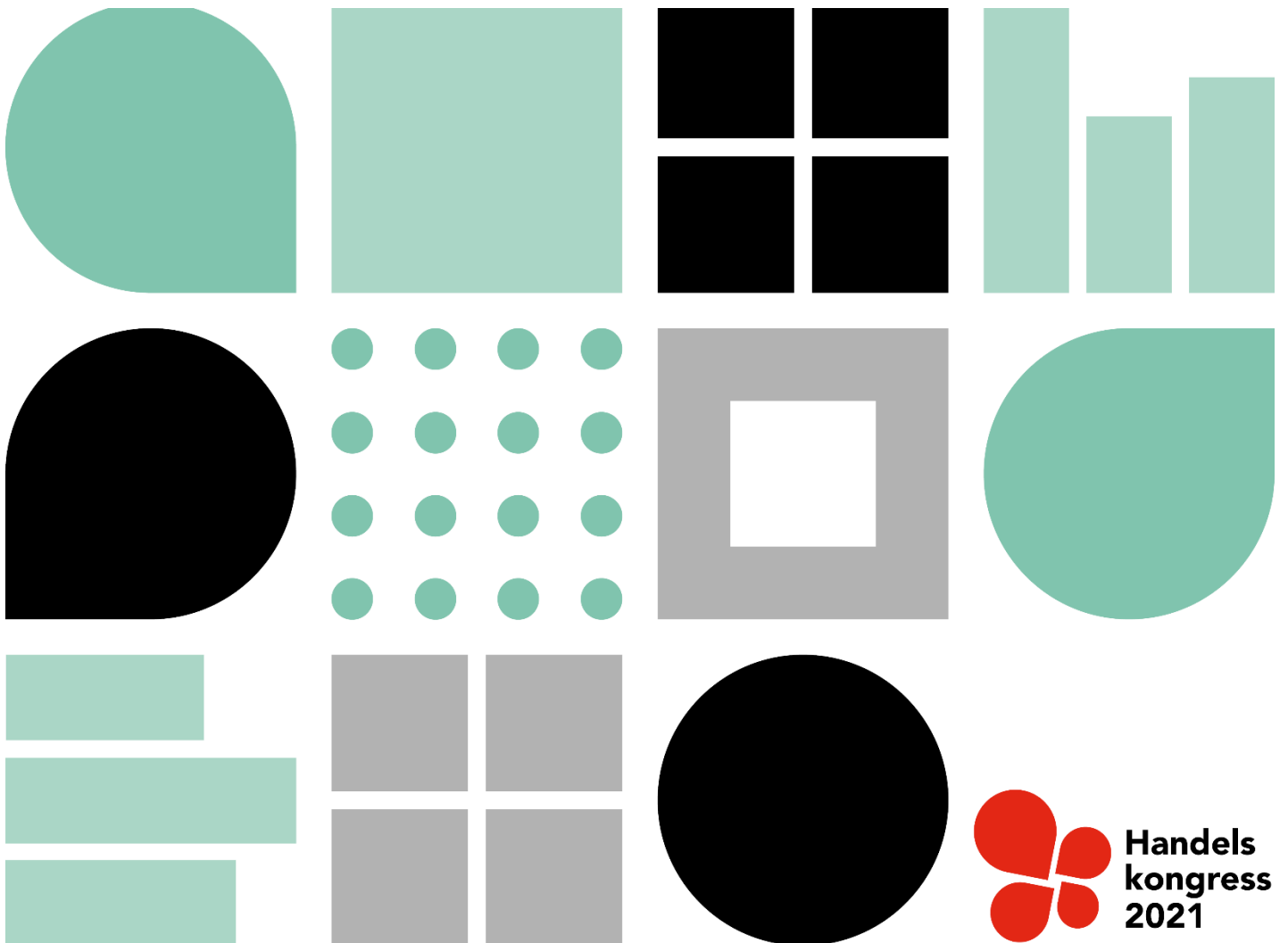


Handels miljö- och klimatpolitiska program



Handels miljö- och klimatpolitiska program.

Detta är en rapport i Handels rapportserie för fördjupade studier och analyser om branschen, arbetsmarknaden och samhället. Rapporterna i denna serie är självständiga produkter från Handels utredningsgrupp som vänder sig till fackliga och politiska beslutsfattare, forskare, journalister samt intresserade medlemmar som har intresse av grundliga studier om handelns bransch och arbetsmarknad. Denna rapport är skriven av Martin Briland Rosenström och Ola Palmgren, utredare på Handelsanställdas förbund.

ISBN 978-91-986082-1-2
© Handelsanställdas förbund
Handels Rapporter 2020:3

VID CITAT:

Briland Rosenström, M & Palmgren O, Handels miljö- och klimatpolitiska program, Handels rapporter 2020:3

TIDIGARE RAPPORTER I SERIEN

Briland Rosenström, M & Palmgren, O, Handelsanställdas syn på miljö- och klimatfrågor. Handels rapporter 2020:2

Carlen, S, Myter och sanningar om ob. En studie av ob-tilläggen i detaljhandeln. Handels rapporter 2020:1

Strömbäck A, Ett klipp i taget. Ekonomisk utveckling, arbetsmiljö och löner inom frisörbranschen, Handels rapporter 2019:6

Carlen, S, Vilka löner och arbetstider kan man försörja sig på? En studie av löner, löneinkomster och arbetstider i detaljhandeln, Handels rapporter 2019:5

Palmgren, O, Bakom lacken. Ekonomisk utveckling och arbetskraftsinvandring i skönhetsbranschen. Handels rapporter 2019:4

Carlén S, Bardh P & Palmetzhofer L, Handels syn på lönebildningen, Handels rapporter 2019:3

Carlén, S & Rosenström, M, Hur har handelns vinster och lönsamhet påverkats av strukturomvandlingen, Handels rapporter 2019:2

Uppenberg, C, Ensam på jobbet. Utbredning och konsekvenser av ensamarbetet i handeln, Handels rapporter 2019:1

Carlén, S, Musik i butik. En studie av hur musik påverkar handelsanställdas arbetsmiljö, Handels rapporter 2018:4

Berggren, C, En kompetent handel. Omställning och kompetensförsörjning i handeln, Handels rapporter 2018:3

Carlén, S & Rosenström, M, Hur påverkar digitaliseringen framtida sysselsättning och kompetensbehov i Handeln? Handels rapporter 2018:2

Rosenström, M, Ekobrottslighet i Handeln. En genomgång och analys av brott som drabbar välfärdssamhället, Handels rapporter 2018:1

Rosenström, M, E-handel över gränserna. Internationaliseringens konsekvenser för den svenska handelssektorn, Handels rapporter 2017:2

Carlén, S & Rosenström, M, Hur lönsam är handeln. En analys av lönsamhetsutvecklingen inom handeln, Handels rapporter 2017:1

Rosenström, M, Bakom paketen. Arbetssituation och hälsa bland anställda inom e-handeln, Handels rapporter dec 2016

Strömbäck, A, Man får lära sig leva på det man har. En kartläggning av handelsanställdas pensionärer, Handels rapporter nov 2016

Carlén, S, Stöld och snatteri. Hur ser handelsanställda på stölder och snatterier i butiker?
Handels rapporter okt 2016

Berggren, C, Hur mår handeln? Om den psykosociala arbetsmiljön i detalj- och partihandeln,
Handels rapporter okt 2016

För fler rapporter från tidigare år se www.handels.se

Innehållsförteckning

Sammanfattning	6
Kapitel 1. Inledning, syfte och bakgrund	7
1.1.1 Klimatförändringar och miljöförstöring - vår tids ödesfrågor	7
1.1.2 Konsumtionens roll	8
1.1.3 Kris och möjlighet	8
1.2 Syfte	9
1.3 Utgångspunkter och avgränsningar	10
1.4 Disposition	11
Kapitel 2. Handelsanställdas syn på miljö- och klimatfrågor	12
2.1.1 Metod och material	12
2.1.2 Disposition	12
2.2 Anställdas syn på branschens miljö- och klimatpåverkan	13
2.2.1 Behov av minskad miljö- och klimatpåverkan	13
2.2.2 Behov av styrmedel	14
2.3 Den egna arbetsplatsen och företagets miljö- och klimatpåverkan	15
2.3.1 Ansvarstagande på arbetsplatser och i företag	15
2.3.2 Kompetensutveckling om miljö- och klimatfrågor	16
2.3.3 Lyhördhet gentemot anställda i miljö- och klimatfrågor	17
2.3.4 Information till kunder om miljö- och klimatpåverkan	18
2.4 Intresse och engagemang för miljö och klimat	19
2.5 Slutsatser	21
Kapitel 3. Handelns miljö- och klimatpåverkan	23
3.1 Klimatutsläpp ur ett konventionellt perspektiv	23
3.2 Klimatutsläpp ur ett konsumtionsperspektiv	24
3.2.1 Utsläppen i utlandet	26
3.2.2 Konsumenters möjlighet att göra medvetna val	27
3.3 Klimatutsläpp från privatkonsumtion	27
3.3.1 Klimatutsläpp från livsmedel	29
3.3.2 Är livsmedel verkligen en stor utsläppskälla?	30
3.3.3 Klimatutsläpp från sällanköp och övriga förbrukningsvaror	31
3.4 Andra former av miljöpåverkan från konsumtion	31
3.4.1 Luftföroreningar orsakade av varukonsumtion	33
3.4.2 Ammoniak	33
3.4.3 Svaveldioxid	33
3.4.4 Kväveoxider och flyktiga organiska ämnen	34
3.4.5 Partiklar	34
3.4.6 Sambandet mellan klimatutsläpp och andra miljöförstörande utsläpp	34
3.5 Slutsatser	35
Kapitel 4. Åtgärdsförslag för en mer hållbar handel	36
4.1 Fackligt perspektiv på miljö och klimat	36
4.1.1 Omställningen måste vara rättvis	37
4.2 Anställdas roll i omställningen	38
4.2.1 Insatser för kompetensutveckling	38

4.2.2 Gröna kollektivavtal och överenskommelser	39
4.2.3 Branschförändringar	40
4.3 Mål och åtgärder för förändrad konsumtion	40
4.3.1 Underlätta hållbar konsumtion	41
4.3.2 Försvara ohållbar konsumtion	42
4.3.3 Minska utsläppen utomlands	43
4.3.4 Politiska förändringar	43
4.3.5 Branschförändringar	44
4.4 Åtgärder för en cirkulär ekonomi	44
4.4.1 Övergång till cirkulär ekonomi med produkter som håller längre	44
4.4.2 Ökning av secondhand, uthyrning, reparationer och återtillverkning	45
4.4.3 Politiska förändringar	47
4.4.4 Branschförändringar	47
4.5 Åtgärder för minskade materialvolym och bättre materialval	47
4.5.1 Materialvolym	47
4.5.2 Materialval	48
4.5.3 Politiska förändringar	49
4.5.4 Branschförändringar	49
4.6 Åtgärder för effektiva och fossilfria transporter	49
4.6.1 Övergång till fossilfria transporter	49
4.6.2 Mer hållbara och effektiva transporter	50
4.6.3 Politiska förändringar	51
4.6.4 Branschförändringar	52
4.7 Åtgärder för en mer hållbar livsmedelshandel	52
4.7.1 Mot en mer växtbaserad, närproducerad och ekologisk kost	52
4.7.2 Minskat matsvinn	53
4.7.3 Politiska förändringar	54
4.7.4 Branschförändringar	54
Källförteckning	55

Sammanfattning

Mänskliga beteenden har en avsevärd påverkan på miljö och klimat. En stor del kommer från vår konsumtion och risken är överhängande att vårt sätt att konsumera leder till ödesdigra konsekvenser för hela mänskligheten. Denna rapport utgör Handels miljö- och klimatpolitiska program, vilket innebär att den både kartlägger problemet och visar på vägar framåt. Rapporten undersöker hur handelsanställda ser på miljö- och klimatfrågor, hur handelns påverkan på miljö och klimat ser ut, samt vilka åtgärder som behövs för att åstadkomma en mer hållbar konsumtion och handel.

Handelsanställdas syn på miljö och klimatfrågor analyseras utifrån en opinionsundersökning gjord i samarbete med Novus. Den indikerar att cirka 90 procent av de som jobbar i branschen ser ett behov av att handelns miljö- och klimatpåverkan minskar. En mycket stor andel av de anställda håller företagen ansvariga, men många ser också behov av nya lagar och regler. När det kommer till det egna företaget och arbetsplatsen menar en förhållandevis hög andel att det görs ett bra arbete. Men 60 procent upplever att det ändå finns behov av förbättringar, bland annat med avseende på kompetensutveckling i hållbarhetsfrågor, lyhörddhet gentemot de anställda samt i information till konsumenterna. Undersökningen visar också att ungefär sju av tio handelsanställda skulle kunna tänka sig att engagera sig för att bidra till att göra handeln mer miljömässigt hållbar.

Analysen av handelns och konsumtionens miljö- och klimatpåverkan visar att utsläppen från handelns verksamheter inom Sveriges gränser inte är särskilt betydande, men att utsläppen som sker utomlands genom råvaruutvinning, produktion och transporter är omfattande och ohållbara. Statistik från såväl SCB som Naturvårdsverket visar att Sveriges konsumtionsbaserade utsläpp är mellan 90-100 miljoner ton koldioxidekvivalenter, vilket är nästan dubbelt så mycket som släpps ut inom Sveriges gränser och mer än tio gånger högre än den långsiktigt hållbara nivån. Cirka två tredjedelar av dessa utsläpp kommer från privat konsumtion, varav hälften förklaras av varukonsumtion. Rapporten visar också att konsumtionen orsakar omfattande utsläpp av kemikalier och luftföroreningar.

Rapportens sista del redogör för det fackliga perspektivet på miljö och klimat samt lägger fram en rad åtgärdsförslag som både kan driva på och stimulera en rättvis omställning till en mer hållbar handel. Här slås fast att handeln behöver sälja färre nytillverkade produkter och istället utgå från cirkulära affärsmodeller där produkter används längre, repareras och återbrukas. Det innebär att verksamhetsområden som second hand-handel, uthyrning och reparation behöver expandera. Denna expansion behöver åtföljas av en utveckling mot produkter som håller längre, samt en mer miljövänlig produktion och materialanvändning. Andra viktiga förändringar är förbättrad information till konsumenter om varors totala miljö- och klimatpåverkan, mer miljövänliga och effektiva transporter samt övergång till en mer växtbaserad livsmedelskonsumtion. Alla dessa förändringar kräver åtgärder av både branschen och politiken. Dessutom behövs insatser för att kompetensutveckla handelns anställda och ta tillvara de idéer och det engagemang som finns.

Corona-pandemins effekter gör att handeln nu på många sätt befinner sig i ett vägskaal. Att återuppbygga en handel baserad på ohållbar masskonsumtion riskerar att snabbt ta samhället från en kris till en annan. Rapporten pekar på de möjligheter som finns att forma återbyggandet som en övergång till mer hållbar konsumtion och ett mer hållbart och jämlikt samhälle.

Kapitel 1. Inledning, syfte och bakgrund

Förändringarna av jordens miljö och klimat är det allvarligaste hotet som både mänskligheten och livet på jorden som vi känner det har ställts inför. Handeln är en bransch som i högsta grad bidrar till påfrestningar på miljön. Inte främst genom den egna verksamheten, utan genom de produkter som branschen förmedlar. Som part i branschen vill Handelsanställdas förbund bidra till att minska dess negativa miljöpåverkan. I denna rapport formulerar förbundet våra miljö- och klimatpolitiska ställningstaganden och åtgärdsförslag för att långsiktigt åstadkomma en mer hållbar konsumtion.

1.1.1 Klimatförändringar och miljöförstöring - vår tids ödesfrågor

Situationen är akut. Den globala uppvärmningen, orsakad av utsläpp av klimatpåverkande gaser som förstärker växthuseffekten, gör att vår planet blir allt varmare. Andelen koldioxid i luften är nu högre än på 800 000 år (WMO, 2017) och sedan förindustriell tid har koncentrationen av koldioxid i luften ökat med 48 procent (NASA, 2019). I oktober 2018 kom IPCC med en rapport som konstaterar att om vi vill ha en rimlig chans att begränsa uppvärmningen till 1,5 grader finns det inte möjlighet att släppa ut mer än 420 gigaton koldioxid till, mätt från och med början av år 2018 (IPCC, 2018). Det motsvarar cirka 10 år av utsläpp på dagens nivå.

Samtidigt har mänsklig aktivitet lett till att vi förstör miljön och överskrider naturens gränser på flera andra områden. Utöver utsläppen av växthusgaser handlar det om förlust av biologisk mångfald, tillförsel av kväve och fosfor till land och hav, förändrad markanvändning, global vattenanvändning, försurning av haven, ökade havsnivåer samt spridning av luftpartiklar och miljögifter.

Konsekvenserna riskerar att bli ödesdigra. Gemensamt för miljö- och klimatförändringarna är att de i högsta grad påverkar livsförutsättningarna både för oss människor och för djur- och växtlivet. Värmeböljor, ökenspridning, stigande havsnivåer, stormar och andra förödande väderfenomen orsakade av global temperaturökning hotar att leda till ekologisk kollaps och kan för alltid förändra livet på vår planet. Olika delar av världen kommer att drabbas på olika sätt och olika hårt. På många platser riskerar förutsättningarna för jordbruk att försämrats och det är inte osannolikt att detta medför svält, konflikter om knappa resurser och massflykt, liksom effekter på hela länders ekonomier, samt de finansiella och politiska systemen (Naturvårdsverket, 2016).

På så sätt är klimat- och miljöfrågorna också tätt kopplade till frågor om fördelning och jämlikhet. Inte minst för att många forskare och internationella organ menar att det finns en betydande risk att det är jordens fattigaste länder och invånare som kommer att drabbas hårdast av klimat- och miljöförändringarna, eftersom de också har minst resurser att hantera effekterna. Men också för att det finns stora skillnader mellan hur olika länder och individer påverkar klimatet (Diffenbaugh & Burke, 2019; Hallegatte et al., 2016; FN, 2009). Enligt en rapport från hjälporganisationen Oxfam orsakar den rikaste tiondelen av världens befolkning ungefär hälften av alla utsläpp av växthusgaser (Oxfam, 2015). Huvuddelen av dessa utsläpp kommer från import, konsumtion och flygresor – de så kallade konsumtionsbaserade utsläppen.

Med det i åtanke är det inte konstigt att miljö- och klimatfrågor i ökad utsträckning kommit att präglade samhällsdebatten. Det finns ingen individ, inget företag och inget politiskt parti som längre kan undvika att fundera över hur de själva påverkar, och påverkas av, förändringar i jordens natur. Handeln är inget undantag.

1.1.2 Konsumtionens roll

Utsläppen av växthusgaser i Sverige ligger på cirka 52 miljoner koldioxidekvivalenter¹ per år. Jämfört med år 1990 är det en minskning med 27 procent (Naturvårdsverket, 2019b). Det är positivt, men om vi istället tittar på utsläppen som orsakas av svensk konsumtion är bilden en annan. De senaste åren har de konsumtionsbaserade utsläppen i Sverige ökat och ligger på omkring 90 miljoner ton koldioxidekvivalenter per år (SCB, 2020c), vilket motsvarar ungefär nio ton per person. På grund av utsläpp från produktion och transporter utomlands är de klimatpåverkande utsläppen som kommer från konsumtion således nästan dubbelt så stora som alla utsläpp som sker inom Sveriges gränser. Det innebär att de är väsentligt högre än vad de behöver vara för att säkra en hållbar framtid.

För att klara Parisavtalets mål om att begränsa den globala uppvärmningen till 1,5 grader menar Naturvårdsverket (2020a) att utsläppen per person måste ner till ett ton koldioxidekvivalenter per person och år. Konsumentverket (2018) hävdar i sin tur att konsumtionens klimatpåverkan måste minska med i storleksordningen 80 procent inom ett par decennier. Dessutom har konsumtionen en bredare miljöpåverkan än utsläpp av växthusgaser. Ur naturressurssynpunkt konsumerar den genomsnittlige svensken som om vi hade fyra jordklot att tillgå, vilket bidrar till försurning, utplånande av marint liv och hälsoskadliga utsläpp av partiklar (WWF, 2018).

Det råder således ingen tvekan om att svenskars konsumtion behöver förändras. Handeln fyller en viktig funktion i detta och bär ett betydande ansvar. Som bransch betraktat har handeln en tämligen begränsad direkt miljö- och klimatpåverkan. Utsläppen som kommer från handelsföretagens försäljningsverksamhet understiger tio procent av de totala konsumtionsbaserade utsläppen (SCB, 2020c). Problemet är att varornas totala miljöpåverkan är väsentligt större. Den verkligt stora miljö- och klimatpåverkan från konsumtion av varor kommer sammantaget från utvinning, produktion, transporter och användning av varorna.

För att samhället ska kunna nå hållbarhet måste vår konsumtion, och därför även handeln, genomgå en genomgripande förändring. Den förändringen behöver framförallt politiken och företagen i branschen ta ansvar för, men även arbetstagarerna och deras organisationer måste bidra.

En växande medvetenhet om detta syns i diskussionen om hur våra konsumtionsvanor bidrar till klimatförändring och miljöförstörelse. Diskussionen har ökat i intensitet i takt med den accelererande krisen och det ökade intresset för frågorna. Det stora intresset för miljö- och klimatfrågor kan ses i undersökningar både av företags och konsumenters attityd². Forskning har också visat att det finns ett ökat miljöintresse hos konsumenterna i handeln (Fuentes & Fredriksson, 2016; Aslan & Fredriksson, 2017).

1.1.3 Kris och möjlighet

När den här rapporten författas befinner sig världen mitt i ytterligare en global kris. Corona-pandemin har tagit många liv och hotat ännu fler. Men den har också haft enorma effekter på samhällets alla nivåer. Hela vägen från hur vi betar oss i mataffären och kollektivtrafiken till situationen på arbetsmarknaden, statens finanser och den internationella handeln. Förändringarna i mänsklig aktivitet har även förändrat vår påverkan på planeten.

På kort sikt ser vi nu en minskad klimat- och miljöpåverkan från konsumtion. Men forskare och opinionsbildare menar att det finns en uppenbar risk för att de långsiktiga konsekvenserna kan visa sig

¹ Att uttrycka utsläppen av en viss växthusgas i koldioxidekvivalenter är detsamma som att säga hur mycket koldioxid som skulle behöva släppas ut för att ge samma påverkan på klimatet. Det är alltså ett sätt att översätta olika gasers bidrag till den globala uppvärmning till en enbetydig skala.

² I en undersökning från Tradera/Sifo (2018) säger en tredjedel av svenskarna att de handlar mindre nytt idag och 20 procent säger sig handla mer begagnat. 40 procent uppger att de känner olust inför att köpa nya varor. Ett flertal andra undersökningar bekräftar att hållbarhet blir allt viktigare för konsumenterna och många uppger att de är beredda att ändra sin livsstil i mer hållbar riktning (EU Kommissionen, 2017, 2019; Naturskyddsföreningen/Novus, 2019; Postnord/Svensk Digital Handel, 2020; Svensk Handel, 2018, 2019).

förödande (Aktuell hållbarhet, 2020-04-14; Dagens Industri, 2020-04-02). Som en konsekvens av en strävan efter att återfå tillväxt till varje pris kan åtgärder för hållbar omställning hamna längre ned på prioriteringslistan. Om så blir fallet går samhället sannolikt från en kris rakt in i en annan.

Coronapandemin är just en kris, ingen kontrollerad, beslutad och permanent omställning. Vid omedelbar kris är det naturligt att fokus inledningsvis ligger på att rädda företag och arbetstillfällena. Det som inte räddas behöver sedermera återuppbyggas. Men den stora frågan är till vad? Nu finns det möjlighet att forma återbyggandet som en övergång till mer hållbar konsumtion och ett mer hållbart samhälle. Därför är det av yttersta vikt att inte vänta med att formulera förslagen som kan åstadkomma det. Med klok kris- och återhämtningspolitik kan vi lägga grunden för ett samhälle som är både mer jämlikt och mer hållbart.

1.2 Syfte

Handels kongress 2016 beslutade att Handels ska utreda hur handelns klimatpåverkan kan minskas och hur förbundet kan bidra till det. Den här rapporten är ett direkt resultat av det beslutet och kommer att läggas fram på Handels kongress 2021 som ett miljö- och klimatpolitiskt program. De ställningstaganden kring hur handeln ska kunna bli mer hållbar som rapporten avslutas med är därmed också dess yttersta syfte och viktigaste bidrag.

Som grund för Handels ställningstaganden undersöker rapporten också hur handelsanställda ser på frågor om miljö och klimat. Trots att de anställda har potential att fylla en viktig roll i branschens omställning har deras inställning till branschens och arbetsplatsens miljö- och klimatpåverkan inte tidigare analyserats, och inte heller vilket engagemang de anställda själva har för frågorna. Rapporten fyller därmed en viktig kunskapslucka och lyfter röster och perspektiv från de som jobbar i branschen.

Rapporten sammanställer och redogör också för fakta om hur handelns miljö- och klimatpåverkan ser ut idag. Bidraget från den delen av rapporten handlar om att öka kunskaperna och medvetenheten i dessa frågor, såväl bland handelns anställda och handelns företag som bland andra organisationer och beslutsfattare. Resultaten i den här delen underbygger också de åtgärdsförslag som senare presenteras.

En central utgångspunkt för de åtgärder som rapporten föreslår är att omställningen måste ske på ett sätt som skapar ökad rättvisa och jämlikhet³, samt utveckling för de som arbetar i branschen. Ekologisk hållbarhet måste gå hand i hand med såväl social som ekonomisk hållbarhet. Omställningen behöver vara hanterbar för företaget i branschen och ske både genom branschsamverkan och politiska beslut⁴.

³ Detta är en av kongressen och Handels förbundsstyrelse fastslagen utgångspunkt för programmet.

⁴ Det finns goda initiativ med ambitioner i den riktningen. Ett exempel på detta är Svensk Digital Handels satsningar på hållbarhet inom e-handel under föregående och innevarande år. En viktig aspekt som organisationen jobbar med i samråd med företag är att föra in miljömässig hållbarhet som en del av "Trygg e-handel"-certifieringen (Svensk Digital Handel, 2020-01-13)

1.3 Utgångspunkter och avgränsningar

Att åstadkomma en miljömässigt hållbar handel kräver alltså att miljö- och klimatpåverkan från konsumtionen minskar så att den inte längre bidrar till att äventyra ekosystemens överlevnad (Naturvårdsverket, 2015). Vi kommer att närma oss miljö- och klimatfrågan utifrån detta behov, vilket innebär:

- *Att problembilden inte är begränsad till människan.* Människans fortlevnad och välbefinnande står i förgrunden för många av de diskussioner som gäller miljö- och klimatfrågor. Men människan är både beroende av och har ett ansvar för ekosystem som innehåller djur och växter. Vi kan se det genom två förenklade och vanligt förekommande exempel. När regnskog skövlas minskar biologisk mångfald och syreproduktion. När haven smutsas ned dör marint liv men vi får själva också i oss gifter i maten.
- *Att rapporten inte är begränsad till klimatfrågan.* Det avspeglar sig i titeln ”miljö- och klimatpolitiskt program”. Dagens samhällsdiskussion är starkt centrerad kring klimatfrågan, men med avseende på handeln finns en rad andra viktiga miljöfrågor som också bör vara en del av problembeskrivningen. Om vi ser handelns miljöpåverkan i bredare mening hör luftföroreningar som är hälsovådliga, övergödning, försurning, miljöskadligt avfall, förgiftande av vatten och en exploatering av knappa och ändliga naturresurser hit.
- *Att analysen är fokuserad på miljö- och klimatpåverkan från konsumtion av varor.* Den konsumtionskritik som växer fram och det ansvarsutkrävande som läggs på branschen är inte begränsad till vad handlare gör utan till varors hela livscykel och därför är rapporten inte heller det. Rapporten behandlar både om handelns direkta, indirekta miljöpåverkan, samt de mellanting som också förekommer⁵.
- *Att analysen resulterar i förslag på politiska styrmedel.* Politiska styrmedel på en marknad kan vara särskilt behövliga när dess verksamhet har negativa effekter på samhällets välbefinnande som inte bärs av den ansvariga parten. Denna typ av negativa effekter brukar inom vetenskapen benämnas ”negativa externaliteter”. Dessa behöver hanteras genom politiska styrmedel för att undvika dysfunktionalitet, det vill säga så kallade ”marknadsmislyckanden”. (Alexius et al., 2014; Konjunkturinstitutet, 2017). Vid förslag på styrmedel har hänsyn tagits till tidigare utvärderingar av befintliga styrmedel på miljöområdet⁶.

⁵ Dock ej konsumtionspåverkan som har svaga kopplingar till konsumtion av varor. Naturskyddsföreningen (2017) erbjuder fördjupad förståelse utifrån ett brett konsumtionsperspektiv.

⁶ Se exempelvis utvärderingar gjorda av Energimyndigheten/Naturvårdsverket, 2004; EU-kommissionen, 2015b; Konjunkturinstitutet, 2017; SOU (2016:21); Söderholm & Hammar, 2005.

1.4 Disposition

Rapporten består av tre delar:

1. Handelsanställdas syn på miljö- och klimatfrågor

I nästkommande kapitel, kapitel 2, analyseras hur handelsanställda ser på miljö- och klimatfrågor utifrån en opinionsundersökning som ett urval av Handels medlemmar har fått svara på.

2. Handelns miljö- och klimatpåverkan

Kapitel 3 redogör sammanfattat för hur handeln påverkar miljön och klimatet och det görs en fördjupning i vad det innebär att ha ett konsumtionsperspektiv på miljö och klimatfrågor. Av kapitlet framgår också flera av de utmaningar som finns i att göra handeln mer hållbar.

3. Vägen till en mer hållbar handel

I kapitel 4 redogörs för vilka fackliga utgångspunkter som ligger till grund för Handels engagemang i miljö- och klimatfrågor samt de åtgärdsförslag som kapitlet också presenterar. Förslagen är uppdelade i fem olika block, där vart och ett av dessa behandlar ett specifikt område av handelns miljö- och klimatpåverkan med tillhörande åtgärdsförslag för politik och bransch⁷, samt en bakgrund för dessa.

Varje kapitel behandlar alltså en separat dimension av handelns direkta och indirekta miljö- och klimatpåverkan samt vad som behövs för att den ska kunna minska. Tillsammans utgör de ett omfattande program för att åstadkomma en mer hållbar handel.

⁷ Även sambälle, men förslagen är inriktade på vad bransch och politik kan göra för att bidra till samhällsförändringar som skapar en mer hållbar handel.

Kapitel 2. Handelsanställdas syn på miljö- och klimatfrågor

I detta kapitel analyseras hur anställda inom handeln ser på miljö- och klimatfrågor utifrån en opinionsundersökning utförd av Novus. En sådan studie har inte tidigare gjorts, varför kapitlet fyller en viktig kunskapslucka. Trots att anställda har potential att vara en motor i omställningen till en mer hållbar bransch vet vi lite om hur de ser på miljö- och klimat.

Kapitlet undersöker hur anställda ser på:

- Branschens miljö- och klimatpåverkan
- Det egna företagets eller arbetsplatsens miljö- och klimatpåverkan
- Det egna personliga intresset och engagemanget för miljö- och klimatfrågor

2.1.1 Metod och material

Datamaterialet som används i rapporten kommer från en specialbeställd undersökning utförd av opinionsinstitutet Novus. Undersökningen baseras på webbintervjuer som genomfördes under perioden 19 november till 13 december 2019 och har 1118 svarande ur Handels medlemspanel, vilket innebär en svarsfrekvens på 51,8 procent. Detta ger enligt Novus (2020) bedömning ett gott underlag för analys⁸.

Enkäten bestod av flervalsfrågor om branschens miljöpåverkan, företagets hållbarhetsarbete och personligt intresse för frågorna⁹. Därtill har svarande fått möjlighet att i öppna svar berätta om sina synpunkter och tankar kring branschens och det egna företagets arbete för miljö- och klimatomfattig hållbarhet. Det resulterade i totalt 212 kommentarer. Ett urval av dessa redovisas i kapitlet för att exemplifiera hur anställda resonerar kring sina uppfattningar. Citaten ger exakta återgivelse av vad som uttryckts så när som på korrigering av stavfel och meningsbyggnadsfel.

2.1.2 Disposition

1 *Anställdas syn på branschens miljö- och klimatpåverkan*

En förutsättning för att anställda ska vara intresserade av att fylla en roll i att göra handeln mer hållbar är att det finns ett upplevt problem med handelns miljö- och klimatpåverkan, samt en vilja att minska den. Därför börjar kapitlet med att undersöka denna aspekt.

2 *Anställdas syn på det egna företaget och den egna arbetsplatsens miljö- och klimatpåverkan*

Även om det finns ett upplevt problem i branschen betyder inte det per automatik att man ser problem med miljö- och klimatpåverkan i sin egen närmiljö. Därför undersöker kapitlet därpå hur anställda ser på den egna arbetsplatsens miljö- och klimatpåverkan.

3 *Anställdas engagemang och intresse*

Upplevelsen av att miljö- och klimatpåverkan är problematisk både på branschnivå och arbetsplats-/företagsnivå kan vara viktiga förutsättningar för att vilja bidra till en omställning av branschen. Men om det saknas ett personligt intresse och engagemang för hållbarhetsfrågor är det mindre troligt att problemupplevelsen leder till handling. Därför undersöks intresset och engagemanget som en avslutande del av kapitlet.

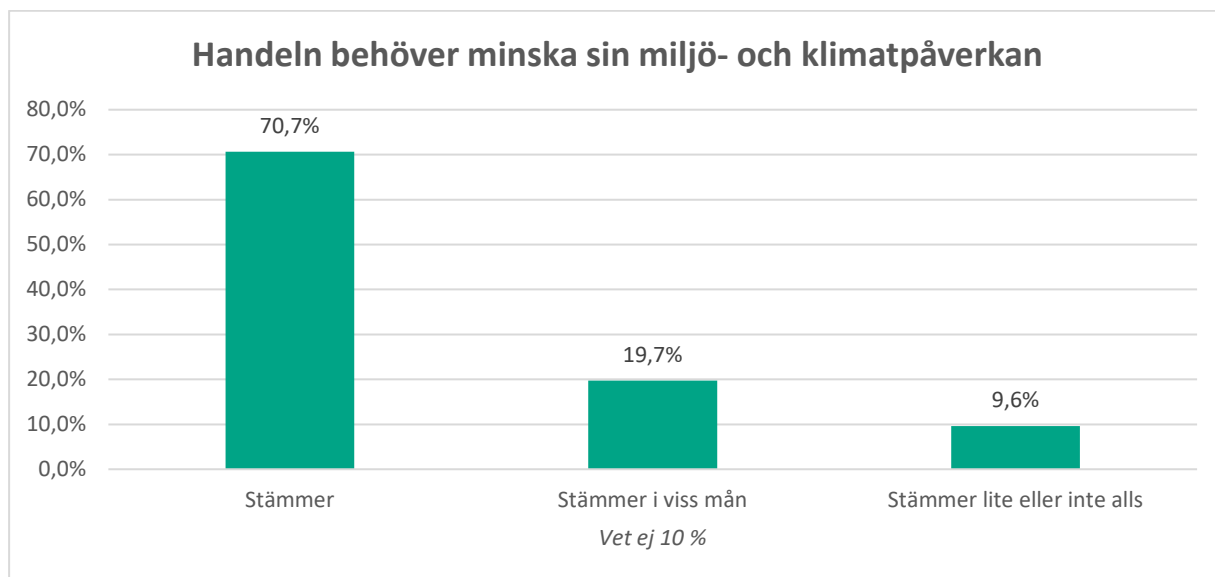
⁸ Utifrån genomförandet och bearbetningen av data bedömer Novus att "undersökningen är åsiktsmässigt representativ för den grupp som skulle undersökas", det vill säga yrkesverksamma medlemmar inom åldrarna 18-65 år som jobbar inom handeln. Medlemmar som inte arbetar i handelsföretag är således exkluderade för att undvika ett missvisande resultat.

⁹ För att skapa tydligare diagram utgår den grafiska framställningen från de svarande som faktiskt har en uppfattning i frågan. Det betyder att de som angett "vet ej" som svarsalternativ inte inkluderas i staplarna. Däremot redovisas andelen som svarat "vet ej" under respektive diagram. På grund av avrundningar adderar inte alltid staplarna till exakt 100 procent i diagrammen som redovisas.

2.2 Anställdas syn på branschens miljö- och klimatpåverkan

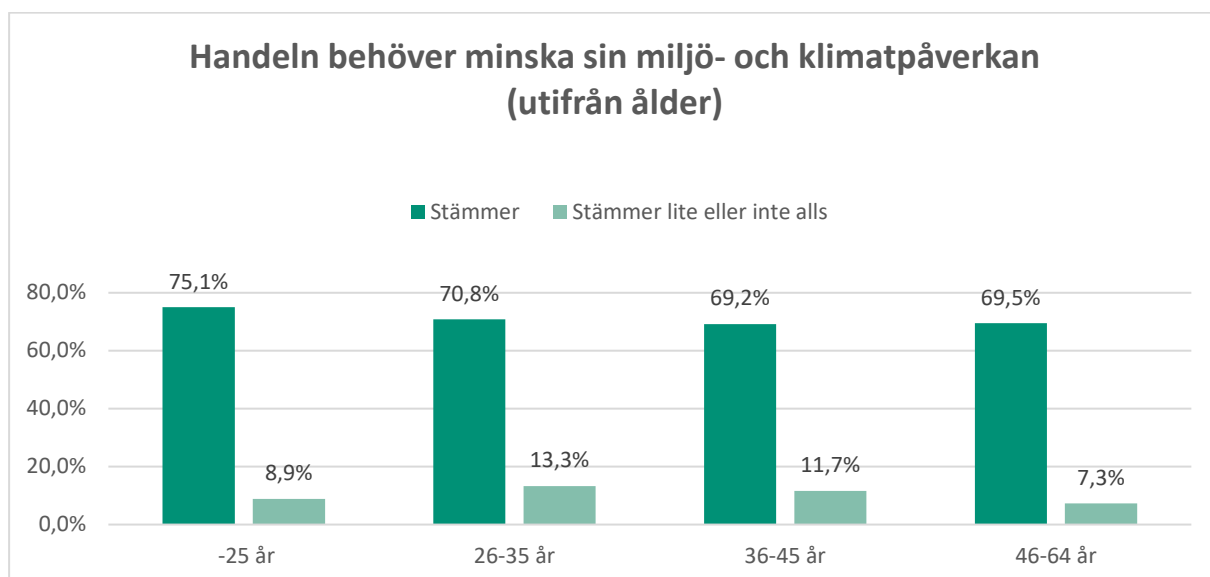
2.2.1 Behov av minskad miljö- och klimatpåverkan

Undersökningen visar att det finns en tydlig uppfattning bland handelsanställda om att branschens miljö- och klimatpåverkan behöver minska. Över 70 procent av handelsmedlemmarna instämmer fullständigt i att så är fallet, och över 90 procent instämmer fullständigt eller i viss mån.



Uppfattningen om att handeln behöver minska sin miljö- och klimatpåverkan är också förhållandevis generell och går inte att tillskriva någon särskild grupp av handelsanställda. Det är något fler kvinnor än män som ser ett behov av minskad klimat- och miljöpåverkan, men differenserna är små. 69 procent av männen instämmer helt, jämfört med 72 procent av kvinnorna. Det finns näst intill ingen differens mellan butiksanställda och lageranställda.

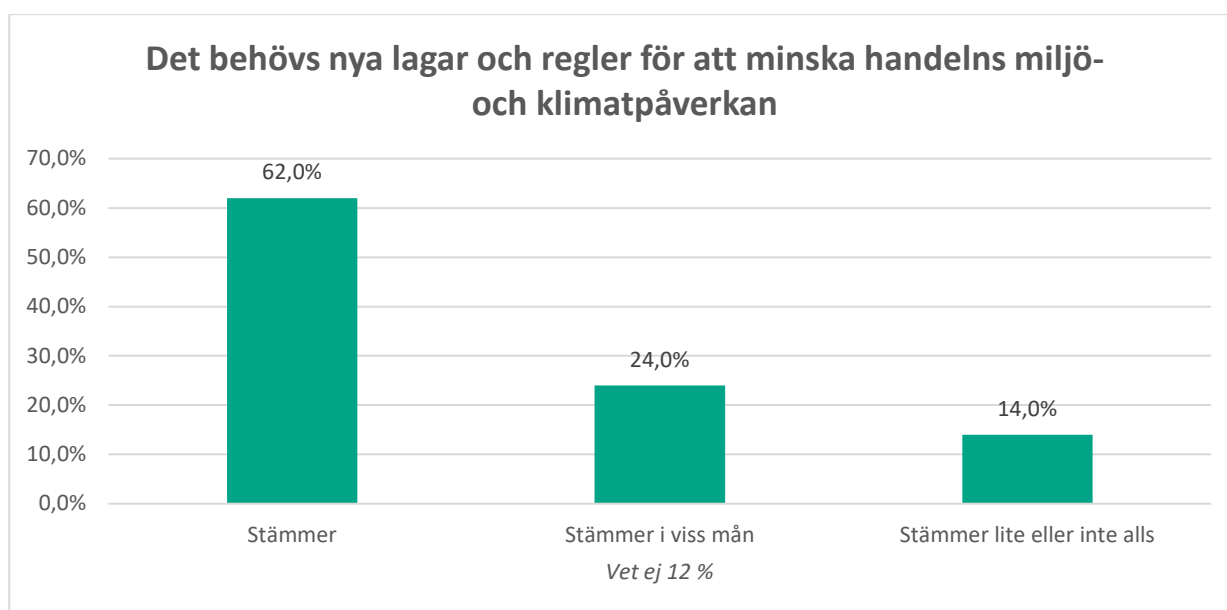
Resultatet är också förhållandevis jämnt fördelat med avseende på ålder:



Den yngsta åldersgruppen skiljer sig något med en större andel som anser att handeln behöver minska sin miljö- och klimatpåverkan, men det är också värt att notera att den lägsta andelen skeptiker finns i åldersgruppen 46-64 år.

2.2.2 Behov av styrmedel

Nästan alla som anser att handeln behöver minska sin miljö- och klimatpåverkan anser att företagen har ett ansvar för att bidra till det. Omkring 70 procent av de handelsanställda instämmer i påståendet att handelsns företag behöver ta ett ökat ansvar för att minska miljö och klimatpåverkan. Inkluderat ”i viss mån” uppgår siffran till cirka 90 procent. Men många efterlyser också nya politiska styrmedel för att kunna åstadkomma minskad miljö- och klimatpåverkan:



Över 60 procent av de intervjuade ser ett utpräglat behov av nya politiska styrmedel, cirka 85 procent ser någon grad av behov och endast 14 procent anser att det inte behövs politiska reformer alls. Resultatet skiljer sig inte mellan olika åldersgrupper, men däremot finns en tämligen stor skillnad mellan hur män och kvinnor ser på frågan. Ungefär 57 procent av männen efterfrågar politiska styrmedel, medan motsvarande andel är 65 procent bland de kvinnor som svarat på undersökningen.

I de öppna kommentarerna hittar vi exempel på hur en del handelsanställda resonerar. Följande svar speglar väl hur de flesta som har lämnat en kommentar argumenterar:

”Arbetsgivaren gör inget om han inte tjänar pengar på det. Därför måste det vara förbjudet i lag med dryga böter för brott mot miljön för att få dem mer aktiva i arbetet för klimatet.”

”De gör nog endast det som är lagstadgat. Så kanske fler lagar i denna fråga så måste företaget därmed arbeta mer miljövänligt.”

Vi har också undersökt vilka förändringar som handelns anställda anser främst behövs för att handeln ska kunna bli en mer miljövänlig bransch:

Topp 5: Medlemmarnas prioriterade åtgärder	
Erbjuda produkter i mer miljövänligt material och mer miljövänliga förpackningar	77 %
Fokusera på att skapa leverans- och retursystem med minskad miljö- och klimatpåverkan	74 %
Fokusera mer på att sälja varor som är närodlade eller närproducerade	73 %
Ställa mer krav på leverantörer att ha en mer miljö- och klimatvänlig tillverkningsprocess	73 %
Sälja varor som håller längre	72 %

Merparten av förslagen är kopplade till produktionen av varor, vilket är en aktivitet som ligger utanför handelns kärnverksamhet. Detta kan ligga till grund för det upplevda behovet av politiska styrmedel, utifrån logiken att handelns aktörer i tillräcklig utsträckning varken kan eller vill förändra det som ligger utanför den egna kärnverksamheten. De anställda uppger i kommentarerna:

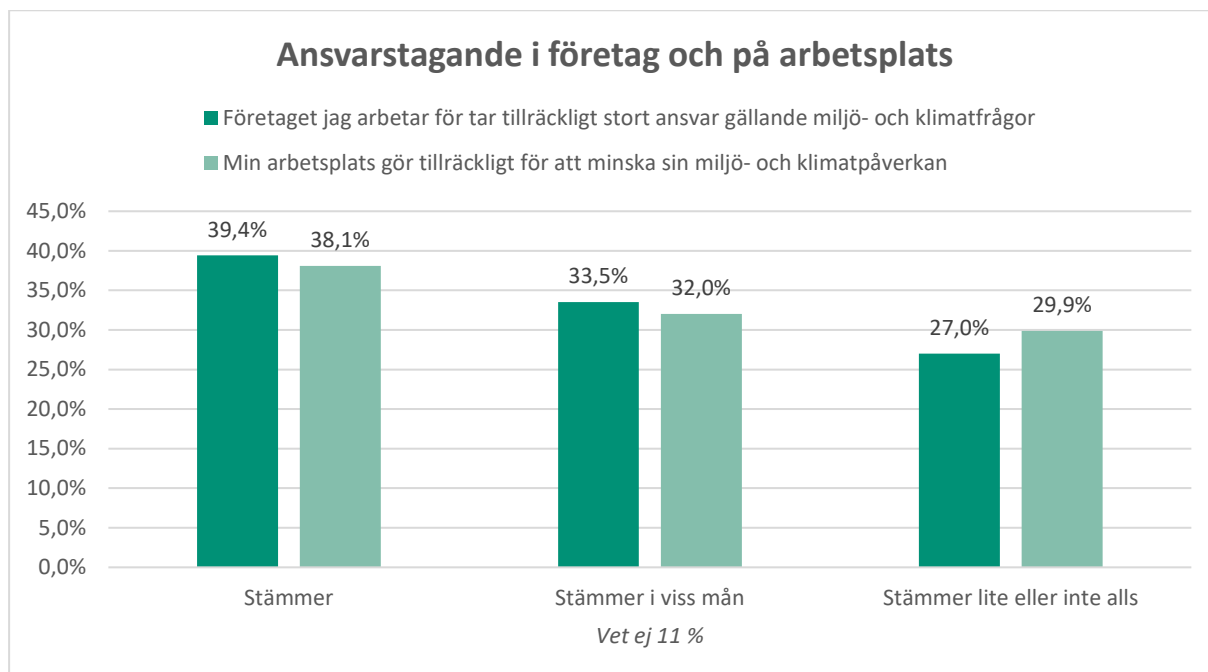
”Alldeles för många produkter transporteras över halva jordklotet, förpackade i överflödiga lager av förpackningsmaterial, tillverkade och förpackade av lågavlönade och utnyttjade människor.”

”Kunderna efterfrågar kvalitetsprodukter, gärna svenska, som vi sålde förut. Nu säljer vi "billiga" artiklar producerade i Asien. Fler och fler verkar inse att det inte är bra varken för dem eller miljön att t ex köpa nya vattenhinkar till stallet varje år i stället för var tjugonde år.”

2.3 Den egna arbetsplatsen och företagets miljö- och klimatpåverkan

2.3.1 Ansvarstagande på arbetsplatser och i företag

Behovet av att minska miljö- och klimatpåverkan på företags- och arbetsplatsnivå omfattades också av intervjuerna:

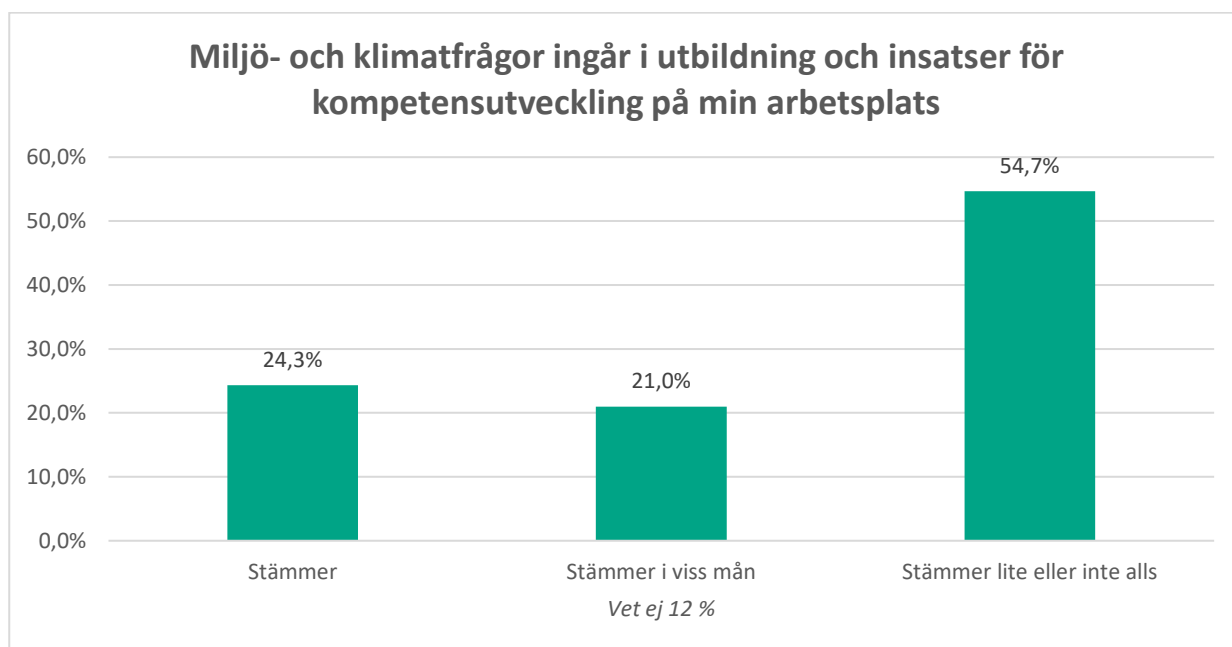


Av resultaten framgår att många anställda tycker att den egna arbetsplatsen och företaget redan idag gör mycket för att ta ansvar för miljö och klimat. Andelen som svarar ”stämmer” eller ”stämmer i viss mån” ligger på 70 procent på arbetsplatsnivå och 73 procent på företagsnivå. Det verkar därmed som om bilden av vad det egna företaget och den egna arbetsplatsen gör är väsentligt ljusare än hur man ser på branschens totala miljöpåverkan.

Likväl upplever en majoritet av de anställda, cirka 60 procent, att det finns mer att göra för att fullt ut ta ett tillräckligt ansvar för klimat och miljö eller att ta ansvar på rätt sätt. Några sådana aspekter går att urskilja från undersökningen.

2.3.2 Kompetensutveckling om miljö- och klimatfrågor

För att anställda ska ges goda förutsättningar att bidra till företagets och branschens miljö- och klimatarbete behöver de få rätt kunskaper och verktyg. Därför ställdes också en fråga om huruvida miljö- och klimatfrågor ingår i utbildning och insatser för kompetensutveckling på arbetsplatsen:



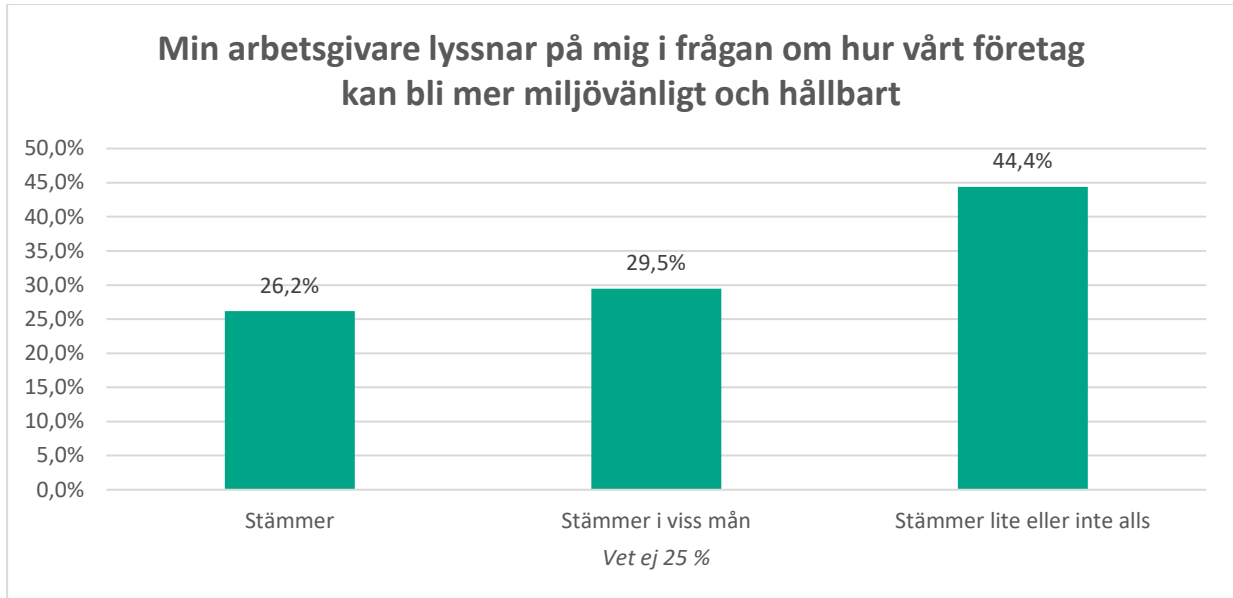
Det framgår tydligt av enkätsvaren att miljö- och klimatfrågor sällan ingår i utbildning och insatser för kompetensutveckling. Omkring 55 procent av de handelsanställda menar att miljö- och klimatfrågor ingår i mycket liten utsträckning eller inte alls, och endast 24 procent är helt av uppfattningen att det ingår. Svaren skiljer sig heller inte nämnvärt mellan heltids- och deltidsanställda, eller mellan de som jobbar i butik respektive på lager.

En handelsanställd beskriver behovet av förbättrad kompetensutveckling enligt följande:

”Miljö och klimatarbete borde ingå i alla anställdas och chefers utbildning så det blir självklart att jobba klimatvänligt.”

2.3.3 Lyhörighet gentemot anställda i miljö- och klimatfrågor

Undersökningen visar att många handelsanställda, närmare 70 procent, försöker påverka sin arbetsplats så att den blir mer hållbar ur miljö- och klimatsynpunkt. Men det framgår att många anställda upplever att lyhörheten hos arbetsgivarna är låg inför de anställdas synpunkter och förbättringsförslag:



Andelen anställda som helt känner sig lyssnade på när de för fram synpunkter på hur företaget kan bli mer miljövänligt ligger på 26 procent bland de som har en uppfattning, medan 44 procent inte känner sig lyssnade på alls. Fler anställda upplever således en fullständig brist på lyhörighet än motsatsen, och ser vi till andelen som i någon mån inte känner sig lyssnade på är den hela 75 procent¹⁰. Detta visar att det finns tydliga möjligheter för många företag att bli bättre på att lyssna på sina anställda med avseende på miljöfrågor.

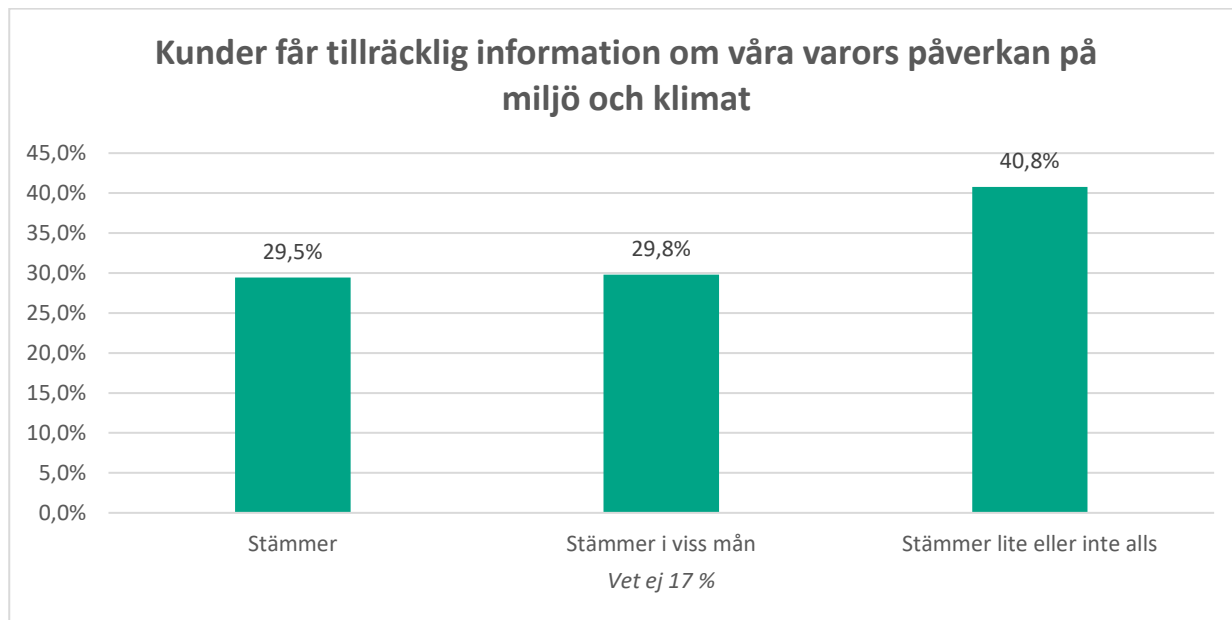
I de öppna kommentarerna hittar vi exempel på hur anställda kan uppleva bristen på lyhörighet:

”Arbetsgivaren behöver vara mer öppen för förslag, exempelvis inte skratta när jag föreslår exponering av veganska burgare istället för kött.”

¹⁰ Andelen ”vet ej” är dock just på denna fråga hög (25 procent) och svaren ger ingen vägledning varför, om man inte vet för att man inte har försökt att påverka eller om man inte vet ifall det ger någon effekt att påverka. Detta innebär att siffrorna ska tolkas med en viss försiktighet. Men oavsett vad ”vet ej” representerar är det tydligt att majoriteten av de anställda ser att arbetsgivare kan bli mycket mer lyhörda.

2.3.4 Information till kunder om miljö- och klimatpåverkan

Handelsföretagens arbete med att minska den egna verksamhetens miljö- och klimatpåverkan är viktigt, men en väsentlig del av miljöpåverkan kommer av hur varor produceras, vad de består av och hur de används. För att kunderna ska kunna göra medvetna val behöver de därför ha information om vad varorna har för miljö- och klimatpåverkan. Undersökningen tyder på att många handelsanställda anser att företagen kan bli bättre på att bistå kunder med sådan information:

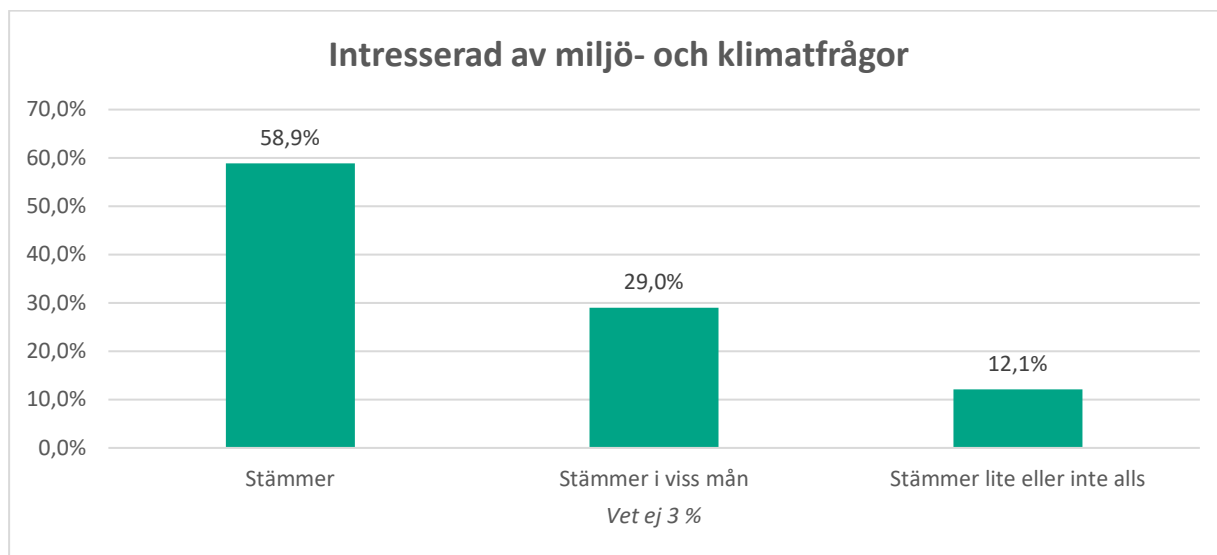


70 procent av de handelsanställda uppger att informationen till kunderna med avseende på varornas miljö- och klimatpåverkan inte är fullt tillräcklig, medan ungefär fyra av tio ser att den är klart bristfällig¹¹. Samtidigt uppger närmare 71 procent av de anställda att de upplever att kunderna uppvisar intresse för miljö- och klimatfrågor när de handlar, vilket tyder på att sådan information också efterfrågas. Att en så stor del av kunderna visar intresse för miljö- och klimatfrågor understryker i sin tur värdet av att miljö- och klimatfrågor ingår i kompetensutveckling.

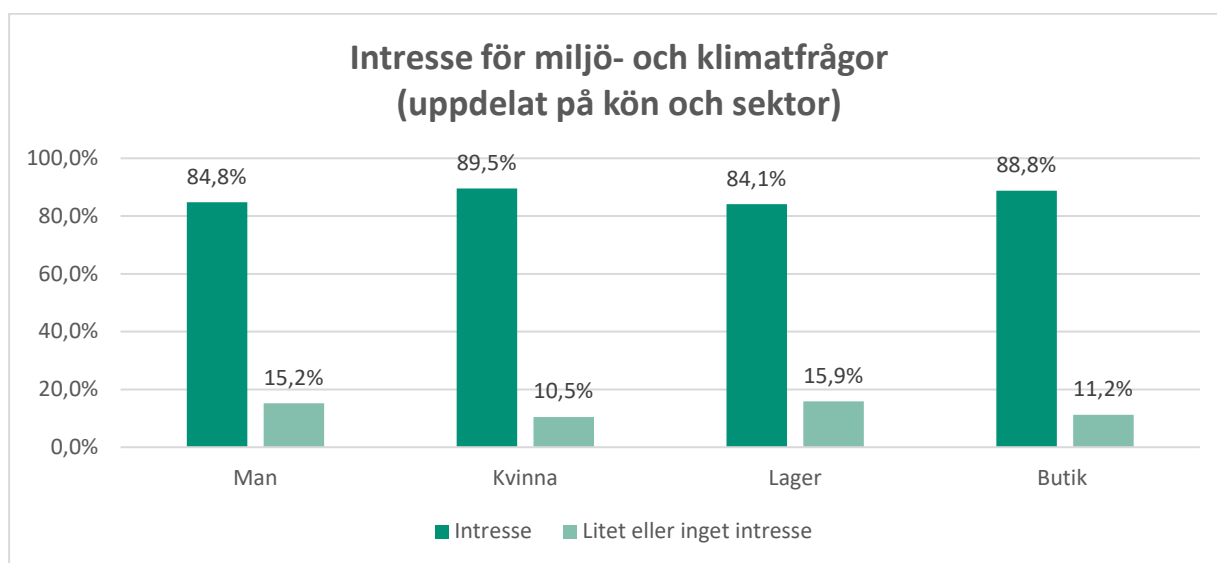
¹¹ Det bör poängteras att andelen "vet ej" även här är förhållandevis hög (17 procent). Det är inte särskilt förvånande med tanke på att det kan vara svårt för anställda att själva avgöra vilken nivå på information som bör kännetecknas som tillräcklig. Men oavsett vad "vet ej" representerar är det tydligt att majoriteten av de anställda upplever att informationen till kunderna är bristfällig.

2.4 Intresse och engagemang för miljö och klimat

Att handelsanställda ser ett behov av att minska miljö- och klimatpåverkan betyder inte per automatik att alla har ett personligt intresse för miljö- och klimatfrågor. Intresse och engagemang är visserligen heller ingen garant för att vara villig att agera i en fråga, men sannolikt ligger det närmare till hands om ett intresse finns. Därför innehöll undersökningen också frågor just om vilket intresse och engagemang handelsanställda har i frågor som rör miljö och klimat.



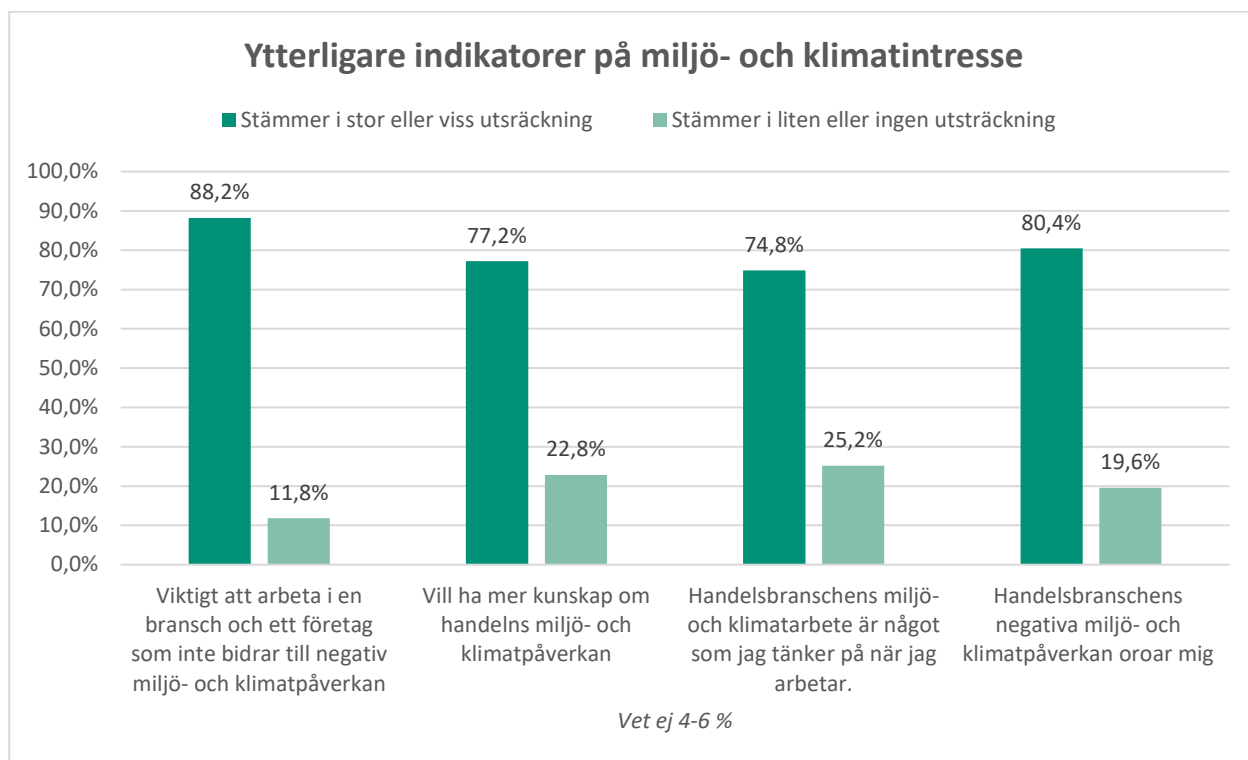
På en direkt fråga om den svarande är intresserad av miljö- och klimatfrågor svarar närmare 60 procent av handelsanställda att de instämmer, och nästan 90 procent menar att de har någon grad av miljöintresse. Intresset återfinns brett bland handelsanställda, men det finns vissa skillnader mellan olika grupper. Andelen kvinnor som anger att de har ett utpräglat miljöintresse är nio procentenheter högre än motsvarande andel män. Samma förhållande gäller mellan butik och lager¹². Om vi däremot tittar på om det finns någon grad av miljöintresse är differensen mindre, och vi ser då också att miljöintresse finns hos en klar majoritet:



¹² Eftersom andelen kvinnor är högre i butik än på lager är det inte förvånande att de samvarierar.

I övrigt är det små skillnader i miljöintresse mellan olika grupper. Det finns till exempel inget samband mellan miljöintresse och tiden man arbetat i branschen. Inte heller finns det några väsentliga skillnader i miljö- och klimatintresse med avseende på ålder. Oavsett åldersgrupp understiger andelen ointresserade 16 procent. Däremot är det intressant att notera att den äldsta ålderskategorin 46-64 år både har den högsta andelen svarande som uppger att de har ett påtagligt miljöintresse (62 procent) och den lägsta andelen som anger ett ointresse (tio procent)¹³.

I undersökningen finns också fler frågor som breddar bilden av handelsanställdas intresse för miljö- och klimat, bland annat om de anställda tycker det är viktigt att arbeta i en bransch som inte bidrar till negativ miljö- och klimatpåverkan, om de vill ha mer kunskap om handelns miljö- och klimatpåverkan, samt huruvida de anställda funderar över handelns miljö- och klimatpåverkan när de jobbar. Dessa frågor kan ses som ytterligare indikatorer för miljöintresse hos handelsanställda.



Svaren på samtliga frågor indikerar att det finns ett utbrett intresse för miljö- och klimatfrågor. Över 77 procent efterlyser en ökad kunskap om handelns miljö- och klimatarbete, 80 procent oroas över branschens negativa påverkan och 75 procent tänker i någon mån på branschens miljö- och klimatpåverkan när de arbetar. Oron och medvetenheten syns också i frisvaren, där till exempel följande kommentarer återfinns:

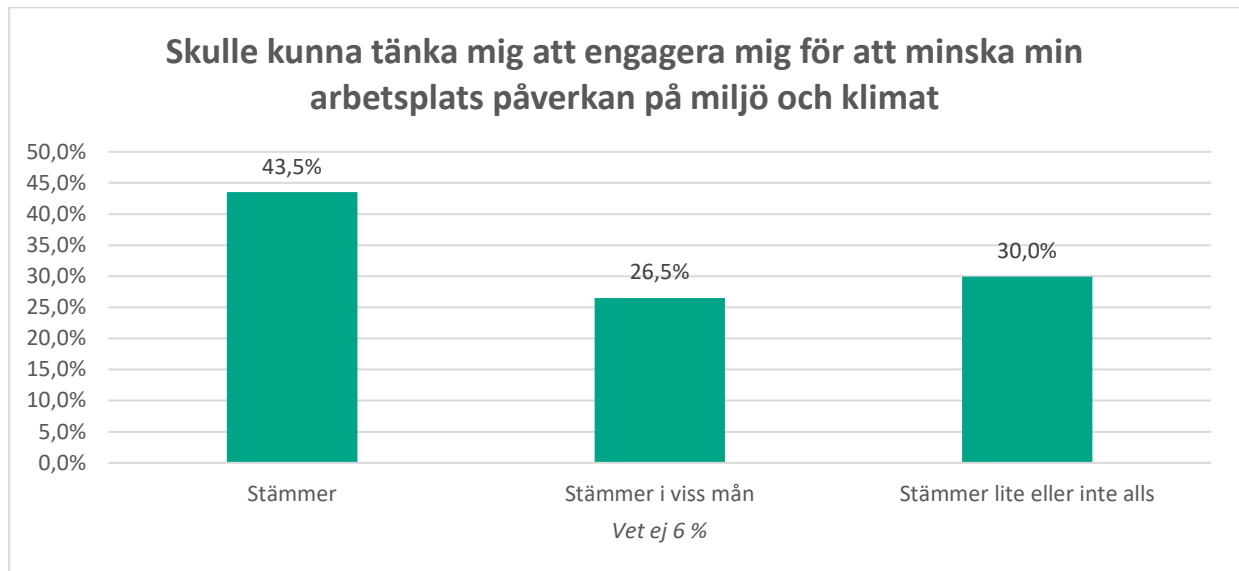
”Det är jobbigt att inte få återvinna vanliga återvinningsbara produkter, matrester och liknande på jobbet. Jag skulle må bättre på mitt jobb om de brydde sig om sådant.”

”Hemma sopsorterar jag. På jobbet slänger vi allting i samma sopsäck. Det är så att man mår illa...”

Det är också värt att notera att en nästan lika stor andel av anställda som säger sig ha ett miljöintresse också tycker att det är viktigt att arbeta i en bransch som inte bidrar med negativ miljö- och klimatpåverkan.

¹³ Detta beror främst på att en stor andel av kvinnorna i den åldersgruppen uppger sig ha ett miljöintresse. Även män under 30 år sticker ut som särskilt frekvent miljö- och klimatintresserade.

Allt pekar mot att intresset för miljön- och klimatet är förhållandevis utbrett och starkt hos handelsanställda. För att ta reda på hur många handelsanställda som är beredda att också aktivt bidra till förändring ställdes frågan om de svarande skulle kunna tänka sig att engagera sig för att minska sin arbetsplats påverkan på miljö och klimat. Följande diagram visar hur det förhåller sig:



Andelen som kan tänka sig att engagera sig aktivt är lägre än andelen som säger sig vara intresserade av miljö- och klimatfrågor, och dessutom lägre än andelen anställda som upplever att branschen behöver minska sin påverkan. Men likväl är en förhållandevis stor andel av handelsanställda beredda att engagera sig. Närmare 45 procent har ett tydligt intresse av att engagera sig och närmare 70 procent är inte främmande för tanken. Andelen som har ett utpräglat intresse av att engagera sig skiljer sig heller inte nämnvärt mellan de svarande som har ett fackligt förtroendeuppdrag och de som inte har det.

2.5 Slutsatser

Resultaten från opinionsundersökningen visar tydligt att anställda upplever att branschen behöver förändras till att bli mer hållbar. En klar majoritet av de anställda upplever att handeln behöver minska sin miljö- och klimatpåverkan. Merparten av dessa håller företagen ansvariga, men nästan lika många ser ett behov av politiska styrmedel för att möjliggöra omställningen. Detta har också efterlysts av företagen själva (Svensk Handel 2018).

Anställda har en tämligen positiv bild av det egna företags och egna arbetsplatsens miljö- och klimatarbete. Undersökningen visar att omkring 70 procent av de anställda tycker att den egna arbetsplatsen gör ett förhållandevis bra jobb med avseende på miljö- och klimat. Detta kan ha sin förklaring i att merparten av miljö- och klimatpåverkan från varukonsumtion inte kommer från handelsverksamheter utan från utvinning, produktion, transporter och i viss mån avfallshantering.

Likväl ser en majoritet av dem som har en uppfattning samtidigt att det finns utrymme för och behov av förbättring. Närmare 60 procent ser ett behov av förbättrat miljö- och klimatarbete i det egna företaget. Undersökningen ger också vägledning i att förstå aspekter av viktig möjlig förbättring. Det finns enligt anställda brister i kompetensutveckling, lyhördheten från arbetsgivaren och information om varors miljöpåverkan till kunden:

- 70 procent av anställda ser förbättringspotential med avseende på att bli lyssnad på av arbetsgivaren i miljö- och klimatfrågor.
- 55 procent av de anställda uppger att det helt saknas inslag av miljö- och klimatfrågor i den utbildning och kompetensutveckling som sker på arbetsplatsen.
- 60 procent av anställda ser inte att informationen om varors miljö- och klimatpåverkan är fullt tillräcklig.

Om branschen effektivt ska kunna möta behovet av omställning och kunders förväntningar måste dessa aspekter av verksamheten utvecklas. Förbättringar i dessa avseenden skulle också bidra till bättre arbetssituation för de anställda och göra branschen mer attraktiv att arbeta inom.

En majoritet av de anställda, 60 procent, uppger att de har ett utpräglat miljöintresse och 90 procent säger att de har ett stort eller visst intresse. Ett utpräglat miljöintresse är vanligare bland kvinnor än män och vanligare i butik än på lager, men inom alla grupper av handelsanställda finns ett miljöintresse. Intresset tar sig uttryck bland annat i att 75 procent handelsanställda i någon mån tänker på branschens miljö- och klimatpåverkan när de arbetar, samtidigt som 77 procent uppger att de vill ha mer kunskap om handelns miljö- och klimatpåverkan.

Intresset tillsammans med en upplevelse av att det finns förbättringar att göra resulterar i att närmare 45 procent av handelsanställda absolut skulle kunna tänka sig att engagera sig för att minska den egna arbetsplatsens miljö- och klimatpåverkan. Ytterligare cirka 25 procent har någon grad av intresse för att engagera sig.

Det finns således ett stort intresse och engagemang hos anställda inom handeln för företag att förvalta och dra nytta av. Många av företagen inom handeln kan vinna på att ge anställda en mer framträdande roll i omställningsarbetet.

Kapitel 3. Handelns miljö- och klimatpåverkan

Detta kapitel beskriver handelns miljö- och klimatpåverkan och förklarar utifrån statistik och forskning vad det innebär att ha ett konsumtionsperspektiv på den. Kapitlets analyser ger också en ökad förståelse för hur mycket och på vilka sätt handeln och dess konsumtion påverkar miljö och klimat. Störst fokus ligger på växthusutsläpp¹⁴ och därmed påverkan på klimatet, men även andra miljöaspekter diskuteras¹⁵.

Bearbetningar av data från SCB:s miljöräkenskaper, Naturvårdsverket konsumtionsstatistik och PRINCE-projektet utgör kapitlets huvudsakliga källmaterial för analys. Genom analys av datamaterialet sätts handelns miljö- och klimatpåverkan i ett nytt ljus. Statistikbearbetningarna kompletteras av resultat från konsumtionskartläggningar från Konsumentverket.

Kapitlet börjar med att förklara mer allmänt vad det innebär att ha ett konsumtionsperspektiv. Därefter följer en fördjupande analys av och diskussion om handelns miljö- och klimatpåverkan.

3.1 Klimatutsläpp ur ett konventionellt perspektiv

Sveriges miljö- och klimatomställning har fokus på åtagandet att senast 2045 nå ett netto-noll¹⁶ utsläpp av växthusgaser. Till det målet har vi långt kvar. Jämfört med 1990 innebar 2018 års utsläpp på 51,8 miljoner ton koldioxidkvivalenter en minskning med omkring 27 procent. Men minskningstakten hade innan coronakrisen slog till avstannat och 2045 kommer utsläppen att behöva vara 85 procent lägre än 1990 för att nå målet. Industrin pekas ut som en nyckelaktör i att nå noll-utsläpp (Naturvårdsverket, 2019c). Men hur ligger det till med handeln?

Utifrån målsättningen att nå nollutsläpp inom Sveriges gränser är handeln som bransch av marginell och minskande betydelse¹⁷. Detta är en framgång för branschen, men det sätter samtidigt fingret på flera grundläggande problem med konventionell klimatstatistik och konventionella klimatmål om vi vill förstå konsumtionens klimatpåverkan.

Sveriges klimatåtagande och den statistik som ligger till grund för dem är begränsat till utsläpp som sker inom Sverige, landets ”territoriella utsläpp”. Det gör att de utelämnar alla utsläpp som Sverige orsaker i utlandet. Statistiken säger heller inget om vilka utsläpp som kommer av konsumtion.

För att kunna fånga utsläppen som kommer av svensk konsumtion har det pågått ett arbete med att utveckla metoder för att med precision kunna få in konsumtionsutsläppen i miljöstatistiken (Steinbach et al., 2018)¹⁸. Det har resulterat i att miljöpåverkan från konsumtion sedan 2019 ingår i Sveriges officiella statistik, med tillhörande metodbeskrivning (SCB 2020a; SCB 2020b). Statistiken är idag av så hög kvalitet att det varit möjligt att inkludera konsumtionsbaserade data men det finns fortfarande möjliga felmarginaler och vissa osäkerheter i uppskattningarna, vilket man bör ha i åtanke i analysen av konsumtionsbaserade utsläpp¹⁹. Likväl ger SCB:s miljöräkenskaper och andra statistikkällor idag en god

¹⁴ Utsläpp av gaser som bidrar till växthuseffekten. Till dessa räknas huvudsakligen koldioxid, metan, dikväveoxid och fluorerande gaser. Även ozon tillhör växthusgaser. I statistiska sammanställningar är alla växthusutsläpp sammanräknade till vad utsläppen motsvarar i termer av koldioxidutsläpp, därav begreppet koldioxidkvivalenter.

¹⁵ Ofta är aktiviteter som ger upphov till stora klimatutsläpp också förknippade med stor miljöpåverkan, till exempel fossila transporter, industritillverkning och livsmedelsproduktion.

¹⁶ Netto-noll betyder att Sverige inte ska bidra till att koldioxidhalten i atmosfären ökar.

¹⁷ Snävt räknat orsakade handelsbranschens 2,4 procent av Sveriges totala koldioxidutsläpp år 2017, vilket innebär en minskad andel och en minskning i absolut tal med 15 procent sett över en femårsperiod. Det tyder på att branschens arbete med att göra den egna kärnverksamheten mer effektiv har gett resultat, men säger lite om konsumtionens miljö- och klimatpåverkan.

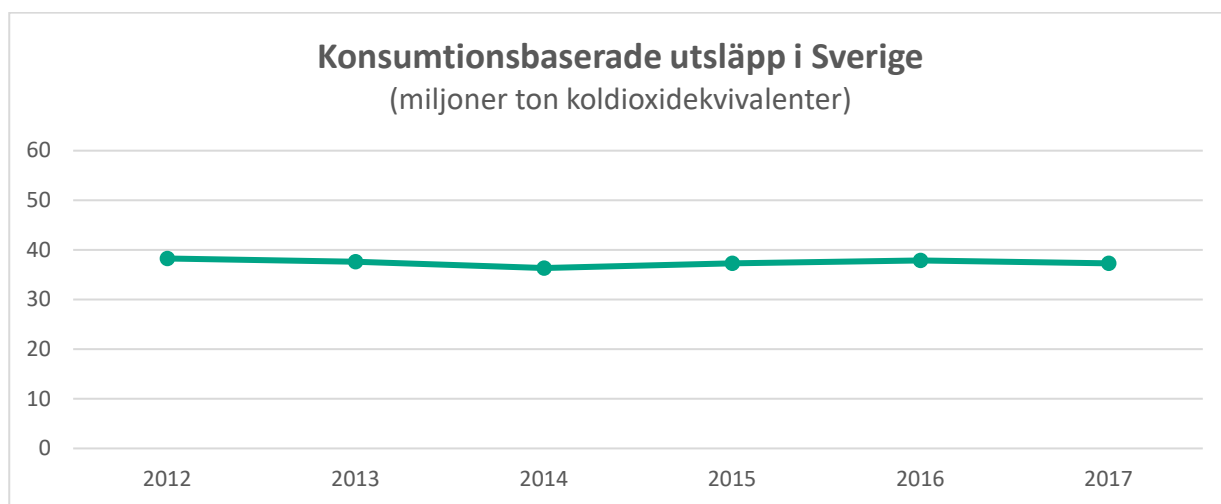
¹⁸ Det så kallade PRINCE-projektet, ett samarbete mellan myndigheter och forskare lade ett fundament för att mäta konsumtionsutsläpp (Dagens Arena, 2018-11-01).

¹⁹ Det bör noteras att SCB:s miljöräkenskaper över konsumtionsutsläpp har ett tidsseriebrott 2015 på grund av metodförändringar. Det innebär att statistik före detta år inte är fullt jämförbar med statistiken från och med 2015.

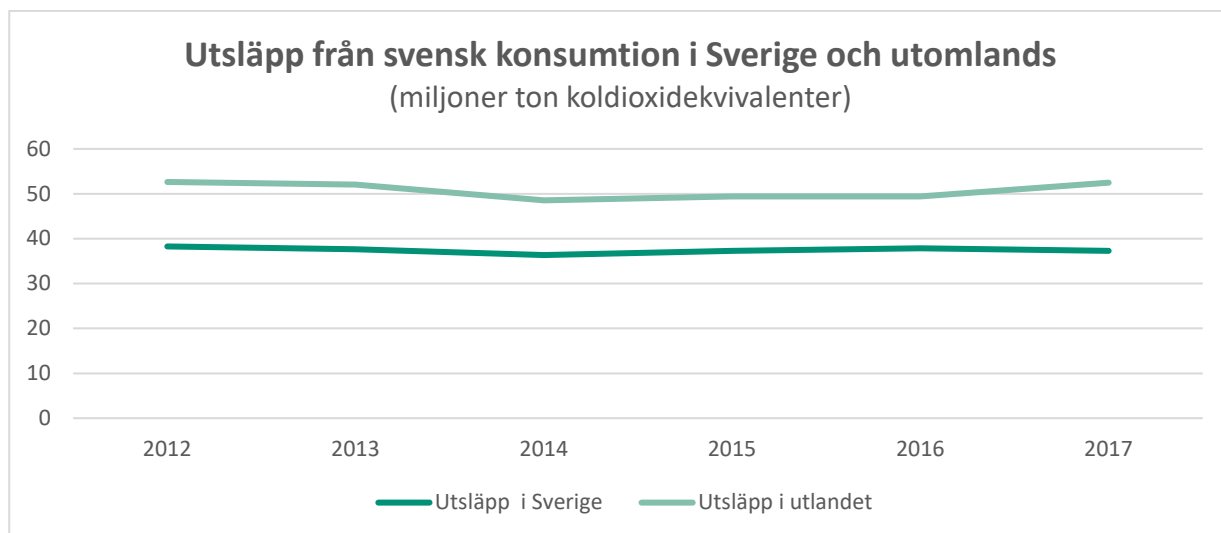
uppfattning om hur konsumtionen påverkar miljö och klimat (SCB, 2020b)²⁰. Det är därför möjligt att analysera vår miljö- och klimatpåverkan från ett konsumtionsperspektiv.

3.2 Klimatutsläpp ur ett konsumtionsperspektiv

Sveriges konsumtion orsakar utsläpp både inom landet och utomlands. Om vi börjar med att undersöka utsläppen från Sveriges konsumtion, de så kallade konsumtionsbaserade utsläppen²¹, som sker inom våra landsgränser får vi följande bild:



Utsläppen av växthusgaser från konsumtion är relativt konstanta, men har minskat något sett över en femårsperiod. Minskningen kan verka positiv, men det är inte per automatik. Om vi vill veta konsumtionens totala påverkan behöver vi också inkludera utsläpp från utvinning av råvaror, produktion och transport som sker utanför Sveriges gränser. Då blir bilden väsentligt annorlunda:



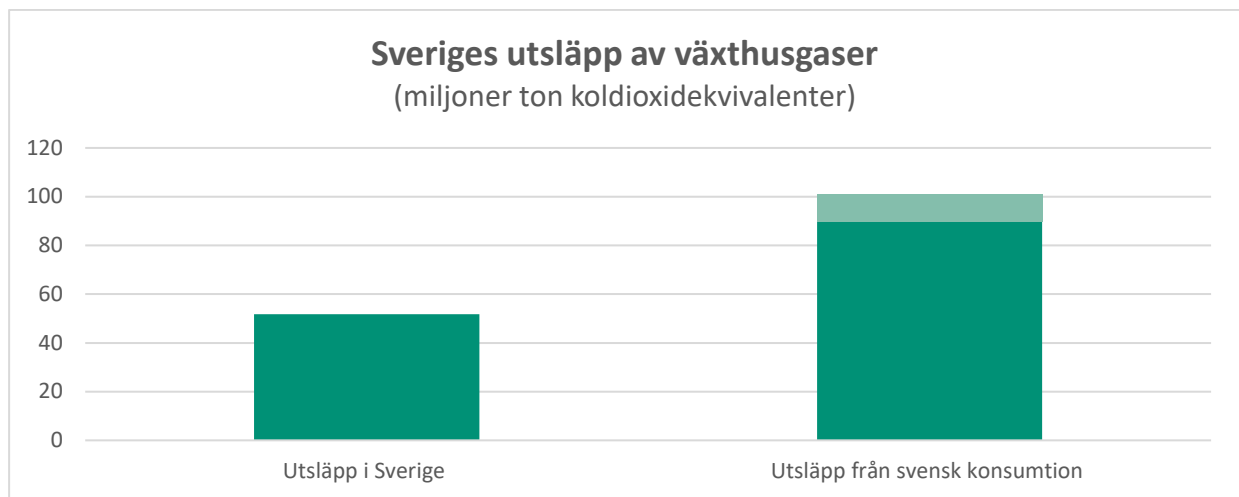
²⁰ Miljöräkenskaper från SCB är kapitlets huvudsakliga statistiska källa om inte annat anges.

²¹ Konsumtionsbaserade utsläpp är den officiella termen. De speglar enligt Naturvårdsverkets beskrivning Sveriges totala påverkan på klimatet och inkluderar såväl hushållens konsumtion, offentlig konsumtion som offentliga investeringar, till exempel i infrastruktur. Det inkluderar således inte svenska utsläpp som är resultatet av utländsk konsumtion (Naturvårdsverket, 2020).

Från bilden finns flera viktiga slutsatser att dra. En är att utsläppen från svensk konsumtion är betydligt större i utlandet än i Sverige. Enligt SCB sker cirka 60 procent av konsumtionsutsläppen i utlandet^{22,23}. En annan viktig observation är att det sker en rörelse mot en viss utsläppsminskning i Sverige, medan utsläppen i utlandet har ökat sedan 2014. Det senare är dock en utveckling som pågått under många år. Sett över en 20-årsperiod har utsläppen från svensk konsumtion utomlands ökat med närmare 50 procent (Naturskyddsföreningen, 2018c). Nettoeffekten är att konsumtionsutsläppen förblir alldeles för höga²⁴. Det beror främst på att själva konsumtionen ökar²⁵. Konsumentverket (2018) konstaterar följande i en rapport om konsumtionens miljöpåverkan:

”I Sverige ligger konsumtionen på en hög nivå ur ett europeiskt perspektiv och globalt sett hör den till den absoluta världstoppen”.

Att utsläppen av växthusgaser från konsumtion är höga framgår också i analyser gjorda av Naturvårdsverket (2018). För att få en tydligare uppfattning om proportionerna kan de totala konsumtionsutsläppen sättas i relation till Sveriges territoriella utsläpp:



Diagrammet visar att de totala utsläppen från svensk konsumtion är nästan dubbelt så stora som samtliga utsläpp som sker i Sverige. I den offentliga statistiken från SCB uppskattas konsumtionsbaserade utsläpp av växthusgaser uppgå till 90 miljoner ton koldioxid (SCB, 2020c). Men det finns andra undersökningar som pekar mot att utsläppen kan beräknas ligga kring 100 miljoner ton. Differensen syns i den ljusgröna delen av diagrammets stapel för den svenska konsumtionens utsläpp²⁶. Konsumtionsutsläppen är också avsevärt större än de så kallade “produktionsbaserade utsläppen”, vilka är summan av alla utsläpp från svenska företag och personers produktiva verksamheter i Sverige och i utlandet²⁷. Jämförelserna visar hur begränsat ett konventionellt perspektiv på utsläpp är för att förstå de utsläpp Sverige verkligen är orsak till.

Jämförelserna ger underlag för ytterligare ett viktigt konstaterande, nämligen att en utsläppsminskning i Sverige inte behöver vara så positiv som det kan verka. Den historiska minskningen av utsläppen i Sverige

²² Andelen har pendlat mellan 56,3 och 58,5 procent med toppnotering 2017, som är det senaste året med tillgänglig statistik.

²³ Enligt siffror som publicerats av Naturvårdsverket kan andelen uppgå till så mycket som 65 procent (data 2016) (Naturvårdsverket, 2018).

²⁴ Den totala nivån av utsläpp från svensk konsumtion är inte anmärkningsvärd sett ur ett historiskt perspektiv. Både totala konsumtionsbaserade utsläppen och hushållens konsumtionsbaserade utsläpp ser enligt SCB-statistik ut att ha minskat något sedan 2008. (SCB, Miljöräkenskaperna). Det är dock långt ifrån den minskning som behövs.

²⁵ Utsläppsnivåerna ökar dock inte i samma takt som konsumtionsvolymen. Det indikerar att det finns ett pågående arbete med miljö- och klimatfrågor från företagets sida, men att det inte förmår minska den totala utsläppsnivån på grund av volymökningen.

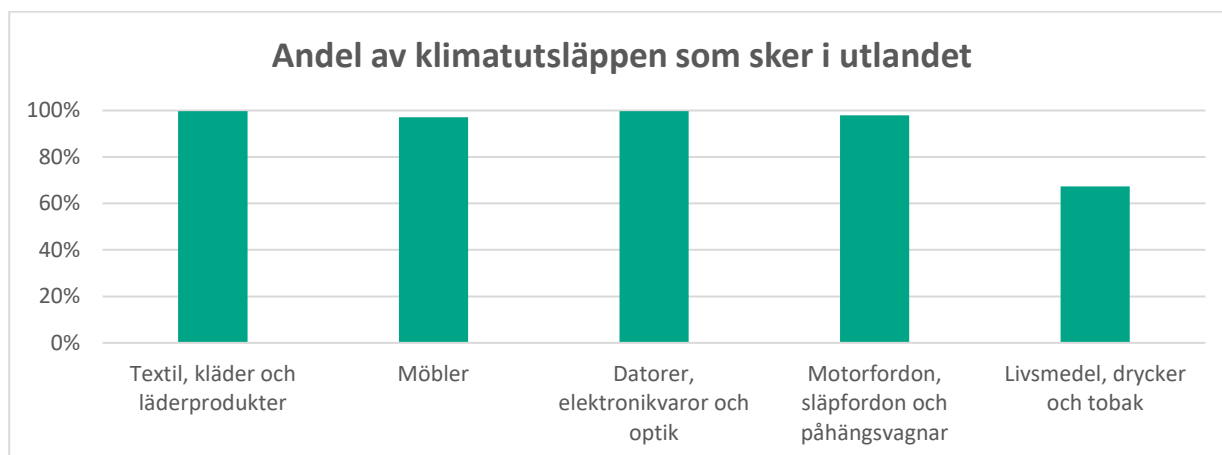
²⁶ Beräkningar som tidigare gjorts av forskare i PRINCE-projektet och Naturvårdsverket (2018) tyder på att de konsumtionsbaserade utsläppen ligger på omkring 100 miljoner ton. I den senaste tillgängliga offentliga SCB-statistiken var klimatutsläppen i Sverige cirka 52 miljoner ton år 2018, och de konsumtionsbaserade utsläppen var cirka 90 miljoner ton år 2017. Det är denna jämförelse som görs i diagrammet.

²⁷ Dessa utsläpp ligger på närmare 65 miljoner ton koldioxidekvivalenter (SCB, 2019c).

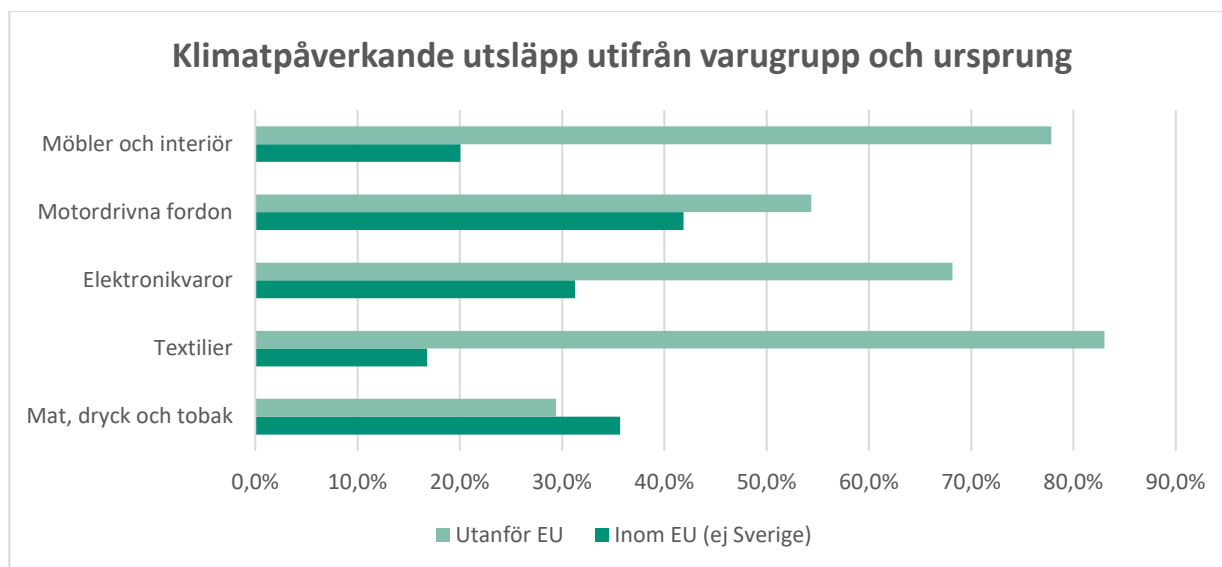
har en av sina förklaringar i att utsläpp kopplat till konsumtion flyttar utomlands. Utsläppen försvinner då från statistiken över Sveriges utsläpp, men syns i siffrorna för totala konsumtionsutsläpp. Också därför är det av största vikt att ha ett komplett konsumtionsperspektiv kopplat till mål för att minska konsumtionsutsläppen.

3.2.1 Utsläppen i utlandet

En stor del av den totala konsumtionens utsläpp av växthusgaser sker genom bearbetning och produktion i utlandet, men hur ser det ut för typiska handelsvaror? Följande bild ger talande exempel:



Diagrammet visar att i princip alla produktionsutsläpp från typiska detaljhandelsvaror tenderar att komma från utlandet, med undantag för livsmedelsproduktionen. Det tillför en komplexitet i att hantera och kontrollera konsumtionsutsläppen. Komplexiteten blir ännu tydligare när vi undersöker var utsläppen sker utifrån en statistikundersökning som mer detaljerat inkluderar ursprung för samma varutyper (PRINCE Project, 2018)²⁸.



En mycket stor andel av växthusutsläppen från merparten handelsvaror kommer från produktion utanför Europa. Bland dessa länder sticker Kina ut, i synnerhet med avseende på textilier och elektronik.

²⁸ Sedan undersökningen gjordes kan förhållandena ha ändrats något, men inte de övergripande mönster som statistiken skildrar. PRINCE utgör inte en del av den offentliga statistiken och används i vissa stycken andra begrepp. SCB:s officiella statistik undersöker inte klimatutsläppens ursprung på land- och regionnivå.

Det innebär att en mycket stor del av handelns utsläpp kommer från produktion i länder som ligger långt bort. Här är dessutom ofta regelverken väsentligt annorlunda än de som styr svensk och europeisk produktion. En konsekvens av skillnaderna i regelverk är ofta att acceptabel social- och miljömässig hållbarhet förutsätter att handlare själva ställer krav och följer upp. Utifrån det kan man hävda att det finns ett behov av att handlare tar ett stort och ökande ansvar för tidigare led i produktkedjan. Det finns en potential till detta, men många handlare har alltjämt små utsikter att styra eller kontrollera produktionen. Branschsamarbeten är en väg framåt, men det finns också ett starkt behov av politiska reformer som riktar in sig på produktionen. Det gäller reformer i Sverige, men i hög grad även politiska förändringar genom internationella överenskommelser.

3.2.2 Konsumenters möjlighet att göra medvetna val

Utöver företags och politikens ansvar talas det ofta om konsumentens skyldigheter att genom sina val driva konsumtionen i en mer hållbar riktning. Men vilka möjligheter har egentligen konsumenten att göra medvetna val? Konsumentverket har kartlagt detta. Utifrån en konsumentundersökning har 31 olika konsumtionsslag rankats med avseende på hur lätt konsumenter upplever att det är att göra bra miljöval. I tabellen nedan rangordnas den upplevda svårighetsgraden att göra bra miljöval med avseende på de konsumtionsslag som omfattar handelsvaror²⁹, från lätt till svårt (Konsumentverket, 2018):

Svårighetsgrad för konsumenter att själva göra bra miljöval	
Mejeriprodukter	2
Frukt och grönt	3
Alkoholfria drycker	5
Bröd och spannmålsprodukter	6
Kött	7
Ny bil	9
Fritidsartiklar	19
Böcker och tidningar	20
Fordonsbränsle	24
Hemelektronik	25
Möbler och inredning	26
Kläder och skor	27

Utifrån undersökningen blir det tydligt att konsumenter upplever det som jämförelsevis lätt att göra bra miljöval med avseende på dagligvaror. Här finns det ett utvecklat system med en lång rad av miljömärkningar. För många sällanköpsvaror anses det desto svårare att göra medvetna val, både i förhållande till dagligvaror och många andra konsumtionsvaror. För sällanköpsvaror saknas ofta vägledning för att kunna göra ett medvetet val. Detta understryker något viktigt. För att konsumenter ska kunna förväntas göra medvetna och bra miljöval krävs det bättre förutsättningar för det än vad som finns idag. Det finns ett behov av mer, bättre och mer lättillgänglig information.

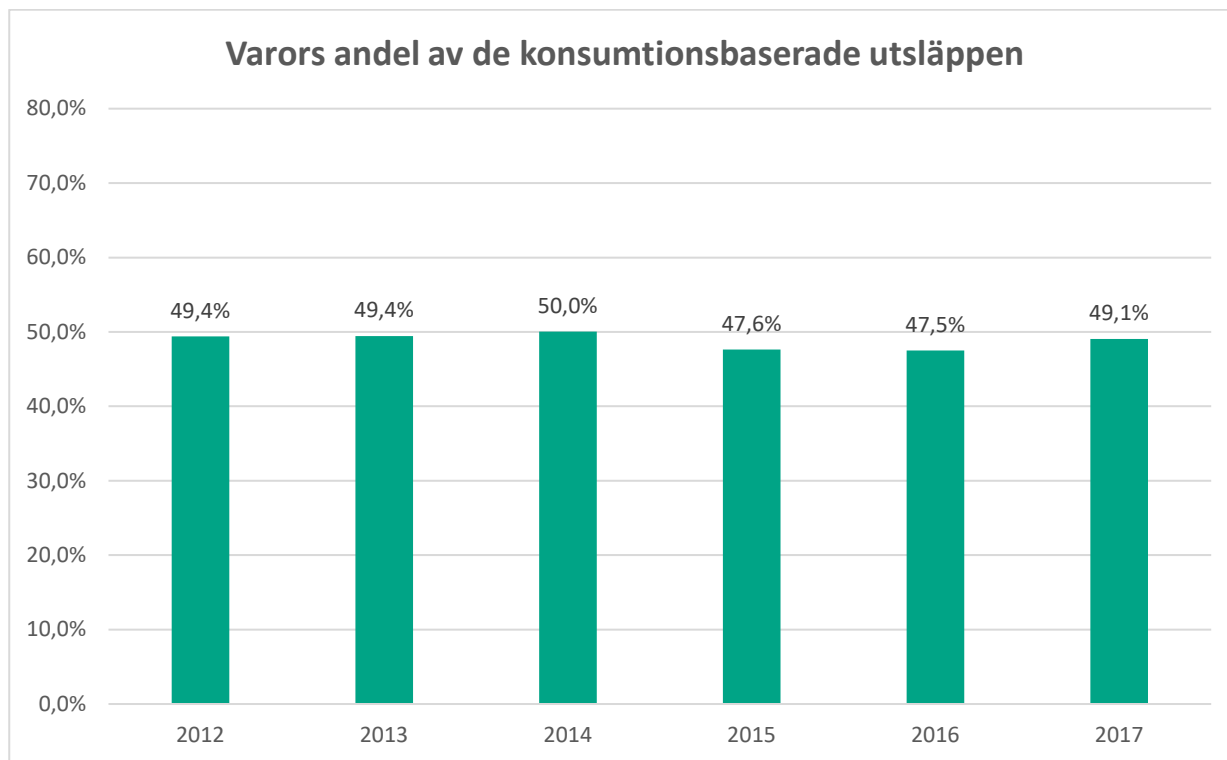
3.3 Klimatutsläpp från privatkonsumtion

Hur ser det då ut med de utsläpp som kommer från det som svenska konsumenter köper? Av de totala växthusgasutsläppen från konsumtion på 90 miljoner ton kommer närmare två tredjedelar från privat konsumtion³⁰. Dessa utsläpp brukar delas upp och redovisas i kategorierna livsmedel, boende, transporter,

²⁹ Övriga konsumtionsvaror, till exempel resor, transporter och restaurangbesök redovisas följaktligen inte.

³⁰ Resten kommer från offentlig konsumtion och investeringar.

kläder/skor och övrigt. Detta ger dock ingen tydlig bild av handelsvarornas utsläpp. Vi har därför utifrån mer finmaskig statistik tittat närmare på utsläppen som kan kopplas till handeln (SCB, 2020b):



Närmare 50 procent av växthusutsläppen från konsumenterna kan kopplas till varorna och nivån är ganska konstant³¹. Nivån är avsevärt högre än vad grövre uppdelningar av statistiken ger sken av. Sett till de samlade utsläppen är varukonsumtion den enskilt största utsläppskällan. Bland övriga utsläppskällor utmärker sig transporter som enligt den officiella statistiken står för närmare 40 procent av utsläppen³². Transportutsläppen är intressanta eftersom de också innefattar utsläpp som är kopplade till handeln, men som inte återfinns som handelsutsläpp i statistiken. Ett exempel är privatbilismen där många resor är shoppingrelaterade, men svåra att urskilja³³. Med andra ord är utsläppen kopplade till varukonsumtion i själva verket ännu högre än vad statistiken visar.

Det finns således ett stort behov av att minska utsläppen av växthusgaser kopplat till varukonsumtion. Det räcker inte med att handeln som sådan blir mer miljövänlig. Inte ens tio procent av de konsumtionsbaserade utsläppen kan kopplas till branschen enligt den offentliga statistiken (SCB 2020c). Det är varornas utsläpp som står för störst påverkan. Rapporten kommer därför nu undersöka växthusutsläppen från varukonsumtion mer ingående.

³¹ Det finns en viss felmarginal på grund av begränsningar i hur statistiken kan brytas ned, men den är försumbar.

³² Restaurangverksamhet och energianvändning är andra noterbara utsläppsposter

³³ Resor kan ha shopping som ett mål bland andra. Ibland är bara vissa delar av resor shoppingrelaterade och därmed svåra att avgränsa. Det skapar en komplexitet i bedömningen.

3.3.1 Klimatutsläpp från livsmedel

Livsmedels miljö- och klimatpåverkan diskuteras ofta. Inte sällan handlar diskussionen om köttets klimatpåverkan. Statistiken visar att det finns goda skäl till det. Kött och flera andra animaliska produkter är de största källorna till växthusutsläpp bland livsmedel som konsumenterna köper (SCB, 2020b):

Växthusutsläpp med avseende på livsmedelstyp	Andel
Kött	21,5 %
Mjölk, ost och ägg	16,5 %
Grönsaker	12,2 %
Frukt	10,3 %
Bröd och spannmålsprodukter	8,8 %
Sötsaker, glass, sylt, marmelad och konfekt	7,4 %
Alkoholdrycker	5,5 %
Läsk, juice, saft och mineralvatten	5,2 %
Fisk	4,8 %
Salt, kryddor, såser och homogeniserad barnmat	2,8 %
Oljor och fetter	2,7 %
Kaffe, te och choklad	2,1 %

Köttets totala klimatpåverkan visar på ett behov av omställning till mer vegetabilisk kost som blir ännu tydligare genom att titta på utsläppsintensiteten från olika varor. Med utsläppsintensitet menas hur mycket utsläpp som är kopplat till varje viktenhet av en produkt. Nedanstående tabell visar mängden totala utsläpp av växthusgaser omvandlat till koldioxidutsläpp enligt en forskningsrapport utgiven av Naturvårdsverket (Andersson & Stålhandske, 2020):

Klimatavtryck (kilo koldioxidekvivalenter per kilo produkt)		
	Produktion i Sverige	Produktion utomlands
Nötkött	14,04	22,5
Fläskkött	4,00	5,59
Fågel	4,57	1,54
Ägg	1,70	2,92
Smör	7,47	7,47
Grädde	2,69	2,69
Mjölk	1,10	1,5
Potatis	0,22	0,31
Grönsaker	1,15	1,15
Frukt	0,20	0,07
Böner	0,43	0,59

Studien visar att animaliska produkter generellt har avsevärt högre klimatavtryck per viktenhet av en produkt. Det innebär att det finns goda möjligheter till minskade utsläpp genom minskad konsumtion av animaliska produkter. Dessutom innebär det att relativt små minskningar av intag kan leda till betydande utsläppsminskningar³⁴.

³⁴ Jordbruksverkets statistik visar också på vad som ser ut att vara början på en trend mot minskad köttkonsumtion (Jordbruksverket, 2019b).

En omställning till en mer vegetabilisk kost kan således innebära minskningar av klimatpåverkan från livsmedel (Röös, 2014; Martin et al., 2016, 2017). Flera ytterligare forskningsstudier bekräftar denna slutsats och ger data för ännu fler produkter³⁵.

Av tabellen framgår också att klimatavtrycken från olika köttslag skiljer sig åt och att animaliska produkter från Sverige generellt har lägre klimatavtryck. Det finns därmed också potential till minskade utsläpp genom en omställning av vilket kött som konsumeras³⁶.

3.3.2 Är livsmedel verkligen en stor utsläppskälla?

Det står klart att övergången till en mer växtbaserad kost kan leda till minskad klimatpåverkan. Men är växthusutsläppen från livsmedel så stora att en sådan förändring spelar stor roll?

Livsmedels klimatavtryck minskar något. Vi kan bland annat se det i minskat avtryck från livsmedelsindustrin i Sverige såväl som utomlands, och dessutom har det skett en minskning av växthusutsläpp från den privata konsumtionen av livsmedel (SCB, 2019a; 2020b; 2020c). Men statistiken visar också att 20-25 procent av växthusutsläppen från konsumtion alltså kan kopplas till livsmedel (SCB, 2020b). Slutsatsen blir därför att det sker en utveckling i rätt riktning, men att utsläppsnivåerna fortsatt är för höga.

Men hur ligger det till med andra handelsvaror? Är utsläppen som kan kopplas till livsmedel den dominerande utsläppskällan bland det som konsumenterna köper? En sammanslagning av livsmedelsvaror respektive andra varors utsläpp av växthusgaser ger följande bild (SCB 2020c)³⁷.

Andel av växthusutsläppen som kommer från		
	Livsmedel	Andra varor
2012	41,9 %	58,1 %
2013	42,3 %	57,7 %
2014	42,1 %	57,9 %
2015	42,0 %	58,0 %
2016	41,8 %	58,2 %
2017	41,2 %	58,8 %

Slår vi ihop alla livsmedel och sätter dem i relation till övriga varor, huvudsakligen det som brukar räknas till sällanköp, ser vi att växthusutsläppen kopplat till livsmedel är en minoritet av de totala utsläppen³⁸. Som tabellen visar är detta ett mönster som varit beständigt över tid. År 2017 låg utsläppen kopplade till privatkonsumtion av livsmedel på cirka 10,8 miljoner ton koldioxidekvivalenter medan motsvarande siffra för övriga varor var 15,4 miljoner ton. Det innebär att en klimatpolitik som enbart riktar sig mot dagligvaror är otillräcklig.

³⁵ Exempelvis forskningsresultaten som återges av Westöö et al., (2018). Studiernas resultat är inte identiska och skiljer sig åt med avseende på tid och metod, men båda visar en avsevärt högre utsläppsintensitet för merparten animaliska produkter än för vegetabiliska. Westöö (2018) är intressant utifrån att den tar upp klimatavtrycket från fler produkter utifrån kilo koldioxidekvivalenter per kilo produkt, exempelvis fisk och skaldjur (6), ris (2), Quorn (2), Pasta (1), Mjöl, socker, gryn (0,8), Bröd (0,8). Se även Moberg, et al. (2019)

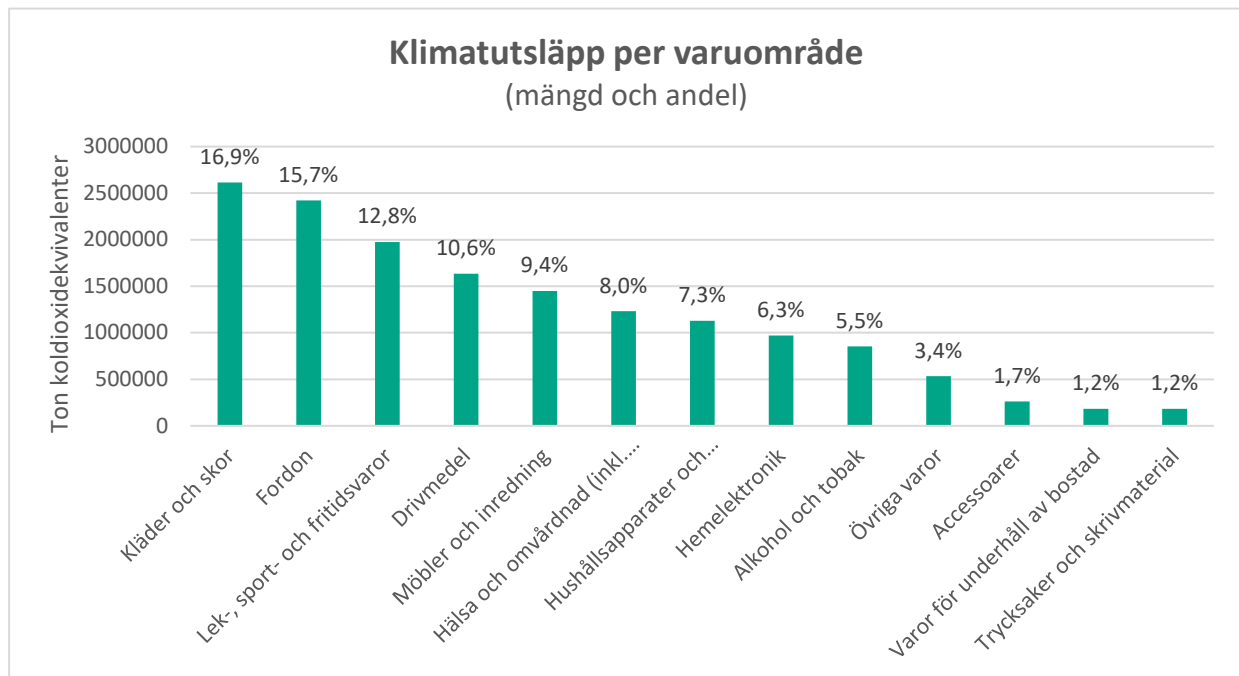
³⁶ När det kommer till grönsaker är det inte lika tydligt att det finns en klimatfördel i att ställa om till att handla svenskt.

³⁷ Livsmedel innefattar här "Livsmedel och alkoholfria drycker". Med alkoholfria drycker inberäknat utgör Livsmedel 44,5 procent, vilket fortfarande är en minoritet. Den finfördelade statistiken har gjort det möjligt att separera livsmedlens påverkan från restaurang- och caféverksamhetens påverkan, vars miljöpåverkan är mindre relevant ur ett handelsperspektiv.

³⁸ Att livsmedel ofta ses som en varugrupp trots att de består av en mängd olika varuslag medan olika sällanköpsvaror tenderar att ses som enskilda varugrupper kan således vara vilseledande.

3.3.3 Klimatutsläpp från sällanköp och övriga förbrukningsvaror

Hur ser då utsläppsnivåerna ut för varor som inte är livsmedel? En bearbetning av SCB-statistik visar andelen växthusgaser som kommer från de olika typer av varor som konsumenterna handlar (SCB, 2020b)³⁹:



Statistiken ska inte ses som någon perfekt vägledning för vad man ska köpa och inte köpa⁴⁰. Men det blir tydligt att minskat brukande av bil och minskad konsumtion av kläder och skor är två nyckelområden. Samtidigt är utsläppen ganska utspridda på många varor. Inget enskilt varuslag står ensamt för mer än 17 procent av utsläppen. Det betyder att ytterst få varuslag är obetydliga ur klimatsynpunkt, utan klimathänsyn bör finnas med i förhållande till all form av varukonsumtion.

3.4 Andra former av miljöpåverkan från konsumtion

Detta kapitel har hittills förklarat vad ett konsumtionsperspektiv på miljö- och klimatpåverkan är och vad ett sådant perspektiv innebär för synen på handelns klimatpåverkan. Men även om växthusgasernas klimatpåverkan kanske är den globalt mest akuta miljöfrågan är det inte den enda som är viktig eller till och med livsavgörande. Den ohållbara konsumtionen bidrar till en rad miljöförändringar som har negativ påverkan på växt- och djurliv såväl som människors hälsa och möjlighet att leva ett gott liv. Bland dessa återfinns bland annat:

- Utsläpp av hälsofarliga kemikalier.
- Utsläpp som leder till förorening och övergödning.
- Nedskräpning som ändrar levnadsförhållandena, inte minst i marina miljöer.
- Överexploatering av naturresurser som påverkar ekosystem, djurliv och hälsa.

³⁹ Sammanställning utgår ifrån SCBs varu- och tjänsteindelning (COICOP) på segmenteringsnivå 107. Detta innebär att analysen utgår från den mest finfördelade indelning av konsumtionsslag med 107 kategorier, vilket gör det möjligt att både bryta ut och slå samman med god precision. I sammanställning är lagningsverksamhet som hör till de olika produkterna inräknad (tjänsteverksamhet som hör direkt till produkterna). Det är en mycket liten utsläppspost i jämförelse med utsläpp som kommer från tillverkning, vilket gör att den gör försumbar skillnad på totalen.

⁴⁰ Utsläppsintensiteten kan skilja sig mycket åt mellan olika varor inom branscherna och de är av många olika slag. För att göra medvetna val behövs därför egentligen information om miljöpåverkan från enskilda produkter. Branscherna är dessutom av olika storlek vilket innebär att varuinköp kan ha ganska höga utsläpp trots att de totala utsläppen för varuslaget är jämförelsevis lågt.

Det sistnämnda, överexploatering av naturresurser, åskådliggör pedagogiskt den övergripande problematiken. Rikare länders omfattande konsumtion leder till överexploatering av naturresurser med många former av miljöförstöring som effekt. Konsumtionsnivåerna pressar ekosystemen på ett sätt som i längden är ohållbart, vilket ibland beskrivs i termer av att det ekologiska fotavtrycket är för stort. Jordens befolkning i sin helhet lever som om det fanns 1,7 jordklot, men skillnaderna mellan olika länder och inkomstgrupper är monumentala. Befolkningen i Europa lever i genomsnitt som om det fanns strax under tre jordklot, och nivån i Sverige är högre än så. Svenskens livsföring hade först varit hållbar ur resurssynpunkt om det funnits omkring fyra jordklot att tillgå (WWF, 2018; Sveriges Radio, 2019-07-29; VA, 2019-05-10). Detta visar på hur ohållbart ett samhälle och en ekonomi är som huvudsakligen utgår från att tillväxt och välstånd skapas genom att nya resurser sätts i omlopp.

Även om det är de rikare länderna som står för det största resursutnyttjandet är det inte nödvändigtvis de som först drabbas av miljöförstöringen, snarare tvärtom. Miljöskadorna uppstår i första hand där produktionen sker, och som redan redogjorts för produceras huvuddelen av det som konsumeras i Sverige utomlands. Det innebär att miljöförstöring av flera slag orsakad av svensk konsumtion också huvudsakligen sker utomlands⁴¹. Av detta kommer inte bara minskad miljömässig hållbarhet utan också en försämrad situation för arbetare. Miljöförstöring är i sig ett arbetsmiljöproblem som skapar ohälsa, vilket i sin tur påverkar både välbefinnande och produktivitet negativt (Montt, Fraga, & Harsdorff, 2018; Sall & Narain, 2018; WHO, 2018). Ofta hänger ökad miljömässig hållbarhet ihop med att skapa en bättre situation för arbetare. Att tackla miljömässig hållbarhet och social hållbarhet går således hand i hand.

Åtskilliga företag visar idag en medvetenhet om sambandet mellan social- och miljömässig hållbarhet. Det yttrar sig bland annat i kombinationer av hållbarhetscertifieringar och märkningar av produkter som tillsammans adresserar miljömässiga och sociala aspekter⁴². Att det finns ett intresse för produkter där hänsyn också tas till arbetares situation indikeras exempelvis av att försäljningen av Fair Trade-märkta produkter har ökat över tiden (Dagens Handel, 2019-04-24).

Ändå är Sveriges konsumtion ännu långt ifrån tillräckligt hållbar. Det påverkar främst fattiga länder och länder med stora ekonomiska klyftor, där betydande miljöförstöring sker (PRINCE Project, 2018)⁴³. Här förstärker problem med miljöförstöring, fattigdom och dåliga arbetsvillkor varandra. Åtskilliga granskningar och studier har belyst hur vår konsumtion bidrar till den onda cirkeln av exploatering (Shamsher & Åkerblom, 2018; Scott Jakobsson, 2019; Sveriges Natur, 2016-11-23, 2017-04-02; Wåhlin, M (2018)⁴⁴. Där facklig organisering hämmas och motarbetas kan det bli än svårare att hantera problematiken⁴⁵.

⁴¹ Exempelvis sker närmare 80 procent av farliga kemikalieutsläpp orsakad av svensk konsumtion i utlandet och 80 procent av färskvattnet som används till framställandet av det vi köper kommer från utlandet (Dagens Arena, 2018-11-01; Steinbach et al., 2018).

⁴² För dagligvaror gäller det exempelvis kombinationen Fair Trade och Krav-märkning. På senare år har dock Krav-märkningen mött en ökad konkurrens från andra märkningar som visar att en produkt är ekologiskt framtagen (Lantbrukets Affärstidning, 2018-07-21). Inom sällanköpshandel finns exempelvis standarderna GOTS och GRS för textilier, vilka båda hanterar dimensioner av social hållbarhet för arbetare och miljömässiga hållbarhet samtidigt (GOTS, 2020; Textile Exchange, 2017).

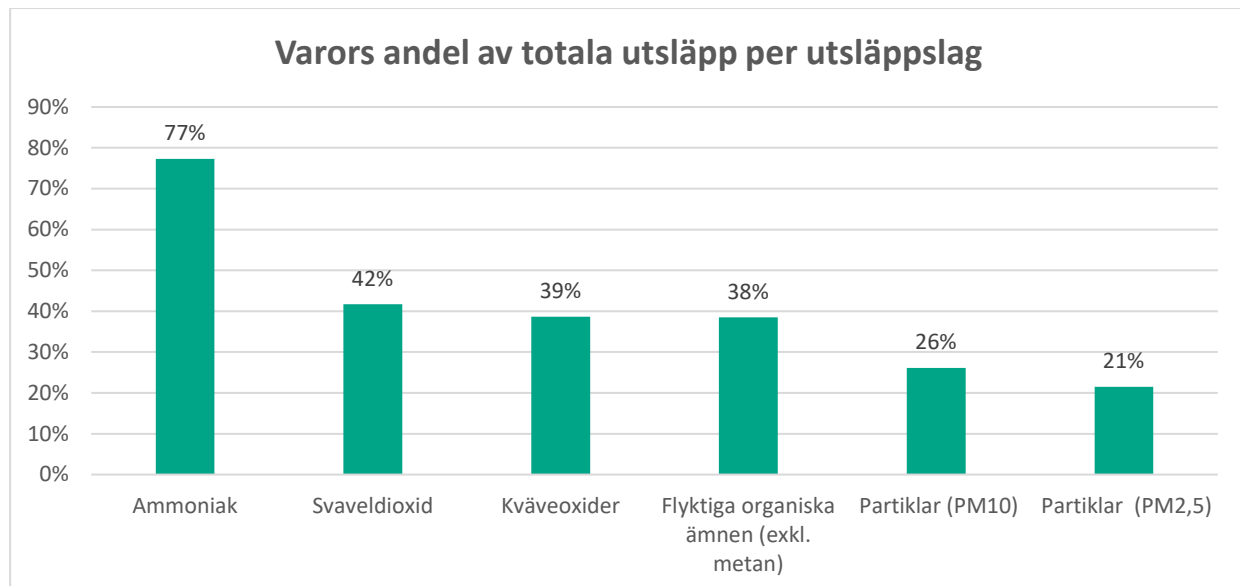
⁴³ Det gäller dock också utvecklade länder som Tyskland, Danmark och Ryssland i vilka svensk konsumtion ger upphov till relativt stora utsläpp i termer av kväveoxider, svaveloxid och partiklar (Steinbach et al., 2018).

⁴⁴ Dessa studier och granskningar ger tydliga exempel med avseende på olika varor som säljs till svenska konsumenter. Det finns exempel på företag som kritiserats, men som tagit åtskilliga initiativ för både ökad social och miljömässig hållbarhet (E-handel.se, 2020-02-07).

⁴⁵ Bangladesh är ett exempel på problematiken som ligger i begränsningar av arbetstagares rättigheter och möjligheter att organisera sig fackligt (Shamsher & Åkerblom, 2018).

3.4.1 Luftföroreningar orsakade av varukonsumtion

Kopplingen mellan varukonsumtion och flera former av miljöförstöring är tydlig, inte minst utsläpp av luftförorenande ämnen. Från den officiella statistiken kan det räknas ut hur stor del av luftföroreningar som kan kopplas till varorna som konsumenterna köper (SCB, 2020c)⁴⁶:



Diagrammet visar att en betydande andel av miljö- och hälsoskadliga luftföroreningar kan kopplas till handelns varor. Men vad får det för effekter på människors hälsa och välbefinnande? För att tydliggöra det följer nu en kortare genomgång av de olika formerna av föroreningarna, samt deras skadeverkningar (Naturvårdsverket, 2017b; 2019g; 2019f; SCB, 2020b SMHI, 2016) .

3.4.2 Ammoniak

Utsläpp av ammoniak kommer till största del från jordbruksproduktionen, vilket gör att de i hög utsträckning kan kopplas till livsmedelskonsumtionen. Närmare 90 procent av de varurelaterade ammoniakutsläppen kan spåras till livsmedel. Hantering av gödsel är den huvudsakliga källan till jordbrukets ammoniakutsläpp, och de mest betydande skadeverkningarna är övergödning och försurning. Det påverkar förutsättningarna för växtlivet, det marina livet och den biologiska mångfalden, men höga koncentrationer av ammoniak kan dessutom irritera mänskliga andningsorgan och vara skadligt för lungorna.

3.4.3 Svaveldioxid

Utsläpp av svaveldioxid kommer huvudsakligen från förbränning av fossila bränslen i industrin och vid transporter. Ungefär 40 procent av utsläppen kan förknippas med handelns varor, och majoriteten är kopplade till produktion av sällanköpsvaror. Utsläppen av svaveldioxid har minskat över tid⁴⁷, lyckligtvis nog eftersom den utgör en fara för både miljön och människors hälsa. Större koncentrationer av svaveldioxid är skadligt för andningssystemet, särskilt för barn och astmatiker, men har också skadliga effekter på växtlivet. Allra främst skadar dock svaveldioxid naturen när den bildar svavelsyra som har en kraftigt försurande effekt.

⁴⁶ Av totala konsumtionsutsläpp, vilket inkluderar både utsläpp i Sverige och i utlandet.

⁴⁷ Svaveldioxidutsläppen är dock alltjämt ett miljöproblem eftersom utvecklingen inte har varit lika stark i alla länder.

Svavelutsläppen är flyktiga och påverkar ofta skog och mark på andra platser än där utsläppen sker. Att bara 10-20 procent av svavelhalten i Sverige kan förklaras av utsläpp inom landet åskådliggör detta tydligt. Svaveldioxidutsläpp visar därmed precis som utsläpp av växthusgaser att det inte går att blunda för utsläpp som vår konsumtion orsakar i andra länder.

3.4.4 Kväveoxider och flyktiga organiska ämnen

Närmare hälften av föroreningarna kväveoxider⁴⁸ och flyktiga organiska ämnen⁴⁹ kan spåras till vår konsumtion av varor. I kombination kan dessa bilda marknära ozon som skadar både miljö och hälsa. Ozonet i atmosfären skyddar från UV-strålning, men om vi kommer i kontakt med det kan det irritera och skada andningsorgan så till den grad att det kan orsaka förtida dödsfall. Det marknära ozonet skadar också växtlighet genom att störa vattenbalansen och fotosyntesen, men är också upphov till övergödning

Ensam är kväveoxider en betydande orsak till övergödning och försurning av skog och mark. Den huvudsakliga källan till utsläpp av kväveoxider är förbränning vid transport, men även förbränning vid produktion bidrar. Således finns det även här en tydlig koppling mellan utsläpp av kväveoxider och konsumtion, som kan kopplas till närmare 40 procent av utsläppen.

Flyktiga organiska ämnen kan vara en produkt av ofullständiga förbränningsprocesser, men en betydande källa till utsläpp är också avdunstning av kemikalier från produkter, exempelvis tändvätska, rengöringsmedel och bilvårdsprodukter. Det innebär att en betydande del av utsläppen frigörs vid själva användningen. Livsmedel bidrar också i hög grad till bildandet av flyktiga organiska ämnen genom användande av gödsel. Sammanlagt innebär det att närmare 40 procent av utsläppen kan kopplas till varukonsumtionen.

3.4.5 Partiklar

Partiklar är samlingsnamnet för de oerhört små bitar av materia som finns i luften som omger oss och som kan ge upphov till skador om vi andas in dem. De lite större (PM10) kommer från olika former av slitage, exempelvis vägslitage. De minsta (PM2,5) kommer huvudsakligen från förbrännings- och industriprocesser, vilket inbegriper produkttillverkning. Statistiken visar att närmare 20 procent av partikelutsläppen kan kopplas till handelns varor, i störst uträkning livsmedelsvaror.

Partikelutsläpp har stor hälsopåverkan i områden i närheten av där de sker. Detta innebär att svenskarnas konsumtion av varor bidrar till att skapa allvarliga hälsoproblem både genom den produktion och de transporter som krävs. Konsekvenserna drabbar inte bara oss i Sverige, utan slår även mot människor i andra delar av världen. Partiklar är en viktig bidragande orsak till luftvägssjukdom, hjärt- och kärlsjukdom samt lungcancer, vilket för många innebär en för tidig död⁵⁰.

3.4.6 Sambandet mellan klimatutsläpp och andra miljöförstörande utsläpp

Att åstadkomma en hållbar handel är alltså inte enbart en fråga om att minska utsläppen av klimatpåverkande gaser, även utsläpp av andra miljöförstörande, hälsoskadliga ämnen måste adresseras. Lyckligtvis är det ambitioner som är lätta att förena.

Detta kapitel har visat att det finns ett uppenbart behov av att minska handelns miljö- och klimatpåverkan i flera avseenden. Men en viktig fråga som inte har besvarats är om klimatfrågan och försöken att minska växthusgaser är frikopplad från en ambition att minska andra utsläpp. En rapport från Konsumentverket (2018) med data framtagen av SCB ger en bild av hur det förhåller sig. I rapporten listas olika varugrupper

⁴⁸ Imnefattar kvävemoxid och kvävedioxid. Dessa gaser kan lätt förväxlas med dikväveoxid som är en växthusgas inkluderad i statistiken över växthusutsläpp.

⁴⁹ Samlingsnamn för föroreningar som i solljus tillsammans med kväveoxider bildar marknära ozon.

⁵⁰ Partiklar har också en påverkan på klimatet men det är som en källa till ohälsa som de främst beskrivs som problematiska.

både utifrån i vilken grad de ger upphov till klimatpåverkande utsläpp samt i hur stor utsträckning de är förknippade med utsläpp av andra luftföroreningar. Fram träder ett tydligt samband, där ett jämförelsevis stort klimatavtryck ofta tenderar att gå hand i hand med relativt stor negativ miljöpåverkan i andra aspekter.

Det innebär att åtgärder för att minska klimatpåverkan ofta samtidigt har potential att minska flera andra viktiga former av miljöskada. Självklart behövs särskilt riktade åtgärder för att komma till bukt med utsläppen av miljö- och hälsoskadliga ämnen, men det finns synergieffekter att dra nytta av i klimat- och miljöarbetet.

3.5 Slutsatser

Utifrån de resultat och den statistik som redovisats i det här kapitlet är det tydligt att det behövs ett konsumtionsperspektiv på Sveriges miljö- och klimatpåverkan. Det territoriella perspektivet som dominerar politiken tar inte hänsyn till de omfattande effekter som vår konsumtion orsakar utlandet, ofta i länder med mindre resurser att hantera konsekvenserna än vad vi har i Sverige. De konsumtionsbaserade utsläppen av växthusgaser är nästan dubbelt så stora som de territoriella. Konsumtionen orsakar dessutom ett omfattande och ohållbart resursutnyttjande samt stora utsläpp av miljö- och hälsoskadliga ämnen.

Att merparten av konsumtionens klimat- och miljöpåverkan sker utomlands beror på att den till stor del sker tidigt i produkters livscykel, i samband med utvinning, produktion och transporter. För att minska konsumtionens ekologiska avtryck räcker det därför inte med att minska miljöpåverkan från själva handelsbranschen. Därför behöver reformer och branschinitiativ riktas mot produktionsledet. Handlare kan inte ensamma ställa alla krav som behövs och konsumenten saknar ofta den information som behövs för att kunna göra hållbara val.

När det gäller den privata varukonsumtionen är dess totala miljöpåverkan betydande. Ungefär hälften av konsumenters klimatavtryck kan härledas till varukonsumtion. Varor som inte är livsmedel, huvudsakligen sällanköpsvaror, står för en knapp majoritet av dessa utsläpp. När det gäller dagligvaruhandeln finns det stor potential att minska dess klimatpåverkan genom mer vegetabilisk kost och övergång till köttkonsumtion med lägre klimatavtryck. När det gäller sällanköpshandeln är minskad konsumtion av nyproducerade kläder, skor och fordon viktigt, men utsläppen är betydande från nästan alla varukategorier. Därför behövs en bredd i åtgärderna, såväl från branschen som från politiken för att minska utsläppen av växthusgaser. En bredd i åtgärder krävs också för att adressera utsläppen av andra miljöförstörande ämnen.

Hälsopåverkande kemikalier, förorening, övergödning, nedskräpning och överexploatering utgör sammantaget ett mycket allvarligt hot mot ekosystemen, den biologiska mångfalden och människors hälsa. När det gäller handelns varor sammanfaller dock ofta ett stort klimatavtryck med omfattande miljöförstöring av andra slag, varför åtgärder från branschen såväl som politiken också har potential att lösa flera miljöproblem samtidigt. Att lösa miljöproblem går också ofta hand i hand med att åstadkomma en bättre arbetssituation. Ökad miljömässig hållbarhet skapar ökad social hållbarhet, och vice versa. Här har facklig organisering potential att fylla en viktig roll.

Dessa analyser och slutsatser ger bakgrund till och underlag för en rad av åtgärdsförslagen som presenteras i det kommande kapitlet.

Kapitel 4. Åtgärdsförslag för en mer hållbar handel

I detta kapitel presenterar Handels åtgärdsförslag i syfte att åstadkomma en omställning till en mer hållbar handel och konsumtion. Förslagen gäller i huvudsak branschförändringar och politiska förändringar. De spänner över hela spannet från konkreta förslag till reformidéer som förbundet vill föra upp på den politiska agendan för diskussion och utredningsarbete⁵¹. När konkreta förslag ligger på bordet behöver de utvärderas utifrån deras förväntade miljönytta, effekt på arbetstagarnas situation och svenska handlares konkurrenskraft. Om den samlade miljöpolitiken leder till en uppenbar konkurrensnackdel för svenska företag finns en risk att den blir kontraproduktiv⁵². Därför är internationellt samarbete och överenskommelser en förutsättning för att genomföra vissa åtgärder.

Åtgärdsförslagen är indelade i sex olika områden. Varje område innehåller en text som ger en kort bakgrund till åtgärdsförslagen⁵³.

Även om förslagen delas in områdesvis hänger de ihop och bildar en helhet. Det är av största vikt att den samlade strävan efter omställning just utgår från ett långsiktigt helhetstänk. Både politiska åtgärder och branschinitiativ ska i görligaste mån vara ekonomiskt effektiva och ge hanterbara bestående spelregler för företagen som behöver ställa om. De förslag som Handels lägger fram präglas av den tanken, men utgår likväl från ett fackligt perspektiv. Det fackliga perspektivet på miljö- och klimatpåverkan presenteras härnäst som en ingång till åtgärdsförslagen.

4.1 Fackligt perspektiv på miljö och klimat

Förändringarna av jordens miljö och klimat är det allvarigaste hotet som både mänskligheten och livet på jorden som vi känner det har ställts inför. Värmeböljor, ökenspridning, stigande havsnivåer, stormar och andra förödande väderfenomen orsakade av global temperaturökning hotar att leda till ekologisk kollaps och kan för alltid förändra livet på vår planet. Risken att livsmedelsproduktionen sätts ur spel och att fler människor än någonsin tvingas på flykt är uppenbar, men de fullständiga konsekvenserna är närmast oöverblickbara. Den ekologiska krisen är så allvarlig att ingen samhällsmedborgare eller -aktör kan undgå att påverkas eller agera. Därför är det naturligt att även vi som fackförbund engagerar oss i frågan. Men utöver den existentiella aspekten finns det ytterligare anledningar för facket att bry sig om klimatet.

För det första vet vi med säkerhet att effekterna av ett förändrat klimat kommer att slå hårdast mot de som redan idag har minst resurser, och som därmed har minst möjligheter att själva anpassa sig till förändrade livsförutsättningar (Diffenbaugh & Burke, 2019; Hallegatte et al., 2016; FN, 2009; Naturskyddsföreningen, 2017-09-14)⁵⁴. Den globala uppvärmningen är därför också ett betydande hot mot ökad jämlikhet, som är en av fackföreningsrörelsens kärnfrågor⁵⁵.

⁵¹ Kapitlet specificerar ingen särskild tidsrymd för förslagen i syfte att kunna verka för införande i en takt och i en ordning som omständigheter möjliggör. Branschutveckling och samhällsutveckling både i Sverige och globalt kan påverka hur omställningen bör genomföras. Coronapandemin är ett bra exempel på en sådan händelseutveckling. I detta fall ger händelseutveckling upphov till ett behov av stimulans och stöd för omställning. Att omställningen är en process över tiden innebär också att vissa av de förslag som vi presenterar som branschlösningar kan visa sig behöva politiska åtgärder och vice versa. Därför finns ett behov av kontinuerlig uppföljning för att säkerställa nyttan och behovet av specifika förslag.

⁵² Exempelvis finns då en risk för ett ökat inflöde av varor med hög miljöpåverkan från transporter, låg transparens med avseende på dess totala miljöpåverkan och med egenskaper som gör dem hälsovådliga.

⁵³ Aspekter och källor som tas upp utgör ett urval utifrån en djupgående genomgång av branschanalyser, forskning, statistik och myndighetskrivelser.

⁵⁴ Det gäller liv, hälsa och ekonomi, men kan också gälla svårsmätbara faktorer som "välbefinnande" (Brännlund, 2017).

⁵⁵ Det finns dessutom ett samband mellan rikedom och att orsaka klimatpåverkan. Enligt Piketty & Chancel, (2015) kan 45 procent av växthusutsläpp härledas till de tio rikaste procenten av jordens befolkning, medan världens fattigaste 50 procent orsakar 13 procent av utsläppen (Naturvårdsverket, 2019e; Piketty & Chancel, 2015). Enligt den inflytelserika amerikanska forskaren David Sachs kan vissa rika och utvecklande länders ignorans i miljö- och klimatfrågor närmast beskrivas som ett "brott mot mänskligheten" (Sachs, 2020-04-21).

För det andra har hanteringen av frågor om miljö och klimat direkt effekt på fackliga kärnområden. För precis som samhällets produktion påverkar miljön och klimatet, så påverkar klimatförändringar och klimatomställning samhällets produktion, och därmed även arbetsmarknaden. Hur produktionen organiseras och vilka villkor som råder på arbetsmarknaden står alltså i centrum för såväl klimatarbetet som all facklig verksamhet. Därför är det omöjligt för ett fackförbund, vars själva existensberättigande är att ta tillvara medlemmarnas intressen, att inte engagera sig i en fråga som är av så central karaktär för framtidens arbetsmarknad och arbetsförhållanden. En konkret koppling mellan negativ miljöpåverkan och arbetsförhållanden är hur miljöförstöring ofta bidrar till en dålig arbetsmiljö som skapar ohälsa hos arbetare. Det innebär att en strävan efter att åstadkomma en bättre arbetssituation både i Sverige och globalt hör ihop med att åstadkomma ökad miljömässig hållbarhet.

För det tredje har fackförbunden, som representanter för de anställda som jobbar inom respektive bransch, kunskaper och insyn i företagets verksamhet som är värdefulla för att åstadkomma en så smidig och verkningsfull omställning som möjligt. Inte minst lokalt på arbetsplatserna är det många gånger de anställda som genom sin direkta erfarenhet av företagets verksamhet kan komma med de bästa förslagen för hur verksamheten kan ställas om och bli mer sparsam med både energi och material. Genom att arbetstagarna är med och driver hållbarhetsarbetet kan det gå hand i hand med ökat medbestämmande och bättre arbetsvillkor för de anställda.

4.1.1 Omställningen måste vara rättvis

Handels syn är att fackföreningsrörelsens roll i omställningen är dubbel. För det första måste facket vara med och se till att omställningen i våra branscher, och Sverige som helhet, går tillräckligt snabbt för att nå Parisavtalets mål om att hålla den globala uppvärmningen under 1,5 grader. Om vi misslyckas med detta riskerar det att få ödesdigra konsekvenser för arbetare i både Sverige och andra delar av världen. För det andra är det fackets roll att se till att omställningen sker på ett sätt som ökar jämlikheten och som både garanterar arbetare stöd till omställning och inflytande över densamma.

När det gäller den andra uppgiften – att säkerställa att rättvisa och minskade klassklyftor genomsyrar omställningen – så är den helt avgörande för att omställningen överhuvudtaget ska bli av. En grön omvandling av samhället kommer att medföra både svårigheter och möjligheter, men för att omställningen ska vinna folkligt stöd krävs en fördelning av bådadera som utjämnar klyftorna i samhället. Därför ska samhällets rikaste vara de som bidrar mest och regleras hårdast, medan boende i glesbygd och arbetarklass ska påverkas minst och kompenseras mest. Det innebär däremot inte att klimat- och miljöpolitiken i sig ska bära hela ansvaret för att kompensera de svårigheter omställningen för med sig eller utjämna existerande ojämlikheter. Det bär även andra politikområden ansvar för. En lyckad omställning ställer krav på en kraftfull omfördelningspolitik på alla områden.

Den svenska fackföreningsrörelsen har en lång tradition av att bejaka effektiviseringar, teknisk utveckling och strukturuomvandling. Det har varit möjligt tack vare hög a-kassa, aktiv arbetsmarknadspolitik och goda möjligheter till omskolning och vidareutbildning. Förmågan att genom gemensamma system garantera både frihet och trygghet för arbetstagare behövs nu mer än någonsin. Om företag och arbetsplatser vars lönsamhet byggd på ohållbara energikällor eller resursutnyttjande inte klarar av att ställa om ska de som påverkas av eventuella nedläggningar få hjälp med omställning till nya jobb, bättre löner och schysta villkor. Fackföreningsrörelsens främsta uppgift är alltså att rädda människor, inte att rädda jobb.

Därför är det nödvändigt att på ett övergripande plan stärka upp trygghetssystemen och möjligheterna till omställning och kompetensutveckling på svensk arbetsmarknad. Dessvärre har den långsiktiga trenden gått åt motsatt håll, inte minst när det gäller arbetslöshetsförsäkringen som kraftigt försämrats sedan början av 1990-talet, både när det gäller villkor för kvalificering och ersättningsnivåer (LO, 2019). Systemen för omställning och kompetensutveckling är inte heller utformade för att klara den omfattande uppgift som

ligger framför oss. I den mån yrkesaktiva överhuvudtaget får kompetensutveckling rör det sig huvudsakligen om kortare, icke-formella utbildningar som främst leder till att de nuvarande arbetsuppgifterna kan utföras bättre, inte till nya arbetsuppgifter eller annat arbete (Nordström, 2016). Detta behöver förändras för att garantera arbetstagare trygghet och möjlighet till omställning.

Men det är inte de enda gemensamma lösningarna som behövs. Gemensamma lösningar, genom både politiska reformer och överenskommelser mellan olika samhällsaktörer, är absolut nödvändiga för att överhuvudtaget åstadkomma den hållbarhetsomställning som krävs. Självklart kan enskilda individer göra skillnad genom sina egna val och vanor, men ingen kan på egen hand ställa om ett i grund och botten ohållbart samhällssystem. Det som krävs är en systematisk strukturomställning, vilket ställer krav på kollektiv handling. Marknaden har hittills visat sig lika oförmögen att hushålla med naturens resurser som den är att rättvist fördela dem. Därför behöver samhället, genom demokratiska beslut om både regleringar och kraftfulla investeringar, säkerställa att vi håller oss inom de gränser som planeten sätter upp och samtidigt skapar ett mer jämlikt samhälle.

I följande delkapitel redogörs för ett antal förslag på vilka regleringar som behövs, både från handeln som bransch och från politiken. De är framtagna utifrån de utgångspunkter som presenterats och de slutsatser som dragits i tidigare kapitel. Åtgärdsförslagen är uppdelade i sex avsnitt som behandlar olika aspekter av hur handeln som bransch och konsumtionen som helhet behöver bli mer hållbar.

4.2 Anställdas roll i omställningen

Anställda har potential att vara en viktig kraft i branschens omställning. För att potentialen ska tas tillvara måste det dock finnas goda förutsättningar för de anställda att vara det. Av kapitel 2 som analyserade handelsanställdas syn på miljö- och klimat utifrån en Novus-undersökning framgår tydligt att det finns ett stort intresse och ett engagemang för miljö- och klimatfrågor. Dessvärre nyttjas det inte tillräckligt för att åstadkomma förändring. Av undersökningens resultat framgår två tydliga hinder.

Det ena hindret är att kompetensutveckling med avseende på miljö- och klimat ofta saknas eller är otillräcklig. Konsekvensen blir bland annat att anställda inte kan tillhandahålla kunder rätt information eller positivt uppmärksamma de hållbara val kunden gör⁵⁶. Hos anställda skapar det en begränsning som kan leda till frustration samtidigt som det riskerar att drabba det enskilda företaget som får svårt att möta de allt fler miljömedvetna kunderna.

Det andra hindret är att många arbetsgivare saknar lyhördhet för idéer och förslag från de anställda. Därigenom går företag miste om de erfarenheter och den kunskap om omställningsbehov som kommer av att arbeta i den dagliga verksamheten. Exempelvis vittnar anställda i undersökningen om tämligen omfattande brister i sopsortering och avfallshantering, trots att de reagerat och försökt uppmärksamma det. Bristen på lyhördhet är inte bara ett miljöproblem, utan också ett arbetsmiljöproblem som kan påverka hur anställda mår. Därför behöver parterna i branschen ta ett samlat grepp kring på vilket sätt arbetstagarna ska involveras i miljöarbetet på arbetsplatsen.

4.2.1 Insatser för kompetensutveckling

För att handelsanställda ska kunna fylla sin viktiga roll i omställningen behövs omfattande insatser för kompetensutveckling. En del av den bör ske i form av utbildningar som det offentliga tillhandahåller, exempelvis yrkes- och arbetsmarknadsutbildningar, men till stor del kommer företagen i branschen behöva ta ansvar för att anställda får rätt kompetens. Det ligger också i linje med arbetsgivarnas intresse eftersom

⁵⁶ Detta är två funktioner som handelsanställda kan fylla och som av forskare lyfts fram som särskilt viktiga för handelns hållbarhetsarbete (Handelns Utvecklingsråd, 2014).

personalens möte med kunden är ett viktigt tillfälle att berätta om företagets hållbarhetsarbete och ge kunderna möjlighet att göra mer hållbara val (Handelns Utvecklingsråd, 2014).

Redan idag breddas handelns verksamheter till att omfatta mer än att sälja nya varor. Det är en utveckling som behöver accelerera kraftigt de kommande åren. Det innebär att reparationer, second hand-försäljning och uthyrning blir viktigare verksamhetsområden. Men också enklare installationer, anpassning av varor efter kunders önskemål och personlig rådgivning behöver i större utsträckning ingå i handelsföretagens verksamheter. Allt detta kräver särskilda kompetenser hos de anställda, både i form av produktkunskaper och hantverkskompetens. På så sätt måste hållbarhetsarbetet i handeln gå hand i hand med ökad specialisering för de anställda.

Inom hela detaljhandeln är det avgörande att personalen får detaljerad kunskap om sortimentet för att kunna erbjuda rådgivning och vägledning till konsumenterna, inte minst i frågor som rör hållbarhet. En viktig uppgift för butikssäljare är att hjälpa kunderna med en behovsanalys och att göra rätt köp utifrån den, för att på så sätt minska onödiga köp och transporter. Anställda inom handeln är också de som sprider kunskap om produktmärkningar av olika slag och vad de innebär. Att erbjuda hjälp och rådgivning är viktigt såväl i den fysiska handeln som e-handeln, dagligvaror såväl som sällanköp. Produktkunskaper bör också kompletteras med kompetensutveckling kring produktplacering och nudgingstrategier för att förmå fler att handla hållbart.

För att second hand-handeln ska kunna öka i tillräcklig utsträckning måste fler anställda kunna värdera begagnade varor, vilket kräver kunskaper om både material och prissättning. För att sälja produkterna kan det också behövas kompetens inom styling-området. Tätt kopplat till second hand-handeln är verksamheter inom reparation, re-design och upcycling⁵⁷. Fler handelsanställda behöver kunna laga och designa om befintliga produkter, vilket ställer krav på nya hantverkskompetenser. Ökad uthyrning kräver också kompetensutveckling. Personal måste kunna hantera återlämnade varor, kontrollera skicket och säkerställa hög kvalitet även vid kommande uthyrning.

Även i dagligvaruhandeln finns det behov av hantverkskompetenser. För att förebygga matsvinn behövs inte bara nya strategier för inköp, produktplacering och prissättning. Det kan även bli nödvändigt för livsmedelsbutiker att själva tillaga råvaror som är nära bäst före-datum för att slippa kassera dem. Det skapar utrymme för nya yrkesroller och ett nytt utbildningsbehov för handelns anställda.

För partihandeln är ökade kunskaper om hållbarhet i logistikkedjan och materialkunskap avgörande för att de anställda ska kunna bidra till omställningen. Frågor om transport och distribution är inte enbart en angelägenhet för administratörerna, utan angår även den som förbereder eller tar emot transporter. Inte minst rör det frågor om emballageanvändning och fyllnadsgraden i transporterna där handelsanställdas kompetenser kan göra stor skillnad. Därför behövs kompetensutveckling även på det här området⁵⁸.

4.2.2 Gröna kollektivavtal och överenskommelser

Att teckna och upprätthålla kollektivavtal är en central uppgift för Handels och andra fackförbund. Det huvudsakliga fokuset i kollektivavtalen ligger på vilka arbets- och anställningsvillkor som ska gälla för de som arbetar i branschen. Men det finns också frågor i kollektivavtalsförhandlingar som kan ha bäring på miljö- och klimatmässig hållbarhet. För att åstadkomma en mer hållbar handelsbransch och arbetsmarknad i stort behöver de gröna aspekterna i kollektivavtalsförhandlingarna utvecklas och ges större hänsyn.

⁵⁷ Upcycling handlar om att använda gamla prylar på nytt sätt som gör att de får nya användningsområden och/eller ökar i värde eller kvalitet. Produkter som skulle blivit avfall uppgraderas istället genom ett slags kreativt återbruk.

⁵⁸ Tidigare undersökningar visar att anställda inom lagerverksamhet också själva efterlyser kompetensutveckling inom logistikområdet (Berggren, 2018).

I detta finns det inspiration att hämta från andra sidan Atlanten. I Kanada finns en facklig tradition av att explicit adressera miljöfrågor i kollektivavtalsförhandlingar som går tillbaka till 1970-talet⁵⁹. Sedan dess har de kanadensiska fackföreningarna fortsatt förhandla fram gröna inslag i sina kollektivavtal. Exempelvis har järnvägsbolag förpliktigats att minska giftiga ämnen i avfallshanteringen (Akademikern, 2019-03-29)⁶⁰. Det har också riktats insatser mot arbetstagarna, till exempel frikort till kollektivtrafiken, eller att företag kartlägger om fler oftare kan arbeta hemifrån för att minska transportererna.

Det är svårt att göra en direkt jämförelse mellan Kanada och Sverige eftersom kanadensiska kollektivavtal ofta träffas mellan facket och ett enskilt företag medan svenska kollektivavtal är branschövergripande. Det går dock att konstatera att även om det i Sverige saknas uttalade gröna inslag i kollektivavtalen är det inte helt sällan som fackligt arbete och krav i kollektivavtalsförhandlingar har lett till åtgärder som varit gynnsamma för miljön. Till exempel har en facklig strävan för att minska mängden farliga kemikalier, bland annat inom frisör- och skönhetsbranscherna som Handels organiserar, lett till minskade utsläpp i naturen av sådana ämnen, även om det uttalade syftet varit att åstadkomma en bättre arbetsmiljö för de anställda. På samma sätt har fackföreningars arbete för arbetstidsförkortning också lett till att en del av den ökade produktiviteten i ekonomin tagits ut i form av fritid istället för ekonomisk ersättning, vilket kan ha haft en något återhållande effekt på varukonsumtionen och därmed även på energi- och resursanvändning samt koldioxidutsläpp (Nässén & Larsson, 2015; Knight, Rosa & Schor, 2013).

Det finns potential att utveckla det fackliga arbetet för ökad hållbarhet ytterligare genom en kombination av centrala och lokala insatser. För att åstadkomma ökad lyhörddhet för anställdas idéer och förslag kring hållbarhetsarbetet på arbetsplatsen skulle arbetsgivare genom kollektivavtalet kunna åläggas en skyldighet att årligen föra dialog med arbetstagarna om detta. På samma sätt bör resandet tas in som en aspekt i bemanningsplaneringen. Längre, sammanhållna arbetsdagar är bättre både ur transport- och arbetsmiljöperspektiv än uppstyckade pass med få timmar. Helt eller delvis subventionerat kollektivtrafikkort skulle kunna bli en fråga för lokal överenskommelse på arbetsplatsen.

Med tanke på det stora intresse många handelsanställda uppger sig ha för miljö- och klimatfrågor behöver nya former för att på ett konkret sätt arbeta med frågorna utvecklas inom ramen för det fackliga engagemanget. Det gäller både förtroendevalda och engagerade medlemmar. Det finns stor potential att utveckla sådana engagemangsformer såväl lokalt som centralt.

4.2.3 Branschförändringar

- Se till att fler anställda får kompetensutveckling som möjliggör ett bättre och mer medvetet hållbarhetsarbete i branschen, i företagen och på arbetsplatserna.
- Ta hänsyn till frågor om ekologisk hållbarhet i partsgemensamt arbete och förhandlingar, såväl centralt som lokalt.
- Utveckla former för anställda att engagera sig i hållbarhetsfrågor på arbetsplatsen.

4.3 Mål och åtgärder för förändrad konsumtion

Enligt världens samlade klimatexperter och FN:s klimatpanel IPCC (2018) måste utsläppen globalt halveras till 2030 och nå noll till år 2050 om vi ska ha en chans att begränsa uppvärmningen till 1,5 grader. I dagsläget är det långsiktiga målet att Sverige ska ha noll nettoutsläpp av växthusgaser 2045, men flera klimatexperter menar att det är ett för lågt satt mål och att Sverige behöver nå utsläpp nära noll redan år

⁵⁹ Redan 1970 krävde trä- och massaindustrifacket i Kanada förbättrad rening av utsläppen, vilket resulterade i att fack och arbetsgivare efter förhandlingar skrev in det som en grön klausul i kollektivavtalet (Arbetsvärlden, 2017-02-14).

⁶⁰ Ett annat exempel är universitet som ålagts att inrätta kommittéer som granskar verksamheten ur klimatsynpunkt. För fler exempel kan den intresserade besöka den databas med exempel på gröna skrivningar i kollektivavtal som forskningsprogrammet ACW sammanställt. Exemplet är inte bara från Kanada utan även Europa, USA och Australien (ACW, 2019).

2030 (Miljömålsberedningen, 2016). För att samhället och politiken ska ha rimliga mål som styr mot det verkliga behovet bör målsättningen vara att Sverige senast 2035 når nollutsläpp.

Sveriges klimatavtryck är inte enbart en fråga om de utsläpp som sker inom Sveriges gränser. Många av de produkter som konsumeras i Sverige har producerats i andra länder och fraktats hit. De orsakar därmed utsläpp i andra länder. Medan utsläppen i Sverige ligger på 52 miljoner ton koldioxidekvivalenter per år orsakar konsumtionen totalt 90 miljoner ton utsläpp. (Naturvårdsverket, 2019d). Dessa omfattas i princip inte av dagens klimatpolitik. Att bara utgå från de utsläpp som sker inom Sveriges gränser ger en felaktig bild av verkligheten. Det försvårar möjligheten att sätta in rätt åtgärder för att minska utsläppen och ställa om de branscher som berörs. Därför behöver Sverige också sätta mål för hur de konsumtionsbaserade utsläppen ska minska och vidta åtgärder för att åstadkomma det. Målen bör utformas som etappmål på väg mot klimatneutralitet även ur ett konsumtionsperspektiv.

För att målen ska kunna nås behövs åtgärder som riktas mot konsumtionen. Det måste bli lätt för konsumenten att göra bra miljöval och svårt att konsumera ohållbart.

4.3.1 Underlätta hållbar konsumtion

I diskussionen om konsumtionens miljö- och klimatpåverkan talas det ofta om individen och den enskilda konsumentens ansvar. Att lägga ansvaret på individuell nivå är dock problematiskt på flera sätt. Alla har till exempel inte råd att göra bra miljöval på grund av sin ekonomiska situation. Det är dessutom ofta svårt att göra val som garanterar lägsta möjliga miljö- och klimatpåverkan utifrån den information som finns till hands.

För det mesta är kunders information begränsad till olika riktmärken som kunden inte med lätthet kan väga mot varandra (Konsumentverket, 2018). Inom dagligvaruhandeln är det ofta olika typer av miljömärkningar och inom sällanköpshandeln ges i bästa fall vägledning genom uppgifter om materialets beskaffenheter och informationen om produktionen följer en hållbarhetsstandard (Althoff Palm, 2019). Riktmärken av detta slag är positivt, men de är inte en garant för att märkningen säkerställer önskad miljönytta eller att kunden gör det bästa miljövalet (Hamilton & Raison, 2019; Score, 2015-09-22; Tamm Hallström & Adamsson, 2015). För att göra det lättare för kunder att göra informerade val bör huvudprincipen vara att det är obligatoriskt med en miljö- och klimatdeklaration⁶¹ för produkter som säljs till svenska konsument⁶², även om utvecklade miljömärkningar också fortsatt kan ha en funktion att fylla (Konsumentverket, 2017).

Bättre information om varors miljö- och klimatpåverkan är en viktig förutsättning för en mer hållbar konsumtion, men samhällets syn på konsumtion behöver också förändras i grunden. Status och identitetsskapande är tätt förknippat med vad och hur vi konsumerar (Konsumentverket, 2020; Ekström & Glans, 2010; Ekström, 2012; Fredriksson, 2016)⁶³, och även om det finns tecken på förändring⁶⁴ präglas samhället av en konsumtionsnorm som innebär snabb omsättning och stora volymer av nya varor (Ekström,

⁶¹ Krav på en sådan reform har lyfts av såväl företag i branschen, som av forskningsinstitutet IVL och Naturskyddsföreningen (Dagens Nyheter, 2018-12-15) och det finns redan idag handelsföretag som jobbar med detta, till exempel Mat.se (Axel Johnson, 2019) och klädföretaget Fristad (Sveriges Radio, 2019-06-12). Sannolikt kommer krav på klimatdeklaration vid uppförande av nya byggnader att införas 2022, så styrmedelsidén är inte främmande (Regeringen, 2019-09-06).

⁶² Det behöver noggrant utredas utifrån bland annat vilka regeländringar som behövs på olika nivåer, hantering av försäljning direkt från utlandet, vilka administrativa funktioner som skulle behövas, vilken ansvarsfördelning som är lämplig, införandets kostnader i förhållande till nytta och möjligheten att mäta och kontrollera mätningen av olika miljöaspekter.

⁶³ Se även Sjöström & Åhlström (2005) för en mer kärnfull forskningsöversikt och Kairos Future, (2019), för en analys av olika typer av konsumentgruppers identitetsskapande kopplat till konsumtion.

⁶⁴ Exempelvis visade en Sifo-undersökning 2018 att en tredjedel av svenskar säger sig handla mindre nytt idag och 20 procent säger sig handla mer begagnat (Tradera, 2018). 40 procent av konsumenterna känner också en lust inför att köpa nya varor. Liknande resultat syns i en nyligen gjord studie av Svensk Handel (2019). Enligt en undersökning gjord av Novus och Naturskyddsföreningen (2019) kan över 80 procent tänka sig ändra i livsstilen för att leva mer miljövänligt.

et a., 2015⁶⁵). Attityderna gentemot ”fast fashion” och ”köp och släng” behöver kraftigt förändras i mer hållbar riktning²¹.

Många åtgärder inom handeln som kan bidra till förändrade tankesätt är högst konkreta. Bättre information och ökat fokus på att marknadsföra hållbara produkter är självklara åtgärder. Men det finns också ett behov av att skära ned på antalet reor, erbjudanden om mängdrabatter, tillgång till kollektioner och produktlinjer som ofta byts ut. En del handlare har visat intresse för detta, men för att nå ett brett genomslag behöver många aktörer tillsammans verka för att ändra normerna kring konsumtion och verka för en övergång till mer hållbara affärsmodeller.

Det är dock inte bara normerna för privatkonsumtion som behöver förändras. Även den offentliga sektorns konsumtion behöver bli mer hållbar. I offentlig upphandling är det möjligt att prioritera inköp utifrån hållbarhetskriterier, men den möjligheten nyttjas i dessvärre inte i tillräcklig utsträckning (Dagens Samhälle, 2018-06-29; Naturskyddsföreningen, 2018a; Ragnsells, 2018). Återanvändning och renovering av varor som kasseras efter att ha använts i offentlig verksamhet behöver också öka (Nyström & REXfelt, 2012)⁶⁶.

4.3.2 Försvåra ohållbar konsumtion

Att göra det enklare och billigare för konsumenterna att göra hållbara val och att ändra attityden till konsumtion är viktigt. Men det räcker inte för att garantera en omställning av varukonsumtion. Det behövs också politiska styrmedel för att styra bort ohållbara konsumtionsmönster.

Det mest direkta systemet för att åstadkomma en garanterat minskad miljö- och klimatpåverkan är införande av en slags miljö- och klimatpotter för konsumenterna⁶⁷. Den totala miljöpåverkan kan då med ett sådant system inte överstiga summan av alla sammanlagda potter. En sådan tydlig gräns sätts inte av att införa en skatt. Skatter på konsumtionsvaror tenderar också att slå hårdast mot konsumenterna med minst resurser, medan bättre bemedlade kan upplevas ha möjligheten att köpa sig fria från ansvar. Ett system med potter kan komma runt den problematiken och säkerställa en fördelning som upplevs som mer rättvis.⁶⁸

Ett system med klimatpotter som styrmedel har både diskuterats inom politiken och forskningen under en längre tid (Aktuell hållbarhet, 2010-05-18; Jagers, Löfgren & Strippel, 2010; Lunds tekniska högskola/LETS, 2010). Som styrmedelsidé är klimatpotter intressant, inte minst utifrån dess potentiella fördelningspolitiska effekter⁶⁹, men det saknas en utvecklad modell att ta ställning till. Exempelvis är det tänkbart att ett system med klimatpotter enbart bör och kan appliceras på konsumtion av vissa särskilt klimatbelastande aktiviteter. Innan ett införande kan bli aktuellt behöver det tas fram en utvärdering av dess möjliga konsekvenser. Det arbetet bör initieras omgående.

Ett annat sätt att minska konsumtionen av de mest klimat- och miljöskadliga varorna är att helt enkelt förbjuda dem. Det är ingen ny tanke, tvärtom finns det flera förbud mot produkter som innehåller vissa gifter eller andra miljöskadliga ämnen (Naturskyddsföreningen, 2015). Men med en miljö- och klimatdeklaration på plats finns det potential att med precision kunna införa förbud även mot enskilda

⁶⁵ Forskningsresultaten visar bland annat att de vanligaste skälen till att inte köpa kläder begagnat är att ”begagnat” uppfattas vara associerat med ”omodernt” och ”ohygieniskt”.

⁶⁶ Det gäller till exempel möbler och inventarier, men också kläder och textilier (Naturvårdsverket, 2019a).

⁶⁷ Kvotssystem med en begränsad resurs som kontoförs är inget oprövat koncept på miljöområdet. Marknaden för utsläppsrätter är ett exempel på ett sådant (Konjunkturinstitutet, 2017; Miljödepartementet, 2020; Zetterberg & Elkerbout, 2019).

⁶⁸ Detta gäller så länge handel med personliga kvoter inte tillåts. Om handel tillåts kan systemet istället ha fördelningseffekter som kan skapa en jämnare fördelning av ekonomiska medel i samhället. Den som i kraft av att ha mycket pengar har en stor konsumtion idag och vill upprätthålla den kommer med ett handelssystem att behöva betala till de som inte har ett så stort konsumtionsutrymme. Att döma av studier som gjorts har ett system byggt på handel större förutsättningar att uppnå legitimitet (Jagers, Löfgren & Strippel, 2010). Hela frågan om ett kvotssystem behöver dock utredas noggrant innan några säkra slutsatser om dess effekter kan dras.

⁶⁹ Införande av klimatpotter skulle också kunna ändra konkurrensförhållandena på ett sätt som ger lägre priser på mer hållbara varor, vilket skulle gynna särskilt dem med mindre resurser. Att företag konkurrerar om ett begränsat konsumtionsutrymme skapar incitament att minska miljö- och klimatpåverkan per vara. Stordriftsfördelar på mer miljövänliga varor kan göra omställningen mer hanterbar för företagen.

varor som ger upphov till omotiverat stora klimatutsläpp. Det skulle kunna utformas som en slags gränsvärden för hur stor miljöpåverkan olika produkter får ha, där varor som överskrider dessa inte får säljas. Till en början skulle dessa gränsvärden kunna sättas utifrån en produktkategoris genomsnittliga förväntade miljöpåverkan, men allt eftersom kunna justeras nedåt mot mer ekologiskt hållbara nivåer. Det sätter då press på tillverkare att justera sin produktion och det skapas ett logiskt ansvarsutkrävande där skuldbördan läggs där utsläppen sker, istället för på den enskilda detaljisten. Det behöver dock utredas vilka produktkategorier som i första hand borde omfattas av systemet och hur det kan bli praktiskt genomförbart.

4.3.3 Minska utsläppen utomlands

Eftersom en stor del av utsläppen från svensk konsumtion sker utomlands behövs också särskilda åtgärder för att komma åt dem. När svensk miljö- och klimatlagstiftning rörande inhemsk produktion skärps finns en risk att produktion och utsläpp flyttar utomlands och ger upphov till koldioxidläckage (Zetterberg & Elkerbout, 2019). Det bästa och enklaste sättet att förebygga detta är genom internationella överenskommelser med bindande åtaganden att minska de egna utsläppen och införa styrmedel som gör att priset på utsläpp inte varierar kraftigt mellan olika länder. Det har hittills visat sig svårt att åstadkomma, vilket ställer krav på nya åtgärder.

En sådan som kommit upp till diskussion är att på EU-nivå införa klimattullar eller gränsskattejusteringar baserade på importvarors klimatavtryck i syfte att importerade varor ska betala samma pris för koldioxidutsläppen de gett upphov till som inhemska producenter. En sådan åtgärd har potential att skapa incitament för exportörer till EU att minska sina utsläpp, samtidigt som det skulle höja priset på import av koldioxidintensiva varor, vilket skulle bidra till minskad konsumtion av sådana varor (Kommerskollegium, 2019; Global utmaning 2009). Dessutom skulle det möjliggöra ytterligare höjda klimatambitioner inom EU utan att riskera att europeiska företags konkurrenskraft försämras.

Ytterligare en väg att gå är att skärpa lagkraven på producenter att ta ansvar för hållbarhet i hela produktions- och leveranskedjan. Det inbegriper den egna verksamheten såväl som underleverantörer, råvaruproduktion och transporter. En förutsättning för detta är utvidgade krav på hållbarhetsredovisning för stora företag och storföretag.

4.3.4 Politiska förändringar

- Revidera målet om att Sverige ska nå nollutsläpp senast år 2045 till senast år 2035.
- Införa ett nationellt mål för hur de konsumtionsbaserade utsläppen ska minska. Dessa bör utformas som etappmål på väg mot klimatneutralitet även ur ett konsumtionsperspektiv.
- Göra det obligatoriskt att deklarerat produkters totala miljö- och klimatpåverkan.
- Införa gränsvärden för hur stor miljöpåverkan olika produkter får ha. Det behöver utredas vilka produktkategorier som i första hand bör omfattas av systemet och hur det kan bli praktiskt genomförbart.
- På EU-nivå införa klimattullar eller gränsskattejusteringar baserade på importvarors klimatavtryck i syfte att jämna ut kostnaden för utsläpp oberoende av ursprungslandets klimatlagstiftning.
- Skärpa lagkrav på producenter att ta ansvar för hållbarhet i hela produktions- och leveranskedjan.
- Utreda möjligheten att införa ett system med miljö- och klimatpott för konsumenter.
- Säkerställa miljömässig hållbarhet i offentlig upphandling och inköp.

4.3.5 Branschförändringar

- Arbeta för en mer hållbar syn på konsumtion och förändring av konsumtionsnormer som innebär snabb omsättning av stora volymer nya varor. Lönsamhet och kundlojalitet behöver istället byggas på hållbara varor, reparationstjänster, andrahandsförsäljning och uthyrningsverksamhet.
- Utveckla arbetssätt för företag att bättre kommunicera sina produkters miljöpåverkan, samt hur den kan minimeras.

4.4 Åtgärder för en cirkulär ekonomi

Att producera nya varor kräver både naturresurser och energi. För att minska vår påverkan på jordens klimat och miljö behöver vi använda mindre av båda. I en värld där både befolkningen och köpkraften ökar sätts en enorm press på naturen och våra gemensamma resurser. Därför behöver vi bryta med dagens linjära ekonomi, som i hög grad går ut på att skapa tillväxt genom att tillverka produkter, sälja dem, använda dem och sedan slänga dem (Accenture, 2015; SVT 2019-09-23b; SOU, 2017:22). Istället behöver vi röra oss mot en mer cirkulär ekonomi där vi använder produkter så länge som möjligt och återanvänder och återvinner i så hög utsträckning som möjligt. Den rådande modellen för ekonomisk tillväxt är inte bara miljömässigt ohållbar utan också alltmer ekonomiskt ohållbar. I en statlig utredning om att åstadkomma en mer cirkulär konsumtion konstateras följande:

”Den nuvarande linjära ekonomin skapar mycket stora och växande kostnader som inte är synliga i marknadspriserna, men helt underminerar tillväxten om vi inte kan förändra resursflödena i ekonomin. De bas-scenarier, eller ”business-as-usual”-alternativ, med trendframskriven tillväxt som används i de flesta studier av olika tillväxtscenarier finns inte i verkligheten. Business as usual blir mycket kostsamt. En smart och samhällsekonomiskt effektiv omställning till hållbarhet blir lönsam för samhället.” (SOU, 2017:22, s92.)

4.4.1 Övergång till cirkulär ekonomi med produkter som håller längre

Att ekonomin blir cirkulär innebär inte att nya saker inte kan tillverkas. Men för att tära så lite som möjligt på jordens resurser behöver fler produkter vara gjorda av material som redan finns i omlopp. En viss nyproduktion kommer alltid behöva finnas, eftersom material inte kan återvinnas eller återanvändas hur många gånger som helst utan att tappa kvalitet och till slut bli obrukbara. Men relationen mellan hur mycket av samhällets produktion och konsumtion som består av nytillverkade produkter jämfört med återvunnet material eller återbrukade varor måste radikalt förändras. Vi behöver röra oss mot en ekonomi där avfall i princip inte uppstår utan resurser kan behållas i samhällets kretslopp eller på ett hållbart sätt återföras till naturens egna kretslopp⁷⁰.

Den här målsättningen har på sätt och vis funnits i svensk lag sedan EU:s avfallsdirektiv infördes år 2011 (SFS, 2011:927)⁷¹. I direktivet återfinns en avfallshierarki med prioriteringsordning för lagstiftning och politik på området. Hierarkin har fem steg, där det första säger att avfall i första hand bör minimeras och förebyggas⁷². Det kan ske genom att varor produceras resurssnålt och mer återvunnet material, samt genom att minska konsumtionen i stort. Nästa steg är att återanvända produkter som den gamla ägaren inte längre behöver, till exempel via andrahandsmarknaden eller återbruk. Om återanvändning inte är möjlig är det tredje steget att materialet i avfallet ska återvinnas. Det görs genom att uttjänta produkter samlas in och tas omhand, till exempel genom insamling, sopsortering och pantsystem. Det fjärde steget är att återvinna

⁷⁰ Se vidare Belleze & Youhanan, 2017.

⁷¹ Nya EU-regler kommer dessutom att leda till nya formuleringar i lagstiftning som gynnar övergången till en mer cirkulär ekonomi (Regeringen, 2019-10-04).

⁷² Statistik visar att avfallshantering av hushållssopor över tiden rör sig uppåt i avfallshierarkin. Trendmässigt ökar också mängden avfall som går från återvinning in i nya produkter. Men det finns mycket kvar att göra för att ytterligare förstärka denna utveckling (Avfall Sverige, 2019).

energin i avfallet genom förbränning och omvandling till el eller värme, och det absolut sista steget är att deponera avfallet.

För att minimera avfallet som når de sista stegen behöver mängden nyproducerade varor minska och graden av återanvändning och återbruk öka, vilket påvisats av åtskilliga forskningsstudier (Johannesson et al., 2019; Militute-Plepiene et al.; Roos & Larsson, 2018; Sandin et al. 2019; Sveriges Radio, 2018-11-20). Det innebär att de produkter som trots allt nyttillverkas behöver hålla längre och i högre grad kunna repareras eller återbrukas⁷³. För att ge konsumenter bästa möjliga förutsättningar att välja hållbara produkter bör varor också vara märkta med förväntad livslängd⁷⁴. Genom att kombinera krav på märkning med förväntad livslängd med krav på livslängdsgarantier skulle kunderna också ges betydligt bättre möjligheter att utkräva ansvar av de producenter vars produkter inte håller vad de lovar, vilket i sin tur skulle ge producenterna incitament att förbättra produkternas hållbarhet. Fenomenet med planerat åldrande, där en produkts livslängd aktivt begränsas genom sin industridesign för att hålla uppe konsumtionen, behöver också försvinna (SVT, 2018-01-11)⁷⁵.

Dessvärre förekommer det också att företag behandlar nya, osålda, ofta fullt funktionsdugliga produkter som avfall och förstör dem⁷⁶. Det är en extrem form av resursslöseri som det tyvärr finns ett flertal vittnesmål om, särskilt inom mode- och elektronikbranscherna men också inom andra områden (SVT, 2017-11-21; Aftonbladet 2019-06-20; RetailDetail, 2019-01-14). Därför bör det införas ett förbud att förstöra osålda och funktionsdugliga varor⁷⁷.

4.4.2 Ökning av secondhand, uthyrning, reparationer och återtillverkning

Övergången till en mer cirkulär ekonomi innebär att vissa segment av handeln minskar, samtidigt som andra expanderar. Det kommer fortsatt att finnas stort behov av förmedling, förädling och försäljning av varor och tjänster, det vill säga handel, men handelsföretagen kommer att behöva bredda sin verksamhet och satsa på nya affärsområden⁷⁸. Ett av områdena som behöver expandera är den kommersiella second hand-försäljningen. Genom förmedling av redan existerande produkter kan handeln fortsätta utvecklas, utan att nya råvaror eller ny energi behöver tas i anspråk (Schmidt et al. 2016)⁷⁹. Detta behöver ske med stöd av reformer som premierar en sådan utveckling. En åtgärd är att förändra momsens på kommersiell second hand-försäljning som kritiserats för att vara för hög både av forskare och aktörer inom branschen (Palm, 2016; Qubiti 2018). Ökad second hand erbjuder inte minst stora möjligheter för den fysiska handeln, eftersom det kan upplevas som viktigare att fysiskt undersöka en begagnad vara än en ny.

Även uthyrningsverksamheterna inom handeln behöver expandera. Genom att i högre utsträckning dela på saker som redan finns kan vi minska antalet produkter som nyttillverkas och ändå få tillgång till de funktioner som efterfrågas. Det skulle ge ett mer effektivt resursutnyttjande och därmed mindre miljöpåverkan (Botsman & Rogers, 2011; Elander et al., 2017b; Konkurrensverket, 2017). Allt fler aktörer inom handeln testar också koncept för uthyrning, såväl etablerade företag som nischade aktörer (Market, 2019-05-10; 2019-10-02; 2020-02-13). Men även här krävs reformer som gynnar sådan verksamhet, i synnerhet i ett inledningskede innan den kan bli lönsam i kraft av sin storlek och utbredning. Annars finns

⁷³ Detta har också efterfrågats av EU-kommissionen (2015a).

⁷⁴ Ett förslag som även förts fram av företrädare från organisationer som IVL och Naturskyddsföreningen såväl som av företag som Blocket och Sellpy (Dagens Nyheter, 2018-12-15).

⁷⁵ En lag som förbjuder planerat åldrande infördes 2015 i Frankrike (Aktuell Hållbarhet, 2019-11-21) och EU-kommission (2019b) har inom ramen för den europeiska gröna given också adresserat behovet av reglering.

⁷⁶ Det förekommer också att osålda varor med smärre defekter kaseras, även om de lätt hade kunnat lagas eller användas ändå.

⁷⁷ En liknande lag har redan beslutats i Frankrike där det kommer att bli förbjudet att slänga ätbar mat samt osålda kläder, smink och elektronik (The Guardian, 2020-01-30).

⁷⁸ Detta går hand i hand med att möta digitaliseringens utmaningar (Carlén & Rosenström, 2018).

⁷⁹ Företag och organisationer som säljer second hand-varor märker redan idag av ökad försäljning (Dagens handel (2019-07-23); Rosenström, 2019; SR, 2019-12-31; SVT, 2019-09-23) och det finns även exempel på traditionella handlare som också tar steg in på second hand-marknaden (Dagens Handel, 2019-10-10)

riskerna att uthyrningsmodeller stannar vid att vara en begränsad nischmarknad med prisnivåer som exkluderar många. Därför behövs subventioner riktade till uthyrningsverksamheter, till exempel i form av avdragsrätt på hyresavgifter eller lägre moms på uthyrning⁸⁰. Det är viktigt att uthyrning växer inom olika pris- och varusegment, samt med olika former för uthyrningen, till exempel engångshyra och abonnemang.

En förutsättning för positiva miljöeffekter av ökad second hand-försäljning och uthyrning är att fler produkter håller längre. Gör de inte det fyller cirkulära affärsmodeller en begränsad nytta ur miljösynpunkt eftersom produkterna som säljs alltjämt kommer att ha korta livscykler. Utvecklingen mot mer hållbara produkter och mer hållbara affärsmodeller i försäljning hänger alltså ihop och måste båda ske samtidigt.

Även produkter som håller längre kommer dock förr eller senare klassas som obrukbara. När de blir det betyder det ofta idag slutet på deras livstid. Detta är också ett mönster som behöver brytas. Många produkter som slängs skulle eller borde lagas eller "återtillverkas" (Ghodrati et al., 2015; Lindkvist Haziri, 2020; Nyström & Rexfelt, 2012). För att komma dithän behöver fler produkter designas för att kunna lagas, utan krav på licensierade serviceverkstäder. Producenter måste också i större utsträckning och under längre tid tillhandahålla reservdelar som kan förlänga varornas livstid genom lagning. Ytterligare en viktig förutsättning för att lagning oftare ska upplevas som ett reellt alternativ är att det blir ekonomiskt attraktivt för konsumenten att laga sina produkter. Möjlighet till avdrag för reparationer för fler produkter är en väg att åstadkomma detta. Marknaden för reparationer kopplat till handeln växer med avseende på till exempel mode, men det krävs reformer för ett brett genomslag (SOU 2017:22; SVT, 2019-12-17). Idag finns ett så kallat REP-avdrag för underhåll och reparation av främst vitvaror. Det bör utökas till att också omfatta reparation av exempelvis elektronik, möbler och kläder.

När lagning av produkter inte är ett alternativ, antingen sett till varans natur eller till vilket skede i livscykeln den befinner sig i, behöver materialet tas om hand för att kunna återvinnas. Därför måste insamlingen av kasserade produkter både fungera och nyttjas. Här finns en tydlig förbättringspotential, inte minst med avseende på textilier (Elander et al, 2017a). För att skapa incitament till att öka återvinningsgraden kan pantsystem för fler produkter vara ett alternativ. Januariavtalet nämner att krav på pant ska omfatta fler produkter, till exempel batterier, mobiltelefoner och annan elektronik. Andra varor som skulle kunna omfattas av pantsystem är till exempel kläder, skor och inredning⁸¹. Vissa produktslag bör ingå i ett nationellt samordnat insamlingssystem medan andra kan utvecklas inom ramen för branschen, men oavsett modell bör hänsyn tas till vilken konkurrens effekt den får. Ett system som snedvrider konkurrensen till förmån för utländska handlare riskerar att bidra till ett ökat inflöde av miljöskadliga och hälsovådliga varor.

Hittills har förändringar som behövs för att åstadkomma ett mer cirkulärt samhälle diskuterats, inte dess effekter på arbetsmarknaden. Nettoeffekten med avseende på sysselsättning är svårbedömd, men det är tydligt att omställningen till en mer cirkulär ekonomi har potential att skapa många nya arbetstillfällen och arbetsuppgifter (Accenture, 2015; SOU 2017:22). Arbetsuppgifter kopplat till försäljning av nyproduktion har potential att ersättas av arbeten och arbetsuppgifter som tillhör den expanderande cirkulära ekonomin. Det gäller många branscher, däribland handeln. Det krävs dock att handelns aktörer gör den omställning som behövs för att vara de som tar ett grepp om den cirkulära ekonomins affärsmöjligheter.

⁸⁰ I Januariavtalet som ligger till grund för den nuvarande regeringens politik finns det med en punkt om ett så kallat Hyber-avdrag, riktat till de som väljer att hyra, köpa begagnat eller reparera.

⁸¹ Producentansvaret för klädavfall är till exempel under utredning. Utredningen kan förhoppningsvis ge underlag för utvecklingsbara samarbetsmodeller (Regeringen, 2019-12-05).

4.4.3 Politiska förändringar

- Sänka momsen på kommersiell second hand-försäljning.
- Införa subventioner riktade till uthyrningsverksamheter, till exempel i form av avdragsrätt på hyresavgifter eller lägre moms på uthyrning.
- Införa pantsystem för fler produkter.
- Förbjuda planerat åldrande av varor inom sällanköp.
- Kräva märkning med förväntad livslängd av varor inom sällanköp, samt livslängdsgaranti.
- Införa ett förbud för företag att förstöra osålda och funktionsdugliga varor.
- Utöka möjligheten att göra avdrag för reparation av varor som inte täcks av livslängdsgarantin.

4.4.4 Branschförändringar

- Minska försäljningen av nyproducerade varor. Handeln måste i högre grad bygga sin lönsamhet på cirkulära affärsmodeller och produkter med lång hållbarhet.
- Öka utbudet av second hand-försäljning. Fler företag behöver ta emot produkter de själva eller andra har producerat och sälja dem igen.
- Öka utbudet av lagnings- och reparationstjänster och utveckla strategier för att bygga lönsamhet kring dessa verksamheter.
- Öka utbudet av uthyrning av produkter. Det behöver ske både inom olika pris- och varusegment, samt med olika former för uthyrningen, till exempel engångshyra och abonnemang.

4.5 Åtgärder för minskade materialvolym och bättre materialval

Hur mycket och vilka material som används är helt avgörande för vilken påverkan produkterna får på klimat och miljö. Det berör handelns varor såväl som emballage och förpackningar. Materialvalet har i många fall stor betydelse för miljö- och klimatpåverkan från både utvinning, produktion och transporter. Därutöver kan materialvalet vara avgörande för en produkts livslängd. Att material har en miljöpåverkan av olika slag i så många led gör det dock svårt att göra grova generaliseringar kring vad som är ett hållbart materialval (Moberg et al., 2015)⁸².

4.5.1 Materialvolym

Komplexiteten gör det också lätt att hamna i en diskussion om lämpligheten av att använda olika material som skymmer den yttersta problematiken, att material- och förpackningsanvändandet inom handeln behöver minska⁸³. Även ett material som i sig är hållbart kan bli miljömässigt ohållbart om det används i tillräckligt stor skala. Likväl bör mer hållbara materialval vara jämförelsevis premierade och det behövs reformer för att stimulera sådan produktion (GS, 2017; LO, 2018).

Stora volymer av emballage inom handeln är ett uppenbart miljöproblem och det aktualiseras ytterligare av den ökande e-handeln (Pettersson et al. 2017). Ett överanvändande av förpackningar inom e-handel är inte bara en fråga om materialåtgång utan också om transporter. Onödigt skrymmande förpackningar eller förpackningar som inte är ändamålsenliga innebär också mer ineffektiva transporter (GS, 2017; Postnord,

⁸² Hur väger man till exempel en viss klimatpåverkan mot en viss skada på marint liv genom mikroplast i haven? Haven kan 2050 komma att innehålla mer plast än fisk. (Miljödepartementet, 2017).

⁸³ Det är viktigt att komma ihåg att mängden material och typen av material inte bara påverkar den specifika varans direkta miljö- och klimatpåverkan. Mängden avfall som en produkt ger upphov till kan vida överstiga dess egen vikt, vilket ibland har kallats "osynligt avfall". IVL har exemplifierat detta med mobiltelefoner med en vikt på 200 gram och en bärbar dator på 1,2 kilo. Det konstateras att telefonen ger upphov till 86 kilos avfall med den bärbara datorn ger 1,2 tons avfall (IVL, 2018-12-15).

2020; Trafikanalys, 2020). Därför behövs ett branschgemensamt initiativ för att minska emballageanvändningen, men politiska styrmedel bör också övervägas.

Det går inte heller att bortse från att det finns ett överanvändande av förpackningar och emballage redan i producentledet, inte minst med avseende på plast⁸⁴. Förpackningar är enligt forskningen den form som står för den största mängden plastavfall, och endast cirka 30 procent sorteras till materialåtervinning (Ljungkvist et al., 2019). Samtidigt bedöms plastförpackningar vara det användningsområde för plast där det finns störst potential att öka återvinningen (Stenmarck et al., 2018). Åtgärder för ökad återvinnig kan utvecklas inom ramen för de samarbeten som finns kring det lagstadgade producentansvaret⁸⁵, vilket resulterat i att producenter och importörer idag betalar en förpackningsavgift som finansierar insamling och återvinning. Producentansvaret räcker dock inte för att fullt ut komma åt överanvändandet och materialvalet som sådant. En skatt på alla former av förpackningsmaterial utifrån miljö- och klimatpåverkan ur ett livscykelperspektiv bör därför övervägas.

4.5.2 Materialval

Att minska den totala materialanvändningen är nödvändigt, men det spelar likväl stor roll vilket material som produkter och förpackningar tillverkas av. Det innebär att det behövs reformer som både underlättar och driver på producenter att göra ansvarsfulla materialval. Generellt kan många produkter bli mer miljö- och klimatvänliga genom ökad användning av förnybara råvaror, till exempel lokalt framtagen träråvara. Därför bör industri som erbjuder hållbara råvaror premieras⁸⁶. Producenter måste också i högre utsträckning erbjuda produkter där olika material kan separeras för att underlätta återanvändning och återvinning (EU-kommissionen, 2015a; IVL, 2018-12-15)⁸⁷. Dessvärre saknas det idag regelverk som säkerställer en sådan utveckling. Med avseende på plastanvändning behövs regler som leder till att plastinnehåll standardiseras för att öka möjligheten till återvinning, och det finns tveklöst ett behov av att fasa ut plast med fossila komponenter (Chalmers, 2018). Det behöver också utvecklas plastmaterial som är biologiskt nedbrytbart.

Att öka materialåtervinningen från många av handelns produkter är inte bara viktigt ur klimatsynpunkt (Naturvårdsverket, 2017), det är också viktigt ur ett ekonomiskt perspektiv. Ett stort resursslöseri uppstår när råvara som skulle kunna ha återanvänts till nya produkter blir till avfall (Material Economics, 2018). Inte minst klädbranschen har behov och stor potential att använda mer återvunnet material och förbättra återvinningsprocesserna (Hällje, 2019; Ny teknik, 2019-10-06). Det stora hindret är att det ofta är billigare att använda jungfruliga råvaror än att återbruka material (SOU, 2017:22; Svensk Handel, 2018a). Effekten blir att produkter bestående av återvunnet material blir få och dyra, vilket exkluderar många konsumenter från att göra mer hållbara val. Därför behövs politiska styrmedel som jämnar ut prisskillnaden mellan ny och återvunnen råvara och som stimulerar ett ökat användande av den sistnämnda.

Att en vara består av återbrukat material betyder dock inte automatiskt att den är mer klimat- och miljövänlig än ett annat alternativ. Mycket hänger på produktionsprocessen, vilket gör att miljönyttan av att köpa varor i återbrukat material kan överskattas (DN 2017-09-29; Råd & Rön, 2020-01-15). Transporter, förväntad livslängd och möjlighet till återvinning är andra viktiga faktorer. Det gör att grova

⁸⁴ Den problematiken är generellt lättare att tackla inom sällanköpshandeln än dagligvaruhandeln mot bakgrund av att det finns både hälsoaspekter och hållbarhetsaspekter på varorna som sådana att ta hänsyn till när det gäller livsmedel.

⁸⁵ Producentansvaret innebär att de som tillverkar, importerar eller förpackar varor är ansvariga för att produkterna och förpackningarna samlas in och återvinns. Syftet är att motivera producenterna att ta fram produkter som är mer resurssnåla, lättare att återvinna och inte innehåller miljöfarliga ämnen. Producentansvar gäller för förpackningar, tidningar, däck, bilar, läkemedel, batterier, elektronik och för vissa radioaktiva produkter (Naturvårdsverket, 2020c).

⁸⁶ Detta gäller också när handelsvaror är insatsvaror som exempelvis vid byggande (LO, 2018).

⁸⁷ Vikten av att lättare kunna separera olika material är inte bara en fråga om att underlätta återvinningsprocesser utan också om att åstadkomma ett mer giftfritt kretslopp (Naturvårdsverket, 2017).

generaliseringar kring olika slags material är svåra att göra (Aktuell hållbarhet, 2020-04-08)⁸⁸. Valet av material måste således ske utifrån ett livscykelperspektiv där påverkan i alla led av livscykeln som kan tillskrivas materialets egenskaper tas hänsyn till och där återanvändande är en nyckel (UN Environment Programme, 2020). Mer hållbara materialval bör därför åstadkommas via deklARATIONER av specifika varors miljö- och klimatpåverkan ur ett livscykelperspektiv, reformer som premierar användande av mer miljövänlig råvara, samt reformer som underlättar medvetna val och återanvändande⁸⁹.

4.5.3 Politiska förändringar

- Införa skatt på förpackningar och emballage som differentieras utifrån det använda materialets klimatpåverkan ur ett livscykelperspektiv.
- Standardisera plastinnehåll i plastprodukter för att öka möjligheten till återvinning.
- Införa lagkrav på att produkter designas så att det går att separera material från varandra, i syfte att enklare kunna återanvändas och återvinnas.
- Införa styrmedel som jämnar ut prisskillnaden mellan återvunnen och ny råvara.

4.5.4 Branschförändringar

- Verka för minskad emballageanvändning inom både lagerverksamhet och e-handel.
- Använda en större andel återvunnet material i branschens produkter och förpackningar.
- Fasa ut plast med fossila komponenter ur branschen och uppmuntra utvecklande av biologiskt nedbrytbart material.

4.6 Åtgärder för effektiva och fossilfria transporter

Det svenska transportsystemet är alltjämt starkt beroende av fossila bränslen. Inrikes transporter svarar för nästan en tredjedel av Sveriges totala territoriella utsläpp av växthusgaser. Mer än 90 procent av dessa utsläpp sker i vägtrafiken (SCB, 2019b) som dessutom bidrar till ett flertal andra miljöproblem som till exempel luftföroreningar, hälsoskadligt buller, övergödning och försurning. Transportinfrastrukturen påverkar dessutom ofta landskapet på ett sätt som stör djur- och växtliv och därmed påverkar förutsättningarna för bevarande av biologisk mångfald och ekosystemtjänster (Naturvårdsverket, 2020b). Att minska transporternas miljö- och klimatpåverkan är därför av största vikt för att åstadkomma ett hållbart samhälle.

4.6.1 Övergång till fossilfria transporter

Ett av Sveriges miljömål är att utsläppen av växthusgaser från inrikes transporter ska minska med minst 70 procent till år 2030, jämfört med år 2010 (Sveriges miljömål, 2020). Det inkluderar även de resor privatpersoner gör för att handla och de transporter av varor som sker till och från lager. En del i att minska utsläppen är att fordonen som framförs blir mer energieffektiva och att fossila drivmedel ersätts av förnybara bränslen. Redan idag finns en rad styrmedel på plats för att öka andelen förnyelsebara bränslen, men för att snabba på omställningen ytterligare behövs också lagkrav på övergång till fossilfria transporter. För att styra investeringar i fordon och transportlösningar bort från fossila drivmedel behöver lagstiftningen sätta en tydlig gräns för när fossila transporter ska ha fasats ut helt. Det skulle kunna ge näringslivet både den framförhållning och de incitament som behövs för att åstadkomma en snabbare övergång till fossilfria transporter.

⁸⁸ Ett exempel som åskådliggör den problematiken är de vitt skilda resultat olika forskningsstudier angående olika bärkassars miljöpåverkan har kommit fram till. (Dahlgren & Stripple, 2016; Hallberg et al., 2018; Miljøstyrelsen, 2018; SVT, 2017-05-31; 2017-10-15; 2020-01-28).

⁸⁹ Dessa förslag utvecklas mer i andra avdelningar av det här kapitlet.

Det finns en rad företag och organisationer som själva har satt ambitiösa mål för sina transporters klimatpåverkande utsläpp. Inom ramen för Fossilfritt Sverige⁹⁰ finns initiativet Transportutmaningen där deltagarna antar som målsättning att senast år 2030 endast utföra och köpa fossilfria inrikestransporter. Bland aktörerna som antagit den utmaningen återfinns flera handelsföretag, till exempel Lidl, Coop, Clas Ohlson och ICA (Fossilfritt Sverige, 2020b). För att genomföra en snabb och fullständig övergång till förnybara bränslen vore det önskvärt att fler av handelns företag tar gemensamt initiativ till det⁹¹.

Men det går inte att bortse från att bränslefrågan också måste ses utifrån perspektivet av mängden resurser som förbrukas. Ett överanvändande av resurser har negativ miljöpåverkan oavsett vilken resurs det rör sig om. Det går inte att ohämmat använda biobränslen utan att det leder påfrestningar på miljön och klimatet (Naturskyddsföreningen, 2019; Konjunkturinstitutet, 2020) precis som produktion av batterier till eldrivna fordon också är förknippad med en tämligen betydande miljöpåverkan (Emilsson & Dahllöf, 2019). Det gör att det finns ett behov av effektivare transporter. Det gäller alla transporter som kan kopplas till handel, inom företag såväl som i privat resande.

4.6.2 Mer hållbara och effektiva transporter

Transporternas miljö- och klimatpåverkan kopplat till handeln har fått förnyad aktualitet i samband med den ökande e-handeln. E-handeln innebär delvis nya logistiska utmaningar, men också en möjlighet till minskad miljö- och klimatpåverkan (Trafikanalys, 2019). Ökad e-handel skulle kunna bidra till en minskning av privata shoppingresor med bil, ersatta av mer effektiva och samordnade varutransporter. Undersökningar pekar dock på att ökad e-handeln ännu inte fått den effekten av flera skäl. Utifrån forskningsstudier är det oklart om den privata shoppingbilismen har minskat genom e-handel (Pettersson et al. 2018; Trafikanalys, 2019).

Det finns förbättringar att göra i transporter till kund eller ombud, inte minst i det sista ledet av transport som brukar kallas ”last mile” (Arvidsson, 2019; Pålsson, 2018). Möjligheter till det kan avsevärt förbättras genom ett miljö- och klimattänk i stads- och samhällsplanering anpassat till ökande e-handel (Dagens Handel, 2019-10-11; Bergman et al., 2019)⁹². De ökade kraven på snabba och exakta leveranstider gör att fyllnadsgraden i de fordon som transporterar varorna ofta är låg, vilket ger upphov till onödigt många transporter. Därför måste fyllnadsgraden i leveranserna öka (Jonsson et al. 2017) och branschen behöver utveckla modeller för samkörning mellan olika företag och smartare planering (Aktuell hållbarhet (2019-03-26). För att nå en högre fyllnadsgrad kan det också bli nödvändigt att vänja sig vid något längre leveranstider.

Ytterligare en möjlig åtgärd är att sätta mer miljövänliga transportalternativ som förstahandsalternativ i e-handeln. Transporter bör ske med seriösa aktörer som tar miljöansvar. En möjlighet är också att begränsa antalet transportalternativ i syfte att säkerställa hög fyllnadsgrad i de transporter som sker (Trafikanalys, 2020). Det kan dock vara svårt att göra så länge det kan finnas en konkurrensfördel i att erbjuda fler alternativ. Samma problematik finns med avseende på fraktavgifter. Även om allt fler företag ser över sina avgifter för frakt finns en tävlan om att erbjuda billig frakt till kunden, gratis transport eller transporter som är gratis när kunder handlar över ett visst belopp⁹³. I synnerhet erbjudande om fri frakt är skadligt både ur

⁹⁰ En plattform för dialog och samverkan mellan företag, kommuner och andra typer av aktörer som vill göra Sverige fritt från fossila bränslen som startades av regeringen inför klimatmötet i Paris 2015 (Fossilfritt Sverige, 2020a).

⁹¹ Allt fler aktörer som kör transporter kopplat till handeln satsar på förnybara bränslen (Transportnet, 2019-10-24, 2020-02-26, 2020-03-03, 2020-04-09), men det saknas ett samordnat initiativ.

⁹² När bostadsområden och affärslokaler planeras måste transportalternativen för att ta sig till handeln noggrant övervägas. Infrastrukturen måste erbjuda goda möjligheter att transportera sig till fots, med cykel och genom kollektivtrafik (LO, 2018). Kollektivtrafik till handelsområden måste vara väl fungerande och i synnerhet behöver kollektivtrafiken avsevärt förbättras i många glesbygdsmråden där beroendet av bil idag är mycket stort.

⁹³ E-barometern 2019 Q2 visar att en klar minoritet av e-handlarna erbjuder gratis retur och att andelen som gör det minskar (Postnord/Svenska Digital Handel, 2019). Det är positivt ur miljösynpunkt och pekar mot att problematiken möjligen kan lösas av branschen själv.

miljö- och ekonomisk synpunkt (Market, 2019-11-17).⁹⁴ Faktiska kostnader är inte begränsade till huruvida företag själva bär fraktkostnader. Överflödig beställnings- och returhantering adderar till kostnadsbilden. Att en hög andel av beställningarna resulterar i returer är en av de frågor som e-handeln brottas med ur miljösynpunkt (Computer Sweden, 2019-03-29; Forskning & Framsteg, 2019:2; Hellström et al., 2017)⁹⁵.

En åtgärd som kan bidra till att minska ett överflöd av transporter till kunden samt stävja ett priskrig om att erbjuda billig transport och onödiga returer är direktiv som gör att frakt ska vara avgiftsbelagd⁹⁶. Vid införandet av en avgift måste frågan om kostnader för långväga e-handelsleveranser samtidigt tacklas. Ett avgiftssystem får inte resultera i att bidra till en konkurrensfördel för e-handel som kräver långväga transporter, ofta med flyg, vilket innebär avsevärt större negativa miljöeffekter (Breakit, 2017-11-06)⁹⁷. Tvärtom behöver lokala transporter från svenska företag som gör ansträngningar för att minska miljöpåverkan vara jämförelsevis premierade.

För att kunder ska kunna göra val till förmån för alternativ som innebär kortare transporter behöver information om var en handlare har sin hemvist och varifrån varor fraktas vara obligatorisk vid ett köp. Idag ser många företag ut att ha en svensk hemvist när transporterna i själva verket är långväga (Dagens Industri, 2017-09-18). Den medvetna kunden som handlar online måste också ha möjlighet att göra val utifrån var produkten är tillverkad. Produktionsställe har betydelse ur transportsynpunkt, men det finns fler aspekter av det valet såsom annan miljöpåverkan, demokratihänsyn, resursberoende, arbetsvillkor och mänskliga rättigheter. Därför bör det vara lagstadgat att produktionsställe anges i varors produktbeskrivning.

4.6.3 Politiska förändringar

- Skärpa lagkraven på övergång till fossilfria transporter. För att styra investeringar i fordon och transportlösningar bort från fossila drivmedel behöver lagstiftarna sätta en tydlig gräns för när fossila transporter ska vara helt utfasade.
- Planera kollektivtrafik och stadsmiljö på ett sätt som underlättar kollektiv transport till och från fysiska butiker och e-handels utlämningsställen.
- Införa krav och riktlinjer för högre fyllnadsgrad i transporter.
- Införa lagkrav som gör det obligatoriskt för företag att ta betalt för frakt i syfte att minska ogenomtänkta beställningar och onödiga returer.
- Kräva att e-handelsföretag informerar om produkternas ursprungsland och var e-handlaren kommer ifrån.

⁹⁴ Att behöva erbjuda gratis transport äter upp delar av marginalerna och ju större tävlan blir om att erbjuda gratis eller billig frakt till kunden desto sämre är det för företagets ekonomi.

⁹⁵ Även om relativt många kunder som returnerar fortfarande är lönsamma enligt forskningen hade det naturligtvis varit bättre om de köpte varor utan att returnera.

⁹⁶ Vilken nivå som är lämplig behöver utredas, men sannolikt får den styreffekter redan på en relativt låg nivå. Ligger avgiften på en lägre nivå har företagen alltså rum att kring frakten bygga upp ett incitamentsystem som premierar fler inköp vid samma tillfälle.

⁹⁷ Dessutom ofta från länder där såväl miljöhänsyn som arbetsvillkor tenderar att vara undermåliga.

4.6.4 Branschförändringar

- Verka för en fullständig övergång till förnybara bränslen i alla transporter, både kopplat till lagerhållning och försäljning.
- Utveckla och bredda samverkan för effektiviserad leverans- och returhantering för aktörer inom e-handeln.
- Verka för att branschens företag premierar och fokuserar på att marknadsföra mer miljövänliga transportalternativ och att färre alternativa transportsätt erbjuds samtidigt.
- Verka för en minskning av långväga e-handelsleveranser i syfte att motverka klimat- och miljöskadliga transporter, inte minst långväga flygtransporter.

4.7 Åtgärder för en mer hållbar livsmedelshandel

Livsmedelskonsumtionens miljö- och klimatpåverkan är betydande⁹⁸. Mellan 25-30 procent av konsumtionsutsläpp är livsmedelsrelaterade (SCB, 2020b)⁹⁹. Livsmedel är också en betydande anledning till annan miljöpåverkan som till exempel övergödning (Jordbruksverket, 2019; Naturvårdsverket, 2019a). Dagligvaror bör som andra varor omfattas av krav på miljö- och klimatdeklarationer och regler som har styreffekter på materialval, transporter och förbrukning av förpackningar. Utöver det behövs särskilda reformer specifikt riktade mot dagligvarukonsumtion.

4.7.1 Mot en mer växtbaserad, närproducerad och ekologisk kost

För att styra om livsmedelskonsumtionen i mer miljövänlig riktning behöver det bli mer attraktivt att producera, sälja och köpa det som är hållbart, relativt det som inte är det. Ett sätt att åstadkomma det är genom en differentiering av momssatser som premierar varor med en lägre miljö- och klimatpåverkan¹⁰⁰. På så sätt kan varor med lägre miljö- och klimatpåverkan bli relativt sett billigare, och genom det kan efterfrågan öka även från mindre bemedlade hushåll och konsumenter som bryr sig mer om pris än miljöpåverkan. Handeln kan dessutom bidra till ökad efterfrågan genom utvecklade modeller för prissättning, information och anpassning av utbud. Med ökad efterfrågan kan produktionen öka, vilket på sikt kan skapa stordriftsfördelar i utbudsledet¹⁰¹.

En av de viktigaste förändringarna inom livsmedelshandeln som måste komma till stånd för att nå hållbarhet är minskad köttkonsumtion. Kött är den livsmedelsgrupp som står för störst utsläppsandel i den livsmedelsrelaterade klimatpåverkan (SCB, 2020b; Naturvårdsverket, 2011)¹⁰². Dessutom är övergång till en mer växtbaserad kost en av de livsstilsförändringar som skulle göra störst skillnad för klimatet (Wynes & Nicholas, 2017; Röös, 2018). Därför behövs politiska styrmedel som kan styra mot en sådan övergång. Exempel på åtgärder som bör övervägas är punktskatt på kött, tullar på klimatsämre kött och låg andel kött i offentlig upphandling¹⁰³.

Utöver det behöver utbudet av växtbaserade, ekologiska och närproducerade livsmedel öka. Det skulle också minska behovet av transporter, underlätta kontroll av produkternas miljöpåverkan och bidra till en mer levande landsbygd. En hållbar animalieproduktion med betande djur bidrar även till att bevara öppna och skiftande landskap som hjälper till att upprätthålla en biologisk mångfald (Naturskyddsföreningen,

⁹⁸ En betydande del av livsmedlen produceras i Sverige, och därför är livsmedelsutsläpp synnerligen intressanta både från ett totalt konsumtionsperspektiv och utifrån mål för utsläpp som sker i Sverige. I Sverige står livsmedelshandlingen för 20-25 procent av vårt territoriella klimatavtryck och närmare hälften av övergödningen. (Andersson et al., 2020).

⁹⁹ Då inräknat livsmedelshandling och konsumtion som inte har kopplingar till handeln.

¹⁰⁰ Det här ligger i linje med de mål och tankar om styrmedel som EU-kommissionen (2015a) har formulerat.

¹⁰¹ Den utvecklingen kan vi i viss mån se exempelvis kring ekologiska produkter där priserna närmar sig de konventionella produkternas pris (ETC, 2019-09-05).

¹⁰² Det bör dock noteras att klimat- och miljöpåverkan skiljer sig betydligt mellan olika slags kött, och att svenskt kött generellt har en lägre klimatpåverkan än utländskt.

¹⁰³ Detta är styrmedel som tidigare lyfts av bland annat Naturvårdsverket (2011).

2018b). Utöver detta ger mer av lokal produktion en bättre möjlighet att hantera olika former av krissituationer som innebär svårigheter att få tag på andra varor än de som produceras lokalt (Lunneryd, 2018)¹⁰⁴.

För att stimulera ökad lokal, ekologisk och växtbaserad produktion behövs ytterligare åtgärder utifrån en tydlig nationell strategi. En del är att tillhandahålla både rådgivning och ekonomiskt stöd för att övergå till mer miljövänlig produktion. Det är inte minst avgörande för en fortsatt övergång till effektiv ekologisk produktion (Dagens industri, 2019-12-07). Handlare har också ett ansvar för att möta det förväntat ökande intresset för lokalproducerat och ekologiskt (Fri Köpenskap, 2020-03-03; 2019-12-06) och premiera dessa livsmedel i såväl prissättning som sortiment.

4.7.2 Minskat matsvinn

Det är inte enbart konsumtionen av livsmedel som behöver bli mer miljövänlig, det gäller också hanteringen av livsmedel hos företag och konsumenterna. Ett stort problem är det som brukar kallas matsvinn, det vill säga mat som kasseras. Ett omfattande matsvinn leder till en överproduktion som orsakar onödig negativ miljöpåverkan genom produktion, förädling, distribution, konsumtion och avfallshantering (Naturvårdsverket, 2014).

Matsvinnet behöver minska i alla led och hos alla aktörer. Det gäller också handeln. Livsmedelsbutiker är enligt en ny kartläggning den näst största källan till matsvinn. Avfallet uppskattas uppgå till 100 000 ton per år och är därmed större än vad som tidigare antagits (Andersson et al., 2020)¹⁰⁵. Inom dagligvaruhandeln bedrivs det generellt ett målmedvetet arbete med att minska det egna matsvinnet. Statistik tyder på att det ger resultat¹⁰⁶, men det finns fortfarande möjlighet att utveckla koncept i butik och göra förändringar som minskar svinn (Fri Köpenskap, 2019-10-28). Till exempel genom att inte enbart exponera mat som ser perfekt ut och skänka, tillaga eller göra särskilda insatser för att sälja mat som närmar sig bäst före-datum. Forskning har också påvisat att stora inköp i samband med kampanjer är en betydande källa till matsvinn (Schütt, & Strid, 2013). Dessutom har en ny utmaning i att minska matsvinnet uppstått genom e-handeln. Vid e-handel måste kundnöjdhet garanteras utan att kunden själv plockat ut varan, vilket skapar en risk för svinn (AGFO, 2019-09-18).

Utöver att minska det egna svinnet har handlare möjlighet att bidra till minskat matsvinn hos konsumenterna, som är de som står för den största delen. Närmare 50 kilo ätbar mat per person slängs under ett år (IVL, 2020-02-20). Handlare bör därför se över hur man använder lockpriser och mängdrabatter som medel för merförsäljning (Naturvårdsverket, 2014)¹⁰⁷ och i högre utsträckning själva informera kunder om hur de kan minska sitt matsvinn. Det kan gälla hur och vad man konsumerar, men ännu viktigare är att öka kunskapen hos konsumenterna om att varor ofta håller längre än bäst före-datum och om hur man avgör om en vara är brukbar eller ej.

Bäst före-datumet bidrar till stora mängder matsvinn då många konsumenterna ser det som en tydlig gräns för hur länge en vara är brukbar. En tredjedel av hushållens matsvinn har enligt en tidigare uppskattning kunnat kopplas till datummärkningen (Rosengren, 2017). Detta kan delvis avhjälpas genom en ökad allmän information och kunskap¹⁰⁸. Men det är också av värde att sådan information framgår på

¹⁰⁴ Det finns exempel på handlare som jobbar med att öka sitt sortiment av lokalt framtagna varor och den utvecklingen bör fortsätta (Fri Köpenskap, 2020-04-16).

¹⁰⁵ Enligt forskning tenderar frukt och grönt att utgöra den absoluta majoriteten av svinnet mätt i varuvolymer. Mätt i utsläpp är bilden mer komplex på grund av de större utsläppen per enhet från animaliska produkter (Eriksson, 2015).

¹⁰⁶ E-handels matsvinn ingår dock ännu inte i officiella kartläggningar av matsvinn, varför det faktiska matsvinnet från branschen är högre än vad som går att utläsa från statistiken.

¹⁰⁷ Förpackningsstorlekarna (volymen i varuinnehållet per enhet) och varsam hantering av varor är också av betydelse enligt Naturvårdsverket.

¹⁰⁸ I princip alla konsumenterna vet att varor kan hålla längre än bäst före-datum, men i praktiken agerar relativt många som om bäst-före datum är en signal på att mat bör kasseras (Livsmedelsverket/Sifo, 2015).

livsmedelsförpackningar. Ett sådant system kan inte med lätthet införas genom förändring av svensk lagstiftning (EG 178/2002; EU 1169/2011; Livsmedelsverket, 2020-03-05). Delvis mot bakgrund av detta bör det i första hand bedrivas ett arbete inom branschen för att åstadkomma standarder och principer för märkning med utökad information om varans hållbarhetstid¹⁰⁹. Det är viktigt att etablera ett enhetligt system som skapar tydlighet för kunden för att minska svinn.

Det matavfall som ändå uppstår bör i görligaste mån tas om hand på bästa sätt. Därför krävs fungerande system för insamling och hantering av matavfall (Andersson, et al. 2019)¹¹⁰ och införande av en skyldighet att sortera matavfall för både hushåll och verksamheter. Därutöver är det av största vikt att det finns en väl fungerande kontroll för att säkerställa att alla erbjuds goda förutsättningar att sortera.

4.7.3 Politiska förändringar

- Differentiera momsen på livsmedel utifrån dess påverkan på miljö och klimat.
- Införa en generell skyldighet för hushåll och verksamheter att sortera ut matavfall, liksom de krav som redan idag finns på att sortera ut förpackningar, tidningar, elavfall med mera.
- Införa styrmedel för att öka konsumtionen av växtbaserad kost, till exempel punktskatter på kött, tullar på klimatsämare kött och låg andel kött i offentlig upphandling.
- Inrätta stöd till lantbrukare att övergå till ekologisk och växtbaserad livsmedelsproduktion. Det kan exempelvis ske genom rådgivning, omställningsstöd, åtgärder för marknadsutveckling eller en smartare användning av EU:s jordbruksstöd.

4.7.4 Branschförändringar

- Utveckla arbetssätt för hur dagligvaruhandeln bättre kan informera om hur kunden kan minska sitt eget matsvinn och om att produkter ofta håller längre än bäst före-datum.
- Utveckla nya arbetssätt för att minska matsvinnet i butiker.
- Verka för att dagligvaruhandelns företag premierar närodlade, ekologiska och växtbaserade livsmedel i prissättning och sortiment.
- Utveckla standarder och principer inom branschen för varumärkning med utökad information om produktens hållbarhetstid.

¹⁰⁹ *Samarbete mellan branschaktörer i livsmedelskedjan är överlag en nyckel till att minska matsvinnet (Livsmedelsverket, Jordbruksverket & Naturvårdsverket, 2018). Organiserade initiativ i den riktningen togs tidigare under året (Aktuell hållbarhet, 2020-04-12; IVL 2020-04-12). Förhoppningsvis ingår även alla större detaljister på sikt i ett riktat och formaliserat samarbete för minskat matsvinn som inbegriper hela livsmedelskedjan.*

¹¹⁰ *Rapporten gör gällande att cirka 20 procent av Sveriges kommuner saknar system för separat insamling av matavfall.*

Källförteckning

1. Accenture (2015). *Circular advantage. Innovative business models and technologies to create value in a world without limits to growth*.
https://www.accenture.com/t20150523t053139__w_/us-en/_acnmedia/accenture/conversion-assets/dotcom/documents/global/pdf/strategy_6/accenture-circular-advantage-innovative-business-models-technologies-value-growth.pdf.
2. ACW (2019). *Green collective agreements database*.
<https://adaptingcanadianwork.ca/green-collective-agreements-database/>
3. AGFO (2019-09-18). *Ökad e-handel kan bli matsvinnsfälla*.
<https://agfo.se/2019/09/okad-e-handel-kan-bli-matsvinnsfalla/>
4. Aftonbladet (2019-06-20). *XXL:s tf vd Johan Ljung berömmar granskningen: vi kan bli bättre*.
<https://www.aftonbladet.se/nyheter/a/MRaozm/xxls-tf-vd-johan-ljung-berommer-granskningen-vi-kan-bli-bättre>
5. Akademikern (2019-03-29). *Spaning: Dags att avtala grönt*. <https://akademikern.se/reportage/spaning-dags-att-avtala-gront>
6. Aktuell hållbarhet (2010-05-18). *Personliga utsläppskvoter till debatt*.
<https://www.aktuellhallbarhet.se/miljo/klimat/personliga-utslappskvoter-till-debatt/>
7. Aktuell hållbarhet (2016-09-16). *Svenskar vill se rejält höjda priser på plastpåsar*.
<https://www.aktuellhallbarhet.se/miljo/plast/svenskar-vill-se-rejalt-hojda-priser-pa-plastpavar/>
8. Aktuell hållbarhet (2019-03-26). *Så blir e-handels klimathandel*.
<https://www.aktuellhallbarhet.se/miljo/klimat/sa-blir-e-handel-klimathandel/>
9. Aktuell hållbarhet (2019-11-21). *Företag åtalas för "planerat åldrande"*.
<https://www.aktuellhallbarhet.se/miljo/cirkular-ekonomi/foretag-atalas-for-planerat-aldrande/>
10. Aktuell hållbarhet (2020-04-08). *IVL: Geografiska faktorer påverkar bärkassens miljöpåverkan*.
<https://www.aktuellhallbarhet.se/miljo/klimat/ivl-geografiska-faktorer-paverkar-barkassens-miljopaverkan/>
11. Aktuell hållbarhet (2020-04-12). *Livsmedelsaktörer enas om strategi mot matsvinn*.
<https://www.aktuellhallbarhet.se/miljo/livsmedel/livsmedelsaktorer-enas-om-strategi-mot-matsvinn/>
12. Aktuell hållbarhet (2020-04-14). *Hållbarhetschefer: Coronakrisen riskerar lägga våt filt över klimatinvesteringar*.
<https://www.aktuellhallbarhet.se/alla-nyheter/hallbarhetsarbete/hallbarhetschefer-coronakrisen-riskerar-lagga-vat-filt-over-klimatinvesteringar/>
13. Alexius, S; Castillo, D & Rosenström, M. (2014). *Contestation in Transition. Value configurations and market reform in the markets for Alcohol, Gambling and Coal*. I Alexius, S. & Tamm-Hallström, K. (red.) *Configuring value conflicts in markets*. Cheltenham: Edward Elgar.
<https://www.e-elgar.com/shop/gbp/configuring-value-conflicts-in-markets-9781782544463.html>
14. Althoff Palm, D., Himmelstrup Dahl, E., Holmgren, T., Moliis, S., Bigum, M. & Mckinnon, D. (2019). *Miljöpåståenden för textilier på den Nordiska marknaden*. Rapport TemaNord 2019:506, Nordiska ministerrådet. <https://norden.diva-portal.org/smash/get/diva2:1294503/FULLTEXT01.pdf>
15. Andersson, T., Bhasin, A., Viklund, L., Stålhandske, S. & Guban, P. (2019). *Uppföljning av etappmålet för ökad resurshushållning i livsmedelskedjan – data för år 2018*. Rapport 2019:15, SMED för Naturvårdsverket.
<http://www.diva-portal.se/smash/get/diva2:1394202/FULLTEXT01.pdf>
16. Andersson, T. & Stålhandske, S. (2020). *Matavfall i Sverige 2018*. SMED för Naturvårdsverket.
<https://www.naturvardsverket.se/Documents/publ-filer/978-91-620-8857-6.pdf?pid=26031>.
17. Arvidsson, N. (2019). *Så blir last mile hållbar och effektiv*. Seminarium, 2019-02-28, Handelsrådet & HUI research. <https://handelsradet.se/wp-content/uploads/2019/02/Sa-blir-last-mile-hallbar-och-effektiv-2018-02-08.pdf>
18. Arbetsvärlden (2017-02-14). *Gröna avtal – så lyckades facken i Kanada*. <https://www.arbetsvarlden.se/grona-avtal-sa-lyckades-kanada/>
19. Aslan, D.U. & Fredriksson, C. (2017). *Den hållbara handelsstaden – om konsten att hantera gröna konsument*. I Aslan, U.M & Fredriksson, C. (red.) *Handelsstad i förvandling*, Lund: Lunds Universitet.
https://www.ism.lu.se/sites/ism.lu.se/files/handelstad_web_version_small.pdf

20. Axel Johnson (2019). *Mat.se lanserar unik klimatmärkning av livsmedel*.
<https://www.axeljohnson.se/nyheter/mat-se-lanserar-unik-klimatmarkning-av-livsmedel/>
21. Belleza, E. & Youhanan, L. (2017). *Rätt sak till rätt behandling – materialåtervinning, avfallsförbränning och detoxifiering av sambället*. Rapport B2278, IVL Svenska Miljöinstitutet för Avfall Sverige.
<https://www.ivl.se/download/18.6524e7bf15dd1169a5e5df/1504608326428/B2278.pdf>
22. Berggren, C. (2018). *En kompetent handel. Omställning och kompetensförsörjning i handeln*. Handels rapporter 2018:3, Handelsanställdas förbund. <https://handels.se/globalassets/centralt/media/pressrum/rapporter/2018/en-kompetent-handel.pdf>
23. Bergman, M., Lind, H., Söderlind, J. & Åsbrink, E. (2019). *Handel, stad och hållbarhet i en digital tid – en nulägesrapport*. Handels Ekonomiska Råd.
https://handelsradet.se/wp-content/uploads/2019/10/HER_Rapport_Handel-stad-hallbarhet_210x2706.pdf
24. Bernes, C. (2016). *En varmare värld. Växthuseffektens och klimatets förändringar*. Monitor 23, Naturvårdsverket. <https://www.naturvardsverket.se/Documents/publikationer6400/978-91-620-1300-4.pdf?pid=19441>
25. Botsman, R. & Rogers, R. (2011). *What's Mine is Yours: How Collaborative Consumption is Changing the Way we Live*. New York: HarperCollins Business. <https://www.harpercollins.co.uk/9780007395910/whats-mine-is-yours-how-collaborative-consumption-is-changing-the-way-we-live/>
26. Breakit (2017-11-06). *Så stor miljöbov är du när du klickar hem prylar från Wish*.
<https://www.breakit.se/artikel/9588/sa-stor-miljobov-ar-du-nar-du-klickar-hem-prylar-fran-wish>
27. Brännlund, R. (2017). *Kostnader och intäkter i Sverige av långsiktiga klimatförändringar – en litteraturöversikt*. Miljöekonomi – Specialstudie 60, Konjunkturinstitutet.
<https://www.konj.se/download/18.3e76a34916095bdeffbbab62/1514537449899/Specialstudie-60.pdf>
28. Carlén, S. & Rosenström, M. (2018). *Hur påverkar digitaliseringen framtida sysselsättning och kompetensbehov i Handeln?* Handels rapporter 2018:2, Handelsanställdas förbund.
<https://handels.se/globalassets/centralt/media/pressrum/rapporter/2018/handels-rapport-om-digitalisering.pdf>
29. Chalmers Tekniska Högskola (2018). *Standardisering bäddar för bättre plaståtervinning*.
<https://www.chalmers.se/sv/institutioner/ims/nyheter/Sidor/Antal-s%C3%A4tter-standard-f%C3%B6r-plast%C3%A5tervinning.aspx>
30. Computer Sweden (2019-03-29). *E-handelns miljöbovar – fria returer och onödigt stora förpackningar*.
<https://computersweden.idg.se/2.2683/1.716782/e-handelns-miljobovar--returer-och-forpackningar>
31. Dahlgren, L. & Strippel, H. (2016). *A comparative LCA study of various concepts for shopping bags and cement sacks*. Rapport U5732, IVL Svenska Miljöinstitutet.
<https://www.billerudkorsnas.com/globalassets/billerudkorsnas/sustainability/lca-and-epd/lca-for-packaging-concepts--billerudkorsnas-report-u5732-ivl-2016.pdf>
32. Dagens Arena (2018-11-01). *65 procent av konsumtionsutsläppen sker i utlandet*.
<https://www.dagensarena.se/innehall/65-procent-av-konsumtionsutslappen-sker-utlandet/>
33. Dagens ETC (2019-09-05). *Priset på ekomat närmar sig den konventionella*. <https://www.etc.se/klimat/priset-ekomat-narmar-sig-den-konventionella>
34. Dagens Handel (2019-04-24). *Fairtrade ökar kraftigt*.
https://www.dagenshandel.se/article/view/657928/fairtrade_okar_kraftigt
35. Dagens Handel (2019-07-23). *Stark tillväxt för second hand-utmanaren Sellpy*.
https://www.dagenshandel.se/article/view/669438/stark_tillvaxt_for_second_handutmanaren_sellpy?ref=rss
36. Dagens Handel (2019-10-10). *H&M majoritetsägare i Sellpy*.
https://www.dagenshandel.se/article/view/681036/hm_majoritetsagare_i_sellpy
37. Dagens Handel (2019-10-11). *Handeln ritar om städerna*.
https://www.dagenshandel.se/article/view/681267/handeln_ritar_om_staderna?ref=rss
38. Dagens Industri (2017-09-18). *Utländsk e-handel ökar i Sverige*. <https://digital.di.se/artikel/utlandsk-e-handel-okar-i-sverige>
39. Dagens Industri (2019-12-07). *Färre ställer om till ekologiskt jordbruk*. <https://www.di.se/nyheter/farre-staller-om-till-ekologiskt-jordbruk/>

40. Dagens Industri (2020-04-02). *Coronakrisen: "Klimatmålen kommer i andra hand"*. <https://www.di.se/hallbart-naringsliv/coronakrisen-klimatmalen-kommer-i-andra-hand/>
41. Dagens Nyheter (2017-09-29). *Klimatsmartare att inte återvinna kläder*. <https://www.dn.se/ekonomi/global-utveckling/klimatsmartare-att-inte-atervinna-kladerna/>
42. Dagens Nyheter (2018-12-15). *Ny märkning kan hjälpa till att minska prylsvinnet*. <https://www.dn.se/debatt/ny-markning-kan-hjalpa-till-att-minska-prylsvinnet/>
43. Dagens Nyheter (2019-10-24). *Snart kan du hyra kläder från de stora modeaktörerna*. <https://www.dn.se/ekonomi/snart-kan-du-hyra-klader-fran-flera-stora-modeaktorer/>
44. Dagens Samhälle (2018-06-29). *Få kommuner kräver återvunnet material*. <https://www.dagenssamhalle.se/nyhet/fa-kommuner-kraver-atervunnet-material-28541?noaccount=true>
45. Diffenbaugh, N.S. & Burke, M. (2019). *Global warming has increased global economic inequality*. Proceedings of the National Academy of sciences of the United States of America, 116 (20). <https://www.pnas.org/content/116/20/9808>
46. E-handel.se (2020-02-07). *Så ska H&M bli helt cirkulära: "Vi letar konstant"*. <https://www.ehandel.se/sa-ska-hm-bli-helt-cirkulara-vi-letar-konstant>
47. Ekström, K.M. & Glans, K. (2010). *Beyond the consumption bubble*. Abigdon: Routledge. <https://www.routledge.com/Beyond-the-Consumption-Bubble/Ekstrom-Glans/p/book/9780415653657>
48. Ekström, K.M. (2012). *Om behovet av konsumtionskritik i ett konsumtionssambälle*. I Weibull, L., Oscarsson, H. & Bergström, A. (red.) Vägskalet, Göteborg: SOM-insitutet Göteborgs Universitet. https://www.som.gu.se/digitalAssets/1453/1453873_23-karin-m-ekstr--m.pdf
49. Ekström, K.M., Gustafsson, E., Hjelmgren, D. & Salomonson, N. (2015). *Hållbar handel med kläder – återvinning och återanvändning av kläder och andra textilier*. Forskningsrapport 2015:2, Handelsrådet. <https://handelsradet.se/wp-content/uploads/2015/04/2015-2-Hallbar-handel-med-klader.pdf>
50. Ekvall, T., Liptow, C. & Miliutenko, S. (2020). *Single-use plastic bags and their alternatives. Recommendations from Life Cycle Assessments*. United Nations Environment Programme. <https://www.lifecycleinitiative.org/wp-content/uploads/2020/04/Single-use-plastic-bags-and-alternatives-Recommendations-from-LCA-final.pdf>
51. Elander, M., Tojo N., Tekie H. & Hennlock M. (2017a). *Impact assessment of policies promoting fiber-to-fiber recycling of textiles*. Mistra Future Fashion report, 2017:3, IVL Svenska Miljöinstitutet. <http://mistrafuturefashion.com/wp-content/uploads/2017/06/MFF-report-2017-2-Impact-Assessment-of-policies-promoting-fiber-to-fiber-recycling-of-textiles.pdf>
52. Elander, M., Watson D. & Gylling, A.C. (2017b). *Evaluation of business models for increased reuse, collective use and prolonged life time of textiles*. Mistra Future Fashion Report, 2017:4, IVL Svenska Miljöinstitutet. <http://mistrafuturefashion.com/wp-content/uploads/2017/11/D3.3.3.1.-Evaluation-of-business-models.pdf>
53. Emilsson, E. & Dahllöf, L. (2019). *Lithium-Ion Vehicle Battery Production. Status 2019 on Energy Use, CO2 Emissions, Use of Metals, Products Environmental Footprint, and Recycling*. Rapport C444, IVL Svenska Miljöinstitutet. <https://www.ivl.se/download/18.14d7b12e16e3c5c36271070/1574923989017/C444.pdf>
54. Energimyndigheten/Naturvårdsverket (2004). *Utvärdering av styrmedel i klimatpolitiken*. Delrapport 2 i Energimyndighetens och Naturvårdsverkets underlag till Kontrollstation 2004. Rapport 5394. <http://www.naturvardsverket.se/Documents/publikationer/620-5394-9.pdf?pid=3026>
55. Eriksson, M. (2015). *Supermarket food waste. Prevention and management with the focus on reduced waste for reduced carbon footprint*. Diss. 2015:119. Sveriges Lantbruksuniversitet, Uppsala. <https://handelsradet.se/wp-content/uploads/2016/01/2015-Supermarket-food-waste.pdf>
56. EU-kommissionen (2015a). *Att sluta kretsloppet – en EU-handelningsplan för den cirkulära ekonomin*. Meddelande från kommissionen till Europaparlamentet, Rådet, Europeiska Ekonomiska och Social Kommittén samt Regionkommittén, COM (2015) 614 final av den 2 december 2015. https://eur-lex.europa.eu/resource.html?uri=cellar:8a8ef5e8-99a0-11e5-b3b7-01aa75ed71a1.0008.02/DOC_1&format=PDF
57. EU-kommissionen (2015b). *Impact assessment accompanying the document "Proposal for a Directive of the European Parliament and of the Council amending Directive 2003/87/EC to enhance cost-effective emission reductions and lowcarbon investments."* SWD (2015) 135 final av den 15 juli 2015. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=SWD%3A2015%3A135%3AFIN>

58. EU-kommissionen (2017). *Attitudes of European citizens towards the Environment*. Special Eurobarometer 468. https://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/archives/ebs/ebs_295_en.pdf
59. EU-kommissionen (2019a). Climate Change. Survey requested by the European Commission, Directorate-General for Communication and co-ordinated by the Directorate General for Communication. Special Eurobarometer 490. https://ec.europa.eu/clima/sites/clima/files/support/docs/report_2019_en.pdf
60. EU-kommissionen (2019b). *Meddelande från kommissionen. Den europeiska gröna given*. COM (2019) 640 final av den 11 december 2019. https://eur-lex.europa.eu/resource.html?uri=cellar%3Ab828d165-1c22-11ea-8c1f-01aa75ed71a1.0007.02%2FDOC_1&format=PDF&fbclid=IwAR2qAw0x5E9yVt1SA9CCWGP20B2Wy01b3PnPlg8NNQDrhacI2pcPXX-IK8
61. Europaparlamentet och rådets förordning (EG) nr 178/2002 av den 28 januari 2002. Om allmänna principer och krav för livsmedelslagstiftning, om inrättande av Europeiska myndigheten för livsmedelssäkerhet och om förfaranden i frågor som gäller livsmedelssäkerhet. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SV/TXT/PDF/?uri=CELEX:02002R0178-20180701&qid=1562918485615&from=SV>
62. Europaparlamentets och rådets förordning (EU) nr 1169/2011 av den 25 oktober 2011. Om tillhandahållande av livsmedelsinformation till konsumenterna, och om ändring av Europaparlamentets och rådets förordningar (EG) nr 1924/2006 och (EG) nr 1925/2006 samt om upphävande av kommissionens direktiv 87/250/EEG, rådets direktiv 90/496/EEG, kommissionens direktiv 1999/10/EG, Europaparlamentets och rådets direktiv 2000/13/EG, kommissionens direktiv 2002/67/EG och 2008/5/EG samt kommissionens förordning (EG) nr 608/2004. <https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2011/1169/oj/swe>
63. Figueres, C. (2020-04-21). *Doers and thinkers part 1*. Earth Day Week Climate Conference, We Don't Have Time.
64. FN (2009). *Women, gender equality and climate change*. UN Women Watch. https://www.un.org/womenwatch/feature/climate_change/downloads/Women_and_Climate_Change_Factsheet.pdf
65. Forskning & Framsteg (2019:2). *E-handelns returer skadar miljön*. <https://fof.se/tidning/2019/2/artikel/e-handelns-returer-skadar-miljon>
66. Forskning.se (2020-02-20). *Klirr i kassan när företag blir mer hållbara*. <https://www.forskning.se/2020/02/20/klirr-i-kassan-nar-foretag-blir-hallbara/#>
67. Fossilfritt Sverige (2020a). *Om Fossilfritt Sverige*. <http://fossilfritt-sverige.se/om-fossilfritt-sverige/>
68. Fossilfritt Sverige (2020b). *Transportutmaningen*. <http://fossilfritt-sverige.se/utmaningar/transportutmaningen/>
69. Fredriksson, C. (2016). Fashion thinking practice. On crafting confessions and the creative consumer. *Fashion Practice. The Journal of Design, Creative Process & the Fashion Industry*, 8(1), s.149–167. <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/17569370.2016.1147694?journalCode=rffp20>
70. Fri Köpenskap (2019-10-28). *Lidl pressar matsvinnet- så stor är andelen hos kedjorna*. https://www.fri-kopenskap.se/article/view/683787/lidl_pressar_matsvinnet_sa_lag_ar_andelen_och_ovriga_kedjors?ref=newsletter&utm_medium=email&utm_source=newsletter&utm_campaign=daily
71. Fri Köpenskap (2019-12-06). *Ekolantbrukarna riktar kritik mot handeln*. https://www.fri-kopenskap.se/article/view/690961/ekolantbrukarna_riktar_kritik_mot_handeln?rel=related
72. Fri Köpenskap (2020-03-03). *6 av 10 företag tror på ökning av ekologiskt*. https://www.fri-kopenskap.se/article/view/703464/6_av_10_foretag_tror_pa_okning_av_ekologiskt
73. Fri Köpenskap (2020-04-16). *Lidl tecknar avtal med fler lokala producenter*. https://www.fri-kopenskap.se/article/view/713819/lidl_tecknar_avtal_med_fler_lokala_producenter?ref=newsletter&utm_medium=email&utm_source=newsletter&utm_campaign=daily
74. Fuentes, C. & Fredriksson, C. (2016). *Sustainability service in-store. Service work and the promotion of sustainable consumption*. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 44(5), s.492–507. <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/IJRDM-06-2015-0092/full/html>

75. Ghodrati, B., Al-Chalabi, H. & Hoseinie, H. (2015). *Environmental friendly manufacturing and support. Issues and challenges*. International Conference on Environmental Engineering and Pollution Technology, Luleå tekniska högskola.
<http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:1005963/FULLTEXT01.pdf>
76. Global utmaning (2009). *Klimatpolitik och konkurrensförmåga – hur undvika koldioxidläckage?*
https://www.globalutmaning.se/wp-content/uploads/sites/8/2010/09/Klimatrapport5_Kleen.pdf
77. GOTS (2020). *Global Organic Textile Standard (GOTS) 6.0*
https://www.global-standard.org/images/GOTS_Documents/GOTS_Version_6.0_EN.pdf
78. GS (2017). *Förpackningsindustrin, klimatet och fackligt arbete*.
<https://www.gsacket.se/globalassets/dokument/rapporter/forpackningsrapport.pdf>
79. Hallberg, S., Miliutenko, S., Hjort, A. & Strömberg, E. (2018). *Miljöbedömning av avfallsemballage. Livscykelanalys av olika alternativ*. Rapport B2307, IVL Svenska miljöinstitutet.
<https://www.ivl.se/download/18.2aa26978160972788071d000/1530023661094/B2307.pdf>
80. Hallegatte, S., Bangalore, M., Bonzanigo, L., Fay, M., Kane, T., Narloch, U., Rozenberg, J., Treguer, D. & Vogt-Schilb, A. (2016). *Poverty and climate change*. I Fankhauser, S. & McDermott T.K.J. (red.) *The Economics of Climate-resilient Development*. Cheltenham: Edward Elgar. <https://www.elgar.com/shop/gbp/the-economics-of-climate-resilient-development-9781785360305.html>
81. Handelsns Utvecklingsråd (2014). *Hållbar butik. Resultat från nio forskningsprojekt*. <https://handelsradet.se/wp-content/uploads/2010/05/2014-Hallbar-butik-resultat-fran-nio-forskningsprojekt.pdf>
82. Hamilton, C. & Raison, B. (2019). *Understanding food labels*. *Journal of Agriculture, Food Systems, and Community Development*, 8(4), s.13–22. <https://www.foodsystemsjournal.org/index.php/fsj/article/view/685>
83. Hellström, D., Hjort, K., Hall Karlsson, S. & Oghazi, P. (2017). *Konsumenttrender i digital handel: balansakt i tre dimensioner*. Forskningsrapport 2017:5, Handelsrådet. <https://lup.lub.lu.se/search/publication/58db09af-4cd6-43ca-ae2f-8666e5e95899>
84. Hällje, P. (2019). *Återbruksbarometern 2019 del 2. Björkfrihet/Emmaus Björkä*.
<http://emmausbjorka.se/2019/12/16/aterbruksbarometern-2019-del-2-vad-tycker-och-tror-svenska-folket/>
85. IPCC (2018). *Summary for Policymakers*. I Stocker, T.F., Qin, D., Plattner, G.-K., Tignor, M., Allen, S.K., Boschung, J., Nauels, A., Xia, Y., Bex, V. & P.M. Midgley (red.). *Global Warming of 1.5°C. An IPCC Special Report on the impacts of global warming of 1.5°C above pre-industrial levels and related global greenhouse gas emission pathways, in the context of strengthening the global response to the threat of climate change, sustainable development, and efforts to eradicate poverty*. Cambridge: Cambridge University Press.
https://www.ipcc.ch/site/assets/uploads/2018/02/WG1AR5_SPM_FINAL.pdf
86. IVL Svenska Miljöinstitutet (2020-02-20). *Sveriges matavfall fyller Globen fyra gånger om*.
<https://www.ivl.se/toppmeny/pressrum/pressmeddelanden/pressmeddelande---arkiv/2020-02-20-sveriges-matavfall-fyller-globen-fyra-ganger-om.html>
87. IVL Svenska Miljöinstitutet (2020-04-12). *Samarbete för minskat matsvinn*.
<https://www.ivl.se/download/18.a9777d8170f852f33f2ad/1585320423689/samarbetef%C3%B6rminskatmatsvinn.pdf>
88. Jagers, S.C., Löfgren, Å. & Stripple, S. (2010). *Attitudes to personal carbon allowances: political trust, fairness and ideology*. *Climate Policy*, 10(4), s.410-431. [https://portal.research.lu.se/portal/en/publications/attitudes-to-personal-carbon-allowances-political-trust-fairness-and-ideology\(6beb8028-667c-4df1-9be6-2bb3523ddab9\)/export.html](https://portal.research.lu.se/portal/en/publications/attitudes-to-personal-carbon-allowances-political-trust-fairness-and-ideology(6beb8028-667c-4df1-9be6-2bb3523ddab9)/export.html)
89. Johannesson, C., Sanne, K., Youhanan, L. & Zhang, Y. (2019). *Vilken mugg är bäst för miljön? Livscykelanalys av engångsmuggar och flegångsmuggar för in the go-kaffe*. Rapport U6129, IVL Svenska Miljöinstitutet för Håll Sverige Rent.
<https://via.tt.se/data/attachments/00973/3b39f428-e8a3-451c-90c9-0db2e43e1637.pdf>
90. Jonsson, A., Egels-Zandén, N., Hagberg, J., Lammgård, C. & Sundström, M. (2017). *Handelns digitalisering och förändrade affärer*. Forskningsrapport 2017:4, Handelsrådet. <https://handelsradet.se/wp-content/uploads/2017/05/2017-4-Handelns-digitalisering-och-forandrade-affarer.pdf>
91. Jordbruksverket (2019). *Jordbruket och övergödning*.
<http://www.jordbruksverket.se/amnesomraden/miljoklimat/ingenovergodning/jordbruketochovergodningen.4.4b00b7db11efe58e66b80001608.html>

92. Jordbruksverket (2019b). *Konsumtion av livsmedel. Totalkonsumtion*. Jordbruksverkets statistikdatabas. <http://statistik.sjv.se/PXWeb/pxweb/sv/Jordbruksverkets%20statistikdatabas/?rxid=5adf4929-f548-4f27-9bc9-78e127837625>
93. Kairos Future (2019). *Möt framtidens hållbara konsumenter. En etnografisk studie av mikrokulturer med fokus på hållbarhet*. <https://klimat2030.se/content/uploads/2019/10/mot-framtidens-hallbara-konsumenter.pdf>
94. Knight, K., W, Rosa, E.A. & Schor, J.B. (2013). *Could working less reduce pressures on the environment? A cross-national panel analysis of OECD countries, 1970–2007*. *Global Environmental Change*, 23(4), s.691–700. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0959378013000472>
95. Konjunkturinstitutet (2017). *Klimatpolitisk inventering. Del 2. Miljöekonomi, Specialstudie 59*. <https://www.konj.se/download/18.21a15ba916066d05ff680a6a/1513692695855/Specialstudie%2059%20Klimatpolitisk%20inventering%20del%202.pdf>
96. Konkurrensverket (2017). *Konkurrens och tillväxt på digitala marknader. Ett regeringsuppdrag om e-handel och delningsekonomi*. Konkurrensverkets rapportserie 2017:2, Konkurrensverket. http://www.konkurrensverket.se/globalassets/publikationer/rapporter/rapport_2017-2.pdf
97. Klimatpolitiska rådet (2019). *Årsrapport*. Klimatpolitiska rådet. <https://www.klimatpolitiskaradet.se/wp-content/uploads/2019/09/kprrapport190426.pdf>
98. Kommerskollegium (2019). *Gränsjusteringsåtgärder för koldioxidutsläpp. En analys av de handelsrelaterade aspekterna och vägen framåt*. <https://www.kommerskollegium.se/globalassets/publikationer/rapporter/2019/publ-gransjusteringsatgarder-for-koldioxidutslapp.pdf>
99. Konjunkturinstitutet (2020). *Biodrivmedel och kolförråden*. https://www.konj.se/download/18.14db8b3416fd3c6eecf925a/1579856164092/Specialstudie_Biodrivmedel%20och%20kolf%C3%B6rr%C3%A5den.pdf
100. Konsumentverket (2017). *Märkningsguiden*. <https://www.hallakonsument.se/miljo-och-hallbarhet/handla-hallbart/markningsguiden/>
101. Konsumentverket (2018). *Konsumenterna och miljön 2018. Möjligheter att göra val med miljöhänsyn*. Rapport 2018:17, Konsumentverket. <https://www.konsumentverket.se/globalassets/publikationer/varverksamhet/konsumenterna-och-miljon-2018-17-konsumentverket.pdf>
102. Konsumentverket (2020). *Normernas betydelse för hållbar konsumtion. En kunskapsöversikt*. Underlagsrapport 2020:1, Konsumentverket. <https://publikationer.konsumentverket.se/hallbarhet/underlagsrapport-2020-1-normers-betydelse-for-hallbar-konsumtion>
103. Lantbrukets Affärstidning (2018-07-21). *Mindre andel Krav-märkta produkter*. <https://www.atl.nu/lantbruk/krav-markta-produkter-minskar/>
104. Lindkvist Haziri, L. (2020). *Improving design for remanufacturing through feedback from remanufacturing to design*. Diss: 2034, Linköpings Universitet. <http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:1412251/FULLTEXT01.pdf>
105. Livsmedelsverket/Sifo (2015). *Kvantitativ undersökning om konsumenters kännedom, attityd och beteende kring matsvinn*. <https://www.livsmedelsverket.se/globalassets/matvanor-halsa-miljo/miljo/matsvinn/matsvinn-20151104.pdf>
106. Livsmedelsverket (2019). *Tips för att minska ditt matsvinn*. <https://www.livsmedelsverket.se/matvanor-halsa--miljo/miljo/ta-hand-om-maten-minska-svinnet/Tips-minska-matsvinnnet/>
107. Livsmedelsverket (2020-03-05). *Datummärkning i butik*. <https://www.livsmedelsverket.se/produktion-handel-kontroll/livsmedelsinformation-markning-och-pastaenden/datummarkning-i-butik?AspxAutoDetectCookieSupport=1>
108. Livsmedelsverket, Jordbruksverket & Naturvårdsverket (2018). *Fler gör mer. Handlingsplan för minskat matsvinn 2030*. https://www.livsmedelsverket.se/globalassets/matvanor-halsa-miljo/miljo/matsvinn/fler-gor-mer-handlingsplan-for-minskat-matsvinn_20180618.pdf

109. Ljungkvist Nordin, H., Westöö, A.K., Boberg, N., Fråne, A., Guban, P., Sörme, L. & Ahlm, M. (2019). *Kartläggning av plastflödet i Sverige. Råvara, produkter, avfall och nedskräpning*. Rapport 2019:1, SMED för Naturvårdsverket.
https://www.ivl.se/download/18.20b707b7169f355daa77278/1560882539303/SMED%20Rapport%202019_Kartl%C3%A4ggning%20av%20plastavfallsfl%C3%B6den.pdf
110. LO (2018). *Fem förslag för en investeringsledd klimatpolitik. En klimatpolitisk rapport från LO*.
[https://www.lo.se/home/lo/res.nsf/vRes/lo_fakta_1366027478784_fem_klimatpolitiska_forslag_pdf/\\$File/fem_klimatpolitiska_forslag.pdf](https://www.lo.se/home/lo/res.nsf/vRes/lo_fakta_1366027478784_fem_klimatpolitiska_forslag_pdf/$File/fem_klimatpolitiska_forslag.pdf)
111. LO (2019). *Program för jämlikhet*.
[https://www.lo.se/home/lo/res.nsf/vRes/lo_fakta_1366027478784_program_for_jamlikhet_pdf/\\$File/Program_for_jamlikhet.pdf](https://www.lo.se/home/lo/res.nsf/vRes/lo_fakta_1366027478784_program_for_jamlikhet_pdf/$File/Program_for_jamlikhet.pdf)
112. Lunds Tekniska Högskola/LETS (2020). *Personliga utsläppskvoter*. LETS-nytt 2010:4.
https://www.lth.se/fileadmin/lets2050/Nyhetsbrev/LETS-Nytt_2010_NR4.pdf
113. Market (2019-05-10). *Gina Tricot hakar på trenden - byr ut partykläder: "Gör oss ännu mer hållbara"*.
<https://www.market.se/nyhet/gina-tricot-hakar-pa-trenden-hyr-ut-partyklader-gor-oss-annu-mer-hallbara>
114. Market (2019-10-02). *Här är klädjättarnas svar på kundernas tuffare hållbarhetskrav*.
<https://www.market.se/premium/har-ar-kladkedjornas-svar-pa-kundernas-tuffare-hallbarhetskrav>
115. Market (2019-11-17). *Därför slopar allt fler e-handlare gratis frakt och fria returer*. <https://www.market.se/e-handel/darfor-slopar-allt-fler-e-handlare-gratis-frakt-och-fria-returer-kostar>
116. Market (2019-11-21). *Scorett börjar hyra ut skor i flera av sina butiker: "Väcker nyfikenhet"*.
<https://www.market.se/nyhet/scorett-borjar-hyra-ut-skor-i-fler-av-sina-butiker-vacker-nyfikenhet>
117. Market (2020-02-13). *Newbies nya hållbarhetsdrag – byr ut dopklänningar*.
<https://www.market.se/nyhet/newbies-nya-hallbarhetsdrag-hyr-ut-dopklanningar>
118. Martin, M., Oliviera, F., Dahlgren, L. & Thornéus, J. (2016). *Environmental implications of Swedish food consumption and dietary choices*. Rapport C181, IVL Svenska miljöinstitutet.
<https://www.ivl.se/webdav/files/Rapporter/C181.pdf>
119. Martin, M; Brandão, M. (2017). *Evaluation the environmental consequences of Swedish food consumption and dietary choices*. Sustainability, 9(12), 2227. <https://www.mdpi.com/2071-1050/9/12/2227>
120. Material Economics (2018). *Ett värdebeständigt materialsystem. En rapport om materialanvändning ur ett värdeperspektiv*. Material Economics. <https://materialeconomics.com/new-publications/ett-vardebestandigt-svenskt-materialsystem>
121. Miliute-Plepiene J., Sundqvist J-O., Stenmarck Å. & Zhang Y. (2019). *Klimatpåverkan från olika avfallsfraktioner*. Rapport B2356, IVL Svenska Miljöinstitutet.
<https://www.ivl.se/download/18.2299af4c16c6c7485d0cda/1567683302567/B2356.pdf>
122. Miljödepartementet (2017). *Plast i haven – ett omfattande miljöproblem*.
<https://www.regeringen.se/artiklar/2017/02/plast-i-haven--ett-omfattande-miljoproblem/>
123. Miljödepartementet (2020). *Nytt regelverk för handel med utsläppsrätter*. Promemoria, M2020/00083/R.
<https://www.regeringen.se/48f20b/contentassets/3bd2b32e8af14b099a5c44874f8f692f/promemoria-nytt-regelverk-for-handel-med-utslappsraetter.pdf>
124. Miljøstyrelsen (2018). *Life Cycle Assessment of grocery carrier bags*.
<https://www2.mst.dk/Udgiv/publications/2018/02/978-87-93614-73-4.pdf>
125. Moberg, Å., Martin, M., Rydberg, T., Sundqvist, J.O. & Youhanan, L. (2015). *Beräkning av klimatvinster med återanvändning och återvinning*. Rapport U5585, IVL Svenska Miljöinstitutet för Naturvårdsverket.
<https://www.ivl.se/download/18.2aa269781609727880714af/1519639105016/C274.pdf>
126. Moberg, E., Andersson Walker, M., Säll, S., Hansson, P-A. & Röös, E. (2019). *Determining the climate impact of food for use in a climate tax-design of consistent and transparent model*. The International Journal of Life Cycle Assessment, 24(9), s.1715-1728.
https://www.researchgate.net/publication/331623505_Determining_the_climate_impact_of_food_for_use_in_a_climate_tax-design_of_a_consistent_and_transparent_model
127. Montt, G., Fraga, F. & Harsdorff, M. (2018). *The future of work in a changing natural environment. Climate change, degradation and sustainability*. ILO future of work research paper series 4, ILO.
https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---cabinet/documents/publication/wcms_644145.pdf

128. NASA (2019). The Atmosphere: Getting a handle on carbon dioxide. I Sizing Up Humanity's Impacts on Earth's Changing Atmosphere: A Five-Part Series. <https://climate.nasa.gov/news/2915/the-atmosphere-getting-a-handle-on-carbon-dioxide/>
129. Naturskyddsforeningen (2015). *Kemikalier. Information, påverkan och prövning*. https://www.naturskyddsforeningen.se/sites/default/files/dokument-media/handledning_kemikalier.pdf
130. Naturskyddsforeningen (2017). *Klimatmål för konsumtionsbaserade utsläpp*. https://www.naturskyddsforeningen.se/sites/default/files/dokument-media/konsumtionsutslapp-rapport-9_2_0.pdf
131. Naturskyddsforeningen (2018a). *Dags för Sverige att ställa krav på modern, hållbar upphandling*. <https://www.naturskyddsforeningen.se/sites/default/files/dokument-media/rapport-dags-for-sverige-att-stalla-krav-pa-modern-hallbar-upphandling.pdf>
132. Naturskyddsforeningen (2018b). *Höjd ribba i miljöpolitiken. Granskning av riksdagspartiernas miljöloften inför valet 2018*. https://www.naturskyddsforeningen.se/sites/default/files/dokument-media/hojd-ribba-i-miljopolitiken-partienkat_2018.pdf
133. Naturskyddsforeningen (2018c). *Faktablad: Konsumtionsbaserade klimatutsläpp*. <https://www.naturskyddsforeningen.se/skola/energifallet/faktablad-konsumtionsbaserade-klimatutslapp>
134. Naturskyddsforeningen. (2019). *Fossilfritt, förnybart, flexibelt – framtidens hållbara energisystem*. https://www.naturskyddsforeningen.se/sites/default/files/dokument-media/fossilfritt_fornybart_flexibelt_-_framtidens_hallbara_energisystem.pdf
135. Naturskyddsforeningen/Novus (2019). *Barn och unga om miljön*. https://www.naturskyddsforeningen.se/sites/default/files/dokument-media/novusundersokning_unga_om_miljo.pdf
136. Naturvårdsverket (2011). *Köttkonsumtionens klimatpåverkan. Drivkrafter och styrmedel*. Rapport 6456, Naturvårdsverket. <https://www.naturvardsverket.se/Documents/publikationer6400/978-91-620-6456-3.pdf>
137. Naturvårdsverket (2014). *Vad görs åt matsvinnet? Data, åtgärder och styrmedel med fokus på Norden, Storbritannien och Nederländerna*. Rapport 6620, Naturvårdsverket. <http://www.naturvardsverket.se/Documents/publikationer6400/978-91-620-6620-8.pdf?pid=13363>
138. Naturvårdsverket (2015). *Omställning till hållbara konsumtionsmönster. Syntes inom ramen för fördjupad utvärdering av miljömålen 2015*. Rapport 6663, Naturvårdsverket. <https://www.naturvardsverket.se/Documents/publikationer6400/978-91-620-6663-5.pdf>
139. Naturvårdsverket (2017a). *Giftfria och resurseffektiva kretslopp. Vägledning för ökad och säker materialåtervinning*. <https://www.naturvardsverket.se/upload/stod-i-miljoarbetet/vagledning/avfall/materialatervinning/vagledning-okad-saker-materialatervinning.pdf>
140. Naturvårdsverket (2017b). *Luft och miljö 2017*. <https://www.naturvardsverket.se/Documents/publikationer6400/978-91-620-1303-5.pdf?pid=21462>
141. Naturvårdsverket (2018). *Fördjupad analys av svensk klimatstatistik 2018*. Rapport 6848, Naturvårdsverket. <https://www.naturvardsverket.se/Om-Naturvardsverket/Publikationer/ISBN/6800/978-91-620-6848-6/>
142. Naturvårdsverket (2019a). *Temaområde hållbar konsumtion och produktion. En arbetsrapport framtagen inom ramen för den fördjupade utvärderingen av miljö kvalitetsmål 2019*. NV-06350-18, Naturvårdsverket. <https://www.naturvardsverket.se/upload/miljoarbete-i-samhallet/uppdelat-efter-omrade/hallbar-konsumtion-produktion/arbetsrapport-hallbar-konsumtion-och-produktion.pdf>
143. Naturvårdsverket (2019b). *Territoriella utsläpp och upptag av växthusgaser*. <https://www.naturvardsverket.se/Sa-mar-miljon/Statistik-A-O/Vaxthusgaser-territoriella-utslapp-och-upptag/>
144. Naturvårdsverket (2019c). *Fördjupad analys av den svenska klimatomställningen*. Rapport 6911. <https://www.naturvardsverket.se/Documents/publikationer6400/978-91-620-6911-7.pdf?pid=25851>
145. Naturvårdsverket (2019d). *Sveriges miljömål. Konsumtionsbaserade utsläpp, i Sverige och i andra länder*. <http://www.sverigesmiljomal.se/miljomalen/begransad-klimatpaverkan/konsumtionsbaserade-utslapp-i-sverige-och-i-andra-lander/>
146. Naturvårdsverket (2019e). *Mätmetoder och indikatorer för att följa upp konsumtionens klimatpåverkan. Redovisning av regeringsuppdrag*. NV-08861-17, Naturvårdsverket. <https://www.naturvardsverket.se/upload/miljoarbete-i-samhallet/miljoarbete-i-sverige/regeringsuppdrag/2019/matmetoder-indikatorer-folja-upp-konsumtionens-klimatpaverkan.pdf>

147. Naturvårdsverket (2019f). *Statistik A-Ö*. <https://www.naturvardsverket.se/Sa-mar-miljon/Statistik-A-O/>
148. Naturvårdsverket (2019g). *Informative Inventory Report Sweden 2020. Submitted under the Convention on Long-Range Transboundary Air Pollution*. <https://www.naturvardsverket.se/upload/sa-mar-miljon/klimat-och-luft/luft/luftforeningar/informative-inventory-report-sweden-2020.pdf>
149. Naturvårdsverket (2020a). *Konsumtionsbaserade utsläpp av växthusgaser*. <https://www.naturvardsverket.se/Sa-mar-miljon/Klimat-och-luft/Klimat/Tre-satt-att-berakna-klimatpaverkande-utslapp/Konsumtionsbaserade-utslapp-av-vaxthusgaser/>
150. Naturvårdsverket (2020b). *Transporterna och miljön*. <http://www.naturvardsverket.se/Miljoarbete-i-samhallet/Miljoarbete-i-Sverige/Uppdelat-efter-omrade/Transporter-och-trafik/>
151. Naturvårdsverket (2020c). *Producentansvar*. <https://www.naturvardsverket.se/Miljoarbete-i-samhallet/Miljoarbete-i-Sverige/Uppdelat-efter-omrade/Avfall/Producentansvar/>
152. Nordström, A. (2016). *Underlagsrapport till analysgruppen Arbetet i framtiden. Livslångt lärande – på riktigt*. <https://www.gov.se/4951bd/contentassets/17116303997443d69a6692270d963b01/underlagsrapport-livslangt-larande-pa-riktigt.pdf>
153. Novus (2020). Handels medlemmar inom handeln om branschens miljö- och klimatpåverkan. Sammanställning av opinionsundersökning.
154. Nyström, T. & Rexfelt, O. (2012). Kartläggning av möjligheter och hinder för återbruk genom slutna materialcykler för möbler och inredning i Västra Götaland. Chalmers Tekniska Högskola. <https://research.chalmers.se/publication/168169>
155. Ny teknik (2019-10-06). *Bara några få procent av textilierna är återvunna*. <https://www.nyteknik.se/premium/bara-nagra-fa-procent-av-textilierna-ar-atervunna-6974140>
156. Ny teknik (2020-01-30). *H&M blir först ut med svenska kemiskt utvunna bomullen*. <https://www.nyteknik.se/innovation/h-m-blir-forst-ut-med-svenska-kemiskt-atervunna-bomullen-6986096>
157. Nässén, J. & Larsson, J. (2015). *Would shorter working time reduce greenhouse gas emissions? An analysis of time use and consumption in Swedish households*. *Environment and Planning C: Government and Policy*, 33(4) s. 726-745. <http://digamoo.free.fr/nassenlarsson2015.pdf>
158. Oxfam (2015). Extreme carbon inequality. Why the Paris climate deal must put the poorest, lowest emitting and most vulnerable people first. https://www-cdn.oxfam.org/s3fs-public/file_attachments/mb-extreme-carbon-inequality-021215-en.pdf
159. Palm, A. (2016). *Slopa momsens på second hand*. Svenska Dagbladet debatt. <https://lup.lub.lu.se/search/publication/c248d5d7-98b4-429a-93af-2513ff27fb9c>
160. Pettersson, F., Winslott Hiselius, L. & Koglin, T. (2018). *E-commerce and urban planning – comparing knowledge claims in research and planning practice*. *Urban planning and transport research*, 6(1), s. 1-21. <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/21650020.2018.1428114>
161. Piketty, T. & Chancel, L. (2015). Carbon and inequality: from Kyoto to Paris – Trends in the global inequality of carbon emissions (1998-2013) & prospects for an equitable adaptation fund. Paris school of economics. <http://piketty.pse.ens.fr/files/ChancelPiketty2015.pdf>
162. Postnord/Svensk Digital Handel (2019). *E-barometern Q2 2019*. <https://dhandel.se/kunskapsbanken/e-barometern-q2-2019/>
163. Postnord/Svensk Digital Handel (2020). *E-barometern. Årsrapport 2020*. <https://dhandel.se/wp-content/uploads/2020/02/e-barometern-arsrapport-2019.pdf>
164. Postnord (2020). *Förpackningsresan*. www.postnord.se/vara-losningar/artiklar/e-handel/forpackningsresan
165. PRINCE Project (2018). Time-series data from the PRINCE model on greenhouse gas emissions, air pollutant emissions and material flows for 2008–2014. <https://www.prince-project.se/results-overview/>
166. Pålsson, H. (2018). *Det här krävs för att e-handeln ska ge miljönytta*. Aktuell Hållbarhet, 2018-03-14. <https://www.aktuellhallbarhet.se/miljo/klimat/det-har-kravs-for-att-e-handeln-ska-ge-miljonnytta/>

167. Pålsson, H., Pettersson, F. & Winslott Hiselius, L. (2017). Energy consumption in e-commerce versus conventional trade channels – Insights into packaging, the last mile, unsold products and product returns. *Journal of cleaner production*, 164, s. 765-778. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0959652617314117>
168. Quibit, S. (2018). *Avskaffa momsens som blivit ett tillväxthinder i begagnatbranschen*. *Market Debatt*, 2018-02-22. <https://www.market.se/debatt/avskaffa-momsens-som-blivit-ett-tillvaxthinder-i-begagnatbranschen>.
169. Ragnsells (2018). *Ny kartläggning: Obefintliga krav på återvunnet material i kommuners upphandling*. <https://www.mynewsdesk.com/se/ragnsells/pressreleases/obefintliga-krav-paa-aatervunnet-material-i-kommuners-upphandling-2547200>
170. Regeringen (2019-09-06). *Klimatdeklaration vid uppförande av byggnader*. <https://www.regeringen.se/pressmeddelanden/2019/09/klimatdeklaration-vid-uppforande-av-byggnader/>
171. Regeringen (2019-10-04). *Nya regler om avfall gynnar en mer cirkulär ekonomi*. <https://www.regeringen.se/artiklar/2019/10/nya-eu-regler-om-avfall-gynnar-en-mer-cirkular-ekonomi/>
172. Regeringen (2019-12-05). *Ett producentansvar för textilier*. *Dir.* 2019:96. <https://www.regeringen.se/4ae68c/contentassets/ed534990577740479348c54c724dad6d/ett-producentansvar-for-textil-dir.-201996>
173. Regeringen (2019-12-17). *En samlad politik för klimatet. Klimatpolitisk handlingsplan*. *Prop.* 2019/20:65. <https://www.regeringen.se/4afbe4/contentassets/61f93d2abb184289a0c81c75395207b6/en-samlad-politik-for-klimatet--klimatpolitisk-handlingsplan-prop.-20192065>
174. RetailDetail (2019-01-14). *Amazon destroys millions unsold products*. <https://www.retaildetail.eu/en/news/general/amazon-destroys-millions-unsold-products>
175. Roos, S. Larsson, M. (2018). *Klimatdata för textilier*. Uppdragsrapport 27402, Naturvårdsverket. <https://www.naturvardsverket.se/upload/miljoarbete-i-samhallet/miljoarbete-i-sverige/uppdelat-efter-omrade/hallbar-konsumtion/rapport-klimatdata-for-textilier-swerea-2018.pdf>
176. Rosengren, Å. (2014). *Vad är det som slängs vid utgången hållbarhetsdatum? En mikrobiologisk kartläggning av utvalda kylvaror*. Livsmedelsverkets rapportserie 2014:6, Livsmedelsverket. <https://www.livsmedelsverket.se/globalassets/publikationsdatabas/rapporter/2014/2014-livsmedelsverket-6-vad-ar-det-som-slans-vid-utgangen-hallbarhetsdatum.pdf>
177. Rosenström, M. (2019). *Klimatfrågan driver ökad second hand-handel*. <https://handelssite.wordpress.com/2019/01/17/klimatfragan-driver-okad-second-hand-handel/>
178. Råd & Rön (2020-01-15). *Återvunnet material innebär inte hållbart mode*. <https://www.radron.se/artiklar/atervunnet-innebar-inte-hallbart-mode/>
179. Rööf, E. (2014). *Mat-klimat-listan version 1.1*. Rapport 77, Institutionen för energi och teknik, Sveriges lantbruksuniversitet. https://pub.epsilon.slu.se/11671/7/roos_e_141125.pdf
180. Sachs, J. (2020-04-21). *Introduction Keynote – Circular economy and consumption*. Earth Day Week Climate Conference, We Don't Have Time.
181. Sall, C. & Narain, U. (2018). *Air Pollution: Impact on Human Health & Wealth*. I Lange, G-M., Wodon, Q. & Carey, K. *The Changing Wealth of Nations 2018*. World Bank. https://elibrary.worldbank.org/doi/pdf/10.1596/978-1-4648-1046-6_ch9
182. Sandin, G., Roos, S., Spak, B., Zamani, B. & Peters, G. (2019). *Environmental assessment of the Swedish clothing consumption*. *Mistra Future Fashion report 2019:5, Rise*. <http://mistrafuturefashion.com/wp-content/uploads/2019/08/G.Sandin-Environmental-assessment-of-Swedish-clothing-consumption.MistraFutureFashionReport-2019.05.pdf>
183. SCB (2019a). *Utsläpp av växthusgaser från industrin efter växthusgas och bransch. År 1990-2018*. http://www.statistikdatabasen.scb.se/pxweb/sv/ssd/START__MI__MI0107/MI0107IndustriN/?rxid=c06e3e94-55b2-448a-b574-bd471cc08b2f#
184. SCB (2019b). *Utsläpp av växthusgaser från inrikes transporter efter växthusgas och transportslag. År 1990 – 2018*. http://www.statistikdatabasen.scb.se/pxweb/sv/ssd/START__MI__MI0107/MI0107InTransp/
185. SCB (2019c). *Miljöpåverkan från konsumtion. Ny officiell statistik*. <https://www.scb.se/hitta-statistik/statistik-efter-amne/miljo/miljoekonomi-och-hallbar-utveckling/miljorakenskaper/pong/statistiknyhet/miljorakenskaper--miljopaverkan-fran-konsumtion-2017/>

186. SCB (2020a). *Kvalitetsdeklaration. Miljöräkenskaper – Miljöpåverkan från konsumtion*. https://www.scb.se/contentassets/f0d9c7eda5be4b8a96c5827e4bebf513/mi1301_kd_2017_nb_200217.pdf
187. SCB (2020b). Miljöpåverkan från hushållens konsumtion efter uppkomst, ämne, produktgrupper och år. Miljöpåverkan från konsumtion efter produktgrupp SPIN 2007, användning och ämne. Miljöräkenskaper, SCBs statistikdatabas. http://www.statistikdatabasen.scb.se/pxweb/sv/ssd/START__MI__MI1301__MI1301F/MI1301MPSPINN/
188. SCB (2020c). Miljöpåverkan från konsumtion efter uppkomst, användning, ämne och år- Miljöpåverkan från konsumtion efter produktgrupp SPIN 2007, användning och ämne. Miljöräkenskaper, SCBs statistikdatabas. http://www.statistikdatabasen.scb.se/pxweb/sv/ssd/START__MI__MI1301__MI1301F/MI1301MPSPINN/table/tableViewLayout1/
189. Score (2015-09-22). *Miljöintresserade litar på miljömärkning trots okunskap*. <https://www.score.su.se/om-oss/nyhetsarkiv/milj%C3%B6intresserade-litar-p%C3%A5-milj%C3%B6m%C3%A4rkning-trots-okunskap-1.247886>
190. Schmidt A., Watson, D., Roos S., Askham, C. & Brunn Poulsen, P. (2016). *Gaining benefits from discarded textiles. LCA of different treatment pathways*. TemaNord 2016:537, Nordiska Ministerrådet. <https://norden.diva-portal.org/smash/get/diva2:957517/FULLTEXT02.pdf>
191. Schütt, E. & Strid, I. (2013). *Minskat matsvinn från livsmedelsbutiker. Sammanfattning av ett forskningsprojekt kring matsvinn*. Sveriges lantbruksuniversitet. <https://handelsradet.se/wp-content/uploads/2014/11/2013-Minskat-matsvinn-fran-livsmedelsbutiker.pdf>
192. Scott Jakobsson, L. (2019). *Copper with a cost. Human rights and environmental risks in the mineral supply chains of ICT: A case study from Zambia*. Rapport 94, Swedwatch. https://swedwatch.org/wp-content/uploads/2019/05/94_Zambia_uppsag.pdf
193. Shamsher, S. & Åkerblom, A. (2018). *Power of the voice. Perspectives of workers and buyers on social dialogue within the Bangladeshi garment sector*. Report 90, Swedwatch. https://swedwatch.org/wp-content/uploads/2018/05/90_Bangladesh_180531.pdf
194. Sjöström, E. & Åhlström, J. (2005). *Köpbeteende livsstil och varumärken. En forskningsöversikt över hållbar konsumtion med fokus på dagligvaror*. Rapport 5492, Naturvårdsverket. <https://www.naturvardsverket.se/Documents/publikationer/620-5492-9.pdf>
195. SFS (2011:927). *Avfallsförordningen*. https://www.riksdagen.se/sv/dokument-lagar/dokument/svensk-forfattningssamling/avfallsforordning-2011927_sfs-2011-927
196. SMHI (2016). *Om luftföroreningar*. <http://www.smhi.se/reflab/om-luftfororeningar>
197. SOU (2016:21). *Ett klimatpolitiskt ramverk för Sverige*. Delbetänkande av Miljörådsberedningen. <https://data.riksdagen.se/fil/71585E86-515B-440A-971A-E2C66D9C62E6>
198. SOU (2017:22). *Från värdekedja till värdecykel – så får Sverige en mer cirkulär ekonomi*. https://www.regeringen.se/49550d/contentassets/e9365a9801944aa2adce6ed3a85f0f38/fran-vardekejda-till-vardecykel-2017_22.pdf
199. Steinbach, N., Palm, V., Cederberg, C., Finnveden, G., Persson, M. & Berglund, M. (2018). *Miljöpåverkan från svensk konsumtion – nya indikatorer för uppföljning. Slutrapport för forskningsprojektet PRINCE*. Rapport 6842, Naturvårdsverket. https://research.chalmers.se/publication/510852/file/510852_Fulltext.pdf
200. Stenmarck, Å., Belleza, E., Fråne, A., Johannesson, C., Sanctuary, M., Strömberg, E. & Welling, S. (2018). *Ökad plaståtervinning – potential för utvalda produktgrupper*. Rapport 6844, Naturvårdsverket. <https://www.naturvardsverket.se/Documents/publikationer6400/978-91-620-6844-8.pdf?pid=23338>
201. Lunneryd, A. (2018). *Ekologiskt jordbruk – ett bra skydd för kris*. <https://www.svd.se/starkt-ekologiskt-jordbruk--ett-bra-skydd-mot-kris->
202. Svenska Dagbladet, (2018-11-20). *Återvunnet plagg inte alls helt återvunnet*. <https://www.svd.se/atervunnet-plagg--inte-alls-helt-atervunnet>
203. Svensk Digital Handel (2020-01-13). *Vad är hållbar e-handel?* https://dhandel.se/vad-ar-hallbar-e-handel/?utm_medium=email&utm_campaign=Nyhetsbrev%20320&utm_content=Nyhetsbrev%20320+C.ID_3a3c0c2559475e44d8a937c4b31c20c2&utm_source=Campaign%20Monitor&utm_term=Ls%20om%20vra%20i%20initiativ%20kring%20hallbarhet

204. Svensk Handel (2018b). *Svensk Handels hållbarhetsundersökning. Starkt ökat hållbarhetsintresse hos konsumenterna – och handelsföretagen är redo*. <https://www.svenskhandel.se/globalassets/dokument/aktuellt-och-opinion/rapporter-och-foldrar/hallbar-handel/svensk-handels-hallbarhetsundersokning-2018.pdf>
205. Svensk Handel (2018a). *Hinder för ökad cirkularitet. En kartläggning bland Svensk Handels större medlemsföretag*. <https://www.svenskhandel.se/globalassets/dokument/aktuellt-och-opinion/nyheter/2018/hinder-for-okad-cirkularitet.pdf>
206. Svensk Handel (2019). *Svensk Handels julrapport 2019*. <https://www.svenskhandel.se/globalassets/dokument/aktuellt-och-opinion/rapporter-och-foldrar/hogtider/svensk-handels-julrapport-2019.pdf>
207. Sveriges Konsumenter (2018). *En stark och hållbar konsumentpolitik. Våra lösningar*. https://www.sverigeskonsumenter.se/media/ic2bf4nv/politiska-lo-sningar-svk-2018_.pdf
208. Sveriges miljömål (2020). *Utsläpp av växthusgaser från inrikes transporter*. <https://www.sverigesmiljomal.se/etappmalen/utslapp-av-vaxthusgaser-fran-inrikes-transporter/>
209. Sveriges Natur (2016). *Var hamnar din gamla mobiltelefon?* Sveriges Natur: 2016:5. <https://www.sverigesnatur.org/aktuellt/jakten-pa-din-gamla-mobiltelefon/>
210. Sveriges Natur (2017). *Gifter och barnarbete i bomullsodling*. Sveriges Natur 2017:3. <https://www.sverigesnatur.org/aktuellt/bomullsodling-som-forgiftar/>
211. Sveriges Radio (2018-11-20). *Begränsad miljövinst med återvunna kläder*. <https://sverigesradio.se/sida/artikel.aspx?programid=83&artikel=7094417>
212. Sveriges Radio (2019-06-12). *Första kläderna med full koll på miljöpåverkan*. <https://sverigesradio.se/sida/artikel.aspx?programid=406&artikel=7240288>
213. Sveriges Radio (2019-07-29). *Jordens resurser nu förbrukade*. <https://sverigesradio.se/sida/artikel.aspx?programid=406&artikel=7271054>
214. Sveriges Radio (2019-12-31). *Second hand fortsätter växa*. <https://sverigesradio.se/sida/artikel.aspx?programid=83&artikel=7373979>
215. SVT (2017-05-31). *Nu börjar klädjättarna ta betalt för påsar*. <https://www.svt.se/nyheter/inrikes/nu-borjar-kladjattarna-ta-betalt-for-pasar>
216. SVT (2017-10-15). *Delade meningar om papperspåsen*. <https://www.svt.se/nyheter/lokalt/vasterbotten/papperskassar>
217. SVT (2017-11-21). *H&M bränner tonvis med nya kläder*. <https://www.svt.se/nyheter/utrikes/h-och-m-branner-tonvis-med-nya-klader>
218. SVT (2018-01-11). *Expert: Prylar planeras gå sönder*. <https://www.svt.se/nyheter/lokalt/ost/expert-prylar-planeras-ga-sonder>
219. SVT (2019-09-23). *Allt fler handlar second hand: "Man vet att plagg kräver stora resurser"*. <https://www.svt.se/nyheter/lokalt/ost/allt-fler-handlar-second-hand>
220. SVT (2019-09-23b). *Ny studie: grön tillväxt är inte möjlig i stor skala*. <https://www.svt.se/nyheter/vetenskap/ny-studie-gron-tillvaxt-ar-inte-mojlig>
221. SVT (2019-12-17). *Fler modekedjor satsar på återvinning och uthyrning*. <https://www.svt.se/nyheter/lokalt/jonkoping/flera-modekedjor-satsar-pa-atervinning-och-uthyrning>
222. SVT (2020-01-28). *Är plastkassen verkligen sämre för miljön än tygkassen?* <https://www.svt.se/nyheter/inrikes/ar-plastpasen-verkligen-samre-for-miljon-an-tygkassen>
223. Söderholm, P. & Hammar, H. (2005). *Kostnadseffektiva styrmedel i den svenska klimat- och energipolitiken? Metodologiska frågeställningar och empiriska tillämpningar*. Specialstudie 8. Konjunkturinstitutet. <https://www.konj.se/publikationer/specialstudier/specialstudier/2005-11-16-kostnadseffektiva-styrmedel-i-den-svenska-klimat--och-energipolitiken.html>
224. Tamm Hallström, K. & Adamsson, E. (2015). *Den eskalerande organiseringen bakom skapandet av en trovärdig miljömärkning – exemplet Svanen*. Scores Rapportserie 2015:2. http://www.score.su.se/polopoly_fs/1.220817.1422003057!/menu/standard/file/Scorerapport%202015_2.pdf
225. Textile Exchange (2017). *Global Recycled Standard 4.0*. <https://textileexchange.org/wp-content/uploads/2017/06/Global-Recycled-Standard-v4.0.pdf>

226. The Guardian (2020-01-30). *Landmark French law will stop unsold goods being thrown away*. <https://www.theguardian.com/world/2020/jan/30/france-passes-landmark-law-to-stop-unsold-goods-being-thrown-away>
227. Tradera/Sifo (2018). *En tredjedel av svenskarna är konsumtionströtta – 33 procent handlar mindre nyproduktion medan 19 procent handlar mer begagnat*. <http://www.mynewsdesk.com/se/tradera/pressreleases/en-tredjedel-av-svenskarna-aer-konsumtionstroetta-33-procent-handlar-mindre-nyproduktion-medan-19-procent-handlar-mer-begagnat-2733748>.
228. Trafikanalys (2019). *Leder e-handel till ökade transporter? Delredovisning av ett regeringsuppdrag*. Rapport 2019:3, Trafikanalys. https://www.trafa.se/globalassets/rapporter/2019/rapport-2019_13-leder-e-handel-till-okade-transporter---delredovisning-av-ett-regeringsuppdrag.pdf
229. Trafikanalys (2020). *Hur kan e-handelns transporter bli mer hållbara? Redovisning av ett regeringsuppdrag*. Rapport 2020:2, Trafikanalys. https://www.trafikverket.se/contentassets/82f91adb04524a76855daa95fa360a47/rapport-2020_2-hur-kan-e-handelns-transporter-bli-mer-hallbara-redovisning-av-ett-regeringsuppdrag.pdf
230. Transportnet (2019-10-24). *Helt fossilfritt för Bring Åkeri*. https://www.transportnet.se/article/view/683197/helt_fossilfritt_for_bring_akeri
231. Transportnet (2020-02-26). *Instabox går över till fossilfritt*. https://www.transportnet.se/article/view/702219/instabox_gar_over_till_fossilfritt
232. Transportnet (2020-03-03). *Best ställer om till fossilfritt*. https://www.transportnet.se/article/view/703492/best_staller_om_till_fossilfritt
233. Transportnet (2020-04-09). *Två nya biogasbilar till DHL*. https://www.transportnet.se/article/view/713047/tva_nya_biogasbilar_till_dhl
234. Veckans Affärer (2019-05-10). *Sverige toppar värstingligan i Europa – förbrukar 4 jordklot*. <https://www.va.se/nyheter/2019/05/10/global-footprint/>
235. Westöö, A.K., Jensen, C., Viklund, L., Sörme, L. & Stenmark, Å. (2018). *Mataavfall i Sverige 2016*. SMED för Naturvårdsverket. <https://www.naturvardsverket.se/Documents/publikationer6400/978-91-620-8811-8.pdf?pid=22466>
236. WHO (2018). *Breathe clean air: everywhere, for everyone. Protecting workers from air pollution outdoors and indoors*. First WHO Global Conference on Air Pollution and Health: Improving air quality, combatting climate change – saving lives, WHO. https://www.who.int/airpollution/events/conference/05_Protecting_workers_from_air_pollution_outdoors_and_indoors.pdf?ua=1
237. WMO (2017). *The State of Greenhouse Gases in the Atmosphere Based on Global Observations through 2016*. Greenhouse Gas Bulletin, nr. 13. https://library.wmo.int/index.php?lvl=notice_display&id=3030#.XtYyAGgzZyw
238. Wynes, S. & Nicholas, A.K. (2017). *The Climate mitigation gap: education and government recommendations miss the most effective individual actions*. Environmental Research Letter, 12 (7). <https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1748-9326/aa7541/pdf>
239. WWF (2018). *Living Planet Report 2018*. <https://www.wwf.se/cdn.triggerfish.cloud/uploads/2018/12/living-planet-report-1.pdf>
240. Wählin, M. (2018). *To the last drop. Water and human rights impact of the agro export industry in Ica, Peru: The responsibility of buyers*. Rapport 92, Swedwatch. https://swedwatch.org/wp-content/uploads/2018/11/92_To-the-last-drop_Full-report.pdf
241. Zetterberg, L. & Elkerbout, M. (2019). *Vilken är vägen framåt för EU:s system för handel med utsläppsrätter?* Rapport C 446, IVL Svenska Miljöinstitutet. <https://www.ivl.se/download/18.14d7b12e16e3c5c3627d97/1574778197457/C446.pdf>

**Du når
Handels Direkt på
0771-666 444**

Hos Handels Direkt får du personlig rådgivning i frågor som rör ditt medlemskap, jobbet och arbetslivet. Det kan vara allt från anställningsvillkor, löner, arbetsmiljö, rättigheter och medlemsförmåner till frågor om din medlemsavgift.

Du når Handels Direkt alla vardagar på telefon 0771-666 444, oavsett var du bor.



Handelsanställdas förbundet

Handels Direkt 0771- 666 444