MISTRA
SUSTAINABLE CONSUMPTION
FROM NICHE TO MAINSTREAM

Att inreda hållbart?

En kartläggning av vad hållbar heminredning kan innebära

ISBN: 978-91-7873-130-5

TRITA: TRITA-ABE-RPT-193

Referens till rapporten:

Lehner, M., Schoonover, H., Mont, O., Bradley, K., Kamb, A. och Svenfelt, Å. (2019). *Att inreda hållbart? En kartläggning av vad hållbar heminredning kan innebära.* Mistra Sustainable Consumption, Rapport 1:1. Stockholm: KTH.

Förord

Denna rapport har tagits fram inom forskningsprogrammet *Mistra Sustainable Consumption – från nisch till mainstream* som engagerar forskare från olika vetenskapliga discipliner och samhällspartners från offentlig sektor, näringsliv och civilsamhälle. Syftet med programmet är att stimulera en övergång till mer hållbar konsumtion. Forskningen är finansierad av Mistra, Stiftelsen för miljöstrategisk forskning, samt med medfinansiering från samtliga deltagande universitet och samhällspartners.

De som skrivit texter till rapporten är Matthias Lehner, Heather Schoonover, Oksana Mont, Karin Bradley, Anneli Kamb och Åsa Svenfelt. Karin Bradley och Anneli Kamb har också varit redaktörer för rapporten. Miriam Börjesson Rivera, Annika Carlsson-Kanyama, Mikael Klintman, Vishal Parekh, Ola Persson, Eleni Stamatopoulou, Maria Thorson och Hanna Zetterberg har bidragit med underlagsmaterial. Alla partners, listade nedan, har bidragit med inspel till kartläggningen av hållbara konsumtionspraktiker. Emma Gerdin har arbetat med layout och bildsättning. Johan Jarelin på Konsumentverket, Ulrika Celin Wedin på Lunds kommun och Nina Wolf på Göteborgs stad har läst och bidragit med värdefulla kommentarer.

Denna rapport har två syskonrapporter som är upplagda på liknande sätt och som har gemensamma inlednings- och avslutningstexter. De tre rapporterna *Att äta hållbart?*, *Att semestra hållbart?* och *Att inreda hållbart?* finns tillgängliga i digital form via programmets hemsida: www.sustainableconsumption.se.

Stockholm och Lund den 4 februari 2019

Om forskningsprogrammet

Mistra Sustainable Consumption – från nisch till mainstream är ett forskningsprogram bestående av:

Forskare från: KTH, Chalmers, Lunds universitet, Göteborgs universitet, Karolinska Institutet, Luleå Tekniska universitet, SLU och SCB. KTH är programvärd.

Samhällspartners: ICA, Oatly, Food for Progress, Max Burgers, Stena Line, Ving, Centralens Resebutik, IKEA, Hemtex, ReTuna, Konsumentverket, Naturvårdsverket, Världskulturmuseerna, Västra Götalandsregionen, Turistrådet Västsverige, Lunds kommun, Malmö stad, Göteborgs stad, Svenska Naturskyddsföreningen, Svenska Turistföreningen, Visita och Camino.

Innehållsförteckning

Förord

1 Inledning 6

2 Hållbar konsumtion – vad betyder det? 7

2.1 Hållbart – i vilken bemärkelse? 7

2.2 Visioner om hållbar konsumtion från olika samhällsgrupper 8

3 Bakgrund till (o)hållbar inredning 10

4 Klustring av hållbara inredningspraktiker 12

5 Potentiellt hållbara inredningspraktiker – exempelsamling 14

5.1 Att få tillgång istället för att köpa 14
Att dela mellan privatpersoner 14
Att dela via centraliserat system 15
Att hyra 15

5.2 Att göra saker användbara igen 16
Att reparera 16
Att förnya det slitna 16
Att "upcycla" 17

5.3 Att använda oftare och längre 17
Att köpa produkter av högre kvalitet 17
Att köpa modulära produkter 18
Att specialanpassa produkter 18

5.4 Att köpa begagnat 19
Att köpa begagnat från privatpersoner 19
Att köpa begagnat från företag 19

5.5 Att stödja hållbar produktion 20
Att köpa produkter som tillverkats på 20
hållbart sätt 20
Att köpa specialtillverkade produkter 20
Att återvinna 21

5.6 Att bo hållbart 21
Att bo mindre 21
Att bo mer kollektivt 22
Att leva enkelt 22

6 Diskussion 23
6.1 Effektivitet kontra tillräcklighet 23
6.2 En typologi för hållbar konsumtion 24
7 Förteckning över insamlade exempel 26
7.1 Att få tillgång istället för att köpa 26
7.2 Att göra saker användbara igen 27
7.3 Att använda oftare och längre 28
7.4 Att köpa begagnat 28
7.5 Att stödja hållbar produktion 29
7.6 Att bo hållbart 29
8 Referenser 30

1 Inledning

Idag finns en relativt utbredd kunskap om att konsumtionen i länder som Sverige inte är hållbar. En stor del av miljöpåverkan från den svenska konsumtionen sker utomlands, i de länder där varorna produceras.[1] Samtidigt finns det ett underskott på forskning om vad hållbar konsumtion egentligen innebär och hur vi kan ställa om i en sådan riktning – som individer, som företag, via civilsamhällets organisationer och via politiken. Denna rapport är del av forskningsprogrammet *Mistra Sustainable Consumption – från nisch till mainstream*. Målet med programmet är att bidra till omställning genom ökad kunskap om hur hållbar konsumtion som idag praktiseras av ett fåtal kan skalas upp och bli mer vanlig. Fokus är på områdena mat, semestrande och heminredning.

För att kunna utforska vägar mot mer hållbar konsumtion behöver vi dock först förstå vad hållbar konsumtion kan innebära, hur det tolkas och hur det kan praktiseras. Under programmets första fas har vi därför gjort en bred kartläggning av vad hållbar konsumtion inom mat, semestrande och heminredning kan betyda. Fokus här är på *konsumtionspraktiker* – vilket innebär att se människors konsumtion i sitt sammanhang. Många olika faktorer påverkar hur människor utför konsumtionspraktiker (till exempel att äta, att shoppa, att semestra) tillsammans med andra människor. Det handlar om mer eller mindre medvetna val utifrån de förutsättningar och sociala normer och den samhällsstruktur som finns; huruvida människor exempelvis åker tåg på semestern beror på utbud och pris men också på vilken kunskap personen ifråga har, eller lätt kan skaffa sig, om detta, hur detta betraktas av ens sociala krets och så vidare.

Denna rapport är en av tre, där de andra två behandlar semestrande och mat. Sammanlagt har nästan 700 exempel på hållbar konsumtion inom mat, heminredning och semestrande samlats in genom workshops med representanter från programmets tjugotal samhällspartners och tjugotal forskare, via litteraturöversikter och genomgång av rapporter, webbsidor, magasin och sociala medier som berör hållbar konsumtion i Sverige och internationellt samt via en webbenkät och via intervjuer med ett antal internationella forskare. Webbenkäten har spridits i forum som intresserar sig för hållbar konsumtion – internationella forskar- och praktikernätverk, Forum för miljösmart konsumtion, Svenska Naturskyddsföreningens medlemmar och en rad olika Facebook-grupper som berör miljö-, konsumtions- och/eller omställningsfrågor. Enkäten har funnits på både svenska och engelska och varit öppen mellan april och oktober 2018. Det som efterfrågades i enkäten var exempel på konsumtionsvanor, produkter, tjänster eller initiativ som kan anses vara mer miljömässigt och/eller socialt hållbara jämfört med vad som utgör mittfåran i Sverige idag. Exemplen kunde vara hämtade från olika delar av världen, vara sådant som praktiseras nu, historiskt och/eller är under utveckling. Tanken var att nå bortom de vanligaste föreställningarna om hållbar konsumtion och sådant som marknadsförs som eko, hållbart eller grönt. De insamlade exemplen har sedan kategoriserats av programmets forskare och illustrerats i denna samt de två syskonrapporterna – *Att semestra hållbart?* och *Att äta hållbart?*

Denna rapport handlar om *uppfattningar* om vad hållbar konsumtion av heminredning kan vara men gör inte anspråk på att bedöma effekterna av olika konsumtionspraktiker och därmed säga vad som är mer eller mindre hållbart. Hållbarhetsbedömningar av olika konsumtionspraktiker kommer att göras i nästa steg i programmet. På så vis utgör dessa tre rapporter en grund för det fortsatta arbetet inom programmet och målgruppen är deltagare i programmet samt personer som på andra sätt arbetar med eller intresserar sig för hållbar konsumtion.

1 Ca två tredjedelar av utsläppen av växthusgaser till följd av svensk konsumtion sker utomlands. För detaljer och siffror om annan miljöpåverkan se Steinbach et al. (2018).

Figur 1: Omslag från de tre syskonrapporterna.

Rapporten är strukturerad så att den efter denna inledning beskriver vad hållbar konsumtion kan betyda ur olika vetenskapliga perspektiv samt enligt olika samhällsgrupper (avsnitt 2). Därefter kommer ett avsnitt (3) om vad som utgör hållbarhetsutmaningarna just inom heminrednings-området. Detta följs av en redogörelse för den kategorisering som gjorts av de 178 insamlade exemplen inom inredningsområdet samt en illustration av dessa "kluster" (avsnitt 4). Därefter kommer en exempelsamling som beskriver och illustrerar de olika konsumtionspraktikerna. Detta följs av en diskussion och en typologi över hur man kan förstå olika typer av hållbar konsumtion. En fullständig redogörelse för exemplen ur de olika kategorierna med länkar för vidare läsning finns i *Förteckning över insamlade exempel*.

2 Hållbar konsumtion – vad betyder det?

2.1 Hållbart – i vilken bemärkelse?

Konsumtion av varor och tjänster utgör en viktig bas i det samhälle vi byggt upp i Sverige. Möjligheter till produktion, handel och konsumtion av varor har ökat kraftigt, framförallt efter andra världskriget, och har skapat möjligheter till ökat välstånd, välfärd och valfrihet för många. Samtidigt finns många baksidor av dagens konsumtion, sociala såväl som miljömässiga. Det finns också stora skillnader i hur olika samhällsgrupper konsumerar – både i vilka varor och tjänster det gäller, samt i omfattningen av denna konsumtion.[1]

Sammantaget ger den svenska konsumtionen upphov till omfattande miljökonsekvenser. Det gäller utsläpp av växthusgaser men också ianspråktagande av odlingsbar mark, användning av icke-förnybara resurser som metaller, användning av färskvatten och utsläpp av miljögifter.[2] Enligt Världsnaturfondens *Living Planet*

1 Nässén et al. (2015) och Larsson och Bolin (2014).
2 WWF (2018) och Steinbach et al. (2018).

Report från 2018 lever genomsnittssvensken som om vi hade fyra jordklot. Enligt WWFs rankning av alla länders ekologiska fotavtryck per capita ligger Sverige på fjortonde plats – bland världens "värstingländer".[3] Problemen förknippade med dagens konsumtionsmönster handlar också om sociala aspekter – arbetsvillkor i produktionen, påverkan på producenternas såväl som konsumenternas hälsa, välfärdssjukdomar som stress och övervikt. Räknar vi på det som produceras i Sverige är vi jämfört med andra länder skickliga på hållbarhet eftersom den förhållandevis lilla andelen produktion vi har i Sverige bedrivs med relativt hållbara produktionsmetoder och vi har tillgång till energi med låga klimatutsläpp. Räknar vi däremot in den miljöpåverkan som sker i resten av världen till följd av svensk konsumtion av varor och tjänster är vi betydligt sämre eftersom vår konsumtionsnivå är hög internationellt sett.[4] Det innebär att vi har flyttat vår miljöpåverkan till andra länder, där invånarna ofta har mindre resurser och drabbas hårdare av miljöeffekterna.[5]

För att komma till rätta med problemen som vår konsumtion orsakar, behövs en omställning till mer hållbar konsumtion, i Sverige såväl som globalt. Ett av de sjutton globala hållbarhetsmålen handlar just om Hållbar konsumtion och produktion.[6] Vad detta innebär och hur det ska gå till är en komplicerad fråga, men redan nu finns mycket forskning och kunskap om vad hållbar konsumtion kan innebära.[7] Vi vet redan att konsumtion av varor och tjänster som orsakar stora utsläpp av växthusgaser, t.ex. rött kött och flygresor, behöver minska om överenskomna klimatmål ska uppnås.[8] Vi vet också att vi behöver bli bättre på att ta tillvara naturresurser genom att dela, återvinna och återanvända mer, samt köpa produkter av högre kvalitet. Hållbar konsumtion skulle alltså t.ex. kunna vara att minska köttkonsumtionen och äta mer vegetabilier, att semestra i närområdet eller att åka tåg istället för att flyga samt att köpa begagnade möbler istället för nya.

Men det finns många andra exempel på vad som skulle kunna vara hållbar konsumtion som inte alltid utgår ifrån ett miljöperspektiv. Vi vet exempelvis att vi i Sverige behöver konsumera mindre socker för att förbättra folkhälsan.[9] Hållbar konsumtion kan också handla om att stärka lokalsamhället, den lokala gemenskapen och ekonomin, kanske genom att handla från ett lokalt kooperativ. Det kan också handla om att bredda sina praktiska kunskaper, t.ex. genom att odla mat eller gemensamt vårda och reparera ting.[10] Motiven till att utveckla sådana praktiska färdigheter kan handla om välbefinnande, social gemenskap och/eller för att ha alternativa försörjningssystem vid kriser eller katastrofer. I detta arbete med kartläggning av hållbara konsumtionspraktiker har vi varit angelägna om att inte bara fånga in konsumtion av varor och tjänster som marknadsförs eller ramas in som "ekologiskt hållbara", "gröna" eller "eko" utan också få med konsumtionspraktiker som präglas av andra former av hållbarhetstänkande. Det kan exempelvis vara sådant som görs av primärt ekonomiska skäl, som att vårda och reparera, samt befintliga såväl som historiska praktiker. Hållbar konsumtion kan med andra ord yttra sig på en rad olika sätt och hur detta tolkas skiljer sig mellan olika samhällsgrupper och individer.

2.2 Visioner om hållbar konsumtion från olika samhällsgrupper

Vad är hållbar konsumtion och vad borde det vara? Svaret beror på vem du frågar och vad som läggs in i begreppet och det är också en av forskningsfrågorna i *Mistra Sustainable Consumption*. Beroende på perspektiv och utgångspunkt skulle hållbar konsumtion kunna handla om allt från

3 En förklaring av hur ekologiska fotavtryck beräknas finns i WWF (2018) och på WWFs hemsida: https://www.wwf.se/wwfs-arbete/ekologiska-fotavtryck/sa-beraknar-man-ekologiska-fotavtryck/1157938-ekologiska-fotavtryck-sa-beraknar-man-ekologiska-fotavtryck.
4 Se Steinbach et al. (2018) och WWF (2018).
5 Se t.ex. Dorninger och Hornborg (2015).
6 Se sammanställning av globala mål på UNDP i Sveriges hemsida: http://www.globalamalen.se/om-globala-malen/mal-12-hallbar-konsumtion-och-produktion/.
7 Se t.ex. Breukers et al. (2011) och Larsson (red.) (2015).
8 Se t.ex. Larsson (red.) (2015) och Hedenus et al. (2014).
9 Folkhälsoinstitutet (2008).
10 Jaeger-Erben et al. (2015).

minskad klimatpåverkan, vattenanvändning och användning av bekämpningsmedel, till bra hälsa, god ekonomi, fred och bra arbetsvillkor. För att programmet ska kunna forska fram lösningar och förslag som blir relevanta och kan bidra till en bred omställning är det därför viktigt att inte bara utgå från forskarnas och samhällspartners perspektiv utan även låta andra grupper få komma till tals. Under 2018 har vi därför arrangerat en serie gruppdiskussioner där olika deltagare har reflekterat över vad hållbar konsumtion innebär samt tagit fram visioner för hållbar konsumtion.

Framtiden är varken förutbestämd eller ett helt oskrivet blad. Genom att använda visioner för att föreställa oss en önskvärd framtid kan vi både forma och möta den, samt skapa en annan berättelse om framtiden. Fredsforskaren Elise Boulding menade att visioner om framtiden både kan ge oss verktyg för social förändring, och hjälpa oss att inte fastna i att tänka på hinder.[11] Genom att presentera något som radikalt skiljer sig från idag uppmuntras diskussion om hur det är nu.

Fyra grupper har hittills fått diskutera vad som är viktigt när det gäller hållbar konsumtion, samt skapa visioner. En grupp bestod av personer från universitet, företag, myndigheter och kommuner som är aktiva inom forskningsprogrammet, en annan grupp bestod av pensionärer i glesbygd, en tredje bestod av nyanlända arabisktalande kvinnor i 30-årsåldern boende i Mälardalen och den fjärde bestod av medelålders höginkomsttagare boende i Stockholm.

Gruppen med deltagare som är aktiva inom forskningsprogrammet fokuserade t.ex. på välbefinnande som inte bygger på konsumtion, att det ska finnas balans mellan arbete och fritid samt att allt som går att köpa ska vara hållbart. De nyanlända kvinnornas vision fokuserade t.ex. på fred, hälsa och kunskap om hållbar konsumtion samt att mycket kan vinnas om tillverkning och användning av vapen upphör. De önskade att de naturresurser som idag läggs på krigsmaskineriet istället används för att främja återuppbyggnad och bekvämlighet. Visionen från pensionärer i glesbygd fokuserade på att det ska finnas miljövänliga material och drivmedel, att varor ska ha hög kvalitet, att vi ska kunna återbruka och att alla ska ha rent dricksvatten. Den grupp som bestod av höginkomsttagare i Stockholm fokuserade på globalt samarbete över gränserna, på individ-, företags- och samhällelig nivå, samt ökad kunskap och teknikutveckling som ger förutsättningar för kloka val. En tydlig slutsats utifrån gruppdiskussionerna är att det som lyfts fram som viktigt i anslutning till hållbar konsumtion till stor del skiljer sig beroende på vilka som är del av diskussionen, och det är därför viktigt med ett brett underlag när vägar mot omställning planeras.

11 Boulding (1995).

3 Bakgrund till (o)hållbar inredning

Konsumtionen av inredning och hemtextil i Sverige har genomgått en påfallande förändring under de senaste två decennierna. Sedan den ekonomiska krisen i början på 1990-talet har konsumtion av inredningsprylar utvecklats till en dynamisk marknad med hög tillväxt. Mellan 2006 och 2016 har sektorn "inredning, hushållsartiklar, och underhåll" varit ett av de snabbast växande konsumtionsområdena i Sverige med en tillväxt på 44%[1], vilket ligger långt över genomsnittstillväxten för samma period (23%).[2] Utvecklingen skiljer sig därmed avsevärt från tiden före krisen, då sektorn genomgick tre decennier av tillväxt som låg under genomsnittstillväxten för all svensk konsumtion.[3]

En rad faktorer kan förklara detta trendbrott. Förändringen började efter den allvarliga ekonomiska krisen som Sverige genomgick i början på 1990-talet. Då började bostadsmarknaden återhämta sig, först långsamt, och sedan med allt högre värdeökning. Samtidigt ökade antalet bostadsrätter och egna hem jämfört med hyresrätter, och låga räntor tillsammans med låg arbetslöshet ledde till en mer aktiv bostadsmarknad.[4] Denna utveckling påverkade konsumtionsmönstren i Sverige på flera sätt. Bland annat utvecklades medielandskapet kring den alltmer aktiva och högt värderade bostadsmarknaden och ett flertal nya tidskrifter och TV-program etablerades som inriktade sig specifikt på inredning. Dessutom presenterades heminredning alltmer som en livsstil och något som är identitetsskapande. Sammantaget innebar detta en förändrad syn på hemmet, från en privat plats som sköttes framförallt av en kvinna, till ett alltmer offentligt och identitetsskapande rum som engagerade alla i hemmet och som också fungerade som ett investeringsobjekt. Utvecklingen av sociala medier bidrog till denna förändring.[5]

Trots inredningskonsumtionens ökade betydelse för konsumenten och ekonomin i Sverige har sektorns miljöpåverkan fått relativt lite uppmärksamhet i forskningen.[6] Heminredningssektorns miljöpåverkan handlar om klimatpåverkan och luftföroreningar från produktion och transporter, kemikalieutsläpp, förbrukning av råvaror och vatten, en ökad avfallsmängd, med mera.[7]

Hållbara konsumtionspraktiker inom inredningssektorn kan betecknas som nischer och kan inte sägas ha slagit igenom på den breda marknaden i Sverige. Även om t.ex. andrahandsmarknaden för inredning har fått mycket uppmärksamhet under den senaste tiden är dess andel av den totala marknaden mycket liten.[8] Detsamma gäller för reparation av inredningsprylar.[9] I andra fall går trenden faktiskt tvärtemot hållbara konsumtionsmönster. I samband med att hemmet har blivit en livsstilsfråga har inredningskonsumtion alltmer kommit att likna modebranschen där trender och säsonger i hög grad påverkar konsumtionen.[10] Det blir också allt vanligare med individuellt ägande av resurser kopplade till bostaden istället för delad användning. Under det senaste decenniet har det t.ex. skett en minskning av gemensamma tvättstugor i nybyggda flerbostadshus, istället har det blivit vanligare att varje hushåll har en egen tvättmaskin.[11]

1 Roos (2017).
2 Ibid.
3 Roos (2016).
4 Svensk Handel (2017).
5 Roos (2016).
6 Hoxha och Jusselme (2017).
7 Parikka-Alhola (2008).
8 Roos (2016).
9 Svensk Handel (2017).
10 Roos (2016).
11 Se artikel i Hem & Hyra: www.hemhyra.se/nyheter/tvattstugans-era-ar-forbi-nya-hem/.

Gall Gall
Flowers & More
europ

4 Klustring av hållbara inredningspraktiker

Det finns en uppsjö av praktiker som uppfattas ha potential till att minska de negativa effekterna som vår konsumtion av heminredning orsakar. Alla de exempel som har samlats in inom *Mistra Sustainable Consumption* har sorterats in i olika praktiker. Därefter har sex kluster av praktiker identifierats. Dessa praktiker rör olika aspekter av konsumtion: från anskaffning och användning, till kvittblivning av produkter. Konsumtionspraktikerna i respektive kluster beskrivs mer i detalj i vår *Exempelsamling* på sid 14-22 och i *Förteckningen över insamlade exempel* på sid 26-29.

I vår analys begränser vi begreppet "att inreda hållbart" till möbler och hemtextilier i hemmet. Därmed inkluderas inte fast inredning och byggnadsstruktur. Ingen praktik som vi har identifierat är per definition hållbar, utan hållbarhetspotentialen beror på vad effekterna blir om praktiken skalas upp och vad detta jämförs med. Vi har valt att beskriva varje praktik för sig i kapitel fem, men vissa av praktikerna kan kombineras med andra och en konsumtionspraktik kan ha positiva följdeffekter och leda till hållbara praktiker även inom andra områden. De sex klustrena är:

Att få tillgång istället för att köpa
Klustret omfattar praktiker som ger individer tillgång till prylar utan att köpa dem. Praktikerna i klustret skiljer sig åt genom vilka aktörer som deltar i transaktioner. Att låna, få och ge bort omfattar praktiker då individer ger eller tillfälligt upplåter sina saker till andra. Att dela omfattar praktiker då prylar ägs tillsammans och många individer kan använda dessa under en given tidsperiod. Att hyra omfattar praktiker då ägaren är ett företag och individer betalar för att få enskild tillgång till en produkt under en bestämd tidsperiod.

Att göra saker användbara igen
Klustret består av praktiker som går ut på att göra möbler eller prylar som annars skulle kastas användbara igen. Klustret är strukturerat utifrån på vilket sätt sakerna görs användbara igen: t.ex. genom reparation eller förnyelse av slitna prylar ("refurbish" på engelska), eller genom att "upcycla", d.v.s. göra en ny produkt av något som annars skulle betraktas som avfall.

Att använda oftare och längre
Hur ofta och hur länge man kan använda prylar beror på produktens kvalitet och design. Vi strukturerade detta kluster utifrån produkttyp: högkvalitativa, modulära och specialanpassade ("customized" på engelska) prylar. Det senare kan innebära måttbeställda möbler såväl som egenhändigt fixade inredningsdetaljer.

Att köpa begagnat
Klustret innehåller praktiker som handlar om att köpa begagnade prylar. Klustret är kategoriserat utifrån vem den tidigare ägaren var: en privatperson som säljer sina heminredningssaker på andrahandsmarknaden eller ett företag som säljer andrahandsprylar till konsumenter.

Att stödja hållbar produktion
Hållbar konsumtion kan också uppnås när konsumenter handlar mer hållbara produkter och därigenom stödjer val av mer hållbara råvaror och produktionsprocesser. Detta kluster omfattar praktiker som går ut på att köpa prylar tillverkade på ett hållbart sätt eller specialtillverkade enligt konsumentens önskemål, samt praktiker som innebär en miljöanpassad återvinning av produkter.

Att bo hållbart
Eftersom konsumtion av heminredning äger rum inom den bredare praktiken att bo omfattar vår analys även ett kluster som handlar om att bo hållbart. Klustret omfattar praktiker som: att leva mer kollektivt och därmed samnyttja inredning, att leva enklare och att leva på mindre yta. Dessa praktiker är relevanta för vår analys eftersom de kan påverka mängden och typ av möbler och inredning som konsumeras.

Figur 2: Kluster av potentiellt hållbara konsumtionspraktiker inom heminredning.

5 Potentiellt hållbara inrednings-praktiker – exempelsamling

Nedan följer en beskrivning av alla praktiker som illustrerades på föregående sida. Fokus ligger här på konsumentens perspektiv samt vilket hållbarhetssyfte som praktiken berör. Därför lyfter vi inte fram särskilda aktörer eller produkter i någon större utsträckning. Till varje praktik finns ett urval av länkar för vidare läsning. Önskar man läsa mer om specifika aktörer och produkter samt hitta ytterligare läsning finns fler exempel på de insamlade praktikerna listade i *Förteckningen över insamlade exempel* längst bak i denna rapport. Där kan man även läsa på vilket sätt praktiken har potential att vara hållbar samt vilken typ av aktör som kan erbjuda eller underlätta praktiken.

5.1 Att få tillgång istället för att köpa

Att dela mellan privatpersoner

Människor har alltid lånat och gett bort inom sina familjer och sitt sociala nätverk. Nya internetplattformar möjliggör dessa praktiker mellan privatpersoner ("peer-to-peer" på engelska) som inte känner varandra. En rad olika appar och sociala medienätverk gör det möjligt för individer att erbjuda och efterfråga produkter som andra inte behöver eller inte längre vill ha. Vissa av dessa plattformar fokuserar på att förena individer inom ett geografiskt närområde, t.ex. Facebook Bortskänkes-grupper.

Läs mer:
www.freecycle.org/
www.streetbank.com

Att dela via centraliserat system

Ett bibliotek är ett välkänt exempel på ett centraliserat system som tillgängliggör produkter för många individer och minskar behovet av att köpa och äga enskilt. Utöver det traditionella biblioteket finns det nuförtiden en rad olika bibliotek för prylar, t.ex. verktygsbibliotek. Dessa prylar kan användas för att underhålla, reparera och förnya befintlig inredning eller minska behovet av temporär inredning, såsom möbler för feständamål, och därmed minska konsumtionsbehovet. Ibland drivs dessa bibliotek av traditionella bibliotek som har utökat sina tjänster till att omfatta också sådant som verktyg och symaskiner. Ibland etableras sådana bibliotek av ideella organisationer eller medborgargrupper. Många av prylbiblioteken erbjuder möjligheten att hitta och boka prylar via en onlinetjänst, men till skillnad från rena internetplattformar omfattar sådana bibliotek också ett fysiskt lager, d.v.s. en central plats där alla prylar förvaras, hämtas ut och lämnas in. På vissa bibliotek behöver man betala en medlemsavgift, många erbjuder också kurser och tillhandahåller litteratur om hur man använder och underhåller prylar.

Läs mer:
www.libraryofthings.co.uk/
www.hillsboro-oregon.gov/departments/library/explore-the-collections/library-of-things

Foto: Chas Redmond. Bild beskuren av Emma Gerdin.
Bildkälla: https://www.flickr.com/photos/34768732@N00/5613734391

Att hyra

Att hyra inredning är ett annat sätt att få tillgång till produkter utan att nödvändigtvis köpa och äga enskilt. Idag finns det ett flertal organisationer och företag som hyr ut såväl enskilda produkter som hel inredning. Tjänsten riktar sig primärt till speciella tillfällen (bröllop, fest, husvisning) och till personer som flyttar ofta (t.ex. studenter, diplomater eller personer som arbetar internationellt). Organisationerna som erbjuder dessa tjänster kan vara vinstdrivna företag eller icke-vinstdrivna föreningar, och de kan köpa in nya produkter till sin verksamhet eller samla in och sätta ihop begagnade möbler. Affärsmodellerna för dessa organisationer marknadsförs oftast med argumentet att man säljer bekvämlighet, dock är potentiella miljövinster möjliga eftersom man kan såväl förlänga livstiden på begagnade möbler och förhindra att temporär inredning köps nytt.

Läs mer:
www.livefeather.com/
tableandteaspoon.com/

5.2 Att göra saker användbara igen

Att reparera

Reparationer förlänger produkters livslängd och idag finns det såväl professionella reparationstjänster som olika initiativ för att hjälpa individer att reparera själva, exempelvis finns Wiki-sidor och Youtube-kanaler där människor delar kunskap om hur man repererar saker på ett enkelt sätt. Så kallade reparationskaféer ("Repair cafés" på engelska) eller öppna reparationsverkstäder uppmuntrar människor att reparera (och att lära sig att reparera) tillsammans genom att erbjuda en mötesplats, tillgång till verktyg och material. Ofta finns det volontärer på plats som kan hjälpa till eller så anordnas kurser eller workshops av volontärer eller deltagarna själva. Reparationskaféer samordnas oftast av icke-vinstdrivande organisationer eller kommuner som har som målsättning att minska "slit-och-släng-kulturen" i samhället.

Läs mer:
therestartproject.org/
repaircafe.org/

Att förnya det slitna

Även produkter som är fungerande behöver uppdateras ibland på grund av sitt utseende eller nedsatt funktionalitet. Istället för att ersätta hela produkten med en ny kan man uppdatera utseendet eller funktionen, man kan t.ex. klä om en fåtölj eller slipa och lackera ett träbord. Även här finns idag omfattande information på internet och sociala medier om hur man förnyar gamla varor. Dessutom går det att köpa förnyade prylar, antingen från företag som genomför arbetet professionellt, eller från privatpersoner.

Läs mer:
mobelbruket.se/
www.etsy.com/market/refurbished_furniture

Att "upcycla"

"Upcycling" beskriver en process då nya produkter görs av produkter och material som annars skulle betraktas som avfall. Istället för återvinning, där ett nytt material av lägre värde skapas genom att bryta ned det befintliga materialet, innebär upcycling att man använder samma material för att skapa produkter av samma eller högre värde. Ett exempel är att använda en pall som ett kaffe-bord eller att bygga om ett gammalt skåp till en köksö. Även för upcycling finns det omfattande information och idéutbyte på internet. Det finns också organisationer som erbjuder kurser i upcycling. Färdiga upcyclade produkter går även att köpa i en del fysiska butiker samt på internet. Förutom att upcycling hjälper att minska avfallsmängden kan det vara ett kreativt sätt att göra sitt hem personligt.

Läs mer:
upcyclecollective.se/
www.upcyclethat.com/make-that/furniture/

5.3 Att använda oftare och längre

Att köpa produkter av högre kvalitet

Att köpa hållbara, högkvalitativa produkter möjliggör att de kan användas länge utan behov av reparation eller förnyelse. Produkter av hög kvalitet kan komma från exklusiva inredningsvaruhus såväl som från andrahandsmarknaden (t.ex. auktioner, men också vissa andrahandsbutiker eller antikhandlare). Man kan också hyra denna typ av möbler och produkter. Som privatperson kan man även köpa möbler som primärt är tänkta till offentliga miljöer då dessa ofta är hållbara och slitstarka.

Läs mer:
www.vitra.com/en-se/about-vitra/company/sustainability
vermontfurnituredesigns.com/our-difference.html

Att köpa modulära produkter

Att köpa modulära produkter kan bidra till att reducera det totala behovet av nya produkter vid förändrade omständigheter. Modulär inredning bygger på standardiserade komponenter som kan konfigureras utifrån behov. Det kan t.ex. handla om soffor uppbyggda av moduler, hyllor som består av flera enheter som man kan sätta samman efter behov eller så kallade växasängar som kan byggas om för att passa olika storlekar på madrasser. Modulär inredning har också fördelen att vara lätt att transportera, vilket minskar risken för att inredning slängs p.g.a. flytt. Modulär inredning erbjuds av både stora och små företag.

Läs mer:
burrow.com/
ikea.se/ (sök "modul")

Att specialanpassa produkter

Att produkter specialanpassas ("customize" på engelska) för just den specifika användaren kan innebära att man blir mer angelägen om att använda och behålla produkten länge. Forskning visar att människor är mer benägna att ta hand om och bevara en produkt som de själva har gjort eller som är specialanpassad för just dem.[1] Att specialanpassa kan i detta sammanhang innebära allt från att göra små utseendeförändringar, som att måla ett visst mönster på sina köksluckor, till att helt bygga om en möbel. Ibland kallas detta för "hacks". Många exempel på hur individer specialanpassar eller "hackar" inredning går att hitta på sociala medier. Det finns även företag som erbjuder hjälp med "hacks", d.v.s. företag som säljer komponenter till populära möbler som gör det möjligt att specialanpassa dessa.

Läs mer:
superfront.com/se/
ikeamuseum.com/en/exhibitions/ikea-hacked/

1 Norton et al. (2012).

5.4 Att köpa begagnat*

Att köpa begagnat från privatpersoner

Att köpa begagnade produkter kan öka deras livslängd och därmed minska mängden avfall och ny konsumtion. Idag finns ett flertal sätt att köpa begagnade produkter: från andrahandsbutiker, loppisar, eller genom "peer-to-peer" nätverk på internet. Många andrahandsbutiker bygger upp sina lager genom att ta emot donationer. Andrahandsbutiker kan vara vinstdrivande såväl som icke-vinstdrivande. "Peer-to-peer" nätverk är ofta organiserade efter geografisk närhet och möjliggör för privatpersoner att både sälja och köpa begagnade produkter av privatpersoner i närområdet, antingen till ett fast pris eller i form av en auktion på nätet. "Peer-to-peer"onlinemarknaden för begagnade produkter har utvecklats snabbt de senaste åren. Värdet av alla produkter som är listade på Sveriges största webmarknad för begagnade produkter motsvarade 14% av landets BNP 2016.[1]

Läs mer:
reuse-network.org.uk/
www.blocket.se/

1 Se Blockets hemsida: www.blocket.se/omblocket.htm.

Att köpa begagnat från företag

Att köpa begagnat handlar ofta om transaktioner mellan privatpersoner. Det är mindre vanligt att företag säljer varor som de själva använt men inte längre behöver. De senaste åren har det blivit enklare för privatpersoner att köpa begagnad inredning från kommersiella aktörer. Inredning från offentliga eller kommersiella miljöer är oftast av hög kvalitet då den behöver klara intensiv användning. Idag finns ett flertal vinstdrivna, icke-vinstdrivna och även kommunala verksamheter som möjliggör köp av begagnade produkter från kommersiella eller offentliga aktörer. Dessutom finns det inredningsexperter och arkitekter som specialiserar sig på återanvändning av begagnad inredning och byggmaterial från kommersiella och offentliga miljöer.

Läs mer:
facilities.umn.edu/reuse-recycling-waste/reuse-program
seconduse.com/

* Ett alternativt sätt att klustra köpet av begagnad inredning är att följa ett konsumenträttsligt perspektiv där man skiljer på vem man köper av (en privatperson eller ett företag). Köper konsumenten i en andrahandsbutik (d.v.s. av en näringsidkare) omfattas köpet av konsumentskyddande lagstiftning, med reklamationsrätt m.m.. Detta gäller inte vid köp direkt från en privatperson eller en mellanhand (t.ex. Blocket). Vi har här istället valt att dra gränsen beroende på varifrån produkten kommer, d.v.s. om det är en privatperson eller en offentlig/kommersiell verksamhet som gör sig av med produkten. Gränsdragningen blir då om inredningen tidigare använts av privatpersoner, då oftast i hemmiljö, eller om produkten har använts i en professionell miljö (oavsett om dessa produkter köps i butik, på nätet eller på loppis).

5.5 Att stödja hållbar produktion

Att köpa produkter som tillverkats på hållbart sätt

Att välja nya produkter som produceras av mer hållbara material och med mer hållbara processer minskar miljöpåverkan och ökar efterfrågan på sådana produkter. Det kan också ge företag bättre ekonomiska förutsättningar att investera i hållbara innovationer och öka kapaciteten att tillverka hållbara produkter. Det finns ett flertal certifieringar för olika hållbarhetsaspekter i produktion av heminredning, t.ex. för trä (FSC, PEFC), och textil (GOTS, NSF/ANSI336). Vissa av dessa standarder är specifika för inredningsbranschen, medan andra omfattar flera branscher.[1] Utöver att köpa certifierade produkter kan individer också köpa produkter som är tillverkade av återvunna material för att minska miljöpåverkan, eller köpa från lokala företag eller privatpersoner för att stärka den lokala ekonomin.

Läs mer:
sustainablefurnishings.org/
furniturescorecard.nwf.org/scorecard/

1 Se hemsida för Ecolabel Index: www.ecolabelindex.com.

Att köpa specialtillverkade produkter

Att köpa specialtillverkade produkter ("made to order" på engelska) innebär att produkten inte är masstillverkad utan istället tillverkad för en specifik kund efter kundens önskemål. Det betyder att producenten inte behöver uppta plats i lager och detta kan minska antalet produkter som inte blir sålda. Stora företag som erbjuder dessa tjänster tillhandahåller oftast en rad standard-designer för dimensioner, tyg och utförande som kunden kan välja från. Mindre företag och hantverkare däremot bygger oftast produkten från grunden, helt efter kundens behov. Ibland samarbetar större företag med mindre lokala företag för att erbjuda tjänsten, vilket också kan innebära en starkare lokal ekonomi. En stor möbeltillverkare kan t.ex. anlita lokala hantverkare för att slutanpassa deras produkter till kunden. Tillverkaren kan erbjuda sina specialtillverkade produkter på webben, i butik ("showroom") eller efter direkt kontakt med designern.

Läs mer:
www.sandtownmillworks.com/custom-pieces/
https://www.opendesk.cc/about

Att återvinna

Även om avfallstrappan klargör att det bästa är att undvika att köpa och slänga produkter, kommer det en punkt då vissa produkter är uttjänta. Då är den mest miljövänliga praktiken att lämna produkten till återvinningssystemet. Vissa bostadsrättsföreningar och hyresvärdar erbjuder grovavfallshantering, och i vissa fall tillhandahåller kommuner materialåtervinning för grovavfall. Dessutom erbjuder tillverkare och butiker i vissa fall möjligheten att lämna tillbaka produkter för återvinning. Det finns också privata återvinningstjänster. I nuläget är det svårt för konsumenten att veta vad som händer med inredningen efter korrekt inlämning till återvinning. Materialåtervinning är möjlig och genomförs i vissa fall men det är också vanligt att sorterad inredning går till energiåtervinning.

Läs mer:
www.terracycle.com/

5.6 Att bo hållbart

Att bo mindre

Storleken på människors boende påverkar inredningskonsumtionen på ett indirekt sätt genom att det påverkar behovet av och utrymmet för inredning. En ny boendetrend kallas för minihus ("tiny house" på engelska) där boendeytan är minimal. Denna trend handlar om att leva enkelt ("downsizing" på engelska) och därmed minska mängden prylar. "Downsizing" kan t.ex. möjliggöras genom att köpa multifunktionella produkter, d.v.s. produkter som tillgodoser flera behov, som en bäddsoffa. Mer avancerade multifunktionsmöbler säljs oftast av specifika tillverkare. Även icke-multifunktionella prylar kan ibland användas på flera sätt, och traditionellt har människor oftast hittat kreativa lösningar för att göra en vanlig möbel till en multifunktionell möbel.

Läs mer:
www.tinyhomefactory.se/http://www.compact-living.com/

Att bo mer kollektivt

Historiskt har kollektivt boende varit normen. Idag är det dock inte ovanligt i länder som Sverige att individer bor själva och delar väldigt få saker med andra. I viss utsträckning praktiserar alla som bor i flerfamiljshus kollektivitet då man ofta delar tvätt-stuga, trapphus och grönytor. I det som vanligtvis kallas kollektivboende har individer egna privata ytor, men delar samtidigt utrymmen som kök, vardagsrum, tvättstuga eller trädgård. Där delar man också på inredning och hemtextiler, eftersom man använder utrymmet gemensamt. I kollektivt boende minskar i regel boendeytan per individ och likaså antalet prylar en individ behöver äga. På senare år har det utvecklats nya och nygamla former av kollektivboende och bogemenskaper.

Läs mer:
http://kollektivhus.se/
www.cohousing.org/
https://www.kgcoliving.com/about/

Att leva enkelt

Detta omfattar ett antal praktiker som inte är specifikt inredningsrelaterade men som påverkar konsumtion i ett bredare perspektiv. Det handlar om makro-trender för hållbara livsstilar som frivillig enkelhet, "minimalism", eller "zero waste". Att nöja sig med det man har, att ha "köpfria" dagar, månader eller år, att minska antalet produkter man äger och att dela med andra. Alla dessa livsstilsbeslut har potential att bidra till att minska fotavtrycket från individens inredningskonsumtion. Det har byggts upp rörelser kring dessa livsstilar som erbjuder kunskap och stöd för individer som vill utforska dessa livsstilar, bland annat på sociala medier, i bloggar eller i specialiserade tidskrifter.

Läs mer:
simplicitycollective.com/
www.theminimalists.com/

6 Diskussion

6.1 Effektivitet kontra tillräcklighet

I kapitel 4 har de insamlade exemplen inom hållbar heminredning grupperats i ett antal tematiska kluster. På samma sätt har vi i de två syskonrapporterna *Att semestra hållbart?* och *Att äta hållbart?* klustrat konsumtionspraktiker inom dessa respektive fält. Men vad finns det för andra sätt att förstå och kategorisera hållbar konsumtion? En uppdelning som flera forskare gör är att skilja mellan miljöstrategier inriktade på ökad *effektivitet* respektive *tillräcklighet*.[1]

Effektivitet handlar i detta sammanhang om någon form av eko-effektivitet där man köper och använder samma typer av produkter/tjänster med lägre miljöbelastning än de som dominerar på marknaden. Det kan t.ex. handla om att köpa kött som producerats med mer miljövänliga djurfoder, köpa en möbel gjord av miljömärkt trä eller semestra med elbil istället för bensinbil. Tillräcklighetsstrategier handlar istället om att på olika sätt klara sig på *mindre* eller andra resurser – genom att köpa färre saker, leva enklare eller genom att få tillgång till saker på andra sätt än att behöva köpa och äga enskilt. I relation till exemplen ovan kan tillräcklighet handla om att dra ner på köttkonsumtionen, vårda eller göra om sin befintliga möbel eller att välja en mindre långväga semester. Det finns dock konsumtionspraktiker och strategier som befinner sig mellan effektivitet och tillräcklighet, t.ex. delning eller tjänstefiering av varor. Att nyttja en bilpoolsbil på semestern kan exempelvis både tolkas som en effektivitetsstrategi men också bidra till tillräcklighet – att färre bilar behövs. Vad som kan anses vara "samma" produkt/tjänst men mer miljövänlig kan också diskuteras. Elbilssemester blir av annan karaktär jämfört med semester med bensinbil då fler pauser krävs, så kanske ska detta snarare tolkas som att en konsumtionspraktik ersatts med en annan. Gränsdragningen mellan vad som är effektivitet och vad som är tillräcklighet är med andra ord inte helt lätt att göra.

Traditionellt har strategier för hållbar konsumtion varit inriktade på att få konsumenter att köpa "rätt" varor – via märkning, information, köpguider etc. – snarare än att få dem att reflektera över om de kan klara sig utan eller på en mindre mängd av varan.[2] Strategier och styrmedel har med andra ord framförallt präglats av en effektivitetslogik snarare än en tillräcklighetslogik.

Tabell 1. Hållbar konsumtion utifrån effektivitet respektive tillräcklighet.

Område	Effektivitetsstrategi	Tillräcklighetsstrategi
Mat	Köpa eko-kött	Köpa mindre kött
Semestrande	Åka på elbilssemester	Åka kortare distans på semestern
Heminredning	Köpa möbel producerat av FSC-märkt trä	Vårda / fixa om befintlig möbel

1 Princen (2003), Mont och Plepys (2008) och Lorek och Spangenberg (2014).

2 Mont el al. (2013).

6.2 En typologi för hållbar konsumtion

Ett annat sätt att förstå och kategorisera hållbara konsumtionspraktiker som kompletterar med perspektiv på delaktighet och kompetenser är den uppdelning som forskaren Melanie Jaeger-Erben med kollegor gjort i fem kategorier: 1) *resurssnål konsumtion*, t.ex. att köpa produkter tillverkade av återvunnet material eller som orsakar lägre utsläpp, 2) *konsumtion som stärker gemenskapen*, det kan handla om att köpa och stödja lokala producenter exempelvis i form av så kallad "community supported agriculture", 3) *konsumtion som är gemensamt organiserad*, former av kollaborativ konsumtion där användarna byter, delar eller lånar tillgångar av varandra, t.ex. byte av bostäder på semestern, 4) *konsumtion inriktad på nyttjande istället för ägande*, som hyra av prylar som används sällan, som möbler för fest, båt på semestern, och 5) *konsumtion som är kunskapsutvecklande*, det kan t.ex. handla om att odla egna grönsaker, att bygga eller sy, fokus här är inte direkt på minskad miljöpåverkan i produktionsledet utan att konsumenter tillskansar sig ökad kunskap om hur varor kan tillverkas och underhållas.[3]

I denna kategorisering är inte bara miljöpåverkan i fokus utan hållbarheten ligger även i om konsumtionen kan bidra till ett stärkt lokalsamhälle, egenmakt eller på andra sätt bredda medborgarens kunskapsrepertoar. Att t.ex. odla grönsaker tillsammans i grannskapet kanske är mer resurskrävande i såväl tid som energi jämfört med att köpa färdigt i mataffären, men det kan bidra till ökad matsäkerhet, välbefinnande, starkare sociala band och egenmakt.

Tabell 2. Typologi över potentiellt hållbara konsumtionspraktiker uppdelat i köp-, användnings- och skapandefaserna med exempel från kartläggningen inom mat, semester och heminredning.

	Köpfasen			**Användningsfasen**		**Skapandefasen**		
	Köpa något med mindre miljö-påverkan	**Köpa något som är socialt schysstare**	**Avstå från att köpa**	**Vårda och nyttja det befintliga**	**Dela, hyra, byta, låna**	**Deläga**	**Gör-det-själv**	**Skapa gemensamt**
Mat	Köpa ekologiskt närproducerat kött	Köpa rättvise-märkt kaffe	Avstå från kött	Göra pytt på matrester	Få/ge överbliven mat via app	Gå med i matkooperativ	Odla hemma	Odla gemensamt
Heminredning	Köpa begagnade möbler	Köpa möbler som tillverkats lokalt	Avstå från att köpa inredning	Vårda dina befintliga möbler	Hyra möbler för tillfälligt behov	Verkstad i grannskapet	Snickra, sy om	Delta i reparations-verkstäder
Semester	Bo på eko-hotell	Nyttja lokala privatper-soner som turistguider	Åka på färre långväga semestrar	Nyttja din ordinarie bostad på semestern	Byta bostad på semestern	Gemensam Fritidsbank	Planera en tågluff	Lära sig tillsammans, t.ex. hantverkskurs eller lajv

3 Jaeger-Erben et al. (2015).

Med inspiration från ovan nämnda kategorisering och utifrån vår egen kartläggning och klustring av hållbara konsumtionspraktiker inom mat, semestrande och heminredning har vi tagit fram en typologi över hållbar konsumtion. Denna är uppdelad i tre faser.

Köpfasen – Denna fas handlar om hur vi agerar före och under köpögonblicket, t.ex. att köpa en miljömärkt vara eller tjänst, eller beslut att avstå från en viss vara.

Användningsfasen – Denna fas handlar om hur vi använder det vi har, nyttjar, gör om eller delar varor eller resurser. Det kan handla om att vårda sina befintliga möbler eller byta boenden på semestern.

Skapandefasen – Denna fas handlar om hur vi möjliggör, bidrar till eller skapar varor eller tjänster, på egen hand eller tillsammans med andra. Det kan handla om att gå med i ett matkooperativ, odla eller arrangera semestrar tillsammans.

Typologin ovan kan förhoppningsvis vara klargörande när man som företag, förening eller offentlig aktör reflekterar över vad det är för typ av hållbar konsumtion som man arbetar med, eller vill utveckla. Insatser och förändring behövs i alla faser – i köp, användning och skapande.

Det går att notera att fokus traditionellt varit på att köpa "rätt" produkter/tjänster men att konsumenter alltmer börjar intressera sig för användnings- och skapandefaserna.[4] På liknande sätt har fler företag, organisationer och offentliga aktörer börjat arbeta med användnings- och till viss del skapandefasen. Svenska Naturskyddsföreningen drev under 2018 exempelvis kampanjen *Fixa grejen* som handlar om att få människor att reparera och vårda befintliga prylar istället för att köpa nytt.[5]

En rad svenska kommuner och organisationer arbetar inte bara med konsumentupplysning utan också med att bygga strukturer där medborgarna själva kan bli medskapare av varor och tjänster – via platser som Fixotek, reparationsverkstäder, Cykelkök eller till exempel i form av Göteborgs "Smarta kartan" som är en guide för medborgarna att hitta till platser för delande och samskapande, eller genom att väva in gräsrotsdrivna samåkningsplattformar som Skjutsgruppen i kollektivtrafikens appar, och så vidare.

Även kommersiella aktörer arbetar med affärsmodeller där konsumenterna involveras i ägande, skapande eller beslut kring verksamheten. Den svenska ekoprofilerade matkedjan Paradiset arbetar för att konsumenterna ska bli delägare och därigenom involveras i beslut, aktiviteter och företagets utveckling. Delningsplattformar som Airbnb, SnappCar, EatWith med flera talar om sin "community", sin gemenskap av användare, istället för sina kunder eller konsumenter. I ett utbudsöverflöd gäller det för kommersiella aktörer att skapa nära band med sina kunder, att skapa tillit, gemenskap och identitet.

Denna rapport visar en ögonblicksbild av hur hållbar konsumtion tolkas idag. Nya varor, tjänster, forskningsrön och sociala normer förändrar kontinuerligt vad som uppfattas som hållbar konsumtion. I nästa steg i forskningsprogrammet kommer ett urval av dessa konsumtionspraktiker att analyseras vad gäller effekter på miljö och folkhälsa. Detta kommer att ligga till grund för det fortsatta utforskandet av hur en omställning mot mer hållbar konsumtion inom civilsamhället, politik och näringsliv kan se ut. Följ det fortsatta arbetet på www.sustainableconsumption.se.

4 Cohen och Muñoz (2016).
5 Se Svenska Naturskyddsföreningens hemsida: https://www.naturskyddsforeningen.se/fixagrejen/.

7 Förteckning över insamlade exempel

Nedan listas exempel på potentiellt hållbara praktiker som har samlats in, och organiserats i enlighet med klustringen som illustreras på sid 13. Varje praktik beskrivs med ett flertal snarlika exempel. I tabellerna anges hur det finns potential för praktiken att vara hållbar (kolumnen "Hållbart hur?") samt vilken typ av aktör som kan erbjuda eller underlätta praktiken (kolumnen "Vem erbjuder detta?"). Kategorierna nedan (förkortade M, S, SF, LF o.s.v.) är de som angavs av informanten vid ifyllandet av webbenkäten, med andra ord inte nödvändigtvis något som är beforskat eller något vi författare kan garantera att det stämmer. Tabellen nedan omfattar inte alla insamlade exempel, vi har rensat bort dubbletter och exempel som var utanför det tematiska området samt lagt till länkar i de fall länkar inte hade angivits.

Teckenförklaring

Hållbart hur?

M: Mindre miljöpåverkan
S: Socialt schysstare
N: Nöja sig med det man har
R: Använda, reparera, göra om
D: Låna, hyra, dela resurser
G: Att göra och skapa själv eller tillsammans med andra
K: Köpa dyrare av högre kvalitet
L: Stärka egna lokalsamhället

Vem erbjuder detta?

SF: Stort företag
LF: Litet företag
IH: Individ eller hushåll
SN: Socialt nätverk (grannar, släkt, facebookgrupper)
OA: Offentlig aktör
IO: Ideell organisation

7.1 Att få tillgång istället för att köpa

Kort beskrivning av praktiken	Hållbarhets-syfte	Vem erbjuder?	Mer info
Att dela mellan privatpersoner			
Använda offentliga mötesplatser för att låna och byta	M, S, R, D, G, L	OA	goteborg.se/wps/portal/enhetssida/en-varld-utan-sopor/fixoteket
Använda sociala nätverk för att låna och byta	M, S, R, D, G, L	IO, SN	grannsaker.se streetbank.com nebenan.de buynothingproject.org
Använda sociala kontakter för att låna och byta	M, S, R, D, G, L	IH, SN	
Få saker gratis	M, R	IH, IO	www.freecycle.org
Att dela via centraliserat system			
Bevara gamla institutioner som möjliggör delande	M, S, D, L	IH, OA	www.mkbfastighet.se/greenhouse www.gardstens-bostader.se

Dela i hemmet (grannar, boendeförening)	M, S, R, D, L	IH, SN	
Använda "bibliotek" (för prylar)	M, S, D, L	OA, IO	www.libraryofthings.co.uk/ www.hillsboro-oregon.gov/departments/library/explore-the-collections/library-of-things
Att hyra			
Hyra inredning för korttidsbruk (t.ex. styling av lägenhet för försäljning)	M, D	SF, LF	belecomarket.com tableandteaspoon.com
Hyra inredning för tillfälligt bruk (ett flertal månader eller längre)	M, D	LF	hemmlis.se www.cort.com www.livefeather.com
Hyra prylar för att underhålla, reparera och förbättra	M, S, D	LF	donforperson.se

7.2 Att göra saker användbara igen

Kort beskrivning av praktiken	Hållbarhets-syfte	Vem erbjuder?	Mer info
Att reparera			
Laga själv	M, S, K	IH, IF, OA, SN	langeleveprylen.se www.ifixit.com www.gysinge.com goteborg.se/wps/portal/enhetssida/en-varld-utan-sopor/fixoteket
Laga tillsammans	M, S, K	OA, IO	therestartproject.org/ repaircafe.org/ www.lund.se/bygga-bo--miljo/lunds-renhallningsverk/framtid-nu/forebygga-avfall/fixatill-aterbruksbutik/
Betala ett företag för att reparera	M, N, R, K, L	SF, LF	
Att förnya det slitna			
Köpa inredningselement för att fräscha upp istället för att köpa nytt	M, N, R, K, L	IH, LF	superfront.com/se/ bemz.com pickyliving.se
Fräscha upp genom att göra själv	M, R, G, K, L	IH, OA, IO	Pinterest.com
Betala företag för att fräscha upp inredning	M, N, R, K, L	LF, IO	
Att "upcycla"			
Upcycla själv	M, S, N, R, D, L	IH, SN, OA	www.facebook.com/aterbruketalelyckan www.upcyclethat.com upcyclecollective.se/
Köpa från företag som upcyclar	M, S, L	LF	recreatedesigncompany.com upcyclecollective.se/
Köpa från företag eller privatpersoner som upcyclar via onlinetjänst	M, S, L	IH, LF, SN	www.etsy.com
Anlita arkitekter/inredningproffs som använder sig av begagnade råvaror	M	LF	White Arkitekter

7.3 Att använda oftare och längre

Kort beskrivning av praktiken	Hållbarhets-syfte	Vem erbjuder?	Mer info
Att köpa produkter av högre kvalitet			
Köpa nya kvalitetsprodukter	M, S, K	IH, SF, LF	www.svenssons.se www.inputinterior.se www.vitra.com/ vermontfurnituredesigns.com
Handla på auktion, andrahands-butik eller antikvariat	M, S, K	LF	
Köpa trend-okänsliga produkter	M	IH, SN	
Sköta om prylar man äger	M, N, R, K	IH, OA, IO, SN	
Köpa möbler gjorda för offentlig miljö	M, K	SF, LF, OA, IO	https://www.rekomo.se https://www.rp.se
Att köpa modulära produkter			
Köpa modulära möbler som går att uppdatera	M, N, R	IH, OA, LF, SF	www.usm.com/en/commercial/ www.vitsoe.com/eu burrow.com/ ikea.se/ (sök "modul")
Att specialanpassa produkter			
Specialanpassa möbler och prylar	M,N, R	IH, SF, SN	ikeamuseum.com/en/exhibitions/ikea-hacked/ superfront.com/se/

7.4 Att köpa begagnat

Kort beskrivning av praktiken	Hållbarhets-syfte	Vem erbjuder?	Mer info
Att köpa begagnat från privatpersoner			
Köpa begagnade prylar i butik	M, L	SF, LF, IO, OA	www.myrorna.se, erikshjalpen.se emmausbjorka.se reuse-network.org.uk/
Köpa begagnade prylar på nätet	M, L	SF, LF	www.facebook.com/marketplace www.sellpy.se www.tradera.com sv.shpock.com www.blocket.se
Köpa begagnade prylar på loppis	M, S, L	IH, OA, IO	malmofolketspark.se/att-gora/barnloppis/
Köpa begagnade prylar på auktion	M	SF, LF	
Köpa begagnade prylar från varuhus specialiserade på återvinning	M, S, L	OA, IO	www.retuna.se malmo.se/Kultur--fritid/Kultur--och-aktivitetshus/ReTuren.html
Köpa begagnade prylar från tillverkare	M	SF, LF	norrgavelvintage.se
Att köpa begagnat från företag			
Köpa företagsinredning som har renoverats av ett annat företag	M	LF	mobelbruket.se
Köpa företagsinredning direkt från ett företag (utan renovering)	M, L	SF, LF, OA	seconduse.com facilities.umn.edu/reuse-recycling-waste/reuse-program

7.5 Att stödja hållbar produktion

Kort beskrivning av praktiken	Hållbarhets-syfte	Vem erbjuder?	Mer info
Att köpa produkter som tillverkats på hållbart sätt			
Köpa miljömärkta produkter	M, S, K	SF, LF, IO	www.svanen.se us.fsc.org/en-us
Avstå från produkter med vissa kemikalier	M, S, K	SF, LF	www.naturskyddsforeningen.se/#conversion-1311052391 www.albaeco.se
Informera sig om miljöpresterande av tillverkare/produkter	M, S	OA, IO	www.swerea.se/hans-lennart-norrblom furniturescorecard.nwf.org/scorecard/ sustainablefurnishings.org/
Köpa produkter av miljövänliga material	M, S, K	LF	www.mobiliincartone.it/cardboardfurniture/it/homepage/
Använda en webbutik som endast erbjuder miljövänliga produkter	M, S, K	LF, SN	www.fairchanges.com
Att köpa specialtillverkade produkter			
Köpa produkter som är tillverkade "on demand", endast efter beställning	M	LF	by-crea.se www.opendesk.cc bolthousetextiles.com/ www.sandtownmillworks.com/custom-pieces/
Att återvinna			
Sortera möbler och prylar rätt när man ska slänga	M, S, L	IH, OA, IO, SF	www.afbostader.se/att-bo-hos-oss/hyresgastinformation/avfallssortering/grovavfall/
Använda en tjänst för sortering av avfall som inte går att sortera hemma	M, S	LF	www.hemtex.se/info/hallbarhet/textilatervinning/ https://www.terracycle.com/en-US/

7.6 Att bo hållbart

Kort beskrivning av praktiken	Hållbarhets-syfte	Vem erbjuder?	Mer info
Att bo mindre			
Bo på mindre yta	M, S	OA	www.tinyhomefactory.se/ malmo.se/segepark http://www.compact-living.com
Köpa multifunktionella prylar som går att använda på olika sätt	M, N, G	LF	clei.co.uk/clei/lgs.htm resourcefurniture.com
Att bo mer kollektivt			
Olika former av kollektivt boende	M, S, G, L	IH, OA	http://kollektivhus.se/ www.cohousing.org/ https://www.k9coliving.com/about/
Att leva enkelt			
Leva enklare	M, S, N, L	IH, OA, LF, IO, SN	https://zerowastehome.com/ konmari.com/ buynothingproject.org simplicitycollective.com/ www.theminimalists.com/
Bli trend-okänslig	M, N	IH	

8 Referenser

Boulding, E. (1995). Image and Action in Peace Building. I E. Boulding och K. Boulding (Red.), *The Future: Images and Process.* California: Sage Publications.

Breukers, S., Mont, O. och Paukovic, M. (2011). *Sustainable Lifestyles: Today's Facts & Tomorrow's Trends*. https://www.sustainable-lifestyles.eu/publications/publications.html

Cohen, B. och Munoz, P. (2016). Sharing Cities and Sustainable Consumption and Production: Towards an Integrated Framework. *Journal of Cleaner Production*, 134, 87-97. https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2015.07.133

Dorninger, C. och Hornborg, A. (2015). Can EEMRIO Analyses Establish the Occurrence of Ecologically Unequal Exchange? *Ecological Economics*, 119, 414–418. https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2015.08.009

Statens folkhälsoinstitut (2008). *Uppdatering av rapporten: Vad kostar hållbara matvanor?* Regerings-uppdrag, Dnr Verk 2008/404. https://docplayer.se/7353143-Uppdatering-av-rapporten-vad-kostar-hallbara-matvanor.html

Hedenus, F., Wirsenius, S. och Johansson, D. J. (2014). The Importance of Reduced Meat and Dairy Consumption for Meeting Stringent Climate Change Targets. *Climatic change*, 124(1-2), 79-91. https://doi.org/10.1007/s10584-014-1104-5

Hoxha, E. och Jusselme, T. (2017). On the Necessity of Improving the Environmental Impacts of Furniture and Applicances in Net-Zero Energy Buildings. *Science of the Total Environment*, 596-597, 405-416. https://doi.org/10.1016/j.scitotenv.2017.03.107

Jaeger-Erben, M., Rückert-John, J. och Schäfer, M. (2015). Sustainable Consumption through Social Innovation: a Typology of Innovations for Sustainable Consumption Practices. *Journal of Cleaner Production*, 108, 784–798. https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2015.07.042

Larsson, J. och Bolin, L. (2014). *Klimatomställning Göteborg 2.0: Tekniska möjligheter och livsstilsförändringar*. Mistra Urban Futures Reports, 2014:02. https://www.mistraurbanfutures.org/files/klimatomtallning_goteborg_2.0_mistra_urban_futures_report_2014_02_1.pdf

Larsson, J. (Red.). (2015). *Hållbara konsumtionsmönster: Analyser av maten, flyget och den totala konsumtionens klimatpåverkan idag och 2050*. Stockholm: Naturvårdsverket. https://www.naturvardsverket.se/Om-Naturvardsverket/Publikationer/ISBN/6600/978-91-620-6653-6/

Lorek, S. och Spangenberg, J. H. (2014). Sustainable Consumption within a Sustainable Economy: Beyond Green Growth and Green Economies. *Journal of Cleaner Production*, 63, 33-44. https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2013.08.045

Mont, O. och Plepys, A. (2008). Sustainable Consumption Progress: Should We Be Proud or Alarmed? *Journal of Cleaner Production*, 16(4), 531-537. https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2007.01.009

Mont, O., Heiskanen, E. och Kuusi, H. (2013). Nordic Policy Brief: Improving Nordic Policymaking by Dispelling Myths on Sustainable Consumption. *TemaNord*, 2013:566. Köpenhamn: Nordic Council of Ministers. http://dx.doi.org/10.6027/TN2013-566

Norton, M. I., Mochon, D. och Ariely, D. (2012). The IKEA Effect: When Labor Leads to Love. *Journal of Consumer Psychology*, 22(3), 453–460. https://doi.org/10.1016/j.jcps.2011.08.002

Nässén, J., Andersson, D. och Larsson, J. (2015). Explaining the Variation in Greenhouse Gas Emissions Between Households: Socioeconomic, Motivational, and Physical Factors. *Journal of Industrial Ecology*, 19(3), 480–489. https://doi.org/10.1111/jiec.12168

Parikka-Alhola, K. (2008). Promoting Environmentally Sound Furniture by Green Public Procurement. *Ecological Economics*, 68(1), 472-485. https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2008.05.004

Princen, T. (2003). Principles for Sustainability: From Cooperation and Efficiency to Sufficiency. *Global Environmental Politics*, 3(1), 33-50. https://doi.org/10.1162/152638003763336374

Roos, J. M. (Red.). (2016). *Konsumtionsrapporten 2016*. Göteborg: Handelshögskolan vid Göteborgs universitet. https://cfk.gu.se/publikationer/konsumtionsrapporten

Roos, J. M. (Red.). (2017). *Konsumtionsrapporten 2017*. Göteborg: Handelshögskolan vid Göteborgs universitet. https://cfk.gu.se/publikationer/konsumtionsrapporten

Steinbach, N., Palm, V. och Cederberg, C. (2018). *Miljöpåverkan från svensk konsumtion: Nya indikatorer för uppföljning.* Slutrapport för forskningsprojektet PRINCE. Rapport 6842. Stockholm: Naturvårdsverket. http://www.naturvardsverket.se/978-91-620-6842-4

Svensk Handel (2017). *Nyckeltal för detaljhandeln*. Stockholm: HUI Research. https://www.svenskhandel.se/rapporter/finansiella-nyckeltal/

WWF (2018). *Living Planet Report 2018: Aiming Higher.* Gland, Schweiz: WWF. https://wwf.panda.org/knowledge_hub/all_publications/living_planet_report_2018/

MISTRA
SUSTAINABLE
CONSUMPTION
FROM NICHE TO MAINSTREAM

KTH
VETENSKAP
OCH KONST

LUNDS
UNIVERSITET

FINANSIERAT AV
MISTRA
Stiftelsen för miljöstrategisk forskning