

Att skapa klimatsmarta beteenden



OM KLIMATKOMMUNERNA

Klimatkommunerna är en förening med 33 kommuner och en region som medlemmar. Medlemmarnas klimatarbete ligger i framkant i Sverige och världen, med tuffa klimat- och energimål och ambitiösa åtgärder. Föreningen har sedan starten 2003 vuxit till att gemensamt representera 3 900 000 invånare. Klimatkommunernas övergripande syfte är att minska utsläppen av växthusgaser i Sverige genom erfarenhetsutbyte, påverkansarbete och spridning av goda exempel. Föreningen är en pådrivande aktör för det nationella klimatarbetet genom att lyfta fram vilka möjligheter, hinder och drivkrafter som har betydelse för arbetets resultat.

Titel: Att skapa klimatsmarta beteenden

Text & form: Ida Zwahlen

Illustration: Sofia Zwahlen

Framtagen: Våren 2016

© Klimatkommunerna

Kontakta Klimatkommunerna:

Box 41

221 00 Lund

+46 (0)46 35 64 47

+46 (0)46 359 93 28

kansliet@klimatkommunerna.se

www.klimatkommunerna.se

INNEHÅLLSFÖRTECKNING

Inledning	3
Goda exempel	4
Cykling	4
Studiecirklar & föreläsningar	4
Mobility management & resvanor	5
Utställningar & bibliotek	7
Kost & matsvinn	7
Hemsidor, spel & interaktiva kampanjer	8
Skola & utbildning	9
Energibesparing	10
Konsumtion	10
Dialog med medborgare	11
Avfallshantering	11
Nudging	12
Går det att förändra beteenden?	14
Går det att utvärdera beteendepåverkande åtgärder?	16
Slutord	18
Referenser & tips på vidare läsning	19

INLEDNING

Klimatkommunerna arbetar med olika typer av beteendepåverkande åtgärder för att minska medborgarnas eller de kommunalt anställdas klimatbelastning. Det handlar om åtgärder som studiecirklar och workshops med klimattema, olika typer av tävlingar och utmaningar, testcyklister, internt arbete med resvanor, stora eller små informationskampanjer, att alltid servera vegetariska alternativ i skolmatsalen, miljöutbildningar till olika målgrupper och öppna föreläsningar om relevanta ämnen. En annan typ av beteendepåverkan som blivit populär de senaste åren är nudging, vilket innebär att försiktigt "putta" människor i en viss önskvärd riktning genom att göra det lätt att göra rätt (Mont, Lehner & Heiskanen, 2014). Enligt Klintman och Boström (2015) ses mjuka styrmedel som lättare att implementera politiskt än lagar och skatter.

Utvärderingar av olika hårda styrmedel såsom skatter och subventioner är vanligt och allmänt vedertaget (se t.ex. Fischer & Newell, 2007). Däremot saknas det ofta utvärderingar av mjuka styrmedel, som informationskampanjer, utbildningsinsatser eller nudging. Samtidigt finns det mycket forskning inom det här området som uppvisat goda resultat i experimentella eller kontrollerade miljöer (t.ex. Anderson 2012).

Det går att ställa sig frågande till varför beteendepåverkande åtgärder ens behöver utvärderas. En viktig anledning är att möjligheterna att söka projektmedel är väldigt begränsade för projekt som inte, i förväg eller i efterhand, kan visa på märkbara effekter. För att ta ett exempel: Naturvårdsverkets investeringsprogram för lokala klimatprojekt – Klimatklivet – kräver att den sökande beräknar "vilken varaktig utsläppsminskning sökande tänker sig att de ska åstadkomma, jämfört med en situation utan åtgärden". Vidare är instruktionerna att den sökande bör ange trovärdiga underlag för uppgifter och siffror som används i beräkningarna, t.ex. en publikt tillgänglig rapport eller något annat underlag som Naturvårdsverket kan kontrollera. De

instruktioner från Naturvårdsverket och Länsstyrelsen som den sökande får ta del av är följande: "Via projektets kommunikationsinsatser bedöms 10% av befolkningen i stadsdelen X påverkas, vilket innebär 500 personer. Av dessa 500 personer slutar 25% att använda egen bil i 15% av sina resor. Den genomsnittliga årliga körsträckan för befolkningen i stadsdelen X är 15 000 km. Det innebär att utsläppen från 125 personbilar elimineras med Y kg per år. Effekten varar i sex år." För att underbygga beräkningarna i exemplet ovan ska det alltså redovisas belägg för att 10% av befolkningen nås av kommunikationsinsatsen, att 25% minskar bilresandet med 15% och att effekten varar i sex år.

Problemet är alltså lite utav ett moment 22: det krävs bevis för en åtgärds effekter för att få resurser till att fortsätta arbetet med beteendepåverkan, samtidigt som det är väldigt svårt att mäta effekter eller utsläppsminskningar av mjuka styrmedel, vilket kan leda till att bara vissa typer av beteendepåverkande åtgärder får möjlighet att genomföras i praktiken. Men hur utvärderas dessa åtgärder i kommunerna idag? Och vad säger forskningen om eventuella metoder? Om det nu krävs utvärdering – vad är möjligt att mäta rent teoretiskt?

OM RAPPORTEN

Denna rapport grundar sig i en magisteruppsats i miljövetenskap och är genomförd med hjälp av enkätstudie, litteraturstudie och expertdiskussion med två forskare inom området beteendepåverkan och policyutvärdering (Zwahlen, 2016). Uppsatsen är utförd på uppdrag av Klimatkommunerna och enkätstudien besvarades av 13 av Klimatkommunernas medlemmar.

GODA EXEMPEL

CYKLING

Många kommuner arbetar med olika typer av cykelprojekt. Mest populärt är att låta anställda inom kommunen eller kommunala bolag vara testcyklister under en begränsad period. Ofta får testcyklisterna låna en elcykel som de ska cykla till och från jobbet på minst tre gånger per vecka. Projekten har uppfattats mycket positivt av både kommunen och de anställda, och en tid efter projektslut är det en majoritet av deltagarna som fortsatt cykla till och från jobbet och många som valt att skaffa en egen elcykel. När Region Skåne mätte ett år efter avslutat projekt var det 75% som cyklade lika mycket eller mer som under projektet. I Jönköping hade 39% av de 240 deltagare som svarade på deras enkät köpt en egen elcykel och minskat sitt bilanvändande.

I Göteborg har de haft projektet "Tjäna cykel" som mött stor framgång, där ungdomar i ett bostadsområde får möjlighet att rusta upp en upphittad cykel som de sedan får behålla.

STUDIECIRKLAR & FÖRELÄSNINGAR

En del kommuner arbetar med studiecirklar kring klimat och hållbarhet. Studiecirkarna kan förslagsvis genomföras i samarbete med studieförbund och deras medlemsföreningar. I Lidköping har studiecirkarna t.ex. behandlat ämnen som att spara energi, laga vegetarisk mat, bygga solfångare.

Flera kommuner erbjuder allmänheten möjligheten att delta på föreläsningar om klimat och hållbarhet, vilket brukar vara väldigt uppskattat.

Några som gjort detta är: Lidköping, Jönköping, Borås, Kristianstad, Lund, Malmö, Göteborg och Region Skåne

Länkar: www.låtbilenstå.nu, [Inga onödiga bilresor/Cykligare Malmö](#), [Tjäna cykel](#)

Möjliga utvärderingsmetoder: Enkäter, SUMO-utvärderingar. Tänk på att det är bra att göra t.ex. en enkät före projektet för att få en nulägesbeskrivning att jämföra resultatet med.



Några som gjort detta är: Borås, Lidköping, Lund, Helsingborg, Kristianstad.

Länkar: [Helsingborgs miljöbyrå](#), [Orangeriet i Borås](#)

Möjliga utvärderingsmetoder: Enkäter, intervjuer

MOBILITY MANAGEMENT & RESVANOR

I Jönköping arbetar kommunen internt med information om resepolicy (uppföljning med tillhörande resvaneundersökning vartannat år), erbjudanden till personalen (årskort på kollektivtrafiken och personalrabatter hos cykelhandlare) och interna klimatväxlingsavgifter som kan gå till bl.a. tjänstecyklar och kollektivtrafikkort. Gällande samhällsplanering och hållbart resande har både kommunala tjänstemän, politiker och lokala byggherrar informerats om möjligheter med mobility management i planskedet. Rätt planerad ger staden större möjligheter att etablera det önskade beteendet redan från början. När Jönköping gjort sina interna resvaneundersökningar har de sett att mycket har förbättrats när det gäller kännedom om resepolicy och tillgängligheten på alternativ för hållbara tjänsteresor. Däremot har det varit svårt att nå större externa företag och arbetsgivare för att informera om hållbara resvanor och erbjuda kommunens hjälp, särskilt om det saknas intresse internt hos företaget i fråga.

I Malmö har kommunen nästan enbart "gröna" bilar i den egna organisationen, och arbetar även med att påverka de anställda när det gäller t.ex. vilken tjänstebil de ska använda. Om en anställd "måste" använda en bensinbil ska detta kunna motiveras, vilket ingen hittills har gjort.

Även Region Skåne arbetar med resvanor mot sina ca 34000 medarbetare. Inom tjänsteresor har regionen en intern klimatväxlingsmodell som gör det dyrare att välja resor med höga CO2-utsläpp och enkelt och/eller gratis att välja hållbara färdssätt eller distansmöten. Dessutom har de hållit många visningar i distansmötesteknik, köpt in teknik för distansmöten och spridit denna till alla arbetsplatser. Regionen har också köpt in kollektivtrafikkort och fördelat på de 20 större arbetsplatserna för att de anställda ska kunna låna gratis för tjänsteresor. För att ytterligare underlätta resor med kollektivtrafik har de satt upp skärmar med avgångstider för bussar och tåg på alla regionens större arbetsplatser. Sist men inte minst har de även byggt fler cykelställ och köpt in poolcyklar, bl.a. elcyklar.

En mycket effektiv åtgärd kopplat till tjänsteresorna i Region Skåne har varit att följa upp statistiken för resorna och kommunicera den för ledningsgrupper, på intranät etc. När de anställda ser nedbruten statistik över kostnader och utsläpp och kan jämföra sig med andra avdelningar händer plötsligt massor av saker nästan automatiskt. Regionen har sedan 2015 ett statistikuppföljningsprogram som automatiskt tar in kostnader och utsläpp från olika tjänsterese-slag och uppdateras varje månad. Alla medarbetare har tillgång till detta och kan följa upp statistiken för hela organisationen eller för respektive förvaltning, avdelning, enhet eller kostnadsansvar. Det här är uppskattat av ledningsgrupper och väldigt effektivt ur beteendepåverkanssynpunkt. Det är viktigt att statistiken är nedbruten så långt som möjligt - enligt Region Skånes erfarenhet är det lätt att skylla ifrån sig på en annan avdelning om fler än 100 personer omfattas av statistiken.

I Lund har kommunen en strategi för ett hållbart transportsystem – *LundaMaTs*. I denna strategi har det genom åren ingått projekt och verktyg som testresenärer, hälsotrampare, vandrande skolbuss, resejämförare, dörrknackning till 40 000 hushåll och informerat om hållbara transportval, gröna reseplaner för företag, resepolicy för kommunens anställda och förtroendevalda etc.

Helsingborg har flera års erfarenhet av sitt arbete med *Hållbara resan* där bl.a. information, prova-på-kampanjer och tävlingar använts.

Några som gjort detta är: Lidköping, Jönköping, Helsingborg, Region Skåne och Lund

Länkar: [Resejämföraren](#), [LundaMaTs](#)

Läs mer forskning: Young et al (2013), Donald, Cooper & Conchie (2014), Brede Lind et al (2015)

Möjliga utvärderingsmetoder: SUMO-utvärdering, resvaneundersökning, statistikuppföljningsprogram

FORSKNINGEN SÄGER

Donald, Cooper & Conchie (2014) har visat att det är två olika processer som får en person att åka antingen i enskild bil eller med kollektivtrafik: Bilanvändandet bestäms av intention och i mindre utsträckning av vana, medan kollektivtrafiksresor sker efter mer medvetna och genomtänkta avsiktliga processer och vana spelar ingen roll. Starka specifika vanor har en dämpande effekt på normer för beslutsfattande – det blir en direkt effekt när vanorna är svaga men en minimal påverkan när vanorna är starka. De faktorer som avgör ett val behöver inte vara samma faktorer som avgör alternativet. Detta innebär att kampanjer som syftar till att uppmuntra resor med kollektivtrafik bör kombineras med *separata* kampanjer som motverkar enskild bilkörning. Dessutom visar detta att det är nödvändigt att bryta vanor innan implementering av attitydbaserade kampanjer, genom t.ex. att minska antalet parkeringsplatser, öka parkeringsavgifterna, trängselavgifter eller bussfiler.

FORSKNINGEN SÄGER

Brede Lind et al (2015) har i sin studie visat att hållbara transportval kan uppmuntras genom att fokusera på biosfäriska värden, öka hållbara övertgelser och generell medvetenhet om ansvar för miljöproblem orsakade av privat bilkörning i urbana områden, och stärka personliga normer när det gäller val av hållbara transportsätt. Hur en attitydförändrande kampanj är utformad har stor betydelse för eventuell motvilja till förändring.

FORSKNINGEN SÄGER

Young et al (2013) menar att:

1. Miljömedvetenhet bör vara fokus för träning och information snarare än attitydförändringar. Dessutom är det mer effektivt att fokusera på grupp- eller individnivå, även om det kan vara mer resurskrävande.
2. Traditionella finansiella belöningsstrukturer inom organisationen bör integrera och fokusera på miljöfrågor för att skapa incitament för majoriteten av de anställda, snarare än en redan motiverad minoritet.
3. Miljöansvar bör integreras på ledningsnivå så att de anställda ser att dessa frågor är viktiga för organisationen.
4. Det är viktigt med återkoppling av statistik på både grupp- och individnivå, inte enbart på organisationsnivå.



UTSTÄLLNINGAR & BIBLIOTEK

I t.ex. Borås har kommunen kontinuerligt olika utställningar om hållbar utveckling och hållbar konsumtion i *Orangeriet*. Även på Vänermuseet i Lidköping anordnas regelbundna utställningar och utbildningar för skolklasser, kommunanställda och kommuninvånare för en mer hållbar livsstil. Dessutom håller stadsbiblioteket i olika föreläsningar.

Inom Helsingborgs *Miljöbyrån* har de bland annat *Miljöbiblioteket* sedan mer än 10 år. Miljöbiblioteket fungerar som ett centrum för miljöinformation med utställningar, föreläsningar och böcker om miljö.

KOST & MATSVINN

Lunds kommun startade år 2003 projektet EMIL (Ekologisk Mat i Lunds kommun) där de samverkar med de kommunala köken, pedagoger och elever.

Borås genomförde under 2012-2014 tävlingen *Matsmart* i grundskolorna för att minska mängden tallrikssvinn. Den skola som vann förstapriset år 2014 minskade sitt matsvinn med 92%!

Lidköping arbetar internt med att servera mer klimatsmart mat och ser det som ett sätt att nå kommuninvånarna också. Synsättet är att de börjar med beteendeförändringar inom kommunens verksamheter för att sedan skala upp arbetet och nå fler utanför den egna verksamheten.

Klimatkommunernas projekt *VEGA* arbetar med att minska matsvinnet och öka mängden vegetariskt i skolor genom samarbete och elevinflytande. Nio kommuner deltar i projektet som går att följa på Klimatkommunernas hemsida och instagram.

Några som gjort detta är: Borås, Lidköping

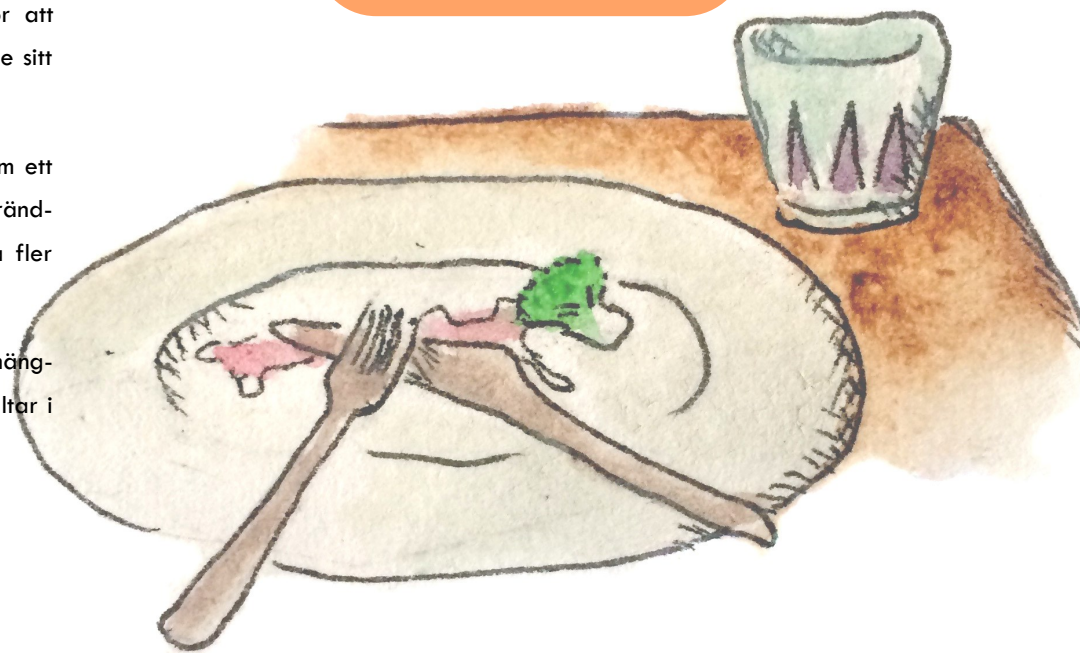
Länkar: *Miljöbyrån*, *Orangeriet*

Möjliga utvärderingsmetoder: Enkäter

Några som gjort detta är: Borås, Lund, Lidköping

Länkar: *EMIL*, *Matsmart*, *VEGA*

Möjliga utvärderingsmetoder:
Väga matsvinn



HEMSIDOR, SPEL & INTERAKTIVA KAMPANJER

Örebro stad har ett projekt som heter *Klimatsmart vardag*. Det är ett projekt med syfte att genom utmaningar och erbjudanden underlätta för örebroarna att minska sin klimatbelastning och göra det lätt att göra rätt. På *Klimatsmart vardag* presenteras en ny klimatutmaning i månaden. Vem som helst kan anmäla sitt intresse till utmaningarna, förutsatt att personen bor i Örebro samt svarar på en utvärderingsenkät efteråt. *Klimatsmart vardag* samlar allt på en hemsida med nyheter om aktuella aktiviteter och erbjudanden, webbreportage, intervjuer med deltagare, möjlighet att klimattesta sig själv, samt länkar till relevant information och sociala medier mm. Projektet har varit medialt uppmärksammat och uppskattat. Deltagarna har gett mycket positiv respons, och det är många som har återvänt och antagit flera utmaningar. Det har blivit ett stort uppsving för bl.a. elcykelanvändningen i Örebro efter projektet. Förutom att det kan vara svårt att nå ut till de medborgare som inte redan är engagerade i klimatfrågan så är det även svårt att mäta många av effekterna. Kommunen hoppas dock att det på lång sikt och i ett större perspektiv kan öka allmänhetens acceptans för politiska klimatåtgärder, t.ex. att ta bort parkeringsplatser eller begränsa biltrafik till förmån för cykelbanor.

I Stockholm har kommunen samlat mängder av information, verktyg, inspirerande aktiviteter och kunskapshöjande åtgärder inom *Klimatsmarta stockholmare*. Kommunen upplever att medborgarna tar emot arbetet på ett mycket positivt sätt och att det är ett väldigt bra sätt att föra en dialog med kommunens invånare om miljö, klimat och hållbarhetsfrågor.

Göteborg har satsat stort på olika typer av interaktiva kampanjer och spel, som t.ex. *GreenhackGBG* där göteborgarna får registrera sig och lära sig att leva ett grönare, hälsosammare och rikare liv. Deltagarna får möjlighet att inspireras av nytänkande i framkant, anta olika utmaningar för en mer hållbar livsstil och vardag, dela sina idéer och diskutera med andra deltagare. Kommunen har även i samarbete med Västra Götalandsregionen tagit fram spelet *Future Happiness Challenge* som syftar till att kommunicera resultaten från rapporten *Klimatomställning Göteborg 2.0*. Utvärderingar har visat att spelet verkligen fungerar och det kommer förmodligen finnas kvar till år 2020 men sedan ersättas av en uppdaterad variant. Spelet är gratis och tillgängligt för alla att ladda ner på [hemsidan](#)!

Några som gjort detta är: Örebro, Göteborg, Stockholm

Länkar: [Klimatsmarta stockholmare](#), [GreenhackGBG](#), [Future Happiness Challenge](#),

Möjliga utvärderingsmetoder: Enkäter, web-statistik/antal besökare eller användare

Genomförda utvärderingar: [Future Happiness Challenge](#)



SKOLA & UTBILDNING

I Helsingborg finns *Miljöverkstaden* där det har anordnats miljöutbildningar för unga i 25 års tid. Sedan 2011 finns det även miljöutbildning för alla kommunens anställda.

Göteborg har skoltävlingen *På egna ben* som går ut på att barn i årskurs 4-6 under några höstveckor ska ta sig till skolan genom att cykla, gå eller åka kollektivt istället för att bli skjutsade i bil. Genom en spännande poängjakt engageras eleverna och tävlar om fina priser, samtidigt som de lär sig mer genom övningar i miljö, hälsa och trafiksäkerhet. Utmaningen har varit mycket uppskattad av både pedagoger och elever, och övningarna är kopplade till läroplanen. Göteborg deltar också i ett projekt med *we_change* som är Sveriges största hållbarhetsatsning för gymnasieelever. Dessutom har kommunen haft ett idéburet offentligt partnerskap med Jordens vänner där de höll klimatworkshops på gymnasieskolor.

Kristianstad har arbetat mycket med Agenda 21 och genom detta t.ex. anordnat *Klimatolympiaden* för årskurs åtta, varit med och skrivit en bok för grundskolan om källsortering i kommunen med en musikföreställning en gång om året. Dessutom har kommunen miljöklubbar för mindre barn och anordnar olika informationspass för SFI om källsortering och allemansrätten. Kommunen tycker det är roligt att förmedla positiva budskap som kan gynna oss alla!

Lund har tillsammans med energibolaget Kraftringen och några närliggande kommuner startat den årligen återkommande skoltävlingen *Spänningssökarna*. Tävligen går ut på att öka elevernas kunskaper kring energi och miljö, samtidigt som de får använda sin kreativitet till att ta fram innovativa lösningar på temat hållbar energi. Klasserna får visualisera sina bidrag som sedan bedöms av allmänheten och därefter av Kraftrådet och en jury. Den segrande klassen vinner en tredagersresa till London som inkluderar ett spännande besök på Science Museum.

Borås arbetar kontinuerligt med att utbilda kommunens personal i miljömålen och förskolepersonalen särskilt i kemikaliefrågan. Dessutom kemikalieinventerar kommunen sina förskolor. Detta är även något som Lund arbetar mycket med. I Lund anordnas också inspirationsdagar för kommunens ca 500 miljöombud.

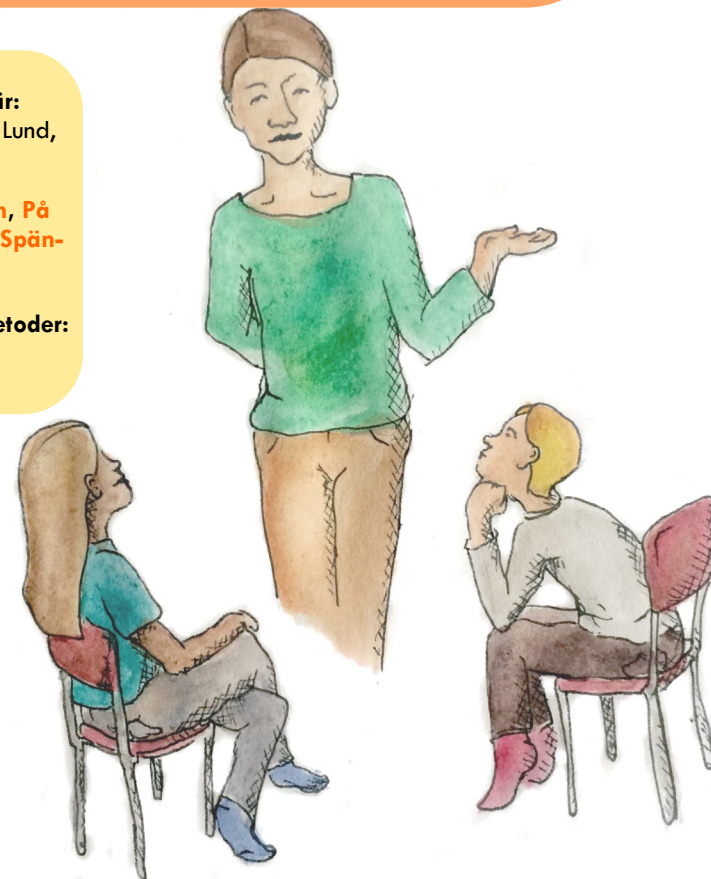
FORSKNINGEN SÄGER

Brügger, Morton & Dessai (2015) menar att klimatkommunikationen kan vara mer effektiv om den involverar olika nivåer av problemen på ett medvetet sätt. T.ex. verkar det öka människors vilja till individuellt agerande om kommunikationen fokuserar på lokala konsekvenser av klimatförändringarna, särskilt när agerandet handlar om klimatanpassning. Däremot när det gäller acceptans och stöd för policyer är det mer effektivt att prata om klimatförändringar ur ett större perspektiv, dvs. att flytta klimatförändringarna längre ifrån individerna. Detta gäller särskilt om policyerna handlar om förebyggande åtgärder. Genom att förstå hur vi ska mobilisera de olika delarna, anpassning och förebyggande, kan vi uppnå bättre och mer effektiva lösningar på klimatproblemen.

Några som gjort detta är:
Helsingborg, Göteborg, Lund,
Kristianstad och Borås

Länkar: *Miljöverkstaden*, *På egna ben*, *we_change*, *Spänningssökarna*

Möjliga utvärderingsmetoder:
Enkäter, intervjuer



ENERGIBESPARING

Region Skåne har i flera verksamheter genomfört energieffektiviseringsåtgärder med beteendepåverkanskampanjer gentemot medarbetare och på några ställen minskade energianvändningen med omkring 10 procent.

Göteborg har genom en tydlig informationsbroschyr informerat invånarna om hur de kan spara energi och vilka apparater i våra hem som drar mest – *Vi kan påverka!*

Flera kommuner, däribland Lund, har tagit fram solkartor för att visa hur mycket solenergi som kan produceras på taken i kommunen. Tanken är att det ska uppmuntra fastighetsägare och privatpersoner att investera i solenergi, och genom solkartorna är det möjligt att få en indikation på hur lönsamt det är att satsa på solenergi på just ditt tak.

KONSUMTION

Malmö stad genomförde kampanjen *GO! Malmö* som handlade om förändrad konsumtion och mer delad ekonomi, främst med fokus på ekoreko men även klimatsmarta produkter. Under tre kampanjveckor hösten 2015 fick butiker, caféer och restauranger hjälp att visa upp sina schyssta alternativ för att få fler konsumenter att välja hållbart. Syftet var också att bidra till en levande stadskärna och visa upp Malmö som en hållbar stad. Genom detta ville Malmö möjliggöra och visa på alternativ konsumtion, t.ex. att dela, låna eller byta istället för att äga och att konsumera kultur och tjänster istället för produkter.

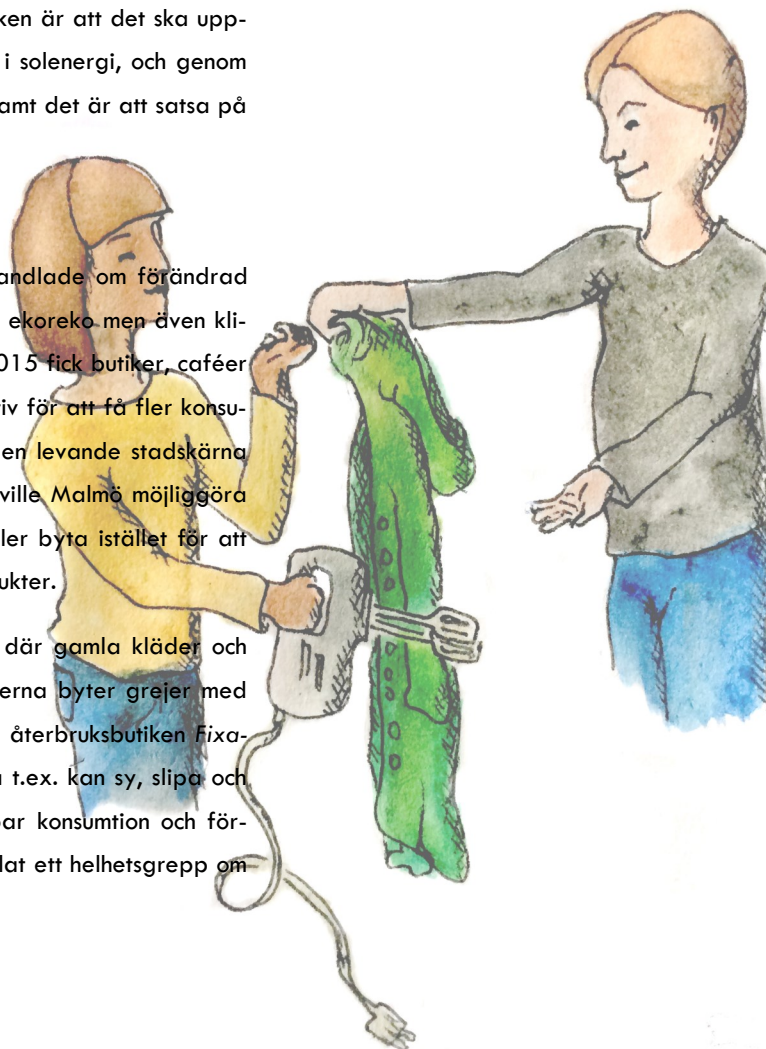
Flera kommuner har olika former av återbrukscentraler där gamla kläder och saker kan få nytt liv eller en ny ägare genom att kunderna byter grejer med varandra. I Lund öppnade under våren den kvartersnära återbruksbutiken *FixaTill* på Linero Torg. Här finns en verkstad där besökarna t.ex. kan sy, slipa och måla. Genom projektet vill Lund uppmuntra till en hållbar konsumtion och förlänga livstiden på de saker vi har. Lund har också utvecklat ett helhetsgrepp om konsumtion - *Framtidsstigen*.

Några som gjort detta är: Borås, Region Skåne och Lund

Länkar: [Vi kan påverka!](#), [Solkartan](#)

Läs mer: Schultz et al. (2007)

Möjliga utvärderingsmetoder: Mäta energiförbrukning



FORSKNINGEN SÄGER

Rubens et al (2013) har studerat effekten av åtaganden. Genom att exempelvis låta kunder i en mataffär signera en poster med budskapet att de inte skulle ta en gratis plastpåse i kassan kunde de tydligt observera att de som skrivit under i mindre utsträckning tog en plastpåse än individerna i kontrollgruppen. Det önskvärda beteendet höll även i sig efter en tid. Dessutom: när människor gör ett åtagande om en oproblematisk handling (t.ex. att inte ta en gratis plastpåse) stärks värderingarna och de blir mer benägna att fortsätta med beteenden som liknar det som de just har åtagit sig. Det kan till och med vara mer kostsamma beteenden. Med andra ord kan vi påverka människors beteenden i en hållbar riktning genom att få dem att genomföra en enkel beteendeförändring först. Rubens et al (2013) visade att det var mer effektivt med skriftliga åtaganden än muntliga, ett offentligt åtagande är mer effektivt än ett privat och personer som gjorde åtagandet för egen del och inte som en del av en grupp var mer benägna att fortsätta med andra liknande beteenden.

Några som gjort detta är: Malmö, Lund

Länkar: [GO! Malmö](#), [FixaTill](#), [Framtidsstigen](#)

Möjliga utvärderingsmetoder: Försäljningsstatistik

DIALOG MED MEDBORGARE

I mars 2016 började klimatbantning för tolv hushåll i Kristianstad där de arbetar med tio olika teman som rör allt ifrån energi, till mat och resor. Under ett år ska de dra ner på sina utsläpp av växthusgaser. Varje familj har gjort en växthusgasprofil och sedan satt upp mål för hur mycket deras utsläpp bör minska.

I Stockholms stads nya miljöprofilområde *Norra Djurgårdsstaden* pågår ett dialogarbete med invånarna om hållbara livsstilar.

Göteborg hade under 2010-2011 samverkansprojektet *Leva Livet* där elva göteborgsfamiljer fick möjlighet att under ett år prova på ett grönare och mer lustfyllt liv. Det speciella med det här projektet var att begreppet *livskvalitet* sammankopplades med miljö. Projektet fick mycket uppmärksamhet i media och spred lärdomarna och budskapen till långt fler än kommunen hade trott. Familjerna i projektet visade att det är möjligt för oss alla att minska miljöpåverkan i vardagen genom att exempelvis spara på resurser och noga överväga vad och om vi måste konsumera. *Leva Livets* motto har varit "kul, lätt och bra för miljön och individen".

AVFALLSHANTERING

Göteborgs stad har tagit fram hemsidan *En värld utan sopor* där kommunen har samlat mängder av information om hur du kan leva ett liv med mindre sopor. Hemsidan innehåller också filmer och checklistor för avfallshantering i hemmet, på jobbet och i skolan. Det går även att ladda ner en appen *Avfallsguiden*.

Verksamheten *I love Hbg* i Helsingborg jobbar för att medborgarna ska känna stolthet för sin stad och arbeta mot nedskärpning genom bland annat nudging och tävlingar.

Renhållningsverket i Lund var tidigt innovativa kring avfallshantering med flerfackskärl i kombination av information och dialog med innevånarna.

Några som gjort detta är: Kristianstad, Stockholm, Göteborg

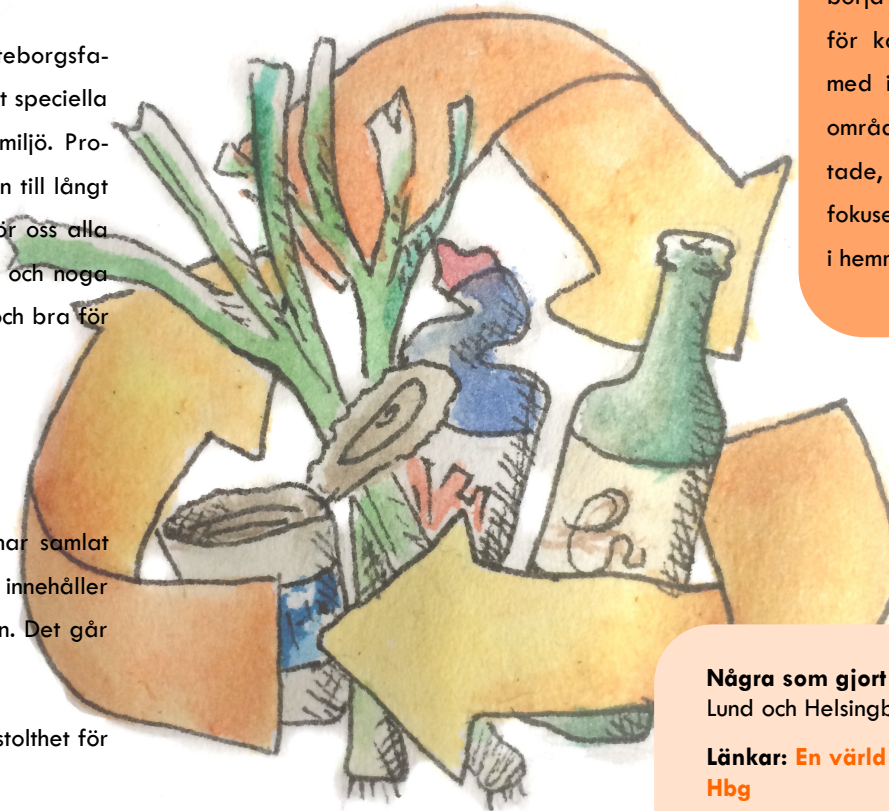
Länkar: [Leva livet](#), [Norra Djurgårdsstaden](#)

Möjliga utvärderingsmetoder: Enkäter, intervjuer, mäta energiförbrukning

Genomförda utvärderingar: [Leva livet](#)

FORSKNINGEN SÄGER

Verplanken & Roy (2015) har visat att vid större förändringar, som exempelvis en flytt, är människor mer benägna att förändra beteenden och påbörja nya grönare vanor. Därför kan det vara fördelaktigt med insatser i t.ex. nybyggda områden där alla är nyinflyttade, eller att på något sätt fokusera på livsstilsförändringar i hemmet efter en flytt.



Några som gjort detta är: Göteborg, Lund och Helsingborg

Länkar: [En värld utan sopor](#), [I love Hbg](#)

Möjliga utvärderingsmetoder: Mäta avfallsmängder, "renheten" i olika fraktioner i avfallsanläggningar

NUDGING

Malmö har tagit fram en *Nudginghandbok* med syfte att sprida metoderna för arbetet med hållbar konsumtion och livsstil. I Lidköping har kommunen utbildat ett antal personer inom den egna organisationen i nudgingmetodik. Helsingborg använder sig av nudging inom projektet *I love Hbg*.

En väldigt enkel nudge är att införa dubbelsidig utskrift som standard på alla skrivare. I Region Skåne infördes även att personalen måste gå till skrivaren och skriva ut med hjälp av sitt ID-kort, vilket på en gång halverade antalet utskrifter och det har fortsatt att minska. I Hässleholm tog kommunen bort brickorna i skolmatsalen vilket tydligt minskade matsvinnet.

Några som gjort detta är: Malmö, Lidköping och Hässleholm

Länkar: [Nudginghandbok](#), [Naturvårdsverkets rapport om nudging](#)

Läs mer: Lehner, Mont & Heiskanen (2015)

FORSKNINGEN SÄGER

Naturvårdsverket (Mont, Lehner & Heiskanen, 2014) har publicerat en rapport om nudging där följande rekommendationer finns:

1. Identifiera och förstå målgrupper och deras beteende. Om beteendet är för komplext bör det delas upp i flera enklare beteenden eller element.
2. Identifiera beteendemodeller relevanta för både individuella och sociala beteenden och gör en kort lista över de mest avgörande faktorerna. Detta steg kan innefatta litteraturgenomgång eller konsultation med berörda parter.
3. Välj de viktigaste faktorerna och fokusera på dem för att sätta upp målen för policyn/åtgärderna.
4. Identifiera effektiva interventioner som har fungerat tidigare och visats sig vara effektiva i tidigare insatser där hänsyn tagits till utvalda faktorer.
5. Engagera målgruppen för att öka förståelsen om deras beteende och avgörande faktorer utifrån deras perspektiv.
6. Utveckla en åtgärdsprototyp och utvärdera den mot bakgrunden av relevanta politiska ramar och utvärderingar.
7. Testkör åtgärden och följ upp resultaten.
8. Utvärdera effekterna och förfarandet gentemot de mål som utvecklats i steg 3 och med hänsyn till de avgörande faktorerna.
9. Ta tillvara nya lärdomar för fördjupad förståelsen för åtgärden och för beteendet i fråga.

FORSKNINGEN SÄGER

Lehner, Mont & Heiskanen (2015) skriver i sin studie att nudging visat sig fungera bäst när det gäller hållbar konsumtion av energi, mat och transporter. Det vanligaste tycks vara att använda nudging för energiförbrukning i hushåll. Där har studier visat följande:

1. Opt-out (eng. "option-out" istället för "option-in" som oftast är fallet i dagsläget): 95-99% av kunderna fortsätter köpa grön el om det är standardalternativet (dvs. förvalt och kunden måste själv höra av sig till elbolaget för att byta till fossil el).
2. Social jämförelse vid fakturering (dvs. hur hushållets energiförbrukning förhåller sig till grannarnas) har visat på endast 2% minskning av energiförbrukningen i storskaliga experiment och 11% i småskaliga experiment.
3. Betydligt mycket mer effektivt med nudging i mindre skala än i stor skala, troligtvis pga. svårigheter att kontrollera miljömässiga faktorer i storskaliga ingripanden.

Nudging är lämpligt när valen har en fördröjd effekt, när valen är komplexa eller ovanliga och det därför inte är möjligt med inläring, när det inte finns möjlighet till feedback, eller när kopplingen mellan val och utkomst är tvetydig. Nudging är ofta bra för att komplettera informativa styrmedel som exempelvis märkningar av produkter, för att göra dessa mer framträdande och intuitiva.

Ungefär 45% av våra handlingar gör vi utan att reflektera, av rutin och vana. Nudging är alltså lämpligt för både rutinbeteenden och komplexa beslut som vanligtvis skulle vara överväldigande för vår hjärna.

Beslutsfattare kan använda nudging på två sätt:

1. För att motverka negativ inverkan från andra aktörers (t.ex. företag, media) försök att undermedvetet påverka människors beteende och därigenom minska oönskade beteenden (t.ex. konsumtion av fett, salt eller socker).
2. Uppmuntra vissa beteenden och därmed öka önskvärda beteenden (t.ex. konsumtion av hälsosam mat).

Det är mindre kontroversiellt med nudging som handlar om att förenkla information än nudging som går ut på att byta ut förhandsval (t.ex. gällande grön el). Å andra sidan tycks den senare typen av nudging vara mycket mer effektivt. Generellt ses nudging som en mindre kontroversiell typ av beteendepåverkan än många andra verktyg, eftersom den inte begränsar människors fria val. Trots det kan nudging ibland uppfattas som manipulativt, vilket innebär att det är viktigt att vi för en öppen diskussion om hur vi bäst ska förändra beteenden för både individens och samhällets bästa.

GÅR DET ATT FÖRÄNDRA BETEENDEN?

Det råder delade meningar inom forskningen om var och hur resurser bör fördelas för att nå de mest kostnadseffektiva beteendepåverkande åtgärderna (se t.ex. Whitmarsh, O'Neill & Lorenzoni, 2013). Detta är delvis på grund av obefintliga utvärderingar och mätningar av resultat - ändå är utvärdering avgörande för att förstå vad som är lyckade respektive misslyckade insatser, lära oss av tidigare erfarenheter och förbättra framtida åtgärder och styrmedel (Ibid). Det är svårt, ofta kanske till och med omöjligt, att mäta effekterna och resultaten av beteendepåverkande åtgärder. Som Mont, Lehner och Heiskanen (2014) skriver: "det beror på komplexiteten av mänskligt beteende och mångfald av faktorer som påverkar den".

Flera studier har till exempel visat att förekomsten av återvinningskärl ökar konsumtionen, vilket tyder på att möjlighet till källsortering rättfärdigar ökad konsumtion (Tate, Stewart & Daly, 2014). Det blir således en kontraproduktiv åtgärd vars syfte var något helt annat än utkomsten. Det finns också stora problem i det så kallade *value-action gap*, dvs. glappet mellan människors värderingar och deras handlingar eller beteenden (Klintman & Boström, 2015). I det här fallet handlar det om att allmänhetens medvetenhet om klimatförändringarna i allmänhet är hög, men "svaret" i form av klimativänligt beteende är mer sällsynt (Annerstedt van der Bosch & Depledge, 2015). Även Young et al. (2013) visar i sin studie av olika arbetsplatsrelaterade projekt, som informationskampanjer eller energiuppföljning och återkoppling, att en attitydförändring hos personalen inte nödvändigtvis leder till ett mer miljövänligt beteende. Enligt Gifford (2011) finns det tre faser av överksamhet: genuin ignorans, psykologiska faktorer som hindrar även om medvetenhet finns, och till sist att beteendeförändringar som faktiskt sker leder till en alldeles för liten utsläppsminskning eller till och med försvinner efterhand.

Barr, Gilg och Shaw (2011), som undersökte begreppet "hållbar livsstil" genom en serie fokusgruppdiskussioner, menar att det både är lockande och obekvämt att försöka påverka människors konsumtion i vårt neoliberala och globala samhälle. De menar vidare att det är möjligt att hårda styrmedel (lagar och regler) misslyckas just på grund av kollektiv förnekelse och ovilja att ta individuellt ansvar för klimatföränd-

ringarna (Barr, Gilg & Shaw, 2011). Enligt Hayles och Dean (2015) är det bara ungefär hälften av tillfrågade personer i en BBC-enkät som ens tror att en förändring av deras beteenden kan påverka klimatet. Å andra sidan har Kenis och Mathijs (2012) genom djupintervjuer med tolv unga miljöengagerade personer visat på en paradox: de som faktiskt engagerar sig i klimatfrågan och försöker ändra sitt beteende gör inte det för att de tror att det har en effekt, utan för att de upplever maktlöshet. Därför gör de förändringar som ligger inom räckhåll, trots att de egentligen eftersträvar större kollektiva omställningar för att se *riktiga* effekter (Kenis & Mathijs, 2012). Berthou och Ebbesen (2016) har studerat lokala klimatplaner i Danmark där det finns en tydlig separering mellan större politiska beslut och initiativ för beteendepåverkan. Det innebär att medborgarna först och främst ses som konsumenter och inte som inblandade i större samhälleliga frågor (Berthou & Ebbesen, 2016; även Klintman & Boström, 2015).

När det gäller nudging-åtgärder rekommenderar forskningen ofta att det får agera komplement till hårda styrmedel, inte ett substitut (Klintman & Boström, 2015; Lehner, Mont & Heiskanen, 2015). Det är också möjligt att kombinera nudging med andra typer av beteendepåverkande åtgärder. Dilemmat är dock att även om nudging fungerar utmärkt i ett kontrollerat experiment kan resultatet skilja sig stort mellan olika verkliga situationer – experiment kan inte alltid generaliseras i en större kontext (Lehner, Mont & Heiskanen, 2015). Både Klintman och Dalhammar betonar vikten av att nudgingåtgärder ska vara *komplement* till andra styrmedel, inte någon form av substitut. Enligt Klintman har vissa kritiserat nudging för att vara alltför individorienterat, vilket i vissa fall kan vara bra men det är också lätt att glömma bort att det är statens ansvar att "ta i med hårdhandskarna" och ändra policyer för att uppmuntra eller försvåra vissa beteenden.

Som nämnt ovan är det vanligt att medborgare först och främst ses som konsumenter (se t.ex. Berthou & Ebbesen, 2016). Många kommuner upplever att de bara kan påverka medborgare indirekt genom att fungera som förebilder (Ibid), vilket också är något som flera av Klimatkommunerna uttryckte i sina enkätsvar. Klintman

och Boström (2015) menar att detta synsätt bygger på idén att information om kopplingen mellan privat konsumtion och negativ klimatpåverkan ska leda till medvetenhet och senare attitydförändring hos konsumenten, vilket i sin tur kan leda till en beteendeförändring. Det finns dock många problem med synsättet, bl.a. det tidigare nämnda *value-action gap* (Annerstedt van der Bosch & Depledge, 2015; Hayles & Dean, 2015; Borgstede, Andersson & Johnsson, 2013) som innebär att det sällan är tillräckligt att bara arbeta med människors värderingar eftersom förändrade värderingar inte nödvändigtvis behöver leda till ett förändrat beteende. För att stärka arbetet med värderingar eller hårda styrmedel kan därför t.ex. nudging vara lämpligt (Mont, Lehner & Heiskanen, 2014).

Det är trots allt inte särskilt överraskande i vårt neoliberala samhälle att det är lockande för politikerna att låta medborgarna anta rollen som konsument, eftersom politikerna då inte behöver ta lika mycket ansvar (Barr, Gilg & Shaw, 2011; Klintman & Boström, 2015). Ofta lyfts medborgarnas skepsis fram som ett stort hinder för politiken, samtidigt som politisk proaktivitet ses som viktigt (Klintman & Boström, 2015). Återigen – fokus borde snarare ligga på att använda sig av beteendepåverkande åtgärder för att öka acceptansen för större politiska beslut. Å andra sidan är det möjligt att de individualistiska åtgärderna utvecklas till en social rörelse och förändrar sociala normer och strukturer (Klintman & Boström, 2015; Borgstede, Andersson & Johnsson, 2013). Även Webb (2012) och Lacasse (2015) är kritiska till det individualistiska och konsumtionsbaserade fokuset i klimatarbetet och menar att det krävs starkare politiska styrmedel – miljövänliga beteenden är inte tillräckligt. Webb (2012) menar vidare att det här tankesättet inte leder till social förändring utan att det snarare handlar om att undvika känsliga och oönskade frågor inom politiken, särskilt motsättningarna mellan ekonomisk tillväxt och minskade växthusgasutsläpp.

Det är viktigt att ifrågasätta syftet med beteendepåverkande åtgärder. Exempelvis menar Kenis och Mathijs (2012) att många efterfrågar förändrade sociala strukturer eftersom strukturerna är huvudproblemet, men istället framställs individuell beteendeförändring som "den heliga gralen". I intervjustudien "Svenskarna och hållbarheten" med 4200 intervjuer, beställd av Telge Energi, svarade 70% att de vill göra mer för att förbättra världen, 80% kan tänka sig att betala mer och 70% vill se fler politiska beslut som underlättar en hållbar livsstil (Telge Energi, 2016). En intressant iakttagelse är att 70% av svenskarna anser att sopsortering är "det bästa sättet att göra en insats för miljön" (Ibid),

vilket också är den vanligaste åtgärden privatpersoner i Storbritannien utför av klimatskäl (Whitmarsh, 2008). Tron att sopsortering är det viktigaste en individ kan göra för klimatet och miljön är ett tydligt exempel på det dilemma som Klintman och Boström (2015) beskriver: för att få människor att agera för klimatet förenklas ofta information och föreslagna åtgärder, t.ex. "sopsortera", "ta cykeln till jobbet", för att visa att alla kan göra *något*. Problemet är att det kan leda till att människor tänker att det räcker med de små åtgärderna, när det egentligen krävs större strukturella förändringar (Ibid). Människor har lättare att genomföra s.k. *låg-kostnadsbeteenden*, som att sopsortera eller släcka lamporna i ett tomt rum, än *högkostnadsbeteenden*, som att undvika charterflyg (Borgstede, Andersson & Johnsson (2013). Å andra sidan – om information och åtgärder *inte* förenklades, dvs. budskapet "klimatförändringarna pågår trots allt ni försöker förändra", skulle förmodligen många känna hopplöshet och ge upp eftersom deras personliga insats inte spelar någon roll (Klintman & Boström, 2015).

Social identitet har bevisat stor inverkan på människors energiförbrukning, vilket kan göra det svårt att förändra deras konsumtion (Hayles & Dean, 2015). Det går dock, som Schultz et al. (2007) visar, att använda den sociala identiteten och genom beskrivande normativ information få hushåll att minska sin energiförbrukning. Genomförda experiment har visat att hushåll med hög energikonsumtion sänker sin förbrukning om de får veta att de konsumerar mer än genomsnittet. Men motsatsen verkar också vara sann: hushåll med lägre energiförbrukning än genomsnittet tenderade i studien att öka sin energikonsumtion, vilket Schultz et al. (2007) kallar för "en destruktiv bumerangeffekt". Det här kan också kopplas till Tate, Stewart och Daly (2014) som visat att förekomst av sopsorteringskärl kan öka konsumtionen. Det är viktigt att vara medveten om den här typen av oönskade effekter i arbetet med beteendepåverkande åtgärder, och det visar också återigen på betydelsen av någon form av utvärdering för att nå de effekter som önskas och lära av tidigare misstag.

GÅR DET ATT UTVÄRDERA BETEENDEPÅVERKANDE ÅTGÄRDER?

Det är ovanligt med ordentliga utvärderingar av mjuka åtgärder och policys, vilket t.ex. Whitmarsh, O'Neill och Lorenzoni (2013) betonar, trots att utvärdering kan ses som en nyckel till lärande. Detta är förmodligen förklaringen till varför det saknas litteratur som ingående beskriver utvärderingsmetoder för just den typen av åtgärder. En generell slutsats är att det med dagens metoder i princip är omöjligt att mäta direkta utsläppsminskningar efter en beteendepåverkande åtgärd, förutom i specifika fall. Risken är alltså att beteendepåverkande projekt och åtgärder inte utvärderas alls, alternativt att de utvärderas felaktigt. Litteraturen berör främst vilka faktorer som påverkar beteenden, och i mindre utsträckning utvärderingar av specifika åtgärder. Det finns alltså ett glapp mellan forskningen och behovet av praktiska utvärderingsmetoder.

När det gäller policyutvärdering är det kanske möjligt att anpassa policyns mål för att målen ska gå att utvärdera. Det här innebär inte att beteendepåverkande åtgärder inte har någon effekt! Forskning har visat att beteendepåverkande åtgärder i kombination med andra styrmedel kan öka acceptansen för hårda styrmedel (t.ex. Brügger, Morton & Dessai, 2015). Med andra ord – det är ofta svårt att bevisa några effekter men beteendepåverkande åtgärder kan öka acceptansen och bana vägen för andra typer av policier.

Följdfrågan är om beteendepåverkande åtgärder på kommunal nivå ökar acceptansen för styrmedel på nationell nivå? Om så är fallet borde det rimligtvis ligga i statens intresse att ge kommunerna möjlighet att arbeta med den typen av åtgärder? För att återkoppla till exemplet med investeringsprogrammet Klimatklivet så kanske Naturvårdsverket borde tänka om och inte kräva samma utvärderingar av kostnadseffektiviteten för beteendepåverkande åtgärder som för fysiska investeringar i t.ex. infrastruktur.

Det är förståeligt att det är viktigt med kostnadseffektivitet som samhället ser ut idag. I kommunerna är det också viktigt att kunna visa för lokala politiker de långsiktiga vinsterna av investerade pengar – det är alltså minst lika viktigt att kunna utvärdera i den egna målkedjan. Under arbetet med denna rapport har det kommit fram ett antal ytterligare frågor som kan besvaras i framtida studier: (i) Hur används

resultaten av utvärderingarna? (ii) Är det bara positiva resultat som är önskvärda? (iii) Vad ger utvärderingarna för resultat, och vad är kvaliteten på resultaten? (iv) Kan resultaten användas som grunden för relevanta beslut? Det kanske skulle vara möjligt att vända på normen: istället för att begära bevis för att varje åtgärd är kostnadseffektiv – jämför med alternativet att inte arbeta med beteendepåverkan alls.

Den vanligaste utvärderingsmetoden inom forskningen är enkäter, precis som hos Klimatkommunerna. Skillnaden är kanske hur mycket tid och resurser som läggs ner på att utforma enkäterna. En framtida möjlighet för Klimatkommunerna är att testa sina enkäter innan utskick och utforma dem tillsammans med en expertpanel, som exempelvis Linden (2015) gjort.

Enligt Whitmarsh (2008) är det vanligt att både forskare och beslutsfattare använder energiförbrukning som indikator för att utvärdera strategier för minskad klimatpåverkan, men att det felaktigt kan antyda saker om allmänhetens engagemang i klimatfrågan. I Storbritannien har det exempelvis visat sig att energiförbrukningen ökar trots att allmänhetens medvetenhet har blivit större. Dessutom är det vanligt att energibesparing sker av andra anledningar än miljöhänsyn, t.ex. av ekonomiska skäl (Whitmarsh, 2008).

För mer utförlig diskussion kring policyutvärdering se uppsatsen denna rapport är baserad på (Zwahlen, 2016).

Trots att det är svårt, eller omöjligt, att med dagens metoder mäta utsläppsminskningar och konkreta effekter av beteendepåverkande åtgärder får det inte vara ett hinder för att arbeta med det. Klintman menar att normerna ligger i naturvetenskapen, och att det är en form av trygghet att hålla fast vid hårda kriterier för utvärdering. Det är tänkbart att svårigheter kan uppstå när utvärdering sker genom människors självrapporterade beteende, t.ex. att många kan vilja framstå som mer miljövänliga än de egentligen är. Anonyma enkäter istället för intervjuer kan vara ett sätt att minska den risken, men frågan kvarstår: hur bör *value-action gap* hanteras? Om vi eftersträvar förändringar av samhällsstrukturer och normer bör vi kanske fokusera på att mäta långsiktiga beteendeförändringar, och inte försöka mäta

effekterna av varje separat åtgärd? Det troliga är att det är samspelet mellan olika åtgärder som skapar förändringar (se t.ex. Klintman & Boström, 2015; Borgstede, Andersson & Johnsson, 2013). Klintman menar vidare att ett fokus på orsak och verkan riskerar att leda till att projekt och åtgärder blir alltför mikroorienterade. Det är däremot rimligt att kräva en självkritisk diskussion i arbetet med beteendepåverkan, ett resonemang kring orsak och verkan ur ett större perspektiv, t.ex. genom att referera till tidigare studier och forskning. Dock kan det vara svårt att skala upp ett experiment – "pilotstudiens dilemma". Men pilotstudien kan ibland också vara lyckad, som i fallet med trängselskatten i Stockholm där majoriteten före införandet var negativ men efter praktiska försök svängde majoriteten om och blev positivt inställd till skatten som senare infördes permanent.

För att återkoppla till möjligheterna att söka projektmedel från exempelvis Klimatklivet menar Klintman alltså att det är lättare när det handlar om avgränsade projekt, exempelvis kommunikationsinsatser på en specifik arbetsplats för att minska bilanvändningen. Avgörande för att kunna visa på någon effekt är att ha ett före-värde. Om kommunikationsinsatserna istället handlar om att minska bilpendlingen i en större region är det svårt.

Mer "objektiva" mätningar är rent teoretiskt möjligt genom att inhämta försäljningsstatistik från butiker t.ex. på vilka köttslag som säljs, men det är komplicerat att studera köttkonsumtionen rent sociologiskt i och med att vi konsumerar mer kött trots att medvetenheten har ökat (Naturvårdsverket, 2011). Anledningen, som Naturvårdsverket (2011) ser det, är att det finns positiva attityder men bristande förutsättningar. I det här fallet kan beteendepåverkande åtgärder vara en lämplig metod för att komma tillrätta med problemen, men det är viktigt att inte förlita sig på enbart informativa styrmedel utan kombinera med faktorer som tillgänglighet och pris (Naturvårdsverket, 2011).

Vidare skulle det vara möjligt att mäta faktorer som kemikalienivå och medicinrester i reningsverk eller mängden brännbart avfall och hur rena de olika fraktionerna är i avfallsanläggningar, för att studera förändringar när det gäller vårt avfalls-

beteende. I de fall det inte är möjligt att göra mätningar går det att använda sig av s.k. "proxys", dvs. uppskattningar.

De problem Klimatkommunernas medlemmar främst upplever när det gäller utvärdering av beteendepåverkande åtgärder är resursbrist och svårigheten att avgöra om det är den särskilda åtgärden som gett effekt eller något annat. Flera kommuner gör resvaneundersökningar bland medborgarna, men det är svårt att koppla till enskilda åtgärder. Några kommuner gör mer eller mindre regelbundna mätningar av matsvinn och/eller hushållsavfall. För några få särskilda kampanjer har den aktuella kommunen mätt saker som webbstatistik, interaktion i sociala medier och räckvidd i media. Vissa beräknar antalet deltagare på olika aktiviteter inom ett projekt eller en kampanj. När det gäller tävlingar eller utmaningar är det lättare att mäta effekterna om det går att jämföra med ett före-värde. Men trots att det generellt oftast är svårt att mäta tycker kommunerna att det är viktigt att fortsätta arbeta med detta, och de ser att beteendepåverkande åtgärder har en viktig funktion som "smörjmedel" i det stora arbetet med klimatstrategier.

De utvärderingar som genomförs i Sverige idag blir ofta dåliga för att det inte läggs tillräckliga resurser på dem. I USA är det vanligare att en utvärdering får kosta 10-20 miljoner kronor, vilket förmodligen är vad en bra utvärdering kostar. Samtidigt som otillräckliga resurser läggs på utvärdering här i Sverige är normen att "allt ska utvärderas", i enlighet med New Public Management, varför det är tänkbart att en viss typ av policyer premieras. En slutsats är således att för att få bättre utvärderingar måste vi vara beredda att avsätta mer resurser för dem.

SLUTORD

Sammantaget är det svårt att utvärdera och mäta effekterna av beteendepåverkande åtgärder då många faktorer påverkar vårt beteende och det går sällan att särskilja en specifik åtgärd från den större kontexten. Det går dock att visa att beteendepåverkande åtgärder ökar acceptansen för hårda styrmedel, vilket i sig borde vara ett tillräckligt starkt argument för att fortsätta arbeta med det. Det kan dock ta många år innan beteenden förändras, varför det är viktigt att tänka på tidsramarna vid utvärdering. Varje åtgärd kan ses som ett steg på vägen mot att reformera samhällets strukturer. Vad som är tydligt är att det både krävs mer forskning kring detta och mer resurser för att utföra bra utvärderingar.

Vad är möjligt att mäta ur ett teoretiskt perspektiv?

- Försäljningsstatistik från matbutiker
- Kemikalienivåer, medicinrester i reningsverk
- Mängd avfall, renhet i fraktioner
- Energiförbrukning i bostäder/lokaler
- Resvanor

Denna rapport är baserad på följande magisteruppsats i miljövetenskap:

Hur vet vi om vi skapat klimatsmarta beteenden? En studie kring utvärdering av beteendepåverkande åtgärder av Ida Zwahlen, Lunds universitet 2016.



REFERENSER & TIPS PÅ VIDARE LÄSNING

- Anderson, A. (2012). Climate Change Education for Mitigation and Adaption. *UNESCO Special Section on the ESD Response to the Three Rio Conventions*. 6(2):191-206.
- Auld, G., Mallett, A., Burlica, B., Nolan-Poupard, F. & Slater, R. (2014). Evaluating the effects of policy innovations: Lessons from a systematic review of policies promoting low-carbon technology. *Global Environmental Change*, 29:444-458.
- Bamberg, S., Rees, J. & Seebauer, S. (2015). Collective climate action: Determinants of participation intention in community-based pro-environmental initiatives. *Journal of Environmental Psychology*, 43:155-165.
- Barr, S., Gilg, A. & Shaw, G. (2011). 'Helping People Make Better Choices': Exploring the behavior change agenda for environmental sustainability. *Applied Geography*, 31:712-720.
- Berthou, S.K.G. & Ebbesen, B.V. (2016). Local governing of climate change in Denmark: recasting citizens as consumers. *Journal of Environmental Planning and Management*, 59(3):501-517.
- Borgstede, C., Andersson, M. & Johnsson, F. (2013). Public attitudes to climate change and carbon mitigation – Implications for energy-associated behaviours. *Energy Policy*, 57:182-193.
- Boyes, E. & Stanisstreet, M. (2012). Environmental Education for Behaviour Change: Which actions should be targeted? *International Journal of Science Education*, 34(10):1591-1614.
- Brede Lind, H., Nordfjærn, T., Halvard Jørgensen, S. & Rundmo, T. (2015). The value-belief-norm theory, personal norms and sustainable travel mode choice in urban areas. *Journal of Environmental Psychology*, 44:119-125.
- Bruderer Enzler, H. (2013). Consideration of Future Consequences as a Predictor of Environmentally Responsible Behavior: Evidence From a General Population Study. *Environment and Behavior*, 47(6):618-643.
- Brügger, A., Morton, T.A. & Dessai, S. (2015). Hand in Hand: Public Endorsement of Climate Change Mitigation and Adaptation. *PLoS ONE*, 10(4).
- Carrico, A.R., Truelove, H.B., Vandenberg, M.P. & Dana, D. (2015). Does learning about climate change adaptation change support for mitigation? *Journal of Environmental Psychology*, 41:19-29.
- Cerutti, A.K., Contu, S., Ardente, F., Donno, D. & Beccaro, G.L. (2015). Carbon footprint in green public procurement: Policy evaluation from a case study in the food sector. *Food Policy*, 58:82-93.
- Chao, Y.-L. (2012). Predicting people's environmental behaviour: theory of planned behaviour and model of responsible environmental behavior. *Environmental Education Research*, 18(4):437-461.
- Clayton, S., Devine-Wright, P., Stern, P.C., Whitmarsh, L., Carrico, A., Steg, L., Swim, J. & Bonnes, M. (2015). Psychological research and global climate change. *Nature Climate Change*, 15:640-646.
- Demarque, C., Charalambides, L., Hilton, D.J. & Waroquier, L. (2015). Nudging sustainable consumption: The use of descriptive norms to promote a minority behavior in a realistic online shopping environment. *Journal of Environmental Psychology*, 43:166-174.
- Donald, I.J., Cooper, S.R. & Conchie, S.M. (2014). An extended theory of planned behaviour model of the psychological factors affecting commuters' transport mode use. *Journal of Environmental Psychology*, 40:39-48.
- Fritsche, I. & Häfner, K. (2012). The Malicious Effects of Existential Threat on Motivation to Protect the Natural Environment and the Role of Environmental Identity as a Moderator. *Environment and Behavior*, 44(4):570-590.
- Gifford, R. (2011). The Dragons of Inaction – Psychological Barriers That Limit Climate Change Mitigation and Adaptation. *American Psychologist*, 66(4):290-302.
- Goodhew, J., Pahl, S., Auburn, T. & Goodhew, S. (2015). Making Heat Visible: Promoting Energy Conservation Behaviours Through Thermal Imaging. *Environment and Behaviour*, 47(10):1059-1088.
- Hayles, C.S. & Dean, M. (2015). Social housing tenants, Climate Change and sustainable living: A study of awareness, behaviours and willingness to adapt. *Sustainable Cities and Society*, 17:35-45.
- Hoicka, C. (2012). *Understanding Pro-Environmental Behaviour as Process: Assessing the Importance of Program Structure and Advice-Giving in a Residential Home Energy Evaluation Program*. Avhandling, Universitetet i Waterloo.
- Huitema, D., Jordan, A., Massey, E., Rayner, T., van Asselt, H., Haus, C., Hildingsson, R., Monni, S. & Strippel, J. (2011). The evaluation of climate policy: theory and emerging practice in Europe. *Policy Sciences*, 44:179-198.
- Kenis, A. & Mathijs, E. (2012). Beyond individual behaviour change: the role of power, knowledge and strategy in tackling climate change. *Environmental Education Research*, 18(1):45-65.
- Klimatkommunerna. (2015). Mot framtiden och vidare – kommuners arbete och utmaningar mot ett fossilbränslefritt Sverige. <http://www.klimatkommunerna.se/Global/Klimatkommunerna/Mot%20framtiden%20och%20vidare.pdf>
- Klintman, M. (2009). Participation in Green Consumer Policies: Deliberative Democracy under Wrong Conditions? *Journal of Consumer Policy*, 32:43-57.
- Klintman, M. (2015). Allmänhetens miljö- och klimatengagemang. I 15 hållbara lösningar för framtiden. Sammanställd av Hållbarhetsforum vid Lunds universitet.
- Klintman, M. & Boström, M. (2015). Citizen-Consumers. I Backstrand, K. & Lovbrand, E. (red.) *Research Handbook on Climate Governance*. London, UK: Edward Elgar. s. 309-319.
- Lacasse, K. (2015). The Importance of Being Green: The Influence of Green Behaviours on Americans' Political Attitude Toward Climate Change. *Environment and Behaviour*, 47(7):754-781.
- Lehner, M., Mont, O. & Heiskanen, E. (2015). Nudging – A promising tool for sustainable consumption behaviour? *Journal of Cleaner Production*, 2015:1-12.
- de Leeuw, A., Valois, P., Ajzen, I. & Schmidt, P. (2015). Using the theory of planned behavior to identify key beliefs underlying pro-environmental behavior in high-school students: Implications for educational interventions. *Journal of Environmental Psychology*, 42:128-138.
- Linden, S. van der. (2015). The social-psychological determinants of climate change risk perceptions: Towards a comprehensive model. *Journal of Environmental Psychology*, 41:112-124.
- Lu, H. & Schuldt, J.P. (2016). Compassion for climate change victims and support for mitigation policy. *Journal of Environmental Psychology*, 45:192-200.
- Maas, R., Kruitwagen, S. & Gerwen, O.-J. van. (2011). Environmental policy evaluation: Experiences in the Netherlands. *Environmental Development*, 1:67-78.
- Mancha, R.M. & Yoder, C.Y. (2015). Cultural antecedents of green behavioral intent: An environmental theory of planned behavior. *Journal of Environmental Psychology*, 43:145-154.
- McDonald, R.I., Chai, H.Y. & Newell, B.R. (2015). Personal experience and the 'psychological distance' of climate change: An integrative review. *Journal of Environmental Psychology*, 44:109-118.
- Michie, S., van Stralen, M.M. & West, R. (2011). The behaviour change wheel: A new method for characterising and designing behaviour change interventions. *Implementation Science*, 6(42).

- Mont, O., Lehner, M. & Heiskanen, E. (2014). *Nudging – Ett verktyg för hållbara beteenden?* (Naturvårdsverket rapport 6642). Stockholm: Naturvårdsverket.
- Naturvårdsverket. (2011). *Köttkonsumtionens klimatpåverkan – Drivkrafter och styrmedel.* (Rapport 6456). Stockholm: Naturvårdsverket.
- Otto, S. & Kaiser, F.G. (2014). Ecological behavior across the lifespan: Why environmentalism increases as people grow older. *Journal of Environmental Psychology*, 40:331-338.
- Rubens, L., Gosling, P., Bonaiuto, M., Brisbois, X. & Moch, A. (2013). Being a Hypocrite or Committed While I Am Shopping? A Comparison of the Impact of Two Interventions on Environmentally Friendly Behavior. *Environment and Behavior*, 47(1):3-16.
- Scannel, L. & Grouzet, F.M.E. (2009). The metacognitions of climate change. *New Ideas in Psychology*, 28:94-103.
- Schultz, P.W., Nolan, J.M., Cialdini, R.B., Goldstein, N.J. & Griskevicius, V. (2007). The Constructive, Destructive, and Reconstructive Power of Social Norms. *Psychological Science*, 18(5):429-434.
- Semenza, J.C., Hall, D.E., Wilson, D.J., Bontempo, B.D., Sailor, D.J. & George, L.A. (2008). Public Perception of Climate Change – Voluntary Mitigation and Barriers to Behavior Change. *American Journal of Preventive Medicine*, 35(5):479-487.
- Semenza, J.C., Ploubidis, G.B. & George, L.A. (2011). Climate change and climate variability: personal motivation for adaptation and mitigation. *Environmental Health*, 10(46).
- Spyridaki, N.A. & Flamos, A. (2014). A paper trail of evaluation approaches to energy and climate policy interactions. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 40:1090-1107.
- Sütterlin, B. & Siegrist, M. (2014). The reliance on symbolically significant behavioral attributes when judging energy consumption behaviors. *Journal of Environmental Psychology*, 40:259-272.
- Tate, K., Stewart, A.J. & Daly, M. (2014). Influencing green behavior through environmental goal priming: The mediation role of automatic evaluation. *Journal of Environmental Psychology*, 38:225-232.
- Telge Energi. (2016). *Svenskarna efterfrågar tydligare ledarskap i klimat- och miljöfrågor.* <http://www.telgeenergi.se/privat/kundtjanst/pressrum/nyheter-och-blogginlagg/nyheter/svenskarna-efterfragar-tydligare-ledarskap-i-klimat--och-miljofragor/> [2016-05-16]
- Webb, J. (2012). Climate Change and Society: The Chimera of Behaviour Change Technologies. *Sociology*, 46(1):109-125.
- Verplanken, B. & Roy, D. (2015). Empowering interventions to promote sustainable lifestyles: Testing the habit discontinuity hypothesis in a field experiment. *Journal of Environmental Psychology*, 45:127-134.
- Whitmarsh, L. (2008). Behavioural responses to climate change: Asymmetry of intentions and impacts. *Journal of Environmental Psychology*, 29:13-23.
- Whitmarsh, L., Seyfang, G. & O'Neill, S. (2010). Public engagement with carbon and climate change: To what extent is the public 'carbon capable'? *Global Environmental Change*, 21:56-65.
- Whitmarsh, L., O'Neill, S. & Lorenzoni, I. (2013). Public engagement with climate change: What do we know and where do we go from here? *International Journal of Media & Cultural Politics*, 9(1):7-25.
- Young, W., Davis, M., McNeill, I.M., Malhotra, B., Russell, S., Unsworth, K. & Clegg, C.W. (2013). Changing Behaviour: Successful Environmental Programmes in the Workplace. *Business Strategy and the Environment*, 24:689-703.
- Zwahlen, I. (2016). *Hur vet vi om vi skapat klimatsmarta beteenden? En studie kring utvärdering av beteendepåverkande åtgärder.* Magisteruppsats, Lunds universitet.