

# Inledning

Konsumtionen har ökat kraftigt de senaste hundra åren. Men lyckligare har vi inte blivit. Varför fortsätter vi ändå att konsumera allt mera? Hur ska vi tillräckligt snabbt lära oss att leva med den enda planet vi har? Borde politikerna avskaffa alla stöd till ohållbar konsumtion? Hur stor makt har vi som konsument? Kan man vara både rik och miljövänlig? Eller behövs det kanske nya samhällssystem för att rädda världen?

Ordet konsumera betyder förtära och förbruka, och en konsument är en förbrukare. Vad är det då som förbrukas under tiden som vi konsumerar energi, mat, transporter och prylar? Naturligtvis olika typer av naturresurser – lagrade, förnybara och flödande – men också landskap i avlägsna länder och människors arbete. Kan vi fortsätta som hittills eller måste vi byta stil? Behöver vi alla prylar? Och vad är egentligen ett behov?

I den här boken får du veta hur 23 forskare inom olika ämnesområden ser på konsumtionsfrågorna. I 21 olika kapitel skriver de om konsumtionens drivkrafter och konsekvenser, och om förutsättningar för mer hållbar konsumtion.

## **Vilka är våra hjältar?**

Vi vänjer oss och jämför oss med andra. Det är därför vi fortsätter att konsumera allt mera trots att vi inte blir lyckligare av det, skriver Mats Alvesson som är professor i företagsekonomi vid Lunds universitet. Vi vill vara först och bäst. Missnöje är en stark drivkraft för reklam, konsumtion och ökad tillväxt. Han beskriver hela konsumtionsprojektet som ett gigantiskt misslyckande.

Vi kan själva påverka våra koldioxidutsläpp. Men det är svårt att vara både rik och miljövänlig, enligt Annika Carlsson-Kanyama, docent i industriell ekologi på KTH i Stockholm. Vi bör fundera på hur mycket pengar vi egentligen behöver istället för att åta oss den enorma uppgiften att bli både rikare och mer koldioxidsnåla. Runt omkring oss finns det en massa människor som sitter inne med lösningar på hur man lever ett gott liv med tämligen låga utgifter. De borde vara våra hjältar.

## **Svensk konsumtion sätter spår i världen**

Matproduktionen har blivit alltmer globaliserad. Idag behövs det stora jordbruksarealer utanför Sverige för att odla maten vi äter och det djurfoder som behövs till svensk kött-, ägg- och mjölkproduktion. Mer än en tredjedel av vår svenska matkonsumtion är beroende av jordbruksmarker i andra länder, skriver

Lisa Deutsch som är forskarassistent på Stockholm Resilience Centre vid Stockholms universitet. Vad betyder det här för oss själva och andra? Hur påverkar våra matval miljön i Sverige och utomlands?

Massproduktion av kött är en ohållbar konsumtionsmodell som kräver mycket resurser och förorenar miljön, skriver Ulf Jonsson som är professor i ekonomisk historia på Stockholms universitet. Nischproduktion räcker inte för att lösa problemen. Massproduktionen måste förändras och bli mer ekologiskt och socialt hållbar. Den makt som de stora transnationella företagen har måste balanseras av motkrafter på global, nationell och lokal nivå. Han tror däremot inte att alla måste leva på lokalt producerade vegetabilier i framtiden.

Hur många svenskar tål världen? Vi ligger åtta på listan över länder med störst ekologiskt fotavtryck, och om alla konsumerade som vi skulle det behövas nästan fyra planeter, enligt Carina Borgström Hansson som har doktorerat i humanekologi vid Lunds universitet och idag arbetar hos Världsnaturfonden WWF. Vår höga konsumtion minskar fattigare människors utrymme att ta för sig av biosfärens resurser. Därför måste vi bidra till de innovationer som krävs för att alla jordinvånare ska kunna leva lyckliga och hälsosamma liv. Vi måste tillräckligt snabbt lära oss att leva med en enda planet.

Barnarbete och låga kvinnolöner – det är inget de flesta konsumenter vill bidra till, särskilt inte när det gäller konsumtion inom den offentliga sektorn. Kan de som förvaltar skattebetalarnas pengar se till att inköpen bidrar till social hållbarhet i världen? Ja i viss mån, men de är beroende av internationella och nationella regelverk, och av att det finns organisationer som kan övervaka att åtaganden genomförs, skriver Lars Norén, docent i företagsekonomi vid Centrum för konsumtionsvetenskap på Handelshögskolan vid Göteborgs Universitet.

Vad är det egentligen vi konsumerar när vi konsumerar? Vi tänker sällan på att andra människors arbete finns inbyggt i de varor vi köper och att produktionen har påverkat landskapet på andra ställen i världen. Vår ekonomiska och ekologiska räckvidd är mycket mer omfattande än vår etiska räckvidd. Vi måste stärka kopplingen mellan ekonomi och moral, skriver Alf Hornborg som är professor i humanekologi vid Lunds universitet.

### **Att tänka långsiktigt**

Vi når inte hållbarhet hur vi än kämpar. Men vi har inget annat val än att gå med i kampen eftersom världen inte klarar sig om vi fortsätter som förut, skriver Richard Wilk, professor i antropologi och genusstudier vid Indiana University i USA. Som konsu-

menter har vi makt att påverka vår egen medverkan i systemet. Men det räcker inte. En hållbar framtid måste vila på nya former av sociala, kulturella och ekonomiska system. Det blir en utmaning för nästa generation att uppfinna och genomföra dessa system i världen medan det ännu finns tid.

Dagens höga diskonteringsräntor betyder att samhällsekonomiska kalkyler inte tar någon hänsyn alls till framtiden. Då kan det bli så att viktiga framtidsprojekt som att försöka minska utsläppen av växthusgaser hamnar längst ner på listan, trots att de kan vara en förutsättning för fortsatt välfärd. Olle Häggström som är professor i matematisk statistik vid Chalmers tekniska högskola vill ha lägre räntesatser än dagens praxis och större tydlighet när det gäller hur kommande generationers välfärd värderas i förhållande till vår egen.

Hur kan vi klara de stora miljöproblemen? Kan vi göra det samtidigt som vi blir lyckliga – eller är det så att det är först när vi verkligen tar vår lycka på allvar som vi kan bryta trenderna och komma tillrätta med problemen? Vi behöver odla en planetskötarkultur där vi förstår att inpassa samhället i naturens kretslopp. Ofta har detta satts i motsats till ökad välfärd – men behöver det vara så? Professor Johan Holmberg och doktorn Jonas Nässén diskuterar olika möjligheter.

De är verksamma vid Institutionen för energi och miljö på Chalmers tekniska högskola.

### **Kan ekonomi och moral gå hand i hand?**

Ju mer vi konsumerar, desto bättre går det för samhället och desto mer nya varor kan vi köpa. Vi är inne i en ond spiral som vi måste ta oss ur, skriver professor Håkan Hydén och docent Per Wickenberg på Institutionen för rättssociologi vid Lunds universitet. Lösningen är förändrade sociala normer som kräver kunskap och vilja hos konsumenterna. Producenterna är mer känsliga för moraliska frågor än förr, och vi konsumenter har större makt än tidigare. Om vi börjar styra produktionen istället för att den styr oss så har vi chans att leda in utvecklingen på ett hållbart spår.

I Sverige har det funnits en tradition som har försökt styra konsumtionen, och sparsamhet har varit norm. Vi har ställt Spara mot Slösa. Men sparande kan också ställas mot generositet, som man gjorde i Tyskland under tidigt 1900-tal. Generositet värderades högre än sparsamhet och ansågs skapa sociala band. Trots all sparpropaganda i Sverige är vi svenskar inte speciellt sparsamma idag, skriver Peder Aléx som är docent i idéhistoria vid Umeå universitet. Och det är inget som säger att normer och moraliska argument kommer att fungera bättre i framtiden.

Det är inte så att vår miljömoral minskar om vi får bidrag för att köpa solfångare eller miljöbilar. Det behövs både normer och ekonomiska incitament för att åstadkomma hållbar privatkonsumtion, skriver Patrik Söderholm, professor i nationalekonomi vid Luleå tekniska universitet. Som individer drivs vi av båda delarna. Ekonomiska incitament kan också skicka ut moraliska signaler att vi ska satsa på konsumtionsmönster som leder till hållbarhet. Men varför köper inte svenska hushåll miljömärkt el?

### **Politikerna måste ta ansvar**

Produktionen blir allt effektivare. Ändå arbetar vi lika mycket som förr samtidigt som volymen på våra aktiviteter ökar. Miljöpolitiken jagar sin egen svans, och staten visar ett Janusansikte med dubbla budskap. Vi uppmanas att skona miljön, men också att konsumera mera. I det långa loppet måste vi arbeta och konsumera mindre i ett hållbart samhälle, skriver Christer Sanne, docent i samhällsplanering på KTH. Det betyder inte att vi måste byta livsstil, utan bara välja klokare. Som stöd behöver vi bland annat ett nytt skattesystem.

För att vi konsumenter ska kunna bidra till en hållbar utveckling måste vi ha kunskap om hur miljön påverkas av vår konsumtion, inte minst vår energianvändning. Men vi måste också ha möjligheter –

både tekniskt och ekonomiskt. Tekniska innovationer är nödvändiga, men alla har inte råd att köpa exempelvis en ny och miljöanpassad bil, och andra kanske inte vill. Företag och politiker måste sätta sig in i hur konsumenternas verklighet ser ut. Nya produkter, bidrag och skatter måste utformas med konsumenten i fokus, enligt Karin M. Ekström, docent i företagsekonomi och föreståndare för Centrum för konsumtionsvetenskap på Handelshögskolan vid Göteborgs universitet.

Politikerna bör leva upp till sitt ansvar för hållbar konsumtion och kommande generationer. Enskilda konsumenter kan bara i viss mån resa sig mot de konsumtionsdrivande krafterna. Det måste skapas nationella och internationella föreskrifter som begränsar resursutarmning och utsläpp. Ett minsta krav är att få bort perversa stöd till ohållbar konsumtion och produktion, som väg- och flygtrafik och köttproduktion. Det skriver John Thøgersen, professor i ekonomisk psykologi vid Handelshögskolan i Århus, och Edgar Hertwich, professor i miljösystemanalys vid Norges teknisk-naturvetenskapliga universitet i Trondheim.

### **I huvudet på konsumenten**

Varför har vi så svårt att ändra vårt konsumtionsbeteende? En orsak är att vi värderar egna kortsiktiga

fördelar högre än framtida fördelar för naturen och kollektivet. Att vi skulle använda vår konsumentmakt för att gemensamt kräva ändrat utbud i affärerna är nästan lika otroligt som att producenterna skulle ändra utbudet om det inte gav dem kortsiktiga vinster. Politikerna har en viktig roll, men då måste de se längre än till nästa val och börja tänka på kommande generationer, skriver Anders Biel, professor i psykologi vid Göteborgs universitet.

Djupt nere i stora hjärnan har vi ett belöningssystem som ger oss dopaminkickar när vi tillfredsställer våra behov. Vi är födda med förmågan att skaffa oss primära belöningar som mat, vatten, sex och social säkerhet. Att skaffa oss sekundära belöningar som pengar och prylar måste vi däremot lära oss. Sekundära belöningar är lättare att lära in om de kopplas till primära. Därför försöker till exempel vissa tillverkare att associera sitt bilmärke med bilder av lättklädda kvinnor, skriver Martin Ingvar som är professor i integrativ medicin på Karolinska Institutet.

Konsumtion innebär att sakna, önska, längta, begära, behöva, förvärva, äga, bruka, samla, exponera och förbruka. Men vad är lagom konsumtion och vad är överkonsumtion? Det här är en debatt som alltid präglas av tidsandan och är fylld av moraliska frågor. Om vi vill förändra konsumtionsmönstren

krävs det mer eftertänksamhet i samhällsdebatten, skriver Orvar Löfgren, professor i etnologi vid Lunds universitet. Vi måste börja diskussionen om framtiden förutsättningslöst: Vad innebär konsumtion för olika människor?

Samlande har många positiva dimensioner. Samlarna minskar sopberget och bevarar kulturhistoria. Men samlingar kräver också utrymme och tar resurser i anspråk. Kan det verkligen vara ett hållbart konsumtionsmönster? Samlare är nog inte värre för miljön än andra konsumenter, skriver Karin M. Ekström i sitt andra kapitel i boken. Och de är inte mer materialister. Samlingen är ett uttryck för odödlighet, och samlandet kan handla om att få ordning och harmoni i en kaotisk verklighet.

Vi svenskar konsumerar medier en fjärdedel av dygnets timmar – det är klart att vi påverkas. Och ju mer medierna lyfter fram miljöfrågor, desto mer intresserade blir vi. Men det är vardagen som styr vårt konsumtionsmönster i första hand. Reklamens påverkan är det svårt att säga något säkert om; det finns forskning som används för olika syften. Det skriver i bokens sista kapitel Gunilla Jarlbro, professor i medie- och kommunikationsvetenskap vid Lunds universitet.

*Birgitta Johansson, redaktör*

---

*Birgitta Johansson är vetenskapsjournalist och informatör hos Forskningsrådet Formas.*