

Livsstil kopplad till hållbar konsumtion

Vad kännetecknar de människor som köper livsmedel med någon hållbarhetsmärkning? Och hur ser deras livsstil ut? Dessa frågor behandlas i en ny artikel publicerad i *Agribusiness* i mars i år. Den visar att konsumenters val av ekologiska, miljövänliga och liknande etiska produkter hänger ihop med människors livsföring. Forskargruppens hypotes fick stöd – livsstilen är viktigare än demografien.

AMERIKANSKA KONSUMENTER

Studien bygger på data från ett representativt urval av amerikanska konsumenter. Den är väldigt smal såtillvida att den omfattar bara en animalieprodukt, nämligen konsumtionsmjölk, och endast en vegetabilieprodukt, nämligen färska jordgubbar. Dessa produkter valdes, eftersom de köps av nästan alla konsumenter och de har enligt forskargruppen negativa miljöeffekter. Forskarna säger dock ingenting om produkternas betydelse för folkhushållningen och ekonomin.

Respondenterna fick ange hur mycket mera de vill betala för mjölk och jordgubbar med olika miljömärkningar. Vidare fick de svara på ett frågeformulär med tolv frågor om deras livsstil.

FYRA KATEGORIER

Svaren inordnades i fyra kategorier: om respondenternas miljöanpassning inom och utanför sitt hushåll, om de tänker på vilken mat de äter, samt hur de håller sig friska och starka. Exempel på frågor är om man lämnar gamla tidningar till pappersinsamling, om man kör kasserade möbler och kläder till återvinning, om man ägnar sig åt fysisk träning och om man betalar till välgörenhet.

De fyra livsstilskategorierna var tänkta att fånga hur stora uppoffringar konsumenterna gör för miljön, förutom alltså att betala extra för livsmedel med hållbarhetsmärkning. Det är en liten uppoffring att samla kompost i bostaden men en större att åka med uttjänta saker till återvinning samt en klart större uppoffring att skänka pengar till fattiga.

En svensk läsare undrar varför forskarna inte frågade om bilkörning, uppvärmning och luftkonditionering, vilka ju alla är livsstilsfrågor med koppling till miljö och klimat.

HÖGRE VILJA HOS UNGA

Naturligtvis fanns också frågor om ålder, hushållsstruktur och andra socioekonomiska förhållanden. Resultaten visar att yngre respondenter har högre betalningsvilja för hållbarhetsmärkta produkter. Däremot finns det svaga samband för andra demografiska egenskaper, såsom inkomst och utbildning. Det fanns ingen skillnad mellan män och kvinnor, men bland respondenterna var det mest kvinnor.

Folk har mest förtroende för statliga märkningar, till exempel sådana som det amerikanska jordbruksdepartementet står bakom. Därefter följer märkning för GMO-frihet, en annan miljömärkning och rättvisemärket (FairTrade), vilka alla administreras av icke-vinstdrivande organisationer, alltså tredje part. Författarna hävdar att dessa fyra märkningar faktiskt betyder mer hållbarhet. De diskuterar inte olika tveksamheter såsom lägre produktionsvolym eller sämre ekonomi. Det avgörande är ju också vad de studerade konsumenterna tycker.

AGERAR UTANFÖR HUSHÅLLET

Enligt studien finns samma mönster för båda produktslagen och fyra typer i livsstil. Det finns en del samband mellan folks livsstil och deras vilja att betala för hållbarhetsmärkt mat. Mest avgörande är den livsstil som handlar om hur folk agerar utanför sitt hushåll. Det är människor som lämnar använda skrivpapper till pappersåtervinning, köper toapapper som är gjort av returfiber, tar med sig egna påsar till butiken, och lämnar sina gamla möbler och kläder till insamling. De är också folk som ägnar sig mera åt fysisk träning.

Även respondenter som agerar miljövänligt inom sin bostad köper hållbarhetsmärkta produkter. De som ägnar sig åt vardagsträning är också mera benägna att betala mer för hållbarhetsmärkta livsmedel. Likaledes har den hälsosamma livsstilen viss betydelse

ETNISKT URSPRUNG

Bland frågeformulärets socioekonomiska variabler ingick en fråga om etnisk bakgrund, vilket är anmärkningsvärt ur ett svenskt perspektiv. Men i den amerikanska folkbokföringen anges om medborgarnas förfäder kommer från Europa, Afrika eller annat, och denna uppgift ingår ofta i forskarnas frågorbatteri. Studiens resultat visar att folk med europeiskt ursprung inte lika gärna betalar mer för miljömärkta produkter.

Att alla förväntade samband inte kunde påvisas hänger kanske ihop med att vi människor ofta har ett kompensatoriskt beteende. Genom att köpa de dyrare miljöprodukterna kan vi kanske döva vårt samvete. Då behöver vi inte göra lika mycket miljönytta i vår vardag.

Källa:

Nian, Y., Gao, Z., & Zhao, R. Are people's daily life habits consistent with their preference for food sustainability labels? Agribusiness (mars 2023).



JERKER NILSSON
INSTITUTIONEN FÖR EKONOMI, SLU UPPSALA