




# Se, förstå och förändra din klimatpåverkan i vardagen

RESULTAT FRÅN KLIMATETRÄTTPROJEKTET

## Innehåll

En familj i Hässelby visade vägen	4
Klimaträtt söker lösningen på klimatfrågan i vardagen	5
Klimaträttappen - dina klimatögon	6
Deltagarna	8
Vi som står bakom projektet	10
Resultat	11
Minskat klimatavtryck utan uppoffringar	
- deltagarnas upplevelser	14
Privatekonomiska effekter	15
Så här utvärderade vi projektet	16
Slutsatser	17
Vad händer nu?	18



Klimatsmart boende  
och medvetna val  
har stor effekt på  
klimatavtrycket.

Aktiva deltagare minskade  
sina utsläpp med 31 % utan  
stora uppoffringar.

Om alla svenskar skulle uppnå  
lika stora utsläppsminskningar  
så skulle det motsvara hälften  
av Sveriges mål för minskade  
utsläpp till 2020.

Utmaningen i att  
förändra sin livsstil ligger  
i att ta sig över den  
första tröskeln, därefter  
upplevs förändringen  
vara bestående.

Våra klimatavtryck speglar  
våra olika livsstilar och kräver  
olika lösningar för att skapa  
motivation och förändring.

# En familj i Hässelby visade vägen

År 2011 lyckades familjen Lindell, boende i en villa i Hässelby, att på sex månader minska sina personliga klimatutsläpp med 62 % - utan försämrad livskvalitet.

Till sin hjälp hade de den senaste tekniken, coaching från specialister inom mat, transport, boende och konsumtion och veckovis, manuellt beräknad, återkoppling på sina klimatavtryck. Det uppmärksammade projektet hette One Tonne Life och visade att det finns en stor potential att minska vår personliga klimatpåverkan utan större inskränkningar i det dagliga livet - bara vi har tillgång till rätt kunskap och blir medvetna om betydelsen av våra val i vardagen.

Detta inspirerade ICA och Uppsalahem att utforska om de här erfarenheterna går att skala upp och omsätta för fler människor. Är det möjligt för boende i ett hyreshus att på motsvarande sätt minska sina klimatutsläpp genom smart teknik och ökad kunskap om hur deras vardagsval verkligen påverkar klimatet?

För mer information se [www.onetonnelife.se](http://www.onetonnelife.se)



Frodeparken



” Klimatutmaningen behöver lösas både vid middagsbordet och förhandlingsbordet! ”

## Klimaträtt söker lösningen på klimatfrågan i vardagen

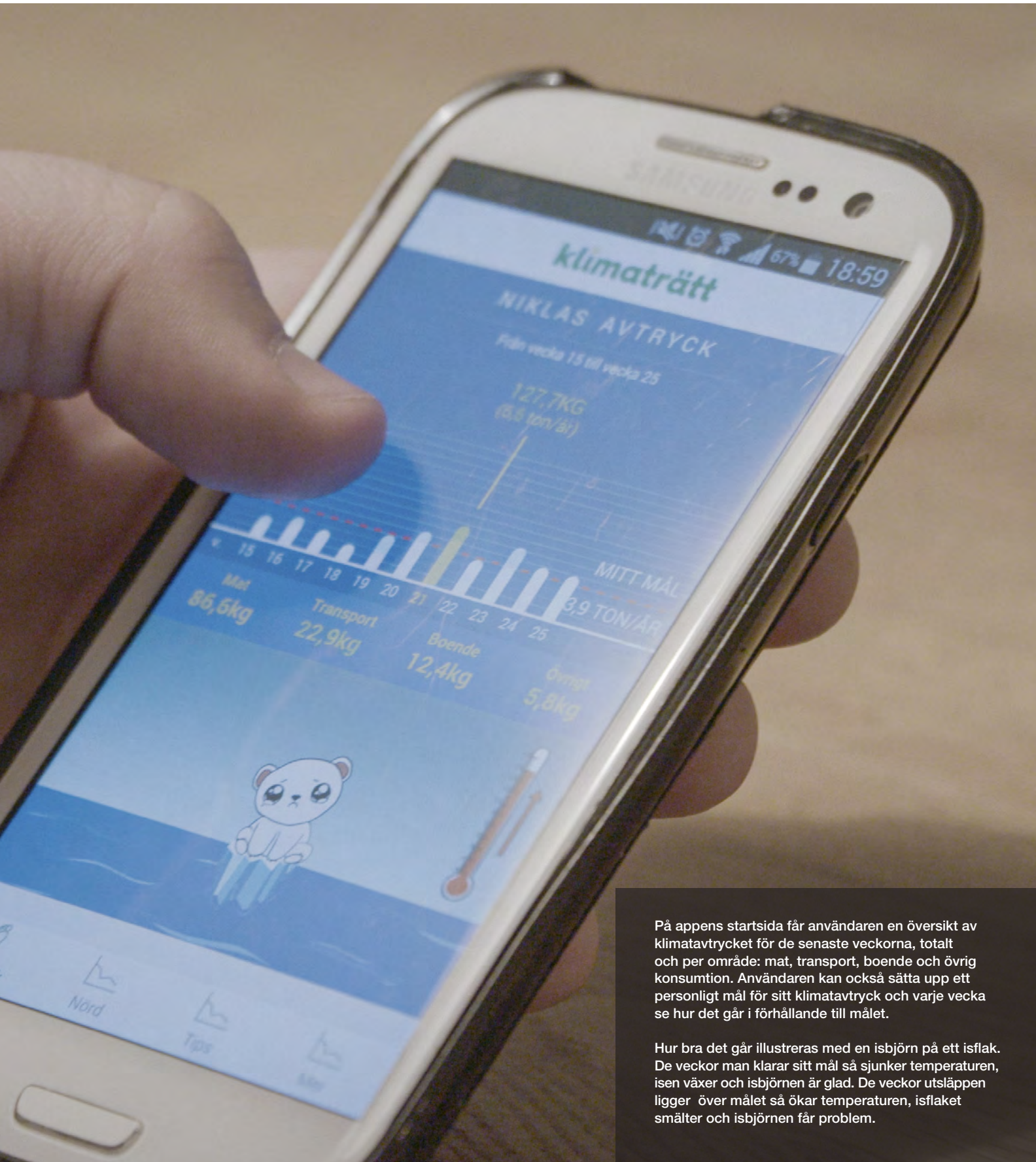
ICA och Uppsalahem startade projektet Klimaträtt och knöt till sig samarbetspartners inom områdena boende, mat, transport och övrig konsumtion.

För att få in särskild expertis bjöd man även in Chalmers, Världsnaturfonden WWF och it-företaget Energimolnet. Projektet utvecklade Klimaträttappen som automatisk samlar in personliga klimatavtryck från alla konsumtionsområden och enkelt visualiserar det i mobilen eller på datorn. Utvecklingen av appen har haft stöd av VINNOVA.

I mars 2015 bjöds hyresgästerna i Uppsalahems hyreshus Frodeparken in för att under ett halvår testa appen, ta del av olika tjänster och erbjudanden med liten klimatpåverkan samt att få kunskap och inspiration - allt med målet att minska sin klimatpåverkan.

### Frågan projektet ställde sig var:

**Kan vi hjälpa våra kunder att minska sin klimatpåverkan utan att de upplever uppoffringar och merkostnader på ett sätt som vi kan motivera kommersiellt?** I så fall har vi hittat ett viktigt och reellt recept för att minska klimatutsläppen.



På appens startsida får användaren en översikt av klimatavtrycket för de senaste veckorna, totalt och per område: mat, transport, boende och övrig konsumtion. Användaren kan också sätta upp ett personligt mål för sitt klimatavtryck och varje vecka se hur det går i förhållande till målet.

Hur bra det går illustreras med en isbjörn på ett isflak. De veckor man klarar sitt mål så sjunker temperaturen, isen växer och isbjörnen är glad. De veckor utsläppen ligger över målet så ökar temperaturen, isflaket smälter och isbjörnen får problem.

# Klimaträttappen – dina klimatögon

En fråga är hur man ska kunna minska sina klimatutsläpp när man inte vet hur stora de är eller vad som orsakar dem. De syns ju inte.

En central del i projektet har varit Klimaträttappen som gett deltagarna veckovis återkoppling på vad deras inköp, boende och andra vardagsval har för klimatavtryck.

Varje företagspartner i projektet har tagit fram klimatavtryck för sina varor och tjänster. Detta används sedan för en automatisk beräkning av klimatavtrycket för varje inköp deltagarna gjort och för löpande kostnader som för hyra och el. För boendet är beräkningarna baserade på hur stor lägenhet man bor i. Som underlag utnyttjas kvittodata som redan finns i IT-systemen hos de deltagande företagen. Chalmers har säkrat kvaliteten och jämförbarheten i beräkningarna.

Beräkningarna samlades i en databas dit deltagarnas Klimaträttkonton kopplades. Det deltagarna behövde göra var att registrera ett Klimaträttkonto och godkänna att deras kvittodata får användas, ladda ner appen och koppla upp sig mot de företag de ville få klimatdata från. Ju fler företag de anslöt desto mer heltäckande bild av sitt klimatavtryck fick de.

En förutsättning för att kunna följa upp sitt klimatavtryck var såklart att deltagarna använde de produkter eller tjänster som levereras av de företag de kopplat upp i sin app.



# Våra projektdeltagare – klimatpiloterna i Frodeparken

Deltagarna i Klimarättprojektet består av en grupp Uppsalabor som bor i samma hyreshus, Frodeparken, som ligger centralt i Uppsala, precis intill Uppsala resecentrum som är en knutpunkt för regionala och lokala tåg- och busslinjer.

Alla 70 hushåll i huset bjöds in att vara med och 32 personer anmälde sig, ca 25 % av de boende. Projektet inleddes med att deltagarna fick svara på en enkät om sina konsumtionsvanor. Utifrån svaren gjorde Chalmers en uppskattning av vad deras klimatavtryck var innan projektstarten, deras utgångsläge.

Nedan ser du deltagarnas utgångsläge för den privata konsumtionen. Det skiljer så mycket som 14 ton koldioxidutsläpp (CO<sub>2</sub>) per år mellan den som har minst och den som har störst utsläpp. Genomsnittet ligger på 7,9 ton CO<sub>2</sub> per person och år, vilket ligger på ungefär samma nivå som genomsnittet i Sverige som är 7,3 CO<sub>2</sub> per person och år. Det skiljer sig också mycket i vad som orsakat utsläppen.

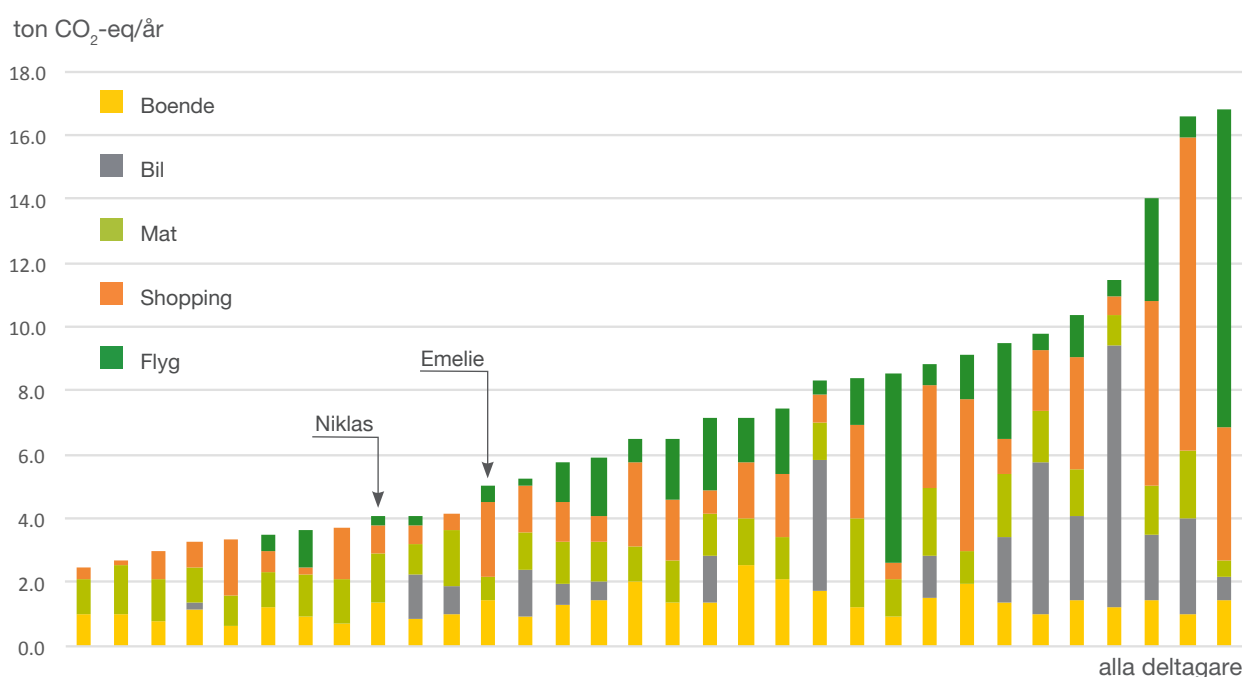
En del har stora utsläpp för att de shoppar mycket medan andra knappt shoppar alls men reser desto mer.

Av de anmälda deltagarna så var ca 20 personer aktiva i projektet. De flesta beskriver att de från början var ganska eller mycket miljöintresserade, något som för många av dem också vuxit sig starkare under projekttiden. Ett miljöintresse innebär dock inte med automatik att man också har en klimatsmart livsstil.

Deltagarna kan indelas i tre grupper: en grupp som levde klimatsmart redan innan projektet, en annan som började leva mer klimatsmart tack vare projektet och så finns en tredje som varken innan, under eller efter projektet anammat en mer klimatsmart livsstil.

## Utgångsläge alla deltagare

Här visas deltagarnas koldioxidutsläpp från privat konsumtion innan projektstarten fördelat på konsumtionskategori. Till dessa utsläpp ska läggas den offentliga konsumtionens utsläpp på 1,7 ton per person och år.





Möt två av deltagarna.



**Emelie Henningsen**

Ålder: 27 år

Yrke: Jobbar med hållbarhet på NCC

Intressen: Träna (springa och simma), sjunga i kör, spela spel, laga vegetarisk mat.



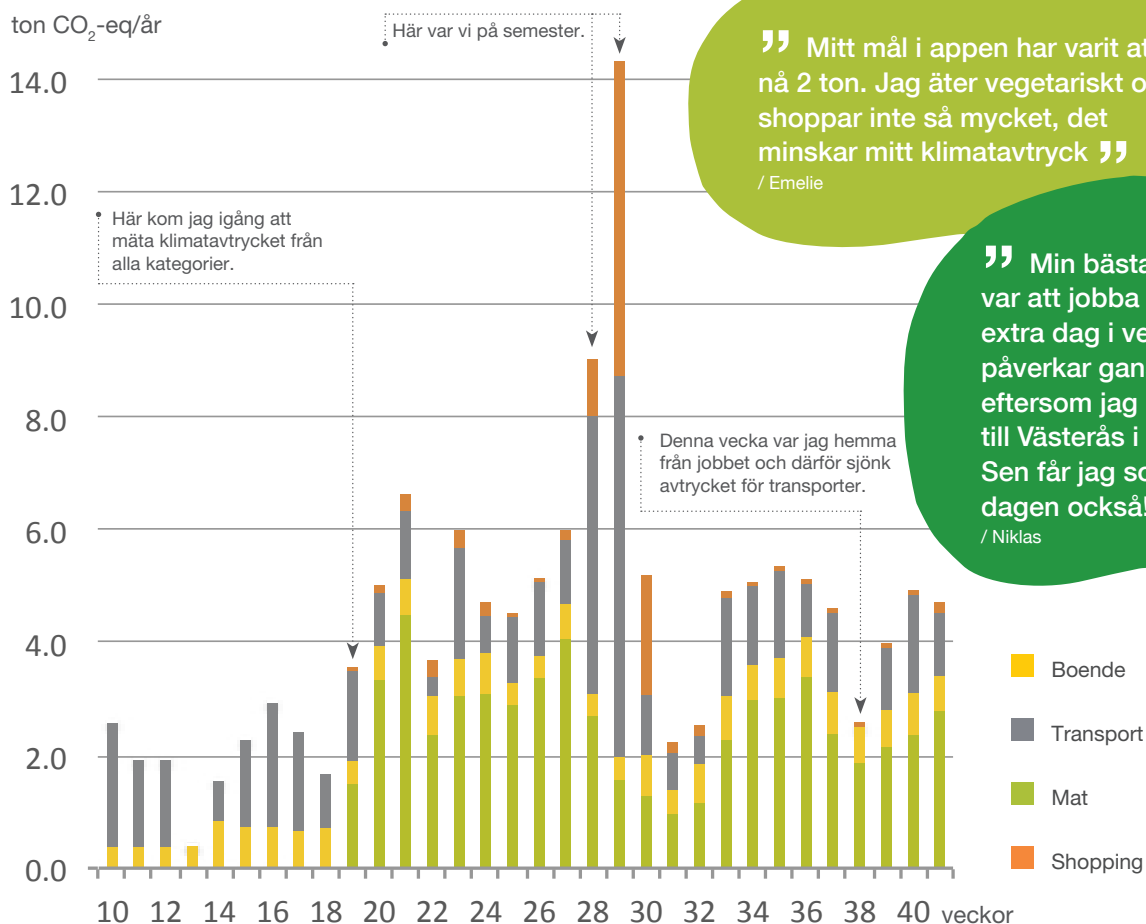
**Niklas Lundkvist**

Ålder: 27 år

Yrke: Kärnfysiker

Intressen: Ekonomi, hemmaodling, musik (mest lyssna) och titta på tv-serier.

**Niklas klimatavtryck under projektiden**



” Mitt mål i appen har varit att nå 2 ton. Jag äter vegetariskt och shoppar inte så mycket, det minskar mitt klimatavtryck ”  
/ Emelie

” Min bästa förändring var att jobba hemifrån en extra dag i veckan, det påverkar ganska mycket eftersom jag busspendlar till Västerås i vanliga fall. Sen får jag sovmorgon den dagen också! ”  
/ Niklas



## Vi som står bakom projektet – lösningar, inspiration och kunskap

I projektet finns företag inom de viktigaste konsumtionsområdena: mat, boende och transport. Detta för att vi ville ge en så heltäckande bild av klimatavtrycket som möjligt och kunna erbjuda deltagarna klimatvänliga alternativ, kunskap och inspiration inom alla områden.

ICA och lokala ICA-butiken ICA Torgkassen har inspirerat kring klimatriktig mat och matlagning. Uppsalahems står för det Svanenmärkta och energisnåla huset som deltagarna bor i. Energimolnet har samlat in uppgifter om deltagarnas hushållsansvändning och de har byggt Klimaträttappen. Uppsala Länstrafik, UL, har uppmontrat deltagarna att åka kommunalt och Sunfleet bilpool tillhandahöll en bilpool med en el-hybridbil i Frodeparkens garage för deltagarna att hyra.

De med egen bil kunde abonnera på en tjänst från Automile som gjorde att de kunde få exakt koll på körda sträckor, bensinförbrukning och koldioxidutsläpp.

ICA Banken har erbjudit klimatavtryck från inköp som görs med kreditkort (ICA Bankkort) oavsett var och av vem man handlar. Om en deltagare exempelvis köpte en flygresa med ICA Bankkortet räknades köpbeloppet om till klimatutsläpp för flyg och hamnade under transporter i appen. På så sätt kunde klimatavtrycket fångas upp även om deltagarna handlade av andra företag än de i projektet.

Forskare från Chalmers har säkerställt att koldioxidberäkningarna gjorts på rätt sätt. Chalmers har också ansvarat för utvärderingen av projektet. Världsnaturfonden WWF har bidragit med kunskap framför allt inom matområdet och Uppsala kommun med de kommunala aspekterna av projektet.

### Inspirationsaktiviteter

- Matsafari bland klimaträtta varor i hyllorna hos ICA Torgkassen.
- Stadsodlingsevent med Uppsalahem med fokus på balkongodling.
- Klimaträtt matlagning med ICA-kocken i ICA:s provkök.
- Träff och erfarenhetsutbyte med One Tonne Life-familjen och koldioxidbantaren Staffan Lindberg.
- Nyhetsbrev med klimatriktiga recept och tips hur man kan minska klimatavtrycket.



# Resultat: klimaträtt boende och medvetna val i vardagen minskar klimatavtrycket

## Samlat klimatavtryck – minskning 31 %

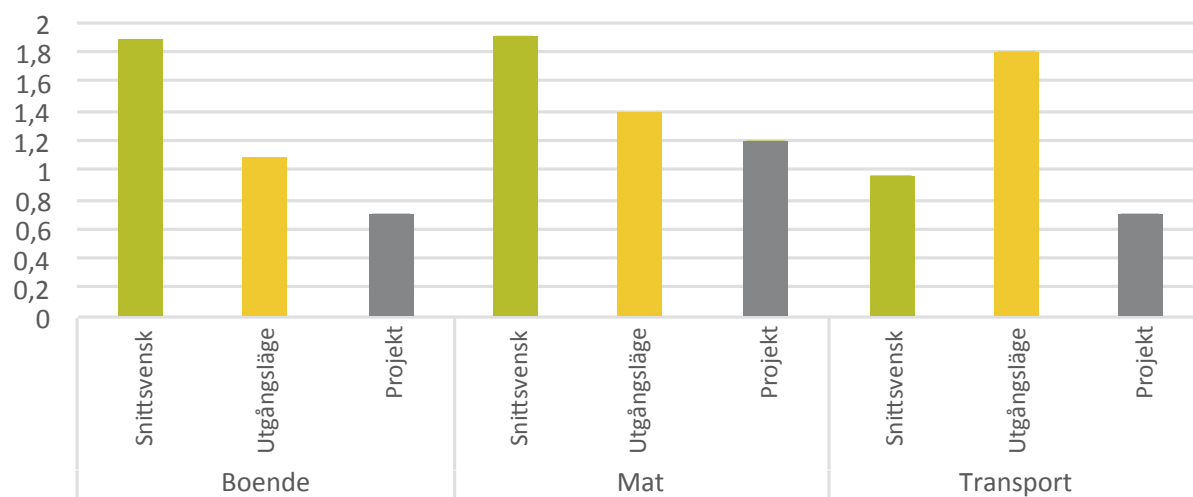
För kategorierna boende, mat och transporter minskade avtrycket i genomsnitt med 31 % för deltagarna.

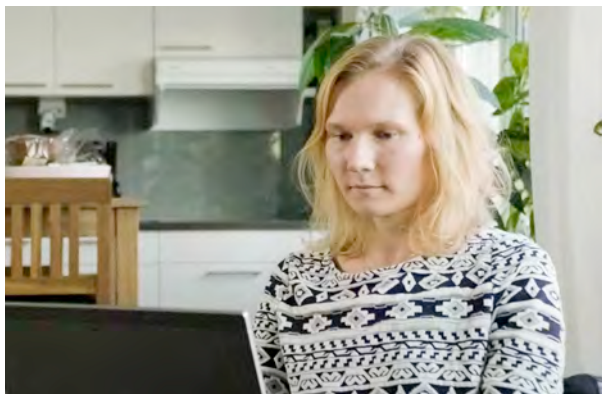
30 deltagare aktiverade Klimaträttappen, men de valde sedan i olika utsträckning att ansluta till de olika företagen. Det blev därmed en variation på hur fullständigt klimatavtrycket kunde utläsas. För 12 deltagare fanns tillräckligt med data för att göra en jämförelse med utgångsläget.

Det är viktigt att poängtera att utsläpp från flyg och övrig konsumtion inte är med i beräkningen eftersom det saknas data. Hur mycket dessa områden har förändrats vet vi inte.

Grafen visar deltagarnas genomsnittliga klimatavtryck av privat konsumtion per person före projektet (utgångsläge), efter projektet och i jämförelse med snittsvensken

ton CO<sub>2</sub>-eq/år





## Boende minskning 32 %

**Flytten till ett mer klimatsmart boende fick stor betydelse för minskningen av klimatavtrycket.**

Frodeparken var färdigt för inflyttning i slutet av 2013, så alla deltagare är relativt nyinflyttade. Eftersom vi i beräkningarna ville få med möjlig klimatpåverkan av att byta till ett mer klimatsmart boende valde projektet att mäta utgångsläget för boendet från innan de flyttade in i Frodeparken.

Klimatavtrycket för boendet består dels av klimatpåverkan från uppförandet och driften av huset, dels från hushållselen. För att få ett heltäckande klimatavtryck för boendet kunde deltagarna koppla upp sig i appen mot både Uppsalahem och Energimolnet som levererar uppgifter om hushållets elförbrukning. För 12 av deltagarna fanns tillräckligt med data för att kunna göra en bedömning av hur mycket utsläppen från boendet minskat.

De två viktigaste orsakerna till minskningen är att Uppsalahem köper biobaserad, koldioxidneutral fjärrvärme till Frodeparken och att elanvändningen var lägre för de boende redan från dag ett i det nya huset. Vi kunde dessutom se att elanvändningen minskade under projektets gång. Förbrukningen under hösten var i genomsnitt 13 % lägre än under våren. Jämfört med andra projekt som syftar till att minska elanvändning i hemmet är detta relativt stor minskning.

Den stora förändringen som deltagarna gjort, förutom själva flytten till Frodeparken, är att lampor släckts och maskiner stängts av från standby. En deltagare beskriver hur hon har gått från att aldrig ha tänkt på att släcka lampor till att nu göra det för det mesta.



## Dagliga transporter minskning 58 %

**För många är det Frodeparkens centrala läge som har underlättat förändringar vad gäller sättet att ta sig fram.**

Deltagarnas totala utsläpp från landtransporter uppskattas till att ha minskat med 58 % jämfört med innan de flyttade till Frodeparken. Det var ett fåtal användare som stod för den största delen av effekten.

Klimatavtrycket för deltagarnas transporter har fångats upp på flera sätt:

- När deltagarna använt sitt UL-kort då de rest med UL (Uppsala Länstrafik)
- När de använt Sunfleets bilpool
- När det som har egen bil har använt Automiles tjänst för insamling av bildata
- När det köpt resor av andra aktörer med ett ICA Bankkort kopplat till appen

Vi har analyserat effekten på klimatavtrycket för de 13 deltagare som hade mest heltäckande data för dagliga transporter; de som hade UL kort, de som har rapporterat att de inte har bil, samt de som rapporterat att de har bil där vi fått data på hur mycket bilen använts.

Förändringarna har bl.a. bestått i att några deltagare började använda bilpoolen. Några andra sålde sina bilar efter att de flyttat till Frodeparken för att de tyckte att de klarade sig bättre utan bil där och de har cyklat mer. Fyra av deltagarna har minskat sin bilanvändning drastiskt. Det är några som inte har förändrat sitt resande alls, vilket förmodligen beror på att de cyklade och gick redan innan de flyttade till Frodeparken och har fortsatt med det.



## Mat – nya matvanor på plats

Mat är det område där deltagarna säger sig ha varit mest engagerade och flera säger att de i och med projektet intresserat sig mer för hållbarhetsfrågor kopplat till maten.

Klimatpåverkan från maten orsakas av utsläpp av växthusgaser som genereras under produktionskedjan. Det skiljer stort mellan hur olika livsmedel påverkar klimatet, så genom att byta ut och ändra olika varor kan konsumenten påverka sin klimatpåverkan. I projektet har ICA bland annat bidragit med information om livsmedels klimatpåverkan och med matlagingsinspiration. Klimatpåverkan från maten har mätts genom att projektdeltagarna använt sina ICA kort och ICA Bankkort när de handlar på ICA Torgkassen, samt genom en enkät före och efter projektet.

De vanligaste förändringarna som deltagarna har gjort:

- **Äter vegetariskt oftare**
- **Slänger mindre mängd mat**
- **Köper ekologiska- samt närodlade produkter i butik**
- **Bytt från nötkött till annan köttstort t.ex. vilt, fläsk, kyckling eller fisk**

Det går att utläsa att klimatavtrycket för mat har minskat med cirka 10 % utifrån de enkäter deltagarna besvarat. Svaren från enkäten visade dock på att en del ökade sitt klimatavtryck. Det är därför svårt att entydigt säga att avtrycket minskade. Deltagarna har inte konsekvent handlat på ICA Torgkassen eller använt sitt ICA Bankkort och det går därför inte att utläsa hela effekten på matområdet med data från appen. Intervjuerna antyder dock att minskningen kan vara större än vad som kunnat mätas utifrån de beteendeförändringar deltagarna har uppgett att de har gjort. Exempelvis kan att äta en vegetarisk eller kycklingburgare istället för en burgare gjord på nötfärs översättas till en minskning av avtrycket på runt 90 %. Om deltagarna har gjort dessa val konsekvent så har de sänkt sitt klimatavtryck avsevärt.



## Övrig konsumtion och flygresor – att tänka efter före

De flesta uppger att de handlar mindre generellt och att de tänker sig för innan de handlar något. Några beskriver att de köper mer second hand.

Flera beskriver att de har valt tåget istället för flyget när det varit möjligt och att de valt andra resmål än de gjort tidigare.

För dessa områden finns dock inte tillräckligt med kvantitativa data för att kunna analysera några förändringar i klimatavtrycket. För att uppskatta utsläppen från shopping och transporter som inte köpts av partners i projektet skulle deltagarna använda sina ICA Bankkort. Det visade sig dock att få deltagare kopplade upp ett ICA Bankkort i appen, vilket gjort att deltagarnas utsläpp vid dessa köp inte kunnat registreras.

” ... flyg är väl en av de största belastningarna har jag hört, så därför tänker jag på det. Det blir väldigt mycket sojamjolk liksom innan man kommer ikapp en flygresa. ”

” För mig har det blivit att jag vill ju fortfarande äta lite kött, ... då kanske man inte behöver kaka en nötburgare, utan man kan ju kaka en kycklingburgare eller en vegetarisk burgare. ”

# Minskat klimatavtryck utan uppoffringar? Deltagarnas upplevelser.

## Uppoffringar uppvägs av fördelar

Att försöka leva klimatsmart har inneburit vissa uppoffringar för deltagarna, men de tycker att de positiva effekterna av den nya livsstilen till viss del har uppvägt uppoffringarna. Alla intervjuade har på något vis beskrivit hur deras tillfredsställelse har påverkats positivt av projektet. Många är positiva till att äta vegetarisk mat. Den beskrivs som god, att den står sig bättre i kylen och skafferiet och att den är mer inspirerande att tillaga. På samma sätt har ekologiska och närproducerade varor upplevts ha bättre kvalitet. Däremot har att laga vegetariskt upplevts som något begränsande i och med att man då valt bort flera proteinkällor.

” Det är kul att cykla också. Jajamän. Du får ju motion och kondition också. ”

Att cykla beskrivs som kul och det är lätt att använda bilarna i bilpoolen Sunfleet. Bilpoolen har gett tillgång till bil på ett smidigt och bekvämt sätt, vilket för någon har lett till att skjuta upp eller utesluta köp av privat bil. Nuvarande bilägare överväger till och med att sälja sin egen bil för att det är så smidigt med bilpoolen. När det kommer till valet att åka bil eller inte har däremot några beskrivit att det kräver mer planering att välja andra färdmedel än bilen och att det är bekvämare att bara gå ut till bilen.

Flera deltagare beskriver att de har fått mycket tillfredsställelse från att odla på balkongen och att kunna skörda resultatet av sina ansträngningar.

## En tröskel att bryta vanor, men lätt att fortsätta när nya vanor etablerats

Det är tydligt att det är svårt att bryta och förändra många vanor. Att medvetet börja reflektera över sina beteenden och försöka förändra dem kräver viljekraft, men i många fall är det processen att få till förändringen som är krävande, inte nödvändigtvis den nya vanan. Att exempelvis gå över till vegetarisk mat har upplevts jobbigt i början. För att kunna

laga god och varierad kost har de känt att de har behövt lära sig nya saker. När de väl har kommit igång med den vegetariska matlagningen upplevs den tillfredställande och att det är lätt att fortsätta när man väl har börjat.

## Kräver planeringstid, ger kvalitetstid

Att slänga mindre mat anser flera deltagare vara kopplat till bättre veckoplanering, vilket har upplevts som en tröskel. Det krävs såväl tid som en kraftansamling för att planera matlagningen, speciellt om det är mycket annat som händer i livet samtidigt. Dock har veckoplaneringen lett till att några deltagare upplever att de handlar mer sällan, vilket i sin tur sparar tid.

Valet att åka tåg istället för att flyga har poängterats ta längre tid, framförallt vid resor över längre avstånd, men tidsvinsten för flyg är inte alltid självklar om man räknar med transport till och från flygplatsen. Att det tar längre tid gör att det inte alltid är möjligt att välja tåget. Däremot underströk flera deltagare att tiden på tåget och på flyget inte kan värderas på samma sätt. Att flyga är förknippat med mer stress på grund av bland annat säkerhetskontroller och uppdelad restid. Under tågresor finns möjlighet att slappna av mer, det blir trevligare och ger möjlighet att använda tiden på ett annat sätt, vilket upplevs som något positivt.

## Positiva hälsoeffekter – en bonus

Många av deltagarnas anser att det nya beteendet resulterat i positiva hälsoeffekter. Övergången till mer vegetarisk mat och minskningen av rött kött upplever flera deltagare att de mår bättre av. Någon beskrev det även som att det var lättare att hålla vikten. På samma sätt har ökat cyklande gett deltagarna mer motion i vardagen.

## Sociala effekter – omgivningens reaktioner

Projektet i sin helhet och vissa förändringar har lett till sociala effekter för deltagarna. De flesta deltagare har i någon grad pratat om sitt deltagande i projektet med andra i sin omgivning, främst personer som är intresserade av miljö- och klimatfrågan. Reaktionerna deltagarna har fått har mest varit positiva och uppmuntrande, vilket blivit en bekräftelse på att man gör något bra och viktigt.

Att övergå till enbart vegetarisk mat har upplevts som krångligt i relation till omgivningen. För vissa deltagare har det krävts en del övertalning av övriga familjemedlemmar för att förändra maten, vilket har krävt viss energi och tålamod. Dessutom, när man blir bjuden på mat eller när man ska bjuda andra på mat, har det känts krångligt att vara vegetarian.

” Ja, men jag skulle säga att det är ett positivt dåligt samvete. Det är inte ett... absolut inte ett negativt dåligt samvete. ”

### Ett klimatsamvete har slagit rot

Att deltagarna har fått ökad kunskap om hur olika val påverkar klimatet gör att de ibland får dåligt samvete och ibland gott samvete beroende på vilka val de gör. Ett klimatsamvete har med andra ord etablerats. Detta klimatsamvete har blivit en stark drivkraft för att leva mer klimaträtt, både genom ett gott och ett dåligt samvete. Ett lättat klimatsamvete eller en känsla av att man har gjort rätt infinner sig när man agerar klimatsmart, vilket blir en inre bekräftelse på att beteendet är något positivt. Ett dåligt samvete infinner sig istället när man ser i Klimaträttappen att ett visst handlande har lett till stora utsläpp och när man agerar klimatosmart trots vetskapen om klimatpåverkan.

Det som ger ett bra samvete är exempelvis att spara el i hemmet, att handla ekologisk och närodlat mat, att välja bort flyget eller att shoppa mindre. Dåligt samvete fås istället exempelvis när man shoppar mycket eller när flyget väljs istället för tåget.

Viktigt att poängtera är dock att det dåliga samvetet inte upplevs som något negativt i sig. Känslan av dåligt samvete upplevs till viss del obehaglig, men den bakomliggande anledningen upplevs som positiv. Det dåliga samvetet känns befogat och beskrivs som en positiv effekt av projektet.

## Privatekonomiska effekter

Tesen i projektet har varit att förändringarna inte ska påverka ekonomin negativt. Projektet har dock inte kunnat göra någon säkerställd kvantitativ analys av hur förändringarna påverkat deltagarnas ekonomi. Deras egen upplevelse är att förändringarna inneburit både merkostnader och besparingar. 53 % uppger att de gjort förändringar för att minska klimatavtrycket som lett till besparingar, 27 % att de gjort förändringar som lett till merkostnader och 20 % att de inte vet. Deltagarna upplever att de har gjort besparingarna genom lägre konsumtion av kött, lägre vatten- och elförbrukning, mindre shopping och mer inköp på secondhand. Besparingarna har beskrivits som en bonus sprunget ur en klimatsmart åtgärd, snarare än den primära drivkraften bakom förändringen.

Bilpoolen Sunfleet har upplevts som dyr i jämförelse med att använda sin privata bil om man ägt en tidigare eller sedan länge. Elhybriden i källaren upplevdes som dyr för att den kostar betydligt mer i timmen jämfört med en dieselbil i samma storlek. På samma sätt betonas att ekologiska varor är dyrare. För vissa deltagare upplevs merkostnaden vara befogat eftersom man förstår varför, det upplevs med andra ord inte vara en stor uppoffring. För andra deltagare upplevs den ekonomiska uppoffringen vara för stor och valet blir icke-ekologiskt eller mindre klimatriktigt.

Flera deltagare har beskrivit hyran i Frodeparken som väldigt hög. Den höga hyran har beskrivits som en stor uppoffring för några, framförallt de deltagare som är studenter. Andra deltagare beskriver snarare att de fördelar sina inkomster annorlunda sedan de flyttade till Frodeparken, där man nu lägger mer pengar på boendet men sparar pengar genom att man har förändrat sina transportvanor.

Förändringarna som deltagarna gjort på matområdet, att äta mer vegetariskt, byta köttsort och slänga mindre, innebär alla förutom både en minskning av klimat-avtrycket troligen också en kostnadsminskning, men det är inte något deltagarna har en tydlig uppfattning om. Det som de istället har lyft är att ekologiska varor är dyrare. Ekologisk mat har inga tydliga klimatfördelar, (snarare andra miljöfördelar) men om man tror det så framstår klimatsmart mat som dyrare. Här finns utrymme för informationsinsatser som kan ge deltagarna ytterligare motivation för en klimatsmart mathållning.





## Våra slutsatser

**Klimaträtt har visat att människor som i någon mån har ett miljöintresse kan motiveras att göra aktiva handlingar för att minska sitt klimatavtryck.**

Vad som motiverat deltagarna i Klimaträtt att komma igång har inte entydigt pekats på en åtgärd. Återkoppling via appen, inspiration och kunskap verkar ha spelat ungefär lika stor roll (dock olika roll för olika individer) men utan insatserna hade förändringarna troligen inte ägt rum.

Det står också klart att förändringarna som deltagarna gjort har haft en positiv påverkan på klimatavtrycket. För de områden vi kunnat analysera fullt ut har avtrycket minskat med i snitt 1,6 ton koldioxid per person och år. Vi har anledning att tro att den verkliga minskningen är större

eftersom deltagarna sagt att de gjort betydelsefulla förändringar även på de områden vi inte kunnat mäta. Extra intressant är deltagarnas upplevelser av att leva mer klimaträtt. Projektet ville ju med sina insatser underlätta för deltagarna att göra det. De beskriver att det inte är jobbigt när en vana väl är etablerad, när man kommit över tröskeln, men att det var ansträngande att komma igång. Vissa uppföringar måste göras, men det uppvägs av fördelarna menar många.

**Vi anser att det i det svenska vardagslivet finns en stor outnyttjad, potential att minska Sveriges klimatpåverkan.**





Många svenskar vill få mer kunskap för att veta vad de kan göra för att hjälpa till att stoppa klimatförändringarna (59 % enligt SIFO-undersökning från i våras), men de behöver hjälp. Med Klimaträtt har vi visat att företag i samverkan kan hjälpa konsumenterna över tröskeln att börja leva mer klimaträtt och att underlätta en sådan livsstil.

Projektet och projektdeltagarna har också lärt oss att det finns mycket mer vi och andra företag kan göra för att förenkla för kunderna att göra klimaträtta val.

## Så här utvärderade vi projektet

Projektet har följt och utvärderat koldioxidavtrycket från deltagarnas privata konsumtion. Den privata konsumtionen står för merparten av individens klimatavtryck.

Koldioxidberäkningarna har utgått från två övergripande principer: *livscykelperspektivet* och *konsumtionsperspektivet*.

Livscykelperspektivet betyder att i möjligaste mån beakta alla utsläpp i en produkts livstid från tillverkning till användning och skrotning eller återvinning.

Konsumtionsperspektivet innebär att alla utsläpp kopplas till slutkonsumtionen av en viss vara eller tjänst. Utsläppen kan ske såväl i Sverige som i andra länder, men konsumenten anses ändå "ansvarig" för dessa utsläpp.

När vi i projektet pratar om klimatavtryck menar vi att klimatpåverkan av växthusgaserna koldioxid, metan och lustgas har beaktats och räknats om till s.k. koldioxidekvivalenter. De datakällor som använts i den kvantitativa analysen av **hur klimatavtrycket minskat** är dels de data som appen samlade in och dels svaren från den enkät deltagarna gjorde innan projektet började för att uppskatta utgångsläget för klimatavtrycket. Frågorna om mat och bilkörning ställdes igen vid projektslutet.

Den kvalitativa utvärderingen som inriktade sig på **projekt-deltagarnas upplevelser** av att försöka leva klimatsmart baseras dels på en enkät som de fick svara på vid projektslutet samt en intervju av de mest aktiva deltagarna. 17 deltagare svarade på enkäten (53 %) och 13 deltagare (41 %) ställde upp på 30-60 minuter långa intervjuer.

Fredrik Hedenus, docent på Chalmers, har varit huvudansvarig för beräkningarna av deltagarnas klimatavtryck. Utvärderingen av "upplevda uppföringar" har letts av Jörgen Larsson, fil. dr. i sociologi och miljöforskare på Chalmers och Anneli Kamb, civilingenjör och projektassistent på Chalmers, har genomfört arbetet.



## Vad händer nu...

De allra flesta av oss har ingen aning om hur vårt eget klimatavtryck egentligen ser ut eller vilken åtgärd som bäst skulle minska våra utsläpp.

I Klimaträtt har vi tagit fram Klimaträttappen, som kan ge oss en verklig bild av vårt klimatavtryck och följa upp hur olika vardagsval påverkar det. Insikt och kunskap är en nyckel till att hjälpa människor att börja leva mer klimaträtt. En annan är att vi som företag måste göra det mycket enklare för våra kunder att välja det som är bäst för klimatet. Det behövs fler klimaträtta alternativ och bättre information om hur stor klimatpåverkan olika produkter och tjänster har.

I Sverige lever vi idag som om vi hade 3,7 planeter, så i det större perspektivet måste alla förr eller senare ändra på hur vi producerar och konsumerar varor och tjänster. Vi går gärna i täten för den här utvecklingen och delar med oss av våra erfarenheter, men vi har lärt oss att vissa trösklar är högre än

andra för att en förändring ska bli verklighet och där måste fler aktörer samverka för att ta bort hindren. Vi hoppas att vi med Klimaträtt kan mobilisera fler företag att ta vara på potentialen i att minska klimatutsläppen i konsumtionsledet – i samverkan med kunderna. Vårt ansvar för klimatpåverkan av våra produkter slutar inte för att de övergått i kundernas ägo, utan sträcker sig vidare till deras användning av dem.

Vi projektpartners jobbar vidare med att utvärdera om det är möjligt att skala upp Klimaträtt ytterligare ett snäpp. Skulle man kunna inkludera fler branscher eller fler aktörer inom samma bransch för att öka användbarheten för kunderna? Hur skulle det kunna se ut om man gjorde detta för en hel stadsdel eller en hel stad?



## KONTAKT OCH FRÅGOR

projektet: [info@klimatratt.se](mailto:info@klimatratt.se)

utvärdering klimatavtryck: [hedenus@chalmers.se](mailto:hedenus@chalmers.se)

utvärdering uppoffring: [anneli.kamb@chalmers.se](mailto:anneli.kamb@chalmers.se), [jorgen.larsson@chalmers.se](mailto:jorgen.larsson@chalmers.se)



---

INITIATIVTAGARE



UPPSALAHEM

---

PROJEKTPARTNERS



Automile

CHALMERS



ENERGIMOLNET

ICA Banken

ICA Torg  
kassen

sunfleet  
VOLVO CAR SHARING



Uppsala  
KOMMUN



---

MED FINANSIERING FRÅN

