

Beteenden bakom nedskräpning

12 dec 2018

Åsa Soutukorva Swanberg Asa.Soutukorva@anthesisgroup.com
Jenny Wallström Jenny.Wallstrom@anthesisgroup.com



Syfte

Att öka kunskaperna kring människors drivkrafter, attityder och beteenden bakom nedskräpning.

- Fokus på nedskräpning av plast, cigarettfimpar, ballonger och ljuslyktor.

Frågeställningar

- Vem är det som skräpar ned?
- I vilka situationer uppstår nedskräpning och varför?
- Hur ser de aktörer som förser individer med ”nedskräpande material” på sitt ansvar för att förebygga nedskräpning?
- Vad skulle få allmänheten och aktörer som tillhandahåller nedskräpande material att ändra sina beteenden? (exv. förbud, mer information, etc.)?

Metod & genomförande

- Enkätundersökning:
 - Utveckling av frågeformulär i samråd med NV
 - Webenkät (pilotstudie + huvudstudie)
 - Nationellt urval 16 år och äldre
 - 1000 respondenter från allmänheten
- Fokusgruppsmöte:
 - 12 ungdomar 16-24 år
 - Diskussion om sociala normer, beteenden och syn på åtgärder bland ungdomar
- Intervjuer:
 - Företag som förser konsumenter med nedskräpande material – syn på ansvar, möjligheter, svårigheter m.m.
 - 4 aktörer (tre kaffekedjor, en hamburgerkedja)
- Litteraturöversikt:
 - Internationell litteraturgenomgång kopplat till beteenden bakom nedskräpning

Allmän information om respondenterna

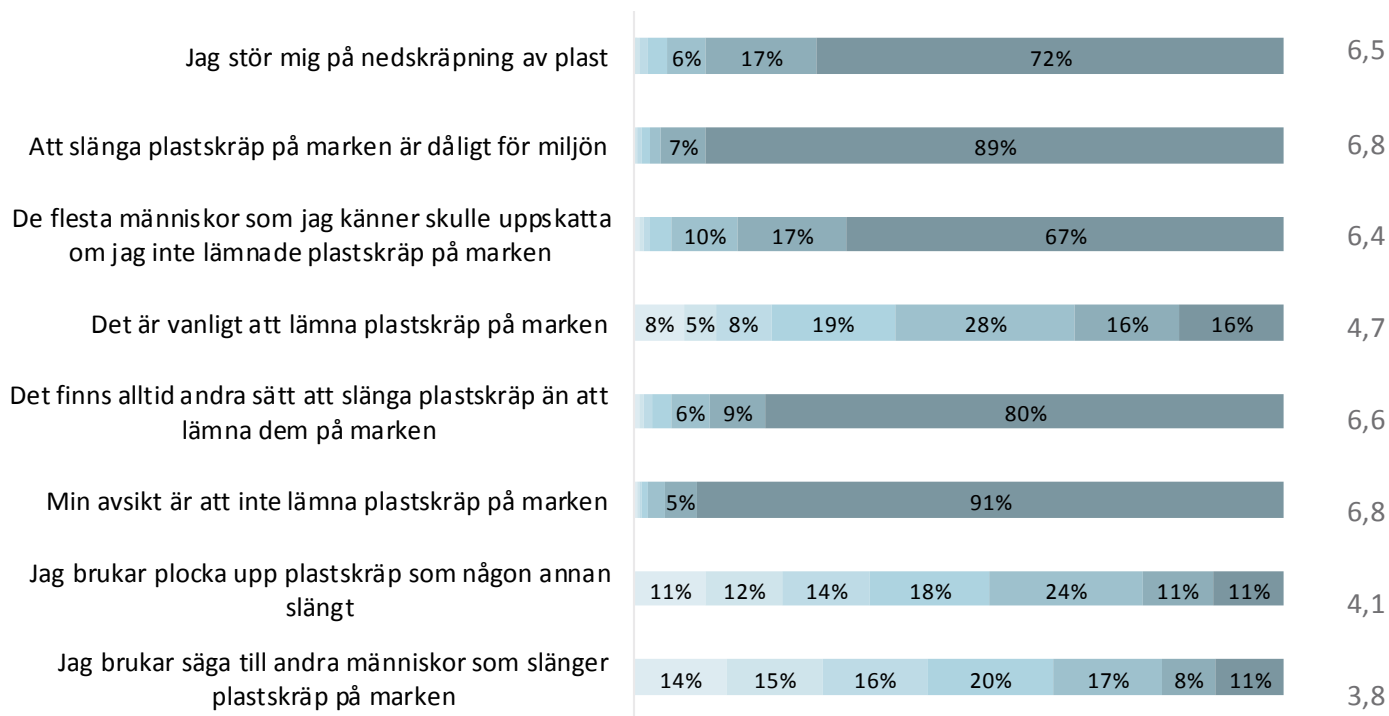
Antal respondenter	1000
Geografiskt urval	Nationellt
Ålder	16 år och uppåt
Andel kvinnor	52 %
Medelålder	48 år
Högsta utbildningsnivå	
- Eftergymnasial utbildning	57 %
- Gymnasieutbildning	35 %
- Obligatorisk skola	8 %
Född i	
- Sverige	95 %
- Europa	98 %



Attitydfrågor om plastskräp (förpackningar och engångsartiklar i plast)

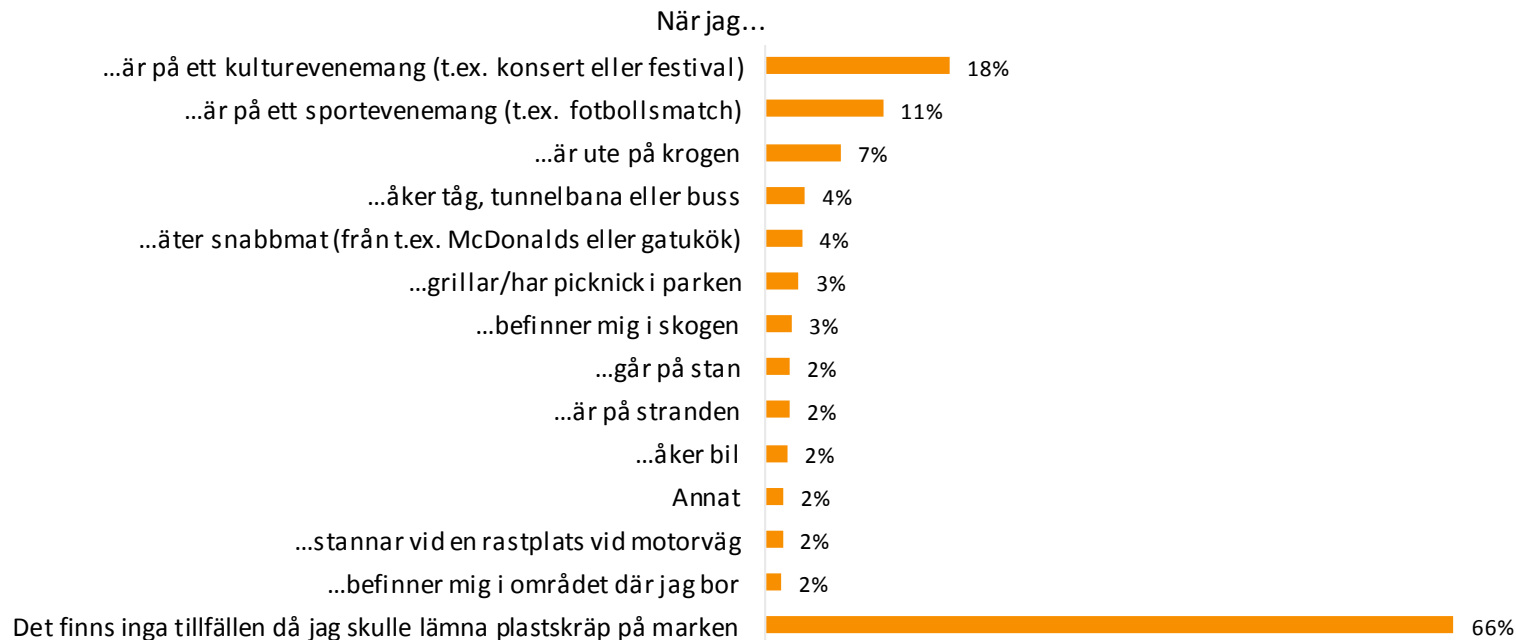
1=Instämmer inte alls. 7=Instämmer helt.

Medelvärde

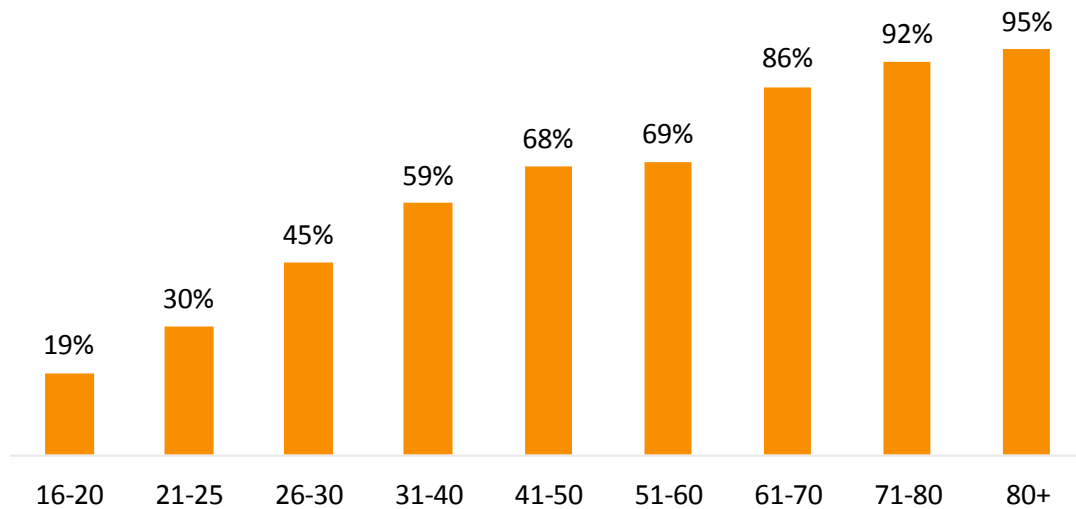


1 2 3 4 5 6 7

Vid vilka tillfällen är det störst sannolikhet att du skulle lämna plastskräp på marken (även oavsiktligt)?



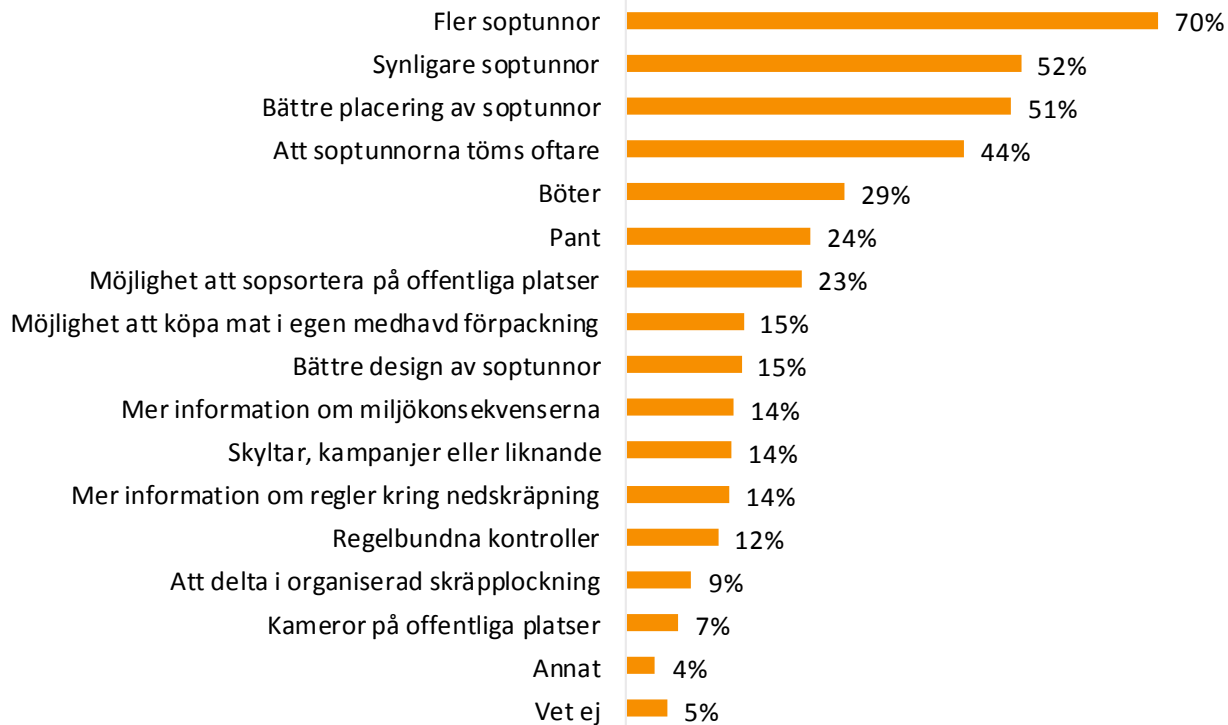
Andel respondenter i olika åldersgrupper som svarade: *Det finns inga tillfällen då jag skulle lämna plastskräp på marken (även oavsiktligt).*



Vad var orsaken till att du lämnade/slängde plastskräp på marken senast?

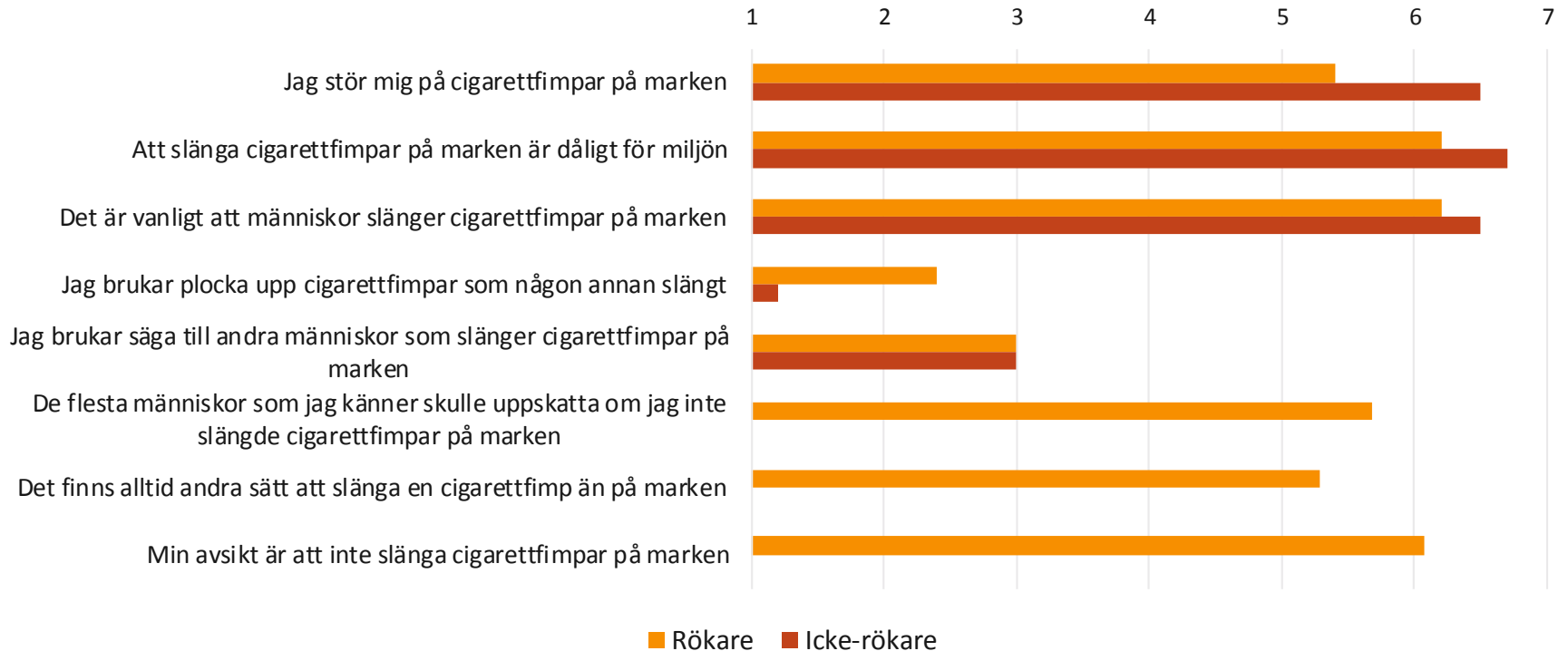


Vilken eller vilka åtgärder tror du skulle få dig att lämna/slänga mindre plastskräp på marken?



Attitydfrågor om cigarettfimpar

1=Instämmer inte alls. 7=Instämmer helt.



Vad var orsaken till att du slängde en cigarettfimp på marken senast?



Samtal med ungdomar

Fokus på:

- Kompletterande infallsvinklar gällande orsaker och sociala normer bland unga
- Åtgärder i situationer som är vanligast att ungdomar skräpar ner, dvs. främst kultur- och sportevenemang, på krogen och i kollektivtrafiken.

Samtal med ungdomar – sociala normer

- Nedskräpning: dåligt beteende, pinsamt att bli påkommen och tillsagd.
- Möjlig orsak: att anse att man "har rätt" till att någon annan ska plocka upp, men sannolikt även omognad och att beteendet därför minskar med åren.

"Det känns som att ungdomar i dagsläget har vuxit upp med mer samhällsfunktioner så dom känner sig mer "entitled" till att någon ska plocka upp åt dom."

"...man tänker på den här scenen ur Grease när hon liksom bara tar ut ciggen och stampar på den. Det är ju det man gör."

Samtal med ungdomar – åtgärder

- Säga till
- Följa andra
- Informera om hur djur drabbas
- Utbilda föräldrar
- Reklam
- Youtube- och andra stjärnor och influencers
- Appar

”Det skulle nog kunna räcka med en stor Youtube-stjärna som säger att det är hur ocoolt som helst att slänga skräp. Då är jag rätt säker på att många skulle sluta (...) Vi får alltså hyra Pewdiepie. Ja några stycken influencers och sen kör vi, då skulle vi kunna få stor impact på det här.”

Intervjuer med aktörer som tillhandahåller engångsartiklar i plast

- 3 cafékedjor och 1 hamburgerkedja

Slutsatser:

- Företagen går redan idag gradvis över till andra material än plast, men ibland kan ekonomi och design vara hinder
- Företagen vill ha hårdare krav på sig. De vill dock inte vara först eftersom att det kan påverka deras konkurrenskraft.
- Företagen känner ibland att de ligger steget före lagstiftning och myndigheter vad gäller exempelvis produktval. Incitament saknas till att använda de förpackningar som har högst återvinningsbarhet eftersom allt ändå förbränns.
- Cafékedjorna är positivt inställda till att kunder tar med sig egen mugg/matlåda, men hamburgerkedjan är negativt inställd
- Aktörerna är försiktigt positivt inställda till ett pantsystem för muggar/matlådor

Intention action gap

- De flesta vet att nedskräpning är dåligt för miljön
- När människor tillfrågas uppger de flesta att de aldrig skräpar ner
- Ändå sker nedskräpning...
- Inom beteendevetenskapen kallas skillnaden mellan vad människor säger att de gör och vad de faktiskt gör för **“intention-action-gap”**
- Varför finns ett glapp mellan avsikt och beteende? Enligt litteraturen handlar det om:
 - sociala normer
 - bekvämlighet
 - otydligt ansvar

Slutsatser

- Människor har i allmänhet inte för avsikt att skräpa ner. 2/3 av respondenterna till enkäten svarar att de aldrig skulle lämna plasticskräp på marken (risk för underrapportering).
- Vanligaste situationerna: kulturevenemang följt av sportevenemang och ute på krogen.
- Fulla soptunnor, vetskap att någon annan kommer att städa upp efteråt (t.ex. efter konserter och matcher), hög alkoholkonsumtion är viktiga orsaker.
- Kunskap om förbudet mot att skräpa ner verkar inte ha någon större effekt på om folk skräpar ner eller inte men däremot för fimpar.
- Sammantaget visar vår studie att unga skräpar ner mer än äldre och män mer än kvinnor.
- Unga kan anse sig "ha rätt" att skräpa ner, åtminstone om man har betalt för en tjänst och när det är uppenbart att någon annan kommer att städa upp.
- Större social acceptans för att slänga fimpar på marken
- Andelen respondenter som svarat att de släppt upp ballonger och/eller ljuslyktor är mycket liten.

Lösningar/åtgärder för minskad nedskräpning

- Fler och synligare soptunnor och askkoppar som töms oftare
- Bättre design på soptunnor och askkoppar, t.ex. en mini-askkopp att kunna ta med sig
- Böter och pant
- Kunskap om förbudet mot att skräpa ner verkar inte ha någon större effekt på huruvida människor skräpar ner eller inte. Detta kan t.ex. tänkas bero på att det är få som bötfälls för nedskräpning. En möjlig åtgärd skulle kunna vara att fler bötfälls och/eller att bötesbeloppet höjs.
- Kunskap om reglerna kring nedskräpning av cigarettfimpar verkar ha en effekt på människors beteenden. Detta talar alltså för att ökad information om reglerna riktad mot rökare kan vara en lämplig åtgärd.

Lösningar/åtgärder för minskad nedskräpning

- Att information/utbildning/reklam trycker på känslor, t.ex. samhörigheten med sitt lag, känslan av delaktighet, ägarskap och engagemang
- Att information/utbildning/reklam visualiserar nedskräpningens konsekvenser
- Engagera youtubers och influencers och andra stjärnor i kommunikationen med unga
- Appar som uppmuntrar till att plocka upp skräp
- Aktörer efterfrågar bland annat hårdare bestämmelser som alla måste följa