

Hvordan inkludere forbrukeren?

Eivind Jacobsen

Statens institutt for
forbruksforskning



FOTO: ARNE NÆRVA, Scanpix



FOTO: Scanpix

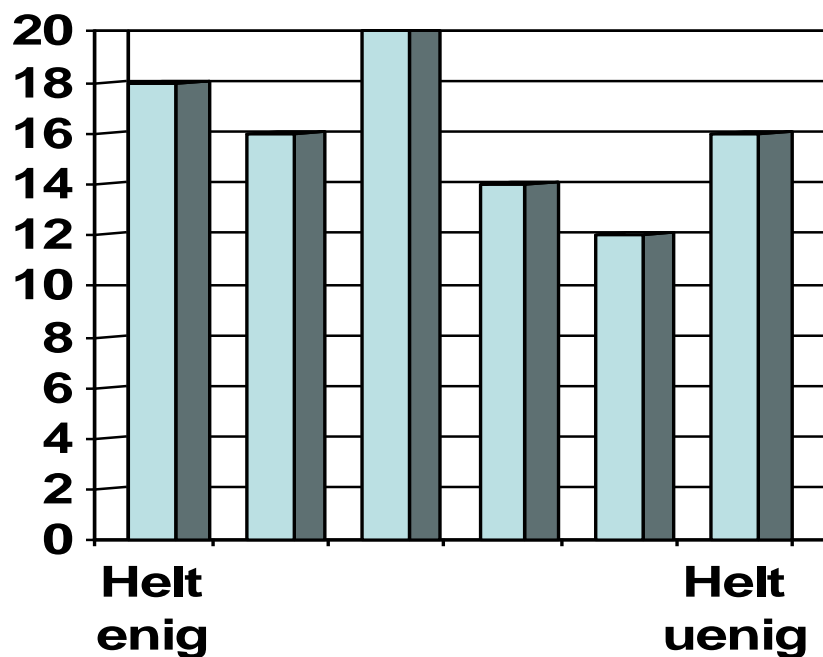
- **Bryr forbrukerne seg?**
- **Kan forbrukerne løse problemet?**
- **Kan problemet løses uten forbrukerne?**
- **Hvordan mobilisere og inkludere forbrukerne?**

Bryr forbrukerne seg?

- **Oppfatter de seg kun som forbrukere i forhold til disse spørsmålene?**
- **Forbrukere = borgere, men i ulike roller og kontekster**

Bryr forbrukerne seg?

Matens klimaspor



Tabell I:

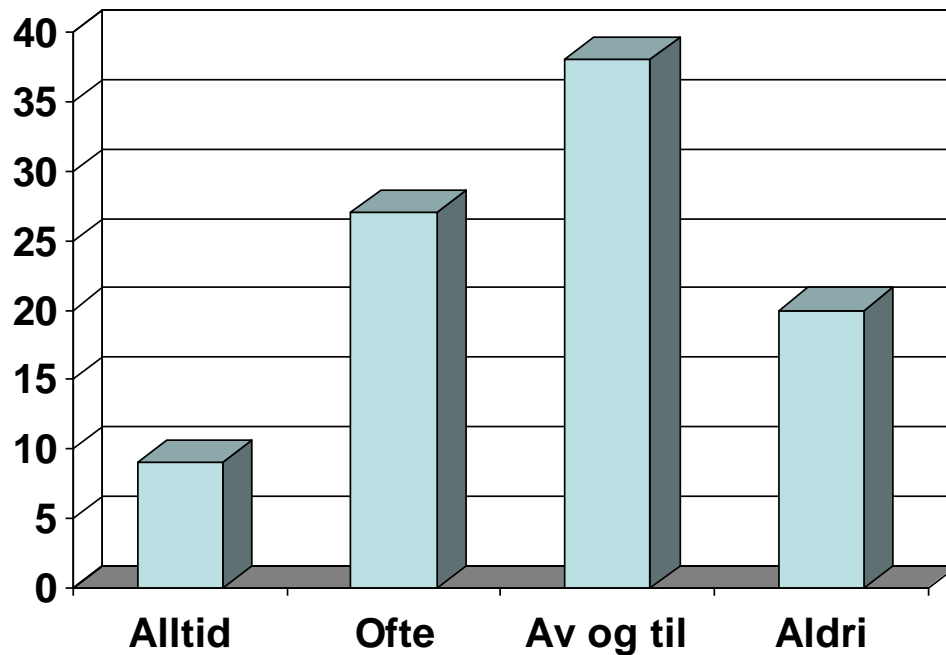
”Ønsker du å endre ditt forbruk av mat av hensyn til klimaet?”

Skala fra ”Helt enig” til ”Helt uenig”

Norstat Norge 2008



Bryr forbrukerne seg?



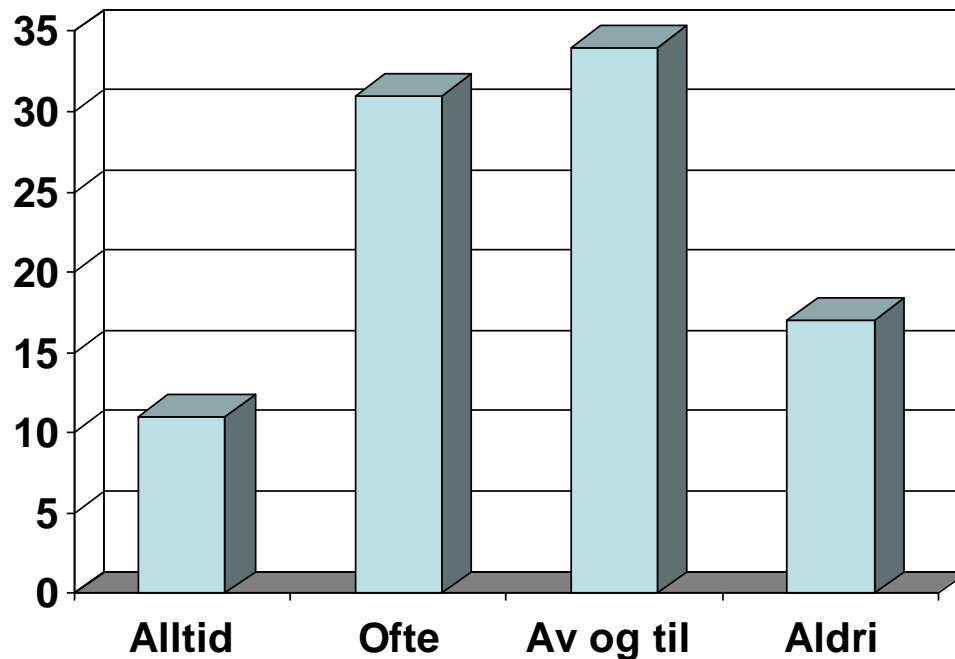
Tabell II:

”Jeg vil spise mer
planteprodukter,
mindre kjøtt”.

Norstat Norge 2008

Bryr forbrukerne seg?

Matens klimaspor



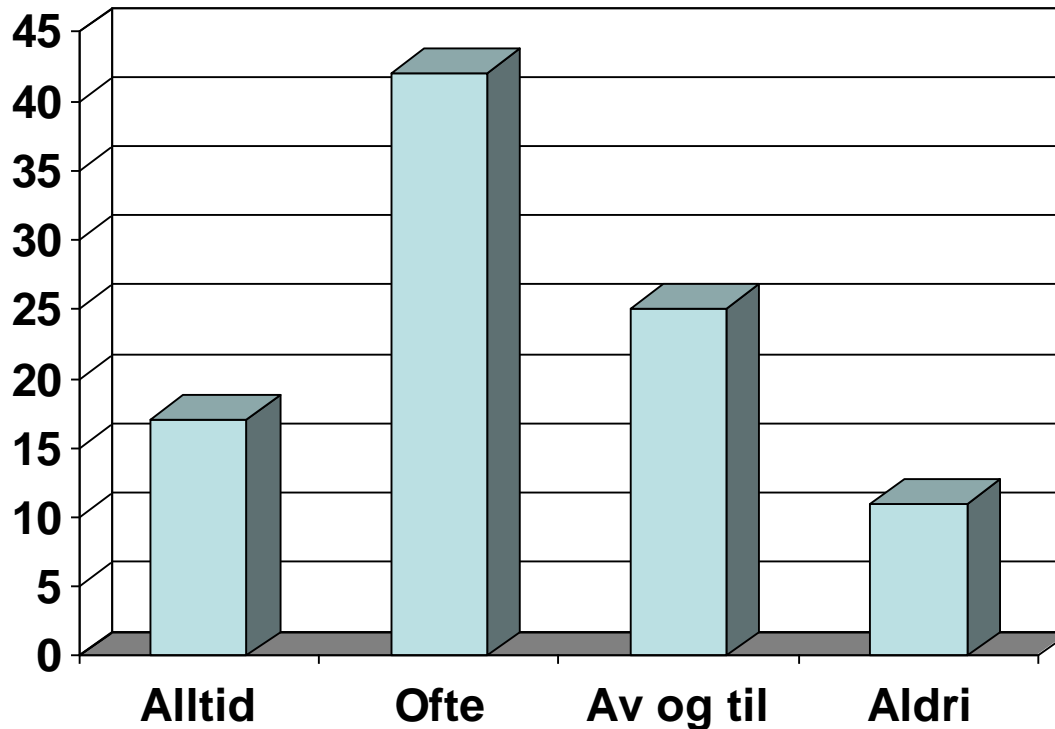
Tabell III:

”Hvis informasjon om klimabelastningen til individuelle matvarer var tilgjengelig ville jeg foreta valg basert på dette”.

Norstat Norge 2008

Bryr forbrukerne seg?

Matens klimaspør



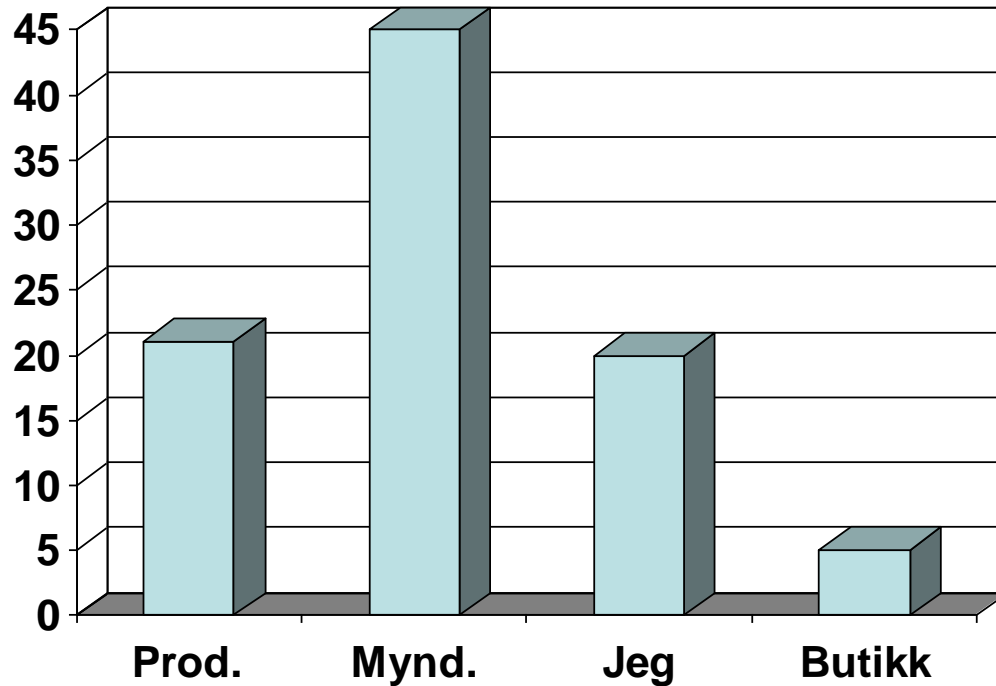
Tabell IV:

”Jeg vil spise mer lokal mat”

Norstat Norge 2008



Byr forbrukerne seg?



Tabell V:

”Hvem bør ta det største ansvaret for å redusere klimautslippene fra maten vi spiser”.

Norstat Norge 2008

Bryr forbrukerne seg?



- Kvantitativ og kvalitativ studie fra UK og USA 2007
- I regi av AccountAbility og Consumers International

Hovedfunn:

- Stadig flere bekymret og villige til å gjøre endringer i kjøpsvaner og livsstil.
- Har også gjort små hverdagsendringer, eks. energiforbruk
- Likevel, store deler av befolkningen seg **lite motivert og avmektige**
- Ønsker mer informasjon om produktene
- Stoler først og fremst på informasjon fra uavhengige instanser

Bryr forbrukerne seg?

Robert Næss og Marianne Ryghaug m.fl. ved Institutt for tverrfaglige kulturstudier ved NTNU 2008

Fokusgruppeintervjuer med forbrukere og intervjuer med eksperter

Hovedfunn:

- Tvetydighet til klimaforskningen; tiltakene ikke i samsvar med alvoret
- Blir avkrevd livsstilsendringer uten garanti for at alle gjør det samme jf. også "I will if you will"
- Opplysning utilstrekkelig, må gjøres relevant og knyttes til handling i hverdagen.

Kilde: <http://www.ntnu.no/kult/sts/ener>

Kan forbrukerne løse problemet?

Neppe alene:

- Utslippene fra mat - først og fremst **tidlig i verdikjeden**,
- **Kompliserte sammenhenger**, spesielt for mat – vanskelig for uinformerte og vanestyrte forbrukere
- Følelse av **avmakt og ambivalens** til informasjon: Varsler følges ikke opp av politikk, mener mange!
- **Inneffektivt**: tusener av små individuelle beslutninger vs. noen få kollektive grep
- Dessuten, en **MÅ ha mat - okke som!** Kanskje fokusere mer på andre områder som umiddelbart kan synes mindre viktige?



Kan forbrukerne løse problemet?

Men,...

- Redusere kjøttforbruket!
- Redusere matavfallet!



FOTO: DAG W. GRUNDSETH, Aftenposten

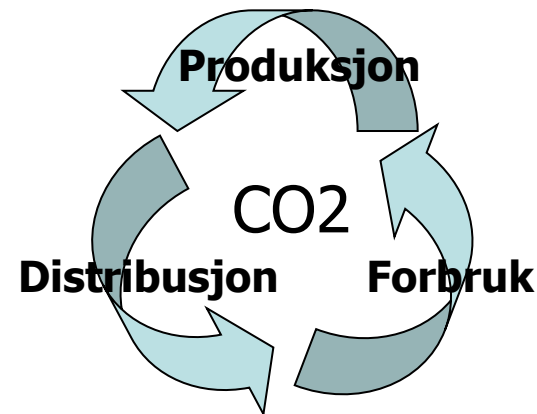
Kan problemet løses uten forbrukerne?

Nei! ... fordi

- **Planøkonomiens og produktivismens dager er talte:** Også etterspørselssiden må mobiliseres

- **Livstilsendinger nødvendige:** Teknologiske løsninger/produksjonsfokus ikke nok: "Vinninga borte i spinninga"

- Politisk mobilisering nødvendig:
Veien til borgeren går (i stigende grad)
gjennom forbrukeren!



Hvordan mobilisere og inkludere forbrukerne?

- Samsvar mellom ord og handling – også for politikere
jf. barneoppdragelse.
- Budskap/info. må være konkret, gjenkjennelig
... og foreligge der den er relevant
 - “Biff, bil og bolig” - dvs. i markeder

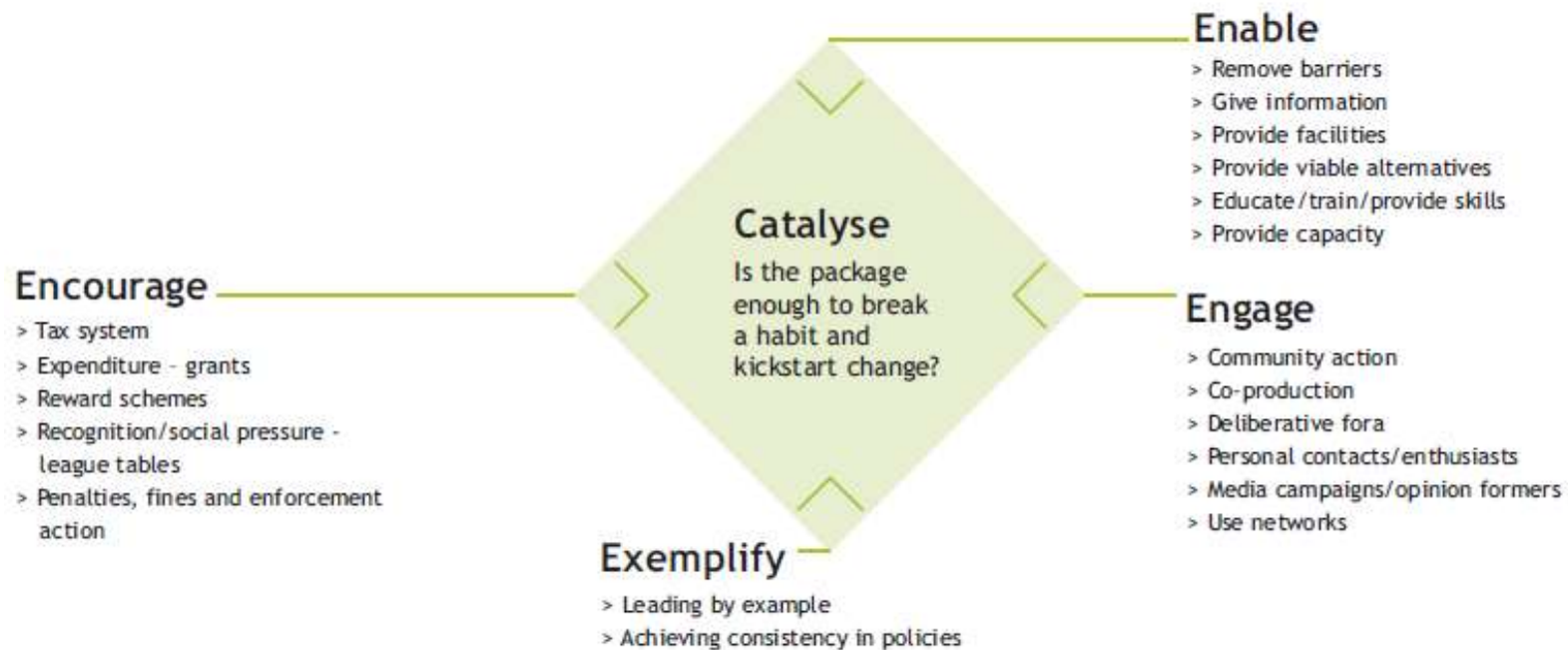
Hvordan mobilisere og inkludere forbrukerne?

- Informasjon må følge produktene (og tjenestene)
 - **Merking!!!** fordi:
 - Synliggjør og bevisstgjør om miljøbelastninger
 - Danner sammenlikningsgrunnlag
 - Forplikter oppstrøms (!)
- **Bemektiger forbrukerne / borgerne!!**
- **Ansvar følger av eierskap og makt**
 - den avmektige er sjelden ansvarlig

Hvordan mobilisere og inkludere forbrukerne?

http://www.sd-commission.org.uk/publications/downloads/I_Will_If_You_Will.pdf

Figure two: as attitudes and behaviours change over time, the approach evolves



I will if you will
Towards sustainable consumption



a joint initiative from SDC and NCC

Klima, forbrukere og mat:

- **Mer fokus på forbrukerne som aktive borgere (ikke bare som kjøpekraft)**
- **Mindre moralisering**
- **Mer bemektigelse**
- **Mer dialog og deltakelse!**

Takk for oppmerksomheten!

Eivind Jacobsen

www.sifo.no

E-post: eivind.jacobsen@sifo.no