnt *rättvisa* och *ärlighet* som grundläggande värderingar. Andra vanligt förekommande värdegrunder är människors lika värde, etik och moral, hänsyn, god levnadsstandard till alla, hälsa, sannhet mot sig själv, naturen, jämlikhet, värdighet, respekt, de tio budorden, grundtrygghet, rakhet, förståelse för andra, se individen, respektera och hjälpa äldre, omtänksamhet, kärleksfullhet, att respektera alla som de är, omtanke, ansvarstagande, att bemöta andra som man själv vill bli bemött, respekt för naturen och tolerans. Det gick inte att se någon direkt skillnad i grundläggande värderingar utifrån ålder, kön eller socioekonomisk status.

4.2.2. Relation till naturen

Man kan konstatera att för en klar majoritet så är naturen viktig eller mycket viktig. Det är främst skogen och havet som nämns som viktigt, men även trädgården och stadsparker. Alla intervjuade har någon slags relation till naturen, unga som gamla, även om en del uppger att de inte vistas så mycket ute i naturen.

*Naturen är viktig. Det är härligt att plocka svamp på hösten, se på lövsprickningen och fiska.
Att kunna cykla ned och bada.
(Man 65 år, Landskrona)*

*Naturen är mycket viktig. Jag vistades mycket i naturen som liten tillsammans med familjen.
Skulle egentligen vilja vara mer i naturen än vad jag är idag, fiska till exempel.
(Man 25 år, Helsingborg)*

*Ja naturen är viktig! Tycker om att cykla till och promenera i naturen med barnen.
Särskilt närområdena är viktiga, Fredriksdal har varit och är en oas för oss.
(Kvinna 32 år, Helsingborg)*

*Naturen är viktig, men jag är inte ute i skog och mark
(Kvinna 29 år, Bjuv)*

*Naturen är viktig på så vis att jag vill bevara den att den ska kunna leva vidare utan alltför stor mänsklig påverkan för vi behöver den. Vi behöver den då den ger upplevelser, den tar hand om all vår skit, (ekosystemtjänster). Sen vill jag att vi ska kunna hitta ett sätt att få in naturen i stan, för att berika våra liv och så att naturen kan hjälpa till på andra sätt
(Man 33år, Landskrona)*

Skitlite 2020

Naturen beskrivs vidare som frihet, den skapar arbetstillfällen och rekreation. För boenden i lägenhet och särskilt för dem med många barn är naturområden i närområdet extra viktigt. Flera av de äldre har en tradition av att plocka svamp, jaga och fiska. Att promenera och cykla längs med vattnet i Skåne är för många lika med hög livskvalitet. Flera av de unga vuxna uppger att de inte vistas så mycket i naturen, men har fina minnen av naturupplevelser från barndomen, och att tillståndet i naturen är bra, även om de inte vistas så mycket i skogen själva.

4.2.3. Attityder till miljöfrågor generellt

Kunskap, medvetenhet och oro kring miljöfrågor visade sig vara synnerligen lämpligt att förhålla sig till på ett kvalitativt sätt. Personerna fick först skatta hur mycket kunskap och medvetenhet de har om miljöfrågor respektive hur oroliga de var för miljöfrågor. När respondenterna därpå resonerade och diskuterade kring ett antal konkreta miljöfrågeställningar, så visade det sig den första skattningen (skala 1-10) många gånger inte var särskilt relevant! Det fanns dem som ansåg sig inte ha särskilt höga kunskaper om miljöfrågor som när man pratade vidare mycket väl kunde utveckla, problematisera och resonera kring klimatförändringar, färskvattenförsörjning och kemikalier i vardagen. Likaså fanns det dem som svarade att de hade hög kunskap och medvetenhet som vid vidare resonemang inte verkade ha funderat så värst mycket över konkreta miljöproblem.

Likaså är *oro* över miljöfrågor en fråga som inte gör sig mätbar på ett enkelt sätt, då det första svaret på hur oroliga människor är för miljöfrågor många gånger låter modifiera sig efter hand.

När jag hör eller ser något på TV blir jag orolig, men jag går inte omkring och tänker på det dagligen (Kvinna 62 år, Helsingborgs kommun).

*Vi är inte så oroliga, men vi bryr oss. Vi måste ha konsumtion för att Sverige ska fungera. Men vi tänker på alla förpackningar och onödiga grejer som blir sopor, och alla köpcentra som ploppar upp här och där.
(Pensionärspar 71 år, Perstorp)*

*Jag är ej orolig men jag inser att loppet är kört. Den onda spiralen med t ex permafrostens upptining och frigörandet av metan som resultat är redan igång
(Man 65 år, Landskrona kommun).*

Ett flertal personer som har barn menar på att det framförallt är för *framtida generationers* skull som miljöfrågan är viktig.

*Medveten om miljöfrågor och anser sig ha medelkunskap.
Bryr sig om naturen för nästa generations skull.
(Kvinna 29 år, Bjuv)*

*Jag är ganska orolig, tänker mest på barnbarnen.
(Kvinna 64 år, Klippan kommun)*

Skitlite 2020

Det finns även de som är mer konsekvent icke oroliga:

Klart vi ska bevara miljön, men samtidigt vad bryr jag mig om det, jag är död om sjuttio år. Vi kör på som vi alltid gjort och tänker inte på miljön. Aktivt gör jag inget för att vara miljövänlig som att ha gasbil eller handla ekologiska varor. Men däremot källsorterar vi, eller cyklar om det inte kostar mig något. Det är mer min ekonomi som styr hur miljövänlig jag är. Jag slösar inte med vatten i kranen, men det är för att det kostar, inte för att det sparar energi. Jag betalar inte extra för att vara miljövänlig.
(Man 34 år, Höganäs)

Även kommentarer som, ”Jag var mer orolig förr, t.ex. diskussion om ozonlagret men inget hände, ingen diskussion längre, var det inte farligt?”, förekommer här.

4.2.4. Vem har ansvaret för miljön?

På frågan om vem som har ansvar för miljön är svaren mycket olika. Från dem som anser att lagstiftarna har allt ansvar för att lagstifta bort miljöförstöring till dem som anser att individen måste ta fullt ansvar, och att det ska bygga på frivillighet. Dessa ytterligheter kommer från människor från samma socioekonomiska bakgrund och liknande bostadsförhållanden. Ett tredje förhållningssätt är att det inte spelar så stor roll vad jag som individ i Sverige gör så länge länder som Ryssland, Kina och USA fortsätter med sina utsläpp. Det går inte att differentiera dessa åsikter baserat på ålder, kön eller socioekonomisk status i intervjustudien.

Jag som individ har inget större ansvar än att följa de reglerverk som finns.
(Man 70+, Båstad)

Privatpersoner har det största ansvaret. Var och en måste göra sitt bästa, om till exempel staten inte kan tillgodose en individ med vad den behöver, så måste individen lösa det på egen hand.
(Par 55+, Båstad)

Jag har ansvar för att sortera rätt, förpackningsindustrin har ansvar för att utforma förpackningar. Jag är utlämnad till det utbud som finns i affären.
(Kvinna 61år, Helsingborg)

Förutom ovanstående syn på individens ansvar kan följande syn på ansvar utläsas bland respondenterna.

- *Kommunen har ansvar för tillgängligheten (angående sopsortering).*
- *Individen har ansvar konsumtionen.*
- *Det är U-ländernas ”fel”, de släpper ut! Även Ryssland och Kina.*
- *Alla har ett ansvar. Individen har stort ansvar.*
- *Ganska lika. Mycket individen. Skyller delvis ifrån sig, ”vi är så bra i Sverige”.*

Skitlite 2020

4.2.5. Attityder konsumtion

Kring konsumtion finns mycket att säga och alla som deltagit i undersökningen har sin egen relation till konsumtion.

De finns dem som vill kunna konsumera mera utan att behöva bry sig:

*Konsumtionen är den ekonomiska motorn.
(Man 34 år, Höganäs)*

*Har inte reflekterat över hushållens konsumtion, är inte heller någon motståndare till konsumtion.
(Man 70 år, Båstad)*

Det finns de som verkligen har reflekterat över konsumtionssamhället och vem som skapar de behoven. Samtidigt uppger de att det är svårt att ställa sig helt utanför konsumtionssamhället.

Man jämför sig med sin omgivning:

*Vi har mycket mer prylar än vad vi behöver. Konsumtionshetsen i samhället är bortkopplat från våra verkliga behov. Vi lever i ett konsumtionssamhälle och därför är det svårt att ställa sig utanför, hela samhället är uppbyggt kring konsumtion. Tänker mycket på att konsumera på ett medvetet sätt, om jag håller någonting i handen i affären så frågar jag alltid mig själv om det är någonting som jag verkligen behöver. Men vi känner också att vi är en del av samhället, vi kan inte ställa oss utanför konsumtionen.
(Kvinna 55+, Båstad)*

*Funderar över överkonsumtionen – vem skapar de behoven? Reflekterar över slit- och släng
(Kvinna 27 år, Landskrona)*

Har funderat över konsumtionssamhället och blivit mer medvetna under föräldraledigheten som inneburit mindre ekonomiska resurser. Vår umgängeskrets är ganska materiella vad gäller heminredning, kläder, inredning, webergrill, resor och teknikprylar. Vi har mindre prylar än umgängeskretsen. (Man 35 år Landskrona)

*Tycker inte att jag konsumerar så mycket i jämförelse med jämnåriga tjejer.
(Man 34 år, Landskrona)*

Det finns de som har väldigt begränsade resurser, men som vill ha det som alla andra:

*Tycker vi konsumerar mer än vad vi har råd med!
(Kvinna 29 år, Bjuv)*

En del vill också diskutera kvaliteten:

*Förr gjorde man saker för att de skulle hålla, det gör man inte idag.
(Man 34 år, Landskrona)*

*Tycker inte om att det är lika dyrt att renovera som att köpa nytt.
(Man 35 år, Landskrona)*

Skitlite 2020

Vissa ser kopplingen mellan konsumtion och avfall men på olika sätt:

Min generation har förstört, jag har dåligt samvete för det, vi har bara köpt och slängt och tagit för oss. Jag har reflekterat över vilket fruktansvärt överflöd vi lever i (har slutat köpa julklappar till oss vuxna), men har inte reflekterat över kopplingen mellan konsumtion och avfall. (Pensionärer 70 +, Klippan)

Tycker att varukonsumtionen har minskat och andelen upplevelser ökat, trots detta är det mycket avfall, det märks i soprummet. (Pensionärer 70 +, Åstorp)

Råder det brist på sopor i ett förbränningsverk så finns ingen motivation att minska avfallsmängden. (Man 70 år, Båstad)

4.2.6. Attityder avfall och källsortering

Attityder och drivkrafter varierar. Här kan det sägas skifta beroende på vilken upplåtelseform man bor i och vilket sorteringsystem som kommunen har. Generellt så är de som bor i villa och har flerfackskärl utanför dörren, mer positiva till källsortering än de som bor i flerfamiljshus. Flera respondenter uppger att det var lite svårt i början att börja sortera, men att det idag blivit en vana och att det är enkelt. Drivkraften till att sortera rätt kan ha med övertygelse om att det är bra för miljön att göra, men kan lika gärna vara baserad på en ekonomisk drivkraft – det blir billigare soptaxa om man sorterar, eller helt enkelt för att ”rätt ska vara rätt”.

En vanlig invändning till de som inte sorterar fullt ut är att de inte har plats hemma, eller att de inte har ett *system* för att sortera. Detta är en något mer vanlig attityd bland yngre än äldre. De yngre uppger också i högre grad att intresset är måttligt eller lågt för att källsortera i deras bekantskapskrets. Bland pensionärerna som bor litet är det ingen som angett att utrymmesbrist skulle vara ett skäl till att inte källsortera. Däremot finns bland både äldre och yngre en invändning mot att deras sortering bara är en droppe i havet. Att det som de gör inte spelar någon roll om inte alla andra gör samma sak. Det sociala trycket spelar uppenbarligen roll. Detta återkom även bland villaägarna. ”*Om vi slarvar med sorteringen så vet ju sopgubbarna att det är vi. Om man bor i flerfamiljshus är man mer anonym.*”

- Den laglydige och korrekte. Har källsorterat i ett par år och finner det numera lätt.
 - *Jag måste ju sortera! (Kvinna 60 år, Helsingborg)*
 - *Man blir lite manisk efter ett tag, går efter andra till soporna och kontrollerar att de gjort rätt. (Man 64 år, Helsingborg).*
 - *Numer känns det som en synd att kasta en metallburk i de vanliga soporna (Pensionär, Ängelholm).*
- Den ambivalente. Källsorterar i viss mån, men är samtidigt inte överdrivet motiverad. Mer förekommande i flerbostadshus med gemensamt rum för källsortering.

Skitlite 2020

- *Sorterar allt som går, känns naturligt numera men det känns ibland som **en droppe i havet då andra inte gör samma sak.** (Kvinna 77år, hyresrätt Helsingborg).*
- *Mentalt känns det som att det inte spelar någon roll egentligen. Det finns mycket större problem i världen. Men alla måste bidra med det den kan, så det jag gör är betydelsefullt, men **bara om alla andra också gör det.**(Man 25 år, hyresrätt, Helsingborg)*

Andra vanligt förekommande diskussioner som hör hemma här är ”Hoppas min sortering gör skillnad men det men det hänger på att alla gör det.” och ”Andra slänger fel – det är viktigt att alla gör rätt!”

- Den ekonomiskt drivna sortera framför allt på grund av att det syns på soptaxan, vilket är direkt kopplat till villaägare. Det ekonomiska incitament till att källsortera har inte framkommit bland dem som bor i flerbostadsområde.
 - *Jag fick rabatt på sopabonnetaget om jag valde att sortera mat, att få en konkret vinst på det sättet är avgörande. (Kvinna 35år, Landskrona)*
 - *Jag sorterar av ekonomiska skäl. (Man 34 år, Höganäs)*
- Den skeptiske. En viss skepsis finns emot att *allt ändå blandas i slutändan*. Dessa personer kan ändå tänka sig att sortera, men de vill veta att deras sortering för nytta.
 - *Tveksam till sortering efter studiebesök, misstänker att allt blandas, känner sig lite lurad. (Par i 70-årsåldern, hyresrätt Åstorp).*
 - *Viktigt att veta att man inte gör något i onödan - vill veta de bakomliggande processerna. (Par 45-årsåldern, villa Perstorp)*
- Den resignerade. Anser sig göra det den kan. Om man källsorterar allt man kan, vad finns då mer att göra? Anser att förpackningsindustrin bär stor del av ansvaret för upphov av avfall. Anser sig inte konsumera särskilt mycket, och är inte motiverad på att ändra sin livsstil.
 - *Allt levereras i förpackningar, när man köper en produkt så följer det med sopor. Förpackningarna måste minska... Jag vill inte ge avkall på min livsstil. Jag tror inte på målsättningen... (Man 35 år, radhus Landskrona, angående att halvera hushållens avfall.)*
- Den undvikande. Har kunskap om hur man sorterar, vet hur man gör, men orkar inte riktigt leva som man lär. Platsbrist och brist på system anges som hinder. Förutsättningarna är kanske inte de bästa alla gånger, men mellan raderna kan man finna antydning till att motivationen kanske inte är på topp.
 - *Det är svårt för mig att sortera uppe i lägenheten så att allt får plats. Vill inte ha sopor överallt i lägenheten. Det tar mycket plats om allt ska sorteras i olika kärl. Jag orkar inte heller tänka på att vara miljövänlig och duktig hela tiden. Det är inte det att jag inte vet hur man gör, jag sorterar hemma hos familjen jag jobbar*

Skitlite 2020

hos. Bekantskapskretsen bryr sig mindre än vad jag gör. Jag bryr mig, även om jag inte alltid gör som man borde själv. (Kvinna 25 år, hyresrätt, Helsingborg)

4.3. Miljöbeteende

Under miljöbeteende beskrivs vad hushållen agerar i praktiken, vilka miljöhandlingar man faktiskt utför med motivering till varför eller varför inte. Förutom källsortering – fraktioner och upplevelse – så diskuterades konsumtionsvanor av mat och kläder, samt resevanor.

*Vänner som har hus tänker mer på el och vatten. (...Än vi som bor i lägenhet),
(Den lilla barnfamiljen, Klippan)*

4.3.1. Matinköp

Som en del i studien så har det gjorts kylskåpsanalyser, då vi fotograferat innehållet i hushållens kylskåp. Även om uppgifterna från respondenterna är ganska likvärda liksom spridningen i antalet inköpta matkassar är relativt liten så ser innehåll i kylskåpen väldigt olika ut. Medan vissa kylskåp är överfulla så finns det andra som är relativt tomma bortsett från några ketchupflaskor och lite läsk/öl och någon liter mjölk. Det kan naturligtvis se olika ut beroende på om personen ifråga nyligen varit och storhandlat eller inte, men det kan också avspegla skillnader i beteende. Tre huvudsakliga kategorier kan urskönjas:

- De med nästan tomt kylskåp. Oftast yngre människor, äter ute mycket och har mest frukost hemma.
- Det överfulla kylskåpet. Personerna i detta hushåll uppger sig ofta vara resursmedvetna, storhandlar och fryser in.
- Det halvtomma/ halvfulla kylskåpet. Verkar handla veckovis utifrån vad man tänker sig äta upp.

Dessutom, i alla tre ovan nämnda typer återkommer fenomenet *dubbla varor*. Dubbla ketchupflaskor, dubbla dressingar, dubbla såser, dubbla smörpaket... etc.

Konsumtionsmönster

Pensionärer och 55-plussarna är mer benägna att storhandla än yngre. De som hade flest registrerade antal inköpta matkassar under en tvåveckorsperiod (8 matkassar/ person) var just pensionärer som uppgav att de storhandlade en till två gånger i månaden, och i övrigt levde ganska sparsamt. Likaså var de som handlade minst under samma period (1 kasse/person) pensionärer som uppgav att de storhandlade. Det ligger nära till hands att anta att de under denna period enbart kompletteringshandlade. Både median och medelvärde för antal inhandlade matkassar per person i hushållet under en tvåveckorsperiod var 3 matkassar.

De yngre deltagarna planerade inte sina matinköp i samma omfattning som de äldre, utan var mer spontana och åt ute mer ofta. De yngre hushållen sammanfaller i viss utsträckning även med singelhushållen (bortsett från ensamstående pensionärshushåll).

Skitlite 2020

*Planerar aldrig mat och lagar mycket lite mat hemma. Lagar bara mat om det är till flera personer. Bröd och mjölk står för de största inköpen. Äter bara mackor hemma.
(Man 25 år, Helsingborg).*

*Handlar bara på impuls, allt är impulsköp. Småhandlar ofta, nästan varje dag. Har nära till affären. Tänker inte mycket på kvalitet, varken mat eller kläder eller annat.
Jag köper det som faller mig in.
(Kvinna 25 år, hyreslägenhet, Helsingborg)*

Bland både yngre och äldre barnfamiljer så uppger de flesta deltagande hushållen att de oftast försöker planera och storhandla, och att det däremellan blir viss kompletteringshandling. Bland dem som har delad vårdnad om barn så uppger de att de är bättre på att planera sina matinköp de veckorna de har hand om barnen, men att de är mer oplanerade de veckorna de bor själva.

Det framkom också bland dem som planerade sina inköp, att de visserligen handlar vad de tänkt göra, men ibland även **mer**.

*Det är klart att man faller för erbjudanden ibland, tar två för en.
(Kvinna 35 år, Landskrona)*

Beträffande matinköp så är det många av hushållen som uppger att de går på *pris* vad gäller matinköp. Det går en skiljelinje i fråga om ekologisk mat där de med högre inkomster i större utsträckning är benägna att köpa miljömärkta varor. En av de intervjuade arbetar deltid i matvarubutik, och gör följande analys:

*”Jag kan se på kläder och status vilka som köper ekologiska varor, det är en statussymbol.
(Kvinna 18 år, Höganäs)*

Dock finns bland höginkomsterna även de som ifrågasätter att ekologisk märkning skulle vara bättre för miljön en konventionell mat. De kan vara beredda att betala extra för kvalitet, men de vill inte känna sig lurade att betala mer för något som de anser är ett sätt att tjäna pengar på.

Bjudkulturer

Det framkom i intervjun med deltagare av utländsk härkomst vid ett tillfälle att mat är status. En tolkning av detta skulle kunna vara att det i vissa grupper så finns en *bjudkultur*. Även om man inte har det så gott ställt ekonomiskt, så ska man bjuda på rikligt med mat då man har gäster. Vilket kan jämföras med kulturer där det är fint att lämna kvar mat på tallriken för att visa på att man är mätt och belåten.

Under en workshop (januari 2013) med projektgruppen för *Skitlite 2020* framkom också lokala skillnader i Sverige, där den skånska traditionen är att vara generös vid kalas. ”*Här är det ingen som frågar hur många köttbullar äter du!*” De yngre deltagarna bekräftade att det när den äldre generationen ska bjuda på kalas så ska det alltid bjudas på mer än vad man orkar äta; ”*Det är sju sorter kakor och bullar, och tårta på det.*”

Skitlite 2020

4.3.2. Matavfall

Man slänger inte mat... är en djupt rotad social norm bland en majoritet av deltagarna i intervjustudien. Ändå slängs det mycket mat! Visst finns det hushåll som är duktiga, men det har även registrerats att det slängs en del mat under den tvåveckorsperiod som hushållen dokumenterade själva. En felkälla ligger i att de som registrerat att de slänger mycket mat kanske i själva verket är de som är duktiga på att källsortera, medan de som registrerat mindre matavfall kanske slänger mer i den övriga soppåsen. En grov uppskattning baserat på deltagarnas självskattning är att det är ca 20 % av hushållen som idag lever upp till Sopsamarbete Skåne Nordvästs mål om att mängden matrester och brukbar mat ska vara max 50 kg/person och år. Ungefär lika många, 20 % uppger att de idag ligger **över** 2010 år genomsnitt om 100kg/ person och år. Självskattningens enkäterna är dock en ögonblicksbild, avfallsbolagen har detaljerad kunskap om hur mycket som slängs.

Beträffande matavfall så är de flesta i princip positiva till att sortera ut matavfall, men ett visst motstånd finns mot att det är ”lite äckligt” och luktar illa. Människor i villa är generellt mer positiva än de i flerfamiljshus.

Skitlite 2020

4.3.3. Klädinköp och klädavfall

I princip samtliga hushåll uppger att de lämnar gamla kläder till klädinsamlingar, men väldigt få köper/vill köpa kläder second hand. Att köpa kläder på second hand är den ”miljöhandling” som hushållen är minst attraherade av att göra. Uppoffringarna anses vara för stora. Den mest vanligt förekommande invändningen är att det är *ohygieniskt*, att det inte känns fräscht. Ett hushåll kommenterar att det känns ok att köpa second hand till barnen, typ overall, för de växer så fort, även om barn många gånger är mer ohygieniska än vuxna. ”*Känns inte fräscht.*” är en vanligt förekommande åsikt om second hand kläder.

En annan vanlig invändning är att det är tidskrävande att köpa second hand, att det kan vara svårt att hitta något som passar som man tycker är snyggt.

Liksom matkonsumtion så kan hushållen delas in i dem som 1) planerar sina klädinköp och 2) de som handlar spontant. Varje kvartal är det mest frekventa intervallet för klädshopping, till små barn oftare. Medelålders och äldre män är mer benägna att handla mer sällan, tänker på kvalitet och behåller kläderna längre. Kvinnor är mer benägna att handla spontant och mer ofta. För framförallt de yngre är pris och utseende det viktigaste när de köper kläder.

Beträffande pris på second hand så anser många att det är lika dyrt som att köpa nytt. En respondent uppger att det saknar ett mellansegment vad gäller second hand. Antingen är det billigt, ”sunkigt” och svårt att hitta, eller så är det jättemedvetet och dyrt.

4.3.4. Heminredning och andra prylar

Att vilja ha det fint hemma är gemensamt för de flesta hushåll även om en del lägger mer tid och resurser än andra på sina hem. Att handla möbler och inredning på loppis och second hand är en trend, men det kräver även att människor har det som *intresse* för att lägga tid på att leta inredning second hand. Websidor som Blocket och Tradera har även ökat människors vilja att köpa och sälja saker second hand. De som säljer saker på nätet tycker det är bekvämt att någon kommer och hämtar sakerna hemma hos dem, samtidigt som det finns de som tycker att det är besvärligt, och enklare att skänka bort. Attityder kring att köpa möbler second hand är mycket mer positiva än att köpa kläder på andrahandsmarknaden, och fler personer uppger att de handlar saker second hand än kläder.

Hushållen är på många sätt medvetna om situationen, att de lever i ett köp- och släng samhälle, och många anser att det ”*egentligen är helt sjukt*”, samtidigt som de konstaterar att det är så det fungerar idag. Produkter görs inte för att hålla länge, reservdelar finns inte alltid, det är billigare och enklare att köpa nytt. Hushållen agerar på så vis rationellt utifrån gällande samhällssystem och sociala normer. För 75-åringarna som inte är uppväxta med att kunna köpa en ny soffa på IKEA vart femte år, ter sig dagens slit- och släng mentalitet som konstig. Noterbart är att renoveringsprojekt hemma inte alltid uppfattas som avfallsgenererande, det är något separat som ligger utöver det normala grundbeteendet.

Skitlite 2020

Jag har kanske funderat över överstatusjakten. Nu ska alla ha iPADs. Känner många små barn som har iPADs och mobiltelefoner redan i första klass på grundskolan. Men nu (under intervjun) är första gången jag sitter och funderar på det. (om hushållens konsumtion)
(Kvinna 18 år, Höganäs)

Visst är det mycket köp och slängkultur idag. Mormors och farmors hus ser helt annorlunda ut. IKEA är ett typexempel på detta; man gör möbler som ska hålla max i fem år, och sedan ska man köpa en ny soffa. Hushållen konsumerar på detta sätt, de köper konceptet.
(Man 35 år, Landskrona)

Det kostar lika mycket att laga som att köpa nytt och mycket går inte att laga
(Kvinna 34 år, Landskrona)

Jag är den enda i min umgängeskrets som är intresserad av loppis och second hand, alla andra köper allting nytt.
(Kvinna 40 år, Ängelholm)

Att sälja saker på Blocket är krångligt, vi skänker bort det istället
(Kvinna 55+, Helsingborg)

Har man något projekt så åker man till tippen hela tiden.
(Par 60-årsåldern, Båstad)

*Inredningsprogram på TV sätter dille i huvudet på folk.
De slänger en duglig soffa för att det inte är trend.*
(Pensionärer 75-årsåldern, Ängelholm)

Skitlite 2020

4.3.5. Källsortering och upplevelse av att källsortera

Det huvudsakliga syftet med självskattningsenkäter, där hushållen registrerade alla inköp och uppskattade vikten på avfallet under en två veckorsperiod, var att hushållen skulle tänka till beträffande kopplingen mellan mängden inköp och mängden avfall. Det är en ögonblicksbild, baserad på bedömning av vikt, men kan ändå också säga något om hushållens sorteringsvanor och mängd hushållsavfall. Det mest slående är kanske att *hushållens självbild* inte bekräftas i och med självskattningsenkäten.

Under intervjun svarar de flesta hushåll att de sorterar i princip alla fraktioner som de kan, dvs. som de har ett system för att sortera. I självskattningsenkäten framgår det att det förvisso finns hushåll som har hög andel sorterat material, och låg andel restavfall, men att det även finns de med hög andel restavfall. Det verkar som att det finns potential till att minska mängden restavfall och öka det sorterade materialet hos flera av de undersökta hushållen. Man kan tänka sig att de sorterar det som de uppfattar som enkelt, men fortfarande slänger en del i restavfallet. Det ska också poängteras att det finns hushåll som har ytterst lite restavfall, dvs. sorteringsgraden är hög.

Det kan ligga nära till hands att anta att de som är oroliga eller mycket oroliga för miljöfrågor konsumerar mindre och slänger mer hushållsavfall än de som inte är särskilt oroliga för miljöfrågor. Det finns inget i denna, förvisso enkla, undersökning som visar på att det skulle finnas något sådant samband. De som är oroliga eller mycket oroliga förekommer både bland de som har mest och minst restavfall, liksom de som inte är särskilt oroliga.

Vi slänger inte mat – attityden få sig en törn – för det gör hushållen visst. Det är dock svårt att identifiera någon särskild grupp eller personlighetstyp som slänger mer mat än andra då man inte heller vet om det är *brukbar mat* som slängs eller om det är mest potatisskal i matpåsen. Bland dem som angett lite matavfall i separat påse, kan ha slängt matrester i restavfallet.

En vedertagning sanning i dessa sammanhang är att de som har det gott ställt ekonomiskt konsumerar mer än de som har det svårt ekonomiskt. Den som hade registrerat absolut minst avfall av hushållen, var också en som verkade leva på knappa ekonomiska resurser, och som dessutom var orolig för miljöfrågor. Det hushåll som registrerade mest avfall under perioden, verkade å andra sidan vara en typisk medelklassfamilj. Utifrån den begränsade tid som registreringen har pågått, så har ingen direkt koppling mellan hög socioekonomisk status och mycket hushållsavfall kunnat göras. De som ligger högt i topp i inköp av antal matkassar är framför allt småbarnsfamiljer, och människor som uppger att de lagar mycket mat själva.

Nedan följer en beskrivning hur människor i olika livsfas beskriver sin upplevelse av att källsortera.

Unga vuxna

Unga vuxna definieras här som 18-30- åringar. Några bor fortfarande bor hemma men de flesta har flyttat till eget boende. De unga vuxna som intervjuats bor huvudsakligen i lägenhet, och oftast i mindre lägenheter än barnfamiljer. De befinner sig i en fas i livet när de ska skapa sitt egna, vuxna liv, med egna rutiner. Kanske har de flyttat ihop med någon för första gången och

Skitlite 2020

ska komma fram till gemensamma rutiner. En 18-åring som flyttade hemifrån som 16-åring säger att han ”*har fått kämpa för att hitta formen för att bo själv, mycket med mat, disk och städning*”. Han anser att naturen är viktig men erkänner sig för lat för att bry sig om miljöfrågor nu, att *detta är en period i livet* när man kan unna sig att inte behöva bekymra sig om miljöfrågor. Det sociala trycket är viktigt, vad kompisar tycker och tänker. Vidare tror han att han kommer att förändra sitt miljöbeteende den dagen han skaffar egen familj. Detta kan jämföras med jämnåriga tjejer som fortfarande bor hemma, och som tycker det är enkelt och självklart att sortera.

De unga vuxna som bor i lägenhet får inte samma återkoppling via soptaxan som hushåll i villa. De är beroende av vilket fraktioner som fastighetsägaren har på platsen. De har i lägre utsträckning än familjer, tillgång till bil och kan därför inte transportera sig lika enkelt till en plats där insamling finns.

*Det är bra och viktigt att källsortera, det är inte alls jobbigt. Ibland kan det bli mycket skräp i köket, men det är en vana. Det skulle kännas konstigt att inte sopsortera.
(Kvinna, 18 år, bor hos förälder i villa Höganäs)*

*Uppfattar det inte som en viktig åtgärd. Jobbigt och krävande.
Tänker: Är det så viktigt om en grej hamnar i fel tunna?
(Man 18 år, singelhushåll, Ängelholm)*

*Upplever det som jobbigt att källsortera. Blev tvingad till det när bodde hemma. Kartonger sköljs ur och ligger i ett eget kärl, men sen åker de ner i samma påse ändå.
Tycker det känns jobbigt att behöva gå ned till soprummet.
(Man 18 år, singelhushåll Ängelholm)*

Barnfamiljer

Livssituationen med småbarn och tidsbrist beskrivs som ett hinder för att minska mängden sopor för småbarnsfamiljer. De med små barn uppger att deras mängd avfall drastiskt ökar sedan de fick barn. De som bor i villa upplever det som smidigt att källsortera, de flesta har numera hunnit göra det till en vana. I regel är hushållen välinformerade om hur de ska källsortera.

Småbarnsföräldrarna är irriterade över saker som försvårar enkel källsortering. *Att blanda plast och papper borde förbjudas.* Att källsortera måste vara enkelt och tillgängligt för att det ska fungera praktiskt.

*Jag sorterar mer idag än tidigare, dels på grund av att det blivit enklare men också på grund av att jag blivit äldre – jag bestämde mig för att ta ansvar!
(Kvinna 40 år, Ängelholm)*

*Det är besvärligt att sortera för vi har inget bra system, men det är vårt eget fel. Öser in grejerna i tvättstugan och försöker sortera på plats. Jag skulle sortera i högre omfattning om jag var tvungen. Om det var mer praktiskt och lättillgängligt.
(Kvinna 35 år, villa, Landskrona)*

Skitlite 2020

*LSR har jättedåligt system där man måste köra iväg med grejerna själv istället för att ha fraktionerna hemma. Här minskar de antalet återvinningsstationer som finns ute i byarna utan att se till att det är enkelt hemma.
(Man 35 år, villa, Landskrona)*

Andra vanligt förekommande resonemang löd:

Det handlar om småsaker, vissa förpackningar kan vara svåra att veta hur man ska göra med, hur mycket ska de rengöras. Om det är kladdigt slänger jag det i restavfallen.

Det tog lite tid att komma igång med sopsorteringen, men nu går det av bara farten

Fräschare soprum skulle få mig att sortera bättre. Trist när inte alla gör likadant.

Föräldrar i barnfamiljer uppger alltså att de sorterar relativt väl, de är medvetna om att blöjor och barnmat genererar mycket avfall. Men de uppger samtidigt att de börjar bli vuxna, det är dags att ta ansvar. Inte minst för barnens skull, där ingår det bland annat att källsortera. Samtidigt är detta en grupp som antas konsumera mycket i kombination med familjebildning som ställer andra krav på boende, möbler, leksaker, bil. Många har kanske nyligen, eller kommer att flytta från lägenhet till villa, där man kan tänka sig att renovering görs, av behov eller för att det är trendigt.

De som bor i villa upplever i högre utsträckning att det är enkelt att sortera, medan de som bor i lägenhet ser det som en större uppoffring. I Landskrona är personer i villa inte lika nöjda med systemet som i t.ex. Helsingborg. Flerfackskärl utanför dörren önskas.

Par utan hemmavarande barn

Par utan hemmavarande barn har i regel mer tid än småbarnsföräldrar. De har många gånger även hunnit bygga upp en mer stabil ekonomi. Ett flertal av de intervjuade i denna kategori bor kvar i villan de köpte för trettio år sedan. De har gemensamma rutiner i vardagen. De har ett system för källsortering och har källsorterat mer och mer successivt de senaste tio åren.

*Alla förpackningar känns som ett hinder för att minska avfallet.
Det handlar som slit- och slängmentalitet, tror att det attraherar en viss ålder.
(Kvinna 55+, Ångelholm)*

Det är en vanesak. Nu är det enkelt, i början var vissa saker svåra att veta hur de skulle sorteras.

*Numera står det tydligare på. Men kombinerade material i förpackningar är småsvårt, så som läkemedelsförpackningar som är gjorda i plast med metallhinna bakom, ska de gå som plast eller som metall? Önskar att avfallsbolagen även skulle hämta batterier och farligt avfall (kemikalier) tillsammans med den ordinarie sophämtningen. Idag kan ringa och så hämtar det vid speciellt tillfälle. Men känns inte bra att ställa ut farligt avfall på gatan för hämtning om man inte är hemma när det finns barn som leker ute på gatan.
(Par 65 +, Båstad)*

Skitlite 2020

Papperstidningar är på väg ut vilket är ett krav för att uppnå mål. I framtiden kommer vi att läsa tidningen digitalt. Inför samma system överallt, där allt tillvaratas och återanvänds/ återvinns.
(Par 60+, Helsingborg)

Att skölja ur förpackningar är jobbigt. Tror det är ren lathet som gör att folk inte sorterar.
(Kvinna 61 år, Helsingborg)

Pensionärer

Pensionärer upplever det i regel som enkelt att källsortera. De beklagar sig varken om tid eller plats för att skölja ur förpackningar, eller att promenera till återvinningscentral. Däremot förfasas de över andra, särskilt yngre människors, slit- och slängvanor. De tycker att reklam utgör en stor del av soporna, men vill samtidigt inte avsäga sig reklamen eftersom de då kan gå miste om något bra erbjudande. Förpackningar i allmänhet anses vara det största hindret för att minska mängden avfall. Dessa uppger att de bara handlar efter behov. Lampor och batterier upplevs aningen besvärligt, man vet inte riktigt var de ska lämnas. De anstränger sig gärna lite extra för att källsortera, samtidigt som det i takt med ökad ålder och ökade krämpor blir allt mer begränsade.

*Vi fick mer information om källsortering när vi bodde i villa (än nu när bor i lägenhet).
Problemet ligger i producenternas förpackningar*
(Pensionärer, lägenhet Åstorp)

Fler kärll och färre förpackningar! Om förpackningar och reklam skulle försvinna så skulle sopmängden lätt halveras. Det är för mycket emballage idag.
(Pensionärer, villa Perstorp)

*Vi överkonsumerar inte, vi köper det vi behöver. Man borde protestera och ge tillbaka förpackningarna till respektive affär. Tror att ungdomar har en period i livet när de är slarviga.
Ett annat hinder är dagens slit- och slänggeneration.*
(Kvinna 75 år, Ängelholm)

Vill ha lamp- och batteriholk närmare. Det måste vara bekvämt att sortera och lättillgängligt.
(Pensionärer i Svalöv)

Om jag skulle halvera skulle jag behöva välja bort varor som har mycket förpackningar, handla storpack, sluta med tidning och välja e-faktura.
(Pensionärer, villa, Klippan)

*I början var det knepigt att sortera, nu är det enkelt
Alla kan inte svenska, mer information på olika språk!*
(Sjukpensionär i Helsingborg)

Skitlite 2020

4.4. Beteendeförändring

Hinder och begränsningar för källsortering. Vad skulle kunna få respondenterna att sortera i högre utsträckning? Vad skulle motivera dig och motivera andra?

Tidsbrist

Vad gäller tidsbrist så har det som nämnts mestadels handlat om tid för att skölja ur förpackningar, sortera dem och för att gå till återvinningscentralen. Men mellan raderna har man även kunnat utläsa att tidsbrist och stress även leder till att hushållen har mer bråttom när de handlar, och därför inte alltid gör de mest väl genomtänkta köpen. Man handlar mat för ”säkerhets skull” etc.

Opraktiskt

Plastbrist under diskhon är en av de vanligaste invändningarna mot källsortering. Både bland dem som bor trångt och de som bor större. ”*Vill inte ha skräp i hela lägenheten.*” För dem som bor i villa och har flerfackskärl i soptunnan utanför dörren upplevs inte detta som ett stort problem, men för dem som bor i flerbostadshus och kanske måste ta bilen för att slänga tidningar, kartong, metall etc. är detta ett större bekymmer.

Bekvämlighet

Det upplevs av en del som mödosamt att skölja ur förpackningarna. Rengöringen är ett moment som upplevs som jobbigt.

*Jag tror att människor överlag är för bekväma för att uppnå målsättningen inom projektet
(Kvinna 28 år, Landskrona)*

För den som tycker att det är lite besvärligt att källsortera och inte riktigt orkar och som dessutom har hört att det kan förekomma att *allt slängs ändå i samma* – rättfärdigar gärna beteende att inte sortera med denna motivering.

Icke prioriterat

Det finns flera anledningar till att källsortering och miljöfrågor inte är prioriterat. Ett par hushåll har uttryckligen sagt att de ”*vet hur man gör, men orkar inte*”. Eller att ”*de har tagit moralisk semester*”. Hushållen har således kunskap, bryr sig i viss mån, men det finns andra saker som upplevs som viktigare och som har högre prioritet. Har man det redan väldigt tufft ekonomiskt, så tänker man kanske framför allt inte på att minska på sin konsumtion för miljöns skull utan snarare hur man ska ha råd att köpa mat och kläder. Småbarnsföräldrar som är stressade över att hinna med hämtning och lämning på dagis, och få i barnen mat innan de blir för griniga – prioriterar kanske inte först och främst att diska ur yoghurtförpackningen.

Ohygieniskt

Gemensamma soprum i flerbostadshus upplevs många gånger som överfulla och ofräscha, vilket minskar motivationen att sortera. Flertalet tror att anonymiteten i flerbostadshuset kan vara en anledning till att människor inte tar samma ansvar i gemensamma soprum som i enskilda villahushåll.

Skitlite 2020

Okunskap

Flertal hushåll har poängterat språkförutsättningar som ett hinder för en del hushåll att inte sortera eller för felsortering. De menar på att märkning och information kan vara svårt om man inte har svenska som modersmål. Det kan även gälla lagar angående insamling av t.ex. batterier vilket inte alls är självklart. Information tåls att upprepas.

Omställning till att sortera mera

Trots att flertal hinder för källsortering nämns ovan så ska man komma ihåg att majoriteten av hushållen faktiskt *har* ändrat sitt beteende de senaste tio åren genom att *börja* källsortera. Det handlar om att få människor att göra till *rutin och vana* att källsortera. Grunden för att den stora massan har börjar sortera uppges vara att *de har ett system, att det är enkelt, lättillgängligt* och att de får någon form av *ekonomiskt incitament* (lägre soptaxa). *Det var svårt i början – nu går det av sig självt*, är en vanlig kommentar. För unga vuxna som nyligen flyttat hemifrån handlar det framförallt om att skapa en *rutin* att sortera, bland alla andra rutiner som den unga vuxna själv skapar sig.

Motivationsfaktorer

Hushållen gör också paralleller till andra beteendeförändringar de gjort tidigare i livet, som att slutat röka eller snusa eller leva ett mer hälsosamt liv. Tävlingar motiverar en del. Påfallande många säger att det är trist när inte alla gör samma sak! Motivationen att anstränga sig när inte alla andra gör samma sak minskar, om deras uppoffring endast blir en droppe i havet. Detta tros vara extra påtagligt i flerfamiljshus där man kan se när andra inte sköter sig.

Ekonomi är en tydlig drivkraft för många. ”*En fet bonus skulle få oss att sortera mer!*” De som bor i villa får ett tydligt ekonomiskt incitament att sortera med lägre taxa vid färre tömningar, om organiskt material separeras etc. De som bor i flerfamiljshus får inte samma återkoppling eller ekonomiska morot/ piska. Många har nämnt risk för illegal dumpning om viktbaserad taxa införs helt. Samtidigt finns det de som menar på att de har det för gott ställt ekonomiskt för att påverkas ekonomiska incitament, att 500 kronor i månaden inte spelar någon roll för den som har det gott ställt, och att lagstiftning är det som skulle få dem att källsortera mera.

*Fräschare soprum samt att alla boende i området blir mer involverade skulle göra oss mer motiverade att sortera bättre.
(Par i 30-årsåldern, radhus, Helsingborg)*

*Att blanda plast och papper borde förbjudas.
En fet bonus skulle få oss att sortera mer!
Måste börja visa de icke frälsta att det går att tjäna pengar på miljötänk
(Par i 30-årsåldern, Helsingborg)*

Skitlite 2020

*Hyran skulle variera beroende på hur mycket man slänger, typ som vattenmätare
(Kvinna 29 år, Bjuv)*

*Det är lättare om man har ett socialt tryck på sig utifrån
(Man 35 år, om att sluta snusa, slog vad med vännerna)*

Ytterligare en inställning är den som inte ser någon anledning till att förändra sitt beteende eftersom ansvaret ligger utanför dem själva.

*Jag känner mig inte delaktig. Jag tycker istället att samhället ska gå på producenterna av förpackningar. Vi privatpersoner har svårt att åstadkomma en större förändring, det måste ske på annan nivå inom lagstiftning och genom politiska beslut. Råder det brist på sopor i ett förbränningsverk så finns det ingen motivation att minska avfallsmängden.
(Man 70+, Båstad)*

5. ANALYS

Att finna samband mellan attityder och beteende kring hushållsavfall och konsumtion baserat på ålder, kön, bostadsform och socioekonomisk status visade sig vara svårt, trots Lindéns teori kring socioekonomi, ålder, kön och yrkes- och arbetskultur. Två personer med ungefär samma socioekonomiska status kunde ha vitt skilda uppfattningar om t.ex. individens respektive statens ansvar i miljöfrågor.

Analysen i detta avsnitt grundar sig på den teorimodell som presenteras i kapitel 3 som baseras på att individen genom arv och miljö har tillförskaffat sig vissa grundläggande personlighetsdrag och drivkrafter/ attityder. Vårt beteende är dock inte alltid helt rationellt eller en direkt funktion av dessa personlighetsdrag och attityder, utan vi påverkas även av *yttre faktorer* så som sociala normer, lagar, regler och formella krav. Dessutom har vi olika *behov och förutsättningar* i olika faser av livet. I de teorier som finns kring personlighetstyper brukar man även ta hänsyn till att människor har ett *grundbeteende* men att detta grundbeteende kan förändras, t.ex. i samband med stress. Vi utvecklar ett särskilt *stressbeteende* som skiljer sig från vårt grundbeteende.

För att kunna påverka människor att förändra sitt beteende krävs att hänsyn tas till dessa olika faktorer. Det finns inte en lösning som passar alla, utan insatser måste göras på olika nivåer och på olika sätt för att tilltala olika grupper. Dessa grupper kan baseras både på drivkrafter/ personlighetstyp och på livsfas.

En viss oro har kunnat anas under intervjuerna – ”*Om jag ska halvera mitt avfall måste jag ge avkall på min livsstil*”. Ett flertal respondenter har uppgett att de anser målet att halvera som ouppnåeligt. Det är i detta sammanhang relevant att reflektera över att de mängder hushållsavfall som målet avser är i paritet med hur mängden hushållsavfall var på 1990. De handlar alltså inte om att människor inte ska få köpa mat, eller få unna sig något extra någon gång. Det handlar om att minska *slöseriet*, det vi köper som vi inte använder eller behöver, samt mat vi slänger utan att ha öppnat etc. Vad gäller grovsopor; soffan, skorna, mobiltelefonen, så handlar det om att hitta *alternativ för konsumenten*, vilket delvis är ett systemansvar men där individen som konsument kan driva på en efterfrågan.

Alla respondenter i undersökningen har någon form av relation till naturen. *Ingen har uppgett att naturen inte är viktig för dem!* Även de som bekänner sig till stadsmänniskor, som säger sig inte vistas så mycket i naturen menar på att naturen ändå har ett värde för dem. Men långt ifrån alla vet hur man ska översätta den värdegrunden och sin kunskap om miljöfrågor i praktiken.

5.1. Skillnader mellan attityder och beteende

I ett utdrag från intervjun nedan ges ett exempel på en person som har kunskap, förstår sambanden och är medveten om skillnaden mellan sina egna ord och handling. De *sociala normerna* i bekantskapskretsen kretsar inte direkt kring miljöfrågor. Respondenten tror att det är få av hans vänner som källsorterar. Han påverkas av *motstridiga budskap!* ”*Konsumtion är bra för tillväxten*” respektive ”*vi kan inte leva som vi gör idag om det ska bli något kvar till framtida generationer*”. Han tycker egentligen att miljöfrågor är viktiga och han förstår sambanden mellan

Skitlite 2020

människors livsstil och miljöfrågor. Dock är han inte särskilt orolig för att hans liv ska påverkas negativt pga. miljöfrågor. Motivationen att förändra sitt eget beteende är låg ”Även om Sveriges miljöutsläpp blir noll så skulle det inte märkas på grund av oerhörda utsläpp från Ryssland och USA”. Resultatet av en beteendeförändring upplevs som försumbar, därför saknas motivation för att göra den uppoffring som en beteendeförändring innebär.

Hur viktiga är miljöfrågor på en skala 1-10?

Åtta

Hur mycket kunskap/ medvetenhet har du om miljöfrågor skala 1-10?

Två. Det finns ett stort glapp mellan tanke och handling. Tycker miljön är viktig men gör ingenting åt det.

Hur orolig är du över miljöproblem i allmänhet?

Inte särskilt orolig. Sverige sköter sig bra. Men det lokala påverkar det globala. Vi konsumerar prylar som tillverkas i länder med slappare lagstiftning. Så indirekt bidrar vi här till en globalt försämrad miljö. Ju bättre vi (människor överallt) har det desto sämre för miljön. Vi konsumerar mycket i Sverige. Folk är som galna i Väla, fullt med folk varje helg. Men egentligen är konsumtion någonting positivt eftersom att det är det som ger oss tillväxt. Globalt är miljöproblemen oändliga, även om Sveriges befolkning skulle försvinna och miljöpåverkan bli noll, så skulle det knappast märkas. Ryssland och USA har oerhörda utsläpp och u-länder har inga regleringar. Miljöfrågor är viktiga för framtiden. Vi kan inte leva som vi gör idag om vi ska ha någonting kvar till framtida generationer.

Alla vet att vi måste tänka på miljöfrågor men bara några få i min bekantskapskrets gör någonting åt det, det vill säga att de sopsorterar.

(Man 25 år, Helsingborg)

Det finns fler exempel på att hushållen inte alltid lever som de lär, eller att de har motstridiga förhållningssätt. En 35-årig man var mycket noga med att poängtera att han *absolut inte* var intresserad av miljöfrågor, för att i nästa stund tala varmt om närproducerad och ekologisk mat. Den färdiga matkassen han fick hemlevererad upplevdes som mycket praktisk och bekväm. Han var noga med att frysa in de överblivna portionerna så att där alltid finns matlådor. Detta beteende indikerar att han antagligen slänger en mycket liten mängd brukbar mat.

En 35-årig kvinna uppgav å andra sidan att hennes teoretiska kunskap om miljöfrågor är hög men att hon tagit ”moralisk semester från miljöansvar”. Hon menar på att hon bryr sig om miljön

Skitlite 2020

men att hon pga. familjesituationen med tre småbarn och krävande arbete, helt enkelt inte orkar med att även agera miljömedvetet i vardagen.

Exemplen ovan visar även på att attityder och beteende inte alltid är samma sak. En miljövänlig attityd leder inte per automatik till ett miljövänligt beteende, liksom en miljövänlig handling inte behöver vara initierad av en miljövänlig övertygelse. *När det som är praktiskt och rationellt för individen sammanfaller med den inre övertygelsen är chansen störst att ett visst beteende uppnås.*

Omställning till en mer hållbar livsstil kan påskyndas genom att människor får justera och komplettera sin livsstil, snarare än att göra stora livsstilsförändringar.⁸ Justering i livsstil innebär en lägre uppoffring och mindre prestigeförlust än en livsstilsförändring. Att förändra attityder tar längre tid än att justera eller komplettera rutiner.

5.2. Drivkrafter

Människor med olika drivkrafter förväntas agera olika på olika typer av information och styrmedel. Nedan diskuteras vilka incitament som kan motivera och styra människor med en viss drivkraft i en viss riktning.

Etisk/ moralisk

Den etiske/ moraliske har en stark etisk/ moralisk övertygelse alternativt omtanke för andra. De med denna drivkraft kan även gå under benämningen *de redan övertygade*, då de i regel är engagerade i miljöfrågor samt är relativt kunniga i ämnet. De är många gånger noggranna med att källsortera men kan konsumera lika mycket eller mer än människor med andra drivkrafter. Denna grupp får ändå anses vara relativt tacksam att försöka övertyga att uppnå målen i *Skitlite 2020*.

Den etiska/ moraliska antas i grunden vara positiv till en mer hållbar livsstil. De är generellt mer oroliga för miljöfrågor än icke oroliga. Om de har de råd så köper de ekologiska eller miljömärkta varor, då det är ett lätt sätt för dem att göra rätt. Liksom andra grupper påverkas även de av *sociala normer* som råder inom sin umgängeskrets. En etisk/ moralisk person som umgås med storkonsumenter och statusjägare köper antagligen samma prylar som vännerna, men med en aning dåligt samvete. De vet att vi i framtiden inte kommer att kunna fortsätta leva på samma sätt som vi gör idag, men följer i övrigt de konventioner som finns i samhället.

Bland de med etisk/ moralisk drivkraft finns även människor som tillämpar sina värderingar i sina konsumtionsmönster. *”Tänker mycket på att konsumera på ett medvetet sätt. Om jag håller någonting i handen i affären så frågar jag alltid mig själv om det är någonting som jag verkligen behöver. Men vi känner också att vi är en del av samhället, vi kan inte ställa oss utanför konsumtionen. Kvalitet är viktigt”* (Par, 60-årsåldern, Båstad kommun).

Endast en marginell del av hushållen uppger att de emellanåt handlar kläder på second hand för miljöns skull. Det som anses vara mest extremt bland småbarnsfamiljerna är att använda

⁸ Lindén

Skitlite 2020

tygblöjor. Men för en majoritet är det inte ett alternativ trots en i övrigt stark ideologisk övertygelse.

Graden av uppoffringar som den med etiska/ moralisk drivkraft är beredd att göra är beroende av tillgänglighet, vilka alternativ som finns tillgängliga och hur socialt accepterade de är. Den etiske/ moraliske förväntas vara en laglydig person som antas anpassa sig till de lagar och krav som ställs på individen.

Den etiska/ moraliske med sämre ekonomi lever idag redan på ett relativt miljövänligt. Den person i studien som hade lägst registrerade mängd hushållsavfall hade en tydlig etisk/ moralisk drivkraft. Personen var mycket orolig för miljön och hade det dessutom mycket knapert ekonomiskt. Personens konsumtion skulle antagligen öka om den får det bättre ekonomiskt, men kanske inte i samma utsträckning som om personen inte hade brytt sig om miljön.

Den kunskapsorienterade

Den kunskapsorienterade personen stödjer beslut grundade på fakta. De är många gånger kritiska och rationella. ”*Man kan aldrig få för mycket information*”, är ett motto.

För den kunskapsorienterade är det viktigt att inte känna sig lurad. Bland denna grupp finner vi en del skeptiker. ”*Har hört att allt ändå hamnar i samma soptunna*” och ”*vill inte göra något i onödan*” är citat som framkommit under intervjuerna. De anstränger sig gärna, men bara om de vet att det ger ett resultat. Att motivera denna person med känslorargument som ”*bra för framtida generationer*” fungerar inte. Ett flertal av dem är mycket skeptiska till ekologisk mat som de anser är ett sätt för producenten att ta mer betalt snarare än att det är bättre för miljön. Personer med kunskap som drivkraft har behov av att *förstå hela processen*. Han eller hon vill vara övertygade om att källsortering verkligen är ett bättre alternativ än sopförbränning. Från vaggan till graven, *eller cradle to cradle*, som man numera pratar om kan vara ett bra sätt att motivera den kunskapsorienterade.

Personer med denna drivkraft är högst mottagliga för statistiska argument. För denna grupp är det viktigt att prata *viktbaserade mål* med tydliga referenser till vad hushållet förbrukar idag jämfört med för 30 år sedan, snarare än ”halvera avfallet”.

Den praktiska/ resursmedvetne

Den praktiskt/ resursmedvetne förordar funktionalitet och hushållning, som praktisk nytta och effektiv resursanvändning. Detta beteende korrelerar väldigt väl med hur det är att leva miljövänligt, men syftet behöver inte vara att värna om miljön. I denna grupp återfinns framförallt många äldre men även yngre. Gemensamt är att de kommer från hemmiljöer där de tidigt har fått lära sig att hushålla med resurser. De kan vara uppväxta på lantbruk eller i stan med ekonomiska begränsningar.

Denna grupp släcker lamporna efter sig för att spara på energin och duschar istället för att bada för att spara på varmvattnet. För de praktiskt drivna är det djupt rotat att *man slänger inte mat!* Kvalitet och pris är avgörande vid konsumtion. Den resursmedvetne kan mycket väl investera i

Skitlite 2020

ett dyrare alternativ om t.ex. sakerna håller längre eller förbrukar mindre energi. Denna grupp planerar alla sina inköp noggrant. Man behåller gärna saker länge och lagar det som gått sönder. Särskilt den äldre generationen med denna drivkraft förfasas över dagens slit- och slängmentalitet. Den resursmedvetne är en tacksam målgrupp i arbetet med att uppnå målen i *Skitlite 2020*. Bland dem som redan uppfyller målen antas en del tillhöra denna grupp. Den resursmedvetne frågar sig redan i viss utsträckning - *behöver jag det här?*

Den ekonomiske

Den ekonomiskt lagda ska inte förväxlas med den resursmedvetne, även om de ibland kan ligga nära tillhands. Den med ekonomisk drivkraft baserar sina beslut på ekonomi. ”*Jag källsorterar för att spara pengar*”. De påverkas starkt av ekonomiska styrmedel, och ser helst ett belöningssystem. ”*En fet bonus skulle få mig att sortera mer*”. Den ekonomiskt lagde handlar gärna på rea och extrapris, och har då ”sparat” pengar. Om den ekonomiske får mer pengar över är det inte otänkbart att detta leder till mer konsumtion, så kallad *rekyleffekt*, besparingen äts upp av mer konsumtion. Viktbaserad taxa kan få den ekonomiskt lagda att minska avfallet. De som kan tänkas tillämpa illegal dumpning tillhör sannolikt denna grupp.

Den med ekonomisk drivkraft kan vara styrd av ekonomiska begränsningar men inte nödvändigtvis. Det är viktigt att skilja på dem som har ekonomi som inneboende drivkraft och dem som *tvingas* till att fatta beslut grundat på ekonomi pga. att de inte har råd med annat. Den ensamstående lågavlönade föräldern kanske inte alls har ekonomi som inneboende drivkraft, men har för tillfället inte råd att inte fatta sina beslut på andra val än ekonomi.

Unga kvinnor har i undersökningen uppgett att pris är mycket viktigt när de handlar. Dels för att de inte har så mycket pengar att röra sig med, men också vara för att de ska kunna köpa så *mycket* kläder som möjligt. HM och Gina Tricot tilltalar dem, då man får mycket för pengarna på dessa ställen. Miljöaspekten vägs inte in i konsumtionen. *Pris är viktigare än kvalitet och livslängd.*

Makt/ inflytande

För de med makt och inflytande som drivkraft är det viktigt att ha inflytande över beslutsprocesser, samt kontroll över sig själv och andra. Den med makt och inflytande som drivkraft förväntas söka sig till ledande positioner i samhället, och återfinns många gånger i höginkomstsfären. ”*Status är att ha eller ha haft ett bra jobb. Att ha haft ett bra jobb innebär att man har tjänat pengar.*”

Åtskillnad bör dock göras mellan dem som har makt och inflytande som *mål* och de som har det som *medel för att uppnå andra syften*.

Framgång är viktigt för denna grupp, och för att nå framgång kan man inte avvika alltför mycket från de *sociala normer* som gäller. Den med makt och inflytande som drivkraft måste också följa de *lagkrav* som finns. ”*Jag som individ har inget större ansvar än att följa de reglerverk som finns.*” Den med makt och inflytande som drivkraft *vill gärna vara med och påverka*, han eller hon tycker inte om att bli tillsagd vad som ska göras.

Skitlite 2020

Omtanke

Den med omtanke som drivkraft ligger ganska nära den med etisk/ moralisk drivkraft. Dessa personer visar solidaritet och medmänsklighet, men även omtanke om miljön. Dessa personer är engagerade i samhället och kan vara självupppoffrande. Det materiella är inte det viktigaste. De handlar gärna *fair trade*. För dessa personer är *den upplevda upppoffringen* att göra miljöhandlingar generellt mindre än för andra, då man bidrar till någonting större. Denna grupp är den mest troliga att handla *second hand*, särskilt om pengarna går till välgörande ändamål.

Denna grupp bör kunna motiveras att eftersträva målen i *Skitlite 2020* genom upplysning och information med argument som tilltalar deras värdegrund.

Självförverkligande

Självförverkligande står högst upp i Maslows behovshierarki. Enligt Maslow har dessa personer redan alla grundläggande fysiska och sociala behov uppfyllda. Personer med självförverkligande som drivkraft skattar personlig utveckling och välbefinnande högt.

Upplevelser är viktigt och dessa personer kan många gånger njuta både av det stora och det lilla. Att utmana sig själv, som att hoppa fallskärm eller bergsklättra medför högre status i en 40-årig respondents umgänge än en ny bil. Bland äldre par där barnen flyttat hemifrån uppges *livskvalitet och hälsa* vara det absolut viktigaste. De njuter förvisso av att resa, men även av att umgås med barnbarnen i trädgården.

Resor har förts fram som status bland merparten av deltagarna i studien. Beroende på livsfas så varierar dock typ av resa som värdesätts. För de yngre är det speciellt långväga, exotiska reseupplevelser status då det ses som livserfarenhet, men också en form av personlig utveckling

Att ta fasta på hos denna grupp är budskapet att *det inte är mer av det materiella som gör oss lyckliga*.

Personlighetsdrag ordningssam

Det finns ytterligare en karaktär att ta hänsyn till i denna studie. Den ordningssamme är mer av en personlighetstyp än en drivkraft, men ganska vanligt förekommande och lätt att identifiera när det kommer till sortering av hushållsavfall. Den ordningssamme är mycket medveten om regler och bestämmelser. De är ofta noggranna och kvalitetsmedvetna, de vill gärna göra rätt från början. Den ordningssamme behöver inte se sig själv som särskilt miljömedveten, utan det viktiga är att göra rätt. Har man ett system som säger att plast ska läggas i ett kärl och glas i ett annat, så gör den ordningssamme på detta vis. Lagar och regler är starka incitament för den ordningssamma att anpassa sitt beteende.

5.3. Livsfas och beteende

Rutiner för vardagsliv, så som inköp, matlagning, städning, källsortering etc. handlar inte enbart om under vilken generation som du är uppväxt i utan även om i vilken *livsfas* människor befinner sig. Beroende på livsfas har människor olika behov, förutsättningar och begränsningar. Under vissa faser i livet förväntas individen konsumera mer än under andra perioder. Detta märks extra tydligt bland de unga vuxna och bland människor som nyligen skaffat barn.

Unga vuxna

Unga vuxna som bor hemma källsorterar enligt det system som deras föräldrar satt upp. När de flyttar hemifrån är det långt ifrån alla som tar med sig detta beteende till sitt nya hushåll, trots att de vet hur man gör. Några anledningar är att:

- De har fullt upp med att skapa egna rutiner beträffande flertal andra saker; handla, laga mat, diska, städa etc. Källsortering är bara en av alla andra *nya* rutiner och det tar ett tag för dem att göra detta till en egen vana.
- Det första egna boendet är oftast en liten lägenhet i hyresrätt.
- Lägenhetens storlek kan upplevas som ett hinder för källsortering. *Vill inte ha skräp i hela lägenheten.*
- Boende i hyresrätt är hänvisade till det system som fastighetsskötaren har och de fraktioner som finns i hyreshuset.
- I flerfamiljsbostäder är människor generellt mer missnöjda med sina soprummen än i villaområden.
- Unga vuxna antas inte ha tillgång till bil i samma utsträckning som äldre vuxna, och kan därför ha svårare att ta sig till en återvinningscentral.
- Det är ingen *social norm* bland unga som bor själva att källsortera. I studien spekulerade två unga män kring vilka i deras bekantskapskrets som eventuellt skulle kunna källsortera. Underförstått var det inte killar med högst status i gruppen som dessa misstankar riktades mot.
- Noterbart är att unga vuxna som inte källsorterar idag ändå tror sig börja med det den dag när de skaffar egen familj.

Unga vuxna som nyligen flyttat hemifrån behöver skaffa sig möbler och husgeråd till sitt hem. Oftast har unga vuxna inte råd att köpa kvalitetsprodukter som håller länge. Pris är en viktig fråga, och de billiga alternativen går ofta sönder efter ett tag. Alternativt så tröttnar innehavaren, eller flyttar till nytt boende och köper nya möbler som passar in i den lägenheten. På så sätt bildas ”slit- och släng” – beteendet. *Det finnas en mycket stor potential för att öka unga vuxnas möbelinköp på andrahandsmarknaden.* Dock måste man se till hela inköpskedjan, tillgänglighet är en nyckelfråga. Dessa personer har många gånger inte tillgång till bil och släp. Billiga hemkörningsalternativ skulle kunna underlätta för fler att handla på andrahandsmarknaden.

Unga vuxna planerar inte sina matköp i samma utsträckning som äldre med regelbundna vanor. Därför är kylskåpen ibland tomma, man handlar mer eller mindre inför varje måltid. Kylskåpen är många gånger tomma bortsett från lite mjölk, annan dryck och några färdigsåser. För unga vuxna är det sedan barndomen en vana att köpa nya kläder med jämna mellanrum då kläder varit något man växt ur. Det är alltså inte konstigt för unga vuxna att ofta köpa nya kläder samtidigt

Skitlite 2020

som mode är populärt. Reklam och tidningar riktar sig särskilt till unga tjejer, hur de ska se ut, hur de ska vara sminkade och vad de ska ha på sig. För de unga tjejerna i studien är pris viktigt, kvantitet går före kvalitet. HM är populärt. Tjejerna uppger också att de lånar och byter kläder med varandra. *Ett beteende som skulle kunna uppmuntras*. Unga killar har angett att de värderar kvalitet men också pris. En 17-årig kille berättar att han brukar få köpa mobiltelefoner billigt som hans kompisar tröttnat på, då han inte har råd att köpa senaste nytt.

De unga vuxna uppger att de ”*orkar inte tänka på sådant som inte syns eller som ligger långt fram i tiden*”. Det viktiga är vad som händer *nu!* De har fått teoretisk kunskap genom skolan, men miljöproblem upplevs ändå som något abstrakt. En ung kvinna i studien säger att hon inte reflekterat så mycket över kopplingen mellan konsumtion, avfall och miljöförstöring, men att hon under intervjun börjar reflektera. En resa till Kina fick henne också att tänka till då hon fick uppleva vad dålig luft innebär. Det var en konkret upplevelse, inte något som var abstrakt och långt borta, så som miljöfrågor många gånger upplevs som.

Att konkretisera för ungdomar vad det kostar miljön att producera en tröja eller en mobiltelefon, samtidigt som man visa på alternativ hur varorna får längre liv, *att allt inte behöver vara nytt* – kan vara verkningsfullt. Dessutom sparar de pengar. Detta är en period i livet när det är mycket viktigt vad kompisarna tycker och tänker, att skapa *förebilder* som visar att de värnar om miljöfrågor är viktigt.

Fokus ovan illustrerar dem i denna livsfas som inte källsorterar eller reflekterar över miljöfrågor. Studien visar att det även finns unga som har stark miljömedvetenhet och därtill lever som de lär. Dessa har då ingått i sociala kretsar där det är status att leva miljövänligt och ta ansvar för sina handlingar. Äldre personer i studien menar på att ökad miljömedvetenhet kommer med åldern, med ökad ålder kommer mognad och insikt om ansvar. Om man vill uppnå målen i *Skitlite 2020*, så bör man hjälpa de unga vuxna att påskynda i denna mognadsprocess och ta ansvar för sin konsumtion och källsortering då här anses finnas en stor förbättringspotential.

Småbarnsföräldrar

Småbarnsföräldrarna uppger att det framför allt lever med konstant tidsbrist och även sämre ekonomi jämfört med innan de skaffade barn.

Blöjor och barnmatsburkar ger upphov till mycket avfall. Barnfamiljerna uppger att de planerar sina inköp och storhandlar men att de ibland även handlar spontant. Erbjudanden som *ta tre betala för två* faller de flesta för emellanåt liksom billiga storförpackningar som inte alltid hinner ätas upp. Stress, att handla mat på vägen hem från jobbet kan vara en anledning till de dubbla uppsättningar som observerats i kylskåpen. *Jag köper med en flaska ketchup för säkerhets skull*.

Småbarnsföräldrar befinner sig i en händelserik fas i livet. Många flyttar från lägenhet till villa. Renovering, nya möbler och inredning har varit en stark trend det senaste årtiondet. De gamla IKEA-möblerna man köpte som student ska bytas ut. Småbarnsföräldrarna säger inte lika tydligt som unga vuxna att det är viktigt vad vännerna tycker, men jämförelsen med andra har inte

Skitlite 2020

försvunnit. ”Vi konsumerar inte så mycket jämfört med våra vänner” (Man 35 år, Landskrona).
”Jag köper mindre än mina kvinnliga vänner” (Man 34 år, Landskrona).

Att skaffa barn innebär i sig en ny form av konsumtion - *den till barnen*. De flesta inser att det är orimligt att köpa allt nytt med hänvisning till att barn växer snabbt. Det är tydligt att det är socialt accepterat att handla kläder på second hand till småbarn. Många uppger även att de skänker bort barnkläder till vänner och bekanta. Både den formella och den informella andrahandsmarknaden för barnkläder har en stor potential att utvecklas.

Deltagare menar på att de värnar mer och naturen och miljöfrågor sedan de skaffade barn. *Det är framför allt för barnens skull som miljöfrågan är viktig*. Samtidigt vill de lära sina barn rätt och fel, och vara goda förebilder. Finns där ett enkelt, smidigt och tillgängligt källsorteringssystem, så är det inte särskilt svårt att få småbarnsföräldern att källsortera trots viss tidsbrist. Pantflaskor och returburkar i hemmet blir hos många de lite större barnens uppgift att gå och panta. Barnet får några kronor till godis, en direkt *återkoppling*. Pedagogiskt och bekvämt för föräldrarna.

Par utan hemmavarande barn

Denna kategori har i regel de grundläggande materiella behoven uppfyllda. Bland de vi studerade inom denna kategoria har i regel tid och pengar. De prioriterar god hälsa, god mat, gott sällskap och upplevelser. De sparar inte längre till barnen, de vill *unna sig själva*. Denna grupp konsumerar inte så värst mycket nytt. Något renoveringsprojekt i huset som de bott i 30 år, efter det att barnen flyttat hemifrån kan ha genomförts. *De har mer prylar än vad de behöver*, inhandlade under lång tid och efter föräldrarna som de flyttat från villan till hemmet. Denna grupp tilltalas inte av att handla second hand, de behöver snarare hjälp med att *göra sig av med saker* på ett miljövänligt sätt.

Deltagare i studien i denna livsfas har i regel varit duktiga på att källsortera. De uppskattar naturen, de har tid och pengar att ta ansvar för sina handlingar. De har hittat sina vardagsrutiner.

Pensionärer

Dagens pensionärer är uppväxta under en tid då man inte pratade miljöfrågor utan fick lära sig att *resurshushålla*. Generellt så fogar de sig i regler och bestämmelser. De förfasas över dagens slit- och släng generation. *De vill ha mycket information då det gäller att införa nya vanor*. Pensionärerna har oftast gott om tid. I studien framkom ett fall där farföräldrarna hämtade upp barn- och barnbarnens avfall, åkte till återvinningscentral och sorterade ut förpackningarna på plats. Detta för att hjälpa sonens familj som hade ont om tid och dessutom ett par kilometer till närmsta återvinningscentral.

Det framkom under studien att pensionärerna gärna vill ha tryckt information. *Nej tack- skylt till reklam* tar emot då de inte vill gå miste om något bra erbjudande. Dock verkar det som att pensionärerna även uppskattar personligt bemötande. I flerfamiljshus skulle kunna ersätta tryckt information med ett personligt möte för områdets pensionärer med information om källsortering om behov finns. Liksom par utan barn är det inte heller pensionärerna som de största resurserna bör fokuseras på vad gäller att uppnå målen i *Skitlite 2020*.

5.4. Sociogeografisk påverkan

Välutbildade höginkomsttagare i Sverige, bor ofta i andra bostadsområden än låginkomsttagare, det vill säga, vi har en bostadssegregation. Denna bostadssegregation är mest tydlig i storstadsområden, men förekommer även i mindre skala utanför storstäderna. I denna studie väljer vi att analysera utifrån bostadsområde istället för socioekonomisk status, vi kallar det för *sociogeografi*. Tre huvudsakliga slutsatser har under studien framkommit utifrån ett sociogeografiskt perspektiv; konsumtionsmönster, miljöfrågors relevans och tillgänglighet.

Konsumtionsmönster

Våra ekonomiska begränsningar sätter ramar och begränsningar för hur mycket vi teoretiskt sett kan konsumera och därav även hur mycket avfall vi lämnar efter oss. Allt som oftast framhävs det att höginkomsttagare konsumerar mer än låginkomsttagare. En gissning är att dessa undersökningar är baserade på *hur mycket pengar* olika socioekonomiska grupper spenderar på mat, kläder, nöjen etc. Ur ett avfalls- eller miljöperspektiv är dock *inte spenderade kronor det mest relevanta måttet på konsumtion*. Ett dyrt plagg som används länge är ur avfallssynpunkt bättre än två billiga som slängs efter ett år. I intervjustudien framkom det att kvalitetstänk finns bland människor i alla typer av bostadsformer. Däremot kan den med sämre ekonomi begränsas av att inte ha *möjlighet* att köpa en dyrare produkt som räcker längre.

Det är intressant att fundera över hur den typen av konsumtion som ger upphov till kartong, glas, metall och plast, dvs. det som framför allt mäts i målen för *Skitlite 2020* påverkas av socioekonomisk status. Vilken konsumtion är det som påverkas av högre inkomster? Köper människor med hög socioekonomisk status *mer* mat än de med lägre inkomst? Tja – att kunna unna sig det "lilla extra" har blivit en vardagslyx för många med inkomst över genomsnittet. Det kan innebära extra avfall. Har man sämre ekonomi, så prioriteras kanske dagstidningen bort, vilket innebär avsevärt mindre i pappersinsamlingen. Ekologisk mat prioriteras främst av de med bättre ekonomi, men innebär det att de slänger mer eller mindre brukbar mat? Svårt att säga! Eller är det en annan konsumtion som skiljer hushållen åt? Så som leksaker till barnen, heminredning, resor och nöjen, kläder, med alla de förpackningar som det innebär? Tyvärr så kan intervjustudien inte ge svar på detta, då de avfall som registrerades under två veckorsperioden ger alltför stora felmarginaler.

Vid samtal kring konsumtionsmönster med hushållen så verkar personliga drivkrafter och upplevda behov spela större roll än socioekonomisk status. Två kvinnor i studien kommenterade sin egen konsumtion med: "*Vi konsumerar mer än vi har råd med*" respektive "*Jag försöker fråga mig varje gång jag håller något i handen – behöver jag verkligen det här?*" Den senare bor i ett område med högre socioekonomisk status än den första. Den kanske viktigaste slutsatsen är att *människor inte måste få det sämre för att ge upphov till mindre avfall, men vi behöver konsumera annorlunda!*

Människor bor och umgås allt som oftast i bostadsområden med människor liknande socioekonomisk status. Därför hör *sociala normer* många gånger ihop med socioekonomisk status. Och i studien framkommer flertal exempel på att människor jämför sin materiella standard

Skitlite 2020

med vänner och bekanta. ”Jag konsumerar inte så mycket i jämförelse med mina tjejkompisar” – säger en 35-årig man som nyligen renoverat stora delar av huset.

Ekologisk mat väljs bort av dem har det kärvt ekonomiskt, men är populärt bland dem med högre inkomster. ”Jag kan se direkt vilka i affären som köper ekologisk mat, det syns på kläderna, statusen. Mamma har inte råd att köpa ekologiskt, men vi källsorterar”. (18-årig kvinna, extraknäcker i matbutik). Ekologisk mat har alltså blivit status, ett sätt för dem som har råd att visa att man bryr sig om miljön.

Att handla färre antal klädesplagg av god kvalitet verkar vara socialt accepterat bland flertalet vuxna människor. Medan att handla alla sina kläder på *second hand* har inte varit ett alternativ för en majoritet av de tillfrågade. Samtidigt finns det subgrupper i samhället där vintagekläder i trendiga kvarter i Malmö är det ”hippt”.

”I umgänget är det mycket surdegsbröd och korvstoppning bland högutbildade barfotalöpare som utöver detta reser. Livsstilen är aktiv och medveten. Medial – har koll på nyheter inom film och musik”. (Kvinna 35 år, Landskrona)

Individen påverkas hela tiden av motstridiga budskap. *Konsumtion är bra för ekonomin och tillväxt, det är alltså bra att konsumera*. Program på TV visar hur man ska renovera hemma. Inom mode och modemagasin matas konsumenten med information om nya stilar hela tiden. Företag vill sälja produkter och teknikutvecklingen går snabbt. En dator, TV eller mobiltelefon anses vara gammal redan efter ett till två år. Flera av deltagarna i studien har uppgett att det är svårt att inte låta sig dras med i konsumtionssamhället. Man inte är beredd att ställa sig utanför.

Miljöfrågors relevans

Miljö är viktigt men *arbete och välfärd viktigare* – säger Lindén. För människor som står utanför arbetsmarknaden eller känner starkt utanförskap i samhället står inte källsortering högst på agendan. Dessa personer har samma drivkrafter och motivationsfaktorer som andra, men andra frågor anses vara viktigare. De med lägst inkomst, får ändå antas vara de som konsumerar minst. Det är rimligt att anta att flera av dessa redan lever upp till de viktbaserade avfallsmålen. Dock finns rapporter om att källsorteringen inte fungerar så bra i segregerade miljonprogramsområden. Kanske därför att det är långt ned på prioritetslistan. Men också beroende på kunskap. Information på olika språk efterlyses av ett flertal respondenter som är bosatta i mångkulturella flerbostadsområden. Nyanlända har inga rutiner kring källsortering från sina hemländer. Här har fastighetsbolagen en ansvarsfull uppgift att vara behjälpliga i införandet av nya rutiner.

För dem som har en grundläggande ekonomisk trygghet, finns större utrymme att ta hänsyn till miljöaspekter i det dagliga livet. Och det är bland den konsumerande medelklassen som den stora förändringspotentialen finns i fråga om förändringar i miljöbeteende. Att försöka lyfta miljöfrågors relevans i vardagsbesluten, utan att det medför alltför mycket extraarbete eller prestigeförlust.

Skitlite 2020

Tillgänglighet

Tillgänglighet för sopsortering är beroende av hur och var du bor. Systemen för insamling varierar mellan kommuner, och olika terminologier förekommer. För dem i hyreshus är det fastighetsförvaltaren som sätter ramarna för vilka fraktioner som kan samlas in fastighetsnära.

För dem som bor i villa och har flerfackskärl utanför dörren är det extremt enkelt att källsortera. Det ska till mycket bekvämlighet och lågt ekonomiskt intresse för att *inte* källsortera, då hushållen även gynnas ekonomiskt om de sorterar. Brist på anonymitet har även framkommit som argument för att skärpa till sig och göra rätt. Historier om grannar som inte vill sortera har framkommit varpå ”sopgubbarna” hotat med att inte hämta deras avfall. Detta tycks ha haft positiv inverkan.

För dem som inte har insamling av olika fraktioner fastighetsnära utan måste gå, eller tom åka bil till återvinningsstation, minskar motivationen till att källsortera. För en del blir det för stor uppoffring, medan andra – mer övertygade – har gjort det till en rutin att ta med sig avfallet när de ändå ska åka och handla.

Gemensamma soprum i bostadsrättsföreningar och hyreshus upplevs ofta som ofräscha, och en ”anledning” till att inte källsortera. Det är i dessa fall oklart om det är enklare att göra sig av med restavfallspåsen än det sorterade materialet.

Platsbrist hemma har förekommit som invändning för att inte källsortera, både från dem som bor i små lägenheter till dem som bor i villa. Det kan konstateras att plats är ett relativt begrepp. I praktiken handlar det om att *ha ett system* för källsortering i köket. Utrymmet under diskhon är ungefär detsamma oavsett hur stor bostaden är i övrigt.

Tillgängliga alternativ som ersätter behovet av viss konsumtion - hyra istället för att köpa, reparera istället för att köpa nytt - är beroende av det privata tjänsteutbud som finns i närområdet, eller hur långt människor är beredda att transportera sig för att finna alternativ.

Hälsa har inte studerats särskilt mycket, mer än att det framkommit ett par personer i studien med vissa funktionshinder. Dessa har källsorterat efter bästa förmåga.

Övrigt

Genus anses spela en stor roll i forskning om miljöbeteende, kvinnor tar generellt större miljöansvar än män. I intervjustudien har fokus varit på hushållet, och individens drivkrafter, ej på genus. Antalet intervjuade är för litet för att dra några säkra slutsatser kring genus ur denna studie. Därmed inte sagt att det är oviktigt. I den kvantitativa delen kommer genusaspekten bli synligare.

6. Slutsatser

Vilka är det då som konsumerar för mycket? Vem källsorterar för dåligt? Vem är det som ska förändra sitt beteende? Hushållen agerar rationellt utifrån sina *drivkrafter* och *yttre förutsättningar*. Det finns de som säger att de källsorterar av ekonomiska skäl liksom de som köper ekologisk mat för att det ”det känns bra”. Storkonsumenten kan vara många, men en viss övervikt får tillskansas unga vuxna och barnfamiljer, med medelgod till bra ekonomi. En del av lösningen handlar om brukarens beteende, men en del handlar även om systemlösningar som kan underlätta för individen att fatta rationella beslut.

6.1. Hållbara miljöbeteenden

Hushållen är djupt splittrade vad gäller lagstiftning respektive konsumentpåverkan. Faktum kvarstår att en omställning går snabbare om den *tvingas fram*. Vissa hushåll anser att det är rätt väg att gå medan andra hävdar att det ska vara upp till individen att frivilligt minska sin avfallsmängd.

Enligt Lindén finns det fyra sätt att använda kunskap som medel för att förändra ett beteende.

- 1) Väcka uppmärksamhet
- 2) Medverka till bättre kunskap
- 3) Inspirera och
- 4) Tvinga fram

Konsumtion

Första steget för att minska avfallet är att förebygga eller *återbruk*. D.v.s. förindra att avfall uppstår. De två största påverkansfaktorerna för mängden avfall och indirekt konsumtion, från studien är *drivkrafter och livsfas*.

Ett system som individen har svårt att påverka är mängden förpackningar på matvaror. Förvisso kan man handla mer i lös vikt, men det följer ändå med en plastpåse att lägga morötter eller potatisen i. Den antagligen största insatsen individen kan göra för att minska antalet förpackningar är att planera och optimera sina matinköp. Det påverkar inte bara mängden matavfall utan även antalet förpackningar som slängs som tillhör mat som inte äts upp. Hushåll – utanför studien som vi talat med - som har *matkasse* har varit positivt överraskade över hur lite mat som slängs. Någon annan har planerat för dem så att crème fraiche burken som medföljer delas mellan recepten dag ett och dag tre. Det medföljer två morötter som används i grytan, inte två kilo.

Att gå över till digital dagstidning istället för den traditionella papperstidningen är ett annat sätt att minska mängden hushållsavfall. Invändningar finns mot att en läsplatta gör ett större miljöavtryck än papperstidning som återanvänds. Dock kan läsplattan användas för många olika saker, och det är en pryl som många vill ha oavsett. Att tacka nej till reklam är ett annat sätt att minska mängden papper. Den största invändningen från hushåll som fortfarande har reklam är att de inte vill gå miste om något bra erbjudande. I framtiden kommer denna form av erbjudanden antagligen att levereras digitalt de med.

Skitlite 2020

Det är framförallt när människor byter livsfas som den stora avfallsmängden blir påtaglig. Unga som flyttar hemifrån och behöver köpa på sig det mest nödvändiga, när människor blir sambo och ska enas om gemensamma ting, när människor skaffar barn, när de flyttar till villa (som kanske renoveras), när de ska tömma villan för att flytta till lägenhet.

Att barnfamiljer under en period har mycket avfall i form av blöjor får man kanske helt enkelt acceptera. Ytterst få ser tygblöjor som ett alternativ. Däremot finns en stor potential vad gäller återbruk av barnkläder, leksaker och andra barnprylar. Det anses socialt accepterat att köpa second hand till barn, och många byter barnsaker med vänner och familj. För barnfamiljer är det största hindret många gånger att *ha tid* att leta efter alternativ. Det enklaste är fortfarande att ta bilen till köpcentrat och handla ny tröja och present till kalaset på samma ställe som den stora mataffären finns.

För unga vuxna som flyttar hemifrån har andrahandsmarknaden helt klart en stor potential. Det handlar mer om tillgänglighet, att kunna få varan hemkörd. Likaså 60-åringen som tömmer föräldrahemmet orkar antagligen inte lägga ut varenda pryl på Blocket. I bästa fall körs möbler som inte tillvaratas till en välgörenhetsorganisation, men mycket handlar antagligen på "tippen". Att förenkla för den som ska slänga – t.ex. kunna lämna allting på samma ställe - har visat sig vara en framgångsfaktor. Låt välgörenhetsorganisationer eller vinstdrivande andrahandsföretag hämta saker på återvinningsstationerna.

Hållbar konsumtion är något som börjat diskuteras de senaste åren, och innebär att hyra istället för att köpa, äga gemensamt eller laga istället för att köpa nytt. Ett exempel är bil- eller verktygspool. I städer kan bilpool vara ett alternativ för den som inte behöver bilen dagligen, men inte om du bor på landet. Gemensamt ägande kan ske formellt eller informellt. En bostadsrättsförening skulle mycket väl kunna ha en verktygspool, men det bygger på att det finns en "eldsjäl" som orkar administrera. Grannar i villaområden skulle kunna skapa informella "pooler" genom att låna av varandra, köpa in gemensamt etc. För att människor ska välja att reparera istället för att köpa nytt krävs det att det är mer ekonomiskt fördelaktigt att laga än att köpa nytt, vilket delvis är en politisk fråga.

Källsortering

Alla hushåll i Skåne Nordväst har idag möjligheten att källsortera, men graden av ansträngning eller *uppostring* varierar beroende på var och hur du bor. Vad gäller källsortering bör fokus läggas på ungdomar som nyligen flyttat hemifrån och flerfamiljsbostäder. Detta är människor som uppger att de vet hur de ska göra *men inte orkar bry sig*.

I villaområden där hushållen har flerfackskärl utanför dörren fungerar källsorteringen mycket väl. Att man inte är anonym, utan visar för omgivningen att man tar ansvar är antagligen en del av förklaringen tillsammans med att det är enkelt. *Det är ingen uppostring för hushållet*. Lägre avfallstaxa är också ett incitament. Undantag förekommer förvisso, men överlag är personer med detta system mycket nöjda och anser att det är enkelt att källsortera.

Skitlite 2020

Missnöje förekommer hos dem som inte har fastighetsnära insamling. Att behöva ta bilen, eller att gå om du inte har bil, för att slänga avfall upplevs som krävande. Den med stor moralisk drivkraft gör det ändå, medan andra finner anledningar till att inte göra denna uppoffring.

Något som inte alls diskuteras här är det avfall som uppkommer när människor ”går på stan”. Take away-maten som äts i en park slängs i närmsta papperskorg, källsorteras inte. Det bör finnas möjlighet för människor att källsortera avfall som uppkommer i offentliga miljöer, ej bara i hemmet.

Livsstilsförändring?

Det finns ett par av deltagarna i intervjustudien som är ”redan övertygade”, som tagit ställning till att aktivt försöka leva mer miljövänligt. De har en *etisk/moralisk* övertygelse och har bestämt sig för att ta ansvar för sin påverkan och leva som de lär.

Det finns också de som redan lever väldigt resurssnålt, men som inte gör det av miljöskäl. Det kan vara ett inlärt beteende sedan barndomen eller så drivs till sparsamhet av ekonomiska skäl. För den resurssnåla är det naturligt att sortera, den ekonomiske gör det om det finns pengar att spara.

För ett flertal hushåll ter sig en halvering av avfall som ett orealistiskt och ouppnåeligt mål. Dessa menar på att de redan gör allt det kan. De säger att det kan förbättra sig vad gäller källsorteringen, men har svårt att minska den totala avfallsmängden. De känner sig utlämnade till det utbud som finns i butikerna.

”Det skulle innebära att vi skulle konsumera mindre, men det ligger också i ledet innan oss, att allt inte behöver vara så förpackat. Vi är inte så slösaktiga, men att halvera är väldigt mycket. Att minska på avfallet är fullt möjligt. Vi kan odla mer själva, och handla mer lokalt. Vi kan uppleva snarare än att konsumera. Ja det skulle påverka min livsstil, men det behöver inte vara till det sämre. Hur stort är behovet av ting, egentligen?”

(Man 35 år, Landskrona – om att uppnå målen för Skitlite 2020)

Lindéns slutsats är att det är enklaste sättet att påskynda en beteendeförändring är om förändringen i sig innebär en justering av befintligt beteende som kräver minimal uppoffring i arbetsinsats eller prestige. Att få alla hushåll i Skåne Nordväst att drastiskt vilja ändra sin livsstil framstår som alltmer orealistiskt. Att istället inrikta sig på insatser som kompletterar olika människors beteenden utifrån deras behov och förutsättningar framstår som mer realistiskt.

Skitlite 2020

6.2.Rekommendationer

Slutsatser från undersökningen är dessutom att följande områden viktiga att arbeta vidare med för att få människor att leva hållbart:

- *Sociala normer* – vi gör många gånger som omgivningen förväntar sig att vi gör. Detta kan bland annat göras genom att skapa *förebilder* – som kan motivera unga att leva ett mer hållbart leverne
- *Rutiner* – göra det till en vana för alla att källsortera, fokus unga vuxna
- *Alternativ* som mättar människors konsumtionsbehov – enklare att handla miljövänligt, köp tjänster istället för varor.
- *Insikt* – medvetna val – vad innebär det att ta *ansvar* för sin konsumtion?
- *Socialt kapital* – särskilt i flerfamiljsområden. Anonymiteten är ett problem, människor förväntas ta mer ansvar om man känner grannarna och en granngemenskap.
- *Tillgänglighet* - minska uppoffringarna – det ska vara lätt och bekvämt att göra rätt!
- *Gemensamma mål* – ingen vill att deras insats ska kännas som en droppe i havet. Tillsammans gör nordvästra Skåne skillnad!

Normförebyggande arbete

Det är tydligt att sociala normer sätter grunden för våra konstruerade behov. Liksom kommunikation om konsumtion har präglat vår tid och frambringt ohållbara konsekvenser för miljön, är det hög tid att andra budskap förs fram. Budskap som befäster alternativa normer till vilket liv vi ska/måste/borde leva. Dessa budskap måste vara lika bildligt tilltalande och lockande som dagens kommersiella reklam. Det måste vara tilldragande och positiva men de kan även vara kritiska genom att diskutera konsekvenserna av vårt beteende. Vem skapar behoven och vem tjänar på det?

Det finns många studier som menar att konsumtion gör oss lyckliga- men vår studie visar på att det finns nyanser i detta. Hushållen här menar främst att det är god hälsa, tid och goda relationer som är det viktigaste i livet. Det är något att bygga vidare på i ett normförebyggande arbete.

- Budskap: *Köp det du behöver men inte det som du inte behöver!* Syftet är inte att folk ska gå hungriga eller med trasiga skor, utan minska på den överkonsumtion som vi lever i idag. Jämförelse med konsumtionen på 1980-talet).
- Få företag och individer att tänka till; konsumera upplevelser istället för produkter. *Det är inte det materiella som gör oss lyckliga.*
- Underlätta för second hand och höjda dess status
- Fler och relevanta förebilder

Motivera och inspirera

Individen behöver inte uppleva sämre livskvalitet för att kunna uppnå halveringsmålet, utan snarare likvärdig eller högre livskvalitet! Det är den *onödiga* konsumtionen som ska förändras. Det är absolut nödvändigt med skilda typer av styrmedel för varierade livsfaser - olika typ av

Skitlite 2020

information till ungdomar, pensionärer och småbarnsföräldrar. Morötter/belöning har visat sig fungerar bättre än piskor/bestrafning i långa loppet. Men människor motiveras av olika saker.

Därför är det lika nödvändigt med skilda typer av styrmedel för att motivera människor med olika drivkrafter att på olika sätt att *ta ansvar*.

- Den kunskapsdrivne behöver fakta, siffror och saklig information.
- Den ekonomiske fattar beslut med plånboken och behöver ekonomiska styrmedel.
- De med stor omtanke samt den etiske/moraliska är en tacksam grupp att; visa på vilka konsekvenser vår konsumtion har på människor i låglöneländer, vilka resurser som krävs för att framställa en matkasse eller ett par jeans samt hur mycket mat och kläder som slängs varje dag i Sverige och världen.
- De självförverkligande behöver budskap som förstärka normer, attityder och värderingar om att det icke-materiella som gör oss lyckliga.
- De som drivs av makt/ inflytande vill inte bli tillsagd utan välja själv. Skitlite 2020 kan hjälpa dem att välja smartare utan att det påverkar deras sociala status.

Ytterligare några slutsatser från intervjuerna är att:

- Folk vill inte känna sig lurade
- Generellt råder en brist på återkoppling av individens beteende
- Man motiverad om alla andra gör samma sak.

Nationellt sopspråk

Att varje kommun har sitt eget system och sopspråk är förvirrande för individen, särskilt om man flyttar mellan bostadsområden eller kommuner. Vad är det för skillnad på papp, kartong, förpackningar och wellpapp? Hårdplast, mjukplast eller bara plast? Hur rena behöver förpackningarna vara för att slänga dem i återvinning? Ett nationellt sopspråk med samma fraktioner överallt förenklar för människor

Tillgänglighet

Det måste bli enkelt för människor att göra rätt, även i flerfamiljsbostäder. Flerfackskärl utanför dörren är ett lätt sätt att göra rätt för dem i villa. Att promenera iväg med skräp eller gå till ett ohygieniskt soprum är inte populärt. Individens ”uppoffring” måste kännas rimlig och belöning om ”gör rätt”.

Det måste också bli lättare att handla miljövänligt. Att handla begagnat får inte vara för tidskrävande eller svårtillgängligt. Det finns sätt att stödja loppisar, auktioner, föreningar som säljer second hand. Kommuner och avfallsbolag bör försöka samla allt på ett ställe (se exempelvis Kretsloppsparken Alelyckan). De kan arrangera stor second hand festival med monter och information från avfallsbolagen om hur mycket avfall vår konsumtion genererar årligen och hur man kan minska på konsumtionen.

Kläder

Samtliga hushåll (!) har uppgett att de skänker gamla kläder till klädinsamling, om de inte är alltför trasiga. Alternativt skänker till familj, släkt eller vänner. Det är med andra ord inget fel på

Skitlite 2020

insamlingsviljan. Däremot är det ett fåtal respondenter som uppger att de *köper* kläder på second hand. ”*Svårt att hitta*”, ”*tidskrävande*”, ”*inte fräscht*” är några av förklaringar till oviljan att handla på second hand. För att minska på konsumtion av nyproducerade kläder, och därigenom mängden avfall, finns tre huvudsakliga strategier, som man mycket väl kan arbeta med parallellt.

- **Förebygg:** Arbeta med normer och attityder kring konsumtionssamhället. Informera om hur mycket mer textilier vi konsumerar idag jämfört med för 20 år sedan, och vad det får för konsekvenser för miljön och människor. Ta debatten – och ifrågasätt vem det är som skapar våra konsumtionsbehov. Få människor att tänka till en extra gång.
- **Återanvänd:** Förbättra villkoren för affärer som säljer second hand, stimulera förutsättningarna för loppisar och auktioner. Lobba för att butikerna i Skåne Nordväst ska ha en second hand hörna i varje butik, där de säljer sina gamla kläder en gång till, som människor fått sälja tillbaka till butiken. Kan man genom samarbete med fastighetsägaren subventionera hyran för del av affärslokalen som uppfyller detta?

Förpackningsindustrin

Konsumenterna är utlämnade till det utbud som finns. Att individen genom sin konsumentmakt skulle kunna påverka förpackningsindustrin genom att aktivt köpa varor som har mindre förpackning ses inte som ett realistiskt alternativ. Många anger att de har fullt upp med att leta efter varor som är lokalproducerade, miljömärkta, gluten- eller laktosfria, andra att det är priset som avgör när de handlar. Att få gemene man att dessutom aktivt uppsöka förpackningsfria produkter har låg sannolikhet att lyckas. Där krävs antingen lagstiftning eller lobbying från starkare röster i samhället. Här har producenterna och förpackningsindustrin ett ansvar.

Denna kvalitativa studie har generat en mängd data som vidare systematiserats för att slutligen brytas ned i väl synliga spår som kan agera vägvisare. Tillsammans med enkätstudien och pilothushålen ska detta vidare bli konkreta riktlinjer för att nå Skitlites 2020 målbild.

Skitlite 2020

Referenser

Lindén, Anna-Lisa. *Människa och miljö*. Carlssons (1994)

Lindén, Anna-Lisa; Carlsson- Kanyama Annika. *Dagens livsstilar i framtidens perspektiv*. Department of Sociology, Lund University. Research Report 1998:4.

Lindén, Anna-Lisa, *Allmänhetens miljöpåverkan – energi, mat, resor och socialt liv*. Carlssons (2001).

Lindén, Anna-Lisa. *Klimat och konsumtion, tre fallstudier kring styrmedel och konsumentbeteende*. Department of Sociology, Research Report in Sociology 2009:1. Lund University.