

Spørsmål og svar til innleiderne

Dette er en sammenstilling av spørsmålene dere stilte til presentasjonene lørdag 16.november og svarene innleiderne kom med.

Ulrikke Bryn Wethal, Senter for utvikling og miljø, Universitetet i Oslo
Tittel: Sirkulærøkonomi og forbruk

Spørsmål fra bord 1-5:

Spørsmål: *Du snakket om tiltak for at forbrukere skal velge tilnærminger som har med tilgjengelighet, økonomi, holdninger og opplysning. Har dere forskning som viser hva det er som gjør at folk velger tilnærminger? Funger holdningskampanjer? Er det at det er billig som fungerer? Hva fungerer best?*

Svar: Holdningskampanjer og informasjon om merkeordninger i seg selv endrer ikke handlingsmønsteret. Veldig mange sitter på informasjon, men fordi vi opererer på vane med det vi er vant til å gjøre og sosiale normer og hva som er akseptert og hva den materielle infrastruktur butikkene legger opp til. Så helt klart blir vi veldig påvirket av reklame - 3 for 2, hva som er nærme kassa. Både fra samfunnsvitere og psykologene er det gode funn på at det å endre det rommet vi opererer i når vi tar valg er viktigere enn informasjonen i seg selv. Men ja, mange opererer også etter pris, og der er vi litt ulike, men pris er kjempeviktig for norske forbrukere. I et land som Norge har vi Temu og Alibaba som har fått godt fotfeste fordi de kan levere prisene andre aktører ikke kan.

Spørsmål: *Hvordan skal vi raskest mulig komme oss på en høyere prosent enn 2,4 prosent (sirkularitet)?*

Svar: Jeg tror det er litt problemet - at vi har forholdt oss til bærekraft i stort med noe som kan løses med quick fixes, i håpet om at man skal finne den teknologien som løser alt sånn at vi kan fortsette å gjøre alt som før. Alle de prosessene må skje samtidig, reguleringene, ansvarliggjøring av forbrukere og bedrifter. Masse er lov å gjøre i dag, for eksempel destruere et helt lager fordi vi ikke verdsetter miljø og sosiale kostnader i produksjon. Hvis vi gjorde det ville det ikke lønne seg å produsere billige varer med dårlig kvalitet, i områder med dårlig kvalitet. Hvis vi hadde bekostet alt dette. da ville man sett at det lønnte seg med sirkularitet. Men det er store spørsmål, hva skal vi gjøre i Norge og hva skal vi gjøre andre steder? Hva kan vi gjøre i Norge og hvilke reguleringer skal til som gjør at næringslivet tør å sette i gang? Men tenke på en global rettferdighetsdynamikk også, vi skal bare ha inn det grønne, men vi skipper ut all søpla vi ikke klarer å lage verdi av i det norske systemet, det er jo et reelt utfall som vi ser at skjer i den sirkulære bevegelsen.

Spørsmål: *Mer konkret, gjenbruk og bruke ting opp, men på et tidspunkt blir det oppbrukt - du kan ikke selge t-skjorta igjen. Hva skjer med det da? Før tok fretex inn utslitt tøy og lagde teppedyner men de har slutta, hva skjer med det nå? Samme litt med mange varer, sortering sendt ut av landet, vi vet ikke hva som skjer med det. Er det mulig å sette noe krav til hvordan det skal behandles slik at det blir resirkulert?*

Svar: Ja, ting blir oppbrukt til slutt. Etter at tingene våre har vært i bruk så lenge som mulig mellom ulike aktører er tanken at det kan lages andre ting. T-skjorte=full til teppe, dyne, madrass. Men problemet er at produktene i seg selv er av lav kvalitet og ikke lagd for å brytes opp i mindre deler etter bruk. Mye må skje gjennom produktdesign. Nå sitter vi med avfall i lav kvalitet og da er det ikke så rart at vi ikke får til så mye. Mye er billig produksjon og tekstiler. Vi tenker når vi sender til fretex at det kommer i butikker, men også der plukkes det ut. Fretex eier to sorteringsanlegg, det sendes til Øst-Europa og andre deler av EU som sorterer for Asia, europeiske markedet og så hva som går til Afrika. Samme i ulike kontekster, hva får vi solgt her og hva må shippes videre? Kvaliteten blir dårligere og dårligere og til slutt tråkket ned i elver. Problemet er både systemet, det er lov å sette ut ansvaret for å håndtere avfallet til andre steder, over grensen ute av syne ut av sinn også er det volumet, det er det enorme volumet. Volumet må ned for å ikke ødelegge fiske i Ghana.

Spørsmål: *Hvordan kan vi kontrollere varer som miljøstandard og kvalitetsansvar som ønskes og hvordan kan vi involvere oss i den bedriften som er i utlandet som ikke har restriksjonene som vi har her, med arbeidsmiljø og alt? Hvordan kan vi involvere oss og gjøre det bedre og dele kunnskapen om hva som skjer hvor, er det ting som sendes, hva er det som sendes hvor og hva skjer med det?*

Svar: Det kommer gjennom EU en rekke miljøkrav og standarder endres. Det offentlige må gå foran som en sterk aktør som bruker offentlige anskaffelser til å gjøre det til en reell effekt, reelt konkurransefortrinn. Næringslivet skriker etter at noen kan stake ut kursen sånn at andre kan henge seg på, men da kommer man tilbake til dynamikken med ansvarsfraskrivelse, med å flytte produksjonen der det er mest gunstig og billig å produsere. Grønne det indre markedet, vonde rettferdighetskomponenter med å gjøre det vanskelig å komme inn på det europeiske markedet som er en stor aktør for produsenter i andre deler av verden. Til det siste spørsmålet, hvordan kan man involvere seg som bedrift i Norge? Da er det jo i gang som åpenthetsloven - hvor kommer ting fra, at man har en plan for hvor ting skal og hvor det ender opp. En del bedrifter i dag tar i mot egne varer, Ikea f.eks og store aktører gjør det og på tekstil. Men så ser man at de tar det i mot, men så ender det samme sted. Fretex tar i mot, men ender samme sted. Men det er nok gjennom de kravene til at det er en plan hele veien også ligger mye av det i samarbeid på tvers: hva skal skje med produktet når det er ferdig i bruk? Da må man fra start tenke sirkelen gjennom, ikke sånn som nå når det er tilfeldig.

Christian Klöckner, NTNU

**Tittel: Hvordan vi tar beslutninger og hvorfor er omstilling så vanskelig?
Hva psykologi har å si for endring av atferd**

Spørsmål fra bord 6-10:

Spørsmål: *Hvilken rekkefølge?*

Svar: Det som ofte koster minst, ikke i form av penger, men i motstand. Det hjelper ikke alltid men et viktig skritt du kan ta - først se gjennom hva er barrierer som gjør det så

vanskelig å gjøre det vi egentlig ønsker, hva er barrierene for bærekraftig forbruk? Du får ikke noe effekt av en holdningsendring hvis barrierene fortsatt er der. Mer kostbart er å bygge barrierer mot politisk diskusjon, f.eks. i Trondheim om å dele midtbyen og ikke kjøre gjennom. Det er en barriere mot det uønskede og kan bli politisk kostbart. Når du har skaffet deg en situasjon hvor det er lett å gjøre det riktige og vanskelig å gjøre det feil, så kan vi jobbe med holdningskampanjer. Først se på om vi kan rydde unna barrierer?

Spørsmål: *Vi tenker på klesbransjen og teknologi som er gode på å påvirke holdninger mtp hva som er trendy. Hvordan skal man finne virkemidler som kan få nok folk til en bærekraftstrend som faktisk utgjør en forskjell? Noen grupper er interessert, men ikke alle.*

Svar: Det er ikke tilfeldig at industrien med mye penger i bakgrunnen er flinke til å bruke psykologiske verktøy. En matbutikk er bygget på en bestemt måte for å kjøpe mest mulig og klesbutikk osv. så ja vi kan prøve å bruke samme triksene som disse, men vi har ikke samme makt bak. Kanskje noen reguleringer som må til for å sette grenser for hva som er lov for industrien, men samtidig er det jo interessant å spørre seg, hva er det som gjør at vi responderer til det? Hvilke behov i oss dekker det at vi reagerer positivt på reklamekampanjer eller sosial påvirkning på nettsteder? Behovet er å være en del av noe og få status gjennom noe og da er svaret: å tilfredsstille samme behovene, være del av en gruppe og det andre er, gi den gruppen en status gjennom f.eks noen influencere er med å støtte det, eller noen fotballspillere. Det finnes også eksempler på det. Jeg har jobbet litt sammen med Morten Thorsby som er en forkjemper for klimasaken, han har en ide om at fotball er en måte å påvirke fordi den gir muligheten å være del av en gruppe, men også han har en grense når Mbappe sitter og ler av at man ikke skal fly.

Spørsmål: *Hvordan kan vi bevare vår egen identitet samtidig som vi møter de kollektive behovene for endring?*

Svar: Identitet er viktig, når den blir truet blir det motstand. Samtidig trenger vi endring så det som noen ganger har fungert, er å omdefinere identiteter. La meg gi et eksempel: Vi har gjennomført et studie i Stavanger rundt identitet i oljenæringen. Folk i Stavanger vet at oljenæringen ikke alltid er her. Det må bygge om identiteten og en måte å bygge om fra oljearbeider til noe annet er å definere seg som en energiarbeider f.eks, da kan du være med på omstillingen. Først anerkjenne at det er vondt at det du er så glad i endrer seg, det er viktig og det glemmer vi ofte. Det er viktig å anerkjenne at det er vondt og at noen taper på det, men samtidig sammen med de som det gjelder finne nye måter å bygge seg en identitet på og omstilling i samfunn har også andre muligheter. Men utfordrende at det ofte ikke er samme folk, stiller vi om et samfunn blir det nye arbeidsplasser, men ikke nødvendigvis til samme folk. Jeg tror det aller viktigste er å anerkjenne at det er en vond prosess og tenke gjennom hva vi kan gi for å kompensere for det.

Spørsmål: *Tror du at varemerking fungerer, sånn type grønn vs ikke-grønn, og må det nødvendigvis være negativ varemerking?*

Svar: Fungerer til en viss grad, vi ser at energimerking har hatt en enorm stor effekt. Men hvitevarer har de aller færreste knyttet til identitet. Mange ting rundt merking man må være bevisst på, hva slags merking stoler man på, skal klesindustrien sertifisere seg selv eller være uavhengige merkinger? Man vet mye om hva som skal til for at folk bruker merkene,

ikke minst må de være forståelige. De fleste er ikke negative. Røykbildene har en viss virkning, men de slutter på et tidspunkt. Ville kanskje ikke gjort noe sånt på klær.

Spørsmål: *Vi snakket om et eksempel med en datter som var i en kjøpsprosess og endret mening pga dyreplageri. Viser at man har et verdsett i bønn som må aktiveres, synlig med nye generasjoner som er utdannet i klima, men samtidig generasjon Temu. Hvordan skal man aktivere disse verdiene? Hvordan skal man synliggjøre konsekvensene hvis holdningskampanjer ikke fungerer?*

Svar: Dere er inne på noe veldig relevant. Det jeg sa var at verdiene er egentlig på plass hos de fleste, det som ikke er på plass er at vi blir minnet på det når vi skal ta en beslutning. Når vi er i butikken slår andre ting inn, ikke verdiene vi har bak i hodet. Det som kanskje er kunsten her er å få en påminnelse på akkurat det tidspunktet, nettplattformen vil ikke ha en pop-up som sier: vil du virkelig ha det her? Minne seg selv på at rett før jeg klikker på kjøp skulle jeg tenke gjennom om jeg virkelig trenger det. Tenke åpne kreative løsninger, krever at man faktisk må bekrefte at det her vil jeg virkelig kjøpe regler for andre ting, her må jeg samtykke i det for å bryte opp i følelsesprosessen og bli tvunget til å stoppe opp et øyeblikk.

Spørsmål: *Etter Elon Musk og Trump, men jeg har hørt fra flere, nå kutter jeg ut Teslaen fordi Elon Musk er der han er. Negativ assosiasjon med Elon Musk. El bil produksjon, mye negativt og positivt med el biler. En bevisst negativ oppfattelse av et produkt vi har lyst på så er det vanskeligere å ta den avgjørelsen å kjøpe produktet.*

Svar: Kognitiv dissonans. Jeg ønsker å være miljøvennlig og ha en bil så jeg kjøper meg en elbil så har den personen som eier elbil firmaet et annet image, fra et miljøperspektiv ikke lurt å skrote Teslaen. Hvis det blir mer kognitiv dissonans, er det mulig at du ikke gjør det på grunn av det.

Kirsi Laitala, SIFO

Tittel: Tekstiler, møbler og utstyr: Mengder og produktlevetid

Silje E Skuland, SIFO

Tittel: Forbruksnivåer

Spørsmål: *Hvordan definerer man holdbarhetspolitikk?*

Svar: Vi så på økodesign, hva slags krav de har for holdbarhet på produktene og krav til right to repair. Kombinasjon av både økodesign og reparasjonsdesign og merking på levetid. S sammensatt av de ulike politikkmulighetene.

Spørsmål: *Hvordan ser man for seg at ulike holdninger til holdbarhetspolitikk skal komme klart frem til forbrukere slik at forbrukere kan hensynta holdbarhetspolitikk?*

Svar: EU-politikk, alle produsenter må følge regelverk opp til forbrukere om de vil se på levetidsmerket, om du bryr deg eller om det koster mer og du velger.

Spørsmål: I forhold til leie og deling av klær om det er forskjell på forskjellige typer klær, hvis du leier en brudekjole er det fremdeles bedre effekt av at den skal leve lengre hos den personen, er det noen ting som er gunstig?

Svar: På brudekjoler er leieløsning definitivt beste løsningen, eller arve, for man bruker det stort sett bare en gang, da er det viktig at det blir delt.

Spørsmål: Jo sjeldnere jo bedre gevinst ved å bruke det?

Svar: Ja, hvis du bare går på fjellet en gang i året så kan du heller leie skiutstyr.

Spørsmål: De forskjellige inndelingene med de som tjener mest og minst, hvordan kan man endre atferdsmønster som ikke rammer dem med dårligst økonomi hardest?

Svar: Momsordningen, en av tingene jeg tenkte på. Momsordning rammer alle likt, men de med dårligst inntekt verst. Man kunne se for seg at man kunne gjort noen tiltak på det, men jeg tror at man skal ha litt varsku for enkelte tiltak, spesielt at man tenker hele forbrukergruppen at det vil kanskje gå litt for hardt utover de med lavest inntekt. Og så er det jo litt med det som har blitt snakket om før, med normendring. Hvor skal man legge støtet hen? I forhold til å få de som forbruker mest til å ta den store jobben og i større grad ikke rette sånne type tiltak mot de som har lavest type inntekt.

Spørsmål: Vi har hørt om akseptabelt forbruksnivå og at man gjerne bruker folkepaneler for å fastsette det her og ligner på hvordan det reelt sett, hvordan er sammenhengen med - er folk nøye med det akseptable forbruksnivået eller mener man det er kritisk for lavt når man lever i det? Jeg kommer på løsninger som er bra nå, men når vi kommer ut som forbrukere kanskje bare en byrde

Svar: Det er veldig forskjellig hva forbrukere mener om SIFO sitt referanse budsjett, blant de som har dårlig råd tenker de skyhøyt, mens de med god råd tenker de "hæ bruker jo mye mer på mat". Dette SIFO budsjettet brukes for å gi folk boliglån så for enkelte betyr det at noe vi har sagt ikke får boliglån. I utgangspunktet vil jeg si at erfaringen vår er delt, det er et tenkt budsjett på basis av de anbefalingene vi bruker og tanken er at disse summene skal du kunne velge innenfor. Men det er ikke basert på en bærekraftig tankegang, og spørsmålet er jo om bærekraftig kunne blitt et litt dyrere budsjett?

Spørsmål: Hvorfor lager vi klær av ikke nedbrytbar plast?

Svar: Hvorfor, det er fordi det er veldig billig materiale og gjør det mulig å lage mer. En del fordeler med syntetiske materialer, f.eks regntøy som skal være vanntett det er enklere med plastbelegg. De har også bra egenskaper, men de må ikke havne i natur det er da det blir problemer. Tekstilavfall i Norge blir brent, men i utlandet mister man kontroll ved eksport til Afrika, da havner det i naturen og det er det største problemet.

Spørsmål: Hvordan kan vi få ned kjøpepresset?

Svar: Man kan jo jobbe med proaktiv markedsføring, hva er lov å ha i byene hvordan man planlegger byene, når man handler kanskje like god mulighet for å kjøpe brukt som nytt,

holdningskampanjer på skolene, mange ulike ting som endrer hvordan vi tenker om ting og mulighetene. Og prisen kan endres.

Silje legger til:

Jeg tenker også knyttet til de høye inntektsklassene, det er de som setter standarden for hva som er fint og flott. Der er det mange som kan gå i seg selv og ikke legge standarden så høyt, vi vet folk føler seg sosialt ekskludert uten dyr vinterjakke på ungdomsskolen eller delta i 4-5 aktiviteter. Det er også en form for holdningskampanje, hvem presser egentlig opp statusjaget vårt?

Spørsmål: *veldig stor forskjell på inntekt, 4 høyt opp. der tenker jeg at de med høy inntekt har som du sier veldig mange aktiviteter, idretter, de skal ha 5 par forskjellige ski, det gjør ikke de som har lavere inntekt de har knapt nok råd til å leie hva vi kan gjøre med det vet jeg ikke*

Svar: Hvordan ble det sånn at de høyeste klassene i samfunnet kunne definere hva det er vi trenger å ha og hvorfor er det sånn at det skal være skamfullt å ikke ha det? Synes det er rart at ved snakk om barnefattigdom snakker vi om at de ikke får delta i aktiviteter, hvem har satt standarden om at vi må ha det? Den standarden settes i en høyere klasse, det er de som forfekter det. Her er det bare å begynne å jobbe.

Oppfølgingsspørsmål: *I barnehager må man ha dobbelt utstyr, pålagt å ha ute, inntøy, regntøy og dobbelt opp. hjemme og i barnehagen. Det blir også et problem for de som har lav inntekt og ha dobbelt utstyr over alt.*

Svar: Jeg vet i noen østkant bydeler i Oslo er man flinke til å samle sammen ting i barnehagen, det kunne man tenkt også i et bærekraftsperspektiv andre steder også. Men der gjøres det fordi man vet utstyrsnivået er ikke tilstrekkelig for hva barnehagen egentlig ønsker seg. Noe av det jeg prøvde å påpeke er at vi har myndigheter og skolevesenet som i utgangspunktet har forventninger til hva vi skal gjøre og hva vi skal ha. Vi er nok litt skyldige vi og.

Spørsmål: *Hvilket tallgrunnlag ligger til grunn for inntekt og formue, er det realistisk?*

Svar: Basert på forbruksundersøkelsen fra SSB i 2022, er det vel omtrent 9000 norske husholdninger som er med. Da har de blitt bedt om å lage en dagbok over noen uker, forskjellige tidspunkt over året på basis av hva de tjener og levere inn kvitteringer og hva de har brukt på forskjellige ting. Det er tallmaterialet der, i undersøkelser vil det alltid være feil og mangler.

Spørsmål: *Hva tenker dere om vurderinga av skatteflyktinga, i hvilken grad kan man putte negative konsekvenser for de aller rikeste uten at de flytter hvor strenge tiltak kan vi legge på de øverste før det bikker?*

Svar: Jeg vet ikke om jeg har noe med det med skatteflyktinger, i utgangspunktet kunne man sett for seg andre type tiltak som det med en kostnad knyttet til avhending f.eks hvis man kjøper bil og bytter ut ofte vil det koste deg litt, felleskostnader som er avfallet vårt en del av kommunale avgifter. Det kunne vært en løsning, litt farlig å skattelegge, men man kan

se for seg en klimaskatt, men det kan også føre til at den høyeste gruppen er mer flinke og også blir påvirket.

Spørsmål: *Referansebudsjettet. Hadde det vært en idé å hatt et budsjett som faktisk speila et bærekraftig forbruk slik at de i det øvre siktet kan få en bevisstgjøring? En som har boliglån har vært gjennom budsjetttrunden og da tenker man over sitt eget forbruk, om man kunne hatt et budsjett som i tillegg viser et bærekraftig forbruk*

Svar: Ja, så absolutt, så hvis noen har forskningsmidler så setter jeg i gang.

Spørsmål: *Det går jo an å kjøpe enten tre bukser til 500 som varer kort, eller en bukse til 1500 som varer lenger. Har dere eksempler på at folk ha en bukse som varer lenge eller tre bukser som varer kort? og med EU-direktiver legger minste varetid på klær mot at de koster mer, er det noe forbrukere synes er greit eller er det mye politisk motvilje?*

Svar Vi er alle ulike så for folk som hater shopping bruker de samme bukse og er fornøyd hvis det varer lenger. de som er unge og ofte bytter stiler og vokser og trenger bytte litt oftere, gå til voksenlivet og jobblivet må fornye da er gjenbruk litt bedre. Levetidsmerkning er ikke nødvendig at dyre ting varer lengre, syntetisk materiale er sterke men ofte billigere enn andre. f.eks treningstøy.