

Energimyndighetens titel på projektet – svenska Hållbara livsstilar - kartläggning, segmentering, scenarios	
Energimyndighetens titel på projektet – engelska Sustainable lifestyles - mapping, segmentation, scenarios	
Universitet/högskola/företag Kungliga Tekniska Högskolan	Avdelning/institution Green Leap, Maskinkonstruktion
Adress Brinellvägen 83, 100 44 Stockholm	
Namn på projektledare Sara Ilstedt	
Namn på ev övriga projektdeltagare Mia Hesselgren, Elina Eriksson	
Nyckelord: 5-7 st Livsstilar, hållbar konsumtion, värderingar, beteenden	

Förord

Projektet är finansierat genom Energimyndighetens program för Energi, IT och design och har genomförts av Green Leap på KTH. Partner i projektet är Kantar/SIFO och Futerra.

Innehållsförteckning

Sammanfattning	1
Summary	2
Inledning/Bakgrund	2
Genomförande	4
Resultat	9
Diskussion.....	13
Publikationslista.....	14
Referenser, källor.....	14
Bilagor	15

Sammanfattning

Utgångspunkten för det här projektet är att människor är olika och att en hållbar framtid behöver inkludera alla oavsett värderingar och livsstil. Alla de som arbetar med att skapa hållbara system, produkter eller tjänster behöver ha mer kunskap om olika målgrupper för att kunna utveckla lösningar som verkligen används och gör skillnad.

Hur påverkar värderingar och livsstilar påverkar människors olika praktiker inom hållbarhet? Vilka hinder och drivkrafter har de och vilket stöd de behövs ett mer

hållbart vardagsliv? Hur kan denna kunskap tillgängliggöras för de som arbetar med hållbar utveckling?

För att besvara de här frågorna har vi pratat med närmare hundra människor i Sverige idag, från olika platser, med olika bakgrund, livsstil och social tillhörighet. Vi har utgått från en teori om grundläggande värderingar från psykologen Schwartz och delat in de vi träffat i fyra segment. Resultatet visar klara skillnader i hur olika värderingsgrupper förhåller sig till hållbarhet, vilka hinder och drivkrafter de har och vilket stöd de behöver.

Utifrån resultatet har vi skapat ett workshopverktyg som kan sprida den här kunskapen på ett lättillgängligt och engagerande sätt så att det kan komma till användning för alla de som arbetar med att utveckla produkter, tjänster eller system för ett hållbart samhälle.

Summary

The starting point for this project is that people are different and that a sustainable future needs to include everybody regardless of values and lifestyles. Everyone who works to create sustainable solutions, products or services needs more knowledge about different targetgroups and what drives or hinders people from living more sustainably.

How does values and lifestyles affect people's different practices in sustainability? What obstacles and driving forces do they have and what support do they need in order to live a more sustainable everyday life? How can this knowledge be made available to those who work with sustainable development?

To answer these questions, we have talked to almost 100 people in Sweden today, from different places, with different backgrounds, lifestyle and social groups. Based on the theory of basic values from the psychologist Schwartz we have divided those we met into four segments. The result shows clear differences in how different value groups relate to sustainability, what obstacles and drivers they have and what support they need.

Based on the results, we have created a workshop tool that can spread this knowledge in an easily accessible and engaging way so that it can be used for anyone who works to develop products, services or systems for a sustainable society.

Inledning/Bakgrund

För att möta de ambitiösa miljömål som finns både i Sverige och EU behöver samhället genomgå en omfattande omställning. Framtidens hållbara samhälle kommer att kräva ett helt nytt systemtänkande vad det gäller produktion och konsumtion, nya transportmedel, energisystem, livsmedel, återvinning, uppvärmning, kort sagt hela vårt sätt att leva behöver ändras på kort tid. Det kommer kräva stora insatser från samhälle, näringsliv och medborgare. För att vi

ska ha en bättre chans att lyckas med dessa satsningar behöver vi ha ökad kunskap om människors vardagsliv och de olika livsstilar som präglar denna. Olika människor har olika drivkrafter, behov och incitament för att ändra sin livsstil och bli delaktiga i en hållbar framtid. Det räcker inte att vända sig till en liten engagerad grupp eller att dra förenklade slutsatser om hur människor vill leva. Människor är olika och ett hållbart samhälle behöver inkludera alla, oavsett livsstil. De lösningar vi utvecklar måste ta hänsyn till detta och den stora variation det finns i livsstilar. Så är inte alltid fallet idag. Strengers visar tex hur smarta verktyg för kontroll och energisparande är utvecklade för en ”Resource man”, en person som älskar styrning och kontroll, att maximera resultat, tävla med grannarna och att spara pengar (Strengers 2014). The ”Resource man ” bygger på iden om en alltigenom rationellt styrd konsument som knappt existerar i verkligheten. The Common cause handbook, å andra sidan, menar att vi inte kan bygga en hållbar framtid genom att vädja till människors girighet, rädsla och ego. Istället behöver vi stärka inre värden som omtanke, empati och solidaritet. Andra forskare (Knowles et. al) pekar på att nuvarande fokus mot ”persuasive technologies” för beteendeförändring, tex för hållbarhet, skapar materiella värderingar som inte är framgångsrika när det handlar om att förändra människor praktiker.



”The resource man” Strengers 2014.

Det tydliga fokuset för energisparlösningar mot en ”Resource man” och teknik för beteendeförändring, pekar på en begränsad syn på vad människor vill eller kan ta till sig och på komplexiteten i människors praktiker. Snarare än att fokusera på ett synsätt behöver vi inse att människor är olika och att en hållbar framtid innebär en mängd olika hållbara vardagspraktiker. Produkter och tjänster, liksom lagar,

riktlinjer och incitament behöver ta med i beräkningen dessa olikheter för att kunna inkludera fler människor i en hållbar framtid.

I det här projektet går vi till botten med dessa frågor. Vi har träffat närmare 100 människor, från olika bakgrunder, olika platser i Sverige och med olika värderingar för att förstå den komplexitet som hållbarhetsfrågan har i vardagslivet och för att hitta begripliga mönster i komplexiteten.

Mål med projektet

Projektets mål har varit att utveckla kunskap om hur värderingar och livsstilar påverkar människors olika praktiker inom hållbarhet. Vidare att förstå deras hinder och drivkrafter liksom det stöd de behöver för att ett mer hållbart vardagsliv. Målet har varit att förstå både komplexiteten i människors vardagliga praktiker samt att hitta mönster i komplexiteten.

Det andra målet har varit att skapa ett verktyg som kan sprida denna kunskap på ett lättillgängligt och engagerande sätt så att det kan komma till användning för alla de som arbetar för att utveckla produkter, tjänster eller system för ett hållbart samhälle.

Parter

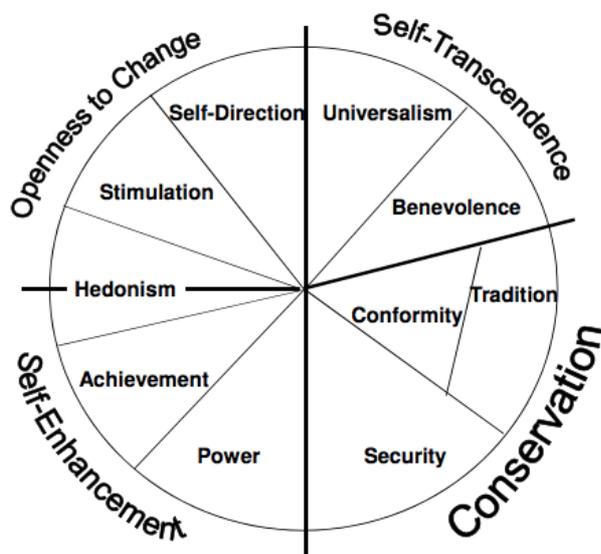
Projektet har genomförts på Green Leap, KTH, en tvärdisciplinär forskargrupp med målsättning att engagera design i hållbar utveckling. Medarbetare har varit professor Sara Ilstedt, projektledare, Mia Hesselgren, doktorand samt Elina Eriksson, lektor. I den kvalitativa och kvantitativa undersökningen har vi samarbetet med Kantar SIFO och i utvecklingen av ett workshopmaterial har vi samarbetat med Futerra. Projektet har pågått mellan 2014-09-01 tom 2017-06-30. Mer information och material finns på www.greenleap.kth.se

Genomförande

I projektet har vi använt flera olika metoder för att på sås sätt få ett rikare och mer heltäckande resultat. Vi har utgått från storskaliga kvantitativa metoder och kombinerat dessa med kvalitativa metoder som djupintervjuer, hembesök, personas och fokusgrupper med hemuppgifter.

Som utgångspunkt för arbetet har vi valt att använda Schwartz teori om grundläggande värderingar som baseras på studier i 82 länder och har validitet i alla olika kulturer. Värderingar representerar det som är viktigt för oss och när de blir aktiverade fylls de av känslor. En person som har tradition som en stark värdering blir oroad när värderingen är hotad och tillfreds när den blir stärkt. Värderingar är kopplade till eftersträvansvärda mål vilka motiverar handlingar men som också fungerar som måttstock på händelser. En person som värderar självständighet högt är också motiverad att sträva efter detta mål och att stötta sådant som ökar självständighet. Vissa värderingar har en starkare koppling till handlingar tex stimulering och tradition, men de är också påverkade av normer. Schwartz har definierat tio universella värderingar som är visualiserade runtom en

cirkel med två axlar som representerar spänningar i värderingsrymden. Den första axeln rör sig mellan "openess to change" och "Conservation" och den andra axeln mellan "self-trancendence" och "self-enhancement".



Vi anser att Schwartz modell är användbar eftersom den både kan användas för att förstå människors världsbild och deras vardagliga praktiker och handlingar. I nästa steg ville vi levandegöra Schwartz modell genom att populera den med riktiga människor i en samtida svensk kontext.

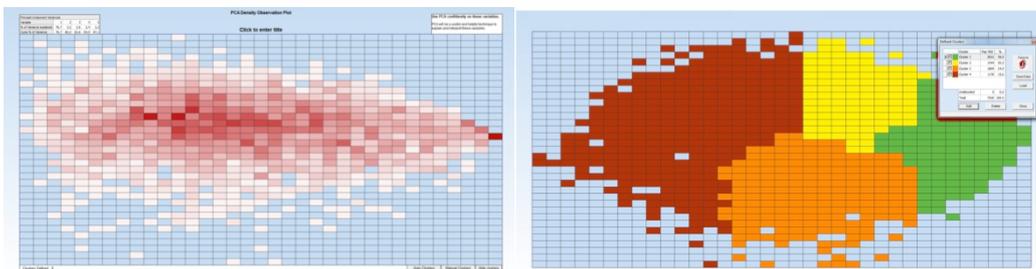
Som ett komplement till Schwartz modell har vi använt oss av social praktikteori som en analytisk lins för att förstå hur praktiker skapas och förändras. Social praktikteori undersöker hur människors i deras vardagliga miljöer och hur praktiker produceras, upprätthålls, upplöses och förändras. Praktiker är rutinmässiga aktiviteter som utförs i vardagslivet och beroende av flera sammanlänkande element (Reckwitz 2002). Elementen kan delas upp i tre kategorier: material (teknik, ting), mening (delade berättelser och normer) och kompetens (individens kunskap). Social praktik teori kan användas på en rad olika områden för att förstå hur teknik, produkter, värderingar och kultur samverkar till att forma vardagslivet. Beteenden styrs inte utifrån rationella föreställningar och det räcker inte med information för att människor ska ändra sitt handlande. Materiella och immateriella strukturer, vanor och normer påverkar oss mer än vad vi tror och för att åstadkomma förändringar behöver vi se hela detta komplexa sammanhang.

Metod

Det empiriska materialet har inhämtats i fyra steg. I det första steget intervjuade vi 8 experter från myndigheter, akademi, näringsliv och organisationer för att skaffa oss en överblick och identifiera vilka konsumtionskategorier som hade mest påverkan på hållbarhet. Vi identifierade fyra kategorier som vi i det följande arbetet fokuserade på: Transporter (både dagligt resande och semesterresor), Mat

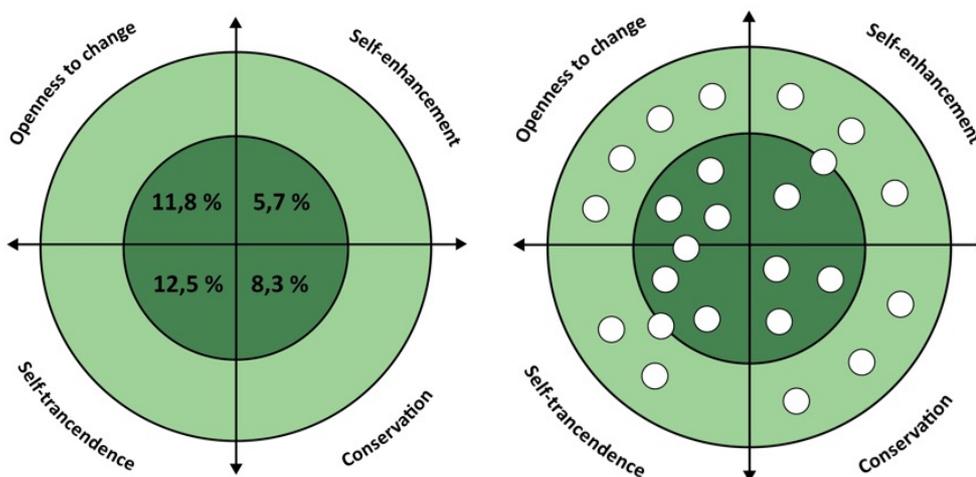
(tex minskat köttätandet, mer ekologiskt och närodlat, slänga mindre), boende (framförallt energiförbrukning och uppvärmning) allmän konsumtion (tex kläder, elektronik, inredning).

I nästa steg samarbetade vi med Kantar Sifo och utgick ifrån deras enkätundersökning Orvesto, som görs på 40 000 svenskar årligen mellan 18-80 år. Baserad på svar från en enkät med 14 334 personer skapades 4 olika kluster beroende på hur engagerade informanterna var i miljö och hållbarhet. 39% av informanterna kunde identifieras som mycket engagerade i hållbarhet, (engagerade gröna) vilket byggde både på deras intressen, konsumtionsmönster och vad de uppgett i miljöengagemang. Två kluster, 47% var intresserade av hållbarhet men inte särskilt aktiva (öppna gröna) och 14% var inte alls intresserade (avvisande).



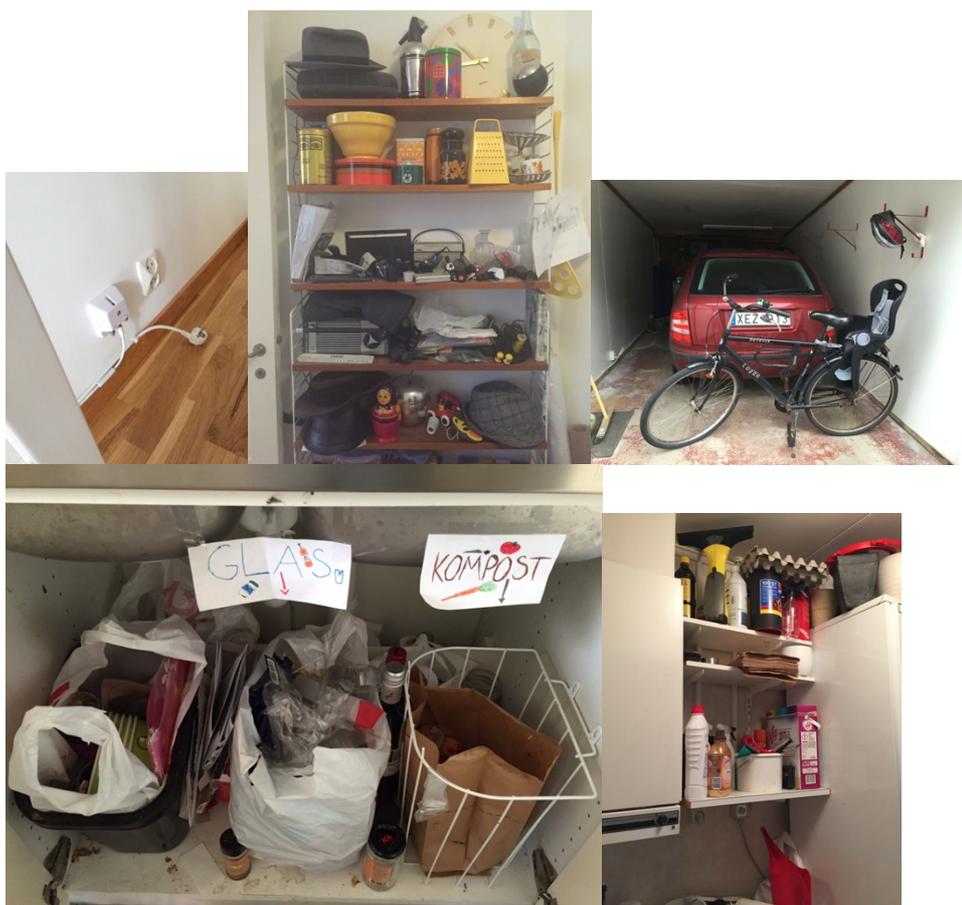
Kantar SIFO Informationsrymd från Orvesto, klustring i fyra segment.

Vi valde att gå vidare med de första två klustren och dela upp dessa i fyra nya segment enligt Schwartz basic values. Kantar SIFO använde en utveckling av den som kallades Life Values och som kunde användas för att identifiera personer enligt deras värderingar. Det resulterade i åtta nya grupper, 4 stycken för de engagerade gröna och 4 för de öppna gröna. Från dessa 8 grupper valde vi personer för djupintervjuer och fokusgrupper.



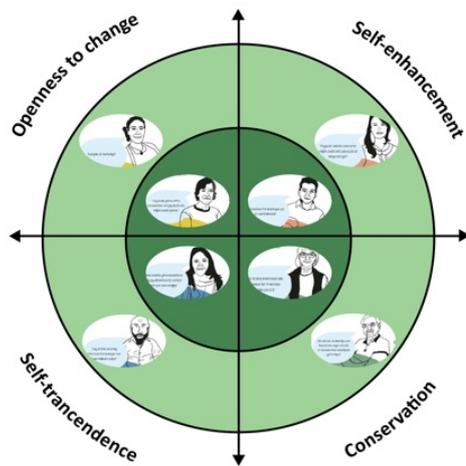
Första bilden visar de fyra olika segmenten med uppdelning beroende på miljöengagemang. Nästa bild visar principiell distribuering av de personer vi intervjuade.

I det tredje steget genomförde vi kontextuella intervjuer hemma hos 24 olika personer, tre från varje grupp. Det var viktigt för oss att få göra intervjun i deras hem eftersom vi ville se dem i deras vardagliga kontext och dokumentera besöket med att fotografera. Efter intervjun fotade vi deras sopsortering, kylskåp, städsåp och olika saker hemma som hade att göra med hållbarhet eller som de tyckte extra mycket om. Hembesöken och intervjuerna skapade en rik bild av olika människors vardagsliv i relation till hållbarhet och gav grunden för det fortsatta arbetet.



Bilder från de kontextuella intervjuerna

Baserat på intervjuerna och den tidigare klustringen skapade vi 8 olika personas, två för varje värderingssegment, en engagerad grön och en öppen grön. Således hade vi två personas i respektive segmentet "openess to change", "Conservation", "self-transcendence" och "self-enhancement".



Två personas skapades för varje segment, en engagerad grön och en öppen grön.

Varje persona illustrerades med en bild, en kort beskrivning av deras vardagsliv, ett riktigt citat från en intervju, och kort om vad som var viktigt och jobbigt i deras liv.

MALIN, 42 ÅR

Malin och Mats har två barn, Moa och Malte, de bor i radhus där de installerat solceller på taket. Malin arbetar som mellanstadielärare i grannkommunen. Hon tar bussen till jobbet och använder bilen ytterst sällan, bara när hon ska jobba något av barnen till handbollen eller scouterna. Malin brinner verkligen för miljöfrågor och gör sitt bästa för att minska sitt fotavtryck men tycker att många frågor är svåra att sätta sig in i.

Jag skulle vilja ha ro att lösa en bok och gå långa promenader i skogen med hunden Sami.

Familjen handlar ekologisk och rättvisemärkt mat, själv och barnen köper Malin beteskläder second hand. På semesteren är familjen oftast i stugan på västkusten men i somras tog de tåget till Danmark för att gå på Köpenhamn. Flugbil har de inte gjort de senaste fem åren. Malin är medlem i UNICEF sedan många år och skänker regelbundet pengar till ett barnhem i Bangladesh, önskar hon kunde göra mer.

VIKTIGT

- Vill göra gott
- Barnen och familjen

JOBBIGT

- Orolig för klimatet
- Hållbarhet är så löprena med tillväxt
- Det måste bli till på samhällsnytt

"Man måste göra medvetna val, jag vill lämna ett så litet avtryck som möjligt"

STEFAN, 55 ÅR

Stefan är skild och har flyttat till en hyresrätt. Den är ganska liten, så när hans vuxna dotter kommer på besök får hon sova på soffan. Stefan är arbetsledare på Nordpost, men en del av arbetstiden går åt till hans fackliga engagemang. Han åter mest mattid nu för tiden för att spara pengar, men önskar köpa en bil.

Jag skulle vilja göra en road-trip genom USA.

Stefan gillar att gå på rockkonserter med sina vänner, senast var de i Dalarna och såg Neil Young, det var magiskt. Stefan har nyligen träffat en tjej han var på veteranbilsrally i Västerås. De hamnar inte ses så ofta, men har bokat en resa tillsammans till Mallorca i höst.

"Jag är inte så orolig eftersom forskningen tar fram hållbara saker"

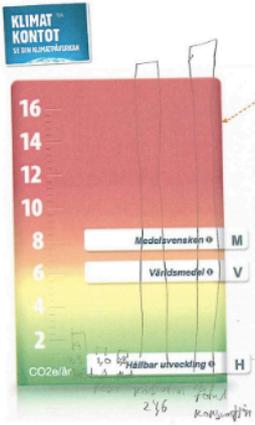
VIKTIGT

- Umgås med vänner och snacka
- Man ska göra rätt för sig
- Schyssta arbetsvillkor

JOBBIGT

- Det är svårt för den lilla människan att påverka
- Miljövänskap teknik borde subventioneras. Åka tåg är jättedyrt!
- Skulle vilja äga mindre bil

I det sista steget genomförde vi åtta fokusgrupper med totalt 62 deltagare i tre städer i Sverige, varje fokusgrupp representerade ett segment i linje med den segmentering vi gjorde i det tidigare steget. En vecka innan fokusgruppen fick varje deltagare en arbetsbok att fylla i. Arbetsboken handlade om deras vardagsliv, vad hållbarhet betydde för dem och vad i deras vardag var mer och mindre hållbart. Slutligen fick de mäta sina koldioxidutsläpp med hjälp av ett online verktyg "Klimatkontot.se" och skriva om sina reaktioner på det.



UPPGIFT 5 KLIMATPÅVERKAN

snabba svar räcker

a. Gå in på klimatkontot.se och testa din klimatpåverkan.

När du har genomfört mätningen:
Vad tänker du om ditt resultat?

Skulle Klara om jag på konstgjorda företeelser minskar min utsläpp
* Skulle även kunna släcka lamporna mer
* spela mer... etc. proportion av bättre

Jag har förstått min potential bättre
Medvetenhet - kolhydrater, kaffe, godis, lägg på en hållbar konsumtions-konsumera. Skriv i väg' där det står.

b. Om du tänker på din egen vardag och fritid (som du beskrivit i uppgift 1a och 1b), vad tror du att du skulle kunna ändra på för att minska din klimatpåverkan?

Välj ännu bättre trä

1. Än bättre zap-sortering
2. Spela mindre ramsor
3. Släcka lampor mer

① Störja en sportklubb på konstgjorda företeelser
② Anv. mindre utsläpp från en på konstgjorda företeelser

Arbetsboken fungerade som en "sensitiser" (Sanders & Stappers 2012) och gjorde att deltagarna fick fundera på sitt liv i relation till hållbarhet redan innan de kom till fokusgruppen och underlättade på så sätt diskussionen. Under fokusgruppen uppmuntrades deltagarna att reflektera över arbetsboken och framförallt Klimatkontot skapade mycket tankar. Deltagarna fick också "möta" två personas ur samma värderingsegment som de själva och tillfälle att reflektera över personernas liv, värderingar och hur den öppna gröna kunde leva mer hållbart. Vår målsättning med personas var att det skulle vara lättare för deltagarna att komma med ideer på hur en fiktiv person som liknade dem själva skulle kunna ändra sitt liv, än att fundera hur de själva skulle kunna göra det. Det var intressant att se hur deltagarna identifierade sig med eller emot personas och dynamiken i detta är något som vi avser att studera vidare.

Slutligen analyserade vi allt empiriskt material: intervjuerna, fotografierna, fokusgrupperna och dagböckerna. Målet var att hitta likheter och skillnader i relation till hållbarhet, hinder och drivkrafter, samt kopplingar till underliggande värderingar och livsstilar.

Resultat

Projektet har genererat enormt mycket empiriskt material från våra totalt 94 informanter. I analysen har vi främst tittat efter vardagspraktiker i relation till hållbarhet men vi har också stött på mycket annat som vi kommer att fortsätta undersöka utanför detta projekt. Nedan presenterar vi resultatet för de fyra segment, enligt Schwartz, deras *övergripande perspektiv*, deras *vardagspraktiker*, *hinder och drivkrafter* för hållbarhet samt vilket *stöd* de behöver för ett mer hållbart liv.

I samarbete med Futerra har vi utvecklat ett workshopmaterial som baseras på resultatet. Workshopmaterialet är tänkt att på ett lekfullt sätt hjälpa arbetsgrupper i tex företag, kommuner eller organisationer, som utvecklar hållbara lösningar att bättre förstå sina målgrupper. Workshopmaterialet är helt öppet. Det kan laddas

ner för att användas fritt och finns på Green Leaps webbplats, www.greenleap.kth.se.

SELF-TRANCENDENCE

Övergripande perspektiv

I det här segmentet värderade man rättvisa och mänskliga rättigheter, även om detta skiljde sig något mellan de engagerade gröna och de öppna gröna. De öppna gröna fokuserade mer på personlig rättvisa, medan engagerade gröna hade ett mer universellt perspektiv. De Engagerade gröna var mer aktiva i social hållbarhet än engagerade från andra segment. De var drivna av sin egen moral till att göra rättvisa val och bidra till en bättre värld. Inte överraskande är det i den här gruppen vi hittade flest människor med starkt miljöengagemang.

Praktiker, hinder och drivkrafter

De Engagerade gröna i detta värderingssegment underskattade ofta sitt miljöengagemang och kände att de borde göra mer, samtidigt som det faktiskt gjorde en hel del. Exempelvis köpte de engagerade respondenterna produkter som inte bara var ekologiska utan också fairtrade och de tenderade att undvika överkonsumtion. De fann det svårt att få information om vilka val som var rätt att göra och blev ibland stressade pga brist på överblick. Båda grupperna inom segmentet var ofta engagerade i välgörenhetsorganisationer, fackförbund eller andra organisationer. För de Öppna gröna var de mänskliga behoven och orättvisorna ibland mer pressande än klimatfrågor, som i detta citat: "*Hur kan man bry sig om miljön när Turkiet just har legaliserat barnäktenskap?*"

Drivkrafter för det här segmentet är att göra rätt, solidaritet och att värna om naturen, vårt gemensamma hem. Social rättvisa och solidaritet med länder som är utsatt för miljöförstöring pga vår konsumtion är argument som engagerar. Hinder för de Öppna gröna, om de saknade resurser, kan vara att de känner sig bittra, underprivilegierade och att hållbarhet var bara för de rika. Många upplevde att det var svårt att sätta sig in i hållbarhetsfrågor och att det fanns många motstridiga argument vilket gjorde att de tappade motivation. I den Engagerade gruppen fanns några exempel på personer med stress syndrom som kände att världens problem vilade tungt på deras axlar. Som en informant uttryckte det "*Jag hoppas att jag är död innan mina barn är vuxna. Allt kommer att bli så hemskt sedan.*"

Stöd för en mer hållbar livsstil

Resultaten visar att människor i detta segment behöver känna sig som del av något större. De kan kanalisera sin oro genom att engagera sig i organisationer och få stöd från andra. Segmentet också behöver hjälp att göra prioriteringar och förstå hur sociala och ekologiska problem hänger samman. De har behov av att förenkla komplex information och uppskattar miljömärkning och rådgivning.

OPENESS-TO-CHANGE

Övergripande perspektiv

Informanterna från detta segment var nyfikna och ivriga att utforska nya idéer, teknik och nya sätt att leva. De var aktiva, problemlösare och använde sin kreativitet för att göra något konkret. Engagerade gröna i det här segmentet hade en systemisk syn på hållbarhet och vi hittade också personer med en revolutionär syn som menade radikala samhällsförändringar var nödvändiga. De Öppna gröna å andra sidan, hade en smalare syn på hållbarhet och hoppas ofta på att tekniken skulle lösa problemen.

Praktiker, hinder och drivkrafter

Människor i det här segmentet var ofta kreativa. Vi träffades informanter som till exempel gjorde sina egna hudvårdsprodukter, byggde egna möbler eller producerade filmer om vegansk matlagning. De Engagerade gröna respondenterna strävat efter en uttömmande och systematisk förståelse av hållbarhet. Vi såg exempel där detta systemiska perspektiv resulterade i radikala val, som personer som hade slutat flyga eller konsumera som i följande citat: "*Det är sjukt hur mycket folk konsumerar. Second hand är snyggare, billigare och roligare!*"

Respondenterna i det här segmentet drivs av nyfikenhet, kreativitet och rädsla för stagnation.

Barriärer för en mer hållbar livsstil, särskilt bland Öppna gröna, tycktes vara att de är upptagna, älskar att resa och få nya upplevelser, och att de är mer fokuserad på sin personliga utveckling än på miljön. Bland Engagerade gröna, kan potentiella hinder vara att deras önskan om radikala förändringar hindrar små steg och att de ogillar att vara kontrollerade.

Stöd för en mer hållbar livsstil

Resultaten tyder på att detta segment behöver känna sig stimulerade, förstå hela bilden och de vill göra välgrundade val. De behöver vara kreativa, att prova saker själva och vara en del av lösningen. Dessutom behöver detta uppnås utan att äventyra deras personliga utveckling.

SELF-ENHANCEMENT

Övergripande perspektiv

Informanterna från detta segment värderar socialt erkännande, hälsa och materiella framgångar. Deras mål är skapa ett tryggt och bekvämt liv. För båda Engagerade och Öppna gröna vi mötte, betydde hållbarhet främst att spara resurser, återvinning och en ren naturlig miljö. Det talar om ekonomisk hållbarhet och vikten av att ha medel att leva ett bra liv. I det här segmentet var skillnaderna i livsstilar små mellan de Engagerade och de Öppna gröna.

Praktiker, hinder och drivkrafter

Både Engagerade och Öppna gröna i detta segment talade om återvinning och att spara elektricitet, eftersom det sparar både pengar och resurser. De var målorienterade och ogillade bortkastad tid och resurser, till exempel att sitta i bilkö eller nedskräpning i naturen. Inom detta segment träffade vi män som cyklade mycket, som i följande citat från en respondent som använde sin cykel för

att pendla till jobbet: *"Folk tar bilen till gymmet! Cykling sparar tid och är gratis träning."*

Hälsa var viktigt för respondenterna i detta segment, både att träna och hålla sig i form, att se bra ut och att äta hälsosamt, något som kan vara en drivkraft för mer hållbara vanor som att äta mindre kött och mer ekologisk mat. Andra drivkrafter kan vara att de tyckte om kontroll och att optimera resurser, och deras motvilja mot onödigt skräp och förorening. Hinder mot hållbara praktiker bland de Öppna gröna var deras egen bekvämlighet, nöjen och tendensen att tänka att det var någon annans problem, som detta citat visar: *"Jag antar att flygning inte är så bra för miljö. Bäst att ta tillfället i akt så länge det är möjligt!"*

Vi såg tendenser att det här segmentet överskattade sina insatser för miljön och tro att den tekniska utvecklingen skulle lösa problem. Bristen på insatser från politiker togs som ett tecken på att miljöproblemen inte var så allvarliga, som i följande citat: *"Om Rockström hade haft rätt, då skulle regeringen självklart gjort någonting."*

Stöd för en mer hållbar livsstil

Resultaten visar att denna grupp behöver känna sig säkra, ha tydliga bevis och föredrar att följa sociala normer. De vill att politiker att ta ansvar och föredrar regler och beskattningar som lösningar. De vill leva hälsosamt och kan bli engagerade mot kemikalier, föroreningar och nedskräpning.

CONSERVATION

Övergripande perspektiv

Detta segment värderar tradition och var djupt rotad i lokalsamhället, dess kultur, seder och bruk. De Engagerad gröna beskrev hållbarhet som att det främst handlar om att spara resurser, att vårda och reparera istället för att konsumera, och för att bevara jorden för kommande generationer. De Öppna gröna å andra sidan var mer engagerad i sin direkta omgivning, och här är det "naturliga", i betydelsen som alltid har gjort det, mer centralt.

Praktiker, drivkrafter och hinder

Flera av respondenterna från detta segment bodde nära naturen, och ägnade sig ofta åt jakt, plocka svamp och bär, liksom att odla sin egen grönsaker, oberoende av deras engagemang i hållbarhetsfrågor. Många var uppvuxna på landsbygden och hade lärt sig att värdera resurser, att reparera och laga. Saker kastades inte gärna bort utan sparades, i väntan på att komma till användning igen.

Lokalsamhället ansågs viktigt, de gillade att stödja lokala företag och föredrog lokalt producerad mat. En Engagerade grön var upprörd av all mat som transporteras långt, som följande citat visar: *"Det är hemskt med alla olika äppelsorter från hela världen i affären."* Engagerade gröna såg komplexitet i hållbarhetsfrågan och hade generellt ett mer holistiskt perspektiv.

Bland de Öppna gröna visade många en stor dos av skepsis mot vad de uppfattade som alarmism om klimatförändringar samt ekologisk märkning. Vidare uttryckte flera skepsis mot nationella politiker som man tyckte var för långt borta, och som tog beslut som påverkade dem negativt. Ett hinder för informanterna i det här

segmentet var uppfattningen att Sverige redan är ett miljövänligt land, och att ingenting som Sverige gör skulle kunna påverka, jämfört med större länder med högre miljöpåverkan, som till exempel Kina och USA. Som uttryckts i följande citat: *"När man diskuterar de här sakerna, det är bara hopplöst. Vad vi än gör i Sverige gör ingen skillnad."*

Stöd för en mer hållbar livsstil

Resultaten tyder på att människor i detta segment behöver känna sig trygga och säkra på att deras normala liv inte kommer att förändras. De behöver konkreta exempel och rekommendationer av föregångare de litar på. De kan göra förändringar om de anser att detta stöder lokalsamhället eller bygger på traditionella metoder eller verktyg.

Diskussion

Resultatet kan användas för att bättre förstå hur olika människor relaterar till hållbar utveckling och därigenom kan vi skapa bättre förutsättningar för en mer inkluderande hållbar framtid. Människor är komplexa och det finns många olika sätt att leva, olika drivkrafter, hinder och värderingar. Genom att utgå från Schwartz modell har vi förenklat komplexiteten till fyra segment som i stort sett täcker in alla svenska medborgare. Resultatet kan användas av kommuner, företag och organisationer för att bättre kommunicera och utveckla lösningar som passar olika livsstilar. De kan också skapa en förståelse för vilka man idag vänder sig till och vilka man missar. Resultatet ger också en god bild av vad människor i Sverige tänker kring hållbarhet, vad de praktiskt gör, hur mycket koldioxid de skapar samt hur de förhåller sig till det.

Om vi sätter resultaten i ett energisammanhang kan vi se hur de olika segmenten förhåller sig till energifrågan och vilka drivkrafter som finns. Segmentet "openess to change" är nyfikna på ny teknik och testar gärna saker själva. De vill prova det nya och kan engageras till att vara föregångare. Däremot är de inte intresserade av ekonomiska argument eller att jämför sig eller tävla med grannarna. "Self-enhancement" däremot är drivna av att tjäna pengar och ha kontroll, för dem passar det perfekt att övervaka och kontrollera sin energiförbrukning. De jämför sig gärna med andra och vill ligga bra till. De räknar med att teknikutvecklingen kommer att lösa miljöproblemen och köper gärna ny effektiv teknik. För segmentet "Conservation" är sparande helt naturligt och de tar lätt till sig argument och hjälpmedel för att spara el, värme och vatten. De isolerar sina hus, köper snåla duschmunstycken och drar ner värmen hemma. De är skeptiska till nyheter men kan tänka sig att prova något nytt om de är säkra på att det är lönsamt och pålitligt. De vill gärna klara sig själv så argument för att vara självförsörjande på solen skulle kunna passa dem. För "Self-transcendence" är självklart att man gör det som är bra för miljön, men det blir ofta förvirrade av motstridiga uppgifter och orkar inte sätta sig in i all information. De behöver hjälp att fatta beslut och att få en överblick. De har ett starkt rättvisepatos och drivs av en önskan om social hållbarhet.

Nästa steg är att se till att det workshopmaterial vi utvecklar sprids och kommer till bred användning. Det kommer ske i samarbete med Futerra.

Projektet har genererat enormt mycket empiriskt material som vi kommer fortsätta att analysera. Intressanta teman som vi sett är att de engagerade gröna personor väcker ilska hos många gruppdeltagare. Det tyder på att hållbart beteende är förknippat med skuld, sorg och ilska och är något vi vill titta mer på. Vi skulle också vilja undersöka mer detalj hur personor fungerade i gruppdiskussionerna, vilka reaktioner som triggades, hur man identifierade sig med dem eller tog avstånd.

Publikationslista

En artikel har publicerats på konferensen Nordes 2017.

Ilstedt, Hesselgren, Eriksson (2017)

Sustainable lifestyles: how values affect sustainable practices

Publicerat på Nordes 2017, Oslo. www.nordes.org/nordes2017/

I september 2017 kommer vi att lansera workshopmaterialet i samarbete med Futerra. I anknytning till detta kommer vi att ha en lanseringskampanj med pressutskick.

Referenser, källor

- Bardi, A & Schwartz, S. (2002) Values and Behavior: Strength and Structure of relations. *Personality and social psychology bulletin*, SAGE journals.
- Browne, A.L., Medd, W., & Anderson, B. (2013) Developing Novel Approaches to Tracking Domestic Water Demand Under Uncertainty-A Reflection on the "Up Scaling" of Social Science Approaches in the United Kingdom. *Water Resources Management*, 27(4), 1013–1035. <https://doi.org/10.1007/s11269-012-0117-y>
- Defra (2008) *A framework for pro-environmental behaviours*. London 2007. www.defra.gov.uk
- Hesselgren, M. & Hasselquist, H. (2016) Give car-free life a try: Designing seeds for changed practices. *In proceedings of DRS 2016*, Brighton.
- Holmes, T., E. Blackmore, R. Hawkins and T. Wakeford. (2011) *The common cause handbook*, Public Interest Research Centre.
- Ilstedt, S. & Wangel, J. (2014) Altering expectations: how design fiction and backcasting can leverage sustainable lifestyles *In proceedings of DRS*
- Knowles, B., Blair, L., Walker, S., Coulton, P., Thomas, L. & Mullagh, L. (2014) Patterns of Persuasion for Sustainability, In the proceedings of DIS2014, June 21-25, 2014, Vancouver, BC, Canada. <http://dx.doi.org/10.1145/2598510.2598536>
- Koutinen et. al. (2012) "Ifuture - The diversity of sustainable lifestyles." Report available at www.sustainablelifestyles.eu/publications/publications.html, retrieved 3 March 2017.
- Kvale, S. (2007) *Den kvalitativa forskningsintervjun*. Studentlitteratur, Lund.
- Mont, O., (2008) In search of sustainable lifestyles. In *Sustainable Consumption and Production: Framework for Action*, 2nd Conference of the Sustainable Consumption Research Exchange (SCORE!) Network 2008.

- Reckwitz, A. (2002) Toward a theory of social practices. *European Journal of Sociology*, 5(2), 243–263.
- Robinson, J. (2004) Squaring the circle? Some thoughts on the idea of sustainable development. *Ecological Economics*, 48(4), 369–384. <https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2003.10.017>
- Sanders, L. & Stappers, P.J. (2012) *Convivial Toolbox: Generative research for the frontend of design*, BIS publishers, Amsterdam
- Schwartz, S. (2012) An Overview of the Schwartz Theory of Basic Values, *Online reading in psychology and culture*. IACCP 2012, ISBN 978-0-9845627-0-1, Retrieved 3 March 2017.
- Shove, E. (2010) Beyond the ABC: Climate change policy and theories of social change. *Environment and Planning A*, 42(6), 1273–1285. <https://doi.org/10.1068/a42282>
- Shove, E., Pantzar, M., & Watson, M. (2012) The Dynamics of Social Practice. *The Dynamics of Social Practice. Everyday Life and How It Changes*, 1–19. <https://doi.org/10.4135/9781446250655.n1>
- Shove, E. & Walker, G. (2010) Governing transitions in the sustainability of everyday life. *Research Policy*, 39(4), 471–476. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2010.01.019>
- Spaargaren, G. (2011) Theories of practices: Agency, technology, and culture. Exploring the relevance of practice theories for the governance of sustainable consumption practices in the new world-order. *Global Environmental Change*, 21(3), 813–822. <https://doi.org/10.1016/j.gloenvcha.2011.03.010>
- Steffen, Alex (27 Feb 2009) "Bright Green, Light Green, Dark Green, Gray: The New Environmental Spectrum". *Worldchanging*. Archived from the original on 2016-01-12. Retrieved 3 March 2017.
- Steffen, W., K. Richardson, J. Rockström, S. E. Cornell, I. Fetzer, E. M. Bennett, R. Biggs, S. R. Carpenter, W. de Vries and C. A. de Wit (2015) Planetary boundaries: Guiding human development on a changing planet. *Science* 347(6223): 1259855.
- Strengers, Y. (2014) Smart energy in everyday life: are you designing for resource man? *Interactions* 21(4): 24-31. ACM Digital Library
- Swedish EPA (2017) Consumption based greenhouse gas emission per person and year, web statistics, accessed 23 Feb, 2017
- SPREAD Sustainable lifestyles 2050. (2012) Documentation available at: www.sustainable-lifestyles.eu
- <http://www.naturvardsverket.se/Sa-mar-miljon/Statistik-A-O/Klimat-vaxthusgasutslapp-fran-svensk-konsumtion-per-person/>
- UN (2015) Transforming our world: The 2030 agenda for sustainable development A/RES/70/1, United Nations, Department of Economic and Social Affairs, New York.
- UNEP (2010). ABC of SCP, p. 45
- Worldwatch Institute (2010) *State of the world 2010: Transforming Cultures*. Available at: <http://www.worldwatch.org/bookstore/state-of-the-world>

Bilagor

1. Administrativ bilaga

2. Vetenskaplig artikel

Ilstedt, Hesselgren, Eriksson (2017)

Sustainable lifestyles: how values affect sustainable practices.

Nordes 2017